

# **Kıbrıs'ın Kuzeyinde Covid-19 Etkisi ve Dönüşen Medya Pratikleri**

**Raif Usal**

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne İletişim ve Medya  
Çalışmaları Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi  
Şubat 2021  
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

---

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy  
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

---

Prof. Dr. Senih Çavuşoğlu  
İletişim Fakültesi Dekanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

---

Yrd. Doç. Dr. Yetin Arslan  
Tez Danışmanı

---

Değerlendirme Komitesi

1. Doç. Dr. Aysu Arsoy

2. Yrd. Doç. Dr. Yetin Arslan

3. Yrd. Doç. Dr. Bahar Taşeli

## ÖZ

2019'un sonlarında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 pandemisi, tüm dünyayı etkilediği gibi, Kıbrıs'ın kuzeyini de tesiri altına almıştır. Tüm dünya aynı anda bu pandemiyi yaşarken medya her zaman olduğu gibi bilgiyi yayan, tartışan ve kamuoyu oluşturan bir mecra olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma, Covid-19 pandemisinin etkisi ile Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya pratiklerinin dönüşümü üzerine gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen ve Covid-19 sürecinde Kıbrıs Türk medyasında aktif görev alan 8 gazeteci ile yapılan röportajlarla gerçekleştirilmiştir. Araştırma nitel bir çalışma olup içerik analizi kullanılarak analiz edilmiş ve temalar oluşturulmuştur. Bu çalışmada öne çıkan temalar kanaat önderi, bilgi kirliliği, yurttaş gazeteciliği, filtreleme, kamuoyu yaratma, altyapı yetersizliği, geleneksel ve dijital medya farkı ve izlenirlik oranı temalarıdır.

Çalışma, 'Covid-19 etkisi ile Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya pratiklerinin dönüşümü nasıl gerçekleşmiştir?' sorusuna medya insanlarının deneyimlerinden yola çıkarak cevap aramaktadır. Çalışma, medya insanlarının deneyimlerden yola çıkarak böylesi özel bir dönemde Kıbrıs Türk medya pratikleri betimlemeye çalışmaktadır. Çalışmanın sonucunda röportajlarda öne çıkan temalar genel olarak değerlendirilmiş ve medya okuryazarlığının önemi vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19 Etkisi, Kıbrıs Türk Medyası, Medya Pratikleri, Kuzey Kıbrıs, Pandemi, Yeni Medya

## ABSTRACT

In the late 2019, the Covid-19 pandemic which emerged in Wuhan city of 2019 has also influenced the whole world as well as the North of Cyprus. In the same time, the entire world has occurred as a media that emitting the pandemic, which emitted media information, discuss and form public opinion. The study was carried out on the conversion of the media practices North of Cyprus with the effect of Covid-19 pandemic.

The research was performed interviews with 8 journalists who are selected in the Turkish Cypriot media selected using the sampling method. The research is analyzed and the themes were analyzed using 'content analysis' method. In this study, the themes leading to canaate leaders, information pollution, citizenship journalism, filtration, public creation, infrastructure, traditional and digital media difference and monitoring rate themes.

This study is looking forward to the experiences of media people to search the answer of this question; 'How has been the conversion of media practices in North of Cyprus during the Covid-19 effect?'. The study works to describe the practices of North Cyprus Turkish media in such a special period, such as the experiences of media people. The themes in the interviews are generally evaluated in the interviews on the importance of media literacy is emphasized.

**Keywords:** Covid-19 Effect, Cyprus Turkish Media, Media Practices, North Cyprus, Pandemia, New Media

## TEŞEKKÜR

Tezimin tüm süreçlerinde desteğini esirgemeyen, alışmada nasıl bir yol izleneceğini bana gösteren, her türlü konuda sorularıma günün herhangi bir saatinde cevap vermekten kaçınmayan ve tezime tamamlanmasına büyük katkı koyarak akademik gelişimime destek olan Yrd. Doç. Dr. Yetin Arslan'a teşekkürlerimi ifade etmek istiyorum.

Aynı zamanda tez sürecimin her aşamasında beni destekleyen değerli aileme, nişanlıma, hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

# İÇİNDEKİLER

ÖZ .....	iii
ABSTRACT .....	iv
TEŞEKKÜR .....	v
1 GİRİŞ .....	1
1.1 Kıbrıs'ın Kuzeyinde Sosyal Medya .....	2
1.2 Çalışmanın Motivasyonu .....	4
1.3 Araştırmanın Amacı .....	4
1.4 Çalışmanın Önemi .....	5
1.5 Çalışmanın Sınırlılıkları .....	6
1.6 Çalışmanın Yöntemi .....	6
1.7 Araştırma Sorusu .....	7
2 LİTERATÜR TARAMASI .....	8
2.1 Yeni Medya .....	8
2.2 Sosyal Medya .....	11
2.3 Covid-19 Pandemisi ve Sosyal Medya .....	12
2.3.1 Covid-19 Pandemisi ve Ahlaki Panik .....	14
2.4 Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ile Medya .....	16
2.5 Medya ve Kanaat Önderi Kavramı .....	18
2.6 Medya ve Kamuoyu Yaratma .....	21
2.7 Yeni Medya ve Bilgi Kirliliği .....	24
2.8 Hashtag (Etiket) ve #evdekal Örneği .....	27
2.9 Yeni Medya ve Yurtaş Gazeteciliği .....	28
2.10 Kıbrıs Türk Medyası.....	30

3 YÖNTEM .....	35
4 ANALİZ VE ÇÖZÜMLEMELER .....	40
4.1 Temalar.....	41
4.1.1 Gazeteciler ve Kanaat Önderi.....	41
4.1.2 Bilgi Kirliliği.....	44
4.1.3 Yurттаş Gazeteciliği.....	47
4.1.4 Filtreleme.....	51
4.1.5 Kamuoyu ve Sosyal Medya.....	53
4.1.6 Altyapı Yetersizliği.....	57
4.1.7 Geleneksel ve Dijital Medya Farkı.....	60
4.1.8 İzlenirlik Oranı.....	64
5 SONUÇ.....	67
5.1 Yeni Araştırma Önerileri.....	72
KAYNAKLAR.....	73
EKLER.....	82
Ek 1: Röportaj Soruları.....	83
Ek 2: Anket Soruları ve Çözümlenmeleri.....	84
Ek 3: Röportajlar.....	92
Ek 4: Etik Kurulu Onay Formu.....	135

# Bölüm 1

## GİRİŞ

2019 yılının sonlarında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve sonrasında tüm dünyaya yayılan Covid-19 pandemisi hala dünyadaki etkisini sürdürüyor. Bu etki hayatlarımızda değişikliklere neden olmuş ve dijital alan daha çok kullanılan bir mecraya dönüşmüştür. Pandemi nedeni ile dünyanın birçok yerinde ofisler kapanmış, eğitim evden yapılmaya başlanmış, toplantılar yine çevrimiçi mecralara taşınmış, çevrimiçi alışveriş birçok kişi için hayatın normal haline gelmiştir.

Kıbrıs'ın kuzeyinde ise Mart 2020'de, ilk vakanın ortaya çıkması ile hayat adeta durmuştur. Bu insanlar için özellikle sürecin başında anlaşılması güç bir durum yaratmıştır. Bu süreci yakından takip eden, insanları yüzyılın bilinmezliği hakkında bilgilendirmeye çalışan, devlet yetkililerinin aldığı kararları halkla paylaşmak ve bu süreçte sağlıklı davranmayı öğretmeye ve göstermeye çalışan alan ise tüm dünyada olduğu gibi Kıbrıs'ın kuzeyinde de medya olmuştur. Tüm dünyada medya, diğer sektörler gibi hem yeni düzene ayak uydurmaya çalışmış, hem de kendi içerisinde dönüşmüştür. Bu çalışma, 2020 yılında hayatı derinden etkileyen Covid-19 pandemisinin Kıbrıs Türk medyası üzerinde etkisini medya insanların gözünden ve deneyimlerinden anlatmaya ve betimlemeye çalışmaktadır.

Kıbrıs Türk Medyası diğer ülke medyalarından farklı olarak daha çok yerel medya gibi işlev görmektedir. Kıbrıs'ın kuzeyinde konuşulan dilin Türkçe olması uzun yıllar Türkiye televizyonlarının izlenmesine neden olmuştur. Kıbrıs Türk televizyonlarında daha çok yerel konu içerikli programlar izlenmektedir. Son yıllarda



dijital medyanın hayata dahil olması ile, Kıbrıs'ın kuzeyinde internet tabanlı yayın yapan medya kuruluşlarında da artış olduğu söylenebilmektedir (Ercan, 2020). Bazı yeni medya kuruluşları sadece WEB tabanlı yayın hayatlarına devam ederken, bazı geleneksel medya kuruluşlarının da, daha çok sosyal medya aracılığı ile bile olsa, internet tabanlı yayınlar yaptığı söylenilebilir. Dünyanın farklı yerlerinde olduğu gibi internetin daha ulaşılabilir olması, daha ucuz teknoloji yapılandırılabilmesi medya kuruluşlarının kendilerine bu ortamda yer almalarına neden oldu denilebilir.

Kısacası son yıllarda dijital ortamda yayın yapan ya da paylaşan medya kuruluşlarının arttığı da söylenebilmektedir. Bu yükseliş çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de bahsedileceği üzere Covid-19 pandemisi sırasında da devam etmiştir.

## **1.1 Kıbrıs'ın Kuzeyinde Sosyal Medya**

Günümüz dünyasında, sosyal medya, iletişimin her alanında önemli bir yere sahiptir. Teknolojinin gelişmesi ve yeni medyanın hayatın içerisine bu denli dahil olmasıyla sosyal medya, kişilerarası iletişime ve/ya geleneksel gazetecilik/habercilik alanına 'yeni' bir mecra sağlamıştır. Yeni medya dolayısı ile sosyal medya hem kişiler arası iletişimde hem de 'kitle' iletişimde önemli bir yer tuttuğu gibi, günlük hayatın her alanına da sızmış durumdadır.-Vural ve Bat (2010)'a göre, "Sosyal medya, yer ve zaman sınırı olmadan paylaşım yapılan (internet üzerinden) ve insanların aktif olarak tartışma açabildiği ve etkileşimde bulunabildiği bir mecradır" (Vural & Bat, 2010, s. 3351). Kısaca sosyal medya, hayatın her alanında var olmakta ve yaşam alışkanlıkları içerisinde büyük bir alan kaplayarak interaktif bir iletişim tarzına olanak sağlamaktadır. 2020 yılında hayatın içerisine dramatik bir şekilde dahil olan ve halen tüm dünyadaki etkisini sürdüren Covid-19 pandemisi Kıbrıs'ın kuzeyinde de etkisini her alanda göstermiştir. 12 Mart 2020 tarihi itibarı ile Kıbrıs'ın kuzeyinde de başlatılan kısıtlamalar nedeni ile sosyal medya insanların hem haberleşecekleri, hem bilgi

edinecekleri, hem eğlenecekleri hem de birlikte zaman geçirebilecekleri bir alana dönüşmüştür. Son yıllarda gittikçe yükselen bir eğilim olan sosyal medya ve yeni medya kullanımı pandeminin de etkisi ile daha hızlı bir tırmanışa geçmiştir.

Kıbrıs'ın kuzeyinde birçok insan, kendi sosyal hayatları içerisinde yaptıkları ve gerçekleştirdikleri etkinlikleri, dijital ortama taşımış ve günlük ihtiyaçlarını burada gidermişlerdir. Bu süreçte dijital medya farklı ihtiyaçlara hizmet eden çok katmanlı bir yaşam alanına dönüşmüştür. Kısaca, gitar dersi almak isteyenlerin online derslere ulaşabildikleri, dil öğrenmek isteyenlerin uygulamalarla bunu kolayca yapabilecekleri, iş toplantılarının yapıldığı, vb. çok amaçlı bir mecra halini almıştır. 'Netflix' ve 'BluTV' gibi film izleme mecralarına talebin artması da bununla ilişkilendirilebilir. İleride de bahsedilecek olan ve çalışmanın ana teorisini oluşturan 'Kullanımlar ve Doymalar' kuramı bu bakımdan önemlidir. Kullanımlar ve doymalar kuramı; "bireylerin kendileri için en doyurucu olan kitle iletişim içeriklerini şöyle ya da böyle etkin biçimde aradıkları varsayımına dayanmaktadır" (Akçay, 2011, s. 139). Bireyler Covid-19 pandemisi ile sosyal medya mecrasını kişisel ihtiyaçlarını karşılamak için bir tatmin aracına dönüştürmüştür. Günümüzde birçok insanın akıllı telefonu, tableti, bilgisayarını bulunmaktadır (Social, 2020). Bireyler pandemi nedeniyle evlerinden çıkmadığı, ofislerini evlerine taşıdığı bu sürede mobil kullanımlar önemli derecede artış yaşamıştır (Leventler, Bakırçalı, & Gönül, 2020). Kıbrıs'ın kuzeyinde de tüm dünyayla bağlantılı olarak sosyal medya kullanımı artış göstermiştir. Bu artış beraberinde kullanım pratikleri açısından da farklılık getirmiştir.

Covid-19 pandemisi ile sosyal medya kullanıcılarının, bu mecraları kullanma şekilleri de bazı yönlerden değişime uğramıştır. Gündelik hayatlarını detaylı olarak paylaşan kullanıcıların sayısında belirli oranda artış meydana gelmiştir. Bu da, yine kullanımlar ve doymalar kuramı ile ilişkilidir. Kişilerin sosyalleşme ihtiyacının yanı

sıra, haberlere de hızlı ulaşabilme olanağı ve sosyal medya hesabı bulunan haber kanallarının güncel haber iletilerini görüntülemek ve paylaşmak adına da sosyal medya kullanımında artış görülmüştür. Bu süreçten önce olduğu gibi televizyon yayıncılığı, özellikle haber içerikli programlar ve günlük yapılan programlar, sosyal medyaya da taşınarak, online (çevrimiçi) hale gelmiştir.

## **1.2 Çalışmanın Motivasyonu**

Bir yılı aşkın bir süredir, tüm dünya Covid-19 pandemisi ile mücadele etmektedir. 2020 yılının mart ayında ise Covid-19 pandemisi Kıbrıs'ın kuzeyinde ilk kez görülmüş ve akabinde eski 'normal' hayatları geride bırakıp yeni 'normal' hayatlara adapte olmaya başlanmıştır. Yaşanan sürecin tüm dünyada önemli etkileri ve sonuçları olduğunu söylemek kaçınılmazdır. Kısacası, bu süreci kayıt altına almak ve ileriki yıllara arşiv niteliğinde bir belge bırakmak bu çalışmanın ana motivasyonunu oluşturmaktadır. Böyle bir arşiv oluşturulurken de bu süreçte, yani Covid-19 pandemisi sürecinde, bilgiyi üreten ve bu süreci bilirkişi ve devlet yetkilileri ile halk arasında bir köprü görevi gören gazetecilerin kendi deneyimlerinden bire bir yararlanılmıştır. Seçilen gazeteciler böylesi bir sürece, belki 100 yıl sonra bile konuşulacak bir sürece, şahitlik etmiş ve bunu en etkili pozisyonda deneyimlemişlerdir. Böyle bir dönemi, en aktif yaşayan ve aktaran insanların gözünden ve sözünden dinlemek bu çalışmanın bir başka motivasyonuydu.

## **1.3 Araştırmanın Amacı**

Çalışmanın amacı, Kıbrıs'ın kuzeyinde halen etkisini sürdüren Covid-19 pandemisinin medya kullanım pratiklerinin nasıl değiştiğini, bu süreçte nelerin etkili olduğunu, neler deneyimlendirdiğini, nelerin değiştiğini gazetecilerin deneyiminden yola çıkarak ortaya koymaktır. Motivasyon kısmında da belirtildiği üzere, Covid-19 pandemisi sürecinde medyada aktif olarak yer alan gazeteciler ile yapılan

röportajlardan yola çıkılarak Covid-19 pandemisinin etkisiyle Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya pratiklerinin dönüşümü üzerine betimleme odaklı bir araştırma yapılmıştır.

Genel olarak çalışmanın amacı, dönüşen medyayı incelemek ve kısa sürede bu dönüşümün izini sürerek, Kuzey Kıbrıs medyasının pandemi döneminde bir haritasını çıkarmaktır.

## **1.4 Çalışmanın Önemi**

Tüm dünyada olduğu gibi Covid-19 pandemisi birçok sektörü etkilemiştir. Medya da bu sektörlerin başında gelmektedir. Vatandaş ve devlet arasındaki bilgi akışını sağlamak, vatandaşa doğru ve güvenilir bilgiyi iletmek medyanın ana görevlerinden biridir. Böylesi bir dönemde medyayı incelemek kendi başına önemlidir. Bu dönüşümü kaydetmenin, hem de medya insanların gözünden kaydetmenin ve arşivlemenin önemi yadsınamaz.

Kişiyi kendi yönetebileceği zaman, içerik yaratma imkanı sağlayan ve aynı zamanda interaktif bir iletişim ortamı sunan sosyal medya ortamının git gide yükselen bir eğilim olduğunu söylemek kaçınılmazdır. Son yıllarda ise yeni medya dolayısı ile sosyal medyanın gittikçe yükselişe geçtiğini ve bireysel medya kullanımının yukarıda belirtilen sebeplerle kişiye özel medya alanı sağladığı da bir gerçektir. Covid-19 pandemisinin de sosyal medyanın interaktif kullanımını tetiklediği, hem kişisel sosyal medya kullanımını hem de medyanın gazetecilik ve televizyonculuk eğilimlerini 'yeni medya' ortamında kendilerine göre yeniden şekillendirdiği söylenebilir. Bu aynı zamanda, her şeyin teknolojiye göre evrildiği çağda ve arz-talep ilişkisi göz önünde tutulduğunda izleyicilerin taleplerine göre de kendini dönüştürmesi gerektiğine de işaret etmektedir.

## 1.5 Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma Kıbrıs'ın kuzeyinde aktif olarak görev alan 8 medya insanı ile sınırlandırılmıştır. İlk 5 kişi ile yüz yüze görüşülmüş, daha sonra pandeminin getirdiği sınırlılıklar dolayısı ile 3 kişiyle çevrimiçi röportaj gerçekleştirilmiştir. Röportajlar gazetecilerin de izni ile ses kaydı olarak alınmış ve daha sonra metin haline dönüştürülerek çalışma içerisine konumlandırılmıştır. Bu çalışma Aralık 2020 tarihi ile Mart 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma nitel bir araştırma olup, gazetecilerin bu süreçteki deneyimleri ile sınırlıdır. Farklı araştırmalar yapıp bireylerin bu süreçteki kullanım şekillerine de bakılabilir. Ancak daha önce de belirtildiği üzere bu araştırma medya insanların/gazetecilerin deneyimleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın yöntem kısmında daha detaylı belirtildiği gibi bu araştırmayı desteklemek amacı ile mini bir anket uygulanmıştır ama anket çalışması araştırmanın ana materyali değil, sadece bu çalışmada ileri sürülen bazı savları desteklemek amacı ile kullanılmıştır.

## 1.6 Çalışmanın Yöntemi

12 Mart 2020 tarihi ile başlayan ve halen devam eden Covid-19 pandemi sürecinde medyada aktif olarak görev alan 4'ü kadın 4'ü erkek olmak üzere 8 gazetecinin deneyimleri üzerinden, Kıbrıs'ın kuzeyindeki medyanın Covid-19 etkisi ile dönüşümü incelenmiştir. Çalışmanın ana verisini röportajlar oluşturmaktadır. Yapılan röportajlar niteliksel içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Bu içerik analizinden yola çıkarak tematik bir şema çıkarılmış ve Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya dönüşümü gazetecilerin perspektifinden betimlenmiştir. Çalışmanın sadece seçilen gazeteciler ve sorulan sorular kapsamında bir genelliği vardır. Nitel çalışmaların bir özelliği olarak genellemeye gitmekten kaçınarak, bu sürecin belli bir versiyonunu

seçilen gazetecilerin deneyimleri ve görüşleri doğrultusunda betimlemeye çalışılmıştır.

Röportaj yapılan gazeteciler ‘kolayda örnekleme’ yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Bu yöntem, Kıbrıs’ın kuzeyinde yaşayan ve medyanın farklı alanlarında çalışma şansı bulmuş biri olarak, etrafındaki kişilerle de konuşarak ve onlardan da isim isteyerek gerçekleştirilmiştir. Bu kişiler seçilirken hem geleneksel hem de yeni medyayı içine alan bir seçim yapılmıştır. Röportaj yapılan gazeteciler; Haber Kıbrıs’tan Hüseyin Ekmekçi ve Ali Baturay, Kıbrıs Postası’ndan Ulaş Barış ve Canan Onurer, Genç TV’den Nazar Erişkin, Sim TV’den Sami Özuslu, Özgür Gazete Kıbrıs’tan Pınar Barut ve son olarak da BRT’den Damla Soyalp olarak belirlenmiştir. Bu çalışma, nitel bir çalışmadır fakat hem seçilen gazetecilerin doğruluğunu teyit etmek hem de tez yazılırken başvuru bazı varsayımları kanıtlamak (en çok kullanılan sosyal medyanın Facebook olduğu, bu süreçte kişilerin sosyal medya kullanımının arttığı, v.b.) amacı ile mini bir anket yapılmıştır. Anketin amacı, gazetecilerle yapılan çalışmayı daha sağlam bir zemine oturtmaktır.

## **1.7 Araştırma Sorusu**

Bu çalışma ‘Covid-19 etkisi ile Kıbrıs’ın kuzeyindeki medya pratiklerinin dönüşümü nasıl gerçekleşmiştir?’ sorusuna cevap aramaktadır.

## Bölüm 2

### LİTERATÜR TARAMASI

#### 2.1 Yeni Medya

Yeni medya kavramının ortaya çıkışı 1970’li yıllara dayanmaktadır. Yaklaşık 50 yıl önce ortaya atılan bu kavram, 1990’lı yıllarda bilgisayarın ve internetin yükselişe geçmesiyle farklı bir anlam kazanmıştır (Dolunay & Kasap, 2017). Bugün yeni medya dijital olan ve hedef kitlesine internet altyapısı ile ulaşan medya olarak tanımlanabilir.

Hayatın her alanında sürekli gelişim gösteren ve odak noktası olan iletişim teknolojisindeki gelişmeler, birçok kavramı literatüre kazandırmıştır. Başlar (2013)’a göre bu kavramlar “sosyal medya, internet, yeni medya, sosyal ağ olarak karşımıza çıkmaktadır” (Başlar, 2013, s. 775). Bu kavramlar arasında en önemli olanlardan bir tanesi yeni medyadır. Yeni medya kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel medya kavramı değişerek, sosyal ağ mecrasına taşınmıştır. Kısaca:

Yeni medya internet zeminine oturmakla birlikte, sayısal teknolojilerle birlikte bütünleşmektedir. Günlük hayatta yeni medyanın kullanımını birkaç örnekle açıklamak mümkündür. Bireylerin cep ya da tablet bilgisayarları ile gazete okumaları, cep telefonlarından okudukları haberlere yorum yapmaları, çektikleri fotoğrafları saniyesinde sosyal ağlar aracılığıyla paylaşabilmeleri yeni medya çağının bazı özellikleri arasında yer almaktadır (Kırık, 2017, s. 233).

Yeni medya, internet temelinde etkisini sürdürmektedir. Yeni medyanın interaktif olması, bireylere günlük hayat içerisinde akıllı telefonlar üzerinden haber okuma, yorum yapma, düşünce aktarma ve fotoğraf/video paylaşma yetisi sunmaktadır. Yeni medya, geleneksel medyayı da kapsayan ve geliştiren bir mecradır.

Dünyanın dijitalle dönmesiyle birlikte geleneksel medya, yeni medya kavramı içerisine dahil olmuştur. Hayatın içerisinde önemli bir yeri olan yeni medya, “hakkında nasıl konuşacağımızı henüz kestiremediğimiz medyadır“ (Akan, 2018).

Bulunmaz (2011)’a göre; “21. yüzyılın çok belirgin bir şekilde ortaya koyduğu ve iletişim ve teknoloji çağı olarak adlandırılmasındaki en temel etkenlerin başında hiç kuşkusuz internet ve internetin temel altyapısını oluşturduğu iletişim teknolojileri gelmektedir” (Bulunmaz, 2011, s. 28). Bulunmaz (2011)’a göre, internetin temel taşlarını oluşturan iletişim teknolojileridir. Gelişen iletişim teknolojileri doğrultusunda medya ön plana çıkmış ve günümüze kadar gelen sürede hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bir başka deyişle, “yeni medya birden fazla medyanın bir araya gelmesini ve kullanılmasını kastetmektedir. Bu ‘multimedya’ olarak adlandırılmaktadır” (Yanık, 2016, s. 902). Buna çoklu ortam da denilebilir. Ses, görüntü, çizim, grafik, metinlerin bilgisayar ekranında gösterilmesi, saklanması ve depolanması yeni medya kavramını multimedya olarak tanımlamaktadır. Bugün yeni medya sayesinde geleneksel medyanın aksine farklı medya formlarına tek bir aygıt sayesinde ulaşmak mümkündür.

