

**T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı  
Yeni Medya İletişim ve Habercilik Bilim Dalı

**IRAK MEDYASININ COVID-19 SALGINIYLA  
YÜZLEŞMEDEKİ ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

**Shifaa Salam HAMEED**

Danışman  
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

**İstanbul – 2021**



## TEZ TANITIM FORMU

**YAZAR ADI SOYADI** : Shifaa Salam HAMEED  
**TEZİN DİLİ** : Türkçe  
**TEZİN ADI** : Irak Medyasının Covid-19 Salgınıyla Yüzleşmedeki Rolü  
**ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
**ANABİLİM DALI** : Radyo, Televizyon ve Sinema  
**TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans  
**TEZİN TARİHİ** : 04.06.2021  
**SAYFA SAYISI** : 119  
**TEZ DANIŞMANLARI** : Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU  
**DİZİN TERİMLERİ** : Yeni Medya, Covid-19, Uydu TV  
**TÜRKÇE ÖZET** : Çalışma, Covid-19 virüsünün yayılması ışığında medyanın rolüne ilişkin farkındalık düzeyini araştırmayı amaçlamaktadır.  
**DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne  
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

*İmzası*

*Shifaa Salam HAMEED*

**T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı  
Yeni Medya İletişim ve Habercilik Bilim Dalı

**IRAK MEDYASININ COVID-19 SALGINIYLA  
YÜZLEŞMEDEKİ ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

**Shifaa Salam HAMEED**

Danışman  
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

**İstanbul – 2021**

## **BEYAN**

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin/projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez/proje olarak sunulmadığını beyan ederim.

Shifaa Salam HAMEED

.../.../2021



**İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

**Shifaa Salam HAMEED**'ın Irak Medyasının Covid-19 Salgınıyla Yüzleşmedeki Rolü adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Radyo, Televizyon ve Sinema anabilim dalı, Yeni Medya İletişim ve Habercilik bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

*İmza*

Başkan

*Doç. Dr. Üyesi Hüseyin DİKME*

*İmza*

Üye

*Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU*

(Danışman)

*İmza*

Üye

*Dr. Öğr. Üyesi Tebrike KAYA*

**ONAY**

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.../.../ 2021

*İmzası*

*Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ*

Enstitü Müdürü

## ÖZET

Medya, Covid-19 virüsü salgınına karşı sağlık bilincinin gelişimini şekillendiren güçlü bir etkidir; Bu koşullar altında yeni medyanın temel etkilerini belirleme girişiminde teknolojik dönüşümlerin (radyo, YouTube, televizyon, İnternet ve cep telefonları gibi) adımlarını yakından takip eden artan araştırma hacmi ile yeni medya yanlış bilgi aktarabilir mi? Esnek stratejilerden veya gerçeklerinden kaynaklanan nedenlerden yararlanmak mümkün mü? Bunlar, Covid-19'un yayılmasıyla mücadele için küresel sağlık kuruluşları tarafından önerilen güvenlik önlemlerine halkın bağlılığını artırıyor mu? Olumlu sağlık tutumlarını ve önleyici tedbirlere uyumu teşvik etmek için uyarlanabilir tepkileri nasıl geliştirebilirler? Medya kavramı, sağlık bilinci kavramı ve yeni Korona virüsü 2019 kavramı hakkında daha önce önerilen ve sunulan fikirler ışığında, çalışmanın sorunu aşağıdaki problemler ortaya konarak tespit edilebilir: (Covid-19) virüsünün Irak'ta yayılması ışığında, medyanın sağlık bilincini geliştirme ve küresel sağlık krizleriyle mücadeledeki olumlu rolünü tahmin etmek mümkün müdür?

Çalışma, Covid-19 virüsünün yayılması ışığında medyanın rolüne ilişkin farkındalık düzeyini şu yollarla araştırmayı amaçlamaktadır:

- Medyanın Covid-19 virüsünün tehlikeleri konusunda farkındalık yaratmaya katkısının kapsamına ışık tutmak.
- Irak'taki virüs risklerinin farkındalık derecelerinde cinsiyet değişkenine ilişkin farklılıkları ortaya çıkarmak.
- Değişkenlerin kavramlarını ve prosedürel tanımlarını tanımlayın
- Çalışmada aşağıda sonuçlara varıldı
- Irak'ta Covid-19'u önlemenin tehlikeleri ve yöntemleri hakkında kamuoyunu bilinçlendirmede çeşitli medya kuruluşlarının aktif bir rolü var.
- Irak uydu kanalları, kitleleri eğitmek için uzmanlarla yapılan konuşma programları aracılığıyla sağlık bilincini yaymaya çalıştı.
- Sosyal ağ siteleri, bu yollarla başa çıkma kapasiteleri nedeniyle geniş kamu bilincinde aktif bir role sahipti.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, uydu TV, sosyal ağ siteleri, Covid-19, sağlık bilinci.

## SUMMARY

Media is a powerful factor shaping the development of health awareness against the Covid-19 virus outbreak; Under these circumstances, can new media transmit misinformation with the increasing volume of research that closely follows the steps of technological transformations (such as radio, YouTube, television, the Internet and mobile phones) in an attempt to identify the main effects of new media? Is it possible to take advantage of flexible strategies or reasons stemming from their realities? Do these increase public adherence to the safety measures recommended by global health organizations to combat the spread of Covid-19? How can they develop adaptive responses to encourage positive health attitudes and adherence to preventive measures? In the light of the previously proposed and presented ideas about the concept of media, the concept of health awareness and the new Corona virus 2019 concept, the problem of the study can be identified by posing the following problems: In the light of the spread of the (Covid-19) virus in Iraq, the media's health awareness raising and global health crises. Is it possible to guess his positive role in the struggle?

The study aims to investigate the level of awareness of the role of the media in light of the spread of the Covid-19 virus by:

- To shed light on the extent of the media's contribution to raising awareness about the dangers of the Covid-19 virus.
- To reveal the gender variable differences in the awareness levels of virus risks in Iraq.
- Define the concepts and procedural definitions of variables
- The following conclusions were reached in the study.
- Various media organizations have an active role in raising public awareness about the dangers and methods of preventing Covid-19 in Iraq.
- Iraqi satellite channels tried to spread health awareness through talk programs with experts to educate the masses.
- Social networking sites had an active role in broad public awareness due to their capacity to deal with these ways.

**Keywords:** Media, satellite TV, social networking sites, Covid-19, health awareness.



# İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY .....	ii
İÇİNDEKİLER .....	iii
KISALTMALAR.....	vi
TABLOLAR LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
ÖNSÖZ.....	ix
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM ÇALIŞMA METODOLİJİSİ

1.1. Giriş.....	3
1.2. Araştırma Sorunları.....	3
1.3. Hipotezler.....	4
1.4. Tezin Amacı.....	5
1.5. Tezin Önemi ve Çalışma Metodu .....	5
1.6. Tezin Sınırlılıkları .....	6
1.7. Veri Toplama Yöntemi .....	7
1.8. Araştırma Modeli .....	7
1.9. Kavram ve Terimler .....	7
1.9.1. Pandemi.....	7
1.9.2. Covid-19 Virüsü.....	7
1.9.3. Sosyal Medya Kullanımının COVID-19 Salgını Üzerindeki Etkisi .....	18
1.9.4. TV Programlarının COVID-19 Salgını Üzerindeki Etkisi.....	21
1.9.5. COVID-19’la Mücadelede Gazeteciliğin Rolü.....	29

## İKİNCİ BÖLÜM MEDYA KAVRAMI VE GELENEKSEL VE YENİ TÜRLERİ

2.1. Medya Kavramı ve Tanımları .....	31
2.1.1. Medya Kavramı .....	31
2.1.2. Medya Türleri .....	32
2.1.3. Medya İşlevleri .....	34
2.1.4. Medya Araçlarının Etkisi.....	35
2.1.4.1. Medya Teorileri.....	36
2.2. Geleneksel Medya .....	36
2.2.1. Geleneksel Medyanın Tanımı.....	36
2.2.2. Geleneksel Medya İşlevleri .....	36
2.3. Geleneksel Medya Araçları.....	37
2.3.1. Gazeteler (Yazılı Basın) .....	37
2.3.2. Radyo.....	37

2.3.3. Televizyon .....	40
2.3.4. Yeni Medya .....	44
2.4. Yeni Medya Kavramı .....	44
2.5. Yeni Medyanın İsimleri .....	46
2.6. Yeni Medyanın Özellikleri.....	47
2.7. Yeni Medya Araçları.....	47

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **IRAK MEDYASININ COVID-19 İLE MÜCADELEDEKİ ROLÜ**

3.1. Irak Basınının Covid-19 ile Mücadeledeki Rolü .....	54
3.2. Irak Uydu ve Televizyon Kanallarının Covid-19 ile Mücadeledeki Rolü .....	60
3.2.1. Irak'ta Uydu Kanalları .....	61
3.2.1.1. Al-Iraqiya Uydu Kanalı.....	61
3.2.1.2. Alsumaria Uydu Kanalı.....	61
3.2.1.3. Al-Furat Uydu Kanalı .....	61
3.2.1.4. Al-Diyar Uydu Kanalı.....	61
3.2.1.5. Biladiy Uydu Kanalı .....	62
3.2.1.6. Babil Uydu Kanalı.....	62
3.2.1.7. Bağdat Uydu Kanalı.....	62
3.2.1.8. Afak Uydu Kanalı .....	62
3.2.1.9. Al-Hurriya Uydu Kanalı .....	63
3.2.1.10. Al-İttijah Uydu Kanalı .....	63
3.2.1.11. Selahaddin Uydu Kanalı .....	63
3.2.1.12. Al-Masar Uydu Kanalı.....	63
3.2.1.13. Al- Fayhaa Uydu Kanalı .....	64
3.2.1.14. Al-Saharqiya Uydu Kanalı.....	64
3.2.1.15. Al-Rafidain Uydu Kanalı .....	64
3.2.1.16. Al Rasheed Uydu Kanalı.....	64

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **UYGULAMA BÖLÜMÜ**

4.1. Araştırma Metodolojisi .....	71
4.2. Araştırma Topluluğu .....	72
4.3. Araştırma Örneği.....	72
4.4. Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Yöntemler.....	72
4.4.1. Yüzdeler.....	73
4.4.2. Aritmetik Ortalama (Mean).....	73
4.4.3. Standart Sapma .....	73
4.4.4. K2 .....	73
4.5. Çalışma Ölçeğini Oluşturma .....	73
4.6. Çalışma Verilerinin İlk İncelemesi .....	74
4.7. Çalışma Aracının Geçerliliğini ve Güvenilirliğini Test Etmek .....	74

4.7.1. Ölçeğin Stabilite Testi .....	75
4.7.1.1. Kararlılık Testi .....	75
4.7.1.2. İç Tutarlılığın İstikrarı .....	75
4.7.2. Doğrulanmış Çalışma Ölçüm Aracı .....	76
4.7.2.1. Birinci Boyut: Covid-19 Virüsünün Ortaya Çıkması Sırasında Haber Uydusunu İzleme Nedenleri .....	77
4.7.2.2. İkinci Boyut: Covid-19 Virüsünün Ortaya Çıkması Sırasında Sosyal Medyadan Doğrulan Kullarımlar ve Söylentiler .....	77
4.7.2.3. Üçüncü Boyut: Covid-19 Virüsünün Ortaya Çıkması Sırasında Diğer Medya Tarafından Sağlanan İletişim Mesajındaki Nesnel Değerler .....	77
4.8. Anket Analizi .....	78
4.8.2. Ölçek .....	87
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>96</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>98</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>104</b>

## KISALTMALAR

**Covid-19** : Koronavirüs hastalığı 2019

**AG** : Araştırma ve Geliştirme

**ABD** : Amerika Birleşik Devletleri

**TV** : Televizyon

**vb.** : ve benzeri

**vd.** : ve diğerleri



## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Irak'ta yayınlanan günlük ve yerel gazetelerin isimleri.....	59
<b>Tablo 2.</b> Çalışma Boyutlarının Kodlanması.....	74
<b>Tablo 3.</b> Çalışma Değişkenlerinin Normal Dağılımının Sonuçları.....	74
<b>Tablo 4.</b> Değişkenler Arasındaki Kararlılık Katsayıları .....	75
<b>Tablo 5.</b> Çalışma ölçümleri için Cronbach alfa katsayıları.....	75
<b>Tablo 6.</b> Form Uydurma Kriterleri.....	77
<b>Tablo 7.</b> Form Uydurma Kriterleri.....	77
<b>Tablo 8.</b> Form Uydurma Kriterleri.....	77
<b>Tablo 9.</b> Örneklemin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	78
<b>Tablo 10.</b> Cinsiyete göre yaş.....	78
<b>Tablo 11.</b> Cinsiyete göre akademik yeterlilik .....	79
<b>Tablo 12.</b> Katılımcıların uydu haber kanallarını izlemeyle ilgili yanıtları .....	79
<b>Tablo 13.</b> Cinsiyet ile uydu haber kanallarını izleme arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri .....	81
<b>Tablo 14.</b> COVID-19 ortaya çıkmadan önce kanalların izlenen saat sayısı .....	82
<b>Tablo 15.</b> Cinsiyet ile Covid-19 salgını öncesinde uydu haber kanallarını izlediğiniz saat sayısı arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri .....	82
<b>Tablo 16.</b> Haber Takibi Türü .....	83
<b>Tablo 17.</b> Cinsiyet ile uydu haber kanallarının türü arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri .....	84
<b>Tablo 18.</b> karantina sırasında uydu kanallarının izlenme saati sayısı .....	84
<b>Tablo 19.</b> Cinsiyet ile karantina sırasında uydu haber kanallarını izleme saati sayısı arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri .....	85
<b>Tablo 20.</b> Covid-19 salgını haberini bilmek için takip programlarının türü.....	86
<b>Tablo 21.</b> cinsiyet ile tercih edilen haber programlarının türü arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri .....	86
<b>Tablo 22.</b> Örnek üyelerin Covid-19 virüsü salgını sırasında haber uydusunu izleme gerekçelerine ilişkin yanıtları.....	87
<b>Tablo 23.</b> Örnek üyelerin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal medya sitelerinden doğrulanan kullanımlar ve söylentilere ilişkin yanıtları.....	90
<b>Tablo 24.</b> Örnek üyelerin virüsün ortaya çıkması sırasında medyaya verdiğimiz iletişim mesajındaki nesnel değerlere ilişkin yanıtları .....	93

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.</b>	Cinsiyete göre yaş.....	78
<b>Şekil 2.</b>	Cinsiyete göre akademik yeterlilik .....	79
<b>Şekil 3.</b>	Katılımcıların uydu haber kanallarını izlemeyle ilgili yanıtları .....	80
<b>Şekil 4.</b>	Cinsiyet ile uydu haber kanallarını izleme arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri .....	81
<b>Şekil 5.</b>	COVID-19 ortaya çıkmadan önce kanalların izlenen saat sayısı .....	82
<b>Şekil 6.</b>	Haber türü takibi.....	83
<b>Şekil 7.</b>	karantina sırasında uydu kanallarının izlenme saati sayısı .....	85
<b>Şekil 8.</b>	Covid-19 salgını haberini bilmek için takip programlarının türü.....	86
<b>Şekil 9.</b>	Katılımcıların Covid-19 virüsü salgını sırasında haber kanalını izleme gerekçelerine verdikleri yanıtlar. ....	90
<b>Şekil 10.</b>	Örnek üyelerin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal paylaşım sitelerinden doğrulanan kullanımlar ve söylentiler hakkındaki yanıtları. ....	91
<b>Şekil 11.</b>	Örnek üyelerin virüsün ortaya çıkması sırasında medyaya verdiğimiz iletişim mesajındaki nesnel değerlere ilişkin cevapları .....	94

## ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasının amacı, geleneksel ve yeni medya olarak tanımlanmış iletişim ortamlarının yapısını ortaya koymak ve habercilikte yeni medyayı geçiş süreci açısından değerlendirmektir. Yüksek Lisans öğrenimim sırasında ve tez çalışmalarım boyunca mesleki bilgi ve birikimlerini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU'ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca çalışmamın yürütülmesi esnasında destek ve sabırlarını esirgemeyen aileme ve arkadaşlarıma; candan teşekkürlerimi sunuyorum.



## GİRİŞ

Gerçek medya pek çok olayda çok önemli bir rol oynar, çünkü toplumları ilgilendiren konuları ele alır ve toplumlarda iyi performans göstermeye ve profesyonel standartlara göre onlarla ilgilenmeye çalışır, bir yandan gerçeğe karşı adaletle ilgilenmeye istekli ve öte yandan insanların uğraşlarıyla ve alanlarına hizmet eder, bu nedenle, toplumların karşılaştığı çeşitli krizleri ele alırken her zaman en önde buluyoruz.

Covid-19 virüsünün aniden ortaya çıkması ve henüz durdurulmayan bu pandeminin kurbanlarının hızlanması medyayı tıpkı doktorların taşıdığı gibi sorumluluk üstlenmeye sevk etti, nitekim tüm dünyanın içinden geçtiği bu zor koşullarda rolü büyüktür, medyanın rolü, toplumları sahnenin ciddiyeti ve olup bitenlerin gerçeği konusunda uyarması ve bu bir korku ve endişe hali yaratacak olsa bile mağdur sayısını bütünlük içinde iletmesi açısından önemlidir, bu çok önemli ve daha sonra olumlu bir şekilde yansıyacak.

Covid-19 karşısında Irak medyası Corona kriziyle yüzleşmede önemli bir rol oynadı ve medyadaki krizi tüm profesyonellikle yönetmede büyük ve çok önemli bir rol oynadı. Bu vatandaşa verdiği bilgiler, haberler ve basın açıklamaları aracılığıyla, güvenilirlik, şeffaflık, açıklık, doğruluk ve pürüzsüzlükle temsil edilen ve zaman zaman kendiliğinden oluşan önemli bir rolü vardır.

Medyanın salgınla mücadelede bir silahı olarak doğru bilginin öneminin ifadesi, medyanın şüpheye veya kafa karışıklığına yer bırakmamak için bilgi ve haberleri belgelemek için her zaman güvenmesi gereken güvenilir kaynaklar vardır.

Medyanın salgınla mücadelede bir silahı olarak doğru bilginin öneminin ifadesi, medyanın şüpheye veya kafa karışıklığına yer bırakmamak için bilgi ve haberleri belgelemek için her zaman güvenmesi gereken güvenilir kaynaklar vardır. Medyanın, virüsle ilgili gerçekleri hastaneler ve uzman kurumlar ve Dünya Sağlık Örgütü gibi gerçek kaynaklarından aktarmaya katkısının yanı sıra bazı medya kuruluşları ve sosyal medya sayfaları tarafından yayılan yanıltıcı haber ve söylentiler tehlikesi gibi.

Irak medyası, yeni medya (Facebook) aracılığıyla kendilerine sahnede bir yer bulmaya çalışırken bulduğumuz tüm söylentileri çürütmeyi başardı. Medya da bu kriz



sırasında tüm yabancı gündemleri ve Corona kriziyle yüzleşmek için büyük çaba gösteren tüm ulusal çabaları çarpıtmış herkesi dizginlemeyi başardı.

Hepsi millete ve vatandaşa hizmet eden, resmi ve yarı resmi medya da, ister okur ister dinleyici ister izleyici olsun vatandaşa, istasyonları, kanalları ve bir kısmı web siteleri aracılığıyla meydana gelen tüm haber ve olayları takip ettirerek, kendisi ile vatandaş arasında güven inşa etmeyi başarmıştır.. Sonuç olarak, sözde "yurttaş gazeteci" nin, özellikle de pasif olanın rolü, yeni medya aracılığıyla azaltıldı.. Zira bu güven, Irak vatandaşının resmi ve yarı resmi medyadan aldığı bilgilerin olumlu bir alıcısı olmasına ve böylece millete hizmet eden olumlu bir şekilde yeni medyaya (Facebook) aktarılmasına katkıda bulundu.

Çalışma dört bölümden oluştu. İlk bölümde çalışmanın metodolojisi, ikinci bölümde medya kavramı ile geleneksel ve yeni türleri tartışıldı, üçüncü bölümde Irak medyasının Covid-19 virüsü ile mücadeledeki rolü yer alırken, dördüncü bölüm çalışmanın pratik çerçevesini içeriyordu ve sonuç kısmında sonuçlar ve öneriler yer aldı.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## ÇALIŞMA METODOLİJİSİ

### 1.1. Giriş

Koronavirüs, Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıktı. Yangın gibi korkunç bir şekilde bütün dünyaya yayılmasının ardından, son dönemde sonuçları ortaya çıkmaya başladı. Bu durum, dünyanın uluslararası medyalarının güçlü küresel takibini, risk yönetim merkezlerinin ve hastalık ve pandemi ile mücadele kuruluşlarının geniş çaplı ilgisini beraberinde getirdi. Bütün bunlar virüsten korunma ve risklerini azaltıp sınırlandırma konularında toplumsal ve küresel farkındalığı artırmanın gerektiği yönündeki baskıların gölgesinde gerçekleşti.

Korona pandemisinin yayılması; hayatın normal akışının değişmesine ve dünyanın yeni sosyal olgulara evrilmesine katkı sağladı. Bu yeni değişim ve olgular; sosyal bağların ve alışlagelen beşeri oluşumların yapı ve kalitesini etkiledi. Öyleki dünya, bu öldürücü virüsten korunmayı en yüksek seviyede sağlayabilme amacıyla, sosyal mesafe ve modern teknolojik araçlarla iletişim politikasına yöneldi. Medya, sosyal eğilimleri inşa etmede ve küresel salgının yayılmasını önlemede insanlığı doğru ve güvenilir yön ve yöntemlere yönlendirmede çok önemli bir role sahiptirler. Medya, halkların aynası olma ve toplumların eğilimleri konusunda ana etken haline gelmiştir. Medya; toplumların, sosyal ve siyasal konularda bilincinin oluşmasında bilgi kaynağı sayılır. İnsan ve toplumsal düşüncenin hareket etmesine katkı sağlar. Medya, toplumların yönlendirilmesi ve insanlığın davranışlarının yüceltilmesi, anlayış ve bilgisinin karşılıklı kazanılması ve onlardan etkileşilmesi konularında uluslararası etkiye sahiptir. Toplumlar, yeni yöneliş ve eğilimleri sosyal değişimler doğrultusunda kazanırlar ve ona göre değer düzenlemesine giderler. Bu nedenle, milli kalkınmayı sağlayacak küresel politikaların yasallaştırılmasına dikkat edilip önem verilmelidir. Bu da koronavirüsün yayılma riskinin önüne geçecek korunma tedbirlerini alarak yapılabilir.

### 1.2. Araştırma Sorunları

Koronavirüsün (covid-19) yayılması ile mücadele konusunda sağlık bilinci oluşturma hususunda, medyanın etkin bir güç olduğu kabullenilmiş durumdadır. Bu kabullenilişi, (radyo, youtube, tv, internet, cep telefonu) gibi alanlarda modern

medyanın yakından takip edilen teknolojik değişim adımlarının yanında, sayısı hergün artan araştırmalar eşlik etmektedir. Bu koşullar altında; modern medya, yanlış bilgi aktarabilir mi? Esnek strateji ve sebepler kullanabilir mi? Bu araçlar, Dünya Sağlık Örgütünün COVID-19'un yayılmasını önlemek amacıyla önerdiği doğru ve sağlıklı önlemlere uyulması konusundaki toplumların sorumluluğunu artırabilir mi? Bu araçlar, pozitif sağlık tutumlarını güçlendirmek ve önleyici tedbirlere bağlılığı teşvik etmek için nasıl geliştirebilir? Medya, sağlık bilinci ve koronavirüs kavramları hakkında yukarıda sunulan fikirler ışığında çalışma sorunları, aşağıda ortaya konulan problemler/hipotezler aracılığıyla belirlenebilir:

- Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın olumlu ve pozitif rolüne dikkat çekilebilir mi?
- Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın rolünün; cinsiyet değişkenine göre ( $0.05 \geq \alpha$ ) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları var mı?
- Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın rolünün; yaş aralıkları değişkenine göre ( $0.05 \geq \alpha$ ) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları var mı?
- Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın rolünün; meslek değişkenine göre ( $0.05 \geq \alpha$ ) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları var mı?

### 1.3. Hipotezler

Teorik literatürde yer alan konumundan hareketle aşağıdaki hipotezler ortaya konulmuştur:

Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın olumlu ve pozitif rolüne dikkat çekilebilir.

Hp1: Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın rolünün;

cinsiyet değişkenine göre ( $0.05 \geq \alpha$ ) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları vardır.

Hp2: Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın rolünün; yaş aralıkları değişkenine göre ( $0.05 \geq \alpha$ ) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları vardır.

Hp3:Irak'ta (Covid-19) virüsünün yayılmasının gölgesinde; sağlık bilincinin oluşturulmasında ve küresel sağlık krizleri ile mücadele konusunda medyanın rolünün; meslek değişkenine göre ( $0.05 \geq \alpha$ ) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları vardır.

#### **1.4. Tezin Amacı**

Tezin en önemli amacı; koronavirüsün yayılmasının gölgesinde, farkındalık yaratılmasında medyanın rolü konusunun araştırılmasıdır. Bu araştırma aşağıda belirtilenler ele alınarak gerçekleştirilecektir:

- Medyanın, (Covid-19) virüsünün riskleri konusunda farkındalığın artırılmasındaki katkı düzeyine ışık tutarak,
- Irak'taki virüs risklerinin farkındalık seviyesinde, cinsiyet değişkeni ile ilgili farklılıkları ortaya çıkararak,
- Değişkenlerin kavram ve prosedürel tanımlarını yaparak,

Prosedürel: Bu, sağlık bilincini yükseltmek amacıyla, medyada sunulan farkındalık yaratma meteryalleri aracılığıyla vatandaşların yönelişlerini etkileyebilme gücüdür.

#### **1.5. Tezin Önemi ve Çalışma Metodu**

Tezin önemi; Irak'ta korona salgını ile mücadelede medyanın rolünü; virüsün riskleri ve ondan korunma yolları ve kriz masası ve sunduğu önerileri dikkate alarak virüsle mücadele yolları konusunda vatandaşlara sunduğu açıklamaları ortaya çıkarmada yatmaktadır. Bununla birlikte, tezin önemi, virüse maruz kalmadan bu krizi sağlıklı olarak atlatabilme adına medyanın vatandaşlara sağladığı yardımı ortaya çıkarmada yatmaktadır.

Eşi görülmemiş korona salgını kendi önemini medya gündemine dayattı ve ana konular etrafında dönen ardışık haberleri ile farklı oranlarda en geniş alanı meşgul etti.

Geleneksel medya türünün farklı platformları; saygın ve kapsamlı bir bilgi kaynağı iken, halkın internet ağına kısmi göçünün ardından, yeni "koronavirüs" (Covid-19), geleneksel medyanın itibar ve saygınlığını tekrar geri getirdi. Ancak bununla birlikte, dünyanın şu ana kadar hala salgının hızla yayılan sonuçlarıyla boğuştuğu anda bile, medyanın pandemiyle ilgili söylem tarzı, onun dengeli bir meydan okuyuşunda gizlidir.

Medya; yüzleşme stratejisinin önemli bir bileşeni, hükümet ve halk arasında canlı bir köprü ve kamu yönelişleri ve fikir oluşumu konusunda önemli bir etken konumundadır. Medyanın kriz yönetimindeki deneyimine rağmen; Çin'in Wuhan şehrinde 2019 Aralık ayında tespit edildiği günden bu yana korona dönemindeki medya manzaraları, yayılma dönemi öncesine göre farklılık göstermektedir. Virüs, kâğıt medyanın/gazetelerin yayınlanma gücünü felç etmesinin ardından, özellikle görsel ve işitsel medya önceki birikmiş ağır kriz dönemine geri göndü. Ancak bu medya, koranaya karşı meydan savaşına girmek için "sosyal medya" adı verilen yeni medya araçlarını ve modern iletişim tekniklerini kullanmaya başladı.

Virüsün, küreselliği sona erdirdiğine dair derin tartışmaların yaşandığı bir ortamda, devletin önleyici tedbirleri, sağlık hizmet sistemleri ve ulusaldevletin içe dönük konumunu güçlendirme yönündeki eğilimleri ile alakalı konular başta olmak üzere; medyanın krizle mücadelede bilgi alışverişi aynı tonda ilerlememiştir. Medyanın, dünyanın dörtbir tarafında çok sayıda kurban aldığı ve almaya devam ettiği ve yaşam alanlarının farklı yerlerinde gölgesini hissettirdiği pandemi ile ilgili sunduğu bilgiler ve "korona" dan sonra yeni dünya düzeni hakkındaki tartışmalarda acele verilen yargılar nedeniyle şu ana kadar virüsü sonsuza kadar ortadan kaldıracak başarılı bir ilaç üretilmeden farklı tarzların belki de birbirine zıt fikirlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

## **1.6. Tezin Sınırlılıkları**

1. Konu:: Tezin konusu; (Irak modelinde koronavirüs ile mücadelede medyanın rolü) Irak'ta korana salgını ile mücadele konusunda medyanın aktif rolünün ve sosyal farkındalık yaratılmasındaki katkısının açıklanması.
2. Yer: Çalışma, Irak Cumhuriyeti sınırları dahilinde araştırılacaktır.

3. Zaman: Tez çalışması için belirlenen süre (nisan - ekim 2020)

### **1.7. Veri Toplama Yöntemi**

Sosyal medya aracılığıyla vatandaşlara elektronik olarak dağıtılan anket benimsenmiştir. Cevapların toplanmasının ardından istatistiksel araçlar kullanılarak istatistiksel olarak analizi gerçekleştirilecektir. Daha sonra sonuçlar, çalışma hipotezlerine ulaşmak amacıyla yorumlanacaktır.

### **1.8. Araştırma Modeli**

Çalışmada, koronanın ortaya çıkış olgusunu açıklamak için tanımlayıcı metodoloji, medya alanı, risk ve kriz yönetimi ile acil durum planlamasında farkındalık yaratmadaki rolü konusunda ise analitik yöntem kullanılacaktır.

### **1.9. Kavram ve Terimler**

#### **1.9.1. Pandemi**

Pandemi, coğrafi konuma göre hastalığın en yüksek yayılma derecesini ifade eder. Öyleki hiçbir bölge, özellikle sağlık örgütü başta olmak üzere uluslararası örgütlerin müdahalesinden uzak kalmaz. Bu durum da koruma işlemlerinin takibi adına ve uluslararası sağlık politikalarının belirlenmesi adına doğrudan veya uluslararası müdahaleyi gerekli kılar. Böyle durumlarda sağlık örgütü, küresel alanda pandemi ile mücadelede yol ve yöntem belirleme en yüksek makam sayılır.

#### **1.9.2. Covid-19 Virüsü**

Covid-19 virüsü; Şiddetli akut solunum sendromu (SARS-Cove-2) ile ilişkili olarak devam eden (Covid-19) virüsü küresel pandemidir. (uluslararası sağlık örgütü) Hastalık ilk defa Çin'in Wuhan kentinde 2019 aralık başlarında yayılmaya başladı.

Uluslararası sağlık örgütü, 30 Ocak'ta; virüs salgınının uluslararası alanda endişeye sevk edecek şekilde sağlık riskleri oluşturduğu yönünde resmi bir açıklama yaptı ve 11 Mart'ta salgının pandemiye dönüştüğünü duyurdu. 20 Ekim 2020 tarihine ulaşıldığında, 188 ülkede 4.39 milyon kişiye (Covid-19) virüsü bulaştığını duyurdu. Bu rakam içerisinde; vefat edenlerin sayısı 1.100.000 ve sağlığına kavuşanların sayısı da 27.1 milyon kişi idi. Pandemi en fazla etkilenen ülkenin ABD olduğu görülmektedir. Zira hastalığa yakalananların dörtte biri orada kaydedildi. Virüs daha

çok; öksürme, hapşırma veya konuşma kaynaklı solunum damlacıkları yoluyla, bireyler arasındaki yakın temas halinde bulaşmaktadır (Centers for Disease Control and Prevention).

Ek: Birçok ülke aynı zamanda hastalarla temas halinde olanları test ve takip etme yöntemlerini geliştirmiştir (Unite against COVID-19).

Salgın, sosyal ve ekonomik küresel büyük zararlara neden oldu. Yaşanan büyük ekonomik durgunluktan bu yana bu kriz en büyük küresel ekonomik durgunluğu içermektedir.

Sportif, dini, politik ve kültürel etkinliklerin ertelenmesine veya iptal edilmesine ek olarak, satın alma paniği nedeniyle malzeme ve ekipman kıtlığına neden olmuş ve kirletici madde ve sera gazının düşmesine etkili olmuştur. Pandemi nedeniyle 190 ülkede okullar, üniversiteler, kapanmış ve dünyada öğrencilerin %73.5'i bundan etkilenmiştir. İnternette, virüsle ilgili yanlış bilgiler yayıldı. Çinlilere, Çinli olarak algılananlara veya enfeksiyon oranlarının yüksek olduğu bölgelerden olan kişilere karşı yabancı düşmanlığı ve ırk ayrımcılığı vakaları ortaya çıktı.

Yetkililer tarafından empoze edilen karantina nedeniyle işlerin aksaması, üniversitelerin ve okulların tatil edilmesi nedeniyle salgının Irak toplumunun ekonomik durumunu büyük ölçüde etkiledi, sosyal hayatta, toplumda şiddetin artmasına neden oldu ve karantina dönemleri Irak'ta çok sayıda toplumsal şiddet suçuna sebep olduğu da dikkatleri çekiyor.

31 Aralık 2019'da, Çin'deki sağlık yetkilileri tarafından, Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) gönderilen raporlar, Hubei Eyaletindeki Wuhan kentinde sebebi bilinmeyen aynı viral akciğer enfeksiyonlarından oluşan bir hasta grubu olduğunu bildirdi. Araştırmalar Ocak 2020'nin başlarında başladı.

Dünya Sağlık Örgütü, 30 Ocak'ta, virüs salgınının uluslararası öneme haiz bir halk sağlığı acil durumu oluşturduğunu resmen ilan etti (PHEIC). Bununla eşzamanlı olarak aynı gün dünya çapında dünya Sağlık Örgütünün kontrolü altındaki altı bölgeden beşinde yer alan 19 ülkede, 7.818 hastanın bulunduğunu teyit etti.

İlk ortaya çıkan vakaların, Wuhan kentindeki Deniz Ürünleri Toptancı Pazarı ile bağlantılı olmasından dolayı virüsün hayvan, kaynaklı olduğuna inanılmaktadır. Salgına neden olan virüs, SARS-Cove-2 olarak bilinmektedir. Virüs, yeni keşfedilmiş

olup yarasalarda ve pullu karıncayıyen hayvanlarda bulunan koronavirüs ile yakından ilgili bir virüstür.

Bu koronavirüs, ciddi akut solunum sendromu ile ilişkili Corona virüsü tipidir. Şu anda bilimsel ortak kanaat, Covid-19'un doğal kökeni konusundadır. İlk semptomlar, ilk tanının konulduğu bir hastada 1 Aralık 2019'da kaydedildi, Bu hasta ile daha sonra Wuhan Deniz Ürünleri Pazarı'nda toplu halde ortaya çıkan hastalar arasında net bir bağlantı bulunamadı. Bununla birlikte, bu ay içerisinde bildirilen hastaların üçte ikisinin pazarla ilişkisi olduğunu gösteren kanıtlar bulundu.

Vaka sayısı, COVID-19 testi yapılan ve resmi protokollere göre sonuçları 29 Nisan'a kadar pozitif çıkan kişi sayısını göstermektedir. Test verilerini yayınlayan ülkelerin, bu verilerinden, hasta sayısının nüfuslarının %1,4'üne karşılık geldiği görülmektedir. Hiçbir ülke, nüfusunun %1,4'ünden fazlasına denk gelen örnekleri test ettiğini bildirmemiştir. Pek çok ülke, - erken dönemde - hafif semptomları olanları test etmemek üzere resmi bir politika izlemiştir. 23 Ocağa kadar, salgının ilk aşama analizinde, COVID-19 vakalarının %86'sının tespit edilmediği yönündedir. Ve bu belgelenmemiş hastalar, sonradan belgelenen vakaların %79'unun kaynağı oldu. Çeşitli yöntemler kullanan diğer birçok çalışma, birçok ülkedeki enfeksiyon sayısının muhtemelen bildirilen vakalardan çok daha fazla olduğunu tahmin etmektedir.

9 Nisan 2020'de ortaya çıkan ön sonuçlar; Gangel'te (Almanya'daki ana enfeksiyon grubunun merkezi) test edilen kişilerin %15'inin pozitif antikor sonuçları gösterdiğini ortaya koydu. (yani, daha önce hastalığa yakalanmış olduklarını gösterdi).

New York kentinde hamile kadınlara ve Hollanda'da kan bağışçılarında yapılan COVID-19 testi; bildirilenden daha fazla enfeksiyona işaret edebilecek pozitif antikorların varlığına işaret etmektedir.

Bununla birlikte, bu antikor taramaları; testleri yapılacak gönüllülerin seçim önyargısı ve bazen de ortaya çıkan yanlış pozitifler testler nedeniyle güvenilir olmayabilir. Gangel'te çalışmasında olduğu gibi, bazı sonuçlar, herhangi bir ön incelemeden geçmeden önemli ölçüde basında yer almıştır (Vogel, 2020).

Çin'de yaşa göre yapılan analizler, 20 yaşın altındaki bireylerde vaka oranının nispeten daha düşük olduğunu göstermektedir. Bunun nedeni, gençlerin enfeksiyon kapma olasılığının daha düşük olması mı, yoksa riskli semptomlara maruz kalma ve tıbbi bakım isteme ve test etme olasılığının düşük olması mı olduğu net değildir. Çin'de



yapılan geriye dönük bir takip araştırması, çocukların da yetişkinler kadar enfeksiyona duyarlı olduklarını ortaya koydu.

En çok test yapan ülkeler, -vfat sayısına göre- en büyük nüfusa kıyasla, vakalarda daha küçük yaş dağılımına sahiptir.

Ocak ayında COVID-19'un birincil üreme sayısı (R0) ilk tahminleri, 1,4 ile 2,5 arasında idi. Ancak daha sonraki bir analiz, R0'ın popülasyon değerlerinin nüfusa göre değişebileceğinin ve bu değişkenliğin 5,7 (3,8 ila 8,9 arasında değişebilen %95 güven aralığı) civarında olabileceği bu nedenle de bunun, sosyal mesafe ve sürü bağışıklığı gibi etkiler hesaba katılarak elde edilen etkili üreme sayısı (yaygın olarak R olarak bilinir) ile karıştırılmaması gerektiği sonucuna varmıştır. Mayıs 2020 ortalarından itibaren, efektif R, birçok ülkede 1.0'a yakın veya bunun altında çıkmaya başlamıştır. Bu da, hastalığın bu bölgelerde yayılma hızının stabilize olduğu veya azaldığı anlamına gelmektedir (<https://www.worldometers.info/coronavirus/coronavirus-cases/#recovered>)

Covid-19'a yakalanan insanların çoğu iyileşmektedir. Semptomların başlangıcı ile ölüm arasındaki süre genellikle 6 ila 41 gün arasında değişmekte olup, bu süre genellikle yaklaşık 14 gündür. 14 Mayıs 2020 itibariyle yaklaşık 297.000 ölüm vakasının nedeni COVID-19'a bağlandı. Çin'de - 5 Şubat itibariyle - ölümlerin yaklaşık %80'i, 60 yaşın üzerindekilerde kaydedildi. Bunların %75'i kalp hastalıkları, damar hastalıkları ve diyabet gibi, önceden var olan sağlık sorunlarından şikayetçi idiler. Doğrulan ilk ölüm hadisesi, 9 Ocak 2020'de Wuhan'da gerçekleşti. Çin dışındaki ilk ölüm 1 Şubat'ta Filipinler'de meydana geldi. Asya dışındaki ilk ölüm 14 Şubat'ta Fransa'da oldu. COVID-19 kaynaklı resmi ölümler, genellikle protokollere göre test sonuçları pozitif olarak elde edilmesinin ardından gerçekleşmiş olduğunu göstermektedir. Ancak bu tespitler, evlerinde veya bakımevlerinde test yapılmadan ölen insanları içermeyebilir. Tam tersine, gizli vakalardan şikayetçi olan insanların ölümleri aşırı rakamlara yol açabilir. Tüm nedenlere bağlı ölüm istatistiklerinin mevsimsel ortalamayla karşılaştırılması, birçok ülkede ölüm oranlarında bir artış olduğunu göstermektedir. Ve salgından en çok etkilenen bölgelerdeki ölüm oranları, ortalamanın birkaç kat üstündedir.

Ölümler; New York'ta ortalamanın dört katı üstünde, Paris'te ise iki kat daha yüksekti. Birçok Avrupa ülkesinde ölümler, normal ortalamadan %20 ile %30 oranında daha yüksektir.

Ortalamanın üstünde gerçekleşen bu aşırı ölümlerin nedeni, sağlık hizmetleri sistemlerinde yaşanan yoğunluk ve elektif (soğuk) cerrahinin durmasından kaynaklı olabilir. Ölüm oranını belirlemek için çeşitli ölçütler kullanılır. Bu sayılar bölgeye göre değişir ve yaş, cinsiyet ve genel sağlık gibi nüfus özelliklerine ek olarak test sayısı, sağlık hizmetleri sisteminin kalitesi, tedavi seçenekleri ve ilk salgından bu yana geçen süre gibi farklı etkenlerden etkilenir.

Belçika gibi bazı ülkeler, kişinin test edilip edilmediğine bakılmaksızın, COVID-19 şüphesi ile gerçekleşen ölüm vakalarını da bu bağlamda kaydetmektedir. Bu durum da sadece testlerle doğrulanmış vakaların kaydedildiği ülkelere kıyasla bu ülkelerdeki vaka sayısının artmasına neden olmuştur.

Vakalardan kaynaklı ölüm oranı, Covid-19'a atfedilen ölüm sayısının belirli bir zaman diliminde teşhis edilen vaka sayısına bölünmesiyle elde edilir. Johns Hopkins Üniversitesi istatistiklerine göre, 14 Mayıs 2020 itibarıyla vaka başına küresel ölüm oranı %6,8'dir (4.371.611 vaka için 297.682 ölüm) Sayı bölgeye göre değişiklik göstermektedir.

Diğer önlemler, hastalık teşhisi konan ve bu nedenle vefat edenlerin yüzdesini yansıtan vaka ölüm oranını (CFR) ve hastalıktan ölen enfekte kişilerin (teşhis edilen ve teşhis edilmeyen) yüzdesini yansıtan Enfeksiyon Ölüm Oranını (IFR) içerir.

Bu istatistiklerin; zaman sınırlaması ve enfeksiyona maruz kalan belirli bir popülasyonları izlemesi söz konusu değildir.

(World in Data) Merkezi, 25 Mart 2020'ye kadar IFR'nin titiz hesaplanmadığını belirtmektedir. Zira ne toplam vaka sayısı ne de toplam ölüm sayısı bilinmemektedir.

Hastalık Modelleme Enstitüsü, Şubat ayında, Çin'den alınan verilere dayanarak IFR oranını %0,94 (%95 güven aralığı 0,37-2,9) olarak varsaymıştır.

Oxford Üniversitesi'nin Kanıtı Dayalı Tıp Merkezi, küresel CFR oranını %0,82 ve IFR oranını %0,1'den %0,41'e çıkardı ve bunun demografik farklılıklar nedeniyle popülasyonlar arasında değişiklik göstereceğini kabul etti (Nicholson, 2020).

Irak'ta akut enfeksiyon sayısının komşu ülkelere göre az olduğu, ölüm vakalarının daha çok yaşlılar ve kronik hastalarda olduğu görüldü.

Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020'de "salgının kontrol altına alınabileceğini ancak pandeminin zirvesi ve son süresi belirsizdir ve bölgeye göre değişebilir" açıklamasını yaptı.

Pennsylvania Eyalet Üniversitesi'nden Maciej Bonnie şunları söyledi: "Kontrolsüz kalan bulaşıcı hastalıklar genellikle bir trombosit kalıbı bırakır ve daha sonra, hastalık mevcut konakçıların / bulaşıcıların tükenmesiyle azalmaya başlar. Ancak şu anda bunun ne zaman olacağına dair mantıklı bir tahmin yapmak neredeyse imkansızdır."

Londra İmparatorluk Fakültesinde, Neil Ferguson liderliğinde yapılan bir araştırma, "fiziksel mesafenin ve diğer önlemlerin bir aşı bulunana kadar gerekli olduğunu belirtti. Bu sürenin 18 ay veya daha fazla olabileceğini belirtti."

Vanderbilt Üniversitesi'nden Said William Schaffner şöyle dedi: "Koronavirüs kolayca bulaşmaktadır ve her yıl tekrarlanan mevsimsel bir hastalığa dönüşebilir. Geri dönüş gücü, sürü bağışıklığına ve virüs mutasyonunun boyutuna bağlıdır." (<https://www.worldometers.info/coronavirus/coronavirus-cases/#recovered>).

Kuluçka süresi (enfeksiyon ile semptomların başlangıcı arasındaki süre) 1 ila 14 gün arasında değişir. Bununla birlikte, vakaların çoğunun beş günlük bir kuluçka süresi vardı. Kuluçka süresi, 27 gün olan tek bir vaka kaydedildi. COVID-19 semptomları nispeten spesifik olmayabilir ve birçok enfekte insan asemptomatik olabilir. En yaygın semptomlar ateş (%88) ve kuru öksürüktür (%68). Daha az görülen semptomlar arasında yorgunluk, solunum yollarında balgam, koku alma duyusu kaybı, tat duyusu kaybı, nefes darlığı, kas ve eklem ağrısı, boğaz ağrısı, baş ağrısı, titreme, kusma, hemoptizi ve ishal bulunur. Beş kişiden birinde hastalık tehlikeli bir aşamaya ilerler. Hastada nefes darlığı ilerler. Acil semptomlar arasında nefes alma güçlüğü, göğüste sürekli ağrı veya basınç, uyanmada zorluk, yüzde veya dudaklarda morluk yer alır. Yukarıdaki belirtilerin ortaya çıkması halinde derhal tıbbi gözetim sağlanması önerilmektedir. Hastalığın ilerlemesi; pnömoni, akut solunum sıkıntısı sendromu, septik şok ve akut böbrek yetmezliği gibi komplikasyonlara yol açabilir (Scott, 2020).

Covid-19 yeni bir hastalık olup bulaşma detayları hala araştırılmakta ve incelenmektedir. Öksürme veya konuşma sırasında üretilen ve diğer insanların iki

metre (alt sınır) mesafeden soludukları küçük damlacıklar yoluyla etkili ve sürdürülebilir bir şekilde yayılır. Yayılması gripten daha kolay, ancak kızamık kadar hızlı değildir. Kirlenmiş damlacıklar nispeten ağırdırlar ve genellikle diğer yüzeylere yerleşirler. Bu virüs hava yoluyla uzak mesafeden bulaşmamaktadır. Yüksek sesle konuşmak, normal konuşmaya göre damlacıkların daha fazla yayılmasına neden olur.

Singapur'da yapılan bir araştırma, ağız kapatmadan öksürmenin damlacıkların 4,5 metreye (15 adım) kadar yayılmasına neden olabileceğini ortaya koydu. Mart 2020'de yayınlanan bir makalede, damlacık difüzyon mesafesi ile ilgili tavsiyenin, 1930'larda yapılan araştırmalara dayanabileceğini ve bu araştırmaların, ılık ve nemli havaya maruz kalan öksürük veya hapşırığın 8,2 metreye (27 adım) kadar yayılabildiği gerçeğini gözardı etmiş olabileceğini belirtmiştir. Hafif veya spesifik olmayan semptomlar da dahil olmak üzere hastalık, semptomlar ilk ortaya çıktığında, daha bulaşıcıdır. Ancak virüs, semptomlar ortaya çıkmadan iki gün önce de bulaşıcı olabilir. (önceki bulaşıcılık durumu semptomlar ortaya çıktıktan sonradır) Orta dereceli vakalarda 7-12 gün ağır vakalarda ortalama iki hafta bulaştırıcı olarak kalabilirler. Bazı insanlar, semptomlar görünmeden iyileşebilirler ancak bu konuda şüpheler olmasına rağmen bu tarz insanlar Covid-19'u yayabilirler.

Bir çalışma, viral yükün semptomların başlangıcında en yüksek seviyede olduğunu, bu nedenle semptomlar ortaya çıkmadan önce zirve yapabileceğini ortaya koydu.

Kirlenmiş damlacıklar zemine veya yüzeylere yerleştiğinde, insanlar kirli yüzeylere dokunur ve sonra da ellerini yıkamadan gözlere, ağza veya buruna dokunursa, daha az seviyede de olsa bulaşıcı olmaya devam edebilirler. Yüzeylerdeki aktif virüs miktarı, zamanla azalır ve bulaşıcılık özelliğini kaybeder. Virüsün yayıldığı temel aracın yüzeyler olmadığına inanılmaktadır. Virüsün bulaşabilmesi için yüzeylerde bulunması gereken virüs miktarı bilinmemektedir. Ancak bakır yüzeylerde dört saate, kartonda bir güne ve plastik (polipropilen) paslanmaz çelikte üç güne kadar bulunabileceği öngörülmektedir.

Ellerde, insan vücudunun dışında veya yüzeylerde bulunan virüsün, öldürücü ev tipi dezenfektanlarla dezenfekte edilmesi kolaydır. Dezenfektanlar veya beyazlatıcılar, Covid-19 hastalığının tedavisi için bir ilaç değildir ve insan vücudunun içinde

uygulanması gibi yanlış kullanılmaları halinde, sağlık sorunlarına neden olurlar. Balgam ve tükürük büyük miktarda virüs taşır.

Covid-19 cinsel yolla bulaşan hastalık olarak kabul edilmese de, öpüşme, yakın temas ve fekal-oral yollarının virüsü bulaştırdığından şüphelenilmektedir. Bazı tıbbi işlemler, solunum damlacıkları üretir ve virüsün normalden daha kolay yayılmasına neden olur.

Şubat 2020'de Çin'de, enfekte olan her kişinin, ortalama iki buçuk kişiyi enfekte ettiği tahmin edilmiştir. (buna, "R0":temel üreme numarası denir)

Şiddetli akut solunum sendromu veya SARS-CoV-2 (İngilizce: SARS-CoV-2) ile ilişkili Corona virüsü 2, yeni bir virüs olup, ilk olarak, Wuhan'da sert akut solunum yolu hastalığı vakasıyla ilişkili üç kişiden izole edilmiştir. SARS-Cove-2 virüsünün tüm özellikleri, koronavirüs grubu ile aynı özellikleri gösterir. SARS-Cove-2 virüsü, SARS-Cove -1 virüsü ile yakından ilgilidir. Bu hastalığın hayvan kaynaklı olduğuna inanılmaktadır. SARS-Cove-2 virüsünün özellikleri; beta corona virüsü ile genetik ortak özelliklere sahip olup tüm genom seviyesinde, %96 yarası corona virüsü ve %92 de karınca yiyen hayvan corona virüsü ile eşleşmektedir. SARS-CoV-2, SARS-CoV'nin orijinal versiyonu ile yakından ilgili olup onun hayvan kaynaklı bir hastalık olduğuna inanılmaktadır. Genetik analizler, yarasadan türetilen iki suş ile SARS corona virüsü cinsinin B suşunda beta corona virüs türleri ile corona virüsü gruplarının oluşumunu göstermiştir.

Bu virüs, yarasalarda bulunan tüm genetik koronavirüs (BatCov RaTG13 şubat 2020) örnekleri ile %96 oranında aynıdır.

Çinli araştırmacılar, pangolinlerde tespit edilen virüsler ile insanlarda bulunan virüsler arasında, belirli bir genotip dizisinde yalnızca bir amino asitte fark olduğunu tespit etmişlerdir. Bu durum da pullu karıncayiyenin ara konakçı olabileceği anlamına gelmektedir (Allington vd., 2020).

COVID-19 hastalığı, semptomlara göre geçici olarak teşhis edilebilir. Teşhis, enfekte sekresyonların transkriptaz polimeraz zincir reaksiyonu (RT-PCR) (Kantitatif Revers-Transkriptaz Polimeraz Zincir Reaksiyonu) testi ile veya bir göğüs BT taraması kullanılarak doğrulanır.

Mevcut şiddetli akut solunum sendromu koronavirüs 2 enfeksiyonu için standart test kullanır. Bu test, başka yöntem bulunmasına rağmen, nazofaringeal çubukla

toplanan solunum salgularındaki RNA'nın incelenmesi yoluyla yapılır. Bu test, viral RNA parçalarının varlığının tespiti için, anlık ters transkriptaz PCR kullanır.

Bazı laboratuvar ve şirketler, enfeksiyona karşı vücudun salgıladığı antikorların varlığını tespit eden serolojik testler geliştirmektedirler. 6 Nisan 2020 itibariyle, bu testlerin hiçbirisi kullanım için henüz onaylanmamıştır (Scott, 2020).

Uluslararası kuruluşlar, hükümetler, sosyal medya teknolojisi şirketleri ve büyük bilimsel kuruluşlar, COVID-19 salgınına karşı etkileşimleri dikkat çekici ve küresel anlamda olmuştur.

Birleşmiş Milletler, Birleşmiş Milletlerin güncel (COVID-19) virüsü bilgilerine erişebilmesi için bir portal oluşturmuştur (United Nations). Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suçla mücadele Ofisi, yıkıcı elektronik mercilerin, internet ve hastanelerde olası kötüye kullanımlardan çocukları korumak için siber güvenliği artırmaya yönelik materyaller yayınlamıştır.

Irak'taki Covid-19 Kriz Heyeti, halkı potansiyel riskler hakkında eğitmek için çeşitli medya kuruluşlarını kullanarak dolaşım, tavsiye ve rehberlik yoluyla sosyal mesafeyi empoze etmek de dahil olmak üzere pandemiyle yüzleşmek için hızlı ve etkili önlemler aldı.

Birleşmiş Milletler Bilgi ve İletişim Teknolojileri Ofisi, alışlagelen ve daha güvenli çalışma ortamlarından uzakta çalışanlar için, güvenli web seminerleri düzenlemiştir. Bununla birlikte Dünya Sağlık Örgütü, hatalı verileri ortaya çıkarmak için "Efsane Avcıları" adlı bir portal başlatmıştır (World Health Organization).

Dünya Sağlık Örgütü Risk İletişim Grubu, sağlık bilgilerini belirli hedef gruplarla paylaşmak için Dünya Sağlık Örgütü Epidemiyoloji Bilgi Ağını kurmuştur (Zarocostas, 2020). ABD Hastalıkla Mücadele ve Kontrol Merkezleri (CDC), COVID-19 ile ilgili güncel bilgi ve haberlere ulaşılabilmesi için bir web sitesi oluşturdu. Burada, "Söylentilerin yayılmasını durdurun: Virüsle ilgili gerçekleri öğrenin" şeklinde başlayan günlük yaşamda COVID-19 ile başa çıkmak için gerekli olan net beş konunun bulunduğu bir sayfa yer almaktadır (Centers for Disease Control and Prevention).

İşitsel, yazılı, görsel ve elektronik medya, koronavirüs'ün ilk ortaya çıktığı ve yayılmaya başladığı günden bu yana yapılan her türlü araştırma ve analizi atlamadan hepsini yayınlamıştır.

Medyanın tarihinde eşi görülmemiş bu istisnai çaba, konu birliği ve ona olan ilgi açısından ortak bir payda oluşturmuştur. Bu durum, ister kamu, ister özel olsun; dilleri, siyasi geçmişleri, coğrafi konumları ve stratejileri ne olursa olsun tüm medya gruplarını bu konu etrafında bir araya getirmiştir.

Irak medyası bütünüyle, pandemi riskleri hakkında halka bilgi vermek için gönüllü ve interaktif bir şekilde çalıştı, reklam ve farkındalık sürecinde, Kriz Heyeti'nin görevi yerine getirmesinde aktif bir rol oynadı.

Yakın zamana kadar, yani; salgın yaklaşık altı ay önce dünyamıza etkisi altına alana kadar medya, herhangi bir olay karşısında şu veya bu medya kuruluşuna önyargısı veya bağlılığı nedeniyle parçalanabilmekteydi. Ancak Corona salgını şoku, insanları tehdidi ve ayırım gözetmeksizin bulaşması bileşenleri nedeniyle, genel olarak insan bilincinin derinliklerinde yüksek bir çılgılık gibi tezahür etti. Bunun yankısı, Corona ile mücadelenin en önemli kollarından biri olarak özellikle medya kuruluşlarında daha belirgin hale geldi.

Tüm medya kuruluşları; kamuoyu farkındalığını teşvik etmek, zihinleri aydınlatmak, yararlı bilgilerle beslemek ve insan becerilerinin gelişimine katkıda bulunmak ve onlara doğanın riskleri ve salgının yol açtığı tehlikeler, salgın süreci ve gelişim döneminin getirdiği zorluklarla mücadele etmek için; farklı coğrafyada yer alan imkânlarını, fikirlerini, yeteneklerini ve muhabir, spiker, yazar vb. çalışanlarını seferber etti (Kroenke, 2001).

Muhtelif medya kuruluşları, tehlikenin doğası, ciddiyeti ve virüse yakalananlar hakkında, kamuoyunu şeffaf ve net bir şekilde dünyanın dört bir yanında bilgilendirmeye çalıştı.

Bahsi geçen bu medya kuruluşları, koronavirüsün özellikleri, koşulları, boyutları, gidişatı hakkındaki spekülasyonları muhataplarına aktardı. Ayrıca, salgının küresel sahneye yansımaları, bu sahnenin ayrıntılarını ve bunun siyasi, ekonomik, sosyal, etik ve sağlık alanı ile olan etkileşimlerini ve bunun her düzeyde ortaya çıkabilecek sonuç ve gelişmelerini de ilettiler.

Medya platformları, dünyanın farklı ülkelerinden uzmanların, akademisyenlerin, politikacıların, düşünürlerin ve analistlerin görüşlerini sunmaktadır. Medya, üstlendiği roller arasında, salgının ortaya çıkışının arka planı ile ilgili bazı ülkeler arasındaki siyasi anlaşmazlıklara da ışık tutmayı ihmal etmedi. Medya, genel programlarının

yanısıra, farkındalık programları ve doğrudan tavsiyeleri ile başka toplumlarda da meydana gelebilecek felaketlerin önlenmesine yüksek oranda katkıda bulunmuştur. Medya, insana hizmet etmek, onun için farkındalık yaratmak ve varlığına hizmet etmek için oluşturulan bir platform olarak rolünü sağlamlaştırmayı başardı. Belki de bu durum, medya kuruluşu ile alıcılar arasında, karşılıklı güvenin oluşmasına dayalı olarak, etkileşim ve etki ilkesini oluşturan ek mesleki etikleri oluşturmak için bir fırsat haline gelmiştir (World Health Organization, 2020)

Her platformun ve medya kuruluşunun kendine özel araçları, uzman kadroları ve kapsama yöntemleri vardır. Gazete, televizyon ile aynı değildir ve bu ikisi de radyodan farklıdır. Ancak kurumsal medyanın temelleri ve sistemleriyle disiplinli olan elektronik medya, kendine has tüm özelliklerine ek olarak, kadro ve teknoloji gibi diğer medya kuruluşlarının sahip olduğu araç ve bileşenlere sahip olmasının yanında farklı koşullarda ve farklı yerlerden geniş kitleler tarafından ona erişim kolaylığı bu alana nitel bir özellik katmıştır.

Salgının aktif dalgası sırasında medya rolünün fark edilir olduğunu gördük, medya çalışanları, virüsün tehlikelerini önleme ve sergileme yolları hakkında farkındalık konusunda bilgi yaymak için büyük çaba gösterdiler.

Covid-19 virüsü, dünyaya korku saldı ve bazı kısıtlamalara neden oldu, bu arada birçok mesleğin yaşam çarkını durdururken bazılarında da ilerlemeye neden oldu.

Ancak bugün dünyada eşi benzeri görülmemiş bir krizin yaşandığı ortamda basın, görevini yerine getirebildiğini, tüm zorlukların üstesinden gelebildiğini ve faaliyetlerini sınırlamadan veya onları etkilemeden özellikle Beyaz Ordu ile yan yana çalışanlarla çeşitli şekillerde bilgiyi profesyonel ve doğru bir şekilde aktarabildiğini kanıtladı.

Dünyanın çeşitli yerlerindeki kadın – erkek gazetecilerin çalışma şeklinde bazı değişiklikler meydana geldi. Dışarı çıkma, gezme, dolaşma ile ilgili kısıtlamalar, evden çalışma ve günlük yaşamın karmaşıklığı, iş arkadaşları ve meslektaşlarla iletişim ve ilişkilerin genellikle telefonla veya görüntülü görüşme yoluyla gerçekleşmesi bunlara örnek verilebilir.

Ayrıca “Sınır Tanımayan Gazeteciler’e” göre kriz, birçok ülkede basın özgürlüğünü etkilemiştir. Bazı hükümetler salgının boyutuyla ilgili gerçekleri saklamaya çalışmıştır. Bu hükümetler raporları manipüle etmeye veya kasıtlı olarak



yalan haberler yaymaya çalışmıştır. Sivil toplum kuruluşlarının verdiği bilgilere göre, birçok gazetecinin çalışması engellenmiş, saldırıya uğramış, sorguya çekilmiş ve hatta bazen tutuklanmıştır (Scott, 2020).

Dünyada yaşanan gelişmeler ışığında, insanların birden çok kaynaktan bilgi alabilmeleri sağlanmalı ve yetkililer tarafından alınan önlemlere eleştirel bakabilmelidirler.

Sınır Tanımayan Gazeteciler direktörü Christian Meyer'in, Kısa süre önce yayınlanan 2020 yılı Basın Özgürlüğü Endeksinde verdiği bilgiye göre; Almanya, listesinin on birinci sırasında yer aldı ve özgür basın için koşulların en iyi olduğu ülkeler ise Norveç, Finlandiya ve Danimarka olarak belirtildi (Warzel, 2020).

Gazetecilik mesleği, COVID-19 krizinde açık bir değişiklikle karşı karşıya kaldı. Teknoloji ile karantina ve sosyal izolasyon sorununu çözmesine, internet ile evden çalışmayı ve görüntülü görüşme sistemleri ile de problemsiz toplantı yapmayı sağlamasına rağmen, gazeteciler, belli bilgilere erişimin önünde engeller olduğu duygusunu taşımaktadırlar.

İspanyol gazetesi "El Pais" şöyle demektedir: Gazetecilik mesleği, Corona salgın krizinde önemli bir rol oynamaktadır. Corona virüsü ile ilgili dünyadaki gelişmelere ilgi nedeniyle okuyucu sayısının arttığı bir dönemde gazeteciler doğru bilgiyi ve dünyanın farklı yerlerindeki diğer gazetelerin yayınladığı çalışmalarını elde etmek için çok çaba sarf etmektedirler.

### **1.9.3. Sosyal Medya Kullanımının COVID-19 Salgını Üzerindeki Etkisi**

Salgın hakkında bilgi yayılması ve şaka, mizah ve eğlence oluşturulmasında sosyal internet ağları kullanılmıştır (www.msn.com).

Salgın sırasında Sosyal medyanın, kullanımında net bir artış görüldü. Bunun nedeni, büyük ölçüde birçok hükümetin sosyal mesafe önlemlerini teşvik etmesinden kaynaklanmıştır. İnsanların çoğundan evlerinde kalmaları istendi ve onlar da iletişimlerini muhafaza edebilmek ve güzel vakit geçirebilmek adına sosyal medyaya yöneldiler. Buna ilaveten sosyal mesafe, birçok insanın yaşam tarzında değişiklik yapmasını gerektirdi ki bu durum akıl sağlığına baskı oluşmasına neden olmuş olabilir. Bu nedenle de internet yoluyla sunulan ve sosyal iletişim ağlarını kullanan danışmanlıklar ortaya çıktı ve yükselişe geçti. Akıl sağlığı alanında hizmet verenler, bu hizmetler gereksinim duyanlarla iletişime geçtiler (Victoria News, 2020).

Sosyal medyanın internet üzerinden farkındalık, rehberlik ve tavsiye talep edenlere, bilgi sağlama konusunda etkili bir rol oynadığını gördük.

Birçok sosyal medya sitesi, sosyal mesafe önlemlerinin alınmasından sonra sitenin kullanımında keskin bir artış yaşadı. Çünkü Birçok insan, içinden geçtiğimiz dönemde arkadaşlarıyla ve aileleriyle kişisel iletişim kuramamakta, bu nedenle de bu değerli ilişkileri devam ettirebilmenin ana aracı sosyal iletişim araçlarını kullanmaktadır.

Örneğin; Facebook Analiz bölümü, 2020 Mart ayında toplam mesaj sayısında %50'nin üzerinde bir artış olduğunu bildirdi. WhatsApp da kullanımda %40 artış yaşandığını bildirdi. Bunlara ek olarak, salgının başladığı günden bu yana zoom programının kullanımında gözle görülür bir artış yaşanmıştır. TikTok programının dünya çapındaki indirimleri 2020 Şubat ayına göre Mart ayında %5 oranında artmıştır. Bu program, “QuarantineChat” adı verilen bir hizmet ekleyerek insanların rastgele birbirleriyle buluşmasını sağlamıştır. 2020 Mart ayında hizmete sokulan bu uygulama bir ay sonra 15000 kullanıcıya ulaşmıştır (Lockwood, 2020). Facebook, Ttwitter ve YouTube gibi uygulamaların, spam filtrelerine olan bağımlılıkları arttı. Çünkü içeriği denetleyen çalışanlar çalışmamaya başladı (Wired, 2020).

Özellikle, Çin gibi virüsün şiddetli olduğu ülkelerde, insanların akıl sağlığı hizmetlerine yönelik talep artışı nedeniyle, bu hizmetleri internet üzerinden aldılar. Çünkü covid-19, insanları daha önceden planlanmayan ve alışılması kolay olmayan yaşam tarzında birçok zor değişikliğe zorlamıştır. Çin’de sağlık ekipleri, akıl sağlığı eğitim programlarını internet üzerinden verebilmek için weChat, Weibo, ve TikTok gibi sosyal iletişim araçlarını kullanmışlardır. Kanada’da Alberta Eyalet hükümeti; COVID-19 akıl sağlığı problemlerine cevap verebilmek için 53 milyon dolarlık bir planı uygulamaya koymuştur. Bu program, gereksinim duyanlara mevcut yardım araçlarına ek olarak telefon veya internet aracılığıyla iletişim imkânı sağlamaktadır. Ontario eyaleti hükümeti ise, internet aracılığıyla akıl sağlığı hizmetleri desteklerini genişletmek amacıyla 12 milyon dolara varan acil yardım paketi çıkarmıştır.

Salgın sırasında, insanları birbirine bağlayacak, ilişkileri güçlendirecek ve eğlendirecek çok sayıda kişisel çaba ve meydan okumalar sosyal medya aracılığıyla yayılmıştır. Bunlardan bazılarını şu örnekler verilebilir: (See10Do10): kişi bu meydan okumayı, aynı hareketi 10 defa yaparak gerçekleştirmektedir. Diğer bir meydan okuma

da okolata ve tatlı elde edebilmek için March Madness (mart ıkkınlığı) adı altında çocukların fotoğraflarını, danslarını ve alkışlarını yayınlamak olmuştur. Diğeri bir örnek de Erik ve Men isimli sanatçılara ait “V-pop Ghen” şarkısıdır. Bu şarkı, şarkının yazarı Khac Hung tarafından tekrar uyarlanmıştır.

Vietnam Ulusal Mesleki Güvenlik ve Sağlık Enstitüsü, dinleyicileri ellerini yıkamaya teşvik eden "Ghen C Vy" şarkısının oluşturulmasını destekledi. Ve Vietnamlı dansçı Quang ng, TikTok'ta şarkıyla beraber dans yayınladığında virüs şarkısı halini aldı.

Sosyal medya, haber bültenleri, örgütler, tüm halk tarafından, salgın hakkında doğru ve yanlış bilgilerin yayıldığı bir alan halini almıştır.

Hastalık kontrol merkezi, Dünya sağlık rgt, tıbbi dergiler ve sağlık kuruluşları; Facebook, Google Scholar, TikTok ve Twitter gibi birden çok platformda bilgileri güncelleyerek yayınlamışlardır.

New York hastanesi acil tedavi doktorunun yaptığı gibi bazıları, COVID-19 ile mücadele etmek için sosyal medya hesaplarını direk bilgi verebilmek amacıyla kullanmışlardır.

8 Nisan'da, COVID-19'un sağlık personeli içinde %1.000 oranında ve 1 Ocak - 19 Mart Sosyal Dinleme Araştırmasına göre tüketiciler arasında %2.500 oranında arttığı bildirildi.

2019 Aralık ve 2020 Mart arasında, ABD'nin bilime olan güveninin, değişip değişmediğini inceleyen ampirik kamuoyu araştırmasına göre; güvenin iyileştireceği üzerine kurulan varsayımının olumsuz bulgu içerdiği ortaya ıktı (Agle, 2020).

Ayrıca doktorlar, hastalığın tedavisi hakkında bilgi yaymak için Facebook uygulamasında yer alan PMG COVID-19 grubu gibi sosyal medya gruplarına katılmışlardır. Facebook'taki bu gruba bütün ülkelerden ye olanların sayısı mart sonunda 30.000 kişiye ulaşımıştır. Diğeri bir grup da salgının başlamasından beş yıl önce kurulan “anne doktorlar” grubudur. ye sayısı 70000 kişiye ulaşan bu güçlü gruba ye olmak isteyenlerin sayısının aşırı fazla olması nedeniyle Facebook'a katıl putonu şifresi kırılmış bunun düzeltilmesi için 10.000 doktor sıra beklemek zorunda kalmıştır. Bu gruplar, gereksinim duyan hastanelere yardım etme adına doktorların birbirleriyle yardımlaşmalarına ve bilgi toplamalarına fırsat tanımıştır (Michael, 2020).

Sosyal ağlarda bilgi veren doktorlarda, halk tarafından gündeme getirilen soruların cevaplanmasında bu platformlar aracılığıyla doktorların doğrudan tavsiyeleriyle ile halkın bilinçlendirilmesi önemli bir rol oynadı.

Bununla birlikte, Tıp uzmanları, 12 saati geçen iş süresinin, kişisel koruyucu ekipmanlar üzerindeki etkisini anlatmak için sosyal medyayı kullanmışlar ve nöbet sonunda maskelerini çıkararak yüzlerini göstermişlerdir. Katılımcıların çoğunun yüzünde uzun süre maske kullanmanın bir sonucu olarak morarma, girinti, kızarıklık olduğu görülmüştür (Law, 2020).

#### **1.9.4. TV Programlarının COVID-19 Salgını Üzerindeki Etkisi**

COVID-19 salgını, televizyon programlarını/ üretimini büyük ölçüde etkiledi. Onun etkileri bütün sanat alanlarında kendisini gösterdi. Birçok ülkede çok sayıda televizyonun birçok programı ya iptal edildi ya da ertelendi. Bu da o televizyonların gerek reklam ve gerekse program satışlarını ve gelirlerini olumsuz yönde etkiledi. Ampera'nın analizine göre salgın, bütün dünyada yazılı televizyon programlarının en az %60'nın ertelenmesine neden olmuştur. Buna, 2020'nin ikinci yarısında yayınlanması planlanan programların yarısına yakını da dahildir. Yazılı olmayan programlarda gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Salgın ile ilgili tavsiye ve nasihatları içeren program başlayıncaya kadar uzaktan üretilebilen programlarla tv programları doldurulmaya çalışılmıştır. Ancak programların salgın ağırlıklı olması seyircilerin sıkılmalarına neden olabilmektedir (Major, 2020).