Yanık (2016)’a göre; “yeni medyanın en önemli ve belirgin üç özelliği ise etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık olarak karşımıza çıkmaktadır“ (Yanık, 2016, s. 902). Bu özellikler arasında ‘etkileşim’ en hayati rol oynayan medya bileşenidir. Geleneksel medyanın, yeni medya içerisinde değişime uğramasıyla birlikte, bu etkileşim değişiklik göstermiş ve bilginin kaynağı ile kişinin manipülesi bir arada olmuştur. Kitlesizleştirme özelliğinde ise “heterojen hedeflere homojen kitlesel içerikler göndermenin yerine, kitleyi oluşturan her bireyin ortak ve benzersiz özelliklerine sistem üzerinden otomatik ulaşılarak özel içerikler gönderilebilme erdemidir” (Yanık, 2016, s. 902). Eş zamansızlık, yeni medyanın insan hayatını



etkileyen belirgin özelliklerinden biridir. Eş zamansızlık kavramı içerisinde; gelen kaynak ile etkileşimde bulunan bireyin farklı zaman dilimlerinde etkileşimi söz konusudur (Yanık, 2016).

Yeni medya, hayatın içerisine girerek bireyler üzerinde temel bir hakimiyet kurmaktadır. Yeni medyanın hayatın içerisine girmesiyle birlikte bilgiler daha rahat dolaşabilmekte ve paylaşılabilir. Bu çalışmanın konusu olan Covid-19 özelinde konuşulacak olursa, bireyler Covid-19 pandemisi içerisinde haber içeriği üretilmiş olan haberi paylaşmış ve kimi zaman ise yorumcu koltuğuna oturmuştur. Babacan, Hira ve Haşlak (2011)'a göre, "Bu yeni ağ ve habercilik; düzenin belirlediği tüm kuralları delmeye ve örülmüş duvarları yıkmaya hazırlanan dinamik bir yapıya sahiptir" (Babacan, Hira, & Haşlak, 2011, s. 72). Bireylerin içerik üretmesi ve paylaşım yapması, alışıldık düzenin bozulmasına ve değişmesine sebep olmaktadır. Kıbrıs'ın kuzeyinde Covid-19 pandemisinin etkisini göstermesiyle birlikte ev içerisine kapanan bireyler, dünyanın başka birçok yerinde olduğu gibi, uzun bir süreliğine yaşam alanlarını sadece ev ile sınırlandırmışlardır.

Yeni medyaya kısaca 'medyanın devrim çağı' denilmektedir. Yeni medya sıradan insanların da konuşabildiği, sessizleştirilen grupların seslerini duyurabildiği bir mecra olarak sağladığından bu devrimsel bir değişim olarak nitelendirilebilir. Kıbrıs'ın kuzeyinde, Facebook üzerinde kurulan ve halen güncel olarak paylaşım yapılan 'Karantinasız Girişlere Hayır' sayfası buna örnektir (Karantinasız Girişlere Hayır, 2020). Mart ayının başında Kıbrıs'ın kuzeyinde kendini gösteren Covid-19 pandemisinin etkisi ile Haziran 2020'de kurulan sayfa, kurulduğu gün itibarı ile 2.000 kişiyi aşmış ve şu an 16.300 kişi ile paylaşım yapmaya devam etmektedir (Şenova, 2020). Bu sayfa üzerinden paylaşım yapan bireyler birlik olmuş ve eylem düzenlemişlerdir (Flaş Kıbrıs, 2020). Devletin Covid-19 önlemleri çerçevesinde

uygulanması beklenen ve karantina ile girişlerin uygulanmamasını protesto eden ‘Karantinasız Girişlere Hayır’ grubu, düzenledikleri eylem ile yüksek bir şekilde seslerini duyurmuşlardır. Eylem başarıyla sonuçlanmış ve kısa süre içerisinde karantina uygulaması hayata geçmiştir. Yeni medyanın olmadığı bir durumda böyle bir örgütlenmenin olması, hele de pandemi koşulları altında mümkün olmazdı.

Yeni medya kavramı içerisinde bahsedilen ‘devrim’ kelimesi tam olarak bunu aktarmaktadır. Bireyler sosyal medya üzerinde kendi haber içeriklerini üretmekte, yönetmekte, başka paylaşımlara yorum yapabilmekte ve örnekte de gerçekleştiği gibi toplanarak eylem düzenleyebilmektedirler. Tüm bunların sonucu olarak da toplumu yönetenlere bir baskı unsuru oluşturabilmektedirler.

## **2.2 Sosyal Medya**

Basılı yayın organlarının (gazete, dergi v.s) yerine geçen ve haberleşmeyle gelişen ‘Sosyal Medya’ kavramı hayatın her alanındadır. Sosyal medya, teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte 1990’lı yıllardan sonra internet ile hayatın içerisine giren ve geleneksel medya kavramını dönüştüren bir konumdadır. Sosyal medyanın bu gelişimi ile bireylerin kullandıkları internet ortamı ‘yeni medya’ olarak adlandırılmaktadır (İşlek, 2012).

Sosyal medya, günümüzde kısaca ‘paylaşmak’ olarak adlandırılan bir mecradır. Sosyal medya, çoğu zaman geleneksel medyayı da içine alarak, bireylerin her türlü paylaşımı yapabildiği ve aktif olarak katılım sağladığı bir platform olarak ortaya çıkmaktadır. Bu paylaşımlara düşünceler, özel hayatlar, haber, makale, köşe yazısı, aktif yorum yapma ve daha birçok akla gelebilecek tüm alanlar dahil olmaktadır. Sosyal medyanın sağladığı avantajlar, geleneksel medyaya göre daha fazla olduğundan dolayı sosyal medya git gide büyümüş ve bireyler arasındaki en büyük ilgiyi almayı başarmıştır. Kısaca;

Sosyal Medya, temelde kullanıcıların paylaşım yapmalarına olanak sağlayan bir yapıdır. İnsanlar, bu medya türü yardımıyla düşüncelerini, yaptıkları etkinlikleri, beğenilerini, hayatlarındaki farklı olayları diğer insanlar ile paylaşmaktadır. Bu medyanın yaygınlaşması ile birlikte bireyin hayatı kitlelere daha fazla hitap eder bir niteliğe kavuşmuştur. Tam tersi bir şekilde, kitlelerin bireylere ulaşması için de medyanın kullanımı artmıştır. Sosyal yardım etkinliği düzenleyen kuruluşlar daha fazla bireye ulaşmak için en kolay yol olarak sosyal medyayı görmektedir. Etkileşimin ölçülebilir olması, iletişim şeklinin başarıya ulaşır ulaşmadığını tespit etmek açısından kolaylık sağlamaktadır (Taşdögen, 2019, Paragraf 2).

Sosyal medya her an ve her zaman bireylerin akıllı telefonları, tabletleri ve günümüzde saatleri içerisinde bile yer almaktadır. Bu durumlardan kaynaklı olarak Covid-19 pandemisi sürecinde sosyal medya büyük bir rol oynamıştır. Bugün tek bir akıllı telefonla, hem bilgiye, hem eğlenceye hem de iletişime ulaşılmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere, teknolojinin gelişmesi ve yeni medyanın hayatın içerisine girmesiyle sosyal medya son dönemlerde hızla artış gösteren bir mecra olmuştur.

### **2.3 Covid-19 Pandemisi ve Sosyal Medya**

Covid-19 pandemisi sonucu dünya genelinde medya çok büyük farklılıklar göstermiş ve dönüşüme uğramıştır. Covid-19 pandemisi, ilk çıktığı günden itibaren medyayı etkisi altına almış ve medyanın en önemli konusu haline gelmiştir. Covid-19 pandemisi Kıbrıs'ın kuzeyinde de medyayı hayatın merkezine taşımıştır. Varnalı (2013)'ya göre, "internet teknolojisinin geldiği nokta ve özellikle son yıllarda gelişen sosyal medya araçlarının günlük hayatın her anına nüfuz edecek şekilde kabul görmesi; insanoğlunun iletişim becerileri, alışkanlıkları ve tarzları, aynı zamanda sosyalleşme biçimleri açısından bir devrim niteliği taşımaktadır" (Varnalı, 2013, s. 147). Son yıllarda teknolojiye bağlı internetin de gelişmesiyle birlikte, dijital medya fazlasıyla ön plana çıkmış ve sosyal ağların kullanımının artmasını da beraberinde getirmiştir. Çok aktif bir şekilde kullanılan sosyal medya, Covid-19 pandemisi dolayısıyla çok hızlı yükselen bir kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Kısa bir ek bilgi olarak; 'We are social' raporuna göre sosyal medya kullanıcı sayısı 2017 yılından 2021 yılına

kadar ciddi bir artış göstermiştir. “2017 yılında 3.02 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunurken, bu rakam 2018 yılında 3.19 milyara yükselmiştir. Bu da dünya nüfusuna göre %42’lik bir yüzdellik gösterir” (Bayrak, 2018). 2020 yılında ‘We are social’ raporuna göre ise sosyal medya kullanıcı sayısı 321 milyon artış göstererek dünya nüfusunun %50’sine ulaşmıştır” (Bayrak, 2020). Bu da tüm dünya ortalamasında %9,2’lik bir artış olarak görülmektedir. Kısaca, hızla artan sosyal medya kullanımı dünyayı saran ve yöneten bir konuma gelmiştir.

Fazlasıyla kullanılan sosyal medya, Covid-19 pandemisi ile daha da uç noktalara taşınmış ve olduğundan daha da fazla rağbet görmeye başlamıştır. Covid-19 pandemisinin 2019 yılında tüm dünyayı etkilemeye başlamasıyla birlikte, bireylerin günlük yaşam alışkanlıkları değişmiş ve çevrimiçi bir boyuta geçmiştir. Virüsün getirdiği yasaklar ve yeni kurallar çerçevesinde insan hayatının yeniden dizayn edildiğini söylemek de yanlış olmaz. Karantina ile insanların evlerine kapanması ve hayatlarını ev içinde yürütmesiyle birlikte, sosyal medya kullanımı da yaygınlaşmış ve hayatın her noktası internet üzerinden sağlanmaya başlamıştır. Bunlar kısaca; eğitim, gazetecilik, yayıncılık/televizyonculuk, tıp (çevrim-içi psikolojik destek), market siparişleri, arkadaşlarla görüntülü konuşma v.s gibi durumlardan ibarettir. Bu başlıklar sadece hayatın her noktasına yayılan internetin birkaç maddesi olarak verilmektedir. KKTC’de Sağlık Bakanlığı’na bağlı Barış Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi’nin attığı mesajı bu değişime örnek vermek doğru olacaktır. Atılan mesajda kısaca ‘sokağa çıkamadığımız bugünlerde, vatandaşlarımıza 7/24 hizmet verilmektedir. Covid-19 Ruhsal Danışma Hattı’nı arayabilirsiniz’ yazmaktadır. Bu durum hayatın tamamen değiştiğini, psikolojik desteğin bile online (çevrimiçi) alınabileceğini göstermektedir. Bu Kuzey Kıbrıs için alışlagelmiş bir durum değildir. Covid-19 süresince medya kullanımında fazlasıyla değişiklik olurken, yeni kazanılan

‘uzaktan’ kelimesi odak noktası haline gelmiştir. İnsan hayatı, uzaktan eğitim, evden çalışma, çevrimiçi toplantılar, çevrim içi dersler, çevrim içi sağlık, vb. gibi uzaktan ve/ya çevrimiçi konseptlerle yeni halini almaya başlamıştır.

Covid-19’la birlikte insanların eve kapanması yeni/sosyal medya uygulamalarına olan ilgiyi fazlasıyla artırmıştır. Tüm dünyanın medyaya taşınmasıyla birlikte ileticinin durumu daha da zorlaşmıştır. Bu dönem içerisinde birden fazla bilginin paylaşılması okuyucuyu yormuş ve paylaşılan bilgilerin anlaşılabilir bir dil ile yazılmaması alıcının işini zorlaştırmıştır. Lefke Avrupa Üniversitesi resmi hesabından açıklamada bulunan Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve Gazetecilik Bölüm Başkanı Doç. Dr. Elif Asude Tunca (2020); “ bu süreç içerisinde belirlenen zaman diliminde birden çok mesaja maruz kalan insanlara kendi mesajınızı iletebilmek için ayırt edici özellikler kullanmanız gerekmektedir. Eğer ayırt edici özellik taşımayan mesajlar üretip, ileticinize yollamaya çalışırsanız sizin de mesajlarınız o bir mesajlar içerisinde kaybolup gidecektir” açıklamasını yapmıştır (Kıbrıs, 2020). Covid-19 pandemisi ile hayatın tamamen sosyal medyaya geçmesi yeni özellikleri de beraberinde getirmiştir. Sosyal medya üzerinde bulunan kanaat önderleri ürettikleri içerikleri okuyucuların kolay anlaması için ayırt edici özellikleri bulunan iletiler oluşturmaya başlamışlardır.

### **2.3.1 Covid-19 Pandemisi ve Ahlaki Panik**

Ahlaki panik; bir kişi veya bir şeyin medya tarafından çıkarlarına yönelik tehdit unsuru oluşturmasıyla ortaya çıkmaktadır. Ahlaki panik başlığı altında ilk isim olarak Stanley Cohen önem arz etmektedir. Ahlaki panik terimi Cohen’den aktaran Yıldız ve Sümer (2010)’e göre ilk kez, “1972 yılında kaleme alınan Folk Devils and Moral Panics adlı eserde verilmektedir” (Yıldız & Sümer, 2010, s. 36). Ahlaki panik, medya unsuru üzerinden çok güçlü bir boyuta ulaşmaktadır. Bireyler medya üzerinden verilen

bilgilerden yola çıkarak büyük bir korku ve panik yaşayabilmektedir. Bireyin kendisini veya içinde yaşadığı toplumu etkileyecek unsurlar ortaya çıktığı zaman kişisel anlamda büyük bir tedirginlik hisseder. Halkı ilgilendiren bir haberde, bireyler tüm toplumu da ele alarak panik yaşamaya başlar. Ahlaki paniğin aşamaları şu şekilde seyreder:

1. Değerlere veya çıkarlara yönelik bir tehdit unsurları ortaya çıkar.
2. Bu tehdit unsuru, medya tarafından kolayca tanınabilir bir biçimde tasvir edilir.
3. Hızlı bir kamuoyu endişesi oluşur.
4. Yetkili mecralardan veya kanaat önderlerinden bir cevap bulunur.
5. Panik azalır veya sosyal değişikliklere neden olur (Gazedda Kıbrıs, 2021).

Bu aşamalara bakıldığında Kıbrıs'ın kuzeyinde Covid-19 sürecinin büyük bir ahlaki panik ortamı yarattığı kaçınılmazdır. Bu süreç içerisinde çıkan haberler doğrultusunda, kamuoyunun bazı anlarda çok büyük endişeleri ortaya çıkıyordu. Sosyal medya üzerinde kamuoyunun paniğinin artmasıyla birlikte paylaşımlar yapılıyordu. Nitekim 'kanaat önderi' ve 'kamuoyu yaratma' başlıklarında belirtildiği gibi hükümet mercilerinin aldıkları kararlar değişime uğruyor veya kanaat önderlerinin yeni açıklamalarıyla birlikte panik havası sona eriyordu. Buna örnek olarak 'kamuoyu yaratma' başlığı altında incelenen örnek yeniden verilmiştir. KKTC'de ilk vakanın görülmesiyle birlikte 'hepimiz öleceğiz' gibi paylaşımlar yapılmıştır. Daha sonra kamuoyunun endişesi ve paniği üzerine birçok karar alınmıştır. Bu örnek, tamamen ahlaki panik ile ilişki içerisinde. Kamuoyunun topluma veya kendi çıkarlarına karşı tehdit unsuru oluşturan bir duruma karşı endişe duyması sonucu Cohen'in aşamalarında bahsettiği gibi bir sosyal değişiklik söz konusudur.

Covid-19 sürecini Cohen'in 'ahlaki panik' başlığı ile ilişkilendirmek ve tanımlamak çok doğru olacaktır. Çünkü KKTC'de Covid-19 süreci içerisinde kamuoyunun bazı dönemlerde (özellikle hükümet tarafından alınan kararlara) panik yaşadığı görülmektedir. Bu panik havası da ya alınan kararın revize edilmesiyle ya da kanaat önderinin insanları rahatlatacak bir açıklama yapmasıyla son bulmaktadır.

## **2.4 Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ile Medya**

Kullanımlar ve Doyumlar kuramı ilk olarak Elihu Katz tarafından ortaya atılmış bir kuramdır (Akçay, 2011). Akçay (2011)'a göre, "Bireylerin kendileri için en doyurucu olan kitle iletişim içeriklerini şöyle ya da böyle etkin biçimde aradıkları varsayımına dayanan bu yaklaşım, Berelson'un öne sürdüğü 'iletişim araştırmaları alanı ölmüş görünüyor' düşüncesine tepki olarak ortaya çıkmıştır" (Akçay, 2011, s. 139). Bu yaklaşım, bireylerin medya üzerinden nasıl doyuma ulaştıklarını incelemektedir. Bireyler bu kuram adı altında ileten kadar etkin bir yere sahip olup, iletilen iletilere kendileri anlam yüklemektedir. Kullanımlar ve doyumlar kuramına göre, bireyler kitle iletişim araçlarını kullanarak psikolojik ve sosyal tatminlerini gerçekleştirmektedir. Yapılan çalışmalara göre 'Kullanımlar ve Doyumlar' kuramının temel taşları şu şekildedir:

1. İzleyici etkin pozisyondadır. Medya üzerinde yayınlananlara karşı pasif değildir. İçerikleri kendi isteği ile seçerek alır.
2. İzleyici kendi ihtiyacı olan doyumunu sağlayacak medyayı seçer. Aynı medyayı ve programı farklı kişiler, farklı doyumlar için seçip, izleyebilirler (Akçay, 2011).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı izleyici konumundaki bireyleri daha ön plana çıkararak ve etkin pozisyonda inceleyen bir kuramdır. İzleyici kendi doyumunu sağlayabileceği içerikleri seçerek tatmin sağlamaktadır. Medya üzerinde yayınlanan bir program/içerik farklı kişiler tarafından izlenip, farklı doyumlar üretebilmektedir.

Kıbrıs'ın kuzeyinde Covid-19 pandemisinin etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte, bireylerin yeni medya kullanımları artmıştır. Bu çalışmayı desteklemek için yapılan anket çalışmasında, katılımcılar Covid-19 dönemi ile yeni medya kullanımının arttığını da belirtmişlerdir (EK. 2). Bu farklı dinamiklerle açıklanabilir. Normal zamanlarda işlerine, okullarına giden bireyler Covid-19 pandemisinin bir sonucu olarak evlerine kapandıklarında medyada geçirecek daha çok zaman bulmuşlar ve/ya Covid-19 pandemisi ile ilgili en güncel bilgilere ulaşmak için sosyal medyayı bir araç olarak kullanmışlardır. Bireylerin yeni medya kullanımının artmasıyla, medya üzerinde yayınlanan içerikler önemli bir konuma gelmiştir. Medya üzerinde yayınlanan içerikler bireyler üzerinde kategorilendirilerek kullanımlar ve doyumlar kuramını ön plana çıkarmaktadır. McQuail, Blumler ve Brown'dan aktaran Koçak (2012)'a göre bunlar, “ oyalanma (eğlence), kişisel ilişkiler, kişisel kimlik ya da psikoloji ve gözetimdir” (Koçak, 2012, s. 103). Bireyler gündelik yaşamın sıkıntılarında/sorunlarından uzaklaşarak, medyayı arkadaşlığın yerine koymakta ve karşılıklı ilişkilerden çıkan bilgilerden toplumsal fayda sağlamaktadırlar. Bireyler medya üzerindeki içerikleri izleyerek kendi kendilerini rahatlatmakta ve gerçeğin ne olduğu konusunda keşfe çıkmaktadırlar. Kıbrıs'ın kuzeyinde bulunan bireyler, Covid-19 pandemisi kaynaklı medya üzerinde yayınlanan içerikleri takip etmiş ve doyum sağlamıştır. 31 Mart 2020 tarihi itibari ile Kıbrıs'ın kuzeyinde sokağa çıkma yasağı ilan edilmiştir. Bu kararla birlikte bireyler evlerinde daha çok vakit geçirmeye başlamış ve yeni medya üzerinden doyum sağlamışlardır. Covid-19 pandemisi ile bilgiye doğan açlık ve merak artmış, yeni medya üzerinde yayınlanan içerikler daha çok ilgi görmeye başlamıştır. Bu dönem içerisinde sosyal medya (Facebook v.s), bireylerin yeteneklerini sergileyebileceği bir alana dönüşmüştür. Yemek yapan, gitar çalan, şarkı söyleyen veya piyano çalan bireylerin paylaşımları ortaya çıkmıştır. Bu da



sosyal medyayı, bireylerin duygusal olarak rahatlayacağı veya sorunlardan kaçacağı bir mecraya dönüştürmüştür. Bireyler, sosyal medyayı kullanarak psikolojik olarak bir doyum sağlamıştır. Bu süreç içerisinde yeni medya, yayınlanan içerikler ve programlar doğrultusunda bir araç görevi görmüş ve kişisel tatmin görevini üstlenmiştir. Covid-19 dönemi süresince yapılan paylaşımlar ve izlenirlik oranlarının artışı da bu durumu göstermektedir.

## **2.5 Medya ve Kanaat Önderi Kavramı**

Kanaat önderi kavramı “ilk kez 1940 yılında Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet’in Amerika’da oy verme tercihlerinin nasıl oluştuğu üzerine, ‘iletişimin iki aşamalı/basamaklı akışı’ hipotezini inşa ve test ederek yaptıkları bir araştırmada ortaya çıkmıştır” (Sabuncuoğlu, 2014, s. 4). İletişimin iki aşamalı olmasına bakıldığı zaman bilgilerin kitle iletişim araçları sayesinde aktarıldığı görülür. İki aşamalı iletişim akışına göre bilgiler, toplumu etkileyen kanaat önderi denilen kişiler tarafından aktarılır. Geleneksel medyada topluma ulaşmakta zorluk yaşayan kanaat önderleri, günümüzde internet sağlayıcılarının ve dijital medyanın kazandırdığı olanaklar sayesinde çok rahat etki sağlayabilmektedirler.

Geleneksel medya üzerinde kanaat önderi yaratmak, günümüze nazaran çok daha zor bir noktadaydı. Günümüzde en yaygın kullanılan sosyal medya ağı kanaat önderlerine de büyük bir fırsat tanımaktadır. Sabuncuoğlu (2014)’na göre kanaat önderleri, toplum içinde “daha çok bilgiye ulaşan, ilgi ve kişilikleriyle arkadaş ve tanıdıkları arasında nüfus sahibi olan bireyler olarak tanımlanabilmektedir” (Sabuncuoğlu, 2014, s. 4). Bu bireyler toplum içerisinde bilgiyi alan, yorumlayan ve paylaşan kişiler olmanın ötesine geçmiştir. Kanaat önderleri bilgiyi alarak, yorumlayan, daha sonra paylaşımına açarak yorumlayıcı ve tepkici bir sistem oluşturmaktadır. Geleneksel medyada bu durumun gerçekleşmesi çok zor bir

konumdaydı. Basılı yayın organlarında ‘Kanaat Önderi’ yaratmak güç bir haldeyken interaktif bir iletişim tarzı da olanaksızdı. Günümüzde dijital medyanın öne geçmesiyle kanaat önderlerinin yapısı değişime uğramıştır. Kanaat önderleri iletişim yapısını geliştirerek, iki aşamalı iletişimin yerine daha yeni bir tanım getirmiştir. Bu tanım iki aşamalı iletişim şekline, dört aşamalı iletişim şekline dönüşüm gösterir. Geleneksel medyadaki kanaat önderleri dijital medya ile gelişerek ileten ve yorumlayanın dışında alıcının iletiyi yorumladığı, beğendiği ve yeniden paylaşım yaptığı bir modele dönüşmüştür. Covid-19 pandemisi süresince kanaat önderleri ortaya çıkmıştır. Sosyal medya üzerinde etkisini gösteren kanaat önderleri bireyleri etkilemekte veya bireylere istedikleri bilgiyi teyit ederek veren konuma gelmiştir. Örneğin; pandemi süresince Kıbrıs’ın kuzeyinde günlük olarak çıkan vaka sayıları çok tartışılmıştır. Haber sitelerinde çıkan bu haberlere inanılmamakta ve hükümetin insanlara vaka sayılarının gerçek sayısını söylemediği üzerine paylaşımlar boy göstermişti (Domanicdag, 2020) . Bu dönemde sosyal medyada boy gösteren kanaat önderleri paylaşım yapıyor ve kendilerine güvenip, bilgi alan insanlara teyit mecrası oluyordu. İnsanlar takip ettikleri ve bilgi aldıkları kanaat önderlerine güveniyor ve bilgilerini o bireylerden teyit ediyorlardı.