Endonezya hükümeti “evde iş, evde eğitim ve evde namaz” sloganıyla çağrıda bulunmuştur. Eğitim ve Kültür Bakanlığı, 13 Nisan 2020'den itibaren TVRI ile işbirliği yaparak ağ üzerinden “evden eğitim” programları yayınlamaya başlamıştır. Program; okul öncesi çocuk programları, ilkokul ve lise öğrencileri için eğitim programları ve hafta içi ebeveynlik programları ile bunlara ek olarak hafta sonları çocuk ve vatansever filmlerinin yanı sıra hafta sonları tartışma programları ve belgeselleri içermiştir. Blog program Batı Endonezya saatine göre, 08:00 - 11:00 arası yayınlanmakta olup hafta içi bazı günlerde de Batı Endonezya saatine göre 21:30 23:30 arası yayınlanmaktadır. Bununla birlikte program Edukasi televizyonunda da yayınlanmaktadır (Major, 2020).

Az sayıdaki bazı çizgi film yapımcıları, çalışanlarını evden çalışmaya teşvik etmiş olmasına rağmen bazı stüdyolardaki bağımsız çizgi film çizerleri işin aksamasına neden olmuşlardır. A3 dahil anime yapımlarının zamanı ilkbahar ve yaz

dönemidir. Bilimsel tüfek, sonsuz ağaç dyagramı, gezegencik aşık oldu, milyoner dedektifin bütçesi gibi çok sayıda yapım, salgın nedeniyle gecikmiştir.

Ara dönemlerde ve stüdyoların boyandığı zamanlarda ağırlıklı olarak dış kaynak kullanımına dayanan Çin'deki stüdyolar COVID-19 salgınından en çok etkilenen üretimlerdir. Sosyal medya ağları 31 martta, Toei şirketinin Tokyo'daki stüdyosunu dezenfeksiyon için kapattığını duyurdu. Böylece, Başrolünü Mashin Sentai Kiramager'in, oynadığı ve uzun süre devam eden Super Sentai dizisinin 44. sezonunun ardından durdurulduğunu duyurdu,. Zira Rio Komiya Jūru Atsuta'nın COVID-19 testleri pozitif çıkmıştı (Toei, 2020). Bununla birlikte, Toei, 3 nisanda bir açıklama yaparak; sosyal medyada ve haber bültenlerinde yayınlandığı gibi stüdyo kapanmamıştır dedi ve verilen bilgilerin yanlış olduğunu ifade etti. 5 Nisandan itibaren Komiya'nın sağlığı düzelmeye başladı. 4 gün sonra da Komiya hastaneden çıktı ve 10 Mayısda 15 gün sürecek karantinaya alındı (Asahi, 2020). 10 Mayısta da Kiramager ve Kamen Rider Zero-One programlarının durdurulduğu duyuruldu. Öyle ki Kamen Rider dizisi 30 sezon gibi uzun bir süre devam etmişti. Kiramager dizisi, haftalık yayınlarının yerine, sıfır bölümünü yayınlamıştır. Bu bölüm dizi öncesi olayları ve yönetmenin hazırladığı ilk iki bölümü (Kira Talk ve Jamental Institute) özetleyen bölümdür. Kamen rider zero one adı verilen bu dizinin ilk beş bölümü dizi durdurulmadan önceki son 35 bölümün özeti ile "Brezent Shishman" adı verilen ilk iki bölümün Aruto Hayden ve sekreteri Ayz'in bakış açısına göre uyarlanmış halidir. "Shooting Special" adı verilen üçüncü bölüm ise Isamu Fuwa ve Yua Yaiba'nın bakış açısına göre uyarlanmıştır.

Japonya olağanüstü hal ilanını kaldırdıktan iki gün sonra, 27 Mayısda, Kamen Rider Zero-One dizi filminin 1 haziranda çekimlere tekrar başlayacağı duyuruldu. Kalan bölümlerin çekimi esnasında yeni talimatların uygulanacağı bilgisi verildi. Asahi TV, 7 Haziran'da, Kiramager ve Zero-One dizilerinin 21 Haziran'dan itibaren haftalık normal yayınlarına döneceğini duyurdu (TV Asahi, 2020).

Sadece anime dizileri değil, enfeksiyonun yayılmasını önlemek için drama dizilerinin de çekimleri yapılamadı. Bununla birlikte çoğu TV kanalları, geçmiş yıllara ait eski yapımları yayınladılar. Nippon TV; "The Pride of the Temp" "Ryoko Shinohara," programlarının ve "Yo Oizum", "Minwan Police", "Kento Nakajima" ve "Sho Hirano" şampiyonluklarının yayınlarını erteledi.

TBS TV ise; “MIU404” “General Hoshino ve Joe Aiano kahramanlıkları”, "Hanzawa Naoki 2" ve Masato Sakai Mitsuhiko Oikawa Şampiyonası” yayınlarını erteledi.

Fuji TV ise; manga temelli tıbbi drama dizi filminin ikinci çeyrek yayınlarını, “Satomi Ishihara ve Nanase Nishino şampiyonlukları”nı ve “Suit Sezon 2” ve Yuto Nakajima ve Yoko Araki’nin kahramanlıkları” adlı programların yayını ertelendi.

NHK TV de, yeni koronavirüs nedeniyle üç dramatik dizi filmin erteleneceğini açıkladı. Kanal, “yayın tarihi belirlenir belirlenmez program rehberinde ve internet sitesinde duyurulacaktır.” Dedi (Nikkan Sports, 2020).

Tokyo TV ve MediaNet & ShoPro 19 Nisan 2020'de; Pokémon anime serisinin durdurulacağını ve üretimin geçici olarak askıya alınacağını duyurdu. 26 Nisan - 31 Mayıs 2020 tarihleri arasında eski bölümler yeniden yayınlandı. Yetkililer yeni bölümlerin 7 Haziran 2020'de geri döneceğini duyurdu. Bütün bunlara ek olarak, Toei anime şovlarının prodüksiyonu, Healin 'Good Pretty Cure (12. Bölüm) ve Digimon Adventure (3. Bölüm) bölümlerinin yayınlanmasının ardından salgın nedeniyle askıya alındı (Anime News Network, 2020).

Fuji TV ve Toei Animation 19 Nisan 2020 tarihinde, One Piece anime dizisinin tatilde devam edeceğini ve yeni bölümlerin çekiminin geçici olarak ertelendiğini bu nedenle eski bölümlerin yeniden yayınlanacağını duyurdu.

Nippon Animation şirketi, 26 Nisan 2020'de, Chibi Maruko-chan anime dizisinin yeni bölümlerinin, Japonya/Tokyo'daki COVID-19 salgınının artması nedeniyle şimdilik askıya alındığını duyurdu (Anime News Network, 2020).

Burada şu ek bilgiyi vermekte yarar var: anime serisinin bazı dizilerinin çekimleri yayın ve üretimdeki zorluklar nedeniyle 26 Nisan 2020 tarihinde, geçici olarak durdurulmuştu. Bu diziler arasında; Black Clover, Boruto: Naruto Next Generations ve Duel Masters King ve Kingdom (3. Sezon) bulunmaktadır. Bazı yayınlar planlandığı gibi devam etti ancak KBS 2TV’de yayınlanan SBS 'Running Man ve 2Days & 1 Night, MBC de yayınlanan Real Man 300 gibi seyahat veya yurtdışı gerektiren programlar askıya alındı. Sosyal mesafeye dikkat edilmesi adına KBS 2TV de ki ölümsüz şarkılar, You Hee-yeol’ait Sketchbook ve MBC’de ki King of Mask gibi, daha az izleyicisi olan birçok programın yayını tercih edildi.

Mnet'in, Road to Kingdom (Queendom'un devamı) ve Good Girl gibi yarışma programlarının formatı tamamen değiştirildi. İki grup yerine bir grup kullanılmaya ve programlar canlı sunulmamaya başlandı. Ayrıca gösterilerdeki oylama sistemini de değiştirdiler, böylece yalnızca rakipler oy kullanmaya başladı.

SBS MTV's The Show, MBC M's Show Champion, Mnet's M Countdown, KBS 2TV's Music Bank ve MBC's Show! Music Core ve SBS'de Inkigayo gibi müzik şovlarında seyirci alınmamaya başlandı. Bunun yerine, önceden kaydedilmiş bağırma ve alkışlama sesleri kullanılmaya başlandı (Lussich, 2020).

Arjantin'de ulusal karantinanın başlamasının ardından, 17-22 Mart arasındaki bir haftalık sürede ülkedeki TV izleyicilerinde %30 artış yaşandı. Kanallar tartışma ve haber programlarının yayın süresini artırırken, realite programları hala yapım aşamasındaydı (Otero, 2020).

Hastane ve sağlık merkezlerinin sayısının artırılması adına Kızıl Haç'a yardım toplama kampanyası özel proramı, 5 Nisan'da altı yayın kanalının tamamında yayınlanmıştır. "Arjantin için hep beraber" adı verilen kampanyaya Arjantin'in tanınmış simaları ve ünlüleri katılmıştır. Toplanan toplam bağış 87.938.624 Arjantin pesosu'dur (Clarín, 2020).

Salgın başlamadan önce televizyonda yayınlanan tek dizi olan Separadas, 19 Mart'ta yayınladıktan sonra programdan kaldırıldı ve yapımına geçici olarak ara verildi. İki ay sonra, yapımcı Pol-Ka şirketi, "ekonomik nedenlerden" ötürü yayını iptal ederek Arjantin TV'nin yazılı senaryo programlarını bıraktı (Lussich, 2020).

İlk COVID-19 vakaları Arjantin televizyonuna Haziran ayında geldi. İlk teşhis, Telefe El Precio Justo oyun programı yapımcılarına konuldu. Bu durum, gösterinin ara verilmesine ve bunun yerine eski bölümlerin yayınlanmasına neden oldu.

Daha sonra, El Precio Justo'nun sunucusu Lizzie Tagliani, COVID-19'a yakalandığını duyurdu. Ayrıca kanal, Corta Por Lozano tartışma programının önlem tedbirleri kapsamında sunucu ve misafirlerin evlerinden katılımıyla yayınlanacağını duyurdu. C5N haber kanalı, gazetecilerinden birinin COVID-19 testi pozitif çıkmasının ardından yeni enfeksiyonları önlemek için protokol uygulamak zorunda kaldı (Respighi, 2020).

Meksika'da ise; sağlık krizi genişledikçe yayın programında kaçınılmaz değişiklikler olacak gibi görünüyor.

Ne yazık ki, İspanya ve Brezilya'da genişleyen sağlık krizi nedeniyle harici spor liglerinin yayınlanması zor olacaktır. Bu nedenle Telenovelas programı yapımı üzerinde olumsuz etkisi olması beklenmektedir.

Bunlara ek olarak, kişi başına test sayısının nispeten az olduğu göz önüne alındığında, şüpheli hasta sayısı ile potansiyel enfekte insan sayısı arasında az sayıda Meksikalı sunucunun da bulunması olasılık dahilindedir, çünkü Meksika'daki durumun diğer gelişmekte olan ülkelerdekinden daha iyi olduğunu söylemek zordur. Bununla birlikte, minimum sayıdaki personelin yayın şirketlerinin çalışmasına yeteceğine inanılıyor. Tüm kanallar, diğer bölgelerde olduğu gibi enfeksiyonun yayılmasını azaltmaya çalışmaktadırlar.

Pandemi, Kanada'daki televizyon yapımlarını da revizyona zorladı. Yeniden yapılandırılan programlarda ya stüdyo seyircisi kullanılmamakta ya da uzaktan katılımları sağlanmaktadır. Ayrıca CW's Batwoman, The Flash, Riverdale ve Supernatural gibi Vancouver merkezli üretilen ve uluslararası arenada yayımlanan programlar askıya alınmıştır. 24 Mart 2020'de Big Brother Canada” programının sekizinci sezon üretimi sona erdi. Final sezonu, kazanan açıklanmaksızın 1 Nisan'da yayınlandı (Big Brother Canada, 2020).

Mart ayında televizyonda yayınlanması planlanan Juno Ödülleri ve Kanada Ekran Ödülleri iptal edildi. Kanada Ekran Ödülleri, nihayet kazananlarını 25-28 Mayıs arasında canlı yayımla açıklarken, Junos, internet üzerinden 29 Haziran'da duyuruldu. 22. Quebec Film Ödülleri töreni de iptal edildi ve organizatörler kazananları 10 Haziran'da canlı yayımla duyurdu (Demers, 2020).

Ulusal Hokey Ligi'nin askıya alınması nedeniyle CBC kanalı, Kanada'da haftalık Hokey Gecesi yayınına “Kanada'da Bir Gece” filmi yayınıyla değiştirdi. Neredeyse tüm canlı spor karşılaşmaları iptal edildiğinden, TSN ve Sportsnet kanalları, 2019 Toronto Raptors turnuvasının tamamının yayınlama da dahil olmak üzere önceki spor programlarını yayınlamaya başladı. CBC Televisionu, Movie Night in Canada (Kanada Film Gecesi) programına ek olarak, salgın sırasında What Are You At? gibi kısa süreli programları başlatmıştır. Bu program, Tom Power'ın Pazar günleri, uzaktan sunduğu tartışma programıdır.



Hot Docs at Home (Evde Popüler Dokümanlar), perşembe geceleri yayınlanan bir program olup, iptal edilen Kanada Uluslararası Belgesel Festivali'nde gösterime girmesi planlanan birkaç uzun metrajlı belgeselin yayınlanmasıdır (Sportsnet, 2020).

CBC ve Bell Media, kullanılabilirliklerini artırmak için, CBC News Channel, CP24, CTV Haber, ve Ici RDI ücretli kanallarını, TV sağlayıcılarına ücretsiz olarak sundu. Ayrıca TV kimlik doğrulaması olmadan ve kaynak kısıtlamasına gitmeden internet üzerinden ücretsiz olarak kullanıma açtı.

CBC kanalı, geçici olarak akşam sunduğu yerel haber yayınlarını, eş zamanlı olarak ülkenin dört bir yanından yerel ve ulusal gazetecilerden içerik toplayan CBC Haberler kanalı yayınıyla değiştirdi. Bu kararı, Prens Edward Adası Başbakanı Dennis King tarafından eleştirildi. (CBC News: Al Bavsala programı, bölgedeki tek yerel TV haber programıdır). Ancak, Mart ayı sonunda yerel haber servisi, pazarların çoğunda görünmeye başladı (Nersessian, 2020).

COVID-19 salgını, neredeyse tüm yazılı televizyon prodüksiyonlarının iptal edilmesine neden olan Amerika Yazarlar Birliğinin 08-2007 grevinden beri, ABD televizyon yapımını en çok etkileyen olaydır. Neredeyse tüm televizyon yapımlarının sektör bazında durmasına yol açan “Evde kal” uygulamasının ve kısıtlamalarının başlangıcında ağlar, tamamlanmış ama henüz yayınlanmamış programları kullanmışlardır. (Sonuç olarak, bazı programların yayını, acil durumlarda diğer programların yerine, yayınlanmak üzere ertelenmiştir.) Üretimi durdurulmuş devam eden dizilerin kalan tamamlanmış bölümleri, uzaktan üretime göre tasarlanmış veya uyarlanabilir tartışma programları, kayıtsız programlar ve tek seferlik eğlence programları (One World: Together) ve iptal edilen veya ertelenen profesyonel spor programlarına alternatif elektronik spor etkinlikleri örnek verilebilir (Weaver, 2020).

Georgia, 22 Mayıs'ta; film ve televizyon prodüksiyonu sırasında uyulması gereken güvenlik protokolleri yayınlayan ilk ABD eyaleti oldu.

California, 12 Haziran'da film ve televizyon prodüksiyonunun devam etmesine izin vermeye başladı. Üç büyük kanalın dizileleri, üretime başlayan ilk diziler arasındaydı. (Ayrıca The Bold and the Beautiful'ül ilk bölümleri de temmuz ayında başlamıştır.) Tyler Perry, BET dizisi Sistas'ın çekimlerine sonraki sezonlarında ve The Oval, Temmuz ve Ağustos aylarında Atlanta'daki Tyler Perry Studios kompleksinde 'kabarçık' stratejisini kullanarak devam etti. Sistas, COVID-19 güvenlik protokolleri

altında sezonu tamamlayan ilk ABD yapımı prime-time dizisi oldu (Andreeva, 2020). Film ve televizyon prodüksiyonlarının bu devamlılık sebebinin, insanların dirençli, güçlü, iyimser bir ruhla canlılığının ve krizlerle yüzleşmesinin kanıtı olduğuna inanıyoruz. Akşamları yayınlanan bazı tartışma programları Temmuz ayından itibaren ev formatından stüdyo formatına geri dönmeye veya uyarlanmaya başladı. Ancak bu programlarda hala konuklar uzaktan katılmaya devam etti. America's Got Talent, Big Brother ve Love Island gibi salgın nedeniyle ertelenen veya askıya alınan diziler ise ekstra tedbirlerle gösterime geri döndü. (AGT ve Love Island'ın çekimleri normalden farklı bir formatta gerçekleşmeye başladı) (USA Today, 2020).

Ana yayın ağlarının sonbahar programları, üretim gecikmelerinden ve diğer acil durumlardan etkilendi ve ABD televizyonları yeni programlarında ve ertelenen yaz dizilerinde, senaryolu diziler 18 Mart 2020'de yayına dönüncüye kadar daha hızlı uyarlanabilen yazılı olmayan diğer çıktılara ağırlık verdi.

Avrupa Yayın Birliği (EBU) 12, 14 ve 16 Mayıs tarihlerinde Rotterdam'da yapılması planlanan, 2020 Eurovision Şarkı Yarışmasının iptal edileceğini duyurdu. Rotterdam 18, 20 ve 22 Mayıs 2021'de 2021 yarışmasına ev sahipliği yapmaya devam edecek ve ülkelerden yeni katılımlar göndermeleri istenecek. Bazı ülkeler, 2021 için mevcut müzisyenlerinin yeni şarkılarla katılımlarını sağlamayı planladığını duyurdu. Avrupa Yayın Birliği, 16 Mayıs'ta (büyük finalin orijinal gecesinde), yarışmaya katılması planlanan sanatçıların yer aldığı Eurovision: Europe Shine a Light adlı yarışmasız bir özel yayın yapacağını duyurdu (abc.net.au, 2020).

2020 yılı Junior Eurovision Şarkı Yarışması; her çalışma, sanatçıların kendi ülkesindeki bir stüdyodan eda edilerek uzaktan koordinasyon ile devam edecek.

Avrupa Yayın Birliği Eylül 2020'de, (daha az sayıda stüdyo izleyicisi katılımı ve şartları Hollanda'ya seyahat etmeye izin vermeyenlerin uzaktan eda seçeneği) gibi diğer seçeneklerin bulunuşuna rağmen yarışma her zamanki gibi yapılamazsa 2021 Eurovision Şarkı Yarışması'nın, son çare olarak acil durumların izin verdiği ölçüdeki format planlarına sahip olacağını duyurdu (PinkNews, 2020).

Ayrıca, The Chase'in (El Cazador) İspanyol uyarlaması askıya alındı veya Saber y ganar, Ahora caigo, Boom! Ve La Ruleta de la suerte gibi şifreli bölümler kullanıldı.

Bütün bunlara ek olarak; La que se avecina'nın son sezonu veya Señoritas del (h) ampa'nın ikinci sezonu, Christina Ortiz, La Veneno'nun hayatı ve ölümü hakkındaki

biyografik dizi askıya alınacak ve / veya durdurulacak. 29 Mart 2020'de 8 bölümlük Atresplayer Premium'da sadece bir bölümünün gösterimi yapılacak ve geri kalan bölümler bir sonraki duyuruya kadar ertelenecek (El Periódico de Catalunya, 2020).

Birleşik Krallık'taki İngiliz televizyonu COVID-19 salgını nedeniyle, Nisan ayında çekimine başlanacak olan Race Across the World'ün çekimlerini erteledi. Ertesi hafta, organizasyon Peaky Blinders ve Line of Duty üretimini durdurdu. Ant & Dec's Saturday Night Takeaway, parkın kapanmasının ardından Walt Disney World'deki kayıt setini iptal etti. 15 Mart'ta, Netflix'te yer alan The Witcher dizisinin İngiltere'de gerçekleşen ikinci sezon çekimleri iki hafta süreyle askıya alındı.

16 Marttan itibaren; Jeremy Fine, Loose Woman ve QI'nün çekimleri stüdyo izleyicisi olmaksızın yapıldı. 18 Mart'ta BBC, EastEnders, Casualty, Doctors ve Holby City gibi tıbbi drama çalışmalarını ve dizilerinin yapımını durdurdu (Deadline Hollywood, 2020).

British Broadcasting Corporation (BBC), 14 haftalık "temel konu öğrenimi" de dahil olmak üzere iptal edilen sınıflar için 20 Nisan'dan itibaren eğitim programları yayınlamak üzere kaynak tahsis edeceğini duyurdu. Bu programlar; Bitesize Daily (altı yaş grubu için iPlayer'da 20 dakikalık günlük program), GCSE ve A seviyelerini hedefleyen BBC Four'da hafta içi bir seri ve BBC Sounds ve Red Button aracılığıyla diğer dijital içerikleri çermektedir. 23 Nisan'da BBC, Need in Need ve Comic Relief'in işbirliğiyle The Big Night In adlı bir yardım çağrısı programı düzenledi. Şef Jamie Oliver, "kanal 4" de "Pişirmeye devam et, çalışmaya devam et" adlı yeni bir program hazırladı. Charlie Brooker, salgının etkisiyle ve İngiliz hükümetinin tepkisiyle alay etmek amacıyla, BBC Two'da bir defalık "Charlie Brooker antivirüs" özel programı yayınladı (Nicholson, 2020).

12 Mayıs'ta, güvenlik önlemlerinin alınması halinde İngiliz hükümetinin yazılı televizyon yapımlarına devam edilmesine izin vereceği bildirildi. Emmerdale ve Coronation Street, dizileri, yeniden başlayan ilk senaryolu diziler arasındaydı. 2020 Temmuz'da yayınlanan The War of the Worlds dizisi, üretime yeniden başlayan ilk İngiliz drama dizisi oldu.

Diğer ülkelerde yerli olarak üretilen birçok yazılı olmayan programların konumu değiştirildi. Bunlar arasında, başlangıçta planlandığı gibi Avustralya yerine Galler'deki Gwrych Kalesi'nde 20. sezonunu çekecek olan "Ben Bir Ünlüyüm ... Beni Buradan

Çıkar" programı ve Polonya'da Endemol Shine yerine İngiltere'de film çekimlerini sürdüren The Wall programı da yer almaktadır.

Sky Studios, uluslararası film statüsündeki tüm yerli dizilerin yapımını en az 2021 baharına kadar geçici olarak durdurdu (Kanter, 2020).

18 Mart 2020'de ise; Funimation; İngilizce dublajların ve yerel Japon anime yayınlarının kış sezonuna ek olarak önümüzdeki sezon yayınlarının da erteleneceğini açıkladı. Ancak İngilizce çevirisi eşzamanlı yapılan yayının planlandığı gibi devam edeceğini belirttiler. 11 Nisan 2020'de; Funimation, sayfasının yavaş yavaş evden çalışma esasına göre üretime yeniden başladığını duyurdu. 27 Mart 2020'de Crunchyroll, lisanslı anime dizilerinin İngilizce'ye dublajını da salgın nedeniyle erteleyeceğini duyurdu.

Sentai Filmworks'ün yan kuruluşu HIDIVE, 2 Nisan 2020'de dublajlı filmleri bir sonraki duyuruya kadar erteleyeceğini duyurdu.

Nisan 2020'nin başlarına gelindiğinde; Japonya'nın 6 Nisan 2020'de ülkedeki vakaların artması üzerine olağanüstü hal ilan etmesi nedeniyle birkaç anime dizisinin planlanan yayınlarından ertelendiği ortaya çıktı (Rich vd., 2020).

19 Nisan 2020'de Tokyo TV, MediaNet ve ShoPro, Pokémon anime serisinin durdurulacağını ve Anime TV dizisinin de üretimini durdurularak tüm kanallarda ve Tokyo TV'de eski bölümlerin yeniden yayınlanacağını duyurdu.

26 Nisan 2020'den itibaren; Japonya'daki karmaşık COVID-19 salgını nedeniyle yeni bölümlerin tarihi belirtilmedi, ancak personel dönüş tarihi hakkında bilgi alırmaz duyuru yapacaklarını söylediler.

20 Nisan 2020'de, Toei Animation; One Piece, PreCure ve Digimon adlı programlarının askıya alındığını duyurdu (Anime News Network, 2020).

### **1.9.5. COVID-19'la Mücadelede Gazeteciliğin Rolü**

Amerika Birleşik Devletleri'nin her tarafında koronovirüs yayılırken, okuyucular yerel medyaya her zamankinden daha fazla güvenmeye başladılar. Bu yolla bölgelerindeki vakaları, test merkezlerinin nerede olduğunu ve ekonomik etkisinin ne olduğunu öğrenmek istiyorlardı. Belgeler, İnternet trafiğinin ve aboneliklerinin arttığını ifade etmektedir.

Ama gazeteler ve diğer basılı yayınlar reklam problemi gibi bazı baskılara maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle, personel sayısını, çalışma saatlerini ve basılı yayınların sayısını düşürmekte, bazen de tamamen iptal emektedirler.

Massachusetts, Attleboro'da günlük bir gazete olan Sun Chronicle'nin web trafiği arttı. Gazete, koronavirüs salgını ile ilgili haberleri kapsamlı olarak sunmak için çaba sarf etmektedir. Genel Yayın Yönetmeni ve Genel Müdürü Craig Borges bununla alakalı, "tek yaptığımız şey" dedi. Birçok restoran, spor salonu, fakülte ve diğer yerel işletmelerin kapalı olması nedeniyle gazete az sayıda satış ve posta görevlisi ile bir siyasi muhabiri işten çıkardı. Haber odasında yaklaşık on çalışan kaldı.

Inter-Amerikan İnsan Hakları Mahkemesi; COVID-19 ile bağlantılı olarak, insan haklarını izleyen gazeteciler ve insan hakları savunucuları için özel koruma çağrısında bulundu. New York, Cenevre, Viyana ve Paris'te, Groups of Friends tarafından yayınlanan ortak bildiri de gazetecilerin güvenliğinin sağlanması gerektiği vurgulandı. Tüm bölgelerden 41 üye devlet tarafından ortaklaşa imzalanan açıklamada, tutuklamadan fiziksel ve psikolojik tehditlere kadar gazetecilerin güvenliğine yönelik endişeler dile getirildi ve onları koruma çabaları memnuniyetle karşılandı.

Ülkelerin uyguladığı sokağa çıkma yasakları sırasında elektronik medyaya olan talebin artması ve elektronik siteler üzerinden takibi gözlemlendi.

## İKİNCİ BÖLÜM

### MEDYA KAVRAMI VE GELENEKSEL VE YENİ TÜRLERİ

#### 2.1. Medya Kavramı ve Tanımları

Medya kavramları ve tanımları çeşitlilik göstermiştir. Bu alandaki çalışmalar tek bir kavram veya bir tanımlamayla sınırlı kalmayıp çoğunu ele almış ve medya kavramı ve tanımları ile ilgili kavram ve terminolojiyi ihmal etmemiştir.

##### 2.1.1. Medya Kavramı

**a. Medya Dil Olarak:** Arapçadaki dörtlü fiilin kaynağıdır, daha fazla bilmek anlamına gelir ve yalnızca üçlü fiil olarak anlamı bilgidir yani cehaletin tam tersidir. Bilim, bilginin insanlar arasında edinilmesi, aktarılması ve tedavüldür. Ve "bil" kelimesi, haberi kaynağından başka bir yere bildirmek ve aktarmak anlamına gelir. Ayrıca bildiri (Tebliğ) anlamına gelmektedir, ve denir ki, halkın tebligata ulaştığı, yani onlara gerekli olanı getirdiği söylenir, iletişim, duyduğunuz ve ulaştığınız şeydir. Dolayısıyla, dilsel bağlamında medya, yerel ve dış çevrelerinde bireyler ve gruplar için önemli olan her şeyin bilgisinin oluşumu ve algılanmasının pratik ve fiili ifadesidir.

**b. Medya Deyimsel olarak:** Medya, araştırmacıların, düşünürlerin ve kanaat önderlerinin kafasını meşgul eden kavram ve terminolojilerden biridir. Bu, medyanın önemini ve insanların yaşamlarındaki rolünü doğrudan vurgulayan birçok tanım ve kavramın benimsenmesine yol açtı ve kavram ve tanımların çokluğuna rağmen, medyayı diğer bilgi alanlarından ayıran bir gizlilik alanı olarak medyada bulunan bir dizi değerle kesişip iç içe geçti. Bazı araştırmacılar medyayı, aynı zamanda kitlelerin zihniyetinin, ruhunun, eğilimlerinin ve yönelmelerinin objektif ifadesi olarak tanımlamış ve medya, bu faaliyetin objektiflik ve dürüstlüğe bağlı olması koşuluyla, kamuoyunun zihnini aydınlatmak amacıyla kültürel, sosyal, politik ve dini veri ve bilgi yayınlamaya çalışmaktadır.

Ayrıca, halka tüm gerçekleri, doğru haberleri ve sağlam bilgileri sağlamayı amaçlayan iletişim faaliyetinin tüm yönlerini iletmekle tanımlanır. Hedef kitle grupları arasında mümkün olan en yüksek düzeyde bilgi, farkındalık, algı ve kapsamlı farkındalığın yaratılmasına yol açan nesnel yollarla ve çarpıtma olmadan. Medya aynı zamanda gerçek zamanlı haberleri araştırma, işleme ve kitlelere yayınlama sanatı

olarak da bilinir çünkü diğerleri bunu insanlara haber ve bilgi sağlamak olarak tanımlamıştır.

Haberleri yaymaktan ve bilgileri bireylere iletmekten sorumlu ticari araçlardan veya kuruluşlardan biri olarak bilinir. Genellikle kâr amacı gütmeyen ve mülkiyeti farklıdır. Kamu veya özel ve resmi veya gayri resmi olabilir. Bu teknoloji, eğlence, bilgi, haber ve birey için önemli olan diğer şeyler gibi çeşitli konuları kamuoyuna tanıttığından, televizyon devriminin ortaya çıkmasıyla son zamanlarda medyanın yaygınlaşması artmış ve bu bilgiler kitle iletişim adı verilen özel teknikler veya araçlar aracılığıyla iletilmektedir.

### 2.1.2. Medya Türleri

**Görsel Araçlar** (Al-Sari, 2015) Televizyon, uydu kanalları ve sinema ile tanımlanır. Radyo gibi ses anlamına gelir. Gazeteler, dergiler, süreli yayınlar, broşürler ve her türden posterler gibi geleneksel medyadır. Elektronik haber siteleri, sosyal ağ siteleri ve ücretsiz sohbet uygulamaları gibi elektronik araçlar ve medya araçları, toplumlarda bir grup büyük medya grubunda yayıldı.

#### En önemli olanlardan:

**a. Günlük Gazeteler:** Medyaya birçok özellik sağlamaya katkıda bulunan medya araçlarından biridir; çoğu kişi, reklam konusunda uzmanlaşmış günlük gazete veya gazetelerde yayınlanan reklamları takip eder; bir şeyle ilgili bilgi aramak için, gazeteler, medya ve onu çevreleyen olaylar arasında bağlantı kurma yetenekleriyle de ayırt edilir (Abu Zaid, 1998).

Bir gazete, haberleri sunmaya ve bunlara yorum yapmaya adanmış bir bülten ve güncel olayları takip etmenin mükemmel bir yoludur. Aynı zamanda kamuoyunun şekillenmesinde önemli bir rol oynar, radyo ve televizyon gibi diğer haber medyalarına göre daha fazla haberi daha ayrıntılı olarak kapsar ve gazete bir medeniyet ve ilerleme eylemidir. Misyonu sadece haberleri ve olayları bildirmek değil, aynı zamanda sanat, spor, eğlence ve her türden işle ilgili bölümleri de içermektedir. Ve her kesimin bilgi ihtiyaçlarını karşılamayı hedefler, bu nedenle gazetelere ilgi her geçen gün artıyor ve insanlar bunu günün veya gecenin herhangi bir saatinde ulaşma imkanına sahiptir (Al-Dulaimi, 2012).

Yazılı basının özellikleri arasında:

1. Ekonomik maliyeti daha düşüktür.
2. Ulaşma ve saklama kolaylığı.
3. Fotoğraf, resim, çizgi film ve karikatür kullanmak.
4. Alma ve zamanını seçme özgürlüğü.
5. Gazeteyi taşımak kolaydır.

Medyanın yayınlayıp sunduğu şeylerle toplumdaki bireylerin tepkileri düzeyleri farklıdır ; Bazıları vereceği karşı tepki mantığı takip ediyor, örneğin, bir medyanın bir olayı abarttığını ve büyüttüğünü yargılayabilirler, ekranda gösterdiği tüm bu abartıya değmez, Bazılarının çok fazla medya ile etkileşime girmesine neden olsa da; Medyanın analizlerine aldırılmadan haberleri almaktan memnun oluyor.

**b. Televizyon:** Ses, görüntü ve olayların doğrudan kişilere sunulmasına dayanan bir medya aracıdır. Televizyonun önemi, dünyanın her yerinden çok sayıda insana ulaşma kabiliyetinden kaynaklanmaktadır ve televizyon, haber, ticari reklam ve diğer medya materyallerini iletmek için kullanılmaktadır (Al-Sari, 2015).

**c. Radyo:** Dinleyicilerin başka işler yaparken erişebileceği ve her yerden kolayca erişilebilen sesli medya aracıdır. Radyo, çeşitli bilgiler içeren radyo programları aracılığıyla dinleyicileri cezbeder ve yayın yaparken birçok reklamın dinleyiciye ulaşmasına katkıda bulunma özelliğiyle de öne çıkmaktadır (Abboud ve Al Ani, 2015).

Radyo, radyo yayınının kapsadığı alanlara dağılmış dinleyiciler tarafından uygun alıcılar yani radyo ekipmanı kullanılarak eş zamanlı olarak alınacak haber, kültür, eğitim, ticari ve diğer programların organize ve amaçlanan yayılmasıdır ve dünyadaki bazı radyo istasyonlarının yayınlarını kapsayabilir (Abboud ve Al Ani, 2015).

Radyo aşağıdaki özelliklerle karakterize edilir:

1. Haberleri ve olayları anında ve yerinden yayınlamaları.
2. Okuma yazma bilmeyenlere haber ve bilgi iletme imkanı.
3. Merkezi olmayan alıcı.
4. Hareket ve ulaşım özgürlüğü.
5. Tüketici için düşük maliyetli yayın hizmeti.
6. Alıcıda hayal gücü enerjisinin serbest bırakılması.
7. Vokal ve müzik efektleri kullanımı.



**d. Dergiler:** Reklam araçlarını kullanırken gazeteleri andıran bir medyadır ancak okuyucuların seçimine göre okunduğu gerçeğiyle ayırt edilir. Ayrıca gazeteler gibi hasar görmez veya kaybolmaz, mümkün olduğu kadar uzun süre saklanabilir ve aynı ailedeki birçok kişi tarafından okunur. Dergilerin diğer özellikleri, renkli resimlerin kullanımıyla mükemmel baskıda bilgi ve bilgi materyalleri sağlamalarıdır (Marwa, 1991).

**e. Elektronik Medya:** İnternet ve dijital bilgiye dayalı diğer araçları içeren elektronik bilgi teknolojisinin kullanımına dayanan modern ortamlardan biridir ve elektronik ortam, basılı medyadan farklı kabul edilir (Abboud ve Al Ani, 2015).

### 2.1.3. Medya İşlevleri

Medya, toplumdaki özel rolünün doğasıyla ilgili bir dizi işleve bağlıdır. Bireylerin entelektüel ve maddi ihtiyaçlarına ayak uydurmaya isteklidir ve medyanın işlevleri toplumlar arasında farklılık gösterir, bu da bir grup medya düşünürünün medyanın en önemli işlevlerini tanımlamasına neden oldu.

Ve bunlar (Delio, 1998):

**a. Medyayı Güçlendirmek:** Toplumu ve dünyayı anlayabilmeleri, sağlıklı bir şekilde hareket edebilmeleri ve iletişim kurabilmeleri için bireylere önemli ve gerekli bilgileri sağlar.

**b. Sosyalleşmeyi Sağlamak:** Bireylere uygun bilgileri sağlar. Bu, toplumla etkileşimlerini ve kamusal etkinliklere katılımlarını artırmaya katkıda bulunur ve bu, sosyal farkındalıklarının gelişmesine yol açar.

**Güdü Desteği:** Bireylerin faaliyetlerini teşvik ederek toplumsal hedefleri yönlendirmek.

**c. Diyalog:** Bir dizi olguyu tartışmak, farklı bakış açılarını açıklığa kavuşturmak ve eldeki sorunlar üzerinde anlaşmaya varmaya çalışmak için fikir alışverişi sürecidir.

**d. Eğitim:** Bilimsel ve kültürel gelişimi teşvik etmek ve bilgiyi topluma yaymak (Abboud ve Al Ani, 2015).

**e. Reklam:** Hizmetler ve mallar için ilan ve pazarlama yoluyla ekonomik faaliyetlerin desteklenmesine katkıda bulunarak yapılıır.

Medyanın bireyleri ve toplumları etkilediği bilinen bir gerçektir, insan evriminin seyirini etkilediği de ve medyaya maruz kalma ile insan davranışı arasında nedensel bir ilişki olduğunu bir gerçektir, medyanın etkisi, işlevlerine, kullanım yöntemine, sosyal ve kültürel koşullara ve bireylerin kendi farklılıklarına göre değişir, medyanın etkileri çok ve farklıdır, yoğunluk olarak değişiklik gösterir, kısa süreli veya uzun süreli olabilir, görünür veya gizli, güçlü veya zayıf, psikolojik, sosyal, politik veya ekonomik ve olumsuz veya olumlu olabilirler.

#### 2.1.4. Medya Araçlarının Etkisi

Medya etkileri: Medyayla bağlantılı olarak, yaşamın çeşitli alanlarını etkileyen bir grup etki vardır ve bunlar, aşağıda verildiği açıklanmıştır.

**a. Ekonomik Etkiler:** İnsanları yeni ürünler almaya motive ederek ürünlerin üreticilerden müşterilere teslim edilmesine katkıda bulunan ve medyanın ekonomik kalkınmaya katılmadaki rolünü harekete geçirmeye yol açan pazarlama medyasıyla ilgili etkiler kümesidir. Bazı ekonomi uzmanları, ürünler için reklam yoğunluğunun bir tür para kaybı olarak kabul edildiğine, markayı etkileyebileceğine, tüketicilerin yeni markalar aramasına neden olabileceğine ve reklamların maliyetinin genellikle malların satış fiyatlarına eklendiğine inanmaktadır.

**b. Sosyal Etkiler:** Medyanın toplumu etkilemeye katkısıdır; medya, bireylerle iletişim kurmak için televizyon ve gazete gibi bir grup medya aracını kullanması yoluyla, belirli malları satın almak gibi insanları birçok fikirde ikna etmeye yardımcı olan yöntemler de kullanabilir.

**c. Siyasi Etkiler:** Medyanın ülkelerdeki siyasi yaşamı etkilemedeki halkasıdır, bunun bir örneği seçimlerde, adayların seçim kampanyalarında medyanın kullanılmasıdır; reklamlar, adaylara siyasi pozisyonları işgal etmeleri için önemli destek sağlamaya katkıda bulunur, bu nedenle medya mesajları adayın başarılarına odaklanılmasına yardımcı olur ve bu da seçimlerdeki başarı şansının artmasına katkıda bulunur.

Yukarıda verilenlerden medyanın toplumda önemli bir rol oynadığı sonucuna varabiliriz. Kamuoyunu, eğilimlerini, tarzını büyük ölçüde etkiler ve alışkanlıklarını değiştirirler. Kitle iletişim araçlarının etkisi, işlevine, kullanım yöntemine, politik, ekonomik, kültürel ve sosyal koşullara ve bireylerin kendi farklılıklarına göre değişir.

#### 2.1.4.1. Medya Teorileri

Medya teorileri, medyayı bir grup entelektüel alanla ilişkilendirerek, medyayı incelemeye ilgilenen birçok teori ortaya çıkarmıştır ve bu teorilerin en önemlileri şunlardır (Khadour, 2020):

**a. Medya Teorisi Ve Teknolojisi:** Medyanın maddi temeli ile ilgili bir teoridir; teknolojik özellikleri ve bunların toplum ve bireylerin gelişimi üzerindeki etkilerini incelemeye dayanır. Marshall McLuhan adlı düşünürlerden biri, medya teknolojisinin, net sosyal etkilere yol açan entelektüel medyayı teşvik etmeye katkıda bulunduğunu söyledi, bir örnek, kolayca okunabilen taşınabilir kitapların ortaya çıkmasıdır.

**b. Medya ve Kültür Teorisi:** Medya ve kültürel üretim arasındaki etkileşimi incelemekle ilgili bir teoridir ve Frankfurt Okulu düşünürleri medyaya dayalı kültürel analizle en çok ilgilenenler arasında kabul edilir. Medya ve kültür teorisi, medya ideolojisi ile kültür endüstrisi arasındaki bağlantıya atıfta bulunur ve bu da kitle iletişim araçlarını kullanarak sosyal ilişkileri etkiler. Düşünür Walter Benjamin, sinematografi gibi modern iletişim teknolojisinin sanatsal çalışmalarda bir değişime yol açtığını, ancak modern medya kültürünün ortaya çıkmasına katkıda bulunduğunu söyledi.

## 2.2. Geleneksel Medya

Geleneksel medyanın tanımları, bir yandan araştırmacının ait olduğu toplumda var olan kültürel, politik, sosyal ve ideolojik değişkenlere, diğer yandan da tarihi boyunca geçirdiği gelişmelere göre farklılık göstermiştir.

### 2.2.1. Geleneksel Medyanın Tanımı

Kitlelerin zihniyetinin, ruhunun, eğilimlerinin ve yönelimlerinin aynı zamanda nesnel ifadesidir.

### 2.2.2. Geleneksel Medya İşlevleri

Geleneksel medya, genel anlamıyla eğitimle ortak olan bireyler arasında uyum ve karşılıklı anlayışı sağlamak için gösterme, aydınlanma ve ikna etmeyi amaçlayan topluma bir dizi hizmet sunmak için çalışır.

Geleneksel medyanın gerçekleştirdiği genel işlevler aşağıdaki gibidir ((Abboud ve Al Ani, 2015):

1. Haber yayınlamak.
2. Sosyalleşme
3. Eğlence.
4. Fikir alışverişi ve tartışma.
5. Eğitim ve öğretim.

### 2.3. Geleneksel Medya Araçları

#### 2.3.1. Gazeteler (Yazılı Basın)

Tüm okuyuculara sunulan günlük veya haftalık periyodik bir yayındır, çeşitli ilgi ve arzu kitlesine bir yanıt vermek için, yayımlandığı sırada güncel konularla ilgilenirken, bir dizi konu, bölüm ve formlardır (Al-Dulaimi, 2012).

Yazılı gazetecilik, çağdaş entelektüel ve politik yaşamın temellerinden biridir ve bir iletişim aracı olarak

**Yazılı basının önemi** (Fahmy, 2000); gazetecilik birkaç amaç için okunur.

- a. Sosyal, kültürel, ekonomik ve politik çevresinin koşullarını bilme arzusu ile oradaki haberleri incelemek.
- b. Kamuoyunun bahsettiği konuları bilmek.
- c. Eğlence ve zevk için, içerdikleri haber fıkraları ve edebi anekdotlar verilir.
- d. Çeşitli hizmetler bir yandan birbirine, diğer yandan millete bağlıdır.
- e. Devlet yetkilileri, bunları kendi siyasi fikirlerini veya kültürel özgüllüklerini savunmak için güçlü bir silah olarak kullanıyor.
- f. Kamuoyu için önemli bir platform ve onu şekillendirmek ve etkilemek için en yetenekli araçlardan biri.
- g. Topluluk bilinci oluşturmada önemli bir araç.
- h. Yaygınlığı ve bolluğu ile karakterizedir, böylece dağıtım kolaydır ve tüm popüler yerlere uzanır.
- i. Yazılı gazetecilik, kitaplar gibi diğer basılı medyalara göre daha yoğun ve düzenlidir.

#### 2.3.2. Radyo

Radyo, "yayın" fiilinden türetilmiş bir isimdir ve söylenenlerin kamuya açık olarak yayınlanması ve yayınlanması anlamında söylenti anlamına gelir. Eskiler sır

tutamayan kişiler için radyo gibi tanımını kullanır ve derler ki falanca kişi sırlarda radyo gibidir, sebeplerde kayıptır (Sharaf, 1989).

**Radyo veya yayın**, 1906'da programlarını yayınlayan ilk istasyon olan sesli kitap ortamıdır; radyo en önemli ses aracıdır. Radyo terimi, kökeni Latince'den (radius) kelimesinden gelir, anlamı yarıçaptır. Bu tanımlama, elektromanyetik dalgaların atmosferden devreler şeklinde ses dalgalarının dahil edilmesiyle iletildiği radyo iletimi için geçerlidir.

On dokuzuncu yüzyılın sonlarında radyonun gelişimi, iletişimde bir devrime yol açtı. O zamanlar, uzak bölgeler arasında hızlı iletişimin sadece iki yolu vardı: Telgraf ve telefon, her ikisi de sinyalleri farklı alanlar arasında taşımak için kablolar gerektirir.

Radyonun icat tarihini belirlemek ya da mucidin ismini vermek zordur, çünkü bu, yıllarca takip edilen ve kademeli olarak bütünleşen bir dizi keşif sonucunda ortaya çıkmıştır, yayın teknolojisini geliştirme süreci, on dokuzuncu yüzyılda birçok öncünün eseridir (Al-Halawani, 1982).

Bu nedenle birçok insan, radyonun keşfini, Marconi'nin yükselti yoluyla elektromanyetik sinyaller göndermeyi başardığı ve bilim adamlarının elektrik ve elektromanyetizma alanında yaklaşık yarım yüzyıl önce deneyler yürüttüğü 1896 yılına kadar izler.

Bu alana katkıda bulunan en önemli bilim adamları arasında Amerikalı bilim adamı Joseph Henry ve İngiliz fizikçi Michael Faraday vardır. İki bilim insanı, elektromıknatıslar üzerinde deneylerini ayrı ayrı gerçekleştirerek, iki tel bağlı olmasa da bir teldeki bir akımın geçişinin başka bir teldeki bir akımın geçişine yol açabileceğini belirten teoriye ulaştı, bu teoriye indüksiyon teorisi denir (Gamal, 2009).

İngiliz fizikçi James Clark Maxwell bu teoriyi 1864 yılında ışık hızında hareket eden elektromanyetik dalgaların varlığını varsayarak açıkladı. 1880'de Alman fizikçi Heinrich Hertz, elektromanyetik dalgaların havada ışık hızına eşit bir hızda (300.000 km / s) hareket edebildiğini kanıtlayan Maxwell teorisinin geçerliliğini deneyleriyle kanıtladı ve bu deneyler Marconi'nin radyo iletimindeki başarılı deneyini gerçekleştirmesine yardımcı oldu. Bu alanda Marconi'den önce gelen bilginler arasında Charles Winston, William F. Cook ve Samuel Morse da vardı (Coul, 1971).

Radyonun bir medya aracı olarak en önemli özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Abdullah, 2003):

1. Radyo, dinleyicinin hayal gücünü özgürleştirmede ve kısıtlama olmaksızın serbest bırakmada etkin rolü ile karakterizedir.
2. Radyoyu dinlemek, gazete okurken veya TV izlerken olduğu gibi fazla çaba gerektirmez.
3. Radyo, tüm medya arasındaki tek görünmez ortamdır, bu nedenle profesörler, medya ve iletişim uzmanları buna "kör aracı" derler. "Blind Medium"
4. Radyo, okuma yazma bilmeyen dinleyicilere kültür, bilgi edinme ve ülke içinde ve dışında gerçekleşen olayları, haberleri ve etkinlikleri takip etme fırsatı sunar.
5. Radyo, dünyanın pek çok ülkesinde hükümetlerin kapsamlı popüler duyguları uyandırmak için uyarıldığı duygusal bir sanattır. Özellikle kriz ve savaşlarda vatansız şarkılar, coşkulu şarkılar, peş peşe gelen haber bültenleri ve sıcak siyasi yorumlarla kamuoyunu harekete geçirmeye çalışır.
6. Dinleyici radyo dinlerken çeşitli aktiviteler gerçekleştirebilir.
7. Radyo, kendisiyle dinleyicileri arasında bir yakınlık ve dostluk ortamı yaratır ve bu nedenle radyo dinleyicisi her zaman bu cihazdan samimi, dürüst ve gerçekçi her şeyi duymayı bekler.
8. Radyoda duyulan şeyler şu anda gerçekleşir, yani "yayın sırasında", öyle ki birçok dinleyici kasete kaydedilen programlardan duyduklarının daha çok canlı ve anlık programlar olduğuna inanmaktadır.
9. Radyo geçmişte olan şeyleri değil, daha çok anlık olayları bildirir.
10. Radyo dinlemek yalnızca işitme duyusunun kullanılmasını gerektirir ve bu nedenle geri kalan duyular diğer işlevlerde rollerini oynamak için rahattır.
11. Radyonun boyutu küçüktür, taşınması ve bir yerden diğerine taşınması kolaydır ve fazla yer kaplamaz, bu da dinleyiciye herhangi bir sorun yaşamadan görevini çok verimli bir şekilde gerçekleştirmesini sağlar.
12. Sesi kullanmak canlılık katabilir ve dinleyiciyi reklam metinlerini ikna etme yeteneği - medya uzmanlarına göre - satış sürecinin kişisel karakteristiğine ulaşmasına yardımcı olur; dinleyici, reklam mesajının kendisi için kişisel bir kapasitede hazırlandığını hisseder ve bu, aşağıdaki gibi bazı cezbeden kelimeler kullanılarak yapılır: Sevgili Dinleyici - Efendim - Madam ... vb.
13. Radyo, reklam verenler ve reklam metin yazarları için önemli bir avantaj elde eder, yani anlık reklam metni, dinleyiciye her yerden ve hızlı bir şekilde

ulaşılabildiğinden ve radyo zamanlamasının son dakikalarında reklam metni değiştirilebildiğinden, sergi ve satış gibi satış sezonlarının tanıtılmasına yardımcı olur.

### 2.3.3. Televizyon

Televizyon (çoğul: televizyonlar), ayna veya gören, hareketli bir sahnenin ve eşlik eden seslerin elektrik sinyallerine dönüştürülmesi, ardından sinyallerin iletilmesi ve bir alıcıyla bunları sese eklenmiş hareketli bir görsel görüntüye yeniden dönüştürülmesidir. Televizyon, diğer kitle iletişim araçlarından üstün özellikleri ve avantajları nedeniyle kitle iletişiminin en önemli ve etkili aracıdır. Televizyon, iki bölüme ayrılabilen çeşitli şekillerde ve formatlarda malzemeler sağlar:

- Temsil edilen materyal (dramatik).
- Temsil edilmeyen materyal (dramatik olmayan).

Dramalar, televizyon programları haritasında geniş bir alanı kaplar. Birçok istatistiksel çalışmada, o alanın dörtte birinden fazlasına ulaşırlar. Bu eserler arasında, en önemli ve en etkili, çekici ve birçok televizyon izleyicisi tarafından kabul gören diziler öne çıkmaktadır.

Televizyon, ses ve görüntüye dayalı bir iletişim aracıdır ve bu nedenle ses yayıncılığının özelliklerini ve görsel medyanın özelliklerini birleştirir. "Televizyon" kelimesi iki kelimedenden oluşur: tel: uzak bir yer anlamına gelir ve ikincisi, görsel görüntünün uzaktan iletilmesi anlamına gelen "vizyon" anlamına gelir. Televizyon, görüntü ve şekilleri, gücü fotoğrafı çekilen nesnelere dağıtılan ışık miktarına göre değişen ışınlarla dönüştürerek çalışır. Bu ışınlar, elektrikle atmosferde yayılan tutsak dalgaların ışınlarına dönüştürülür. Böylelikle elektrik dalgalarını tekrar ışınlarla çevirip sonra ışınları görüntüye çeviren alıcılar olan özel cihazlarla yakalamak mümkün hale gelir ve televizyondaki görüntü tıpkı (kitaplar), gazetelerde yayınlandığında, onlara bir mercekten bakarsak, bize fikirlerini açıkça gösteren fotoğraflar gibidir (Sabat, 1985).

Televizyon deney yayınlarının başlangıcı 1920'lerin sonunda oldu. Erken gelişmeydi. Pek çok bilim insanı televizyonun gelişimine katkıda bulundu ve belirli bir kişi televizyonun mucidi olarak tanımlanamadı. İnsanların elektromanyetik dalgalar aracılığıyla havadan iletişim sinyallerini nasıl ileteceklerini öğrendikleri on dokuzuncu yüzyılda televizyonun varlığı mümkün hale geldi ve bu sürece kablosuz iletişim adı verildi. İlk kablosuz operatörler havadan sembolik sinyaller gönderiyordu.

Yirminci yüzyılın başlarında, kablosuz operatörler kelimeleri iletebiliyordu. Bu arada, birkaç bilim adamı görüntü göndermeyi içeren deneyler yaptı. 1884 yılında, Almanya'dan Paul Gottlieb Nabekov, kısa mesafelerde görüntü gönderebilen bir tarama cihazı icat etti ve sistemi otomatikti, şu anda olduğu gibi elektronik değildi. 1922'de ABD'den Philo Farnsworth bir elektronik tarama sistemi geliştirdi. 1926'da İskoç bir mühendis olan John Baird, karanlıkta görüntüleri yakalamak için kızılötesi bir televizyon sistemi icat etti. Ve Rusya doğumlu Amerikalı bir bilim adamı olan Vladimir Zworykin, 1923'te depolanan bir televizyon kamerası, ikonoskop ve kineskop görüntü valfını icat etti ve ikonoskop, yayına uygun ilk televizyon kamera valfidir. Kineskop, televizyon alıcılarında kullanılan görüntü valfidir. Zworykin, 1929'da ilk işlevsel, tamamen elektronik televizyon sistemini sundu (İdris, 2001).

Milyonlarca evde trajedileri açığa çıkaran savaşlar ve doğal afetlerle ilgili yayın ve haberlerin başlamasıyla yirmili ve otuzlu yılların sonlarında çok sayıda televizyon yayınlama deneyi yapıldı ve Britanya'daki İngiliz Yayın Kurumu, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki CBS ve Ulusal Radyo televizyon yayın deneylerinin öncüleriydi. BBC ilk kamu televizyon hizmetine 1936'da Londra'daki Alexandra Palaca'dan yapılan yayınlarla başladı. 1936'da Wireless Corporation of America (daha sonra RSA olarak adlandırıldı) kuruldu, National Broadcasting Corporation'un (NBC) sahibidir. New York şehrinde 150 eve alıcılar yerleştirildi ve National Broadcasting Corporation'ın New York istasyonu bu evlerin ilk deneysel televizyon yayınlarına başladı ve ilk programı bir animasyon programıydı, sonra da National Broadcasting Company, 1939'da Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk normal televizyon yayınlarına başladı (Mekkawy, 1989).

İkinci Dünya Savaşı'ndan (1939-1945) sonra İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde televizyon yayınına devam edildi. Başlangıçta yayın deneyseldi ve çok az kişinin televizyonu vardı. 1951'e gelindiğinde, Amerika Birleşik Devletleri doğudan batıya televizyon yayınlarıyla kaplandı ve insanlar bundan büyülendi. 1950'lerde Batı ülkelerinde televizyon kullanımında büyük bir artış oldu. İngiltere'de ticari televizyon ağının faaliyete geçtiği 1955 yılına kadar yalnızca bir televizyon hizmeti vardı. Avustralya ilk ulusal ve ticari istasyonlarını 1956'da Sidney ve Melbourne'da açtı ve İrlanda televizyon yayınına 1961'de başladı. 1960'larda çeşitli ülkelerde renkli televizyon tanıtılarak televizyon gelişimi daha hızlı hale geldi.. British Broadcasting Corporation, 1966'da Channel Two'da düzenli renkli yayınlara başladı (Sabat, 1985).



**İlk programlar;** Eğlence şovları ve western filmleri 1950'lerin en çok satan şovlarıydı. Daha sonra büyük para ödüllü yarışma programları ticari istasyonlarda favori programlar haline geldi. Coronation Street gibi drama dizileri milyonlarca izleyicinin ilgisini çekti. Bu 1960'larda oldu ve hala çok sayıda izleyiciyi çekmektedir.

Televizyon aşağıdaki gelişim aşamalarından geçmiştir (Sabat, 1985):

- 1848 görüntü aktarma ilkesinin beyanı, ancak maddi başarı olasılığı olmadan.
- 1884 Alman mucit Paul Nipko, çizgi görüntü analizi için bir cihaz, bir Nipco diski ve mekanik televizyonun temelini patentledi.
- 27 Ocak 1926: Televizyonun resmi doğumu.
- 26 Nisan 1935: İlk resmi Fransız televizyon yayını.
- Kasım 1935: Televizyon, 180 tanımlama hattı ve Eyfel Kulesi'nin tepesinde bir kısa dalga vericisi ile gösterildi.
- 4 Ocak 1937: Fransız televizyonu her akşam 20:00'den 20:30'a kadar yayına başladı.
- 3 Eylül 1939: Savaşta Fransız televizyonuna Almanlar hakim oldu
- 1944 Renee Barth, 819 televizyon dizisinin tanımını geliştirir.
- 20 Kasım 1948: İletim seviyesi 819 hattır. Fransa diğer ülkelerden hat alan tek ülke olup, 625 hat seçilecektir.
- 1951 renkli ilk kamu yayını gerçekleştirilmiştir.
- 1967 SICAM, 625 satırlık renkli video kodlama standardı, Henri de France tarafından icat edildi ve Fransız televizyonu bunu benimsedi.
- 2000 televizyon sistemlerinin gelişimi ve belirli yaş gruplarına göre bölünmesi.

Arap ülkelerine gelince, Arap dünyasında 1947'de Petrol Şirketi'nin (Aramco) Dhahran'da bir televizyon istasyonu kurmasıyla Suudi Arabistan Krallığı'nda başlayan ilk televizyon yayını görülmüştür. Bu istasyonun alanı bazı Suudi bölgeleri ve Emirliklerin bir parçasıydı. Mısırlı araştırmacı Halil Sabat, bu tarihi medya kuruluşlarının yazımı, bunların başlangıcı ve gelişimi ile belirtildiği gibi Arap yayıncılığının başlangıcı ve Arap televizyonunun tarihi olarak görüyor

Aşağıdaki nedenlerden dolayı bu görüşü destekleyemiyoruz:

Birincisi: Bu istasyon tamamen ticari amaçlarla kurulduğu için, istasyonun varlığının sınırlı ve kısa bir süre için olması ve kapatılmasının nedeni de kurucularına kâr sağlamamasıdır.

İkincisi: Bu istasyon Araplar için değildi, alıcılara sahip Arapların sayısı el parmak sayısını geçemeyecek kadar azdı. Daha çok Amerikalılar, yabancılar ve aileleri için eğlence amaçlı kurulmuştu.

Mısır'daki ilk televizyon deneyi Mayıs 1951'e dayanıyor. 1953'te Kahire'de, ziyaretçilerine televizyonu izleme fırsatı veren bir radyo ve televizyon sergisi düzenlendi, ancak normal televizyon yayını bu tarihten birkaç yıl sonrasına kadar başlamadı. Şimdi birden fazla uydu kanalına sahiptir. 1954 yılında Fas'ta Rabat ve Kazablanka'da ticari olarak televizyon yayını başladı, ancak kısa süre sonra finansal nedenlerden dolayı yayın yapmayı bıraktı. Fas hükümeti bu iki istasyon için ekipman satın aldı ve onlarla yayına devam etti. 1962 yılının Mart ayında Marakeş şehrinde üçüncü bir istasyon kuruldu ve aynı yıl ilk yayın girişimi gerçekleşmişti. İki işadımı, Wissam Ezzedine ve Eks Arede, bir televizyon yayın şirketi kurma ve televizyon istasyonu ve televizyon satma izni için hükümete talepte bulundu.

Irak'a gelince, 1956'da başladı. Aynı yıl Cezayir'de, yani Cezayir devriminden iki yıl sonra ilk televizyon kanalı kuruldu ve 1960'ta ülke 1962'de özgürlüğüne kavuşana kadar Paris TV programları yayınlamaya başladı.

1960'da Suriye televizyonla tanıştı ve programları son yıllarda büyük ölçüde gelişti. Kırsal eğitim programlarıyla ilgilenmiştir. Eğitim televizyonu 1965'te başladı, ancak 1966'da yayın durdu ve 1967'de yayına devam edildi. Kuveyt'te televizyon yayını, bir tüccara ait özel bir istasyonla başladı, burada bazı sinema filmleri, animasyon ve akşam filmleri sundu ve yayın gücü yüz watt'ı geçmedi, ardından televizyon 1961 Kasım ayının ortalarında hükümet yönetimine geçti.

Sudan, 20 Kasım 1963'te televizyonun tanıtımını yaptı ve ana istasyon 1964'ten beri reklam yayını yapmaktadır (Sabat, 1985).

Bundan sonra televizyon, Arap ülkelerinin geri kalanına, 1965'te Suudi Arabistan, 1966'ta Libya, 1964'te Yemen, 1966'ta Tunus, 1966'ta Ürdün, 1969'da Birleşik Arap Emirlikleri, 1970'de Katar ve 1973'te Bahreyn'e yayıldı (Mekkawy, 1989).

#### **2.3.4. Yeni Medya**

Yeni medya, yalnızca iletişim bilimlerinin çağrışımları bağlamında değil, aynı zamanda bu yeni medya türünü çevreleyen tüm kavramlar bağlamında tamamen yeni bir yönü temsil ediyor, çünkü hala çoğu yönüyle tam özellikleri henüz ortaya çıkmamış bir embriyonik durumdur.

Yeni medya teknolojisinin tanık olduğu gelişmeye rağmen, eski iletişim araçlarını ortadan kaldırmadı, aksine geliştirdi ve kitlesel olarak değiştirdi. Ve geçmişte birbiriyle hiçbir ilgisi olmayan bağımsız araçlar olan çeşitli medya kuruluşlarının, kitle iletişim medyası uluslararası veya küresel hale geldikçe, bu medya arasındaki sınırların kaldırılmasıyla, birleştirilmesine yol açtı.

Kültürel, tarihi ve medeniyetsel bir çerçeve içinde medya, doğduğu dönemin niteliklerini ve özelliklerini edinir ve aslında bilgi çağı kavramı, türleri, özellikleri ve araçları bakımından önceki medya tarzlarından farklılık gösteren ve geniş medya, siyasi, kültürel ve eğitimsel etkilerinden bazılarına ad verildiği ölçüde farklılık gösteren yeni bir medya modeli yaratmıştır. Medyanın insanlık tarihinde yeni bir fenomen olması değil, modern araçlarının etki derinliği, yönün gücü ve medyanın rolünde köklü değişikliklere yol açan tehlikenin ciddiyeti ve onu topluluk sisteminde temel bir eksen haline getiren derinlikli hedeflere ulaşması nedeniyle çağımıza (medya çağı) denir.

#### **2.4. Yeni Medya Kavramı**

Geleneksel medyayla çelişen modern bir terim olup, yeni medyanın belirli bir tanımı üzerinde mutabık kalınmamış olup, internete bağlı veya bağlı olmayan elektronik cihazlarla istediğimiz zaman ve biçimde istediğimiz bilgileri üretmeyi, yayınlamayı, tüketmeyi ve değiş tokuş etmeyi ve etkileşimde bulunmayı mümkün kılan tüm iletişim teknolojilerini ve dijital bilgileri içerir. Diğer kullanıcılar ve geleneksel medyayla çelişir, çünkü geleneksel medyanın haber rolünü aşar ve insanlar arasında haberin yapılmasına ve tam hızda yayınlanmasına kendi başlarına katılmaları için bir etkileşim ve iletişim fırsatı sağlar ve internet teknolojisi ve yeni bilgi teknolojilerinin sunduğu çeşitli hizmetlere bağlı olarak eski medyanın içeriğini karakterize eden sessizliğin ötesine, hareket durumuna ve sürekli yenilenmeye kadar gider (Taymour, 2010).

Gönderen ve alıcı arasındaki etkileşimli bir süreçte internete bağlı veya bağlı olmayan elektronik cihazlar aracılığıyla medya içeriğinin çeşitli biçimlerinde üretilmesini, yayılmasını ve alınmasını sağlayan bir dizi yeni dijital yöntem ve faaliyet olarak tanımlanabilir (Aladdin, 1994).

Yüksek teknoloji sözlüğü, onu "bilgisayarların, bilgisayar ağlarının ve multimedyanın birleşmesi" olarak tanımlar (Abboud ve Al Ani, 2014).

Bilgisayar sözlüğü onu iki maddeyle tanımlar (Abboud ve Al Ani, 2014).

**a.** Yeni medya, bir dizi dijital iletişim uygulamaları, çeşitli türlerde diskler üzerinde gerçekleşen elektronik yayıncılık uygulamaları, dijital televizyon ve internet anlamına gelir ve bu kapsamda iletişim ve taşınabilir cihazlar için kablosuz uygulamalara ek olarak kişisel ve mobil bilgisayarların kullanımını da belirtir. Bir bakıma her tür bilgisayar, dijital evlilik bağlamında yeni medya uygulamalarına hizmet eder.

**b.** Kavram aynı zamanda dijital ortamdaki yeni iletişim yöntemlerine atıfta bulunur, daha küçük insan gruplarının internette buluşup bir araya gelmesine, fayda ve bilgi alışverişinde bulunmasına izin verir ve bireylerin ve grupların kendi seslerini ve toplumlarının sesini tüm dünyaya duyurmalarına olanak tanıyan bir ortamdır.

Kısa İnternet Sözlüğü, yeni medya terimini "genel olarak dijital medyaya veya çevrimiçi gazetecilik endüstrisine" atıfta bulunarak tanımlar. Tanım bazen eski medyaya atıfta bulunur ve burada eksiltici olmayan bir terimdir ve yeni geleneksel medya sistemlerini, basılı, televizyon, radyo ve sinemayı tanımlamak için de kullanılır (Shakra, 2014).

Aynı zamanda "bilginin metin, resim ve videonun karışımı şeklinde görüntülenen ve bilgiyi daha güçlü ve etkili hale getiren multimedya medya" olarak da bilinir. Bu bilgiler elektronik olarak hazırlanan, saklanan, değiştirilen ve iletilen dijital bilgilerdir. Aynı zamanda çeşitliliği ve kullanım kolaylığı ile de ayırt edilir ve bu özellikler iletişim araçlarının davranış kalıplarını değiştirmiştir (Taymour, 2010).

Yeni medya, uydular aracılığıyla modern iletişim sistemlerine ve elektronik bilgisayarlarla ilişkili bilgi işleme sistemlerine dayanan bilgi çağının medyasıdır. Uzaktan iletişim ve bilgi patlaması olan iki fenomeni arasındaki bu evlilik, yeni medyaya bilgiyi elektronik olarak toplama ve küresel olarak sunma ve bir yapı sağlama becerisinde daha geniş bir alan sağladı. Çok çeşitli ve çok bölgeli bir iletişim olan bu

medya, artık göndericiden alıcıya inen bir dikey olarak değil, daha ziyade aralarındaki rol değişimine dayalı olarak etkileşimli hale geldi. Medya çalışma ortamının bu doğrusal yolu ile değişti ve mekanizmalarında ve araçlarında çeşitlilik, içeriğini iletmede hız ve kolaylık, alternatiflerinin ve seçeneklerinin çokluğuyla karakterize edilen bir yol izledi ve çeşitli eski ve yeni araçların bilgisayar platformu ve ağları vb. üzerinden tek bir yerde birleştirilmesiyle temsil edilen bir dizi özelliği ve avantajı vardır. Bu entegrasyon, miras alınan iletişim modelinin devrim niteliğindeki bir değişikliğinden kaynaklanır ve sıradan bireyin, geleneksel iletişime göre yukarıdan aşağıya değil, geniş bir şekilde eğilimleri görürken istediği kişiye mesajını iletmesine izin verir. Medyanın dijital teknolojiyi, etkileşimli durumları ve sanal gerçeklik uygulamalarını ve multimedyaı benimsemesinin yanı sıra, bireysellik ve uzmanlaşma özelliklerini elde etmekte, ulusal devlet kavramını ve uluslararası sınırları aşmaktadır (Shakra, 2014).

Yeni medya kavramını çevreleyen tartışmalara rağmen, kağıt gazeteler, televizyon, radyo, elektronik basın gibi yeni medya, web siteleri ve sosyal medya siteleri gibi geleneksel medyanın her biri arasındaki farkın hala net olduğunu görüyoruz. Bugün haber aktarmanın en önemli araçlarından biri haline gelen Facebook ve Twitter gibi. Bu güvenilir olmaktan uzaktır, ancak farklı kültürlerdeki bireyler arasında en popüler ve yaygın olarak kullanılan yöntem haline gelmiştir. Mesele farklıydı, çünkü bireysel tüketici televizyon tarafından yayınlanan haberlerin alıcısı olduktan sonra, yani haber ve kamuoyu oluşturma çemberinin dışında, çembere girdi ve merkezi ile etkileşime girdi ve (hashtag) kullanarak çizime ve kamuoyu oluşturmaya başladı.

## 2.5. Yeni Medyanın İsimleri

Yeni medyanın isimleri birleşik bir isimde kalmadı ve çoğaldı ve bu isimler arasında:

1. **Dijital Ortam:** Dijital televizyon, dijital radyo ve diğerleri gibi dijital teknolojiye dayalı bazı uygulamalarını tanımlamak veya bir bilgisayarla birleşen herhangi bir sistem veya ortama atıfta bulunmak için.
2. **Etkileşimli Medya:** İnternet, etkileşimli televizyon ve radyo ve diğer etkileşimli medya sistemleri kullanıcıları arasında bir verme ve yanıt verme durumu olduğu sürece.

3. **Ağ Medyası:** İnternet ve diğer ağlardaki uygulamalarına odaklanarak iletişim hatları üzerinde.
4. **Siber Medya:** Bilim kurgu yazarı William Gibson'ın 1984 romanında verdiği siber uzayın ifadesi.
5. **Bilgi Medyası:** Bilgisayar ile iletişim arasındaki evliliği ve bilgi teknolojisinin gelişiminden yararlanan ve onunla bütünleşen yeni bir medya sisteminin ortaya çıkışını ifade etmek.
6. **Multimedya Medyası:** Metin, resim ve video arasında meydana gelen birleşme durumu.

## 2.6. Yeni Medyanın Özellikleri

**Etkileşim:** Bir medya materyali alıcısının bir haber, reklam veya bilgi sahibi olmasına, bu materyalin tartışmasına katılmasına ve onun hakkında görüş bildirmesine ve bir düzeltme, ek veya açıklama hakkında yorum yapmasına olanak sağlayan bir özelliktir.

Bu özellik sayesinde takipçi, görüşlerini göstererek sohbet ederek veya forumlara katılarak doğrudan medya makalesinin yapımcısına geçebilir (Shakra, 2014).

Yeni medyanın bir dizi özelliği vardır:

1. Elektronik medya
2. Sosyal Medya
3. Etkileşimli Medya
4. Ağ Medya
5. Dijital Medya

## 2.7. Yeni Medya Araçları

### a. İnternet

İngilizcede (İnternet), "arasında" anlamına gelen (Inter) ön ekinden ve "ağ" anlamına gelen "Net" kelimesinden oluşur ve adı, internet yapısını (ağlar arasındaki bir ağ) veya bir ağ ağını belirtir.

İnternet aynı zamanda (World Net), (World Wide) (Web) veya elektronik bilgi yolu gibi çeşitli isimlerle anılır (Kafi, 2016).