Kanaat önderleri bireyler arasında kişiye göre değişiklik gösteren güvenilir kaynak konumundadır. Sancar ve Karsak (2017)’a göre, “sosyal medyada kanaat önderi rolü üstlenen etkileyiciler dışarıdan güvenilir bir kaynak olarak konumlanarak kurumlar ve hedef kitleleri arasında bir üçüncü taraf görevi görmektedirler” (Sancar & Karsak, 2017, s. 317). Bu bireyler paylaştıkları bilgileri istedikleri şekilde yönetmekte ve halk arasında yeni bir ortam sağlayarak kamuoyu yaratabilmektedir.

Yukarıdaki paragrafta bahsedildiği gibi interaktif bir iletişim ortamı boy göstermektedir. 2000’li yıllardan sonra dijital medyanın gelişmesiyle birlikte

'geleneksel gazetecilik' kavramı yerini 'dijital gazetecilik' kavramına bırakmıştır. Geleneksel gazetecilik devam etse de dijital gazetecilik yaygın olarak yapılmaya başlanmış, geleneksel gazetecilik de çoğu zaman dijital gazetecilik ile desteklenmiştir. Toplum içerisinde bulunan kanaat önderleri, kitle iletişim araçları ile birlikte dijital medyada boy göstermeye başlamış ve yer edinmiştir. Covid-19 pandemisine bağlı olarak gelişen ve dönüşüme uğrayan medya, kanaat önderleri açısından da belli bir farklılık gösterir. Dijital gazeteciliğin getirdiği anlık, hızlı ve erken tüketilen haberler dolayısıyla paylaşımlar gerçekleştirilmiştir. Bu paylaşımların altına bireylerden takip ettikleri kanaat önderlerine yorumlar gelmekte ve içerik üzerinden farklı bir boyut gerçekleştirilmektedir. Geleneksel gazetecilikte mümkün olmayan anında etkileşim dijital gazetecilikte mümkün kılınmıştır.

Kanaat önderi, Katz ve Lazarsfeld'den aktaran Güz (2019)'e göre "En basit şekilde liderlik: bazen farkında olmadan ve bilinmeyen şekilde, en küçük arkadaş grupları, aile üyeleri ve komşular içinde uygulanmaktadır" (Güz, 2019, s. 4). Basit bir şekilde tanımlanan kanaat önderi, günümüzde sosyal medya üzerinden kolaylıkla sağlanmaktadır. Sosyal medya içerisinde bulunan kanaat önderleri bazen bir gazeteci, bazen bir öğretmen, bazen ise bir işçi olarak yer almaktadır. Toplumun her düzeyinde bulunarak, etki ettikleri kişilere çok benzeyen bir görüntü oluştururlar. Kanaat önderi olabilmek için resmi bir liderlik karakteri bulunması zorunluluğu yoktur.

Kanaat önderlerinin özellikleri 3 kriter altında incelenebilir. Elihu Katz'dan aktaran Güz (2019)'ün dediğine göre klasik kanaat önderi olan bireyler bu üç özelliği barındırmaktadırlar:

- 1) Bireyin bireysel özellikleri ve değerleri (kim),
- 2) Bir kişinin yeterlilik veya uzmanlık düzeyi (ne biliyor)
- 3) Stratejik sosyal konum (kim bilir) (Güz, 2019, s. 4).

Yukarıda verilen üç kriterden yola çıkarak “başka bir deyişle, kanaat önderleri belli konularda tavsiye kaynağı oldukları bilinen, belirli bir alanda uzman olarak kabul edilen, daha çeşitli sosyal faaliyetlere ve sosyal organizasyonlara katılan ve siyasi konulara daha fazla ilgi gösteren kişiler oldukları ortaya konulmuştur” (Güz, 2019, s. 5).

Kanaat önderleri kısaca; “toplum içerisinde söz sahibi olan, kişilerin herhangi bir konu hakkında medya aracılığı ile elde ettikleri bilgilere kendi düşünceleri doğrultusundaki yorum ve mevcut olan duruma yönelik bakış açılarını ortaya koyarak, çevresindeki kişilere aktarmaları ile bu kişileri etkileyen kişiler” olarak adlandırılır (Alikılıç & Özkan, 2018, s. 48)

## **2.6 Medya ve Kamuoyu Yaratma**

Kamuoyu; halk içerisinde bulunan bireylerin genel kanısıdır. Siyasi, toplumsal ya da güncel olaylar hakkındaki tüm kamuya mensup üyelerin tutumu kamuoyunu tanımlamaktadır. Kamuoyu “Türk Dil Kurumu Sözlüğünde ise ‘bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu’ şeklinde tanımlanmaktadır” (Yüksel D. D., 2007, s. 572).

Kamuoyu en kaba tabiri ile “halkın tutumu” olarak adlandırılmaktadır. Kamuoyunu daha da iyi tanımlayabilmek için örnek olarak “Kadın Cinayetleri, Hayvan Şiddetleri, Çocuk Tacizleri v.s” gibi genel başlıklar ele alınmaktadır. Bu genel başlıklar çerçevesinde yeniden gündem oluşturularak, kamuoyu yaratılmaktadır.

Geleneksel medyadaki kamuoyu oluşturma süreci, internet teknolojisiyle birlikte gelişen dijital medya üzerinde daha etkili ve hızlı olabilmektedir. Medyanın en önemli etkilerinden birisi kamuoyu oluşturmaktır. Dijital medya ile yaratılan kamuoyu süreci interaktif bir biçime dönüşerek daha basit ve ulaşılabilir bir duruma gelmiştir. Günümüzde basının yansıttığı herhangi bir unsur kamuoyu sürecine hızla

girmekte ve etkileşim alabilmektedir. Genel olarak kamuoyu oluşturma sürecine bakıldığında sadece medyayı ele almak çok doğru bir yaklaşım değildir. Fakat medyanın kamuoyu oluşturma sürecinde çok fazla bir etkisinin olduğu kaçınılmaz olarak görülmektedir. Kamuoyu, bir topluluğun ortak ilgisini çeken nedenler hakkında veya toplumsal grupları harekete geçirmek amacıyla bildirilen görüşler olarak açıklanmaktadır. Kamuoyunu oluşturan bireyler, toplumsal veya siyasal konulardaki fikirlerini belirlerken fazlasıyla medyadan etkilenmektedirler. Belirtildiği gibi, kamuoyunu sadece medya ile ilişkilendirmek doğru bir tanım değildir. Fakat kamuoyunun medyadan ayrılmaz bir parça olduğunu da söylemek kaçınılmazdır. Kamuoyu üzerinde fazlasıyla etkisi bulunan sosyal medya platformunun en etkili özelliği Eren ve Aydın (2014)'a göre; “bireyin sosyal medyanın içeriğini yaratabilmesi, yorumda bulunabilmesi ve katkı sağlayabilmesidir. Metin, ses, video, resim paylaşımına olanak sağlamakta, bu özelliği ile de kullanıcılara geniş bir kullanım olanağı sunmaktadır” (Eren & Aydın, 2014, s. 198).

Paylaşılan içeriklere yorum yapabilme ve yorumlara cevap verip tartışabilme özelliği sunan sosyal medya, Facebook üzerinden ilerlendiğinde önemli bir unsur olarak etki göstermektedir. Facebook üzerinde yapılan paylaşımların kamuoyunu fazlasıyla etkilediği görülmektedir. Bu çalışmanın araştırma odağı olan Kıbrıs'ın kuzeyinde medya ve Covid-19 etkisine bakıldığında özellikle yeni medyanın önemli bir kamuoyu oluşturma aracı olduğu söylenebilmektedir. Medya üzerindeki kamuoyu etkisini daha iyi bir şekilde tanımlayabilmek için 10 Mart 2020 tarihinde Kıbrıs'ın kuzeyinde görülen ilk vakayla birlikte karantina tartışmaları konusunu ele almak doğru olacaktır. “18 Mart 2020 tarihinde yurtdışından gelmesi beklenen 250 KKTC vatandaşı Bakanlar Kurulu'nun ertesi gün öğlen yürürlüğe girecek yasasına rağmen Malpas Otel'de karantinaya alınmaları kamuoyunun medya üzerindeki etkisini

göstermektedir” (Haber Kıbrıs, 2020). Sosyal medya üzerinden paylaşımlar yapan ve kamuoyu oluşturan halk, etkisini göstermiş ve yasayı henüz yürürlüğe girmeden öne çekmeyi başarmıştır. Bir başka örnek ise; 10 Ağustos 2020’de Kıbrıs’ın kuzeyinde “KKTC Cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesi kamuda yapılan sözleşmeli personel istihdamları fazlasıyla tartışılmıştır. Sosyal medyada Facebook üzerinde yapılan bu paylaşımlara bağlı tartışmalar, hükümet mercilerinin aldıkları kararlardan birini daha değiştirmelerine sebep olmuştur. Facebook üzerinde gerçekleşen tepkiler sonucu kamuoyu etkisini göstermiş ve bu istihdamlar iptal edilmiştir“ (Haber Kıbrıs, 2020). Kıbrıs’ın kuzeyinde Covid-19 kaynaklı ilk vakanın görülmesi, ciddi bir medya ve kamuoyu örneğidir. Kıbrıs’ın kuzeyinde, 10 Mart 2020 tarihinde ilk vakanın görülmesi üzerine halktan tüm bireyler Facebook üzerinden ‘Hepimiz öleceğiz!’, ‘Her yeri kapatın!’ gibi başlıklar altında paylaşımlar yapmaya başlamıştır. 14 Mart 2020 tarihinde Hürriyet gazetesinin yaptığı haberde de belirtildiği gibi, sosyal medya üzerindeki bu paylaşımlardan iki gün sonra Kıbrıs’ın kuzeyinde birçok karar alınmış ve uygulamaya geçmiştir (Hürriyet, 2020). Bu durumlardan kaynaklı olarak medyanın uyguladığı ve geliştirdiği kamuoyu baskısı fazlasıyla görülmekte ve hissedilmektedir. Yeni medya üzerinden paylaşım yapan ve kamuoyu unsuru oluşturan bireyler, hükümet mercilerinin aldıkları kararlarda çok etkili olmuş ve medyadaki kamuoyu oluşumunu göstermiştir.

Medya içerisinde kamuoyu yaratma süreci yukarıda belirtildiği gibi kanaat önderleri ile bağlantılı bir konumdadır. Dijital medya içerisinde bulunan kanaat önderleri paylaşım yaparak, kamuoyu oluşturma sürecinde ilk adımı başlatmaktadır. Bu gönderilere interaktif olarak katılım gösteren bireyler, yorumlar ve paylaşımlar gerçekleştirmektedir. Küçük bir kartopu gibi büyüyen paylaşımlar, en sonunda koskocaman bir çığa dönüşmektedir. Bundan dolayı da kamuoyunun ehemmiyeti

büyük bir önem arz etmektedir. Kısaca sosyal medya içerisinde bulunan kanaat önderleri, kamuoyu oluşturmada çok büyük bir etkiye sahiptir.

## **2.7 Yeni Medya ve Bilgi Kirliliği**

Yeni medyaya bağlı internet gazeteciliğinde bilgi kirliliği sorunu çok büyük boyutlarda yaşanmaktadır. İnternet kaynaklı yeni medyanın hayatın içerisine girmesi iletişim alışkanlıklarında değişimlere neden olmaktadır. Bu dönüşümün getirdiği güncellemeler dolayısıyla hızlıca yeni bir pratik sağlanmıştır. İnternet gazeteciliğinin denetimsiz ve kontrol dışı olmasından kaynaklı olarak bilgi kirliliği sorunu ön plana çıkmakta ve günümüz internet kullanımında etkin bir durumda seyretmektedir. Geleneksel medyanın, yeni medya içerisine dahil olarak dönüşüme uğramasıyla birlikte içeriklerin süzgeçten geçme aşaması da değişime uğramış ve sosyal ağ mecralarındaki habercilik yeni bir boyut kazanarak bilgi kirliliği sorununu fazlasıyla ön plana çıkarmıştır. ‘Atlatma’ haber yarışı içerisine giren gazeteciler kaynaklı büyük bir dezenformasyon sorunu yaşanmaktadır:

Yeni medya, vatandaşları, görüş ve düşüncelerini paylaşmaya teşvik eden bir ortamdır. Toplumsal tartışma platformları, toplumsal paylaşım ağları ya da siteleri aracılığıyla ve anında mesajlaşmaya olanak tanıyan birçok farklı teknolojik ürün ile vatandaşlar her tür bilgi, haber ve görüntüyü paylaşabilmektedir. Kaynağı belirsiz olan çok sayıda haber ve bilgi de, bu paylaşımına dahil edilebilmektedir. Hızlı ve anında paylaşım yoluyla tüm dünyayı dolaşan kaynağı belirsiz haberlerin, doğru olmayan bilgilerin, tahrip edilmiş ya da çeşitli tekniklerle değiştirilmiş görüntülerin, ülkelerin ya da dünyanın gündeminde çatışma ortamları doğurabilmesi, panik dalgaları oluşturabilmesi, toplumları karşı karşıya getirebilmesi de olası sonuçlardan sadece bazıları olarak değerlendirilebilmektedir. (Erdoğan, 2013, s. 256)

Yukarıdaki alıntıda söylendiği gibi, yeni medya düşünceleri paylaşmaya motive eden bir mecradır. Anlık mesajlaşma ve interaktif iletişim ortamı sunarak her türlü haber, bilgi, görüntü ve sesi paylaşma olanağı bulunmaktadır. Sosyal medya mecrasında bulunan tüm bireyler büyük bir nüfusa sahiptir. Sosyal medyadaki bu kalabalıktan dolayı ortaya kaynağı belli olmayan bir sürü bilgi yayılmaktadır. Bu

bilgiler doğrultusunda hızla yayılan enformasyon akışı bir müddet sonra dezenformasyon akışına dönmeye başlamaktadır. Yüksel (2014)'e göre, “Sosyal medya paralelinde internet gazeteciliğini değerlendirdiğimizde artık her kullanıcının aynı zamanda haber dağıtıcısı konumuna geldiğini de düşünecek olursak bu alandaki bilgi kirliliği gerçekliği ortaya çıkar” (Yüksel H. , 2014, s. 132). Yeni medya içerisinde paylaşılan enformasyonlar çok hızlı bir şekilde yayılma göstermektedir. Bu hızlı yayılma sonucunda yanlış bilgiler çok üst boyutlara taşınarak, toplumun çoğuna ulaşmaktadır. Bu gelişen durumlar da bilgi kirliliği sorununu kaçınılmaz bir noktaya getirmektedir. Teknolojiyle birlikte çok hızlı olan medya, internet mecrasında oluşturulan ve paylaşılan haberlerin editoryal denetime girmemesinden dolayı çok büyük bir sorun yaşamaktadır. Çoban ve Ataman (2015)'a göre, “günümüze kadar devam eden bu dönemde de, ‘güvenilirlik’ mefhumu tamamen saf dışı bırakılmıştır” (Çoban & Ataman, 2015, s. 68). Buna bağlı bir başka sorun ise haberleri kimin yazdığının belli olmamasından dolayı ortaya çıkmaktadır. Güvenilir bir kaynak olmayınca ortaya atılan enformasyonlar daha da karmaşık bir şekle dönüşmeye başlar. Bu dönüşüm sonrası da yayınlanan bilgiler git gide bir kaosa dönüşerek, bilgi çöplüğü durumuna gelmektedir.

Covid-19 pandemi döneminde KKTC Sağlık Bakanı Ali Pilli, katıldığı bir televizyon programında ‘Vakaların artışı devam ederse ve durum daha kötü bir hal alırsa kapanma söz konusu olabilir’ açıklamasını yapmıştır. Medya içerisinde bulunan bazı haber kaynakları, haber başlıklarını ‘21 gün kapanıyoruz’, ‘Pilli: 21 gün kapanacağız’ şeklinde vermişlerdir (Zirve Kıbrıs, 2020). Başlıklar kaynaklı büyük bir bilgi kirliliği ortaya çıkmıştır. Bireyler de gördükleri bu haberleri paylaşarak doğru olmayan bilginin yayılmasına neden olmuşlardır. Bu ve bunun gibi durumlarda güvenilir haber kaynaklarından haber almak ve bu haberleri paylaşmak her



zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Nitekim bu şekilde başlık atılan haberlerin içeriklerinde ‘kesinlikle kapanıyoruz’ gibi bir ibare bulunmuyordu. Haber sitelerinin tıklanma kaygısı dolayısıyla attıkları dikkat çekici başlıklar ve insanların hızlı tüketim sağlayarak okumadıkları haber içerikleri büyük bir bilgi kirliliği yaratmıştır. Tüm bireyler Facebook üzerinden kendi hesaplarından veya üyesi oldukları gruplardan (Karantinasız Girişlere Hayır, KKTC Covid-19 v.s) haberi paylaşmış ve üzerine ‘kapanıyoruz’ gibi yazılar yazmıştır. Bu paylaşımları gören insanlar da paylaşım yapmaya başlayarak, Facebook üzerinde bir kargaşa ortamı yaratmıştır. Bu bilgi kirliliğinden dolayı KKTC Sağlık Bakanı Ali Pilli ‘Ben kapanıyoruz diye bir şey söylemedim’ açıklaması yapmak zorunda kalmıştır.

Covid-19 pandemi döneminde de fazlasıyla ortaya çıkan yalan/yanlış, gündem oluşturan paylaşımlar bulunuyordu. Bu paylaşımlara ise doğru bilinen fakat yanlış olan öğeler denilmektedir. Bu öğeler de medyada fazlasıyla bilgi kirliliği yaratan unsurlar arasında bulunmaktadır. Örneğin, “Covid-19 süresince 5G mobil networklerin olduğu yerlerde bulunmamak, evcil hayvanlardan virüs bulaşmak veya güneş ışınlarından virüs bulaşmaz” gibi başlıklar altında paylaşımlar yapılıyordu (Yeditepe Üniversitesi Hastaneleri, 2020). Örnekte verilen bazı başlıkların hiçbir doğruluğu bulunmamaktadır. Fakat bireyler medya içerisinde tiraj kaygısı duyan gazeteciler dolayısıyla bu gönderileri paylaşmış ve ortaya büyük bir bilgi kirliliği yayılmıştır. Çalışma içerisinde daha önce belirtildiği gibi bilgi kirliliğinin en büyük sebeplerinden biri de güvenilir olmayan kaynak veya kaynağı belli olmayan bilgilerin yayılmasıdır. Bireyler paylaştıkları enformasyonların doğruluğunu araştırmadan paylaşım yapmakta, yapılan paylaşımların yayılmasına neden olmakta ve büyük bir kaos yaratarak bilgi çöplüğü yaratılmasına neden olmaktadır. Örneğin, bir birey doğruluğunu test etmediği bilgiyi/haberi paylaşır. O’na güvenen başka bir birey de o

içeriğın doğruluğunu sorun etmeden paylaşım yapar. Daha sonra başka biri de aynı paylaşımı yapar. Bu şekilde zincirleme ilerleyen olay büyük bir kaosa dönüşerek bilgi kirliliğine neden olur.

## 2.8 Hashtag (Etiket) ve #evdekal Örneği

Hashtag (etiket) kavramı, sözcüklerin veya cümlelerin başına gelen diyez (#) işareti ile başlamaktadır. Sosyal medya dilinde hashtag; ‘#hashtag’ şeklinde yazılarak kullanılmaktadır. Etiket kullanılarak paylaşılan bir fotoğraf veya gönderi o konu ile alakalı olan içerikler içerisine yerleştirilerek kategorize edilmektedir. Örneğin, #sevgi etiketiyle paylaşılan bir gönderi veya fotoğraf, aynı etiketle paylaşılan içerikler arasına girmektedir. Bu etiketi yazarak arama yapan bireyler takipçeme gereği olmadan gönderiye ulaşabilmektedir. Kullanılan etiket birden fazla kelimedden oluşuyorsa kelimeler arasına boşluk konulmayarak yazılmaktadır. Örneğin, ‘#evdekalsalışıklakal’ gibi birden çok kelimedden oluşan durumlarda etiket birleşik yazılmaktadır. Etiket kullanılacak olan kelimenin doğru yazılması elzemdir. Aksi takdirde etiket kullanımı olumsuzluklara yol açabildiği gibi, ulaşılacak istenilen hedef kitesinden de uzaklaşabilmektedir. Bunların yanı sıra etiket kullanımının birçok yararı da bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir: İstenilen hedef kitesine ulaşım, takipçi sayısı yükseltmek, paylaştığımız gönderilerde etkileşim düzeyi artırmak, herhangi bir markanızı veya sitenizi tanıtmak (Adam, 2020).

Günümüzde teknolojiye bağlı dijital medyanın gelişimiyle birlikte istenilen hedef kitesine ulaşabilmek için etiket kullanımı kaçınılmaz durumdadır. Hedef kitesine ulaşabilmek için kullanılan etiket, diğer paylaşımlar arasına düşmekte ve içeriğın görüntülenmesini istenilen çevre tarafından ulaşılır konuma getirmektedir. Bu sayede, aşamalarda da bahsedildiği gibi takipçi sayısının yükselmesi de kaçınılmazdır. Paylaşılan etiket doğru yerde ve zamanda paylaşılmalıdır. Aksi takdirde takipçi

sayısının yükselmesinde veya etkileşiminin artmasında çok da etkili olmayacaktır. Herhangi bir marka tanıtımı veya sayfa tanıtımında etiket kullanımı çok önemlidir. Paylaşılan gönderilerde etiket kullanımı tanıtım, etkileşim ve reklam bakımından büyük önem arz etmektedir. Covid-19 pandemi döneminde sıkça kullanılan ‘#evdekal’ etiketi çok insan tarafından paylaşılmış ve yeni bir mecra oluşturulmuştur. O dönem içerisinde herkes gerek müzik, gerek şiir, gerek fotoğraf v.s paylaşımları yaparak #evdekal etiketini kullanıyordu. Bunun sebebinin ise hem pandemi süreci içerisindeki eğilim hem de sürü psikolojisi olduğu sonucuna varılmaktadır. Karantina süresince hayatlarını evde kapalı bir şekilde geçirmek zorunda kalan bireyler, hem gündemde kalma hem de bu durumdan yararlanarak kendi özel yeteneklerini sergileyecekleri bir duruma gelmiştir. Covid-19 pandemi süresi boyunca ana sayfalar içerisinde #evdekal etiketinden başka paylaşımlar bulunmuyordu. Geleneksel medya içerisinde bulunan televizyon kanallarında da kanal logosunun altına #evdekal etiketi yerleştirilmiştir. Medyanın her alanında kullanılan etiket, sosyal medyada fazlasıyla ön plana çıkmış ve insanların karantina günleri içerisinde yaptıkları tüm paylaşımlara dahil olmuştur.

## **2.9 Yeni Medya ve Yurttaş Gazeteciliği**

Dijital medyanın gelişmesiyle birlikte yeni medya kavramı altında kullanılan sosyal medya mecrası ‘yurttaş gazeteciliği’ kavramını ön plana çıkarmaktadır. Sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması her bir bireyin gazeteci kimliği ile hareket ederek, editör statüsüne gelmesine olanak sağlamıştır. Yurttaş gazeteciliğinde en önemli iki etik sorun vardır. Bunlardan birincisi, “paylaşılan haberin/bilginin doğruluğu ve yayınlanan fotoğrafın gerçekçiliğidir” (Evers, 2010, s. 327). Özellikle son dönemlerde yaşanan Covid-19 pandemisi sürecinde yurttaş gazeteciliği kavramı ile çok karşılaşılmaktadır. Bu süreç içerisinde aldıkları bilgileri kendi özel hesaplarından paylaşan, içerik üretip sunan ve bir şekilde enformasyon sağlayan kişiler

ortaya çıkmıştır. Paylaşılan bu enformasyonlar kaynağı belirli olmayan ve doğruluğu kanıtlanmayan bilgiler ile birleştiğinde ortaya büyük bir dezenformasyon sorunu da çıkmıştır. Bu durum da çalışmanın literatür kısmında, bilgi kirliliği başlığı altında bahsedilen durumu beraberinde getirmektedir. Ortaya atılan yalan/yanlış bilgiler, bireyleri sosyal medya içerisinde bir kaosa sürüklemektedir. Evers (2010)'a göre etik sorunlardan ikincisi de “atlatma bir haber ya da kamuya mal olmuş kişilerin özel pozlarını yakalamaya çalışan fotoğrafçıların gazetecilik kurallarını ihlal etmelerinden duyulan endişe” olarak görülmektedir (Evers, 2010, s. 327). Gazetecilik ve/ya benzeri bir eğitim almamış, gazetecilik etiğinin farkında olmayan bireylerin özellikle pandemi gibi konularda yanlış bilgi yayması kötü sonuçlara neden olabilir. Ancak yurttaş gazeteciliğinin kişileri özgürleştiren, demokratik topluma hizmet eden, sesi çıkmayanların sesi de olabileceğini buraya not etmek de gerekir.