İnternet, sağladığı bilgi hizmetleri ve e-posta hizmeti nedeniyle birçok alanda kullanılmaktadır. Ayrıca normal posta sistemlerine göre mali giderlerden tasarruf sağlamaktadır. Aşağıdaki alanlarda kullanılmaktadır:

**1- E-posta Hizmeti (Electronic Mail):** İnternet üzerinden iletişimin en belirgin özelliğidir ve e-posta tanımını "bilgisayarlar aracılığıyla çalışan ve ister metin, ses veya görsel bilginin, hem bireysel hem de grup türlerinin kişisel iletişimini kolaylaştıran etkileşimli bir teknoloji olan elektronik araçlar tanımından alır. İnternet kullanıcısı başka bir kullanıcı veya kullanıcı grubu ile mesaj alışverişinde bulunabilir. Sunucusunda e-postaya tahsis edilecek bir alan ayırır bu nedenle bu sağlayıcıya sahip her abonenin kendi alt alanı vardır ve aboneye e-postaları alabileceği ve başkalarıyla iletişim kurabileceği kendi adresi verilir (Abu Al-Atta, 2000).

**2- Haber Grubu Hizmeti (News Groups):** Birbiriyle ilişkili ortak ilgi alanlarına sahip bir grup insandır. Haber grubu, bir kişiden diğerine gönderilen mesajları herkesin görebilmesi için bir dizi kişiyi içeren bir yuvarlak masa olarak tanımlanabilir. Bu sayede metinler ilk hallerinde okunabilir, sabit ve hareketli görüntülerle değiş tokuş edilebilir ve abone kendi e-postası ile haber gruplarına girebilir ve ardından grubun bilgi, haber ve veri yayınlarını alabilir.

**3- Acil (Anlık) Mesaj Alışverişi Hizmeti:** İnternet üzerinden bir kişi ile diğeri arasında veri, bilgi ve diyalog alışverişine yardımcı olan bir hizmettir. Ağ tarafından sağlanan anlık mesajlaşma hizmetleri, bu hizmeti internet üzerinden sağlayan programların çokluğu nedeniyle sayısızdır ve bu programlar, çoklu görev olan ve çoklu görev olmayan diyalog programlarına bölünebilir. Anlık mesajlaşmada bilgi; ses, görüntü ve metin gibi birden çok biçimde değiş tokuş edilir. Sınırlı görevleri olan konuşma şovları tarafından sağlanan hizmetler ise, yalnızca ses veya metin gibi sınırlı veri iletme biçimleriyle veya görüntüyü kullanmadan her ikisi ile sınırlı olan programlar aracılığıyla sağlanan hizmetlerdir.

Anlık mesajlaşma hizmetleri sağlayan programlar arasında BackTalk, Yahoo Messenger bulunur ve bunların tümü kullanım kolaylığı ile karakterize edilir (Al-Shamayleh, 2015).

**4- Arama Motoru Hizmeti:** Kullanıcıların çeşitli internet kaynaklarında belirli kelimeleri aramasına izin veren programlardır ve arama motorları, bunları eklemek, webde yeni sayfalar bulmak için kullanılan bir dizi programdan oluşur. Bu programlar

arasında hedef sitenin ilk sayfasına erişimle sınırlı kalmayan, daha ziyade diğer sayfalara ulaşmak için herhangi bir sitedeki bağlantıları takip eden örümcek programı (spider program) ve devasa bir veri tabanı olan Index Program programı bulunmaktadır (Ghandour, 1999).

**5- İnternet Üzerinden Ağ Telefon Hizmeti veya Telefon Hizmeti:** İnterneti kullanarak hızlı iletişime yönelik bir teknoloji gerecidir, genellikle cep telefonuyla aynı şekilde kullanılır, ve bundan bir bilgisayar, ağ bağlantısı, modem ve özel bir program aracılığıyla yararlanır. Ve bu hizmet aşağıdaki durumlarda daha etkilidir.

- Doğrudan yanıt gerektiğinde.
- Uygun ekipman mevcut olduğunda.
- İletmek istediğiniz bilgi fonetik nitelikte olduğunda veya en azından metin olarak gönderildiğinde bir miktar değer kaybetme riski söz konusuysa (Al-Shamayleh, 2015).

**6- Arşiv Hizmeti:** Aynı zamanda OKI servisi olarak da adlandırılır ve istediğimiz dosyalara bizi güvenli ve kolayca bağlayan bir organizasyon olup önemi, bunlara erişimi kolaylaştırmak için arşivlenmesi gereken sınırsız sayıda yer ve dosyanın varlığından gelir olması ve bu hizmet, gerekli dosyanın tam yerini belirleyen arşiv alanına OKI servis programını girerek çalışır. Ayarlanırsa, FTP hizmeti kullanılabilir ve dosyalar kullanıcı tarafından belirlenen şekilde ele alınabilir (Al-Shamayleh, 2015).

**7- Elektronik Yayıncılık Hizmeti:** Bir dosya ve mesaj deposudur ve genellikle belirli bir konuyla bağlantılıdır. Bu hizmet, aradığımız konuya ait elektronik yayın kurulu ile iletişime geçilerek kullanılabilir ve sırasıyla ekranda çıkan menüler içerisinde tespit edilmiştir (Abu Aisha, 2014).

**8- Pazarlama Hizmeti:** İnternet, şirketler için geniş bir pazar haline geldi. Bazı büyük şirketler, İnternet üzerinden reklam ve ticaretin düşük maliyetinden veya elektronik ticaret olarak bilinen şeyden yararlanarak işlerini şişirdi ve bilgiyi çok sayıda kişiye yaymanın en hızlı yolu olarak kabul edildi (Abu Aisha, 2014).

#### **b. Sosyal Ağlar Veya Sosyal Ağ Siteleri**

Büyük elektronik topluluklar oluşturan, buluşma, arkadaşlık, mesajlaşma ve anlık sohbet gibi hizmetler ve mesajlar aracılığıyla sosyal ağ üyeleri arasında iletişimi



ve etkileşimi destekleyen bir dizi hizmet sunan sitelerdir. İlgi grupları, bireyler ve kurumlar için sayfalar, etkinlikler ve etkinliklere katılma, fotoğraf ve

video gibi başkalarıyla medya paylaşma ve yazılım gibi alanlardır (Al-Laban, 2011).

Dünyanın tüm ülkelerindeki internet sörfçüleri için onu popüler bir yer haline getiren birçok avantajı ile karakterizedir. Ve aşağıda yazıldığı gibi,

- Kullanım kolaylığı
- İletişim ve kendini ifade etme
- Bir topluluğu yeni yöntemlerle şekillendirme
- Veri çıkışı
- İnternetin coğrafyasını yeniden düzenleme
- İçerik yoluyla empati kurma

En öne çıkan sosyal ağ siteleri arasında şunlar yer alır:

**1- Facebook:** Ücretsiz olarak erişilebilen ve (Facebook) Limited Şirketi tarafından özel mülkiyeti olarak yönetilen bir sosyal ağdır. Kullanıcılar, başkalarıyla iletişim kurmak ve onlarla etkileşim kurmak için şehir, işyeri, okul veya bölgeye göre düzenlenen ağlara katılabilir, ayrıca kullanıcılar arkadaş listelerine arkadaş ekleyip onlara mesaj gönderebilir, kişisel dosyalarını güncelleyebilir ve arkadaşlarını kendilerini tanıtabilirler (Al-Bayati, 2019).

**2- Twitter:** Adını "Twitter" anlamına gelen (Twitte) kuş ötüşü teriminden alıyor ve son yıllarda yaygınlaşan, Ortadoğu'da birçok ülkede siyasi olaylarda büyük rol oynayan sosyal ağlardan biridir. Son zamanlarda gerçekleşen Arap Baharı devrimlerinin olayları üç ana site (Facebook, Twitter ve YouTube) üzerinden yayınlanmış, ağlar bu olaylarda çok önemli rol oynamıştır (Al-Hashemi, 2004).

**3- YouTube:** Kendi video dosyalarının bağlantılarını indirir ve sitenin kendi kullanıcı ara yüzü üzerinden görüntülenmesini amaçlar, kullanıcıların site dışı web sayfalarında video dosyalarını görüntülemelerine olanak tanır. Video dosyaları YouTube'den özel bir yazılımla veya özel siteler aracılığıyla cep telefonlarından indirilebilir. Ayrıca akıllı cep telefonları, internet servis sağlayıcısına bağlı olarak YouTube videolarına erişme özelliğine sahiptir (Al-Bayati, 2015).

### **c. Dijital radyo**

Dijital radyo fikri, onu 1999 yılında kendi uluslararası grubunda (World Space) başlatan Lübnanlı-Amerikalı "Noah Samara" ya dayanıyor, doğrudan sinyalleri yakalayan ve her radyo cihazına takılan hassas antenlerden vazgeçerek, sinyalleri yakalama konusunda çanak antenlerin tarihine son veriyor. Ve dijital yayın teknolojisi, dijital televizyon yayın teknolojisi gibi, birkaç ses kanalının küçük bir frekans bandında iletilmesine izin verir ve programları küçük bir anten tarafından alınır. Başka bir deyişle, bu teknoloji spektrumdan daha küçük bir alanı kaplıyor.

Örneğin, yedi analog kanalın şu anda yaklaşık 9 MHz kaplayabildiğini, dijital yayına geçilirse aynı kanalların maksimum 1.5 MHz'de çalışacağını görürüz. Dijital istasyonlar, her frekans için spektrumun bir bölümünü kaplayan havada seyahat eden dalgalar aracılığıyla iletim yapar. Dijital teknoloji, kanalları dijital formda sağlayarak spektrumun her bölümünde daha fazla sayıda kanalı sıkıştırır, daha sonra bu kanalların bir kısmını bu şekilde kodlanmış dalgalar halinde iletir ve son olarak bu kodlar dinleyiciye ulaştıklarında çözülür. Bu işlem, aynı frekansta, yalnızca özel bir kod çözücü veya dijital TV alıcısı olarak bilinen şey tarafından kesilebilen kodlanmış veya şifrelenmiş istasyonların bir karışımı olduğu anlamına gelir. Radyoda, kod çözücü radyonun içine yerleştirilmiştir. Dijital bir radyo sinyali, aynı dalgalar üzerinde sekiz ila dokuz istasyon veya kanal taşıyabilir (Makkawi, 2008).

Dijital yayın, CD'lerdeki sesin saflığıyla karşılaştırılabilir ultra net ses iletimi sağlarken, geleneksel yayını etkileyebilecek dış etkilerden arındırılmıştır. Dinleyiciler için uzman kanallardan daha fazla seçenek sunan daha fazla istasyon vardır. İstasyonun reklamını yaptığı herhangi bir ürünü satın almak isterken, bazı alıcılara satın alma işlemini tamamlamak için özel düğmeler sağlanacağından, dijital radyo ekranlarında veri alma ve elektronik hatlarda trafik koşulları ve alışveriş olanakları hakkında dijital bilgi yayınlama yeteneği söz konusudur (Shamo, 2002).

### **d. İnteraktif (Etkileşimli) Televizyon**

İzleyiciye gösterileni seçme, bazı sahnelere doğrudan katılma özgürlüğü, izlerken vizyonu şekillendirme fırsatı veren, ayrıca izleyiciye bilgi talep etme ve hatta geçici olarak durdurulacağını belirterek canlı yayını takip etme ve interaktif televizyonun en önemli özelliklerini aşağıdaki gibi belirleme imkanı veren bir cihazdır (Shafiq, 2010).

- Aralarında hareket imkanı, çok çeşitli TV kanalları.
- Ayrıntılı program listelerinin, bunların türlerinin ve tarihlerinin mevcudiyeti.
- Belirli bir konunun ve başka bir sunumun doğrudan kaydedilme olasılığı.
- Belirli bir konu için otomatik kayıt imkanı.
- Belirli programların ne zaman gösterileceğini kontrol etme yeteneği.
- Belirli zamanlarda belirli kanalların / programların yayınlarını yakalama yeteneği.
- Başka bir materyali görüntülerken bir makaleyi (küçük resim) kısmen görüntüleme yeteneği
- Hava durumu, turizm, haberler, spor, karakterler ve etkinlikler gibi çeşitli önemli bilgi hizmetleri ve etkileşimli oyunlar sağlamak.
- Talep üzerine filmler için yayın ücreti ödeyebilme.
- TV'de alışveriş yapabilme, E-posta alabilme.
- İnternette siteler arasında gezinme yeteneği.
- İzleyicinin doğasına ve tercihlerine göre interaktif reklamları izlemek.
- Canlı yayınlanan materyalleri tekrar sergileyebilme.

Yukarıdakilerden, yeni medyanın araçlarıyla geleneksel medyadan farklı olduğu sonucuna varabiliriz; yeni medya bilgisayara, İnternete, cep telefonuna veya mobil telefona bağlıyken, geleneksel medya televizyona, kağıt gazetelere ve radyoya bağlıdır; Bu nedenle, yeni medya bir kaç isimle adlandırılır, bunlar: Dijital medya, etkileşimli medya, multimedya medyası, hiper medya ve diğerleri, yeni medya ise, bunlar: bilgisayar, İnternet ve multimedya, bu unsurların entegrasyonu sayesinde olduğu gibi sunum, katılım ve anlık etkileşim için çeşitli seçenekler sunan araçlara dayalı gelişmiş bir iletişim süreci üretilir, bu da gönderen ve alıcı arasında anında etkileşim olanaklarıyla birlikte daha çeşitli iletim ve haber düzenleme hizmetlerinin yolunu açacaktır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### IRAK MEDYASININ COVID-19 İLE MÜCADELEDEKİ ROLÜ

Bugün bütün dünya, dünyanın dört bir yanına dağılmış, insanlığı etkileyen benzeri görülmemiş bir sağlık krizi yaşıyor, çünkü Covid-19 virüsü, dünyanın belirli bölgelerine inen normal bir salgın değil, daha fazlası, binlerce enfeksiyon yayan ve insan hayatını tehdit eden, insanları endişelendiren ve korkutan bir salgın.

Medya, görsel, işitsel veya okunaklı tüm biçimleriyle, dünyayı kasıp kavuran insan ırkına yönelik tehdidiyle Corona virüsü krizinde olduğu gibi, siyasi, ekonomik, sosyal veya sağlık açısından, kriz zamanlarında kitleleri eğitmede ve farkındalık yaratmada etkin bir role sahiptir.

Medya birçok olayda çok önemli bir rol oynar, bu nedenle toplumlara ilgilendiren konuları alır profesyonel standartlara göre iyi performansla düzenleyip sunar ve bir yandan gerçeğe ve hakikate, endişelere öte yandan insanlığa hizmet etmeye isteklidir. Bu nedenle, toplumların karşılaştığı çeşitli krizleri ele almanın her zaman başında olduğunu görürüz.

Corona'nın aniden ortaya çıkması ve bugüne kadar durdurulmayan bu salgın kurbanlarının çoğalması doktorların aldığı sorumluluk gibi medyayı da aynı sorumluluğu almaya sevk etti. Aksine, tüm dünyanın içinden geçtiği bu zor koşullarda rolü büyüktür. Medyanın rolü, toplumlara sahnenin ciddiyeti ve olup bitenlerin gerçeği konusunda uyarması ve kurbanların sayısını iletmesi açısından bir korku ve endişe durumuna neden olsa bile, bu çok önemlidir ve daha sonra olumlu olarak yansıtacaktır.

Bu salgının, medyada bir meslek olarak doğuştan sahip olduğu insani özelliğini koruma yeteneğini kanıtlayana ve nihayet bir makale, haber veya videoda yazılan her kelimenin etkisini fark edene kadar birçok ekonomik ve mesleki zorluğu beraberinde getirdiği açıktır. Bu alandaki her gazeteci veya içerik oluşturucu için akılda tutulması gereken şey budur, çünkü korku alıcının paniğe kapılmasına neden olacak ve ardından dedikodu yaymasına, onlara av olmak veya belirli bir grubu suçlamak ve ona göre davranmak gibi daha kötü şeyler yapmaya itecektir.

Medya, gerçeklerin netleştiği ve olayların doğru biçimde gittiği bir algılayıcı göz olmanın önemini taşımaktadır. Bu, medyanın ve çeşitli organlarının pandemiden

dolayı olan tüm gelişmelere iletişim imkânı vermiş olmasından kaynaklanmaktadır. Medyanın, hastalığın gerçekliği hakkındaki bilgilerin medya organlarının mesajları aracılığıyla yaymasına katkıda bulunan çeşitli araçlara sahip olmasının önemi nedeniyle, insanlara gerçeklerle yüzleşme ve yetkililer tarafından medyaya hareketin açıklığa kavuşturulması görevi verilmiştir.

Bölümü iki konu başlığı ile inceleyeceğiz, birinci başlıkta geleneksel ve elektronik gazeteciliğin salgınla mücadeledeki rolüne değineceğiz, ikinci başlıkta ise Irak uydu kanallarının Covid-19 ile mücadeledeki rolünü ele alacağız.

### **3.1. Irak Basınının Covid-19 ile Mücadeledeki Rolü**

Corona virüsünün dünyaya yayılmaya başlamasından bu yana Irak medyası, haberleri aktarmaya ve virüsün seyrinin bölge sınırları dışında yayılmaya başlamasından, Çin, Avrupa ve diğer bölgelerde daha da arttığı bir dönemde, yayılmasını ve tehdidinin ciddiyetini takip etmeye çalıştı. Medyanın faaliyetleri, virüsün yayıldığı ülkeleri ve durumu kontrol etmek için hükümetlerin uygulamaya veya dayatmaya çalıştığı planları bildirmekle sınırlıydı.

Kapsama ayrıca, güvenilir veya bazen güvenilmez kaynaklardan gelen haberleri bildirmenin yardımıyla virüsün ne olduğunu ve "pandemi" aşamasına nasıl ulaştığını takip ederek devam etti; bu, daha sonra çok büyük miktarda yanlış bilgilerin yayılmasından kaynaklıydı, örneğin virüsün yayılmasının "yarasa çorbasından" kaynaklı olduğu haberi gibi. Dünya Sağlık Örgütü'nün internet sitesinde belirttiği gibi, bu virüsün kaynağı şimdiye kadar hala bilinmiyor (Jamil, 2019).

Gazetecilik mesleği, Corona virüsünün yayılma krizinde net bir değişimle karşı karşıya kalan ve teknoloji yoluyla karantina ve sosyal izolasyonu ortadan kaldırmak için faydalı ve hızlı bir çözüm bulan meslek olmasına rağmen, internet ile evden çalışmak ve kullanmakta herhangi bir sorun yaşamadan toplantı için videolu konferans yapmıştır, ancak gazeteciler arasında belirli bilgilere erişimde engeller olduğu yönünde bir his var.

Kitle iletişim araçlarının misyonu, salgına karşı farkındalık yaratmak, korku ve paniğin tırmanmasına katkıda bulunan haberleri azaltıp sınır koymaktır. Bu salgına karşı ilk savunma hattımız olduğu için uzman kişilerden yardım istemek ve onlara ekran ve sayfalardan yararlanarak tıbbi bilgilerini paylaşmalarını ve doğru bilgi vermeleri konusunda katılma fırsatı vermek daha doğru olur.

Birçok medya kuruluşu, Covid-19 salgınının başladığı ilk günlerde yayılmasına yönelik uygun haber tahsisini Mart ayı başlarında ülkede krizin ortasına kadar görmezden geldi. Bundan sonra, salgının ülkedeki ilk ana sorun haline gelmesinin ardından, ülkede kamuoyuna panik arasında çelişkili göstergeler verilmesine katkıda bulunan belirsiz haberlerle medyanın abartılı olması ve konuyu ciddiye almaması karşılığında, cehalet ve konuyu ciddiye almama görüşleri başladı (Saleh, 2020).

Pek çok şey, medya platformunun bu tür krizlere katılmayı seçtiği biçimde, hükümet kararlarını izleyerek ve onları daha yüksek ilgi peşinde koşarak eleştirmekten veya olumsuz haberlerle başa çıkmak ve pozitifliği gözden geçirmek için gereken haberleri, gerçekleri ve brifingi seçmekle ve bir tür denge yaratmak için eğlenceye katılmaya başlayarak rol oynar. Ev karantinasının ve sokağa çıkma yasağının dayatılmasından sonra dünyanın birçok ülkesinde izleyicisinin geri dönüşüne tanıklık eden televizyon, dünyanın neredeyse en önemli noktasının yanı sıra çözüm ve alternatifler sunarak sunucu veya yayıncının olumsuz veya üzücü haberleri gözden geçirme yöntemi oldu. Batı medyası, haber sağlayıcıları aracılığıyla, şüphe veya kafa karışıklığından çok sakinliğe daha yakın bir resim sunabildi (Ahmad, 2019).

Salgın Irak'ta en çok öne çıkan sorun haline geldikten sonra, medyanın sadece yaklaşık %10'unun salgınla ilgili özel sekmeler ve haberler ayırdığı, en önemlisi (Halk, Alsumaria, Bağdat Bugün) kamuoyunun salgın ve bununla ilgili son haberler ile önleme yöntemleri, medyanın büyük bir kısmı salgını manşet haberi olarak ele alırken, halkın bu salgınla ilgili haberleri halkın takip etmesini zorlaştırdı ve salgın hakkında kapsamlı ve ölçülü bilgi edinme konusunu da dağıttı (Saleh, 2020).

Aynı zamanda, Irak medyasının elinden gelenin en iyisini sunamamasının sebebi, hükümetin vaka sayılarıyla ilgili medya ve televizyon platformlarıyla henüz şeffaf ve net bir şekilde ilgilenmemesinden veya pandemiyle başa çıkma planlarını medyaya açıklamadığından kaynaklanmaktadır.

Gazetelerin yayınlanmaya devam etme sürecine gelince, Irak'ta genel olarak gazetelerin durumu tamamen farklı. Gazeteciler için sokağa çıkma yasağı ve hareket özgürlüğünün kısıtlanması, yasakların sonucusu olabilir ve basın çalışmasını teşvik etmeyen diğer faktörler, özellikle bağımsız olanlar, bundan önce gelen, zayıf dağıtım ve ticari reklamlardan mali gelir eksikliği dahil, basılı yayın satın alma konusundaki popüler isteksizliğe ve web siteleri ve sosyal ağ siteleri tarafından sağlanan

güvenilmez haberlerden bir bütün olarak tatmin olmaya başladı. Ortaya çıkan Covid-19 virüsünün tehlikeleriyle yüzleşmek ve yayılmasını sınırlamakla görevli hükümet kriz heyetinin, halka uyguladığı sağlık yasağı sırasında basın ve medya kadrolarının hareket etmesine izin verdiği doğrudur. Gazete piyasasının ve dağıtım şirketlerinin faaliyet göstermesini engelleyen yasak nedeniyle gazetelerin birkaç nedenden dolayı dağıtılmamaları ve günlük gazete dağıtmanın imkânsızlığına ek olarak, bunların arasında virüsün yayılmasını durdurmak için sosyal mesafeye duyulan ihtiyacı vurgulayan sağlık talimatları da var. Bu nedenle, editörlerin, bölüm başkanlarının ve muhabirlerin çoğu işlerini evden yapıyor, internet ve çeşitli platformlar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kuruyor ([www.almustakbalpaper.net](http://www.almustakbalpaper.net)).

Irak Medya Ağına bağlı Al-Sabah gazetesi, diğer özel gazetelere kıyasla yarı resmi statüsü ve çok sayıda çalışanı nedeniyle en büyük ve en yaygın yerel gazetelerden biridir; gazeteciler, muhabirler, teknisyenler ve matbaa çalışanları dahil olmak üzere yaklaşık beş yüz çalışanı istihdam etmekte ve hükümet faaliyetlerini kapsamaktadır (<https://alsabaah.iq/39041>).

Yukarıda belirtilen hususlar, gazeteleri dijital platformlarda bile çalışmaya devam etmeye itiyor, "Al-Sabah" baş editörü Ali Al-Fawwaz, "(Corona) salgınının yol açtığı siyasi ve sağlık gelişmelerine ayak uydurmak için çalışmaya karar verdik. Her gün baş editörlerle ve geri kalan editörlerle ve bölüm başkanları ile bir televizyon çemberi aracılığıyla gazetenin günlük sayısını yayınlamak için bir araya gelen çalışmalarımızla bu alana bir adım önde başlamış olabiliriz (<https://alsabaah.iq/39042>).

Al-Fawaz, "(Al-Sabah) yönetimi, çalışanların gazetenin genel merkezine erişiminin sokağa çıkma yasağı kapsamında pek çok engelle karşı karşıya kaldığını ilave etti. Yasak sırasında hareket etmemize izin verildiği doğrudur ama mesele bunun dışında başka sorunlar ile ilgili, vatandaşlar arasında sosyal mesafenin gerekliliği ve çalışanların uzaktan gelişile ilgili sorunlar... ve benzeri." El Fawaz, elektronik gazetenin resmi internet sitesinin yaşadığı teknik sorunlar ışığında geniş bir okuyucu kitlesine ulaşma olasılığı üzerine, "Gazete bugünlerde çok takip ediliyor. Göstergelerimiz okuyucu ve takipçilerimizi artırıyor; web sitesinden memnun olmadığımızdan, başka bir web sitesi kurduğumuz ve (pdf) versiyonunu birçok dijital platformda dağıttığımız için " dedi.

"Al-Sabah" gazetesi çalışanları, aylık maaşlarını almaktan muzdarip değiller, çünkü devlet kurumu olarak kendilerine devlet bütçesinden ödeme yapılıyor ama özel kurumlarda çalışan pek çok gazeteci, maaşlarının son ödeme tarihinden sonraki günler boyunca gecikmesinden şikâyetçiler, sadece, "Al-Mada" gazetesinin genel yayın yönetmeni Ali Hüseyin, emektar siyasetçi ve gazeteci Fakhri Karim'in sahibi olduğu "Al-Mada Vakfı" nda çalışan tüm çalışanların maaşlarının düzenli olarak alındığını doğruladı. Ali Hüseyin, elektronik sürüm deneyimi hakkında Asharq Al-Awsat ile konuşuyor: "Ev yasağı duyurulduğundan beri, gazetenin web sitesini, özellikle (Corona) salgınıyla ilgili olarak haber hizmeti ve neler olduğuna dair acil haberler verdiğimiz bir haber sitesine dönüştürerek okuyucularla günün 24 saati iletişim kurmaya karar verdik." Ve ekledi: "Yasağın uzatılması kararının ardından, flaş haber ve raporları yayınlamaya devam etmenin yanı sıra gazeteyi tamamen elektronik ortamda yayınlama kararı aldık. Amacımız Irak içindeki ve dışındaki Al-Mada okurları ile iletişimi sürdürmek. Bugün gazetenin tüm bölümlerinde, kültür, spor, çeşitli görüşler, raporlar, çeviriler ve düzenli günlük köşe yazılarında tam basın hizmeti vermekteyiz (<https://www.almadapaper.net/ar>).

"Al-Mada'nın deneyimi, şu anda elektronik olarak yayınlanan diğer Irak gazetelerinden farklıdır; Çünkü Irak'ta ambargo altında ömür boyu sürekli çektiğimiz video hizmetini, flaş haber ve resimleri ekledik, sağlık otoritelerinin yaptıklarını da takip ediyor ve kaynaklarından çıkar çıkmaz raporlar yayınlıyoruz."

Ulusal gazete Al-Alam Genel Yayın Yönetmeni Mustafa Ubada ise "Açık çalışma saatleri dışında işin geri kalan günlerden pek bir farkı olmadığını söyleyebilirim. Neredeyse her gün, iş öncelikleri ve raporlama konuları üzerinde uzlaşmaya varılıyor, bir topluluk (Grup) editörleri WhatsApp platformunda çalışıyor (<https://www.almadapaper.net/ar>).

Ubada, Orta Doğu'ya "Bugünlerde haberlerin önceliği, ortaya çıkan (Corona) virüsün neden olduğu sağlık krizine, tıbbi tavsiyelere, genel korunma önlemlerine ve bunun günlük yansımalarına odaklandıklarını ekledi. Ubada şöyle devam ediyor: "Siyasi meseleler ve günlük gelişmeler, özellikle de yeni Irak hükümetinin kurulmasındaki krizle ilgili konular üzerinde çalışmaya ve sonra geri kalan sayfalara yöneliyoruz." Zorlu şartlara ve sokağa çıkma yasağına rağmen gazeteyi yayınlamanın nedenleri üzerine; Ubada, "Gazetelerin çıkarılmasının kahverengi kâğıda bağlı olmadığını söylemek istiyoruz. Elektronik pencere, çalışmaya devam etmek ve



okuyucularla iletişim kurmak için kullanışlıdır. Birbirini izleyen krizler gazetecilik işinin durmasına izin olanak vermiyor, aksine bunda etkili bir role sahip oluyor." Bununla birlikte, Ubada meslektaşları ile birlikte yakın gelecekte kâğıt versiyona dönmeyi hayal edip yeniden çıkarmayı dört gözle bekliyor, çünkü elektronik, "kâğıt basımında gazetecilik işinin yerini tutmayacaktır ve nüfuz etmesi kolay elektronik işlerin aksine, fiziksel kanıtlar ve bilgilerin dışa aktarılmasında daha yüksek güvenilirlik taşıdığından, vazgeçmemiz imkânsız." Al-Sabah ve Al-Mada genel yayın yönetmenleri daha önce elektronik yayın döneminde okuyucu sayısındaki artıştan bahsettiği gibi Ubada, "(Al-Alam) gazetesinin web sitesinde çok sayıda takipçisi olduğunu ve bunun, sitenin sistemindeki takip endeksi ile onaylandığını" doğruluyor.

Virüsle ilgili haberlerin hazırlanmasında editoryal deneyimin yokluğuna dikkat çekildi ve Irak medyasının tıp basını da dahil olmak üzere özel basını ele almadaki genel zayıflığının bir parçası olduğu kaydedildi. Haberlerin çoğu, siyaset ve güvenlik haberleriyle aynı şekilde formüle edildiğinden, virüsün tedavisi için ilaçların varlığı veya ona karşı aşılarda varlığı gibi bazı haberler yoluyla kamuoyuna yanlış algılamaların aktarılmasına neden oldu. Bu haberden biri, uluslararası tıbbi araştırma merkezlerinin tedavi bulmak için deneyler yapmasıydı.

Ayrıca çok sınırlı sayıda medya kuruluşunun, virüsle ilgili doktorlar ve tıp uzmanları için web sitelerinde makale ve araştırmaların yayınlanmasına izin verdiği kaydedildi. Bu konudaki makalelerin çoğu, virüsle ilgili analistler ve siyasi uzmanlar tarafından yazılırken, özel tıbbi makalelerin yokluğunun aksine stratejik bir bakış açısıyla ele alındı.

Virüsle ilgili haberlerin hazırlanmasında editoryal deneyimin yokluğuna dikkat çekildi ve Irak medyasının tıp basını da dahil olmak üzere özel basını ele almadaki genel zayıflığının bir parçası olduğu kaydedildi. Haberlerin çoğu, siyaset ve güvenlik haberleriyle aynı şekilde formüle edildiğinden, virüsün tedavisi için ilaçların varlığı veya ona karşı aşılarda varlığı gibi bazı haberler yoluyla kamuoyuna yanlış algılamaların aktarılmasına neden oldu. Bu haberden biri, uluslararası tıbbi araştırma merkezlerinin tedavi bulmak için deneyler yapmasıydı.

**Tablo 1.** Irak'ta yayınlanan günlük ve yerel gazetelerin isimleri

Sıra	Gazetenin Adı	Gazetenin İngilizce Adı	Web adresi
1	Zaman	Alzzaman	www.azzaman.com
2	Irak'ın Sesi	Sotaliraq	www.sotaliraq.com
3	Iraklı Gözlemci	Almuraqeb Aliraqi	www.almuraqeb-aliraqi.org
4	Irak'ın geleceği	AlmustakbalAliraqi	www.almustakbalpaper.net
5	Al-Mada	Almada	www.almadapaper.net
6	Al-Maşrak	Almashriq	www.al-mashriq.net
7	Yeni kanıt	AlbayynaAljadida	www.albayyna-new.net
8	Bütün Haberler	Kul Alakhbar	www.kulalakhbar-iq.com
9	Halkın yolu	TareeqAlshaab	www.tareeqashaab.com
10	Yeni Sabah	AlsabahAljadeed	www.newsabah.com
11	Irak Bugün	AliraqAlyoum	www.iraqalyoum.net
12	Kardeşlik	Altaakhi	www.altaakhipress.com
13	Doğu	Alsharq	www.alsharqpaper.com
14	Sabah	Assabah	https://alsabaah.iq

**İngilizcede:**

- Iraq Daily gazetesi
- Baghdad Bulletin gazetesi

**Kürtçede:**

- Kürdistan İslam Federasyonu
- Kürdistan Newslite gazetesi

**Web siteleri:**

- Irak haberleri – elektronik
- Babil gazetesi – elektronik
- Al-Nahrain – Elektronik
- Irak'ın tamamı – elektronik
- Diğer yön – elektronik
- Irak Gençlik Gazetesi – elektronik
- Irak Haber Ağı Iraq News Network
- Irak'ın Sesi web sitesi - Sotaliraq.com
- Herkes için Irak Haber Ağı - Irak Haber Ajansı
- AB Haber Bülteni
- Pratha Haber Ajansı - Buratha News

- Irak Haber Ajansı
- Medeni diyalog
- Irak alternatifleri
- Ravak Online - Kürtçe Haberler
- Haber sitesi - akhbaar.org
- Alsumaria News - Irak'taki son haberler bugün
- Al Furatain Media Network
- Alternatif - Albadeal Newspaper
- Irakna haber ağı - irakna.com NewsNetWork
- Ulusal Ajans - National Iraqi News Agency

### **3.2. Irak Uydu ve Televizyon Kanallarının Covid-19 ile Mücadeledeki Rolü**

İnternet ve yerel kablo hizmetleri de dahil olmak üzere uydu iletişimi, uzak ve dezavantajlı bölgelerdeki insanların öğretmenleri, doktorları, işverenleri, müşterileri, arkadaşları ve aileleri ile iletişim halinde kalmasına yardımcı olmuştur. İletişim uyduları, yeni konuşlandırılan sahra hastanelerine pandemi sırasında hayati hizmetler sağladı. Ayrıca, satış noktası kredi / banka kartı yetkilendirmeleri ve envanter yönetimi için self servis benzin istasyonları ve diğer perakendeciler için çok ihtiyaç duyulan iş sürekliliği iletişimlerini sağladılar. Yayın yapan uydular eğlence programları yaptı, aynı zamanda ev sakinlerinin yanı sıra hükümet sağlık görevlilerine dünyanın dört bir yanından kritik canlı yeni salgın haberleri de sağladılar.

Görsel medyanın günümüz dünyasında önemli bir rolü vardır, yoğunluğu toplumlara ve görsel medyanın içerindeki yayılma derecesine göre değişir. Edebiyat, kültür, siyaset, spor, din, sağlık ve çevre de dahil olmak üzere hayatın her alanında müdahale haline gelmiştir (Awad, 2009).

Hiç şüphe yok ki günümüz medyası, her düzeydeki bilgi ve profesyonellikten insanları etkileyen en yaygın ve çeşitli eğitim ve kültür ortamıdır. Çeşitli araçları ve düzeyleri aracılığıyla ve algıları, eğilimleri, davranışları ve değerleri oluşturmadaki muazzam etkili yetenekleriyle, tüm gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlardan vazgeçilemeyen veya marjinalleştirilemeyen temel bir organ ve araçları temsil eder, böylece medya özellikleri, yetenekleri ve sosyal seviyesi ne olursa olsun, vatandaşın hayatının bir parçası haline gelir (Awad, 2009).

### **3.2.1. Irak'ta Uydu Kanalları**

#### *3.2.1.2. Al-Iraqiya Uydu Kanalı*

Kanal, eski resmi Irak kanalının (Radio and Television Corporation) kalıntıları üzerine inşa edildiği için Amerikan işgalinin eski sivil idarecinin (Paul Bremer) kararı ile başlatıldı. Kanal, programlarını karasal bir kanal olarak 1.5.2003 tarihinde günde dört saat, ardından iki hafta sonra on bir saate kadar yayınlamaya başladı ve 1.8.2003 tarihinde yayın on dokuz saate ulaştı ve 2004 yılı başında yayın uyduya taşındı ve kanal (Arabsat, Nilesat, Hot Bird, Hespasatwantelsat) uydularda yayınladı ve kanal, Irak TV ve Uydu Kanalları ile Gençlik TV'sine ait ekipmanın kalıntılarından yararlanıyor (Fadel, 2004).

#### *3.2.1.3. Alsumaria Uydu Kanalı*

Yirmi yedi Eylül 2004 tarihinde kurulmuş olup, kanalın resmi yayınına başlamak üzere aynı yılın Ekim on beşine kadar deneme yayını olarak devam etti ve başlangıcı yirmi Eylül'de yapıldı ve kanal 11.1.2005 tarihinde, yayın ruhsatı aldı. Irak'ın bir ülke ve birey olarak değerini göstermesi, Irak halkının özel yönlerine dikkat etmesi ve mevcut siyasi meselelerle ilgilenmesi ile karakterize edilen bir Irak uydu kanalıdır (Shaheen, 2008).

#### *3.2.1.4. Al-Furat Uydu Kanalı*

4.9.2003 işgalinden sonra kurulan Irak uydu kanallarından biri olarak kabul ediliyor ve diğer uydu kanalları gibi sundukları programlarla Irak medya sahnesinde kendilerine uygun bir yer arıyorlar, 23.9.2004 tarihinde uydu test yayınına başladı, Kanal, Ammar el-Hakim'in başkanlığını yaptığı ve artık Tayyar Alhekma partisine dönüşen Yüksek İslam Konseyi'nin ve onun medya kolunun yönelimlerini yayınlayan medya platformudur. Medya ve İletişim Komisyonu'ndan 30.09.2005 tarihinde yayın ruhsatı aldı. Kanal, programlarını 24 saat ve dört uydu üzerinden (Nilesat, Hotbird, OptusD2, Galaxy 25) yayınlamaktadır (Shaheen, 2008).

#### *3.2.1.5. Al-Diyar Uydu Kanalı*

Al-Diyar kanalı uydu yayınına 2004 yılında başladı. Kanalın sahibi Iraklı gazeteci Faysal Al-Yasiridir, Al-Yasiri'nin danışman olarak çalıştığı Arap Radyo ve Televizyon Ağı (ART) tarafından destekleniyor ve Diyar Vakfı'nın sahibi, şu anda

Arap Dijital Dağıtım Şirketi'nin (Al-Awael) Irak'taki tek temsilcisi ve sloganı (Irak tadı taşıyan bir Arap uydu kanalı), ve kanal 01.10.2005 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Obaid, 2009).

#### *3.2.1.6. Biladiy Uydu Kanalı*

Kanalın test yayını 15 Ocak 2005'te başladı, yayın altı saat sürdü ve kendisini siyasi haber kanalı olarak tanımlıyor, kanal programlarını üç uydu (Arabsat, Nilesat ve Hot Bird) üzerinden yayınlıyor. Kanal siyasi meselelere olan ilgisine rağmen, çeşitli dini, kültürel, sanatsal ve sağlık konularını ele alıyor. Kanalda, programlarında siyasi ve güvenlik konuları tartışılıyor. Kanal 22.03.2005 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Hamid, 2008).

#### *3.2.1.7. Babil Uydu Kanalı*

Kanal test yayınına 01.12.2005 tarihinde Kahire'de başladı, sonra Ürdün'e taşındı, (Saleh Al-Mutlaq) liderliğindeki Ulusal Diyalog Cephesi tarafından finanse edilmektedir. Siyasi, kültürel, sosyal, ekonomik, eğlence ve sağlık konularını ele alan, çeşitlendirilmiş bir özelliğe sahip partizan bir kanaldır, haber bültenlerinde Irak haberlene odaklanıyor, kanal Medya ve İletişim Komisyonu'ndan 01.10.2005 tarihinde yayın ruhsatı aldı.

#### *3.2.1.8. Bağdat Uydu Kanalı*

Kanal, 15 Temmuz 2004 tarihinde uydu yayınına başladı. Irak meseleleriyle ilgilenen çok çeşitli kültürel, sosyo-politik bir kanaldır. Bağdat uydu kanalı partizan bir kanaldır, siyasi eğilimlerine rağmen dini olarak sınıflandırılır ve Irak İslami Partisinin medya platformudur, sloganı "Etkili bir toplum inşa etmede öncü bir bilgi işaretçisi". Kanal, Medya ve İletişim Komisyonu'ndan 01.01.2006 tarihinde yayın ruhsatı aldı. Kanal, İslami bir yaklaşımı benimsiyor ve yaklaşımının ılımlı ve orta toplumun farklı kesimlerine açık olduğunu söylüyor (Bedaiwi, 2009).

#### *3.2.1.9. Afak Uydu Kanalı*

Kanal 12.01.2005 tarihinde kuruldu, yurtdışındaki Dava Partisi örgütüyle bağlantılıdır ve (Nuri al-Maliki) liderliğindedir. Kanal bir süre teknik ve medya sorunları olduğu için iniş çıkışlar yaşadı, 2006'da sona erdi. Kanal 09.15.2007 tarihinde aktif yayına başladı. 01.10.2005 tarihinde Medya ve İletişim

Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı. Kanal (Nilesat, HotBird ve W6) uyduları üzerinden yayın yapıyor (Hamid, 2008).

#### *3.2.1.10. Al-Hurriya Uydu Kanalı*

Al-Hurriya kanalı, işgalden hemen sonra yani 09.04.2003 tarihinde Bağdat'tan karasal frekansta programlarını yayınlayan bir Irak karasal kanalı olarak kabul ediliyor. İlk haber bülteninde 01.02.2006 tarihinde uyduya fırlatıldı, yayına ilk başladığı zaman başta günde altı saat, sonra dokuz saat ve şimdi 24 saat yayın yapıyor. Kanal, 03.01.2007 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Nour, 2008).

#### *3.2.1.11. Al-İttijah Uydu Kanalı*

Kanal 01.01.2008 tarihinde kuruldu. Vakfın önsözünde, kanalın "tarafsızlığı benimsemeye çalıştığı ve ilgi veya siyasi mülahazalarla yönetilen kalabalık medya akışında alıcıya bir fark yaratmaya çalıştığı" belirtildi. Kanal, kendini "bağımsız olarak belirtmenin yanı sıra öncelikle bilgilendirici ve kültürel olarak sınıflandırıyor, ancak finansman kaynaklarını ve idari ve mali bağlantısını göstermiyor." Merkezi Bağdat'ta olup Beyrut, Kahire ve Gazze'de ofisleri bulunmaktadır. 01.02.2008 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Fadel, 2020).

#### *3.2.1.12. Selahaddin Uydu Kanalı*

Kanal 5 Ekim 2005 tarihinde kuruldu ve Nilesat uydusu üzerinden günde üç saat deneme yayınına başladı, ardından yayın 24 saate çıkarıldı. Kanal Salah al-Din Valilik Konseyi'ne bağlıdır ve kamu parasıyla finanse edilmektedir. Kanal, Irak'ın iç siyasetiyle ilgilendiği için valilikle ilgili haber ve gelişmelere öncelik veriyor. 01.04.2008 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Shaheen, 2008).

#### *3.2.1.13. Al-Masar Uydu Kanalı*

Kanal 13 Aralık 2004 tarihinde kuruldu. Çalışmalarına karasal yayımla başladı, kanal, (Abdul Karim Al-Anzi) liderliğindeki İçişleri Örgütü Dava Partisi'nin dilidir. Kuruluş bildirgesinde, yerel ve uluslararası siyasi olaylara İslami farkındalığı ve İslami anlayışı benimsediğini belirtti. Kanal 1.9.2009 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Shaheen, 2008).

#### *3.2.1.14.Al- Fayhaa Uydu Kanalı*

Kanal 4 Temmuz 2004 tarihinde yayına başladı. Irak'ın içinden ve dışından Irak halkına yayın yapan bir uydu kanaludur. Kanalın sloganı "fikir özgürlüğü ve tepki için sorumluluk" tur. Kanal 9.11.2009 tarihinde Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı (Nasir, 2009).

#### *3.2.1.15.Al-Saharqiya Uydu Kanalı*

Al-Sharqiya Uydu Kanalı, Dubai Medya Kentinde kayıtlı bir medya şirkettir, kanal, 23.03.2004 tarihinde test yayınına başladı ve üç haftalık bir süre boyunca günde sekiz saat yayın yaptı, sonra 13.4.2004 tarihinde 24 saat düzenli resmi yayına başladı. Kanal, 01.10.2005 Medya ve İletişim Komisyonu'ndan yayın ruhsatı aldı. Kanal, açıklamasına göre, bağımsız kanallardan biri olarak sayılır ve Irak'ta her zaman yüksek izleyici kitlesine sahip (Al-Shammari, 2010).

#### *3.2.1.16.Al-Rafidain Uydu Kanalı*

Dini, kültürel ve bilimsel programların yanı sıra, bir Irak siyasi haber kanalıdır, 6 Ekim'de Mısır'da Medya Üretim kentindeki merkezinde 10.4.2006 tarihinde yayına başladı. Amman, Suriye, Filistin ve Bağdat'ta dört ofisi bulunmaktadır. 24 saatlik bir süre boyunca Nilesat uydusu üzerinden yayın yapıyor (Obaid, 2009).

#### *3.2.1.17.Al Rasheed Uydu Kanalı*

Cumhuriyetçi Buluşması (Saad Asim al-Jubouri) tarafından yönetilen Nilesat uydusunda Bağdat'tan çeşitli siyasi programların yanı sıra yerel ve Arap haberlerini yayınlayan bir kanaldır.

Irak medyası başta televizyon yayını olmak üzere tüm medya araçlarında, Corona salgınının yayılmasını önlemek için bilinçlendirme kampanyalarında öncü rol aldı, bu da, sosyal medyada dikkat çekici bir tepki ile karşılandı, "Al-Irakiye", "Al-Sharqiya" ve "Dajlah" kanalı Iraklıları evlerinde kalmaya çağırmak için "Evde kal" sloganını kullandı, Al-Iraqiya TV, hükümetin "sokağa çıkma yasağı" sloganını "Evde kal" sloganını kullanarak ilan etme kararından önce yayınladı, daha önce, "Evde kal" sloganıyla kampanyayı başlatan "Al-Sharqiya" kanalı var.

Irak Sağlık Bakanlığı, Iraklıların telefonlarından "Farkındalıkla Corona ile yüzleşiyoruz" hashtagli kısa mesajlar göndererek, vatandaşları özellikle evde kalma ve gerekmedikçe ayrılmama konusunda hükümetin onayladığı önlemlere uymaya çağırdı.

Başta televizyon kanalları olmak üzere medyanın yaptığı hatalardan biri, Iraklılar arasında en popüler olan talk show programlarında tıbbi deneyimi olmayan siyasetçiler ve milletvekillerinin salgın konusunu tartışmak üzere ağırlanmasıyla siyasi bir mesele haline getirildi. Bu programlarda doktor ve sağlık personeli konusunda uzmanların ağırlanması ihmal edilirken, sanki konu ikincilmiş gibi sabah ve öğle saatlerinde ikincil programlarda ağırlandılar.

Siyasetçilerin konuyu tartışmaya dahil olması, medyanın sağlık kurumlarını ve bunlardan sorumluları eleştirerek veya hükümeti ve bakanlık kurumlarını eleştirerek siyasi çöküş platformlarına dönüşmesine neden olurken, medya uluslararası organları salgının arkasında durmakla suçlamak veya ülkelerde ilan edilen rakamları azaltmak veya abartmak gibi komplo teorisi ve diğer kavramlarla ilgili başarısız ifadelerin tanıtımına izin verirken, medya hastalıkla yüzleşmek için maneviyattan bahseden ve dini toplantıları önlemek için hükümetin resmi kararlarını reddeden din adamlarını destekledi.

Virüse yakalanan ve hastalık döneminde ve karantina sırasında, özellikle virüse yakalananlarla kendi şartlarıyla yaşayan hastalarla hikâyelerin, özel raporların ve küçük araştırma soruşturmalarının olmadığı kaydedildi, bu tür raporlar, halkı hastalarının durumu hakkında eğitmenin en iyi yolu olurdu.

Gözdağı ve küçümseme, bazı uydu kanallarının raporlarını gördüğümüzde bu virüsün insanlığın sonu olduğunu düşünür ve son günlerimizi yaşadığımızı düşünürüz, öte yandan kış mevsiminde insanları etkileyen mevsimsel gripmiş gibi virüsün geçici bir hastalık olduğu görüşü vardı. Gözdağı verme ve küçümseme arasında, kaçırılan korkuları azaltma veya hastalıkları önleme düzeyini artırma fırsatını gösterdi.

Al-Iraqiya TV'nin Koronavirüs salgınıyla ilgili yayını, medyanın olaylarla etkileşimde bulunma ve halkı cezbetme arayışına paralel olarak, gündem düzeyinde yeni düzenlemeler ve kriz bitene kadar programlamada değişiklikler gerektiren kriz medyasının bir uygulaması olarak karşımıza çıkıyor.

Burada, kapsamın doğasını ve etkililiğini yöneten belirleyiciler daha genel ve izleyicinin kanalı algılamasında fark yaratan ayırım arayışına girmeden görevi yerine



getirme gerekliliğine daha yakın görünüyor, çünkü bu sağlıkla ilgili krizdeki fark, izleyiciyi modern insanlık tarihinde böylesine olağanüstü bir güne hazırlayan sürdürülebilir sağlık medyasının varlığından geliyor.

#### **Araştırmada belirtilen en önemli belirleyiciler arasında:**

- Koronavirüs salgınını yerel haber üzerinden veba yerine pandemi olarak ele almak. Bu, özellikle kültürel, çevresel ve örgütsel farklılıklarla herkesi etkileyen bir salgın ışığında, belirli bir izleyici kitlesini hedeflemeyen medya içeriği sağlayan "eğitim yayını" olarak adlandırabileceğimiz şeydir.
- Haber, salgının kötüleşip küresel siyaseti ve ekonomiyi etkilemesi ve Irak'a istisnai tedbirlerin alınmasının ardından yoğunlaşması nedeniyle krizi bilgilendirme şeklini alıyor, yani kanal halkı, Çin'i (virüsün kaynağı) vurduğunda ve diğer ülkelere yayıldığında salgına hazırlanmaya hazırlamada - özellikle sağlık medyası düzeyinde - etkili bir rol oynamadı. Diğer bir deyişle haber, kanalın sağlık medyasına olan ilgisinin bir uzantısı değildir ve mevcut koşullarda haberlere öncülük etmesi beklenir.
- Haber bültenleri ile pandemiye medya gündeminin ön saflarına koymak ve sıralı programların pandemi ve etkileri ile meşgul edilmesi ve yeni pandemi programlarının yapılması.
- Pandemi ile ilgili en büyük miktarda bilgiyi sağlama çerçevesinde nicel ve nitel kapsamın birleştirilmesi.
- Belirli bir şehre odaklanmayan genel eğitim yönelimi nedeniyle, tahlil veya hesap verme sorumluluğuna girmeden, salgınla ilgili veri ve bilgiler konusunda Irak'taki resmi makamlara güvenmek, ya da gerçeğe özel kaynaklar aracılığıyla ulaşmakla ilgileniyor.

Korona salgınının Irak haber kanallarında yer almasının analizi yoluyla krizlerin zorlukları ve yaşamı felce uğratabilecek yansımaları, geleneksel olarak yenilenen medyayı bu krizleri aktarırken dayandıkları belirleyicileri insanlığı korumada bir oyuncu olmak için, Corona salgını krizi gibi bir tekrarlama olasılığını yeniden düşünmeye zorluyor. Etkili haber kapsamı için bir dizi belirleyici ve gereksinim belirledik (Shaheen, 2008):

1. Pandemileri ve sağlık salgınlarını kapsayan bir krizin kapsamı, yani sonraki kapsamı değil, herhangi bir pandemi veya salgını önlemek için değişen sürdürülebilir ve sürekli kapsama alanı olmalıdır. Bu, medyanın - mali düzeyde maliyeti ne olursa olsun - ulusal ve uluslararası sağlık sistemlerini yenebilecek hastalık salgınlarının sonuçlarını ve tahribatını insanlığı korumak için sağlık alanında önemli ve etkili bir rol oynamasını gerektirir.
2. Bu çağdaş salgının, sağlığın insanların yaşamındaki önemi ve bilim, bilgi ve her türlü iletişim (insan ve mekanik) yoluyla mücadele etmek ve onunla mücadele etmek için herkesi birleştiren düşman olması gerektiğine ilişkin düşüncesi.
3. Her bir uydu kanalının içeriğinde sürdürülebilir sağlık medyasına sahip olma önceliği, emrini sağlık ve medya alanlarında bilgi, beceri ve eğitimi birleştiren en iyi insan unsurlarına emanet etmekten ziyade, bunları birleştiren eğitim aramak gerekir. Sağlık medyası - bu anlamda - gereksiz, mevsimsel veya dekoratif olamaz, daha çok medya içeriğinin tüm alanlarının ilgili olduğu medya çalışmalarını için bir temel oluşturur.
4. Sosyal medya, yayınlama, alma ve etkileşim açısından iletişimcilerin çıkarlarına hâkim olmaya devam etmektedir, bu nedenle, geleneksel medya - özellikle uydu kanalları - bu ağların iletişimsel özellikleriyle uyumlu profesyonel sağlık medya içeriğini yayınlamak için bu ağlardan yararlanmalıdır. Tüm uydu kanallarının sosyal ağlar (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ...) üzerinden hesapları olduğundan, sosyal medya kullanıcılarına özel içerik sağlamak yerine genellikle kanalın programlarını tanıtmak için kullanılırlar.
5. Uydu kanalları salgın ve salgınları haber vermek zorunda kaldıklarında, konuyu gerekli kararlılıkla ele almalı ve insanları bilgilendirmek için, bilmeleri gereken, kafa karışıklığından ve sosyal medyada yolunu bulabilecek sorumsuz ve etik olmayan yayınlardan uzak ilgili makamlarla etkili bir ortaklık kurmalıdır. Sadece toplumda neler olup bittiğine ışık tutmakla kalmayıp, onu talimatlar vermeye ve ikna edici iletişim uygulamaya nitelikli hale getiren birikmiş bir bilişsel otorite göstermelidir.
6. Medya enstitüleri ve kolejlerinde sağlık alanında uzmanlaşmış medya eğitimine dikkat etmek, sağlık ve tıp alanında uzmanların katılabileceği

lisansüstü eğitim düzeyinde programlar sunmak; bu, etkili ve sürdürülebilir sağlık bilgilerinin bir parçası olacaktır.

7. Sağlık medyası alanında, başta uydu haber kanalları olmak üzere medya kuruluşlarının kendilerine ait medya çalışanlarının sürekli eğitimine harcama gerekliliği ve hatta - spor ve diğer departmanlarda olduğu gibi - sağlık medyası departmanlarının kurulması, onları muhabir rolünü oynamaya ve hayati rollerini yerine getiren profesyonel sağlık medyası oluşturmayı amaçlayan bir stratejiye göre sağlık içeriğini düzenlemeye uygun hale getirmek.

Yeni Corona'nın yayılması krizinde sosyal medya platformlarının halk üzerinde olumlu bir etkisi var, kamuoyunda güvence ve farkındalığın yaygınlaştırılması için yatırım yapılması, ülkede yaygın "WhatsApp" uygulamasıyla haberi güncel bir şekilde yönlendirmek için resmi basın inisiyatifini alması, yerel medya temsilcileri aracılığıyla, kurum ve bakanlıkların sosyal medya sayfalarında, kamuoyuna erişimi hızlandırmak amacıyla çeşitli yollarla haber yaymaya başlaması (Fadel, 2020).

Irak'ta Radio Sawa'da eskiden muhabir olarak çalışan Saad Al-Sabbagh, daha önce koronaya yakalanan ve iyileşen genç bir kadınla yaptığı görüşmeden şunları söyledi:

"Dünyaya hastalığa karşı savaşan ve onu almayan, bunun yerine tüm psikolojik ve maddi zorlukları atlatarak çalışmalarını tamamlamak için geri dönen kişisel bir hikâye iletmek güzel. Bunlar, krizlerin ve şokların üstesinden gelmek için cesaret verici hikâyelerdir."

Al-Sabbagh şöyle devam ediyor: Tüm dünyada Corona virüsünün bulaştığı yerlerin interaktif bir haritası olan Amerika Birleşik Devletleri'nde John Hopkins Üniversitesi tarafından yayınlanan harita gibi internette birçok kaynağın varlığından faydalandık, gazetecilik ve dünyadaki profesyonel gazetecilerin deneyimleri ile ilgili web siteleri tarafından sağlanan web seminerleri de bize faydalı yollar sağladı. Pandemi ile ilgili hikâyeler, araştırmalar ve kaynak arayışları için nasıl yeni açılımlar bulunacağı ve sağlık kurumlarının durumunun değerlendirilmesini, desteklenmesini ve yolsuzluk yapanlardan nasıl korunmasına yönelik raporların takibini, pandeminin yayılmasını sınırlamak ve değerlendirmek için ülke tarafından geliştirilen test verilerini, enfeksiyon oranlarını, iyileşme ve ölümleri ve ülke tarafından geliştirilen

müfredatı inceledik, tüm bunlar, hem küresel hem de yerel olarak yeni ve benzeri görülmemiş deneyimin engellerinin aşılmasına katkıda bulundu (Fadel, 2020).

Irak medyasının görevi Covid-19 virüsü hakkında farkındalık yaratmak, korku ve paniğin artmasına neden olanlara gözdağı verip azaltmak, bu salgına karşı ilk savunma tarafı olan, uzmanlardan yardım istemek ve onlara ekranlardan ve sayfalardan yararlanma ve tıbbi bilgilerini açıklama ve iletebilme fırsatı vermek faydalı olur.

Görüldüğü ve yayıldığı günden bu yana Covid-19 virüsü ile ilgili sesli, yazılı, görsel ve elektronik medyanın araştırılmadan, detaylandırılmadan, analiz edilmeden ve incelenmeden geri kalmaması ve engellenmemesi gerekir, medya tarihinde, bu istisnai çabanın eşi görülmemiştir. Konunun birliği ve ilgisi açısından, ister kamu ister özel organları olsun, farklı tür, dil, siyasi yol, coğrafi konum ve stratejideki tüm medya kuruluşlarının bulunduğu ortak bir payda vardır.

Medya platformunun bu tür krizlere katılmayı seçtiği biçimde birçok şey rol alır, hükümetin kararlarını gözlemleyerek ve eleştirmekle başlayarak, çözümler ve alternatifler sunarak olumsuz haberlerin üstesinden gelmek için gerekli olan haber, olgu ve brifingi seçip, olumlu yönlerini inceleyerek ve bir tür denge yaratarak eğlence ve teselli programları yaparak iştirak etmek.

Dünyanın pek çok ülkesinde ev karantinası ve sokağa çıkma yasağının getirilmesinden sonra izleyicilerinin kendisine dönüşüne tanıklık eden, televizyon dünyasının neredeyse en önemli noktası olan bir noktaya ek olarak, Irak medyası haber sağlayıcıları aracılığıyla bağlılığa daha yakın bir resim sunabildiğinden, olumsuz veya üzücü haber sağlayıcıları aracılığıyla şüphe veya kafa karışıklığından çok sakinleşmeye daha yakın bir resim sunmayı başardı.

Bu yayıncı, sosyal medyadaki kişisel hesabında panik veya korkunun yayılmasına sebep olurken, binlerce kişi onu etkili bir örnek olarak onu takip ediyor.

Aynı zamanda Irak medyasının en iyisini sunamaması Batı'daki medyanın ve basın durumuna atfediliyor, hükümet, enfekte kişilerin sayısı konusunda medya ve televizyon platformlarında şeffaflık ve netliğe sahip olduğundan pandemiyle başa çıkma planlarını medya aracılığıyla açıklığa kavuşturuyor.

Bu salgının birçok ekonomik ve mesleki zorluğu beraberinde getirdiği açıktır, medya, bir meslek olarak doğasında var olan insani özelliğini koruma yeteneğini

kanıtlayana kadar ve son olarak, bir makale, haber veya videoda yazılan her kelimenin etkisini fark etmek, bu alandaki her gazetecinin veya içerik oluşturucunun akılda tutması gereken şeydir, korku, alıcının panik olmasına neden olacak ve sonra da dedikodu yayarak, onlara av olmak veya belirli bir grubu suçlamak ve ona göre davranmak gibi daha kötü şeyler yapmaya itecektir.

Covid-19 salgınının şoku ve insanlığa tehdidi, ayırım gözetmeksizin varlığı, kelime telafuzu ve unsurları, genel olarak insan bilincinin derinliklerinde yüksek sesle çılgılık attı, virüsün, özellikle Covid-19 ile yüzleşmenin en önemli kollarından biri olarak medya kuruluşlarında yankısı belli oldu; sorumluların zihinlerini ve yeteneklerini çeşitli coğrafi ve profesyonel yerlerde, yayıncılarda, muhabirlerde, röportajcılarda, yazarlar vb. kişilerde imkânlarını harekete geçirdi, kamuoyu farkındalığını canlandırmak, zihinleri aydınlatmak ve onları insan becerilerinin gelişimine fayda sağlayacak ve katkıda bulunacak şekilde beslemek ve doğanın zorlukları ile salgının süreci ve gelişiminin getirdiği zorluklarla yüzleşmek için araçlar vermek.

Medya platformları da dünyanın farklı ülkelerinden açıklamalarda bulunan tüm uzmanların, bilim adamlarının, politikacıların, düşünürlerin ve analistlerin görüşlerini, medyanın salgının ortaya çıkışının arka planına karşı bazı ülkeler arasındaki siyasi anlaşmazlıkların altını çizme meselesiyle insanlara sunmuştur.

Medya, hücum eden Covid-19 tehdidi karşısında insanların yanında dururken, insanlara hizmet eden bir platform oluşturarak onlara farkındalık ve varoluş konusunda hizmet etti, güvenilirlik ve karşılıklı güvene dayalı olarak medya kuruluşu ile alıcı arasındaki etkileşim ve etki ilkesini oluşturan ek mesleki etiği yeniden konumlandırma ve tahsis etme fırsatı oldu.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### UYGULAMA BÖLÜMÜ

Bu bölüm, araştırma metodolojisi, toplumu, araştırma örnekleminin seçimi, araçlarının geçerliliğinin ve güvenilirliğinin doğrulanması ve araştırmada kullanılan istatistiksel araçlar gibi araştırmanın amaçlarına ulaşmak için izlenen tüm prosedürleri içerir.

Bu çalışmada, araştırma için verileri analiz etmek amacıyla (AMOS v. 24) (SPSS v. 24) ve Tablo Sihirbazı programı (Excel) dâhil olmak üzere bir dizi istatistiksel program kullanıldı. Bunun yanı sıra araştırmacının ilgilendiği eksenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkilere ilişkin sonuçları ortaya çıkarmak amacıyla istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Grafiklerle temsil edilen tanımlayıcı istatistikleri kullanan ve frekansları hesaplayan istatistiksel yöntemler arasında aritmetik ortalama, standart sapmalar ve fark katsayılarının hesaplanmasına ek olarak eksenlerin tüm paragrafları için oranlar, Korelasyonların tespiti ve etki analizi ile ilgili olarak regresyon analizi, yol analizi, korelasyon analizi ve faktör doğrulama analizi, bu amaçla kullanılan bazı göstergeler üzerinden anketin güvenilirliğini ve oluşumunu belirlemek için kullanılmıştır.

#### 4.1. Araştırma Metodolojisi

Araştırmacı, araştırma hedeflerini tanımlamak için uygun yaklaşım olduğu için ilişkisel tanımlayıcı yaklaşıma güvenmiştir, çünkü bu yaklaşım, incelenen olgunun doğru bir tanımını verir. Kanıt ve gerçekleri toplamak, sınıflandırmak ve analiz etmekle sınırlı değildir, aynı zamanda incelenen olgu hakkında genellemelere ulaşmak için bu sonuçların bir açıklamasını da içerir. Ayrıca, belirli bir olguyu veya problemi tanımlamak ve olgu veya problem hakkında kodlanmış veri ve bilgileri toplayarak, sınıflandırarak, analiz ederek ve dikkatli bir çalışmaya tabi tutarak nicel olarak tasvir etmek için organize bir bilimsel analiz ve yorum biçimidir<sup>1</sup>. Araştırmacının, üzerinde çalıştığımız gerçekliği geliştirmemize yardımcı olan sonuçlara ve genellemelere ulaşmasına yardımcı oluyor ve olguları olduğu gibi tanımlamayı veya gerçekliği olduğu gibi göstermeyi değil, bu gerçekliği anlamaya ve geliştirmeye katkıda bulunan sonuçlara ulaşmayı hedefliyor<sup>2</sup>.

## 4.2. Araştırma Topluluğu

Araştırma topluluğu, herhangi bir insan, eşya veya olay toplanması anlamına gelir ve araştırma örnekleminin seçildiği bütün toplama temsil eder<sup>3</sup>. Mevcut araştırma topluluğu, Babil Valiliği, Al-Hillah Bölgesi halkının öğrencileri tarafından oluşmaktadır. Araştırma topluluğunu belirlemek ve gerekli resmi bilgileri elde etmek için Babil İstatistik Müdürlüğü'nde incelemeler yaptık ve ulaşılan araştırma topluluğunun toplamı (175.000) dir.

1. Melhem, Sami Muhammad (2010): Eğitimde ve Psikolojide Araştırma Yöntemleri, 6. Baskı, Dar Al Masirah yayıncılık, dağıtım ve baskı, Amman, Ürdün, s.370.
2. Obeidat, Thouqan, Kayed Abdel-Haq, Abdul-Rahman Adas (2004): Bilimsel Araştırma: Kavramı, Araçları ve Yöntemleri, Basım, Yayın ve Dağıtım için Dar Al Fikr, Amman, Ürdün, s.1192.
3. Al-Najjar, 2010: 149) Al-Najjar, Faiz Juma, Nabil Juma al-Najjar ve Majid Radhi Al-Zoghbi (2010): Bilimsel Araştırma Yöntemleri: (Uygulamalı) perspektif, 2. Baskı, Al-Hamed Yayıncılık ve Dağıtım Evi., Amman, Ürdün, s.149.

## 4.3. Araştırma Örneği

(Ferguson, 2017), (örnek) teriminin topluluktan uygun bir şekilde alınan herhangi bir alt grubu temsil ettiğini ve örneklerin alınma yönteminin çok önemli olduğunu göstermektedir<sup>4</sup>. (Attiyah, 2012) ise, örneklemin tüm topluluktan türetilen bir grup birey olduğuna ve gerçekten temsili olması gerektiğine inanmaktadır. Yani, incelenen değişkenler, orijinal toplulukta bulunan değerleri ve seviyeleri ile araştırma örnekleminde temsil edilir<sup>5</sup>. Bu nedenle, araştırmacının araştırma örneklemini araştırma topluluğunun kategorilerine uyacak şekilde tabakalı rastgele bir şekilde seçmesi gerekiyordu, böylece seçimi orijinal araştırma topluluğunun gerçek bir temsilcisi olacak ve araştırma örnekleminin büyüklüğüne ulaşılmış olacaktı toplam (428) (284) erkek ve (144) kadın üzerinden yapıldı.

## 4.4. Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Bazı çalışma örneğini tanımlamak ve değişkenlerini teşhis etmek için bir grup istatistiksel yöntem kullanılmıştır ve bu yöntemler arasında (yüzdeler, frekanslar,

aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar) bulunuyor, bunlar aşağıda yazıldığı gibi verilmiştir:

#### **4.4.1. Yüzdeler**

Araştırma örneklem testi ile ilgili verileri görüntülemek ve açıklamak.

#### **4.4.2. Aritmetik Ortalama (Mean)**

Merkezi eğilimin en önemli yöntemlerinden biri olarak kabul edilir. Sonuçları sunmada ve belirli bir değişken için araştırma örnekleminin cevaplarının ortalamasını netleştirmede çok faydalıdır.

#### **4.4.3. Standart Sapma**

Araştırma örnekleminin cevaplarındaki mutlak dağılım derecesini ölçmek için kullanılır, çünkü değeri ne kadar düşükse, cevapların aritmetik ortalama etrafındaki odaklanma derecesi o kadar büyüktür.

Hazır istatistiksel program (Spss), araştırmacının yukarıdaki yöntemlerin sonuçlarını bulma çalışmalarını kolaylaştırdı.

#### **4.4.4. K<sup>2</sup>**

(Ferguson, George E (2017), Eğitimde ve Psikolojide İstatistiksel Analiz, Hana Muhammad Al-Aqili tarafından çevrildi, Al-Kholoud Yayıncılık ve Dağıtım Evi, Beyrut, Lübnan, s.230.

Attia, Hamdi Abul-Fotouh (2012), Eğitim ve Psikolojide Bilimsel Araştırma Metodolojileri, Üniversite Yayınevi, Kahire, Mısır, s.275.

### **4.5. Çalışma Ölçeğini Oluşturma**

Çalışma aracı üç bölümden oluşuyor, ilk bölüm Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında haber uydusunu izleme nedenleri, ikinci bölüm ise Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal medyadan kazanılan kullanımlar ve memnuniyetlerdir, Üçüncü kısım, Covid-19 virüsü salgını sırasında diğer medyaların verdiği iletişim mesajındaki nesnel değerlerdir, Tablo (1), paragrafların sayısını ve ölçeği elde etme kaynağını belirterek, boyutların ve her boyutun bir açıklaması sunulmuştur.



**Tablo 2.** Çalışma Boyutlarının Kodlanması

Boyut	Paragraf sayısı	Kod
Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında haber uydusunu izleme nedenleri	10	X1
Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal medyadan doğrulanan kullanımlar ve söylentiler	10	X2
Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında diğer medya tarafından sağlanan iletişim mesajındaki nesnel değerler	10	X3

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı.

#### 4.6. Çalışma Verilerinin İlk İncelemesi

Çalışmanın doğru sonuçlarına ulaşmak için, verileri açıklama ve istatistiksel çıkarım prosedürlerine başlamadan önce verilerinin ön incelemesinin yapılması zorunludur. İlk veri kontrolü, veri dağıtımının yapısını incelemeyi içerir.

- Veri dağıtımının doğasını incelemek

Verileri normal dağılımı izleyen bir popülasyondan numunenin çekildiğini doğrulamak amacıyla, biri benimsenebilecek iki test vardır. Bunlar Kolmogorov-smirnov testi ve Shapiro-Wilk testidir. Mevcut çalışmada, aşağıdaki gibi ilk test olan Kolmogorov-smirnov testine değineceğiz:

**Tablo 3.** Çalışma Değişkenlerinin Normal Dağılımının Sonuçları

p-valu	Kol-smi	c.r	c.r	Variable
>0.05	0.069	2.541	2.239	X1
>0.05	0.071	2.420	2.081	X2
>0.05	0.065	2.341	2.292	X3

Kaynak: Araştırmacının bilgisayar çıktısından hazırlığı.

Kolmogorov-smirnov testinin istatistiksel analizinin sonuçlarından test değerinin anlamlılık seviyesinden (%5) daha büyük olduğu anlaşılmaktadır ve bu, çalışma örneklem verilerinin normal dağılımdan önemli ölçüde farklı olmadığını göstermektedir. Bu, çalışma değişkenlerinin boyutsal verilerinin, verileri normal dağılımı izleyen bir popülasyondan çekildiği varsayımını kabul etmemize neden olur.

#### 4.7. Çalışma Aracının Geçerliliğini ve Güvenilirliğini Test Etmek

Verilerin doğruluğunu ve gerçekliğini sağlamak için aşağıdaki testler yapılmıştır:

#### 4.7.1. Ölçeğin Stabilite Testi

Güvenilirlik, ölçeğin yanlılık veya hatalardan ne ölçüde arınmış olduğunu ifade eder ve bu, ölçümden elde edilen sonuçların farklı zaman dilimlerinde tutarlılığını ve istikrarını sağlar. Güvenilirlik ölçüsü, aletin iç tutarlılığını ve aynı ölçeğe ait sonuçların farklı zaman aralıklarındaki kararlılığını aşağıdaki gibi kontrol etmektedir:

##### 4.7.1.18. Kararlılık Testi

Bu testi gerçekleştirmenin temel amacı, ölçüm cihazını aynı numune üzerine iki farklı zaman periyodu ile dağıtarak çalışma sonuçlarında stabilitenin varlığını doğrulamak ve aralarındaki stabilite parametresini çıkarmak için çalışmaktır.