Yurttaş gazeteciliği günümüzde fazlasıyla yaygınlaşmış ve gazetecilik ilkelerini barındıran ilkelerden uzak kalmıştır. Geleneksel gazetecilik veya dijital habercilik yapan kurumsal şirketler haberlerini bir süzgeçten geçirerek, kamuoyuna sunmaktadır. Kurumsal bir şirkette çalışan gazeteci haberi araştırmak, doğru bilgi çerçevesinde yazmak zorundadır. Bunun ardından da bilgi, bir editör süzgecinden geçerek yayınlanmaktadır. Sosyal medyanın getirdiği yazma özgürlüğü de bu durumu ortadan kaldırmaktadır. Bireyler kendi özel hesaplarından istedikleri bilgileri doğru veya yanlış yazmakta ve herhangi bir editör süzgecinden geçirmeyerek paylaşmaktadırlar. Bu durum da yanlış bilgi ve gazetecilik ahlakını ortadan kaldırmaktadır. Yeni medya olanaklarına sahip herkesin bilgiyi en azından kendi ağlarında yayabileceği bir alana sahip olduğunu düşünürsek yanlış bilgi, özellikle Kıbrıs'ın kuzeyi gibi küçük toplumlarda kaosa veya endişeye kolayca neden olabilmektedir.

## 2.10 Kıbrıs Türk Medyası

Kıbrıs Türk medyası, eskiden günümüze kadar gelen basılı yayınları ve bunları yeni medyaya aktaran bir süreci kapsamaktadır. Kıbrıs Türk basını hem geleneksel hem de yeni medya mecraları üzerinden yayın yapmaya devam etmektedir. Bugün televizyon kanallarına bakıldığında canlı yayınlanan birçok programın aynı anda sosyal medyadan da yayınlandığını, birçok gazetenin web sitelerinin olmasının yanı sıra yine sosyal medya hesaplarından gazete haberlerini paylaştığını söylemek mümkündür. Kıbrıs Türk medyasına bakıldığında geleneksel medya ile dijital medyanın birçok yayında iç içe geçtiğini söylemek mümkündür. Covid-19 pandemisinin tüm dünyayı etkisi altına almasıyla Kıbrıs'ın kuzeyinde aktif olarak basımı devam eden 19 gazetenin 12'si basımlarını durdurmuştur.

24 Kasım 2020 tarihinde Yakın Doğu Üniversitesi'nin düzenlediği 'Pandemi Döneminde Gazetecilik' adlı panelde Ali Baturay'ın verdiği bilgiye göre KKTC'de aktif olarak basılan 19 gazete bulunuyordu. Covid-19 pandemi döneminde bu gazete sayısı 7'ye kadar düşmüştür (Baturay, 2020). Pandemi nedeni ile tüm gazetelerin baskılarının durdurulmasının ardından 12 gazete basımlarına devam edememişlerdir. Covid-19 pandemisi süreci içerisinde sosyal medya üzerinde haber yayınlayan Web Haber mecraları tiraj yükseltme kaygısından dolayı diğer siteler ile yarış içerisine girmişlerdir. Bu durumdan dolayı haberin içeriğini tam anlamı ile yansıtmayan haber başlıkları ortaya çıkmıştır. Son zamanlarda KKTC'de büyük tartışma konusu olan ve halen tartışılan Maraş (Hayalet Şehir) örneği önem göstermektedir. Kapalı Maraş'ta kıyı ve sahil şeridinin bir bölümü açılmıştır. Kapalı Maraş, 1974 Kıbrıs Barış Harekatı'ndan bu yana kapalı olan bir bölgedir. Kapalı Maraş tamamı ile açılmamıştır fakat haber sitelerinin tiraj yükseltme çabalarından ve günümüz tabiri ile tıklanma sayılarını yükseltme isteklerinden dolayı attıkları haber başlıkları içeriği tam anlamıyla

yansıtmamaktadır. 6 Ekim 2020 tarihinde Haber Kıbrıs isimli Web Haber sitesinin yayınladığı haberde ise başlık ‘Kapalı Maraş açılıyor!’ olarak verilmiştir (Haber Kıbrıs, 2020). Fakat haber içeriği okunduğunda Maraş’ın kademeli olarak açılacağı anlaşılmaktadır. Sadece haber başlığı okunduğunda, Kapalı Maraş’ın 46 yıl aradan sonra yeniden tümü ile insanlığa açılacağı anlamı ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medyanın interaktif yetisi ise bu durumu daha bulanık hale getirmektedir. Geleneksel medyada bu söz konusu olmazken, sosyal medya bu özellik ile bireylerin kullanımına sunulmaktadır. Haber başlığı ile yorum yapan bireylerin yaptıkları paylaşımlar bir bilgi kaosuna yol açmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu bu durum bazen problem yaratabilmektedir. Örnek olarak; 22 Aralık 2020 tarihinde çıkan bir haberde “Pilli: 21 gün kapanacağız, vakaları sıfırlayacağız” başlığı görülmektedir (Zirve Kıbrıs, 2020). Haber içeriğinde ise, vakaların artışı devam ederse ve durum daha kötü bir hal alırsa kapanma söz konusu olabilir denilmektedir. Bireyler haber içeriklerini okumadan yorum yapmakta ve büyük bir dezenformasyon sorunu yaratmaktadırlar. Sosyal medyanın bireylere sunduğu interaktif iletişim özelliği, bazı durumlarda kötü bir sonuç sergileyebilir. Bireyler, sosyal medyanın kullanımının artmasıyla çok hızlı tüketici konumuna gelmişlerdir. Yayınlanan haberlerin başlıklarını okuyarak paylaşım ve yorum yapmaktadırlar. Bireyler hızlı tüketimden kaynaklı olarak haber içeriklerini dikkate almamakta ve önemsemeden interaktif iletişime katılmaktadırlar. Covid-19 pandemisi ile dijital mecralar üzerinden paylaşılan içerikler önem kazanmış ve beraberinde spesifik örneklerde verildiği gibi sorunları getirmiştir.

Pandemi süreci boyunca bilgiye olan merak ve ilgi artmıştır. Bu durum da Kıbrıs Türk medyası dahilinde bulunan dijital haber sitelerinin izlenirliğini ve takibini artırmıştır. 21 Mart 2020 tarihinde Kanal Sim Genel Yayın Yönetmeni Sami

Özuslu'nun, Özok yurdundan yaptığı canlı yayın 63.000 görüntüleme almıştır (Özuslu, 2020). Bu da çalışmanın ana teorisini oluşturan kullanım ve doyumlar kavramı ile ilişkilendirilmektedir. 18 Ekim 2020, KKTC Cumhurbaşkanlığı seçimleri sırasında Haber Kıbrıs Web TV'nin canlı olarak yayınladığı KKTC Cumhurbaşkanlığı Seçimi 2020 programı 5902 canlı izleyiciye ulaşarak yeni KKTC Facebook canlı izleyici rekorunu kırmıştır (Bulut, 2020). Bu rakamlar Kıbrıs'ın kuzeyinde azımsanmayacak derecede önemlidir. Bu örnek de Kıbrıs'ın kuzeyindeki bireylerin Covid-19 pandemisi süresince sosyal medyayı bir doyum aracı olarak kullandığının bir diğer göstergesidir. Kıbrıs'ın kuzeyinde yaşamını sürdüren bireyler genel olarak Türkiye medyasında yayınlanan programları, dizileri ve haber kanallarını takip etmektedir. Bu durum Türkiye'de bulunan spor faaliyetleri için de geçerlidir. Spor kanalları ve canlı yayınlanan maçlar takip edilmekte ve izlenmektedir. Kıbrıs Türk medyasının ana materyali güncel konular olmuştur. Güncel Kıbrıs medyası Covid-19 pandemisinin etkisiyle de farklı bir değişim geçirmiştir. Kıbrıs'ın kuzeyinde bulunan bireyler, Covid-19 pandemisi dolayısıyla Kıbrıs Türk medyasını daha çok takip etmeye başlamıştır. Ülkenin içinde bulunduğu salgın ve ekonomik sıkıntılardan kaynaklı, bireyler kendilerini ilgilendiren konulardan haberdar olabilmek için yeni medya kullanımlarını artırmıştır. Çalışmayı desteklemek için yapılan anket çalışmasında, katılımcıların da belirttiği gibi yeni medya kullanımı bu dönem içerisinde artış göstermiştir. Yeni medya içerisinde bulunan haber portallarının izlenirliği ve takipçi sayıları yükselişe geçmiştir.

Kıbrıs Türk medyasını diğer ülkelerin medyası ile kıyasladığımız zaman milli medyadan çok lokal medya olarak çalıştığını söylemek de mümkündür. Bunun nedeni Kıbrıs'ın kuzeyinin uluslararası bir statü içerisinde yer almamasından kaynaklanmaktadır. Bahsedildiği gibi Kıbrıs Türk medyası, Türkiye medyasına göre

daha az takip edilmektedir. Bu durum “Türkiye’deki medyanın izleyici olarak, hem internette hem de yazılı basında çok daha çeşitli ve kaliteli bir hizmet sunmasıyla” alakalıdır (Ercan, 2020, s. 131). Bu durum da beraberinde KKTC basınının yalnızlığını getirmektedir. Kıbrıs Türk medyası ekonomik olarak Türkiye medyasına göre çok daha geri planda olan bir medyadır. Özuslu’dan aktaran Ercan’a göre; “Türkiye firmalarının reklamı KKTC’ye düşmüyor. Türkiye vasıtası ile insanların evine, mekanlarına giriyor” (Ercan, 2020, s. 131). Türkiye üzerinde bulunan markaların, Kıbrıs Türk medyası ile reklam pastası içerisine girmemesi medyayı, büyük bir boyutta ekonomik olarak geri götürmektedir. Kıbrıs Türk medyası bu reklam pastasından pay alamamakta ve ekonomik olarak istenilen seviyeye gelememektedir. Bu da Kıbrıs Türk medyasını gün geçtikçe daha da büyük bir çıkmaza ve maddi olarak zarara götürmektedir. Covid-19 pandemisi ile Kıbrıs Türk medyası lokal bir medya olmasından dolayı Türkiye medyasına göre daha çok takip edilmiş ve özellikle yeni medya üzerinde bulunan haber portalları büyük bir önem kazanmıştır. Günümüzde Kıbrıs’ın kuzeyinde 19 gazete, 28 yeni medya içerisinde bulunan dijital Web TV ve haber portalı, 12 televizyon ve 32 radyo kanalı bulunmaktadır. Bunlar:

Kıbrıs’ın kuzeyinde günlük çıkan gazeteler; Afrika, Detay, Diyalog, Güneş, Haberal Kıbrıslı, Haberatör, Haberci, Hakikat, Halkın Sesi, Havadis, Kıbrıs, Kıbrıs Manşet, Kıbrıs Postası, Nacak, Star Kıbrıs, Vatan, Volkan, Yenibakış, Yenidüzen gazeteleridir (KKTC Enformasyon Dairesi, 2021).

Kıbrıs’ın kuzeyinde yer alan dijital haber portalları; Ada Basını, Gündem Kıbrıs, Haber Kıbrıs, Kıbrıs 7/24, Kıbrıs Postası, Kıbrıssondakika, Kıbrıstime, Haberal Kıbrıslı, Gıynık Gazetesi, Özgür Gazete, Kıbrıs Yenigün Haber, Ajans Cyprus, Havadis Gazetesi, Yenidüzen Gazetesi, Kıbrıs on-air, Detay Kıbrıs, Kıbrıs Manşet, KKTC Haberler, Kıbrıs Gazetesi, BRT Haber, MHA Haber, Zirve Kıbrıs, Gadara



Medya, Kıbrıs Genç TV, Kanal T, Özgür Gazete, Diyalog TV, Gazedda Kıbrıs olarak karşımıza çıkmaktadır (KKTC Enformasyon Dairesi, 2021).

Kıbrıs'ın kuzeyinde yayın yapan radyo kanalları; Ada FM, Bayrak Radyo 1 - Bayrak International - Bayrak FM – Bayrak Klasik- Bayrak Radyo Haber - Bayrak Türk Müziği, Capital Radio – Capital Türk, Dance FM- Radyo Energy- Smooth Radio, Diyalog Radyo, Dreamlive FM, First FM – Inter First FM ,GAÜ FM, Havadis FM, İskele Disc FM, Kıbrıs FM, Kuzeyin Sesi Radyo Vatan- Radyo Vatan Türkü- Radyo Vatan Nihavent, LAÜ FM, Radyo DAÜ, Radyo Güven, Radyo Mayıs, Radyo Juke, Radyo Odtü, Radio Play FM, Radyo T, Sim FM, UKÜ FM, Yakındoğu FM olarak bulunmaktadır (KKTC Enformasyon Dairesi, 2021).

Kıbrıs'ın kuzeyinde yayın yapan televizyon kanalları; Ada TV, Brt 1 – Brt 2 TV, DAÜ TV, Diyalog TV, GAÜ TV, Genç TV, Kanal T, Kıbrıs TV, LAÜ TV, Sim TV, YDÜ TV'dir (KKTC Enformasyon Dairesi, 2021).

## Bölüm 3

### YÖNTEM

Yöntem hem nicel hem de nitel çalışmalarda bilgiye ulaşmak için kullanılan araştırma tekniklerini ve bakış açısını tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Bu bölümde, çalışmada kullanılan yöntemsel yaklaşım anlatılmıştır.

Yöntem, nasıl sorusunu cevaplamaktadır. Yöntem, bilimsel bir çalışmada bir amaca göre araştırma planı ortaya çıkaran ve başka ifadelerle bir algı, bir idrak veya düşünsel bir girişimdir. En kesin, en bilimsel yöntem objektif gerçeği en çok yansıtan yöntemdir. Bilimsel bir araştırmada, araştırma teknikleri amaca ulaşmak için gerekli araçlar olarak ortaya çıkmaktadır. Soyut bir tutum olan yöntemi somutlaştıran araştırma teknikleridir. İstatistik, örnekleme, anket gibi işlemler araştırma teknikleri olarak görülmektedir (Yıldız D. H., 2020, s. 1).

Bu çalışmada daha önce de belirtildiği üzere, Covid-19 etkisi ile Kıbrıs'ın kuzeyinde medya pratiklerinin dönüşümü/değişimleri irdelenmiştir. Araştırma kapsamında Covid-19 süreci boyunca medya insanların kendi gözlerinden deneyimleri röportaj yapılarak incelenmiştir. Bu tezin ana verisini, röportajlar oluşturmaktadır. Bu tezin amacı dünyayı da etkisi altına alan ve birçok sektörün değişmesine neden olan Covid-19 pandemisinin Kıbrıs'ın kuzeyindeki medyayı nasıl etkilediğini göstermektir. Bunu yaparken de sektörün içerisinden insanları dinleyerek betimleyici bir çalışma yapmak amaçlanmıştır. Kısaca, bu çalışmanın yöntemi nitelikseldir. Verileri araştırma yöntemi olarak röportaj kullanılarak toplanmış ve

buradan yola çıkarak Kıbrıs'ın kuzeyinde medyanın nasıl dönüştüğü tartışılmış ve betimlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma kapsamında, Kıbrıs'ın kuzeyindeki durumu anlamının en etkili yolunun bu süreci birebir yaşayan gazeteciler olduğundan yola çıkarak Kıbrıs'ın kuzeyinde aktif gazetecilik yapan 8 medya insanı ile röportaj yapıldı. Bu kişiler seçilirken 'kolayda örnekleme' yöntemi kullanıldı. Türkçeye 'kolayda örnekleme' yöntemi olarak çevrilen 'convenient sampling' yöntemi "ana kütle içerisinde seçilecek örnek kesimin araştırmacının yargılarına belirlendiği tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örneklemede veriler, ana kütlede en kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanır" (Haşiloğlu, Baran, & Aydın, 2015, s. 20). Aslında Kuzey Kıbrıs medya ölçeği olarak bakıldığında küçük bir ölçektir ve kimlerin en çok takip edildiğini, izlendiğini tahmin etmek çok da zor değildir. Kıbrıs'ın kuzeyinde yaşayan ve medyanın farklı alanlarında çalışma şansı bulmuş biri olarak, etrafımdaki kişilerle de konuşup, onlardan da isim isteyerek 'kolayda örnekleme' yöntemi kullanılmıştır. Örneklem seçilirken hem geleneksel medyayı hem de dijital medyayı içine alacak bir seçim yapılmıştır. Buna bağlı olarak da tamamen WEB TV temelli Haber Kıbrıs'tan Hüseyin Ekmekçi ve Ali Baturay, Kıbrıs Postası'ndan Ulaş Barış ve Canan Onurer, karasal ve uydu yayını yapan, aynı zamanda programlarını sosyal medya mecralarından paylaşan Genç TV'den Nazar Erişkin, yine karasal ve uydu yayını yapan ve yayını hem sosyal medyadan hem de radyodan paylaşan SİM TV'den Sami Özuslu, yine tamamen WEB TV temelli Özgür Gazete Kıbrıs'tan Pınar Barut ve son olarak da karasal ve uydu yayını yapan devletin televizyon kanalı BRT'den Damla Soyalp ile 4'ü kadın 4'ü erkek olmak üzere toplam 8 kişi ile röportajlar gerçekleştirilmiştir.

Sami Özuslu, Nazar Erişkin ve Damla Soyalp karasal/uydu TV yayını yapmalarına rağmen sosyal medya ortamlarından da yayınlarını paylaşan yayıncılardır. Buradan da anlaşılacağı üzere, Kıbrıs'ın kuzeyinde yeni medya ve/ya sosyal medya geleneksel medya ile iç içe geçmiştir. Sadece Web üzerinden yapılan yayınlar olsa da, birçok gazetecinin geleneksel yayın yöntemleri ile yaptıkları yayınlarını (televizyon ve radyo) dijital ortama yani sosyal medya ortamlarına taşıdıkları söylenebilmektedir. Bu durum, yayıncılara aynı anda birden çok izleyici profiline ulaşma imkanı da sağlamaktadır.

İlk 5 görüşme yüz yüze gerçekleştirilmiş, sonraki 3 görüşme ise pandemi nedeni ile çevrimiçi gerçekleştirilmiştir. Tüm görüşmelerde katılımcıların izni ile ses kaydı alınmış ve daha sonra çözümlenerek metin haline çevrilmiştir (EK3). Röportaj sorularını EK1'de röportajların deşifrelerini ise EK3'de görebilirsiniz.

Daha önce de belirtildiği üzere, bu araştırma nitel bir araştırma olup, nitel verilerden yola çıkılarak Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya yapısının Covid-19'un da etkisiyle dönüşümünü betimlemektir. Veriler röportaj tekniğiyle toplanmış, deşifre edilerek metin haline getirilmiş ve bu metinler içerik analizi kullanılarak analiz edilmiş ve temalar çıkarılmıştır. İçerik analizi sosyal bilimlerde daha çok nicel bir araştırma yöntemi olarak görülse de “ 1970'lerin sonundan sonra niteliksel bir analiz tekniği olarak kullanılmıştır. Niteliksel veri analizi yapıldığında, içerik analizinde verinin taşıdığı anlam keşfedilmek istenir ve yorumlanarak bir metin haline dönüştürülme işlemi gerçekleştirilir. Merkezi önemdeki anlamlar, ‘örüntüler’ ve ‘temalar’ olarak adlandırılır” (Kümbetoğlu, 2020, s. 111).

Nitel araştırma “araştırmacının katılımcılarını gözlemleyerek mülakatlar ve odak grup protokolleri gibi araçlarla doğrudan açık uçlu sorular sorarak veya anketleri kullanarak veriler toplamaktadır” (Creswell, 2019, s. 4). Nitel yöntem kullanılmasının

nedeni, röportaj gerçekleştirilen gazetecilerin kişisel görüşlerini, deneyimlerini, duygularını ve algılarını ortaya koymaktır. Röportajlar, gözlem ve yazılı dökümanlardan elde edilen verilerle çalışmayı daha çok güçlendirmiş ve geçerli kılmıştır. Bir deneyimi anlatmanın en etkili yolu onu sözcüklerle anlatmaktır. Çalışmada, röportaj bu sebeple araştırma tekniği olarak kullanılmıştır.

Röportaj, “Ortamı, duyguları, görünümleri “betimlemek”; süreçleri, eylemleri “anlatmak”; etkili ifadeleri “alıntulamak”; kişisel düşünceleri “yansıtmak” ve anlatılanlardan “sonuç çıkarmak” için kullanılmaktadır” (Yoltay, 2019). Bu yöntemin kullanılmasının nedeni röportaj yapılan gazetecilerin Covid-19 süreci içerisinde kişisel düşüncelerini en iyi şekilde yansıtarak betimleyici bir unsur çıkarma çabasından kaynaklanmaktadır. Bu tez Kıbrıs’ın kuzeyindeki ‘yeni’ medya ortamını gazetecilerin gözünden betimlemeyi amaçlamaktadır, bunun da en iyi yolu gazetecilere bu şansı vermek, yani onların betimlemelerinden yola çıkarak ortak bir betimleme çıkarmaktır. Gazetecilerden Covid-19 pandemi sürecini anlatırken kullandıkları ortak betimlemelerden ve tartışmalardan yola çıkarak da çalışmanın temelleri oluşturulmuştur. Nitel çalışmaların gücü de aslında araştırmaya katılanların bakış açısına verdiği önemden gelmektedir.

Bu çalışma nitel bir çalışmadır, ancak tezde kullanılacak mecralar ve seçilen gazetecilerin teyidi için, yani araştırmayı desteklemek için kısa bir anket çalışması yapılmış ve Kıbrıs’ın kuzeyinde yaşayan 250 kişiye 12 soru sorulmuştur. Bu anketin soru ve yanıtlarını EK2’de görebilirsiniz. Bu çalışmayı yapmaktaki tek gaile ise seçilen gazetecilerin en çok izlenen/takip edilen gazeteciler arasında olduğunu ve tartışmalar sırasında örnek verilecek mecra olarak seçilen Facebook’un Kıbrıs’ın kuzeyinde en çok tercih edilen sosyal mecra olduğunun sağlamalarının yapılması idi. Bulunan sonuç da bunu doğruladı. Bu araştırmada da Facebook üzerinden bilgi paylaşımlarına

bakılmış, ancak ayrı bir başlık altında incelemek yerine, tartışmaların içerisinde örnekler alınarak kullanılmıştır.

Bu araştırma için seçilen gazeteciler en çok takip edilen, izlenen ilk 10 gazetecinin içerisinde yer alırlar. Bu anket sonuçlarını incelediğimiz zaman kolaylıkla gözlemlenebilmektedir. Anket katılımcıları Covid-19 dönemi ile sosyal medya kullanımlarının arttığını da söylemişlerdir. Bu da yadırganacak bir durum değildir. Hayatın durduğu bir ortamda, gazetelerin basılmadığı bir dönemde, sosyalleşmenin her şeklini sunan yeni medya, tüm dünyada olduğu gibi Kıbrıs'ın kuzeyinde yaşayan insanların da hayatlarının önemli bir kısmında etkin hale gelmiştir. Literatür kısmında da belirtildiği üzere bu süreçte kişiler sosyal medyayı hem haberleşme, hem eğlenme hem de boş zaman geçirmek için kullanmaktaydılar. Ama sosyal medya aynı zamanda bir örgütlenme ağına da dönüştü. 'KKTC Covid-19' ve 'Karantinasız Girişlere Hayır' grupları bunlara örnektir. Covid-19'un Kıbrıs'ın kuzeyinde de etkili olmaya başlamasıyla birlikte yeni medya kullanımını fazlasıyla artış göstermiş ve sosyal medya içerisinde oluşturulan bu gruplarla kamuoyu yaratılmıştır.

Kısaca, bu çalışma gazetecilik mesleğini icra eden 8 medya insanı ile yapılan röportajları odağına alan niteliksel ve betimsel bir çalışmadır. Niteliksel araştırma yönteminin tercih edilmesinin nedeni ise sayısal verilerden çok, bu süreçteki tutumları ve dinamikleri anlatabilmek açısından önemlidir. 2020 Marttan 2021 Mart'a kadar olan süreçte, Kıbrıs'ın kuzeyinin bugününü ve nasıl değiştiğini/ dönüştüğünü anlatarak arşiv niteliğinde bir çalışma yapmak hedeflenmiştir.

## Bölüm 4

### ANALİZ VE ÇÖZÜMLEMELER

Çalışmanın bu bölümünde Kıbrıs'ın kuzeyinde aktif olarak çalışan 8 medya insanı ile yapılan röportajlardan yola çıkarak, Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya dönüşümleri öne çıkan temalar ekseninde tartışılmıştır. Medya insanları ile yapılan röportajlar deşifre edilerek metin haline getirilmiş ve içerik analizi kullanılarak incelenmiştir. Giriş ve yöntem bölümlerinde de bahsedildiği üzere bu çalışma nitel bir çalışmadır ve röportajlardaki kişisel betimlemelerden yola çıkarak tematik bir çalışma yapılması amaçlanmıştır.

Kısaca, bu çalışma Covid-19 etkisi ve Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya pratiklerinin dönüşümünü betimlemeye çalışmaktadır. Bu çalışma nitel bir çalışmadır, ancak nicel bir yöntem olan anket çalışması bazı bilgileri ve seçimleri desteklemek amacı ile kullanılmıştır. 250 kişiye çevrimiçi ulaşılarak yapılan mini anket sonucunda Covid-19 pandemisinden sonra, yeni medyanın geleneksel medyaya oranla daha çok kullanıldığı ve kullanımının bu süreç içerisinde artış gösterdiği görülmüştür. Kıbrıs'ın kuzeyinde en çok kullanılan sosyal medya mecrası ise Facebook olarak sonuçlanmıştır. Bu sonuçlarla, kişilerin geleneksel medyayı ya da Facebook dışında sosyal medya ortamlarını kullanmadıkları sonucuna varılmamaktadır. Buradaki amaç 'en çok' ifadesine karşılık gelen sonuca ulaşmaktır. Bir diğer sağlama ise, Covid-19 pandemisi sırasında takip edilen gazetecileri belirlemektir. Çıkan sonuçlarda araştırmada kolaylaştırıcı tercihle seçilen gazetecilerin, tercih edilip edilmediği sağlanmıştır. Çıkan sonuçlardan çalışma için seçilen isimlerin tercih edilene takip

edilen isimler olduğunu da söylemek mümkündür. Anket soru ve cevapları EK2’de mevcuttur.

## **4.1 Temalar**

Yapılan röportajlar incelenmiş ve içerik analizi yöntemi ile değerlendirilerek temalar oluşturulmuştur. Yapılan röportajlar sonucu 8 medya insanının önemli buldukları temalar seçilmiş ve tartışılmıştır. Röportajlarda öne çıkan temalar; Gazeteciler ve Kanaat Önderi, Bilgi Kirliliği, Yurttaş Gazeteciliği, Filtreleme, Kamuoyu Yaratma, Altyapı Yetersizliği, Geleneksel ve Dijital Medya farkı ve İzlenirlik Oranıdır.

### **4.1.1 Gazeteciler ve Kanaat Önderi**

Çalışmanın literatür bölümünde tanımlanan kanaat önderleri, bilgiyi alarak yorumlayan, daha sonra paylaşan ve paylaşımına açarak yorumlayıcı/ tepkici bir sistem yaratmaktadırlar.

Yapılan röportajlarda, kanaat önderlerinin etkisinin yeni medyada daha hızlı olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle yeni medya sayesinde medya insanları, daha hızlı kanaat önderi olabilmektedirler. Covid-19 pandemi sürecinde doğru bilgi veren ve bunları yasalarla ve resmi kararlarla destekleyen gazetecilerin daha çok takip edildiği ve kanat önderi olarak dikkate alındığı belirtilebilir. Haber Kıbrıs Haber Koordinatörü ve Yayıncısı Ali Baturay’ın sözleriyle;

Sosyal medyada kanaat önderleri gelişti. Onların söyledikleri dikkate alındı. Bunlar içerisinde gazeteciler de var. Mesela Hüseyin Ekmekçi önemli bir kanaat önderi oldu. Mesela Hüseyin Ekmekçi’nin “burada bu oldu, şurada şu oldu, yarın bu olacak, bugün bu olacak” demesi insanlar açısından önem göstermektedir. Kanaat önderleri arasında içerisinde gazeteci olmayan birçok tip de ortaya çıktı. İnsanlar, sadece konuşup bir şey üretmeyen aslında bir sonucu olmayan şeyleri değil, konuşurken ortaya bilgi olacak şeyleri anlatma veya yasalarla bunları destekleyen kanaat önderleri etkili oldu. (Ek 3.3)

ifade etti. Gazetecilerin doğru bilginin sağlamalarını da yaparak, güvenilir kaynaklardan paylaşmaları hem onların güvenilirliğini artırmış hem de gazeteci



kimliklerinin yanı sıra kanaat önderi kimliklerini de misyonlarına eklemiştir. Özellikle bu süreçte, kişilerin sadece bilgiyi paylaşan gazetecileri değil, doğruluğuna inandıran gazetecileri tercih ettikleri de söylenebilmektedir.. Göz önünde olan, halkın sağlığını bire bir etkileyici bilgileri paylaşan gazetecilerin, halkın davranışlarında da fikir öncüsü olabileceklerini söylemek de önemlidir. Bu konu ile alakalı olarak Kanal Sim Genel Yayın Yönetmeni Sami Özuslu sözleriyle;

Sosyal medyada öyle fenomen olmuş, fikir öncüsü pozisyonuna gelmiş insanlar vardır. Ama esas fikir öncüleri toplumun siyasal, sivil toplum ve medya alanında veya akademi alanındaki insanlarıdır. Yani insanlar sıradan bir sosyal medya kullanıcısının paylaşımından da etkilenebilir. Ama onun etki alanı dardır.(Ek 3.2)

ifadelerini kullandı. Buradan da anlaşılacağı üzere medya insanların, insanlara ulaşma alanı medya mensubu olmayan insanların ulaşma alanından daha geniştir. Bu nedenle gazetecilerin halkı doğru yönlendirmesi ve bilgilendirmesi her anlamda sağlıklı bir halk için önemlidir ve gazetecilerin de sorumluluklarının önemini altını çizmektedir. Kanaat önderleri sadece medya ile sınırlı değildir. Sami Özuslu'nun da değindiği üzere siyasal, sivil toplum ve akademi alanında insanlar da kanaat önderi olabilirler. Tüm dünya olarak deneyimlenen Covid-19 pandemi sürecinde Kıbrıs'ın kuzeyinde tıp doktorlarının da kanaat önderi olarak etkin oldukları söylenebilmektedir. Buna birkaç örnek verecek olursak; Erden Aşardağ, Bülent Dizdarlı ve Tabipler Birliği Başkanı Özlem Gürkut gibi kişiler sıralanabilir.. Yaşanan süreç bir pandemi olduğu için bu sürede doktorların takip edildiği ve paylaşımlarının da paylaşıldığı söylenebilir. Doktorların da bu süreçte böyle bir sorumluluk aldıklarını, halkı bilgilendiren paylaşımlar yapmak için sosyal medyayı daha etkin kullandıklarında söylenebilmektedir.

Çalışmanın literatür kısmında belirtildiği gibi Covid-19 pandemi süresi boyunca kanaat önderleri Kıbrıs'ın kuzeyinde hükümet mercilerinin aldıkları kararları değiştirmede de etkili olmuşlardır. Kanaat önderlerine bağlı olarak etkilenen bireyler

sosyal medya üzerinde hükümet yetkililerinin aldıkları kararları eleştirmiş ve bir kamuoyu baskısı yaratılarak kararların değişiminde büyük bir rol oynamışlardır.

Gazetecilerden Ali Baturay bu süreci şöyle özetlemektedir;

Kanaat Önderlerinin, paylaştığı ve gruplar şeklinde kar topu gibi büyüttüğü tepkiler çok etkili oldu kararların değişmesinde ve siyasilere etkilenmesinde (Ek 3.3).

Buradan anlaşılacağı üzere kanaat önderlerinin sosyal medya aracılığıyla yaptıkları paylaşımların bireyleri etkilediği söylenebilir. Gazetecilerin yeni medya aracılığı ile hızlı ve etkili bir şekilde halka ulaşarak kamuoyu baskısı yarattığını ve Covid-19 süresinde kanaat önderleri olarak sürece dahil oldukları söylenebilmektedir.

Ali Baturay, Covid-19 pandemi süresince kanaat önderi kavramı adı altında gazeteci Hüseyin Ekmekçi'yi örnek vermiştir. Bunu destekleyici bir unsur olarak aşağıdaki röportajın bir kısmını ele almak çok doğru ve yerinde olacaktır. Hüseyin Ekmekçi'nin ifadesiyle:

Bu dönemde 5000 üzerinde canlı izleyiciye ulaştığımız dönemler oldu ki bu Kıbrıs Türk Medyasının rekoru aslında canlı izleyici anlamında. Güvendiği gazeteciler hangi mecradaysa insanlar o mecrada kaldı. Böyle de bir gerçek var (Ek 3.1).

Burada, insanların güvendikleri mecraları takip ederek, oradan bilgi sahibi olmaya çalıştıkları sonucu pekiştirilmektedir. Kısaca insanlar güvendikleri kişileri daha çok takip etmekte ve kanaat önderi kavramı adı altında o insanları izleyip, yazılarını okuyup paylaşmaktadır. Hüseyin Ekmekçi'nin bahsettiği canlı izleme oranı da Kıbrıs'ın kuzeyi için önemli bir rakamdır. Covid-19 döneminin hayati bir konu olmasından dolayı ve insanların tüm günlerini evde geçirdikleri bir süreç yaşadıkları da hesaba katılırsa, bu etkenler pandeminin medyaya bir etkisi olarak yorumlanabilir. Elbette kimi izleyeceklerini kişiler kendileri seçmişler ve bu süreçte doğru bilgiyi alabileceklerine inandıkları medya insanlarını takip etmişlerdir. Kısaca kanaat önderinde güvenilirlik, paylaşılan enformasyon konusunda alan uzmanı, teyit etme v.b

gibi olgular ön plana çıkmaktadır. Covid-19 pandemisi süresi boyunca Kıbrıs'ın kuzeyinde medya insanların kanaat önderleri olarak etkili olduğunu ve bu etkilerden kaynaklı olarak hükümet mercilerinin kararlarının değiştirilmesinin söz konusu olduğu söylenebilmektedir.

#### **4.1.2 Bilgi Kirliliği**

Covid-19 pandemisinin hayatın içerisine girmesi ile en çok tartışılan konulardan birisi de doğru bilgiye ulaşabilme konusu olmuştur. Covid-19 tüm dünya için yeni tanışılan bir olgu idi. Kişiler yeni medya ve sosyal medya olanakları ile bilgiye ulaşmaya çalışmaktadırlar. Herkesin aynı zamanda deneyimlediği bu süreçte birçok yanlış bilginin sosyal medya ortamlarında dolaştığını gözlemledik. Bilginin hızla yayıldığı günümüz dijital dünyasında bilgi kirliliğinin geleneksel medyaya oranla daha hızlı yayıldığını söylemek de mümkündür.

Covid-19 pandemisi ile daha da artan bilgi kirliliği süresince güvenilir kaynaklardan doğru bilgi veren gazetecilerin daha çok tercih edildiği söylenebilir. Sosyal medya herkesin özgür olarak kullanabileceği ve kanıtlanmamış bilgiyi paylaşarak bilgi kirliliği yaratabileceği bir mecradır. Böylesi bir durumda, teyit ve bilgileri doğrulatma durumu ortadan kalkmaktadır. Başka ülkelerde medyada çıkan bilgileri doğrulatma veya teyit edebilecek siteler bulunmaktadır (Örneğin: Türkiye'de kullanılan Teyit.org). Kıbrıs'ın kuzeyinde böyle bir platform bulunmadığından dolayı bilgi kirliliği yaratan birçok bilgi hızlıca yayılabilmektedir. Bununla ilişkili olarak Bayrak Radyo Televizyon Kurumu Haber Programcısı Damla Soyalp sürecin zorluğuna işaret ederek aşağıdaki ifadeleri kullanır:

Bilgi kirliliğinden bahsediyorum. Yani biri kalkar bir şey yazar hastalık ile ilgili, mesela Türkiye'de 'teyid.org' vardır. Biz bu paylaşılan içerikleri, haberleri teyit edemedik veya doğrulayamadık (Ek 3.8).

Yine bu konu ile ilgili olarak Kıbrıs Postası Haber Müdürü Ulaş Barış bu durumun hem özgürleştirici hem de tehlikeli olmasının altını çiziyor. Ulaş Barış;

Sosyal medya en büyük rolünü bilgi kirliliğini yaymakta oynadı. Tamam, çok çeşitli bilgiler de geldi yani basın oradan bir sürü şeyler öğrendi. Dünya değişti artık. Sosyal medyada herkes bir muhabir gibi davranmaya başladı. Bu önemli bir gelişme olmakla birlikte çok da tehlikelidir. Çünkü teyit dediğimiz konu ortadan kalkar. Biri yazar herkes ona inanır (Ek 3.5).

Mart 2020'de başlayan ve onu takip eden aylarda sosyal medya platformunu kullanan bireyler arasında paylaşılan ve git gide bir kaosa dönüşen bilgi kirliliğinin yayıldığı söylenebilir. Teyit denilen durum ortadan kalktığı için bireyler kendi aralarında kontrolsüz, editör denetiminden geçmeyen içerikler paylaşmakta ve bilgi kirliliği ortaya çıkmaktaydı. Çalışmanın literatür kısmında belirtildiği gibi, sosyal medyada gerçekleşen habercilik, kontrolü zor bir haberciliktir. Bu durum da beraberinde bilgi kirliliğine neden olmaktadır. Kıbrıs Türk basınının Covid-19 pandemi süresince yanlış ve kaynağı belli olmayan paylaşımlara karşı bir mücadele içinde olduğu söylenebilmektedir. Kıbrıs Postası Dijital Yayınlar Koordinatörü Canan Onurer'in kelimeleriyle;

Biz gazeteciler olarak bu süreçte bizi en zorlayan şey spekülasyon haberler, kaynağından doğrulanmadan yayınlanan bilgiler, yalan/yanlış bilgilerin doğrulanma çalışmasıydı. İlk başta bununla çok mücadele ettik. Çok zorlandık bunu anlatabilmekte. Yani kaynağından, bizden dinlemeye çalışın çünkü biz kaynağına ulaşarak vermeye çalışıyoruz (Ek 3.6)

ifade edilmiştir. Kıbrıs Türk basını, Covid-19 pandemi süresi boyunca kaynağı belli olmayan veya doğrulanamayan haberlere karşı bir savaş vermiştir. Bu durum, pandeminin ilk zamanlarında daha yaygın olarak görülse de hala daha devam etmektedir. Kaynağının doğrulandığı haberlerin paylaşılmaması bu süreç içerisinde büyük bir bilgi kirliliği yaratmaktadır. Basın her ne kadar buna karşılık vermeye çalışsa da bazı durumlarda bilgi kirliliğine de sebep olan paylaşımlarda bulunmuştur. Yapılan röportajlarda Covid-19 pandemi sürecinde basının da bilgi kirliliği

yaratılmasında önemli bir rol oynadığı çıkarımı yapılmaktadır. Konu ile alakalı olarak

Hüseyin Ekmekçi;

Doğru haber kaynakları bu dönemde ciddi bir önem kazandı. Çünkü çok ciddi bir bilgi kirliliği var. Ve en ufak bir bilgi kirliliği inanılmaz derecede insanları domine ediyor, yanlış yönlendiriyor. Paniğe neden oluyor. Ekonomiyi etkileyecek noktaya kadar, yani ülke ekonomisini etkileyecek noktaya kadar getiriyor. Dolayısıyla gazetecilerin doğru ve hızlı bilgi vermesi bu dönemde çok ciddi bir hız kazandı (Ek 3.1)

ifadelerine yer vermiştir. Buna bağlı olarak doğru haber kaynaklarını kullanan, bilgilerini teyit eden ve tüm bunları hızlı bir şekilde toplum ile buluşturmayı başaran gazetecilerin başarılı olduğu söylenebilmektedir. En ufak bilgi kirliliğinde panik havasının yaşanması literatürde yer verilen ‘panik ahlakı’ kavramı ile eşleşmektedir. Kaynaklarını doğru almayan ve yayınlanan bilgileri teyit etmeyen gazetecilerin yaydığı haberler toplum içerisinde bir paniğe neden olmaktadır. Bu duruma Kıbrıs

Postası Haber Müdürü Ulaş Barış;

Mesela hatırlayınız pandeminin ilk günlerinde Mart aylarında Nisan aylarında sürekli basında “Aşı bulundu! Tedavisi bulundu” çıkıyordu. Tabii bu ne yapardı? İnsanları rehavete kaptırırdı. İnsanlara “Aşı bulundu. Hadi dışarıya çıkalım” dedirtirdi. Çünkü insanların çok da karşılaşmadığı bir durumdu bu karantina süreci. Baktığımızda çok sayıda gereksiz tamamen bilgi kirliliği yaratan birçok basın yayın organı olduğunu da görüyoruz. Bunlar denetimsiz şekilde çoğalıyorlar (Ek 3.5).

sözleriyle aktarmıştır. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere teyit edilmemiş ve dezenformasyon yayan basın yayın organlarının bazıları toplum içinde paniğe ve bilgi kirliliğine yol açmaktadır. Gazeteci Sami Özuslu ise bu konuya ilişkin aşağıdaki ifadeleri kullanmıştır;

Bu süreçte biz bulunduğumuz kurum itibarıyla insanlara sansasyonel bilgi vermek, paniğe kaptırmak yerine aklın bilim insanlarının verdiği bilgileri aktarmak ve bir anlamda bilgi kirliliğini (fakenews) sahte haberi, yalan haberi, abartılı haberi veya gizlenen haberi değil, doğruyu vermeye çalıştık (Ek 3.2).

Bu süreç içerisinde verilen bilgilerin bilim insanları tarafından açıklanan verilerle aktarıldığı görülmüştür. Aksi takdirde yalan, abartılı, gizlenen haberler ortaya çıkacak ve bilgi kirliliğine yol açacaktır. Kısaca Covid-19 pandemi süresi boyunca

Kıbrıs'ın kuzeyinde teyit edilmiş ve doğrulanmış bilgiler doğrultusunda habercilik yapan kurumların gazeteci sorumluluğu ile davrandığını, fakat denetimsiz bir şekilde yayın yapan kurumların büyük bir bilgi kirliliğine neden olduğu söylenebilir. Özgür Gazete Kıbrıs Genel Yayın Yönetmeni Pınar Barut'a göre:

Çok ciddi bir bilgi kirliliği vardı çünkü hız çağındayız. Artık kağıt ikinci plana atıldığı için tüm haberler internet üzerinden yapılıyor ve dolayısıyla büyük bir yarış başladı. Haberi ilk önce kim verecek? Dolayısıyla resmi açıklamaları beklemeden direkt içeriden bir doktordan veya bir görevliden alınan bilgilerle çok da gerçekliği/doğruluğu tartışılabilir haberler yayınlanmaya başladı (Ek 3.7).

Dijital habercilik alanındaki gazetecilerin haber yarışı içerisinde olmalarından dolayı, dönemin getirdiği hız en büyük soruna kaynak oluşturmaktadır. Haberi ilk ve hızlı verme çabası kaynaklı olarak ortaya çıkan bilgi kirliliği büyük bir problem yaratmıştır. Yanlış algıyı düzeltmek, doğru bilgiyi vermekten daha zordur. Bu da gazetecilerin görevlerini ve yüklerini daha da artırmıştır.

#### **4.1.3 Yurttaş Gazeteciliği**

Çalışmanın literatür kısmında da değinilen yurttaş gazeteciliği, yeni medya ve sosyal medya ile önem kazanmış olgulardan birisidir. Genel bir tabir ile yurttaş gazeteciliği; gazetecilik mesleğini icra etmeyen kişilerin kendi haberlerini ürettiği ve bir medya organına göndererek yayınlatan kişiler için kullanılan bir kavramdır. Covid-19 pandemisinin getirdiği sınırlılıklar yüzünden insanların evlerinde vakit geçirmeleri, sosyal medya mecralarının kullanımını artırmış ve toplum içerisinde bulunan bireylerin, önlerine gelen her bilgiyi paylaşmaları ise yurttaş gazetecilik tanımlaması ile örtüşmese de bazı durumlarda kişiler gazeteci gibi davranmış ve mahallelerinde olan olayları cep telefonları ile kaydedip sosyal medyada paylaşmışlardır. Bu paylaşımlar sadece kişisel sosyal medya hesaplarından paylaşılmamış, kamusal bir alan haline gelen Facebook gruplarında da paylaşımları bu görüntülerin ve bilgilerin daha çok insana ulaşmasını sağlamış ve kontrolsüz bir yurttaş gazeteciliği örneği

oluşturmuştur. Bununla birlikte kaynağı belirli olmayan, yanlış ve kulaktan duyma paylaşımlarsosyal medyada dolaşmış ve haber olarak algılanarak paniğe neden olmuştur. Teknolojinin getirdiği olanaklar sayesinde bireyler artık her an sosyal medya mecrasında istedikleri bilgileri, fotoğrafları ve videoları paylaşmaktadır. Bu durum da Covid-19 pandemi süreci boyunca haberlerin yayılmasında çok etkili olmuştur. Bu konu hakkında Kıbrıs Genç TV Program Yapımcısı Nazar Erişkin alttaki ifadeleri kullanıyor;

herkes de sanki gazeteci refleksiyle hareket ediyor. Ama işte etik değer, teyit etme, doğrulatma ihtiyacı falan filan yok. Evet, işte bakın bunlar karantinadan kaçtı. Telefonla onu çekip paylaşma. Biz mesela ne yaparız? Böyle bir şey varsa ilgili mecra ile de orada bağlantıya geçersin. Durumun ne olduğuyla alakalı bir kompakt yaparsın. Kötü örnekler medyada da var (Ek 3.4).

Buradan da Covid-19 pandemi sürecinde yurttaş gazeteciliğinin ön plana çıktığını ve herkesin bir haberci/gazeteci kimliğinde hareket ettiği söylenebilmektedir. Burada Nazar Erişkin sadece gazeteci olmayan bireylerin değil bazı gazetecilerin de yanlış ve meslek etiğine uymayan davranışlarda bulduklarına da işaret ediyor. Konu ile ilgili Sami Özuslu ise;

Sosyal medya her zamanki gibi hem iyi rol oynadı, hem kötü rol oynadı. Sosyal medyanın iyi tarafı hem yöneticilerin hem medyanın hem bütün toplumun süratle bilgi sahibi olması ve nerede ne oluyoruz insanların başka bir aracıya aktarması oldu. Yani işte Karpaz'daki bir insan bir gazeteye bir televizyona ihtiyaç duymadan bilgi verebiliyor (Ek 3.2).

ifadelerini kullanıyor. Buradan toplumdaki bireylerin sosyal medya mecrasında yaptıkları paylaşımları, toplumdaki diğer bireylere ulaştırma kolaylığı çıkarımı yapılabilir. Geleneksel medyada halktan bir bireyin sesini duyurması ve istediği bilgiyi paylaşması çok zor bir durumda iken, günümüz sosyal medya kullanımında bu çok kolay bir durumdadır. Kısaca toplum içinde bulunan herhangi bir birey kimseye ihtiyaç duymadan istediğini paylaşıp, yayınlatabilmektedir. Ali Baturay'ın dediğine göre;

sosyal medyada herkes bilerek haberci haline geldi. Artık herkes haberci, gazeteci durumuna geldi. Geleneksel medyanın yayınlamadığı, yayınlamaktan

imtina ettiği, saklamak zorunda kaldığı bilgileri insanlar sosyal medyada paylaşıyor (Ek 3.3).

Buradan hareketle, geleneksel medyanın daha denetimli ve kontrollü yayın yapılan bir mecra olduğu ancak sosyal medyanın hiçbir denetim altında olmayan, teyit edilmemiş bilgilerin daha kolay yayıldığı bir paylaşım alanı olduğu söylenebilir. Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medyada etkili olan yurttaş gazeteciliği kavramının olumsuz taraflarından biri ise, Covid-19 testi pozitif çıkan bireylerin isimlerinin açıklanmasının gerekli olduğuna dair yapılan paylaşımlardır. Hasta haklarına aykırı, teyit olmadan ve doğrulanmadan çıkan haberler insan haklarını ihlal etmekle kalmayıp kaos da yaratmıştır. Nazar Erişkin'in de değindiği gibi;

neredeysi insanların isimlerini açıklamaya varan yayınlar yapıldı mesela o dönem. İnsanlarda “ Onlar Covid oldu! Onlardan uzak durun!” korkusu oldu. İş çığrından çıktı. O panik havası birazcık azalınca, sağlık dışında da şeyler var noktasına birazcık evrildi (Ek 3.4).