Araştırmacı, testin gerçekleştirilmesi amacıyla ölçüm aracını rastgele (40) çalışana dağıtmış ve iki haftalık bir süre sonra aynı ölçüm aracını aynı örneklem üzerine yeniden dağıtmıştır. Tablo (3), bu test için, hepsi daha büyük (0.80) olduğu için kabul edilebilir olan güvenilirlik katsayılarını göstermektedir.

**Tablo 4.** Değişkenler Arasındaki Kararlılık Katsayıları

İki zaman dilimi arasındaki kararlılık katsayısı	Ölçek
0.89	X1
0.85	X2
0.87	X3

Kaynak: Bilgisayar sonuçlarına göre araştırmacı hazırlığı

##### 4.7.1.19. İç Tutarlılığın İstikrarı

Araştırma ölçüt maddelerinin iç tutarlılığının varlığı Cronbach alfa katsayısı kullanılarak doğrulanmıştır. Tablo (4), üç ölçüm için alfa Cronbach katsayılarını göstermektedir, çünkü tüm değerlerin (0.81 - 0.88) arasında değiştiği bulunmuştur ki bu, araştırmada istatistiksel olarak kabul edilebilirdir, çünkü değeri (0.75) 'den büyüktür. Çalışma aracının ölçüleri tutarlılık ve iç kararlılık ile karakterize edilir. (Nunnally, 1967: 95)

**Tablo 5.** Çalışma ölçümleri için Cronbach alfa katsayıları

Cornbrash Alfa Ölçeği Katsayısı	Cornbrash's Alpha Boyut Katsayısı	Boyutlar
0.84	0.84	X1
	0.87	X2
	0.83	X3

Kaynak: spss v.24 kullanarak araştırmacı hazırlığı

#### 4.7.2. Doğrulanmış Çalışma Ölçüm Aracı

Ölçme aracının geçerlilik kavramı, aletin temel kavramsal yapıyı temsil eden amaçları, yani ölçeğin çalışılacak olgunun gerçek değerlerini ve konumlarını ölçebilme yeteneğinin kapsamını doğru bir şekilde ölçme yeteneğini ifade eder (Hinken, 1995: 968) ve aşağıdaki gibidir:

1. Aracın görünen geçerliliği: Araştırmacı, çalışma aracının görünür geçerliliğini sağlamak için çalışma aracını ilk haliyle medya alanında uzmanlaşmış bir dizi hakeme sunmuş ve çalışma aracının görünür geçerliliğini sağlamak için toplam (10) hakem sunmuştur.
2. Çalışma aracının / doğrulayıcı faktör analizinin geçerliliğini oluşturmak: Çalışma aracının yapısal geçerliliğini doğrulamak amacıyla (AMOS) yazılımı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Belirli bir araştırma vakası için geliştirilen modellerin gücünü bilmeyi amaçlayan matematiksel bir yöntem olan yapısal eşitlik modelinin yöntemlerinden biridir ve doğrulayıcı faktör analizine ek olarak Yol Analizi ve Regresyon Analizi gibi diğer yöntem ve yöntemler de bunların içinde yer almaktadır.

Temel alınan veri modelinin kabul edildiği veya reddedildiği beş önemli gösterge vardır:

1.  $\chi^2$  ve serbestlik dereceleri arasındaki oran df: Bu oran 5'ten küçük olmalıdır.
2. Uyum İyiliği Endeksi Goodness of Fit Index (GFI): 0,90'dan büyüktür.
3. Normlu Uyum İndeksi (NFI) Normed Fit Index: 0,90'dan büyüktür.
4. Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (CFI) Comparative Fit Index: 0,95'ten büyüktür.
5. Endeksin yaklaşık kök ortalama kare hatası (RMSEA) Root Mean Square Error of Approximation: 0,08 - 0,05 arasındadır.

4.7.2.20. Birinci Boyut: Covid-19 Virüsünün Ortaya Çıkması Sırasında Haber Uydusunu İzleme Nedenleri

**Tablo 6.** Form Uydurma Kriterleri

RMSEA	AGFI	GFI	$\chi^2/df$	Kullanılan standart
0.01	0.81	0.86	910.5/339=2.685	Ölçüt değeri
0.08 daha az	0.50 daha yüksek	0.50 daha yüksek	5 daha az	Kabul sınırları
Uygun Model	Uygun Model	Uygun Model	Uygun Model	Karar

Kaynak: Bilgisayar sonuçlarına dayalı araştırmacı hazırlığı.

4.7.2.21. İkinci Boyut: Covid-19 Virüsünün Ortaya Çıkması Sırasında Sosyal Medyadan Doğrulan Kullanımlar ve Söylentiler

**Tablo 7.** Form Uydurma Kriterleri

Kullanılan standart	$\chi^2/df$	GFI	AGFI	RMSEA
Ölçüt değeri	959.5/339=2.830	0.82	0.79	0.00
Kabul sınırları	5 daha az	0.50 daha yüksek	0.50 daha yüksek	0.08 daha az
Karar	Uygun Model	Uygun Model	Uygun Model	Uygun Model

Kaynak: Bilgisayar sonuçlarına dayalı araştırmacı hazırlığı.

4.7.2.22. Üçüncü Boyut: Covid-19 Virüsünün Ortaya Çıkması Sırasında Diğer Medya Tarafından Sağlanan İletişim Mesajındaki Nesnel Değerler

**Tablo 8.** Form Uydurma Kriterleri

RMSEA	AGFI	GFI	$\chi^2/df$	Kullanılan standart
0.00	0.75	0.80	989.5/339=2.771	Ölçüt değeri
0.08 daha az	0.50 daha yüksek	0.50 daha yüksek	5 daha az	Kabul sınırları
Uygun Model	Uygun Model	Uygun Model	Uygun Model	Karar

Kaynak: Bilgisayar sonuçlarına dayalı araştırmacı hazırlığı.

#### 4.8. Anket Analizi

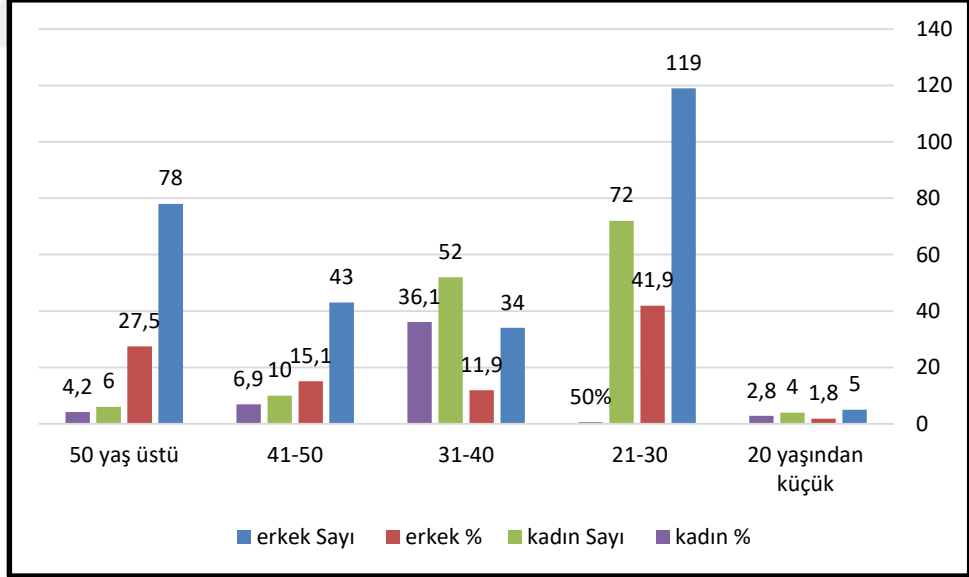
**Tablo 9.** Örneklem Cinsiyete Göre Dağılımı

Oran %	Sayı	Cinsiyet
%66.4	284	Erkek
%33.6	144	Kadın
%100	428	Toplam

**Tablo 10.** Cinsiyete göre yaş

Genel eğilim		Kadın		Erkek		Yaş
%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	
2.1	9	2.8	4	1.8	5	20 yaşından küçük
44.6	191	%50	72	41.9	119	21- 30 yaş arası
20.1	86	36.1	52	11.9	34	31 – 40
12.4	53	6.9	10	15.1	43	41 – 50
19.6	84	4.2	6	27.5	78	50 yaş üstü
100	428	100	144	100	284	Toplam

Kaynak: Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır

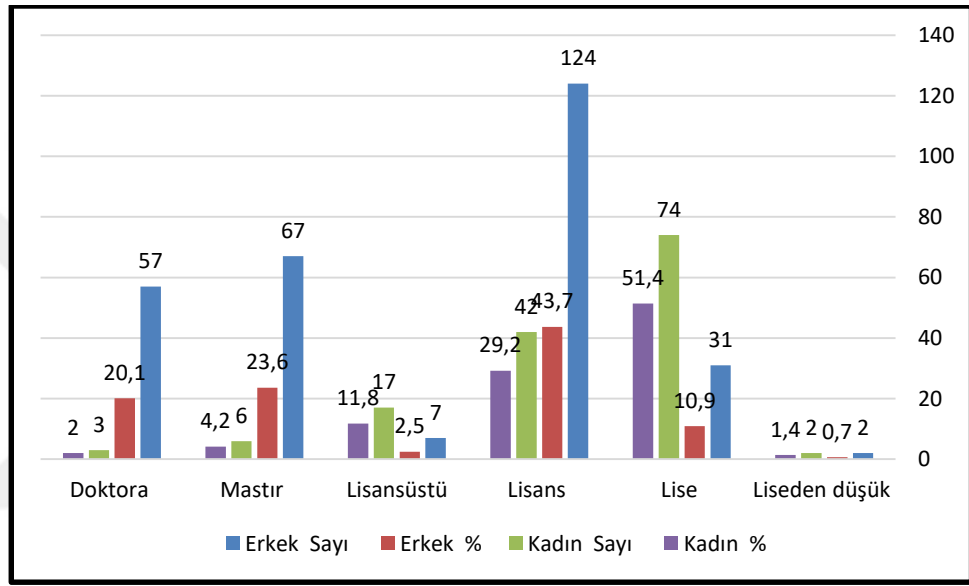


**Şekil 1** Cinsiyete göre yaş

**Tablo 11.**Cinsiyete göre akademik yeterlilik

Genel eğilim		Kadın		Erkek		Akademik Yeterlilik
%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	
0.9	4	1.4	2	0.7	2	Liseden düşük
24.5	105	51.4	74	10.9	31	Lise
38.8	166	29.2	42	43.7	124	Lisans
5.6	24	11.8	17	2.5	7	Lisansüstü
17.1	73	4.2	6	23.6	67	Mastr
14.0	60	2.0	3	20.1	57	Doktora
100	428	100	144	100	284	Toplam

Kaynak: Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır



**Şekil 2** Cinsiyete göre akademik yeterlilik

## İKİNCİ EKSEN

Soru 1: Uydu haber kanallarını izliyor musunuz?

**Tablo 12.**Katılımcıların uydu haber kanallarını izlemeyle ilgili yanıtları

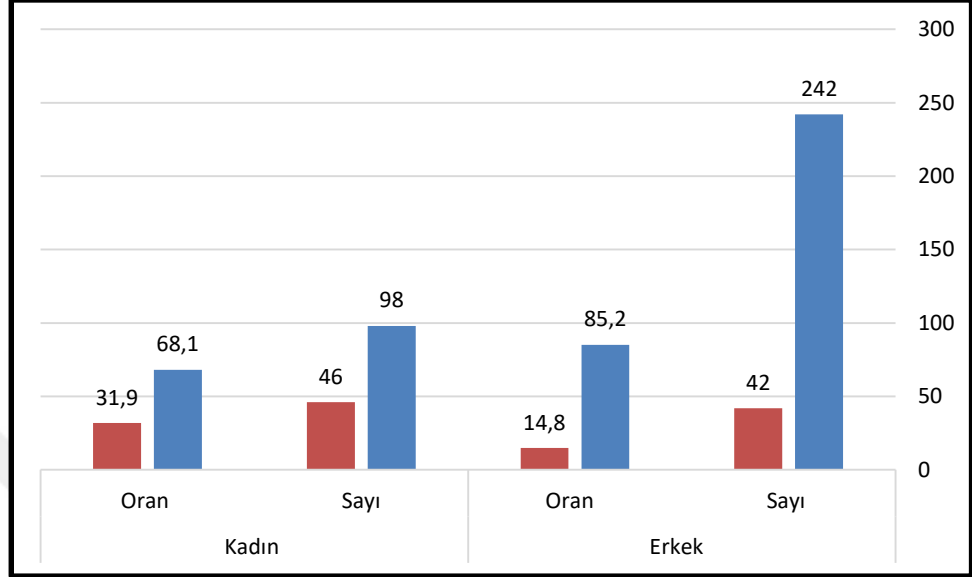
Genel eğilim		Kadın		Erkek		Cevap
Oran	Toplam	Oran	Sayı	Oran	Sayı	
79.4	340	68.1	98	85.2	242	Evet
20.6	88	31.9	46	14.8	42	Hayır
100	428	100	144	100	284	Toplam

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı

Tablo (11) 'den görüldüğü gibi erkeklerin%85,2'si farklı uydu haber kanallarını izliyor, kadınların izleme oranı ise yüzde (%68,1), haber kanallarını izlemeyenler ise erkeklerin oranı (%14,8), kadınların oranı (%31,9) oldu. Yukarıda verilen bilgiye göre,

kanalları izlemeyen kadınların yüzdesinin erkeklerinkinden daha yüksek olduğunu görüyoruz.

Tablo (11) ve Şekil (3) sonuçlarından uydu haber kanallarını izlemeyen katılımcılar (42) ve kadınların (46) toplam (88) sonuçlarına dâhil edilmemiştir.



Şekil 3 Katılımcıların uydu haber kanallarını izlemeyle ilgili yanıtları

Soru 2 / Covid-19 virüs ile ilgili haber kaynağı olarak hangi uydu haber kanallarını izlemeyi tercih edersiniz?

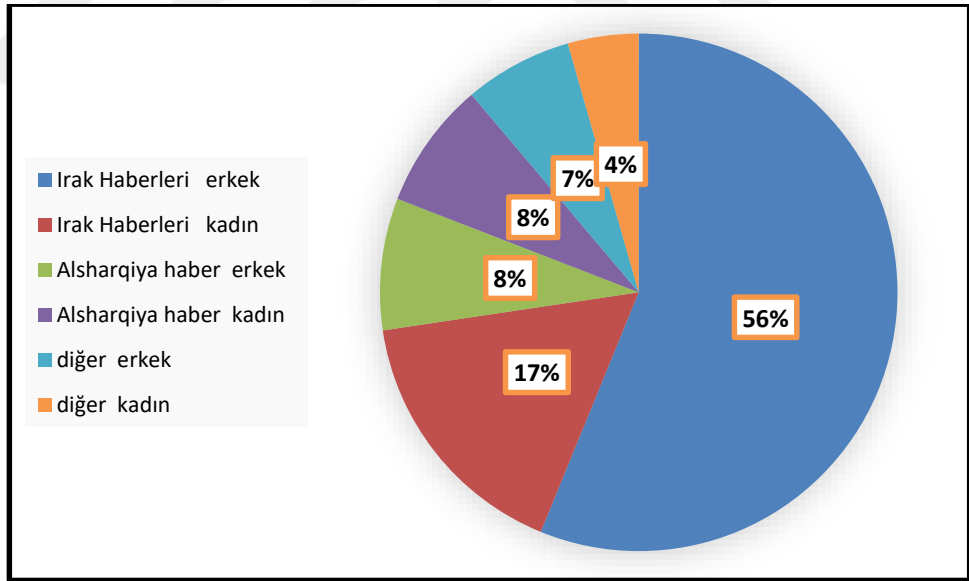
Cinsiyet ve uydu haber kanalları tercihi arasındaki ilişkiyi bulmak için (chi<sup>2</sup>) değerini ve uyumluluk katsayısını hesaplayıp aşağıdaki tablo (12) gösterdik:

Tüm değişkenler için P değeri 0,05'ten küçük olduğundan ve hesaplanan K değeri tablo değerinden büyük olduğundan, cinsiyet değişkeninin uydu kanallarının tercihi üzerinde etkisi olduğu görülmektedir.

**Tablo 13.**Cinsiyet ile uydu haber kanallarını izleme arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri

Değişken sonuç	Cinsiyet	Sayı	Test	Hesaplanan test değeri	Özgürlük derecesi	Önem seviyesi 0.05'tir
Irak Haberleri	Erkek	191	K2 Çıkarılma	8.2	4	0.013
	Kadın	56	K2 Tablo	7.8	---	
Alsharqiya Haberleri	Erkek	28	K2 Çıkarılma	8.5	4	0.015
	Kadın	27	K2 Tablo	7.8	---	
Diğer	Erkek	23	K2 Çıkarılma	8.6	4	0.028
	Kadın	15	K2 Tablo	7.8	---	
Toplam		340				

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı



**Şekil 4** Cinsiyet ile uydu haber kanallarını izleme arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri

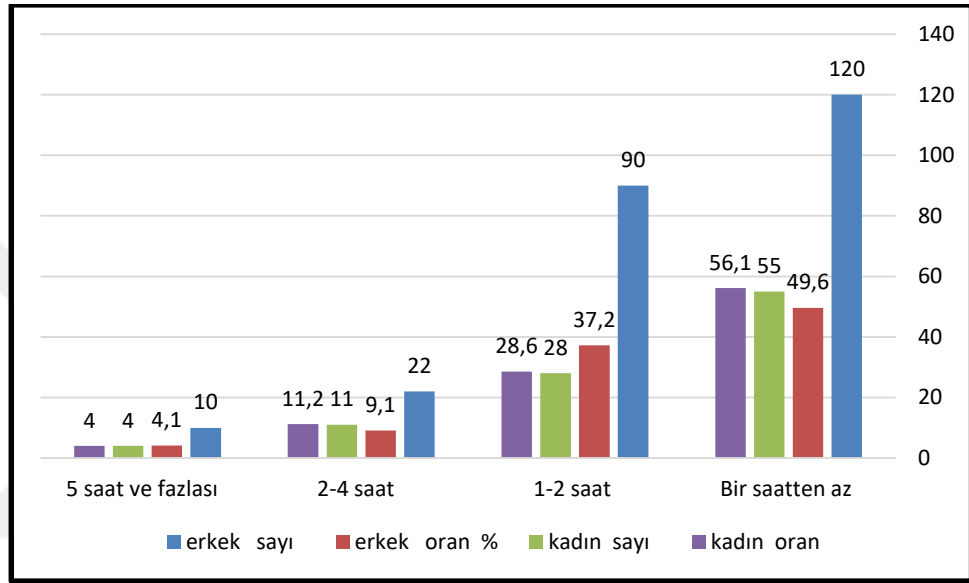
Soru / 3 COVID -19 salgınından önce kanalları kaç saat izlemeyi tercih ederdiniz?



**Tablo 14.** COVID-19 ortaya çıkmadan önce kanalların izlenen saat sayısı

İzleme Süresi	Erkek		Kadın		Genel Eğilim	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Bir saatten az	120	49,6	55	56,1	175	51,5
1 – 2 saat	90	37,2	28	28,6	118	34,7
2 – 4 saat	22	9,1	11	11,2	33	9,7
5 saat ve fazlası	10	4,1	4	4,0	14	4,1
Toplam	242	100	98	100	340	100

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı



**Şekil 5** Covid-19 ortaya çıkmadan önce kanalların izlenen saat sayısı

**Tablo 15.** Cinsiyet ile Covid-19 salgını öncesinde uydu haber kanallarını izlediğiniz saat sayısı arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri

Takip saatleri	Cinsiyet	Sayı	Test	Hesaplanan test değeri	Özgürlük derecesi	Önem seviyesi 0.05'tir
Bir saatten az	Erkek	120	K2 Tablo	9.7	4	İstatistiksel Fonksiyon 0.012
	Kadın	55	K2 Kayıtlı	7.8	---	
1 – 2 saat	Erkek	90	K2 Tablo	11.0	4	İstatistiksel Fonksiyon 0.019
	Kadın	28	K2 Kayıtlı	7.8	---	
2 – 4 saat	Erkek	22	K2 Tablo	8.3	4	İstatistiksel Fonksiyon 0.028
	Kadın	11	K2 Kayıtlı	7.8	---	
5 saat ve fazlası	Erkek	10	K2 Tablo	12.9	4	İstatistiksel Fonksiyon 0.018

5 saat ve fazlası	Kadın	4	K2 Kayıtlı	7.8
	Toplam	340		

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı

Tablo (14) te açıkça anlaşılmaktadır ki:

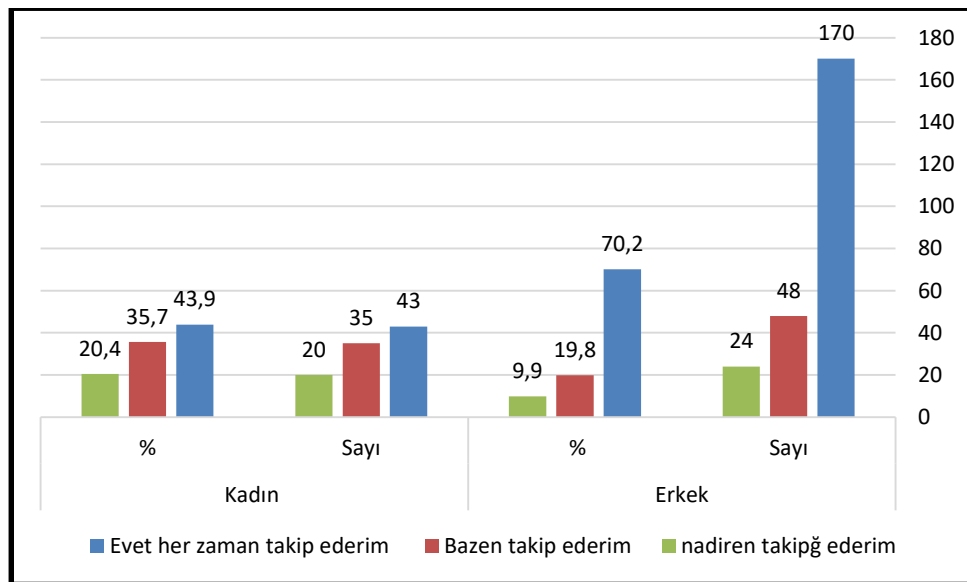
Tüm değişkenler için P değeri 0,05'ten küçük olduğundan ve hesaplanan benzerinin değeri tablo değerinden büyük olduğundan, cinsiyet değişkeninin haber kanallarını izlenen saat sayısına etkisi görülmektedir.

Soru / 4 Uydu haber kanallarında COVID-19 ile ilgili haber ve medya kampanyalarını takip ediyor musunuz?

**Tablo 16.** Haber Takibi Türü

Genel eğilim		Kadın		Erkek		Takip türü
Oran	Toplam	Oran	Sayı	Oran	Sayı	
62.6	213	43.9	43	70.2	170	Evet, her zaman takip ederim
24.4	83	35.7	35	19.8	48	Bazen takip ederim
12.9	44	20.4	20	9.9	24	Nadiren takip ederim
100	340	100	98	100	242	Toplam

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı



**Şekil 6** Haber türü takibi

**Tablo 17.** Cinsiyet ile uydu haber kanallarının türü arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri

Takip Türü	Cinsiyet	Sayı	Test	Hesaplanan test değeri	Özgürlük derecesi	Önem seviyesi 0.05'tir
Evet, sürekli takip ediyorum	Erkek	170	K2 Çıkarılma	11.1	3	0.003 İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	43	K2 Tablo	8.1	---	
Bazen takip ederim	Erkek	48	K2 Çıkarılma	9.5	3	0.015 İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	35	K2 Tablo	8.1	---	
Nadiren takip ederim	Erkek	24	K2 Çıkarılma	8.6	3	0.024 İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	20	K2 Tablo	8.1	---	
Toplam		340				

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı

Tablo (16) da açıkça anlaşılmaktadır ki:

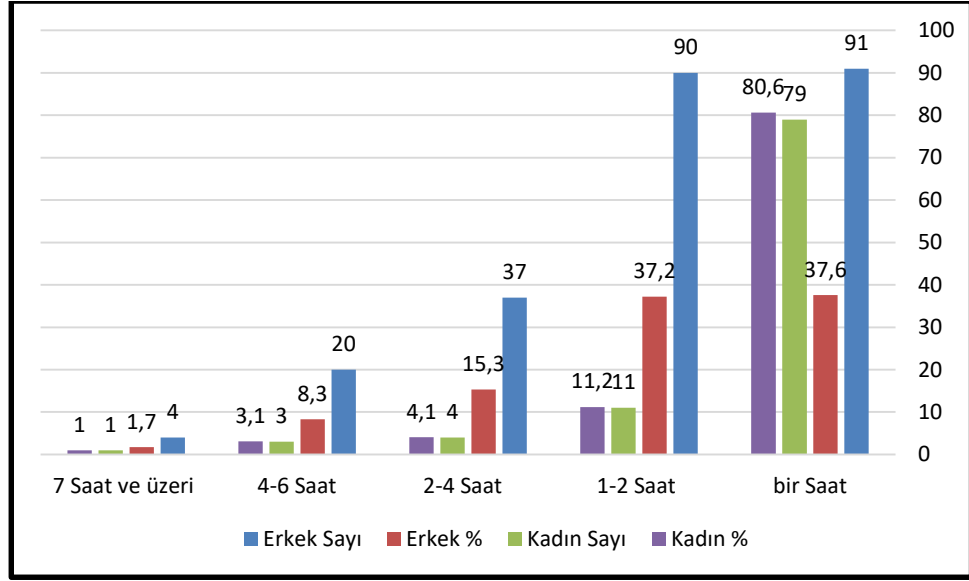
Tüm değişkenler için p değeri 0,05'ten küçük olduğundan ve herhangi bir hesaplanan benzerinin değeri tablo değerinden büyük olduğundan, cinsiyet değişkeninin haber kanallarının takip şekline etkisi olduğu belirtilmektedir.

Soru 5 / Karantina döneminde uydu haber kanallarını kaç saat izliyorsunuz?

**Tablo 18.** karantina sırasında uydu kanallarının izlenme saati sayısı

İzleme Süresi	Erkek		Kadın		Genel Eğilim	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Bir saat	91	37.6	79	80.6	170	50
1 – 2 saat	90	37.2	11	11.2	101	29.7
2 – 4 saat	37	15.3	4	4.1	41	12.0
4 – 6 saat	20	8.3	3	3.1	23	6.8
7 saat ve üzeri	4	1.7	1	1.0	5	1.5
Toplam	242	100	98	100	340	100

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı



Şekil 7 karantina sırasında uydu kanallarının izlenme saati sayısı

**Tablo 19.** Cinsiyet ile karantina sırasında uydu haber kanallarını izleme saati sayısı arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri

Takip saatleri	Cinsiyet	Sayı	Test	Hesaplanan test değeri	Özgürlük derecesi	Sonuç
Saat	Erkek	91	K2 Çıkarılan	8.2	5	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	79	K2 Tablo	7.8	---	
1 – 2 saat	Erkek	90	K2 Çıkarılan	8.5	5	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	11	K2 Tablo	7.8	---	
2 – 4 saat	Erkek	37	K2 Çıkarılan	8.6	5	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	4	K2 Tablo	7.8	---	
4 – 6 saat	Erkek	20	K2 Çıkarılan	8.5	5	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	3	K2 Tablo	7.8	---	
7 saat ve fazlası	Erkek	4	K2 Çıkarılan	8.6	5	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	1	K2 Tablo	7.8	---	
Toplam		340				

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı

Tablo (18) da açıkça anlaşılmaktadır ki:

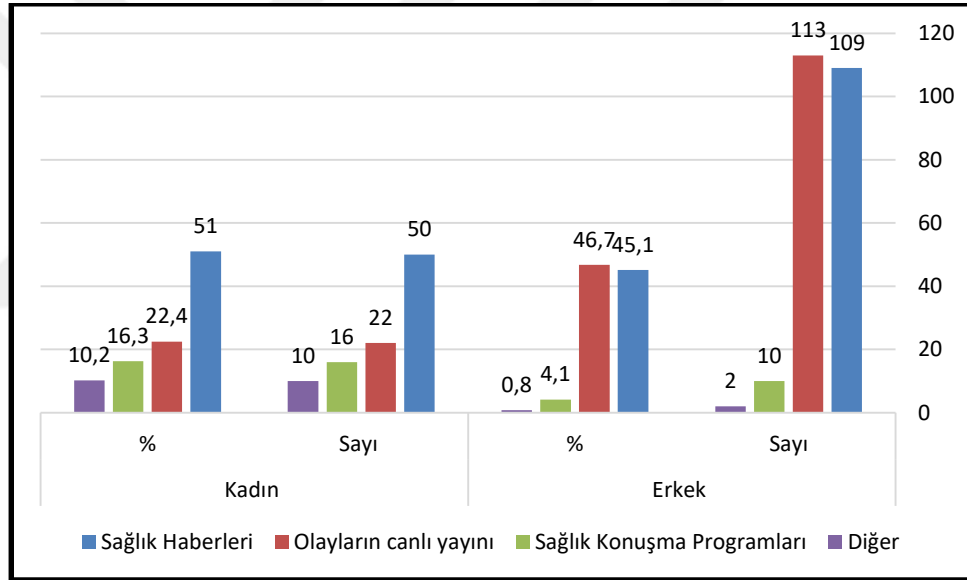
Tüm değişkenler için p değeri 0,05'ten küçük olduğundan ve hesaplanan K değeri tablo değerinden büyük olduğundan. Coronavirüs sonrası takip saatlerinin sayısında cinsiyet değişkeninin etkisi gözlenmektedir.

Soru 6 / Covid-19 salgını haberlerini öğrenmek için haber kanallarında hangi programları izlemeyi tercih edersiniz?

**Tablo 20.** Covid-19 salgını haberini bilmek için takip programlarının türü

Favori haber programı	Erkek		Kadın		Genel Eğilim	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Sağlık Haberleri	109	45.1	50	51.0	159	46.8
Olayların canlı yayını	109	46.7	22	22.4	132	38.8
Sağlık konuşma programları	10	4.1	16	16.3	26	7.6
Diğer	2	0.8	10	10.2	12	3.5
Toplam	242	100	98	100	340	100

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı



**Şekil 8** Covid-19 salgını haberini bilmek için takip programlarının türü

**Tablo 21.** Cinsiyet ile tercih edilen haber programlarının türü arasındaki ilişkinin istatistiksel değerleri

Favori haber programı	Cinsiyet	Sayı	Test	Hesaplanan test değeri	Özgürlük derecesi	Önem seviyesi 0.05'tir
Haberler ve sağlık raporları	Erkek	109	K2 Çıkarılan	10.2	4	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	50	K2 Tablo	7.8	---	
	Erkek	113	K2 Çıkarılan	9.4	4	

Olayların canlı yayını	Kadın	22	K2 Tablo	7.8	---		İstatistiksel Fonksiyon
Sağlık konuşmaları	Erkek	10	K2 Çıkarılan	8.9	4	0.029	İstatistiksel Fonksiyon
programları	Kadın	16	K2 Tablo	7.8	---		İstatistiksel Fonksiyon
DİĞER	Erkek	2	K2 Çıkarılan	8.1	4	0.035	İstatistiksel Fonksiyon
	Kadın	10	K2 Tablo	7.8			
Toplam		340					

Kaynak: Araştırmacı hazırlığı

Tablo (20) da açıkça anlaşılmaktadır ki:

Tüm değişkenler için p değeri 0,05'ten küçük olduğundan ve hesaplanan K değeri tablo değerinden büyük olduğundan, takip edilen haber programlarında cinsiyet değişkeninin etkisi görülmektedir.

#### 4.8.2. Ölçek

Birinci Eksen / Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında haber uydusunu izleme nedenler

**Tablo 22.** Örnek üyelerin Covid-19 virüsü salgını sırasında haber uydusunu izleme gerekçelerine ilişkin yanıtları

Sıra	Paragraf	Hemfikir olma	Hemfikir olma eğilimi	Katılım oranı	Ağırlıklı Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Varyans Katsayısı	Cevabın yoğunluğu	Önem
1	X11	203	124	13	2.6	0.568	22.2	86.7	Birinci
2	X12	216	111	13	2.6	2.582	99.4	86.7	İkinci
3	X13	102	114	127	1.9	0.796	40.9	63	Onuncu
4	X14	172	128	40	2.4	0.687	28.8	80	Yedinci
5	X15	167	119	54	2.3	2.334	100.1	76.7	Sekizinci
6	X16	204	106	30	2.5	0.653	25.9	83	Üçüncü
7	X17	213	97	30	2.5	0.652	25.7	83	Dördüncü
8	X18	189	116	35	2.5	2.452	99.9	83	Beşinci
9	X19	175	137	26	2.4	0.657	27.1	80	Altıncı
10	X110	88	165	87	2.0	0.717	35.8	66.7	Dokuzuncu

Toplam	1729	1217	455	2.4	0.708	29.8	80
--------	------	------	-----	-----	-------	------	----

N=340

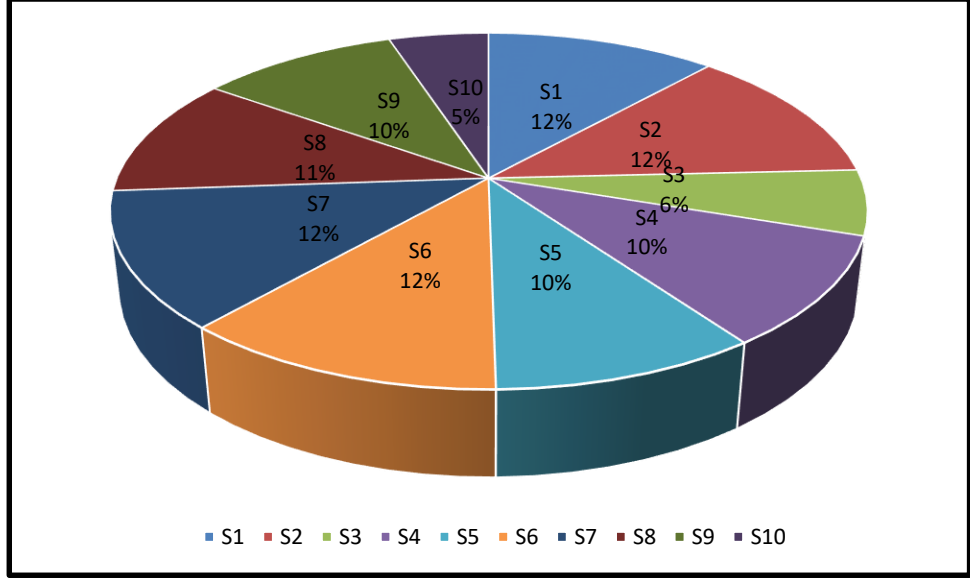
Tablo (21) 'deki sonuçlar, örneklemin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında haber uydusunu izleme gerekçelerinin paragrafları konusunda genel olarak bir dereceye kadar hemfikir olma ve hemfikir olma eğilimini göstermektedir, (2.4) 'ün ağırlıklı aritmetik ortalaması ve (0.708)' in standart sapması, örneklemin yüksek farkındalığının göstergesidir.