Panik havası ile birlikte yapılan paylaşımların toplum içerisinde daha büyük bir paniğe neden olduğu söylenebilmektedir. Covid-19 pandemisi süresince bir taraftan sosyal medyada virüs gibi yayılan yalan-yanlış bilgilerin yanında doğru ve teyit edilmiş bilgiler de bulunuyordu. Bu enformasyonlar bir araya geldiğinde bir karışıklık yarattığı çıkarımı da yapılabilir. Gazeteci Ulaş Barış;

Sosyal medyada herkes bir muhabir gibi davranmaya başladı. Bu önemli bir gelişme olmakla birlikte çok da tehlikelidir. Çünkü teyit dediğimiz konu ortadan kalkar. Biri yazar herkes ona inanır. Ben kendi adıma ortaya atılan yalanların yalan olduğunu anlatmakla geçirdim tüm vaktimi bu süreçte (Ek 3.5).

ifade etmiştir. Covid-19 pandemisine bağlı sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile teyit edilmemiş haberler çok hızlı yayılmaya başlamıştır. Bu süreç içerisinde vaktini yalanların, yalan olduğunu anlatmakla geçiren Barış, yurttaş gazeteciliğinde yaratılan dezenformasyon akışını verdiği örnekle en iyi şekilde aktarmaktadır. Gazeteciler bu süreçte esas yapmaları gereken göreve, yani haber vermeye, ek olarak haberi



doğrulama görevini de üstlenmişlerdir. Bu süreç, bu dönem yapılan gazeteciliği daha da yorucu bir hale getirmiştir. Bireylerin bu süreçte kendilerini bilgi akışına dahil etme istekleri süreci daha da zorlaştırmıştır. Bu konuyla ilgili Canan Onurer ise:

Herkesin sosyal medyayı kullandığı ve herkesin sosyal medya kullanırken kendini gazeteci zannedip, bilgi verme ihtiyacı doğmuştu (Ek 3.6)

ifadelerini kullandı. Bireylerin sosyal medya içerisinde gazeteci gibi davranma eğilimleri ve enformasyon akışı sağlamaları literatür kısmında belirtilen ve çalışmanın ana teorisini oluşturan kullanımlar ve doyular kuramına bağlı olarak birer doyum aracı görevi görmektedir. Bireyler her an ve her yerden gelen bilgilerin içerisinde yerini almakta ve bu süreç içerisinde dahil olmaktadır. Bireylerin kendi içeriklerini üreterek, bu sürece dahil olması kurumsal olmayan ve bireysel haberciliği ön plana çıkaran kuruluşları gözler önüne sermiştir. Covid-19 tüm dünyanın aynı anda yüzleştiği bir salgın olup, insanları bilinmezle yüz yüze bırakması açısından kolaylıkla paniğe düşmesine neden olmuştur. İlişkili olarak Pınar Barut:

Kıyıda köşede kalan, köylerde, merkezin dışındaki bölgelerde insanlar kendi medyalarını, kendi gazetecilerine ki buna “yurttaş gazeteciliği” de deniyor aslında. Türetmeye başladı işte; X medya, A medya, C gazeteci, V Kıbrıs gibi... Böyle sürekli yeni medya alanları türemeye başladı. Tabii bunların ne kadar gazetecilik yaptığı tartışılır. Ama sadece orada olan gelişmelerden o anda haberdar etmeye başladı (Ek 3.7).

sözlerine yer vermiştir. Bu süreç içerisinde ortaya çıkan bireysel habercilik kavramı sürekli olarak sağlanan enformasyon akışına katılmış ve paylaşım sürecine ortak olmuştur. Bundan kaynaklı olarak da ülkenin farklı bölgelerinden haber akışı sağlanarak, medya içerisine de dahil olmuştur. Yapılan röportajlardan anlaşılacağı gibi, Covid-19 sürecinde yurttaş gazeteciliği büyük bir rol oynamaktadır. Ülkenin herhangi bir yerinden anlık haberlerin alındığı ve paylaşıldığı söylenebilir. Teyit edilmemiş, yalan/yanlış ve doğrulanmamış haberlerin dezenformasyon akışı sağladığını ve sosyal medya içerisinde bir panik havası yaratıldığı çıkarımı da

yapılmaktadır. Geleneksel medyadaki kontrollerden uzak bir gazetecilik kavramının ve insan haklarını ihlal ederek insanları fişleyen bir durum olduğu görülmektedir. Kısaca, bireyler Covid-19 pandemisi süreci içerisinde gazeteci kimliğine bürünerek paylaşım yapmış ve yurttaş gazeteciliği kavramı adı altında bunu bir kullanım ve doyum aracı olarak kullanmışlardır.

#### **4.1.4 Filtreleme**

Geleneksel medyada içerikler ve enformasyonlar bir editör süzgecinden geçerek okuyucuya/izleyiciye ulaşmaktadır. Teknolojiye bağlı gelişen internet kullanımında yeni medyanın, geleneksel medyadan ayrılarak günümüze kadar gelmesi filtreleme işlemini en aza indirmiş ve bireyler arasında kullanılan sosyal ağ mecralarına farklı bir boyut kazandırmıştır. Geleneksel gazetecilikte filtreleme işlemi yapılmaktadır. “Bu süreç içerisinde bulunanlara eşik bekçisi (gatekeepers) denilmektedir. Burada kullanılan eşik metaforu filtrelenen haberin yayınlandığı teknolojik aracı, bekçi metaforu ise yalnızca eşiği geçen yani filtreleme işlemini başaran haberlerin güvenli bir şekilde aktarılmasını sağlayan kişiler olarak görülür” (Kıyan & Törenli, 2017, s. 43). Covid-19 pandemisi sürecinde daha da artan sosyal medya kullanımına bağlı olarak paylaşılan içerikler bir süzgeçten geçmediğinden dolayı çok büyük bir karmaşa yaşanmış ve doğrulanan, doğrulanmayan tüm bilgiler sosyal medyaya yayılmıştır. Sami Özuslu;

Medya ile sosyal medya arasındaki temel farkında filtreleme yani eşik bekçiliği “gatekeepers” mevzu olduğunu bir kez daha gösterdi. Facebook’ta filtre yoktur. Şöyle bir filtre var; eğer Facebook’un kullanım ilkelerine ayrı bir şey yaparsanız, Facebook onu kaldırabilir. Böyle bir filtreleme var. Ama artık iş işten geçmiş olur. Halbuki medya zaten adı üstünde bir kontrol sürecinden sonra yayın yapar. O kontrol süreci yoksa hukuki, sosyolojik, etik değerler bütünüyle bir süzgeçten geçme yoksa zaten o tamamen kontrol dışı bir şeydir ve bumerang gibidir. O bumerang şu an sosyal medyada yaşadığımızdır. Çok iyi işler de yapılır ama çok berbat işler de yapılır. Neden? Çünkü süzgeç yoktur. Ağ yoktur. Filtrelemenin önemini bence insanlar bu süreçte gördü, yaşadı (Ek 3.2)

ifadesinde bulunmuştur. Bu röportajdan, Facebook üzerinden paylaşım yapan bireylerin bir süzgeç ve filtreleme olmaksızın içeriklerini istedikleri gibi paylaştıkları anlaşılmaktadır. Çalışmanın literatür kısmında belirtildiği gibi günümüzde etkisini sürdüren yeni medyada filtreleme en aza indirgenmiş ve paylaşılan içeriklerin herhangi bir süzgeçten geçmediği çıkarımı yapılmıştır. Sosyal medya içerisinde bahsedilen eşik bekçiliği (gatekeepers) bulunmamaktadır. Facebook uygulamasında paylaşılan içerikler, Facebook kural ve ihlallerine uymazsa içerik kaldırılabilir fakat bu içerik kaldırılıncaya kadar çoktan görülmüş, yayılmış olur. Covid-19 pandemi süresi boyunca Facebook üzerinden yapılan paylaşımlar, çalışmanın literatür kısmında belirtilen yurttaş gazeteciliği kavramı ile ilişkilendirilebilir. Yurttaş gazeteciliğinde yapılan paylaşımlar herhangi bir editoryal süzgeçten geçmemekte ve teyit edilmeden paylaşılmaktadır. Filtreleme tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Filtrelemenin olmaması bilgi kirliliğinin daha çok ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kısaca, bireylerin medya veya benzeri bir eğitim almamaları, herhangi bir kuruma karşı sorumluluklarının olmaması, önlerine çıkan ilk bilgiyi, sorgulamadan paylaşımlarına neden olmakta ve bu da bilgi kirliliğini tetiklemektedir. Sosyal medyada filtreleme başka bir deyişle eşik bekçiliği, kişinin kendi inisiyatifine, ön bilgisine ve insan haklarına duyarlılığına bağlıdır. Sosyal medyada kişi paylaşımlarının, filtreleme yapılmaksızın paylaşılması zaman zaman hukuki, sosyolojik, etik değerlerin ihlal edilmesine neden olmuştur.

Kısaca, hayatı kolaylaştıran, bilgiye ulaşımı hızlandıran sosyal medya, kişilerin sorumluluk almaksızın paylaşım yaptığı bir mecraya dönüştüğünde tehlikeli sonuçlar doğurabiliyor. Hasta hakları ihlal edilebiliyor, insan haklarına aykırı paylaşımlar yapılabiliyor, yanlış rakamlar ve bilgiler hızlıca yayılabiliyor. Bu da halk arasında korkuya ve paniğe neden olabiliyor.

#### 4.1.5 Kamuoyu ve Sosyal Medya

Hem geleneksel medya hem dijital medya kamuoyu oluşturmada etkilidir (Doğan, 2019). Medya hem bilgi üretmede, hem yaymada olduğu kadar belli bir görüşü pekiştirmede de önemli güç aygıtlarından bir tanesidir.

Kıbrıs'ın kuzeyinde literatürde de belirtildiği gibi Covid-19 pandemisi süresince medya üzerinde oluşturulan kamuoyu baskısı hükümet kararlarının değişiminde veya kaldırılmasında büyük bir rol oynamıştır. Bu süreçte, neredeyse bir yıl boyunca, kamuoyu baskısı hem hükümetin kullandığı bir 'ölçüm' aracı hem de kararların yinelenme/değişmesine etki eden bir araç olarak çalışmıştır. Kıbrıs Postası'ndan Canan Onurer'e bu konu ile aşağıdaki ifadeleri kullandı:

Bu süreçte yaşanan en önemli olay kamuoyunun bakanlar kurulu kararlarının sosyal medya üzerinden değiştirmesiydi. Ciddi bir baskı unsuru olabilen kamuoyu gördük bu sürecin içerisinde (Ek 3.6).

Genel olarak kamuoyu oluşturma sürecine bakıldığında sadece medyayı ele almak çok doğru bir yaklaşım değildir. Fakat medyanın kamuoyu oluşturma sürecinde en etkili araçlardan bir tanesi olduğu söylenebilir. Kamuoyu oluşturma sürecinde medyanın bir "ölçüm" aracı olarak kullanılmasını ise Ulaş Barış aşağıdaki sözlerle ifade ediyor;

Yani... 'Siz bunu yazın. Bakalım kamuoyu tepkisi ne olacak da değiştirelim bu kararı' gibi durumlar da gerçekleşti. Kamu sağlığını ön plana almayan şeylerdir bunlar. Esas mesela düzensizlik ve kaostur (Ek 3.5).

Barış, Covid-19 pandemi süreci içerisinde alınan kararların değiştirilmesinde medya aracılığı ile oluşturulan kamuoyunun büyük etkisinin olduğunu belirtmiştir. Ulaş Barış'ın burada kastettiği ise bazı bilgilerin özellikle sosyal medyada yayılarak karar alınmadan önce kamuoyunun eğilimi ölçülerek ona göre kararlar alındığına işaret ediyor. Buna bir başka örnek ise;

En son yine bu yılbaşı için 3 günün altında karantinasız girişlerin olmamasında da bu kamuoyunun baskısının ve sosyal medya üzerinden yansıyan kamuoyu baskısının önemli olduğunu düşünüyorum (Ek 3.4, Nazar Erişkin).

Covid-19 pandemi süresi boyunca Kıbrıs'ın kuzeyinde hükümet yetkilileri tarafından alınan kararlar kamuoyu baskısı ile değişmiş veya kaldırılmıştır. Bu durum daha çok sosyal medya ortamlarında gerçekleşmiştir. Konu ile alakalı Ali Baturay;

Sosyal medya Pandemi döneminde hükümetin aldığı kararlarda çok etkili oldu. Hükümet yeni medya, dijital medya ve geleneksel medyadan daha çok sosyal medyaya baktı. Orada kendilerine yapılan tepkiler, küfürler, hakaretleri dikkate alarak bugün aldığı bir kararı ertesi gün değiştirdi. Bu da çok eleştirildi (Ek 3.3)

sözlerini söylemiştir. Hükümet yetkilileri almak istedikleri bir kararı önceden sosyal medya üzerinden kamuoyuna sunarak, tepkileri ölçmüş ve kararlarını ona göre değiştirmişlerdir. Kısaca, sosyal medya üzerinden oluşturulan kamuoyu baskısının hükümet kararlarında etkili olduğu söylenebilir. Hüseyin Ekmekçi ise konu ile ilgili aşağıdaki ifadeleri kullandı;

Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya %100 etkili olmuştur. Yani örneğin; karantina konusu. Karantina çok tartışılmıştı. Özellikle öğrencilerin isyanları olmuştu, Türkiye'den gelenlerin isyanları olmuştu ama orada vatandaşların korkusu, tepkisi sosyal medyadaki örgütlenmesi hükümetin önce 7 gün sonra 10 gün karantina kararı almasında etkili oldu (Ek 3.1).

Bu örnekten de anlaşılacağı gibi kamuoyu oluşumunda sosyal medyanın etkisi yadsınamaz. Çok uzun süredir örgütlenme aracı olarak kullanılan sosyal medya, Covid-19 sürecinde daha da yaygınlaşarak etkisini göstermiştir. Özellikle bu süreç içerisinde ortaya çıkan bazı sosyal medya grupları (Karantinasız Girişlere Hayır v.s) kamuoyu baskısı oluşturmada büyük bir rol oynamıştır. Nazar Erişkin bahsi geçen grupların kamuoyu yaratmadaki etkisini işaret ederek;

...işte bu “Karantinasız Girişlere Hayır” grupları, “Covid-19” grupları vardı süreç içerisinde. Bunların hep önemli olduğunu düşünüyorum. Çünkü yani kamuoyu dediğin şey artık “Hadi örgütlenelim! Yürüyüş yapalım” lar dan daha farklı bir boyuta geldi. Artık orada örgütlenmelerin neticesinde kitlesel eyleme dönüşebiliyor. Ama çok uzunca bir süredir, yani sadece Covid-19 sürecinde

değil, insanlar zaten sosyal medyayı örgütlenmek için mecra olarak kullanıyorlar (Ek 3.4)

ifadelerini kullanıyor. Covid-19 sürecinde oluşan bu gruplar örgütlenme konusunda etkili olurken, kitlesel eylem konusunda da başarılı olmuştur. Hükümet yetkililerinin aldıkları kararlar sosyal medya üzerinde paylaşılmış ve tartışılmıştır. Bu gruplar üzerinde yapılan tartışmalar ve paylaşımlar sonucu ortaya örgütlenen bir toplum çıkmıştır. Örgütlenen bireyler kitlesel eyleme neden olmuş ve kamuoyu baskısı yaratarak hükümet kararlarının değişmesinde büyük rol oynamıştır. Sosyal medya üzerindeki bu gruplar günümüz medyasının getirdiği olanaklar sayesinde anlık olarak interaktif bir biçimde konuyu tartışıp kamuoyu oluşturabilmektedir. ‘Karantinasız Girişlere Hayır’ grubu pandemi sürecinde hem bilginin yayılmasına hem de kamuoyu oluşturulmasını hızlandıran etkili gruplardan birtanesi idi. Ancak herkes karantina karşıtı değildi. Bunu daha da açmak adına Sami Özuslu’nun sözleriyle;

Karantinasız girişleri destekleyen yayın organları da var. Onlar da işte kendi destek gördükleri veya temsil ettikleri sermaye grubunun (kumarhanedir, bet ofisidir v.s) çıkarları doğrultusunda yayın yaptılar ama diğer taraf ve kamuoyunun desteğiyle siyasiler bu adımı atamadı (Ek 3.2)

ifade etmiştir. Bu süreç içerisinde kendi çıkarları doğrultusunda paylaşım yapan gruplar, baskın olan kamuoyuna yenik düşmüş ve istedikleri kararları alıramamışlardır. Bu durumlardan kaynaklı sosyal medya mecralarındaki kamuoyu baskısının etkili olduğu söylenebilmektedir. Covid-19 pandemisinde Kıbrıs’ın kuzeyinde, özellikle pandeminin ilk dönemlerinde hükümet kararlarının alınmasında kamuoyu tepkisi ön plana çıkmaktaydı. Daha öncede de belirtildiği üzere, bazı durumlarda yetkililer sosyal medyayı kamuoyunun nabzını ölçmek için de kullandılar. Örneğin, yine Ulaş Barış’ın sözleriyle;

Bazen hükümet edenler, yetkililer bunu bir ölçüm aracı olarak da kullandılar. Bu karardan emin değildiler. Ortaya atarlar bunu. Kamuoyu tepkisini ölçerler ve ona göre karar verirler. Bu sağlıksız bir yöntem değildir (Ek 3.5).

Kısaca, neredeyse röportaj yapılan tüm gazeteciler aynı noktada birleşiyor. Sosyal medya ve dijital medya bu süreçte kamuoyunun tepkisini ölçmek amacıyla kullanılmış bazen de alınan kararların kamuoyu yararına değişmesini sağlamıştır. Covid-19 pandemi süresi boyunca kamuoyu etkisi ile alınan veya değiştirilen kararlarının hem iyi hem de kötü bir rol oynadığı çıkarımı yapılmaktadır. Hüseyin Ekmekçi bu konu üzerine;

iyi ki kararlarında ısrarcı olmadı siyasetçiler. Yani eğer olsalardı birçok yanlış karar uygulamada kalacaktı. Dolayısıyla sosyal medya karar alıcılarında doğru noktaya gelmesinde birçok konuda etkili oldu. Zaman zaman yanlış kararlar alınmasına da, zümresel kararlar alınmasına da neden oldu sosyal medya. Ama günün sonunda doğruya ulaşıldı. Onu söyleyebiliriz. Medyanın da ama sağlıkçılarının da bunda çok ciddi etkisi oldu (Ek 3.1).

ifadelerini kullanıyor. Kısacası, sosyal medya kararların alınmasında ve doğru noktaya getirilmesinde etkili olduğu kadar bazen de yanlış yönlendirmelere neden olmuştur. Tüm paydaşları memnun edecek kararlar alınamamasından kaynaklı olarak sosyal medya üzerinde oluşturulan kamuoyu baskısı sonucu kararların değişimi gittikçe daha da normal bir durum haline gelmiştir. Pınar Barut'a göre:

Tüm paydaşlar düşünülmeden alınan bir kararı belki bir paydaş için iyi bir şeydi ama arkada kalan paydaş için kötü bir kararı ve sosyal medya bu kararlara tepki gösterdiğinde ki sosyal medya dediğimiz şey de aslında bu toplumun ta kendisi. Tepki gösterdikleri zaman hükümet yanlış, hatalı karar aldığını anladı. Keşke böyle olmasaydı. Hükümet zaten tüm toplumu, tüm kesimleri, tüm paydaşları memnun edebilecek kararlar alsaydı ama hayır alamadı. Toplum bunu sosyal medyada özellikle dışarı çıkamazken, birileriyle görüşemezken hani gidip birinin kapısını çalamayacak durumdayken sosyal medyadan verdi (Ek 3.7).

Bazı durumlarda, hükümet yetkilileri tarafından alınan kararların tüm paydaşları memnun etmediğini bunun da farklı sonuçlara ve karmaşaya neden olduğu söylenebilmektedir. Bireyler ev kısıtlamaları gereği sosyal medyayı bir eylem aracı olarak kullanmış ve birlik- beraberlik sağlanan bir kamuoyu baskısı oluşturabilmeyi başarmıştır. Sosyal medya üzerinde oluşturulan kamuoyu baskısına örnek olarak BRT haber programcısı Damla Soyalp:

Eczaneler için Bulaşıcı Hastalıklar Üst Komitesi bir karar aldı. Bunlar o karara hiç bakmadılar bile. Dediler ki “sadece 4-5 tane nöbetçi eczane kalacak tüm gün” gibi bir karar ürettiler. Mesela bu karar o gece yayınlandı. Eczacıların hepsi tepki gösterdi. Yani “siz insanları azaltmaya çalışıyorsunuz yoğunluk olmamasından dolayı. Siz eczane sayılarını bu kadar azaltırsanız darmadağın olacak” dediler. Ertesi gün sabahtan Eczacılar Birliği’ne Ali Pilli randevu verdi ve görüştüler. Eczaneler ile ilgili o karar değişti. En basit örneği. Tamamen eczacılar sosyal medya üzerinden örgütlendiler (Ek 3.8).

sözlerine yer veriyor. Covid-19 süresi boyunca alınan her karar sosyal medyada oluşturulan kamuoyu baskısına maruz kalmıştır. Yukarıda verilen eczane çalışma saatleri örneği ile ilgili durum da bunun sağlamlasını yapmaktadır. Gün içinde alınan ve yayımlanan bir karar, sosyal medya üzerinde oluşturulan kamuoyu baskısı ile değişmekte veya kaldırılmaktadır. Hükümetin aldığı kararlarda kamuoyu baskısına bakıldığı ve kararlarını bu baskılara göre şekillendirdiği söylenebilir. Covid-19 pandemi sürecinde medya üzerindeki kamuoyu oluşumunda hem toplumu oluşturan bireylerin hem de toplumu yönlendiren alan uzmanı sağlıkçıların da etkisi olduğu kanaatine varılabilir. Kısaca sosyal medya mecrasındaki kamuoyu kavramı, hem oluşturulan gruplar hem de toplumdaki bireylerin paylaşım ve yayınlarıyla etkili olmuş, hükümet mercilerinin karar alımı aşamasındaki en büyük etken haline gelip Covid-19 pandemi sürecinde etkili olmuştur.

#### **4.1.6 Altyapı Yetersizliği**

Teknoloji kaynaklı internet ağlarının hayatın içerisine girmesiyle birlikte yeni medya kullanımı artmış ve tüm pratikler internet sağlayıcıları üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. Covid-19 pandemisi ile de hayatın internet ortamı üzerinden sağlanması kaçınılmaz olmuştur. Bu da beraberinde teknik altyapı kaynaklarının sorunlarını ortaya çıkartmıştır. Covid-19 sürecinde yayıncılık sisteminin değişmesi, çevrimiçi eğitime geçilmesi, toplantıların sosyal mecralara aktarılması gibi durumlar boy göstermiştir. Tüm hayatın çevrimiçi ortamlara taşınması internet sağlayıcılarının yetersiz kalmasına neden olmuştur. Covid-19 pandemisi, Kıbrıs’ın



kuzeyinde de etkisini göstermiş ve insanların evlerine kapalı olduğu dönemlerde uzaktan iş, uzaktan eğitim gibi durumları beraberinde getirmiştir. Bu durumlardan kaynaklı olarak internet altyapı eksikliği ortaya çıkmış ve teknik sorunlar yaşanmıştır. Covid-19'un etkisini üst boyutta sürdürdüğü günlerde Facebook üzerinden yayın yapan Web TV'ler internetin teknik altyapı probleminden dolayı etkilenmiş ve sorunlar yaşamıştır. Sami Özuslu bu durumu şöyle ifade ediyor;

Kritik günlerde çok yüksek izlenilirlik oldu ki çoğu zamanda zaten internetin altyapı yetersizliğinden gerek Facebook çöktü gerek internet çöktü (Ek 3.2).

Sami Özuslu'nun ifadesinden, Covid-19 pandemisinin Kıbrıs'ın kuzeyinde etkili olduğu dönemlerde, Facebook üzerinden yapılan yayınlarda ve yüksek izlenilirliğin olduğu anlarda internet altyapı yetersizliği dolayısıyla internette sorunlar meydana çıktığı anlaşılmaktadır. Covid-19 pandemisine bağlı dijital yayıncılığın yaygınlaşmasıyla birlikte bu yayıncılık sistemini deneyimleme aşaması internet kaynaklarının yeterliliğine dayanmaktadır. Ali Baturay ise altyapı yetersizliğini şu cümlelerle ortaya koyuyor;

Yıllardır konuşulan Fiber-optik ağları internet altyapısını düzeltmedikleri için korkuyla yapıyoruz. Senin internetin istediği kadar kaliteli olsun, programa bağlanan kişinin interneti kötü olduğunda görüntüler ve sesler kötü geliyor. Dijital medyanın olanaklarını deneyimlemede internetin güçlü olmaması bize büyük sıkıntılar yaşattı (Ek 3.2).

Yapılan röportajlarda Kıbrıs'ın kuzeyinde yıllardır beklenen fiber-optik internet altyapısının olmamasından kaynaklı, Web TV'ler ve sosyal ağlar üzerinden yapılan yayıncılığın fazlasıyla etkilendiği ortak görüşlerden bir tanesidir. Yayın yapan kuruluşun internetinin iyi olması yeterli olmamaktadır. İzleyicinin internetinin kötü olması halinde görüntü ve ses kalitesi düşmekte, dolayısı ile bu sistemsel bir sorundur. Covid-19 sürecinde insanların daha güçlü bir internet altyapısına ihtiyaç duydukları çıkarımı yapılmıştır. Sami Özuslu;

eğitim amaçlı yani hem eğitim alan hem eğitim veren insanlar daha g¼c¼l¼ bir internet altyapısı ihtiyaçı g¼rd¼ ç¼nk¼ ozellikle eğitim online, g¼r¼nt¼l¼ aktarım, iletişim için daha g¼c¼l¼ bir internet gerekti. İnternet servis sağlayıcılar bu anlamda daha çok daha g¼c¼l¼ daha y¼ksek megabaytlı internetler sağlamaya başladı. İnsanlar da daha g¼c¼l¼ internetin ¼nemini g¼rd¼. Tabi altyapısının yetersizliğinden dolayı, internetin zayıflığı ve altyapısının zayıflığı da anlaşılmış oldu bu s¼rete (Ek 3.2).

s¼zlerine yer vermiştir. İnternet altyapısı, eğitim sırasındaki g¼r¼nt¼l¼ konuşma ve g¼r¼nt¼ iletme açısından iletişimin en ¼nemli temel taşlarından bir tanesi olarak bulunmaktadır. Covid-19 s¼reci etkisini g¼stermesinden itibaren internet servis sağlayıcılarının daha y¼ksek bir internet sağlamaya çalıştığı da s¼ylenebilmektedir. İnsanlar bu d¼nemde internetin ¼nemini ve talepten kaynaklı altyapısının yetersiz olduğunu g¼rm¼řlerdir. Bug¼ne kadar internet altyapısının eksikliğinin çok hissedilmemesinin sebebi, bu kadar etkin kullanılmamasından kaynaklıydı ve bu nedenle fark edilmiyordu. Covid-19'un teknolojiyi kullanım alanında bu s¼reci hızlandırdığı da s¼ylenebilir. İnternet altyapı yetersizliği hakkında konuşan Nazar Erişkin;

Teknik anlamdaki altyapımızın çok zayıf olduğunu d¼ř¼n¼yorum. Birazcık teknolojiyi kullanma noktasında hızlandırdı s¼reci. Yani ben çok basit bir şey s¼yleyeyim, cidden çok basit; Neyi bug¼ne kadar yapamıyordum? Skype bağlantı yapamıyordum mesela kanalda. Neden? ¼nk¼ ihtiyaç g¼r¼lmemiřti. İşte 3G kullanılıyordu, palyatif başka öz¼mler bulunuyordu. Ama ne zaman ki benim d¼nyanın başka yerlerindeki insanlarla ya da burada daha sağlıklı bağlantı yapmamla alakalı bir ihtiyaç doğdu reji buna g¼re dizayn edildi (Ek 3.4)

ifade etti. İnternet alt yapısı yetersizdi ve Kıbrıs T¼rk medyası altyapı olarak b¼yle si dijital bir ortama hen¼z hazır değildi. Pandemi ile bireylere ulaşılabilecek en hızlı yolun internet ve sosyal medya olduğu ortaya çıkınca medya kuruluşları ve insanları bunu daha iyi başarabilmek ve gerçekleştirmek için altyapıya olan yatırımın yapılması gerektiğini s¼ylemiřlerdir. Pınar Barut altyapı hakkında ise şunları s¼yl¼yor:

Bir kere altyapı yatırımı yapmamız gerekti ¼nk¼ okuyucuya ulaşabileceğiniz tek alan artık ekrandı ve internetti (Ek 3.7).

Daha önce bahsedildiği gibi bireylerin pandemi kaynaklı ev kısıtlamaları içerisinde girmesi, yeni medya kullanımındaki süreci hızlandırmaktadır. Çalışmanın ana teorisi olan kullanımlar ve doyumlar kuramına bağlı olarak sadece dijital habercilik alanından bilgi alan bireyler, bu durumu en iyi şekilde bir tatmin aracına dönüştürebilmek için daha kaliteli (görüntü, ses v.s) bir platformla karşılaşmak istemektedirler. Bunun da en iyi şekilde yapılabilmesi için altyapı yatırımının yapılması ve yapılacak olan yayıncılık kalitesinin en üst boyutlara çıkarılması gerekmektedir. Alt yapı yetersizliği ile yüzleşen medya aynı zamanda ekipmanlarını da yeni medya düzenine adapte etmesi gerekiyordu. Çünkü izleyici daha kaliteli, kesintisiz yayını tercih edecekti. Dolayısı ile bu sürecin, teknoloji kullanımını hızlandırdığını söylenebilir. Kısaca toparlayacak olursak, geleneksel program/haber yapma tekniklerini terk edemeyen Kıbrıs Türk medyası, altyapı yetersizliğine rağmen pandeminin etkisi ve izleyicinin ‘doğal’ talebi ile dijital olanakları geliştirme ve uygulama pratiklerine hız vermiştir. Bu değişim, böylesi negatif bir sürecin, pozitif bir katkısı olarak da görülebilir.

#### **4.1.7 Geleneksel ve Dijital Medya Farkı**

Dijital medya, geleneksel medyayı da içine alan ve aynı zamanda onu dönüştüren bir mecradır. Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Kıbrıs’ın kuzeyinde de geleneksel medyanın temsilcileri tamamen olmasa da program bazlı dijital medyaya taşınmışlardır. Kıbrıs’ın kuzeyinde de bu böyledir. Tüm dünyayı etkileyen ve halen etkisini sürdürmeye devam eden Covid-19 pandemisinin de etkisi ile bireyler yeni medyaya bağlı sosyal medya mecralarına taşınmış ve hayat alışkanlıklarını tamamen buraya konumlandırmışlardır. Buna paralel olarak geleneksel medya da kendine dijital alanda daha çok yer açmaya başlamıştır. Özellikle karantina süreci boyunca evlerine kapanan insanlar sürekli olarak medyayı takip etmiş ve dijital medyada daha aktif

olmuşlardır. Yapılan röportajlardan Covid-19 sürecinde evlerinden çalışmak zorunda kalan gazetecilerin dijital medya ile işlerinin daha verimli hale geldiği söylenebilir. Ali Baturay Covid-19 sürecindeki deneyimlerini;

Bizim deneyimlerimize bakacak olursak; ben yıllarca Geleneksel Medya’da çalışıyordum. Daha sonra Dijital Medya’ya transfer oldum. 2 yerde de çalıştığım için ikisini de sınavabildim. Hep söylenen klasik bir söz vardır; “Bazı meslekleri yapmak için ille ofiste oturmak gerekmez“. Aslında gerçekten gazetecilik yapmak için ofiste oturmak gerekmez. Bunu deneyimledik. Hatta şöyle bir şey oldu. Bizim kurum açısından söyleyecek olursak; normalde insanlar mesaisi bittiği zaman eve gider ve daha az bakar haberlere. Hep evde olduğumuz için herkes tetikteydi. Daha verimli bir ortam çıktı. Herkes her an haberlerle ilgiliydi (Ek 3.3).

sözleriyle ifade etmiştir. Bu kısımdan dijital medyanın gazetecilere evden çalışabilme imkanını öğrettiği söylenilebilir. Gazetecilerin bu süreçte bazı meslek gruplarında olduğu gibi işlerine ara verme şansları yoktu. Haber yapmayı ve halkı bilgilendirmeyi sürdürmeliydiler. Yeni medya ve dijital medya teknolojileri de evlerinden çıkamayan gazetecilere evlerinden yayın yapabilme şansı verdi. Bu teknolojiler sayesinde sosyal medya izleyiciler/takipçiler için de daha interaktif bir alana dönüştü. Örneğin, dijital medyanın hayatların içerisine bu denli girmesi, internet altyapılı haber programlarının daha interaktif bir ortama dönüşmesine de neden olmuştur. Günümüzde sosyal medya mecrasından yayın yapan Web TV’ler interaktif bir katılımı beraberinde getirmiş ve izleyiciyi de yayınlanan içerik hakkında tartışmaya dahil etmiştir. Ali Baturay bu durumu şu sözlerle anlatıyor;

Birçok insan yeni medyayla, Web TV’lerle ve dijital medyayla tanıştı. Bunların nimetlerini gördü. Televizyonda seyredirken televizyon bağlantı almazsa ki çoğu televizyon almaz. Burada izlerken anında altına soru sorup cevap alabileceğini gördü. İnteraktif olarak katılabileceğini gördü ve insanlara cazip geldi. Medya hem kendi dönüştü hem de izleyicisini dönüştürdü (Ek 3.3).

Buradan geleneksel medyadan uzaklaşıp dijital medyaya geçiş yapan bireylerin yayınlanan içeriklere interaktif bir şekilde katılabildiğini ve bundan daha keyif aldıkları söylenebilir. Bu sayede bireyler istedikleri gibi sorular sorabilmekte ve

yayınlanan içerik hakkında yorum yapabilme özelliğine erişebilmektedirler. Geleneksel medya üzerinde yayın yapan televizyon kurumlarında, interaktif etkileşim dijital medyada olduğu kadar kolay değildir. Medyanın bu şekilde dönüşüme uğramasıyla izleyicinin medyayı kullanma pratikleri de dönüşüme uğramıştır. Literatür kısmında da belirtildiği gibi geleneksel medyada interaktif bir iletişim tarzı olanaksız bir boyuttadır. Dijital medyanın bu durumu kolaylaştırdığı söylenebilir. Bireyler dijital medyanın sağladığı interaktif yetisi ile literatür kısmında bahsedilen kullanımlar ve doyumlar kuramına bağlı olarak bir tatmin içerisine girerler. Yayınlanan içeriklere dahil olarak kendi düşüncelerini belirtmekte ve tartışma yaratarak bir doyum sağlamaktadırlar. Covid-19 pandemisi ile beraber geleneksel medyanın kullanımı özellikle bazı yaş gruplarında azalmış ve bireyler daha çok dijital medyaya geçiş yapmışlardır. Ali Baturay bu geçişi ve sonucunu aşağıdaki cümlelerle ifade ediyor;

Pandemi dönemi bir çok şeyi etkilediği gibi geleneksel medyayı da çok etkiledi. Neredeyse belini kırdı diyebileceğim şekilde. Ve dijital medyanın daha çok önünü açtı (Ek 3.3).

Bu bölümden Covid-19 pandemisi ile dönüşen medya kullanım pratiklerinin geleneksel medyayı kötü etkilediği ve dijital medyayı daha kullanılabilir hale getirdiği söylenebilmektedir. İnsanların özellikle karantina süreci içerisinde evlerinde olmaları dijital medya kullanımını artırmıştır. Kıbrıs'ın kuzeyinde Covid-19'un en etkin olduğu dönemlerde evlerinden çıkmayan bireyler dijital medyayı takip etmiş ve basılı yayınlardan uzak kalmıştır. Bunun nedeni hem dijital medyanın daha kolay ulaşılabilir olmasından hem de virüs nedeni ile gazete baskılarına bir süre ara verilmesinden kaynaklanmıştır. Covid-19 öncesi dijital medyanın yükselişi bazı gazetelerin güç kaybetmesine hatta kapanmasına da neden olmuştur. Sami Özuslu bu süreci şöyle açıklıyor;

Basılı gazete sayısı dramatik olarak 20'lerden 7-8'lere düştüğü dönem oldu. Sonra bir kısmı tekrardan yayınlandı. Ama tabii ki basılı gazetelerin ömrünü tamamlayıp artık dijital sürece girdiğini de o dönüşümü de zaten başlamıştı. Birçok yayın kuruluşu o noktadaydı. Bunu da hızlandırdığını söyleyebiliriz. Yani dijitalleşmeyi. Çünkü basılı gazetelerin dezavantajı da mikrobun virüsünde yayılmasını sağlayabilir. Virüs taşıyan bir meta olarak insanlar kaygı duydu, duymaya da devam ediyor. O yüzden insanlar daha çok dijitalini takip etmeyi tercih ediyor (Ek 3.2).

Literatür kısmında bahsedildiği gibi, pandemi sürecine başlarken KKTC'de basılı olarak 19 gazete bulunuyordu. Covid-19 pandemisi ile geçen süreç içerisinde basılı olarak 7 gazete kalmış, diğer 12 gazete basılı yayınlarını durdurmak zorunda kalmıştır. İlk başlarda, temas yönteminin de Covid-19'un etkili bulaş şekli olması bu kararın alınmasına neden oldu. Yayın hayatlarını durduran gazetelerin birçoğu tekrar yayın hayatlarına dönemediler. Bireyler hem temas edeceği hem de para vereceği geleneksel medyadan uzaklaşarak, internet üzerinden kolaylıkla erişebilecekleri ve görece daha ucuz olan dijital medyayı tercih etmişlerdir. Dijital medya üzerindeki haberler o kadar hızlı yayılıyordu ki ertesi gün çıkan basılı yayınlardaki içerikler artık eskimiş oluyordu. Bu durumun da geleneksel gazeteciliğin önünü kesen olgulardan bir tanesi olduğu söylenebilir. Ali Baturay;

Geleneksel medyanın ne kadar çaresiz ve açmaz içerisinde olduğunu anlamak için mesela kendileri orijinal haberler üreteceğine dijital medya onlardan alsın, onlar dijital medyanın yaptığı özel haberleri alıyorlar ve basılı gazeteye koyarlar ertesi gün. O zaten tüketilmiştir. İnsanlar onu gördü, okudu. Dijital medya birbirinden de alır haberleri ve yayılır zaten. Sen onu ertesi gün gazeteye koyduğun zaman ne anlamı var? Bu durumdan hala geleneksel medya, kağıda basılı gazeteler yönetenler tam bir ders almış değil. Hala aynı açmaz içerisinde gider (Ek 3.3).

şeklinde ifade etti. Tüketilmiş içeriklerin basılı yayınlara aktarılması okuyucuyu özellikle yazılı basından uzaklaştırıp dijital medyaya yakınlaştırmaktadır. Kısacası, dijital medyada yayınlanan haberlerin aynısının ertesi gün basılı yayınlarda yayınlanması geleneksel medyanın önünü kesen unsurlardan bir tanesi olarak ortaya çıkmaktadır. Geleneksel medyada yayın yapmaya devam eden kurumların halen daha

aynı şekilde yayın yaptıklarını ve bu gelişim sürecinden bir ders çıkarmadıkları da söylenebilir. Kıbrıs Türk medyası üzerinde bu süreç açısından dijitalleşmeye doğru ilerleme yaşanmıştır. Covid-19 pandemisinden dolayı bu ilerleme yükselişe geçmiş ve dijital gazeteciliğin geçiş süreci daha da hızlanmıştır. BRT haber programcısı Damla Soyalp'ın bu konu ile ilgili değerlendirmesi ise şu şekildedir:

Yazılı, basılı medyaya sadık olanlar bile artık gazetelerini, haberlerini günlük internet sitelerinden, Facebook üzerinden v.s takip etmeye başladı. Aslında biraz da Kıbrıs Türk medyasını geç kalınmış dijitale götürdü gibi geliyor bana. Ben gelenekselciyim ama basın geç kalmıştı dijitalleşmeye (Ek 3.8).

Teknolojiye bağlı internetin hayatın içerisine bu denli girmesiyle geleneksel medya büyük bir darbe almış ve iktidarını dijital medyaya kaptırmıştır. Son yıllarda fazlasıyla kullanılmaya başlanmış olan dijital medya Covid-19 pandemisi ile daha da rağbet görmeye başlamış ve kullanılabilirliği artmıştır.

#### **4.1.8 İzlenirlik Oranı**

İzlenirlik oranı medya tarihi boyunca hep önemli olmuştur. Dünya üzerinde izlenirlik oranları yayıncı kuruluşlar ve günümüzde Web TV'ler için çok önemli bir unsurdur. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi, geleneksel medyada özellikle yazılı basına getirdiği sınırlamalar ile dijital medya mecralarını çok önemli bir konuma getirmiştir. Geleneksel medyadan uzaklaşan bireylerin dijital medyaya yönelmeleri izlenme oranlarında da artışa neden olmuştur. Covid-19'la birlikte Kıbrıs'ın kuzeyinde de sosyal medya kullanımı artmış ve izlenirlik oranları normal zamana göre üst boyutlarda seyretmiştir. Geleneksel medya çerçevesinden bakıldığında Kıbrıs'ın kuzeyinde televizyonların reyting ölçümü yapılmamaktadır. Sosyal medya üzerindeki izlenirlik Web TV yayını yapan kurumlar için oldukça önem gösterir. Herhangi bir dijital gazetede veya yayımında ne kadar izlenirlik olursa, o kadar sponsor alma şansı artar. Diğer tüm medya ortamlarında olduğu gibi dijital medyada da ana gelir reklamlardan gelmektedir. Reklamcı ise daha çok insana ulaşabilmek için

en çok izlenen programa reklam vermek ister. Ali Baturay bu durumu şu sözlerle ifade ediyor:

kurumsal bir şey kurabilmek için ve/ya dijital medyada personel alacaksa, 8 – 10 tane reklam alması gerekir. Reklam alabilmesi için izlenirlik olması gerekir. Geleneksel medyada izlenirlik kaç denirse ona inanmak zorundayız. Burada izlenirlik görülen bir şey (Ek 3.3).

Sponsor alımı, kurumların ayakta kalabilmesi için elzem bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. İzlenirliğin düşmesi durumunda reklamlar azalır ve gelir düşmeye başlar. Bu da kurumların piyasada kalabilmesini tehlikeye atar. Bunu sağlayabilmek ve sürdürürebilmek için ilgi çekici yayın yapmak kaçınılmazdır. Röportajlar sonucunda sosyal medya üzerinden yayınlanan içeriklerin ve yayınların çok fazla izlenirlik aldığı söylenebilir. Bahsedildiği gibi Kıbrıs'ın kuzeyinde televizyonlarda herhangi bir reyting ölçümü yoktur. Konu ile ilgili Sami Özuslu;

Bizde reyting ölçümü yok. Normal televizyonların, radyoların izlenme yüzdelerini kimse bilmez. Çünkü reyting sistemi yok. Böyle bir araştırma da yok. Dolayısıyla Facebook ve internet ölçülebildiği için insanlar oraya bakıyor. Mesela Covid-19 döneminde bizim yayınlarımızın izlenirliği Facebook üzerinden ciddi bir patlama yapmıştı.. Mesela canlı yayınlar yaptığımız öncülerin yurtta eylem yaptığı, Özok yurdunda bir eylem vardı. Ben onu sabaha doğru canlı yayın yaptım. Yani korkunç rakamlar vardı. 100.000'lere çıkan rakamlar oldu (Ek 3.2).

ifadelerine yer veriyor. Buradan yola çıkarak, Covid-19 döneminde izlenme oranlarının Facebook üzerinden çok ciddi bir yükselişe geçtiği çıkarımı yapılabilir. Dijital medyadaki mecralarda izlenme oranları ölçülebilir olması sebebiyle insanlar bu sayıları takip edebilmektedirler. Covid-19 pandemisi ile bilgiye doğan açlık ve merak Facebook üzerinde yayınlanan içerik ve görüntülerinin izlenim oranlarında yüksek bir artışa neden olmuştur. Bu konuyu daha da pekiştirebilmek adına Hüseyin Ekmekçi'yi alıntılacak olursak;

ben daha fazla Facebook üzerinden izleyiciyle buluştum. Bu dönemde 5000 üzerinde canlı izleyiciye ulaştığımız dönemler oldu ki bu Kıbrıs Türk Medyasının rekoru aslında canlı izleyici anlamında (Ek 3.1).



sözleriyle ele alınabilir. Ekmekçi'nin söylediklerine bakıldığı zaman, sosyal medya mecralarında yayın yapan bir Web TV'nin Covid-19 dolayısıyla ne kadar etkileşim aldığı çıkarımı yapılabilir. Canlı yayın sırasında 5000 izleyici sayısı bulan bir dönem Covid-19'un medyadaki izlenirlik oranını ne kadar etkilediğini göstermektedir. Başka bir örnek olarak Nazar Erişkin:

Benim yayınlarım genelde Facebook üzerinden çok seyredilmiyor. Uydu üzerinden daha çok izleniyor. Geçtiğimiz gün uyduda bir arıza olmuş. Herkes Facebook'tan seyretmeye başladı. Herkes yayın yok diye yazmaya başladı (Ek 3.4).

ifadelerine yer vermiştir. Buradan da bireylerin halen geleneksel medyayı takip ettikleri ve izledikleri söylenebilir. Fakat ikincil bir ekran olarak dijital medya yine bireyler arasında yerini almaktadır. Belirli bir kesim televizyon üzerinden yayınları seyretmekte, fakat herhangi bir problemle karşılaştığı zaman izlenirlik dijital medyaya taşınmaktadır. Kısaca, Kıbrıs'ın kuzeyinde Covid-19 etkisiyle birlikte izlenme oranlarının fazlasıyla artış gösterdiği çıkarımı yapılmaktadır. KKTC üzerinde televizyon izleyen belirli bir kesim olsa da dijital medya üzerinde büyük bir ilgi olduğu söylenebilir. Kıbrıs'ın kuzeyinde yaşanan Covid-19 pandemisi öncesi tırmanışa geçen dijital medya platformları, Covid-19'un da etkisi ile hem gelişim göstermiş hem de daha çok izleyici ile buluşmuştur.

## Bölüm 5

### SONUÇ

Çalışmanın bu bölümü, tez çalışmasının genel sonucu ve öne çıkan temaların değerlendirilmesinden oluşmaktadır. Giriş kısmında da belirtildiği üzere bu çalışma, ‘Covid-19 etkisi ile Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya pratiklerinin dönüşümü nasıl gerçekleşmiştir?’ sorusuna cevap vermektedir.

Bu tez gazetecilerin deneyimlerinden faydalanarak, başka bir deyişle onların kendi ifadelerinden yola çıkarak Covid-19 pandemi süresinde Kıbrıs Türk medyasının betimlemesi üzerine bir çalışmadır. Çalışmada, 8 gazeteci ile görüşülmüş ve röportajlar gerçekleştirilmiştir. Yapılan röportajların çözümlemesi, içerik analizi metodu kullanılarak incelenmiş ve röportajlar içerisinde en belirgin olarak öne çıkan temalar detaylı olarak tartışılarak, betimleyici nitel bir çalışma elde edilmiştir.

Çıkan temaları burada da sıralayacak olursak: Gazeteciler ve Kanaat Önderi, Bilgi Kirliliği, Yurttaş Gazeteciliği, Filtreleme, Kamuoyu Yaratma, Altyapı Yetersizliği, Geleneksel ve Dijital Medya Farkı ve İzlenirlik Oranı’dır.

Kanaat önderi öne çıkan temalardan bir tanesidir. Medya ve kanaat önderi ilişkisi medya tarihinin başından beri vardır. Bu bağlamda, çalışmada ortaya çıkan sonuç, dijital ve sosyal medyanın hızlı mecralar olmasından dolayı bu mecralarda kanaat önderlerinin daha hızlı oluşmaya başlamasıdır. Çalışma özelinde konuşulacak olursa, bu hızda Covid-19’un da etkisi olduğu söylenebilir. İnsanlar böylesi bir bilinmezlik durumunda doğru bilgiye ulaşmak, birilerine güvenmek, hükümetin aldığı kararların doğru olup olmadığı hakkında fikir sahibi olabilmek için birilerine güvenme

ihtiyacı duymuşlardır. Ancak Kıbrıs Türk toplumu, Covid-19 pandemi süresinde hızlı olduğu kadar güvenilir kaynaklardan bilgilerini doğrulayan gazetecileri kanaat önderi olarak kabul etti ve bu gazetecileri takip etti. Toplumda kanaat önderlerinin de etkisi ile sosyal medyada çok hızlı kamuoyu yaratılmış ve bazı durumlarda devlet yetkililerinin aldıkları kararlar değiştirilmiş ya da revize edilmiştir. Sosyal medya kullanımını olmasaydı, hükümet yetkilileri üzerinde kamuoyu baskısı yaratılması herkesin evlerine kapandığı ve sokağa çıkmanın yasak olduğu bir dönemde neredeyse imkansız olurdu. Hükümet yetkilileri de sosyal medyanın bu kadar etkin kullanılmasından faydalanarak kimi zaman kararları üretmeden sosyal medyayı bir kamuoyu araştırma aracı olarak kullanmış ve toplumun konu ile ilgili nabzını ölçmüşlerdir. Bu süreçte bazı grupların kurulması/oluşturulması ve bu gruplar üzerinden hem insanların hem bilirkişilerin (sağlıkçılar vb.) tartışması sosyal medyayı bir kamuoyu aracına dönüştürdüğü söylenebilir. Kamuoyu teması yapılan görüşmelerden çıkan ortak temalardan ikincisi idi.

Covid-19 pandemisi dönemi içerisinde bireyler pandeminin de getirdiği unsurlar dolayısıyla gazeteci kimliğinde hareket ederek bilgi akışına dahil olmuşlar ve sosyal medyanın getirdiği olanaklar çerçevesinde kendilerinin maruz kaldıkları, şahit oldukları durumları cep telefonları ile kaydederek ya kendi sayfalarında paylaşmışlar ya pandemi süresince oluşan sosyal medya gruplarında paylaşmışlar ya da web tabanlı yayın yapan medya kuruluşlarına ulaştırmışlardır. Çalışmada, yurttaş gazeteciliği teması altında incelenen bu durumun bazı durumlarda bilgi kirliliğine, insan hakları ihlallerine neden olduğu da belirtilmiştir. Gazetecilerle yapılan röportajlarda bu durum, geleneksel medya ve dijital medya arasındaki fark üzerinden de anlatıldı. Geleneksel medyada yapılan haberler belli bir kontrol süzgecinden geçerken, yeni medyada böyle bir kontrol mekanizmasının olmaması, aynı zamanda Kıbrıs'ın

kuzeyinde televizyon kanallarını denetleyen Yayın Yüksek Kurulu gibi bir kurumun olmaması burada paylaşılanların daha da kontrolsüz olmasına neden olduğu söylenebilir. Bu süreçte, yanlış bir haber yapan herhangi bir internet gazetesinin haberini kişilerin paylaşması, yanlış bilginin hızla yayılmasına ve bilgi kirliliği oluşmasına neden olmuştur. Böylesi durumlar gazetecilerin, özellikle kanaat önderi olarak görülen gazetecilerin meslek misyonlarına bir misyon daha eklemiştir: bilgiyi teyit etmek ve insanları bu bilginin doğruluğuna inandırmak.