Tablo (21) da açıkça anlaşılmaktadır ki:

1. ( $X_{11}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.6) iken, standart sapmanın değeri (0.568), varyasyon katsayısı (22.2) ve cevap yoğunluğu (%86.7) idi. Bu, uydu haber kanallarının sağlık bilincinin yayılmasına katkısını teyit etmektedir.
2. ( $X_{12}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.6) iken, standart sapmanın değeri (2.582), varyasyon katsayısı (99.2) ve cevap yoğunluğu (%86.7) idi. Bu, uydu kanallarının virüsün tehlikeleri hakkında farkındalık yaratmak için sağlık uzmanlarıyla seminerler düzenlemesine olan ilginin bir göstergesidir.
3. ( $X_{13}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (1.9) iken, standart sapma değeri (0.796), varyasyon katsayısı (40.9) ve cevap yoğunluğu (%63) idi. Bu, uydu haber kanallarının virüsün tehlikeleri ve onu önleme yolları hakkında farkındalık yaratarak halkta etkili ve aktif bir role sahip olduğunu göstermektedir.
4. ( $X_{14}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.4) iken, standart sapma değeri (0.684), varyasyon katsayısı (28.8) ve cevap yoğunluğu (%80) idi. Bu, uydu haber kanallarının amacı halk arasında yalanı yaymak ve olayları abartmak olan yalan söylentileri yalanladığını doğrulamaktadır.
5. ( $X_{15}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.3) iken, standart sapmanın değeri (2.334), varyasyon katsayısı (100.1) ve cevap yoğunluğu (%76.7) idi. Bu, Irak uydu kanallarının halkı eğitmeye ve gerekli sağlık bilinci konusunda onlara rehberlik etmeye büyük katkı sağladığının bir göstergesidir.

6. ( $X_{16}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.6) iken, standart sapma değeri (0.653), varyasyon katsayısı (25.9) ve cevap yoğunluğu (%83) idi. Bu, halkın Covid-19 salgını tehdidiyle ilgili programları aracılığıyla sağlık seminerleri yayınlayan uydu kanallarını takip ettiğini doğruluyor.
7. ( $X_{17}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapma değeri (0.652), varyasyon katsayısı (25.7) ve cevap yoğunluğu (%83) idi. Bu, medyanın Irak uydu kanalları aracılığıyla gerçeklerin aktarılmasına katkıda bulunduğunun bir göstergesi.
8. ( $X_{18}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapma değeri (2.452), varyasyon katsayısı (99.9) ve cevap yoğunluğu (%83) idi. Bu, hastane yöneticileri ve karantina bölgeleri yöneticileri ile doğrudan toplantılar yaparak olaylara ayak uydurarak medya adamlarının katkısını ve riskleri taşıdıklarını teyit etmektedir.
9. ( $X_{19}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.4) iken, standart sapmanın değeri (0.657), varyasyon katsayısı (27.1) ve cevap yoğunluğu %80 idi. Bu, Irak uydu kanallarının olayları resmi kaynaklarından halka iletmedeki başarısının bir göstergesidir.
10. ( $X_{110}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.0) iken, standart sapma değeri (0.717), varyasyon katsayısı (35.8) ve cevap yoğunluğu (%66.7) idi. Bu, Irak uydu kanallarının halka yönelik programları aracılığıyla gerekli sağlık bilincini yaymak için çalıştığını doğrulamaktadır.





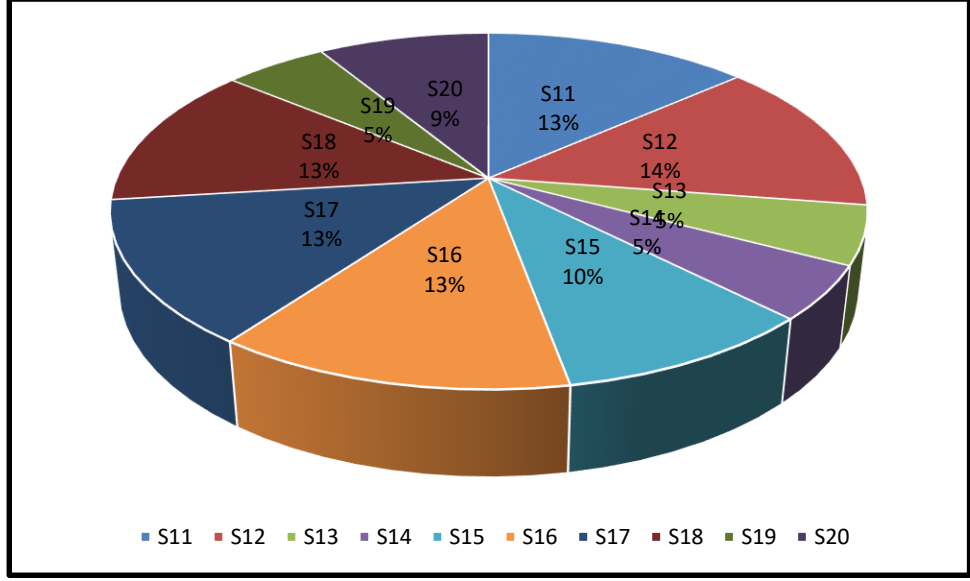
**Şekil 9** Katılımcıların Covid-19 virüsü salgını sırasında haber kanalını izleme gerekçelerine verdikleri yanıtlar.

İkinci Eksen: Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal ağ sitelerinden doğrulanan kullanımlar ve söylentiler.

**Tablo 23.** Örnek üyelerin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal medya sitelerinden doğrulanan kullanımlar ve söylentilere ilişkin yanıtları

Sıra	Paragraf	Hemfikir olması	Hemfikir olmama eğilimi	Katılım yorumu	Ağırlıklı Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Varyasyon Katsayısı	Cevabın yoğunluğu	Önem
11	X21	200	135	5	2.8	2.481	96.4	93	Birinci
12	X22	205	126	9	2.6	0.545	21.2	86.7	İkinci
13	X23	78	180	50	1.9	1.742	91.9	63	Onuncu
14	X24	72	166	102	1.9	0.709	37.1	63	Sekizinci
15	X25	141	135	64	2.2	2.167	97.4	73	Yedinci
16	X26	191	128	21	2.5	0.612	24.4	83	Dördüncü
17	X27	192	127	21	2.5	0.611	24.2	83	Üçüncü
18	X28	191	128	20	2.4	0.621	24.9	80	Beşinci
19	X29	78	159	103	1.9	0.726	37.7	63	Dokuzuncu
20	X210	129	174	37	2.3	0.644	28.4	76.7	Altıncı
Toplam		477	458	32	2.3	0.686	9.7	6.7	

N=340



**Şekil 10** Örnek üyelerin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında sosyal paylaşım sitelerinden doğrulanan kullanımlar ve söylentiler hakkındaki yanıtları.

Tablo (22) 'nin sonuçları, örneklemin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında haber uydusunu izleme gerekçelerinin paragrafları konusunda genel olarak bir dereceye kadar hemfikir olma ve hemfikir olma eğilimini göstermektedir, (2.3) 'ün ağırlıklı aritmetik ortalamasından ve (0.686)' nin standart sapmasından, örneğin yüksek farkındalığının bir göstergesi olduğu açıktır.

Tablo (22) da açıkça anlaşılmaktadır ki:

1. Paragraf ( $X_{21}$ ) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.8) iken, standart sapmanın değeri (2.481) iken, varyasyon katsayısı (96.4) ve yanıt yoğunluğu (%93) idi. Bu, Covid-19 salgını hakkındaki söylentilerin sosyal medya söylentilerinden etkilenmediğini doğruluyor.
2. Paragraf ( $X_{22}$ ) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.6) iken, standart sapmanın değeri (0.545) iken, varyasyon katsayısı (21.2) ve yanıt yoğunluğu (%86.7) idi. Bu, COVID-19 hakkındaki farkındalık gönderilerinin takibinin bir göstergesidir.
3. Paragraf ( $X_{23}$ ) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (1.9) iken, standart sapmanın değeri (1.742) iken, varyasyon katsayısı (91.9) ve yanıt yoğunluğu (%63) idi. Bu, örnek üyelerin güvenilir kaynaklardan doğru bilgileri almaya istekli olduğunu gösterir.

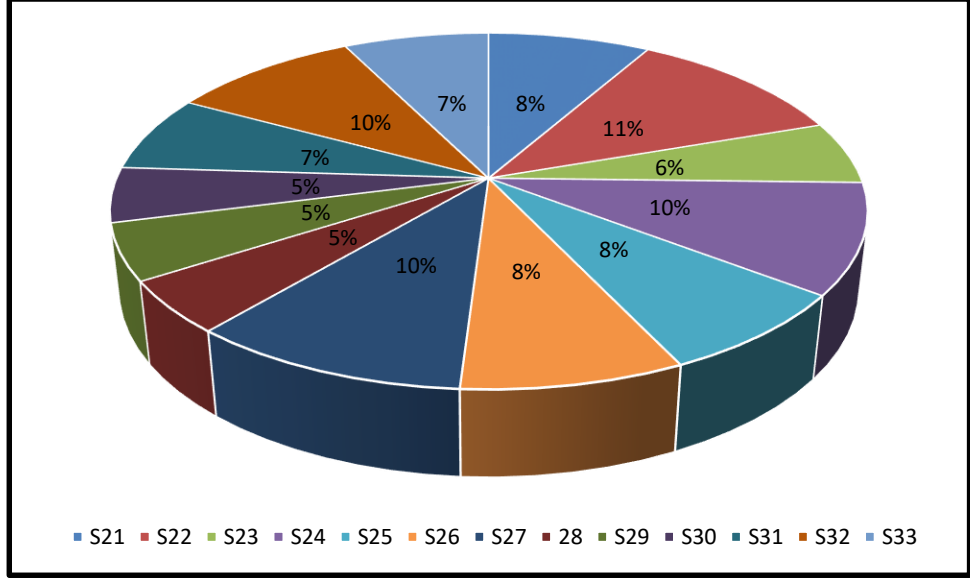
4. Paragraf (X<sub>24</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalamad (1.9) iken, standart sapmanın değeri (0.709) iken, varyasyon katsayısı (37.1) ve yanıt yoğunluğu (%63) idi. Bu, korkutmaktan uzak, virüsün tehlikeleri hakkında farkındalık yaratma çabalarının teşvik edildiğini doğrulamaktadır.
5. Paragraf (X<sub>25</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.2) iken, standart sapmanın değeri (2.167) iken, varyasyon katsayısı (97.4) ve yanıt yoğunluğu (%73) idi . Bu, örnek üyelerin virüsteki son gelişmeleri öğrenmek için sosyal medya sitelerini sürekli takip ettiklerinin bir göstergesidir.
6. Paragraf (X<sub>26</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapmanın değeri (0.612) iken, varyasyon katsayısı (24.4) ve yanıt yoğunluğu (%83) idi. Bu, örneklemdaki bireylerin, Covid-19 virüsü ile ilgili yanlış haberleri tespit etme ve buna yanıt verme kabiliyetine sahip olduğunu göstermektedir.
7. Paragraf (X<sub>27</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapmanın değeri (0.611) iken, varyasyon katsayısı (24.2) ve yanıt yoğunluğu (%83) idi. Bu, sosyal medya sitelerinin halkla doğrudan temas halinde olduğunu ve virüs hakkında onlarda yayınlananları doğrular.
8. Paragraf (X<sub>28</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.4) iken, standart sapmanın değeri (0.621) iken, varyasyon katsayısı (24.9) ve yanıt yoğunluğu (%80) idi. Bu, örnek üyelerin önleme yöntemlerini takip etme ve bunları Covid-19 salgını karşısında kullanma konusundaki ilgisinin bir göstergesidir.
9. Paragraf (X<sub>28</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalamadır (1.9), standart sapmanın değeri (0.726) iken, varyasyon katsayısı (37.7) ve yanıt yoğunluğu (%63) idi. Bu, örnek üyelerin medyanın sosyal ağ siteleri aracılığıyla desteklenmesine katkıda bulunduğunu göstermektedir.
10. Paragraf (X<sub>210</sub>) için örneklemin büyük bir yüzdesi ağırlıklı aritmetik ortalama (2.3) iken, standart sapmanın değeri (0.644), varyasyon katsayısı (28.4) ve yanıt yoğunluğu (%76.7) idi. Bu, medyanın sosyal medya aracılığıyla gösterdiği çabaların teşvikini teyit etmektedir.

Üçüncü Eksen / Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında diğer medya tarafından sağlanan iletişim mesajındaki nesnel değerler

**Tablo 24.** Örnek üyelerin virüsün ortaya çıkması sırasında medyaya verdiğimiz iletişim mesajındaki nesnel değerlere ilişkin yanıtları

Sıra	Paragraf	Hemfikir olma	Hemfikir olma eğilimi	Katılım yorum	Ağırlıklı Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Varyasyon Katsayısı	Cevabın yoğunluğu	Önem
31	X31	161	153	26	2.4	0.626	26.1	80	Altıncı
32	X32	222	110	8	2.6	0.529	20.1	86.7	Birinci
33	X33	111	155	74	2.1	0.729	34.5	70	Dokuzuncu
34	X34	194	116	30	2.5	0.653	26.3	83	İkinci
35	X35	147	192	34	2.5	2.047	81.0	83	Üçüncü
36	X35	157	158	25	2.4	0.620	25.9	80	Beşinci
37	X37	198	124	18	2.5	2.485	98.3	83	Dördüncü
38	X38	92	200	34	2.1	0.726	34.8	70	Onuncu
39	X39	99	195	46	2.2	0.634	29.4	73	Yedinci
40	X310	97	206	37	2.1	0.602	27.7	70	Sekizinci
Toplam		478	609	32	2.3	0.966	40.4	76.7	

N=340



**Şekil 11** Örnek üyelerin virüsün ortaya çıkması sırasında medyaya verdığımız iletişim mesajındaki nesnel değerlere ilişkin cevapları

Tablo (23) 'ün sonuçları, örneklemin Covid-19 virüsünün ortaya çıkması sırasında haber uydusunu izleme gerekçelerinin paragrafları konusunda genel olarak bir dereceye kadar hemfikir olma ve hemfikir olma eğilimini göstermektedir, (2.3) 'ün ağırlıklı aritmetik ortalamasından ve (0.966)' nın standart sapmasından, örneğin yüksek farkındalığının bir göstergesi olduğu açıktır.

Tablo (23) da açıkça anlaşılmaktadır ki:

1. ( $X_{31}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.4) iken, standart sapmanın değeri (0.626), varyasyon katsayısı (26.1) ve cevap yoğunluğu (%80) idi. Bu, örnek üyelerin Covid-19 salgınının riskleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olma ihtiyacını doğrular.
2. ( $X_{32}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.6) iken, standart sapmanın değeri (0.529), varyasyon katsayısı (20.1) ve cevap yoğunluğu (%86.7) idi. Bu, örnek üyelerin Covid-19 virüsü ile ilgili sağlık tavsiyelerine uyma ilgisinin bir göstergesidir.
3. ( $X_{33}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.1) iken, standart sapma değeri (0.729), varyasyon katsayısı (34.5) ve cevap yoğunluğu (%70) idi. Bu, örnek üyelerin Covid-19 salgını hakkındaki söylentileri ve yanlış haberleri reddettiğini gösteriyor.
4. ( $X_{34}$ ) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapma değeri (0.653), varyasyon katsayısı (26.3) ve cevabın

yoğunluğu (%83) idi. Bu, medyanın Covid-19 salgını haberlerini yayınlama çabalarının teşvik edildiğini doğruluyor.

5. (X<sub>35</sub>) paragrafının örnek cevap ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapmanın değeri (2.047), varyasyon katsayısı (81.0) ve yanıt yoğunluğu (%83) idi. Bu, Covid - 19 virüsünden enfeksiyon ve iyileşme sayısı ile ilgili günlük istatistikleri takip etmekle ilgilendiğinin bir göstergesidir .
6. (X<sub>36</sub>) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.4) iken, standart sapmanın değeri (0.620), varyasyon katsayısı (25.9) ve cevap yoğunluğu (%80) idi. Bu, pandeminin riskleri hakkında farkındalık yaratmak için medyanın sarf ettiği çabaların teşvik edildiğini doğrulamaktadır.
7. (X<sub>37</sub>) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.5) iken, standart sapmanın değeri (2.485), varyasyon katsayısı (98.3) ve cevap yoğunluğu (%83) idi. Bu, medyayı zayıflar hakkında doğru bilgilerle desteklemeye olan ilginin bir göstergesidir.
8. (X<sub>38</sub>) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.1) iken, standart sapmanın değeri (0.726), varyasyon katsayısı (34.8) ve cevabın yoğunluğu (%70) idi. Bu, Covid-19 ile enfeksiyondan kaçınmak için uygun sağlık yöntemleri konusunda farkındalık yaratmak için yapılan medyanın çabalarının teşvik edildiğini doğruluyor.
9. (X<sub>39</sub>) 'a paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.2) iken, standart sapmanın değeri (0.634), varyasyon katsayısı (29.4) ve cevap yoğunluğu (%73) idi. Bu, güncel gelişmeler, sağlık talimatları ve yasak hakkında bilgi almak için medyanın izlenmesine olan ilginin bir göstergesidir.
10. (X<sub>310</sub>) paragrafının örnek cevabı ağırlıklı aritmetik ortalama (2.1) iken, standart sapma değeri (0.602), varyasyon katsayısı (27.7) ve cevap yoğunluğu (%70) idi. Bu, medya profesyonellerinin sağlık bilincini yaymak için uzmanlarla yapılan toplantılar aracılığıyla tavsiye, rehberlik ve farkındalık sağlama konusunda teşvik ve desteğini teyit etmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

### SONUÇ:

Covid-19 salgını sağlık, sosyal ve ekonomik düzeyde çok zor bir krizdir ve tüm dünyada olduğu gibi Irak devletinin tüm sektörlerini olumsuz etkilemiştir. Irak medyası, okunabilir, görsel-işitsel, farkındalık ve aydınlatıcı olarak her türden rol oynamıştır, Covid-19 virüsünün ciddiyeti ve Sağlık Bakanlığı tarafından açıklanan önleyici ve ihtiyati tedbirlere uyulması gerektiği konusunda farkındalık yaratmak için büyük medya kampanyaları yapıldı, Irak medyası sorumluluğu üstlenmede başarılıydı ve olayların üstesinden gelmeyi başardı. Böylelikle virüsün tehlikesine karşı farkındalık yaratma, onunla ilgili mevcut bilgileri yayma ve vatandaşların yüreğinde korku ve dehşeti uyandırmayı amaçlayan kötü niyetli taraflarca ortaya atılan dedikodu ve yalanlarla yüzleşme ve devlet kurumları tarafından alınan önlemleri sorgulamadaki rolünü başarıyla oynadı. Geleneksel medya, kamuoyunda kriz sırasında kullanılan sosyal medyaya göre daha fazla güvene sahiptir. Medya, virüsü önlemenin yolları konusunda sağlık bilincinin yayılmasına büyük katkı sağlamış ve onu önlemenin ve bununla başa çıkmanın en iyi yolları konusunda uzmanlar arasında geniş bir görüş alışverişinin yolunu açmıştır. Hükümetler, çeşitli medya kuruluşları üzerindeki kontrollerini sıkılaştırmak için Covid-19 salgınına bahane olarak kullandılar. Irak uydu kanalları, virüsün tehlikeleri ve onu önleme yolları konusunda farkındalık yaratmayı amaçlayan programlar üzerinde çalıştı.

### ÖNERİLER:

Medyanın analitik, yorumlayıcı ve araştırmacı nitelikteki salgın ve bulaşıcı hastalıkların kapsamlı ve derinlemesine tedavisini sağlama gerekliliği. Medyayla ilgili sağlık otoriteleri arasında entegrasyon ve işbirliğinin gerekliliği, sağlık alanında medya materyalleri ve programları hazırlamak ve üretmek için medya uzmanları ve sağlık sektörü uzmanlarından oluşan çalışma gruplarının oluşturulması.

Hükümetler, medyanın ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim hakkına, gecikme veya etki olmaksızın saygı gösterir ve bu özgürlüğü yasalar çerçevesinde kontrol eder, Sosyal paylaşım sitelerinin kullanıcıları arasında dolaşan medya içeriği ile doğru bir şekilde nasıl başa çıkılacağı konusunda halkın farkındalığını artırmak için çalışmanın gerekliliği.

İçeriğini her türlü istismar, aşırılık veya kışkırtmadan uzak tutmak amacıyla sosyal ağlar üzerinden yayın yapmanın standartlarını ve etiğini vurgulamak, Medya ajanslarının güçlü sosyal medya platformlarını kullanmaları ve bunlardan var olanları daha iyi harekete geçirme zorunluluğu, bilgi alışverişinde, söylentilerin ve yanıltıcı haberlerin azaltılmasında medya dengesinde etken olmak. Medyanın Covid-19 pandemiye ilişkin yetkili makamlarca yayınlanan resmi açıklamalara olan bağlılığının öneminin vurgulanması.





## KAYNAKÇA

- "Atresmedia solo podrá estrenar el primer capítulo de 'Veneno' ante la crisis del coronavirus". El Periódico de Catalunya (in Spanish). March 19, 2020. Retrieved April 1, 2020.
- "Coronavirus Disrupts Social Media's First Line of Defense". Wired. Archived from the original on 22 March 2020. Retrieved 25 March 2020 – via [www.wired.com](http://www.wired.com) ("Ontario Increasing Mental Health Support During COVID-19". news.ontario.ca. Retrieved 16 April 2020.
- "Coronavirus: cómo fue la maratón de TV que transmitieron todos los canales de aire en cadena". Clarín (in Spanish). April 5, 2020
- "Coronavirus: The TikTok hand-washing dance challenge - CBBC Newsround". Retrieved 14 May 2020.
- "Facebook struggles with high traffic as world sits at home and takes to social media because of Covid-19". www.msn.com. Archived from the original on 26 March 2020. Retrieved 26 March 2020.
- "Update: Spring 2020 Simulcasts On-Track; SimulDub Delays". Funimation. Archived from the original on March 22, 2020. Retrieved March 18, 2020
- Abboud, H., & Al-Ani, M. (2014). *medya ve dijital çağa göç*, Al-Hamed Yayınevi, Amman, Ürdün, 1. Baskı.
- Abboud, H., & Al-Ani, M. (2015). *medya ve dijital çağa göç*, Al-Hamed Yayınevi.
- Abdullah, A. Z. (2003). *Radyo ve Televizyon için Yazma*, Üniversite Kitap Evi, Kahire.
- Abu Aisha, F. (2014). *elektronik medya*, Usame Yayınevi, Amman, Ürdün.
- Abu Al-Atta, M. M., *İnternet kullanıcıları için ana referans*, Arap Bilgisayar Bilimleri Kütüphanesi, Kahire, Mısır, 1. Baskı,
- Abu Zaid, F. (1998). *Gazeteciliğe Giriş*, Kitapların Dünyası, Kahire, Mısır, 2. Baskı.
- Ağaçıda yazılı internet sitesinde Nasreen Hassouneh makalesi. <https://www.facebook.com/ImdadMediaCenter/posts/1060787113950808:0>
- Ahmad, A. (2019). *Medya Programları Planlama*, Medya Koleji, Bağdat, s. 159.
- Aladdin, M. (1994). *İletişim Teknolojisi*, Düşünce Dünyası Dergisi, Çağdaş medyanın özel sayısı, Kuveyt.
- Al-Bayati, Y. K. (2015). *dijital bağlantı Gelişmekte olan ülkeler ve şaşkın milletler*, Albedaya Yayınevi, Amman, Ürdün.
- Al-Bayati, Y. K. (2019). *Halkla İlişkiler ve Reklamcılığa Giriş*, parlak umutlar Yayınevi, Amman, Ürdün.

- Al-Dulaimi, A-R. (2012). *Kurgu*, Al-Masirah Yayınevi, Amman, Ürdün.
- Al-Halawani, M. (1982). *Yönlendirilmiş Radyolara Giriş*, Arap Düşünce Evi, Kahire.
- Al-Hashemi, M. H. (2004). *Kitle İletişim Teknolojisi*, Birinci Baskı, Usama Yayıncılık ve Dağıtım Evi, Amman.
- Al-Laban, S. D. (2011). *Alternatif Medya Girişleri ve İnternette Elektronik Yayıncılık*, Arap Dünyası Yayınevi, Kahire, 1. Baskı.
- Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., Rubin, J. (2020) *Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID 19-public health emergency* .Psychological Medicine. 9:1-7.
- Al-Sari, F. (2015). *Menşe ve Gelişim Medyası*, Usame Yayınevi, Amman, Ürdün.
- Al-Shamayleh, M. O. (2015). *dijital medya*, kasırga bilimsel yayınevi, Amman, Ürdün.
- Al-Shammari, A. J. (2010). *Irak uydu kanalı Al-Sharqiya'daki ulusal kimlik*, Arap Uydu ve Kültürel Kimlik Konferansı'na sunulan bir bildiri, İletişim Koleji Şarika Üniversitesi, 386.
- Andreeva, N. (2020). *"Tyler Perry Gives Progress Report On Producing His Shows During Pandemic, Shares His Hope For The Industry & The Country"*. Deadline. Retrieved July 30, 2020.
- Anime News Network. (2020). "Chibi Maruko-chan Anime Delays New Episodes Due to COVID-19". April 26, 2020. Retrieved May 8.
- Anime News Network. (2020). "Chibi Maruko-chan Anime Delays New Episodes Due to COVID-19". April 26, 2020. Retrieved May 8.
- Awad, F. H. (2009). *uydu medyası*, 1. Baskı, Usame Yayınevi, Amman, Ürdün, s. 171.
- Bedaiwi, M. (2009). *Irak'ta İslami Partilerin ve Hareketlerin Medya Söylemi*, doktora tezi, Bilgi Koleji, Bağdat Üniversitesi, s.75.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2020). *Stop the Spread of Rumors*. <https://www.cdc.gov/coronaviruses/2019-ncov/daily-life-coping/share-facts.html>.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2020). *World Map: Global Map*. <https://www.cdc.gov/coronaviruses/2019-ncov/cases-updates/world-map.html>.
- Delio, F. (1998). *Kitle İletişimine Giriş*, Üniversite Basın Ofisi, Cezayir.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020). *"Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it"*. M on Mayıs 16.
- Fadel, W. (2004). *Halkın Irak Medya Ağına yönelik tavrı*, araştırma yayınladı, Öğretmenler Koleji DergisiMustansiriya Üniversitesi, Sayı (40), Bağdat, s.4

Fadel, W. (2020). *Irak'ta Radyo ve Televizyon*, Dar Al-Nahrain Dağıtım, Bağdat, s.154.

Fahmy, K. M. (2000). *Basın için Sivil Sorumluluk*, Yeni Üniversite Yayınevi, İskenderiye, Mısır.

Gamal, M. (2009). *Medya ve İletişim Bilimlerine Giriş*, Huma Yayınevi, Cezayir.

Ghandour, M. C. S., (1999). *Öğretmenlerin İnternet Kullanımı*, Kahire Yayınevi, Mısır.

Hamid, S. S. (2008). *Irak Uydu Kanallarına İlişkin Haber Raporları*, Model Olarak Al-İrakiye Uydu Kanalı, Yüksek Lisans Tezi, Bilgi Koleji, Bağdat Üniversitesi, s.145.

<https://alsabaah.iq/39041>

<https://alsabaah.iq/39042>

<https://www.worldometers.info/coronavirus/coronavirus-cases/#recovered>.

Idris, A-M. (2001). *Yayınlanmamış Araştırma*, İletişim Teknolojileri ve TV Haberleri, Omdurman İslami Sudan.

Jamil, B. (2019). *Krizlerde Medya Yaratıcılığı*, Usama Yayınevi, Amman, Ürdün, s. 211.

Joul, G. (1971). *Radyo ve Televizyon*, Muhammed Saber Selim, Dar Al Ma'arif, Mısır, tarafından çevrilmiştir.

Jump up to:<sup>a b</sup> "Big Brother Canada Special Statement Regarding End of Production". Big Brother Canada. March 24, 2020. Retrieved March 24, 2020.

Jump up to:<sup>a b</sup> "Eurovision 2020 isn't happening because of the coronavirus but the next best thing, Eurovision 2020: Big Night In! is taking its place – ABC News". abc.net.au. May 14, 2020. Retrieved May 14, 2020.

Jump up to:<sup>a b c d</sup> "COVID-19: Social media use goes up as country stays indoors". Victoria News. 31 March 2020. Retrieved 15 April 2020 ( Lockwood, Devi (27 May 2020). "QuarantineChat Brings Back Spontaneity (and Distraction)". The New York Times. ISSN 0362-4331. Retrieved 8 July 2020.

Jump up to:<sup>a b c d e f g</sup> Pineda, Rafael Antonio (April 20, 2020). "Digimon Adventure:, Healin' Good Precure Delay New Episodes Due to COVID-19". Anime News Network. Archived from the original on April 20, 2020. Retrieved April 20, 2020.

Jump up to:<sup>a b c</sup> Kantar, Jake (March 17, 2020). "BBC Planning To Ditch Audiences & Press On With Big Studio Shows During Coronavirus Crisis". Deadline Hollywood. Retrieved March 17, 2020.

- Jump up to:<sup>a</sup> <sup>b</sup> Keveney, Bill. "Kelly Clarkson fills in for Simon Cowell on 'AGT'; germophobe Howie Mandel talks live shows". USA Today. Retrieved August 15, 2020.
- Kanter, J. (2020). "UK Government Says TV & Film Shoots Can Resume Once Producers Put Safety Plans In Place". Deadline. Retrieved August 7, 2020.
- Khadour, A. (2020). "Medya", Arapça Ansiklopedisi, tarihte okudu 08/10/2020 Media - THEORIES OF MEDIA", Encyclopedia.com,. Edited
- Kroenke, K., Spitzer., RL., Williams, JB. (2001). *The PHQ-9: validity of a brief depression severity measure*. Journal of general internal medicine. 16(9):6-06 13.
- Law, T. (2020). "Healthcare Workers Share Selfies of Exhausted Faces After Hard Days Treating COVID-19 Patients". Time. Retrieved 21 April 2020.
- Lussich, R. (2020). "Coronavirus: la televisión de aire crece en rating y cambia su programación". Infobae (in Spanish). Retrieved June 29, 2020.
- Lussich, R. (2020). "Coronavirus: la televisión de aire crece en rating y cambia su programación". Infobae (in Spanish). Retrieved June 29, 2020. Otero, Nieves (March 23, 2020). "Cocina, música y cine, ¿las claves de la televisión en tiempos de coronavirus?". Infobae (in Spanish). Retrieved June 29, 2020.
- Lussich, R. (2020). "El futuro de "Separadas": luego de que el elenco pidiera cesar las grabaciones, qué determinación tomó el canal". Infobae (in Spanish). Retrieved June 29, 2020. (Respighi, Emanuel (May 13, 2020). "Polka cancela Separadas y se abre la discusión sobre el futuro de la ficción argentina". Página/12 (in Spanish). Retrieved June 29,2020
- Major, K. (2020). "protagonist Rio Komiya infected with a new corona virus" (in Japanese). Livedoor. March 31, 2020. Retrieved March 31, 2020. Nikkan Sports (in Japanese). April 5, 2020. Retrieved May 8.
- Makkawi, H. E., Farag, A. A-G. (2008). *Yirmi Birinci Yüzyılda Radyo*, 1. Baskı, Mısır Lübnan Evi, Kahire.
- Marwa, A. (1991). *Arap gazeteciliği, ortaya çıkışı ve gelişimi*, Beyrut Yaşam Evi Kütüphanesi Yayınları, Beyrut, Lübnan, 3. Baskı.
- Mekkawy, H. E. (1989). *Radyo ve Televizyon Haberleri*, İngiliz-Mısır, Kahire.
- Nasir, D. M. (2009). *Hiciv Programlarının Siyasi İçerikleri*, Yüksek Lisans Tezi, Bilgi Koleji, Bağdat Üniversitesi, s.216
- Nersessian, M. (2020). "Amid coronavirus pandemic, CTV News makes 24-hour news channels and all local newscasts widely available". CTV News.
- Nicholson, R. (2020). "Charlie Brooker's Antiviral Wipe review –urgent, exasperated perfection". The Guardian. ISSN 0261-3077. Retrieved June 10, 2020.

- Nour, H. A. (2008). *Yerel TV Kanallarında Siyasi Davetiyeler, Karşılaştırmalı Bir Analitik Çalışma*, Doktora tezi, Bilgi Koleji, Bağdat Üniversitesi, s.200.
- Obaid, I. A. (2009). *Irak Uydu TV Kanallarında Verilen Haberler*, Analitik Çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Bilgi Koleji, Bağdat Üniversitesi, s.129.
- PinkNews, (2020). "Eurovision confirms radical 2021 plans to ensure contest takes place – even in lockdown". Retrieved September 22, 2020.
- Rich, M., Hisako, U., Makiko, I. (2020). "Japan Declared a Coronavirus Emergency. Is It Too Late?". nytimes.com. Archived from the original on April 21, 2020. Retrieved April 7.
- Sabat, H. (1985). *İletişim Araçları, Kökeni ve Gelişimi*, İngiliz-Mısır Kütüphanesi, 4. baskı, Kahire.
- Saleh, K. (2020). *Medya Sorunları*, Majdalawi Yayınları, Amman, Ürdün, s.183.
- Scott, M. (2020). *Facebook's private groups are abuzz with coronavirus fake news*. Politico. <https://www.politico.eu/article/facebook-misinformation-fake-news-coronavirus-covid-19>.
- Scott, M. (2020). *Facebook's private groups are abuzz with coronavirus fake news*. Politico. <https://www.politico.eu/article/facebook-misinformation-fake-news-coronavirus-covid-19>.
- Scott, M. (2020). *Facebook's private groups are abuzz with coronavirus fake news*. Politico. <https://www.politico.eu/article/facebook-misinformation-fake-news-coronavirus-covid-19>.
- Shafiq, H. (2010). *Etkileşimli ve Etkileşim Sonrası Medya*, Darfıkr ve Baskı, Yayıncılık ve Dağıtım Sanatı, Amman.
- Shaheen, H. (2008). *Arab Satellite TV*, 1. Baskı, Mısır Lübnan Evi, Kahire, s.335.
- Shakra, A. K. (2014). *Yeni Medya*, Osama Yayınevi, Amman, Ürdün, 1. Baskı.
- Shalaby, K., *yayıncı ve radyo ve televizyon için programı sunma sanatı*, İslami Miras, 1. Baskı, Kahire, D T,
- Shamo, A. M. (2002). *Uluslararası İletişim ve Modern Teknoloji*, İlk baskı, Radiant Sanat Kütüphanesi ve Matbaası, İskenderiye.
- Sharaf, A-A. (1989). *Medyaya Giriş*, Mısır Kitap Evi, Kahire.
- Taymour, M. (2010). *Bilgisayarlar ve İletişim Teknolojisi*, Dar Al-Shorouk, Kahire.
- Unite against COVID-19. "Unite against COVID-19". Yeni Zelanda Hükümeti. 11 Nisan 2020 itibarıyla. (Vogel G (12April 2020) Antibody surveys suggesting vast undercount of coronavirus infections may be unreliable .Scienc.

United Nations. (2020). *UN tackles 'infodemic' of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis*. <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-%E2%80%98infodemic%E2%80%99-misinformation-and-cyber-crime-covid-19>.

Warzel, C. (2020). *What we pretend to know about the coronavirus could kill us*. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/04/03/opinion/sunday/coronavirus-fake-news.html>.

Weaver, M. (2020). *"Texas eNASCAR iRacing Event Breaks TV Record for Esports Broadcast"*. Autoweek.com. Autoweek. Retrieved April 1, 2020.

World Health Organization (2020). *COVID 19-PHEIC Global research and innovation forum towards a research roadmap*. <https://www.who.int/news-room/detail/12-2020-02-world-experts-and-funders-set-priorities-for-COVID-19research>. Accessed 2nd June 2020.

World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Myth busters*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/mythbusters>.

[www.almustakbalpaper.net](http://www.almustakbalpaper.net)

Zarocostas, J. (2020). *How to fight an infodemic*. *Lancet*.395:676.

# ÖZGEÇMİŞ

## Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Shifaa Salam HAMEED

Uyruğu : Irak

## Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Lisans	Sader Al Iraq Üniversitesi	2014 - 2015
Lise	Alkawther Lisesi	2000 - 2001

## İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2013	Milli Eğitim Bakanlığı	Memur

## Yabancı Dil

Arapça ve İngilizce