Bireyler çalışmanın ana teorisini oluşturan ‘kullanımlar ve doyumlar’ kuramı ile bağlantılı hareket ederek, kendileri de içerik üretip paylaşım yapmışlardır. Bireyler, Covid-19 süresince sosyal medyayı kullanarak, kendilerine kişisel tatmin sağladıkları bir araca dönüştürmüştür. Kimi zaman, yurttaş gazeteciliği yapan bireylerin yarattığı bilgi döngüsü, büyük bir bilgi kirliliğine de neden olmuştur.

Bilgi kirliliği teması çalışmada öne çıkan önemli temalardan bir tanesi idi. Bu süreçte, bilginin hızlı yayılması bilgi kirliliğini daha da artırmıştır. Covid-19 pandemi süresince Kıbrıs Türk medyası hem bilgi kaosunun yarattığı yalan haberlere karşı büyük bir savaş vermiş, hem de kendi bünyesinde barındırdığı gazetecilerin girdiği haber yarışı yüzünden dönemin getirdiği hız çağı ile bilgi kirliliğine neden olmuştur. Covid-19 pandemisi özellikle ilk aylarda tüm dünya için bir bilinmezdi ve bilimsel bilginin azlığı hem bilgi kirliliğini artırdı hem de insanların bu bilinmeze olan merakı bu süreci hızlandırdı. Daha çok bilginin paylaşılması ise doğru bilginin yanlışlar içerisinde zor ayırt edilmesine neden oldu. Bu bilinmezlik insanları gördükleri her habere inanmalarına ve bunu yaymalarına neden oldu. İnfodemik kavramı, Covid-19 ile literatüre girmiş ve hızlı yayılan bilgiye işaret eden önemli bir kavram olmuştur. Bu kavram, salgın ve bilgi kelimelerinin birleşmesinden oluşmaktadır. İngilizcede ‘information’ ve ‘pandemic’ sözcüklerinden gelmektedir. “Dünya Sağlık Örgütü,

Covid-19'a yönelik gerçek dışı ya da hatalı bilgilerin yayılımının aşırı bilgi yükünün kaçınılmaz olarak beraberinde yanlış veya güvenilir olmayan bilgileri de getirmesini, yanlış bilgi epidemisini tanımlamaktadır” (Gölbaşı & Metintaş, 2020, s. 127). Yeni medyanın filtreleme işleminden geçmeyen içerikleri barındırması, bahsedilen bilgi kirliliği ile bağlantılı seyretmektedir. Covid-19'un etkisini göstermesiyle hayat internet üzerine kurulmuş, bu da beraberinde teknik altyapı yetersizliğini getirmiştir. Kıbrıs Türk medyasının dijital yeterliliği olmamasına rağmen, artan teknoloji kullanımını geliştirme süreci pandemi etkisiyle hız kazanmıştır. Daha önce de belirtildiği üzere Kıbrıs'ın kuzeyinde en çok kullanılan sosyal medya mecrası olan Facebook, Kuzey Kıbrıs'ta internet altyapısının yetersizliğinden fazlasıyla etkilenmiş ve Web TV'lerin yayın kalitesinde problem yaşanmıştır. Bu süreçte internet servis sağlayıcıları, internete karşı doğan ihtiyaçtan dolayı daha iyi bir ağ ortamı sağlamaya çalışmışlardır.

Pandemiden önce de yavaş yavaş dijital ortamlara taşınan, tamamen olmasa da karasal ve/ya uydu yayınlarını internet tabanlı platformlarla destekleyen Kıbrıs Türk medyası, pandeminin de etkisiyle dijital yayıncılık yatırımlarını artırmış ve dijital medya pratiklerini revize etmeye hız vermiştir. Geleneksel medyada, interaktif etkileşim dijital medyada olduğu kadar kolay değildir. Bu nitelik de izleyicinin dijital medyayı ve/ya dijital medyada da yayınlanan programları tercih etmelerine neden olmuştur. Bunun nedeni açıktır: anında geribildirim ve interaktif iletişim. İzleyici de daha çok dahil olabileceği medyayı tercih etmektedir. Kısaca, medya kuruluşları ve medya insanları yeni ortama kendilerini adapte etmeye çalışırken izleyicinin medya kullanma pratiklerinde de değişim, dönüşüm olmuştur. Dijital medyanın sağladığı interaktif iletişim, kullanımlar ve doyumlar kuramına bağlı olarak bireylerin bir tatmin içerisine girmesini sağlar. Sosyal medya kullanıcıları, paylaşımı yapılan içeriklere

dahil olarak kendi düşüncelerini belirtmekte ve tartışma yaratarak kendileri için bir doyum sağlamaktadırlar. Covid-19 pandemisiyle Kıbrıs'ın kuzeyinde yazılı basın zarar görmüş ve 19 gazetenin 12'si basımlarını durdurmuştur. Bu pandeminin direk etkilerinden biri olarak görülebilir. Kıbrıs'ın kuzeyinde yaşayan halkın yeni medyaya yönelmesi internet tabanlı yayınların daha çok izlenmesine neden olarak izlenirlik oranını artırmıştır. Bu artış, insanların daha çok evlerinde olması, dijital medyaya erişimin kolay olması ve pandeminin getirdiği bilinmezliğe merak gibi farklı faktörlerin bir araya gelmesi ile açıklanabilir. Medya pratiklerinin değişimi, Covid-19 pandemi süreci ile hızlansa da zaten yavaş yavaş dijital yayınlara taşınan Kıbrıs Türk medyası için bu durum, geçişi hızlandıran bir süreç olarak adlandırılabilir.

Buraya kadar, bu araştırmada gazeteciler ile, daha çok canlı programlarla izleyici ile buluşan gazeteciler ile, görüşmelerden ortaya çıkan temalardan yola çıkarak Kıbrıs'ın kuzeyindeki medya pratiklerinin betimlemesi yapılmıştır. Öne çıkan tüm temalar bizi tek bir kavrama götürmektedir: Medya Okuryazarlığı. Dijital medya ile hayatlarımıza dahil ettiğimiz medya pratikleri geleneksel medyaya oranla daha interaktif pratiklerdir. Bu da medya insanları kadar, sıradan insanların da medya okuryazarı, daha iyi bir ifade ile dijital medya okuryazarı olmaları gerektiğine işaret etmektedir. Kıbrıs'ın kuzeyinde Covid-19 pandemi süresince medya etik değerlerine uymayan gazetecilerin de olduğu yapılan röportajlarda belirtilmiştir. Ama yaşanan bilgi kirliliğinin nedeni insanların da doğru kaynağı değerlendirme yeti ve bilgilerinin olmamasından kaynaklanır. Medya okuryazarlığı, “medyadan alınan farklı bilgilerin kabul edilmesi, analiz edilmesi, birleştirilmesi, değerlendirilmesi ve yeni bilgilerin oluşturulması, olarak tanımlanmaktadır” (Berberoğlu, 2013, s. 14). Medya okuryazarlığı bu nedenle önemlidir.

Doğru haber yapmanın gazetecilerin mesleki sorumluluğu olduğu bilinmektedir. Ve nasıl, bu sorumluluk, pandemi gibi kriz dönemlerinde gazetecilerin yaptıkları haberlerin sonuçları üzerine düşünmelerini gerektiriyorsa, kişilere de bu sorumluluk vatandaş olarak düşmektedir. Özellikle yeni medya platformlarında paylaştıkları haberlerin, bilgilerin doğruluğunu bilerek, gerekirse teyit ederek paylaşmalıdırlar. Önlere düşen her bilgiyi paylaşmamalıdırlar. Bu da ancak medya okuryazarı yeni tabiri ile yeni medya okuryazarlığı ile mümkündür. Bu da Kıbrıs'ın kuzeyinde yeni medya okuryazarlığının eğitiminin farklı aşamalarına dahil olması ile gerçekleştirilebilir.

### **5.1 Yeni Araştırma Önerileri**

Bu çalışmada medya insanların deneyimleri üzerinden dönüşen medya pratikleri incelenmiştir. İleride yapılacak çalışmalarda bireylerin nasıl etkilendiğini ölçmek üzerine çalışmalar yapılabilir. Kısaca, Covid-19 pandemi etkisi ile kişilerin medya kullanım pratikleri değişimi nicel araştırma yöntemleri ile incelenebilir.

## KAYNAKLAR

- Adam, M. (2020, Temmuz 27). Hashtag Nedir, Nasıl Kullanılır? Mor Adam :  
<https://www.moradam.com/20180211205849/hashtag-nedir-nasil-kullanilir/>  
adresinden alındı
- Akan, Y. (2018, Haziran 9). Yeni Medya Nedir? Ne İş Yapar? Pazarlama Türkiye:  
<https://pazarlamaturkiye.com/gun-gectikce-populerlesen-yeni-medya-nedir-ve-ne-is-yapar/> adresinden alındı
- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 139.
- Alikılıç, İ., & Özkan, B. (2018). Bir Sosyal Medya Pazarlama Trendi, Hatırlı Pazarlama ve Etkileyiciler: Instagram Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 48.
- Babacan, M. E., Hira, İ., & Haşlak, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. Sakarya Üniversitesi, 72.
- Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri , 775.
- Baturay, A. (2020, Kasım 24). Pandemi Döneminde Gazetecilik: Kuzey Kıbrıs, Türkiye ve Dünya Pratikleri. (Y. D. Atay, Röportaj Yapan)



Bayrak, H. (2018, Şubat 1). 2018 İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri.

Dijilopedi: <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/#:~:text=2017%20y%C4%B1%C4%B1%20sosyal%20medya%20istatistikleri,say%C4%B1%203.2%20milyara%20ula%C5%9Fm%C4%B1%C5%9F%20durumda>. adresinden alındı

Bayrak, H. (2020, Şubat 2). 2020 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım

İstatistikleri. Dijilopedi: <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/#:~:text=We%20Are%20Social%202020%20raporuna%20g%C3%B6re%20sosyal,say%C4%B1s%C4%B1%203.80%20milyara%20ula%C5%9Fm%C4%B1%C5%9F%20durumda>. adresinden alındı

Berberoğlu, E. O. (2013). Medya Okur-Yazarlığı ve Mesajların Anlamlandırma Süreci. Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi, 14.

Bulunmaz, B. (2011). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak? Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 28.

Bulut, E. (2020, Ekim 18). Yeni Rekor. Facebook: <https://www.facebook.com/hekmekci/posts/10157237147561901> adresinden alındı

Creswell, J. W. (2019). Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş. Ankara: Sage.

Çoban, B., & Ataman, B. (2015). Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya. İstanbul: Kafka Yayınları .

Dolunay, A., & Kasap, F. (2017). Basın Hak ve Özgürlüklerin Yeni Medya Üzerinden Değerlendirilmesi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Örneği. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı (s. 536). Lefkoşa : İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Domanicdag, S. (2020, Temmuz 4). Karantinasız Girişlere Hayır. Facebook: <https://www.facebook.com/groups/756994815110714/permalink/760084028135126> adresinden alındı

Ercan, E. E. (2020). KKTC'de Basın Kültürü. Ankara: Gece Kitaplığı.

Erdoğan, İ. (2013). Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 256.

Eren, V., & Aydın, A. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 198.

Evers, H. (2010). İnternet haberciliği: Yeni etik sorunlar mı? B. Çaplı, & H. Tuncel içinde, Televizyon Haberciliğinde Etik (s. 327). Ankara: Fersa Matbaacılık.

Flaş Kıbrıs. (2020, Temmuz 12). Karantinasız Girişlere Hayır Grubu eylem yapacak! Flaş Kıbrıs: <https://flaskibris.com/karantinasiz-girislere-hayir-grubu-2-eylem-yapacak/> adresinden alındı

Gazetda Kıbrıs. (2021, Ocak 1). Panik yaratma aracı olarak medya: Koronavirüs Pandemisi. Gazetda Kıbrıs: [https://gazeddakibris.com/panik-yaratma-araci-olarak-medya-koronavirus-pandemisi/?fbclid=IwAR0AYZ0akOOzuCgiLvVo0\\_nmaTeZ8jb88-X9P1qYzcZhiqJLZkSFcIZJAVQ](https://gazeddakibris.com/panik-yaratma-araci-olarak-medya-koronavirus-pandemisi/?fbclid=IwAR0AYZ0akOOzuCgiLvVo0_nmaTeZ8jb88-X9P1qYzcZhiqJLZkSFcIZJAVQ) adresinden alındı

Gölbaşı, S. D., & Metintaş, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve İnfodemi. ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi, 127.

Güz, N. (2019). Yeni Medya Çağında Siyasi Konuşma ve Kanaat Önderliği:. Yeni Medya Hakemli, Akademik, E-Dergi, 4.

Haber Kıbrıs. (2020, Ağustos 10). Kamuoyu baskısı sonuç verdi. Haber Kıbrıs: <https://haberkibris.com/kamuoyu-baskisi-sonuc-verdi-1757-2020-08-10.html?fbclid=IwAR20wkAabr1R02zp10Hms2O5greBKF5jPgt5iD9gSCsTNVqnryDBIGDyeF8> adresinden alındı

Haber Kıbrıs. (2020, Ekim 6). Kapalı Maraş Açılıyor! Haber Kıbrıs: <https://haberkibris.com/kapali-maras-aciliyor-1706-2020-10-06.html> adresinden alındı

Haber Kıbrıs. (2020, Mart 18). Karar bu akşamdan uygulanıyor. Haber Kıbrıs: [https://haberkibris.com/karar-yarini-beklemeden-bu-aksamdan-uygulaniyor-2020-03-18.html?fbclid=IwAR180MGT6X\\_s\\_P94dwXdyhqyfjFvR2hw2A64w974\\_wkQOvZ44DzrbGgPuOc](https://haberkibris.com/karar-yarini-beklemeden-bu-aksamdan-uygulaniyor-2020-03-18.html?fbclid=IwAR180MGT6X_s_P94dwXdyhqyfjFvR2hw2A64w974_wkQOvZ44DzrbGgPuOc) adresinden alındı

Haşiloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örnekleme ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi, 20.

Hürriyet. (2020, Mart 14). KKTC'de corona virüs önlemleri üst seviyede! Giriş çıkışlar kapatıldı. Hürriyet: <https://www.hurriyet.com.tr/dunya/son-dakika-haberler-kktcde-corona-virus-onlemleri-ust-seviyede-giris-cikislar-kapatildi-41468810> adresinden alındı

İşlek, M. S. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi. T.C Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 18.

Karantinasız Girişlere Hayır. (2020, Haziran 30). Şubat 21, 2021 tarihinde Facebook: <https://www.facebook.com/groups/756994815110714> adresinden alındı

Kıbrıs, V. (2020, Aralık 17). Covid-19 Salgını Yeni Bir İletişim Ortamı Yarattı. Ve Kıbrıs: [https://www.vekibris.com/covid-19-salgini-yeni-bir-iletisim-ortami-yaratti/?fbclid=IwAR23vEZ-oGD5gPAVsBzl0DbqJ8HaPDL4\\_nMo4jzK-jMuWVTDK8gqdbHG0dM](https://www.vekibris.com/covid-19-salgini-yeni-bir-iletisim-ortami-yaratti/?fbclid=IwAR23vEZ-oGD5gPAVsBzl0DbqJ8HaPDL4_nMo4jzK-jMuWVTDK8gqdbHG0dM) adresinden alındı

Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 233.

Kıyan, Z., & Törenli, N. (2017). Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye'deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme. The First International Conference on New Trends in Communication (s. 43). İstanbul: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.

KKTC Enformasyon Dairesi. (2021, Ocak 27). Günlük Gazeteler. Ocak 27, 2021 tarihinde KKTC Enformasyon Dairesi: <https://pio.mfa.gov.ct.tr/gunluk-gazeteler/> adresinden alındı

KKTC Enformasyon Dairesi. (2021, Ocak 27). Haber Portalları. KKTC Enformasyon Dairesi: <https://pio.mfa.gov.ct.tr/haber-portallari/> adresinden alındı

KKTC Enformasyon Dairesi. (2021, Ocak 27). Radyo Kanalları. KKTC Enformasyon Dairesi: <https://pio.mfa.gov.ct.tr/radyo-kanallari/> adresinden alındı

KKTC Enformasyon Dairesi. (2021, Ocak 27). TV Kanalları. Ocak 27, 2021 tarihinde KKTC Enformasyon Dairesi: <https://pio.mfa.gov.ct.tr/tv-kanallari/> adresinden alındı

Koçak, N. G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Ve Motivasyonlarının Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama (Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kurt, A. A., & Kürüm, D. (2010). Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22.

Kümbetoğlu, B. (2020). Niteliksel Araştırmalarda Analiz. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Leventler, M., Bakırçalı, Ö., & Gönül, E. (2020). Covid-19 Virüsünün Dijital Medya ve Mobil Üzerindeki Etkisi. İstanbul: MMA Türkiye.

Özuslu, S. (2020, Mart 21). Özok Yurdu Eylemi. Facebook: <https://www.facebook.com/sami.ozuslu/videos/10156714745436857> adresinden alındı

Sabuncuoğlu, A. (2014). Sosyal Medyadaki Yeni Kanaat Önderlerinin Birer Reklam Aracı. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 4.

Sancar, G. A., & Karsak, B. (2017). Halkla İlişkilerde Yeni Nesil Kanaat Önderleri Kullanımı: Snapchat Üzerine Niteliksel Bir Araştırma. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı (s. 317). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Social, W. a. (2020, Ocak 30). 2020 Yılı Global Dijital Raporu. Fundalina: <https://www.fundalina.com/2020-yili-global-dijital-raporu/> adresinden alındı

Şenova, E. (2020, Haziran 30). Sosyal medyada "karantinasız girişlere hayır" kampanyası! Kıbrıs Postası: [https://www.kibrispostasi.com/c35-KIBRIS\\_HABERLERI/n334977-sosyal-medyada-karantinasiz-girislere-hayir-kampanyasi](https://www.kibrispostasi.com/c35-KIBRIS_HABERLERI/n334977-sosyal-medyada-karantinasiz-girislere-hayir-kampanyasi) adresinden alındı

Taşdöğen, C. (2019, Aralık 3). Sosyal Medya Nedir? Enstitü: <https://www.iienstitu.com/blog/sosyal-medya-nedir> adresinden alındı

Üniversitesi, Y. D. (2020, Kasım 24). Pandemi Döneminde Gazetecilik: Kuzey Kıbrıs, Türkiye ve Dünya Pratikleri. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=0SniyQxD0jk>. adresinden alındı

Varnalı, K. (2013). Dijital Kabilelerin İzinde: Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar. İstanbul : Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Vural, Z. A., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yaşar University, 3351.

Yanık, A. (2016). Yeni Medya Nedir? Ne Değildir? Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 902.

Yeditepe Üniversitesi Hastaneleri. (2020, Kasım 10). Koronavirüs Hakkında Doğru Bilinen Yanlışlar. Yeditepe Üniversitesi Hastaneleri: <http://www.yeditepehastanesi.com.tr/koronavirus-hakkinda-dogru-bilinen-yanlislar> adresinden alındı

Yıldız, D. H. (2020). Sosyal Bilimlerde Yöntem. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

Yıldız, S., & Sümer, H. H. (2010). Medya ve Ahlaki Panik. Erciyes İletişim, 36.

Yoltay, Z. (2019, Şubat 11). Röportaj Nedir | Röportajın Özellikleri Türleri ve Örnekleri. Bilgenç Yeni Nesil Eğitim Platformu: <https://www.bilgenc.com/roportaj-nedir-ozellikleri/> adresinden alındı

Yüksel, D. D. (2007). “Kamuoyu Oluşturma” ve “Gündem Belirleme” Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır? Sosyal Bilimler Dergisi, 572.

Yüksel, H. (2014). İnternet Gazeteciliğinde Bilgi Kirliliği Sorunu. Atatürk İletişim Dergisi, 132.

Zirve Kıbrıs. (2020, Aralık 22). Karantinasız Girişlere Hayır. Facebook: <https://www.facebook.com/zirvekibris/photos/a.120331709558120/221193072805316/> adresinden alındı



## **EKLER**

## EK 1: Röportaj Soruları

- Kıbrıs'ın kuzeyinde aktif olarak çalışan Hüseyin Ekmekçi, Sami Özuslu, Ali Baturay, Nazar Erişkin ve Ulaş Barış isimli 5 gazeteciye sorulan sorular.
1. Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?
  2. Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığımızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?
  3. Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansısı nasıl oldu? Ya da Kıbrıs Türk medyasını nasıl dönüştürdü?
  4. Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?
  5. Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?
  6. Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?
  7. Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?
  8. Sizce Kıbrıs'ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?
  9. Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde sosyal medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?
  10. Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

## **EK 2: Anket Soruları ve Çözümleri**

- İnternet üzerinden yapılan ve 250 kişinin katılım gösterdiği anket soruları ve sonuçları (Çalışma Kıbrıs'ın Kuzeyinde yaşayan kişilerle sınırlıdır)

1. Cinsiyetiniz Nedir?

- A) Erkek**
- B) Kadın**
- C) LGBTQI+**
- D) Diğer..... (Belirtiniz)**

2. Kaç yaşındasınız?

- A) 0-17**
- B) 18-30**
- C) 30-45**
- D) 45-65**
- E) 65 ve üstü**

3. Eğitim durumunuz nedir?

- A) Lise Mezunu**
- B) Üniversite Mezunu**
- C) Master /Doktora**
- D) Diğer (Belirtiniz)**

4. En çok kullandığınız medya nedir? Neden?

**A) Geleneksel Medya (Televizyon, radyo, gazete)**

**B) Yeni Medya (Sosyal Medya, Netflix, Online Gazeteler, TVlerin online sayfaları, vs.,)**

**Neden.....**

5. Sosyal Medya kullanıyorsanız, en çok kullandığınız sosyal medya (ağ) nedir?

**A) Facebook,**

**B) Instagram,**

**C) Twitter,**

**D) Diğer..... (Belirtiniz)**

6. Kıbrıs'ın Kuzeyi'nde bilgi almak için hangi haber sitelerini takip ediyorsunuz?

**A) Haber Kıbrıs**

**B) BRT Haber**

**C) Kıbrıs Postası**

**D) Zirve Kıbrıs**

**F) Yenidüzen/Sim TV\_radyo**

**E) Diğer..... (Belirtiniz)**

7. Kıbrıs'ın Kuzeyi'nde bilgi almak için her hangi bir gazeteciyi/kişiyi takip ediyor musunuz?

**A) Hüseyin Ekmekçi**

**B) Ali Baturay**

**C) Sami Özuslu**

**D) Nazar Erişkin**

**E) Ulaş Barış**

**D) Diğer..... (Belirtiniz)**

**E) Etmiyorum**

8. Covid-19 sürecini en çok hangi kaynak/kişilerden takip ettiniz?

**A) Yerel**

**B) Türkiye**

**C) Uluslararası**

9. Bu süreçte sosyal medyada dahil olduğunuz grup ya da gruplar var mıdır?

Varsa bunlar nelerdir? Sıralayınız.

**A) Evet**

**B) Hayır**

**Belirtiniz: .....**

10. Bu süreçte yeni medya/sosyal medya kullanımınız arttı mı?

**A) Evet**

**B) Hayır**

11. Pandemi süresinde ve/ya Covid-19 hakkında bilgi paylaşımı yapar mısınız?

(Hayır ise 12. Soruyu cevaplamayınız)

**A) Evet**

**B) Hayır**

**C) Belirtiniz...**

12. En çok nasıl statüler paylaştınız? Paylaştınız?

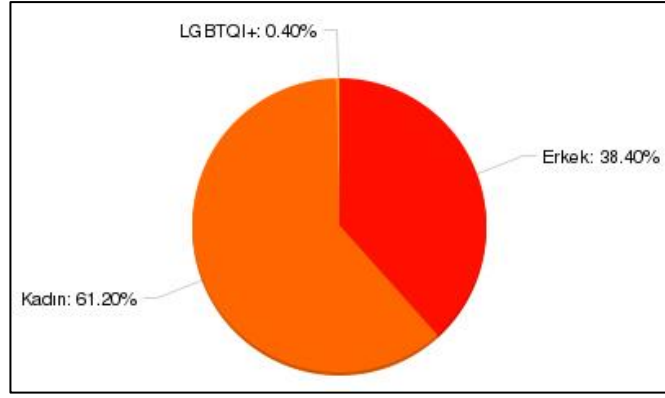
**A) Kendi statülerimi**

**B) Gazete Haberlerini**

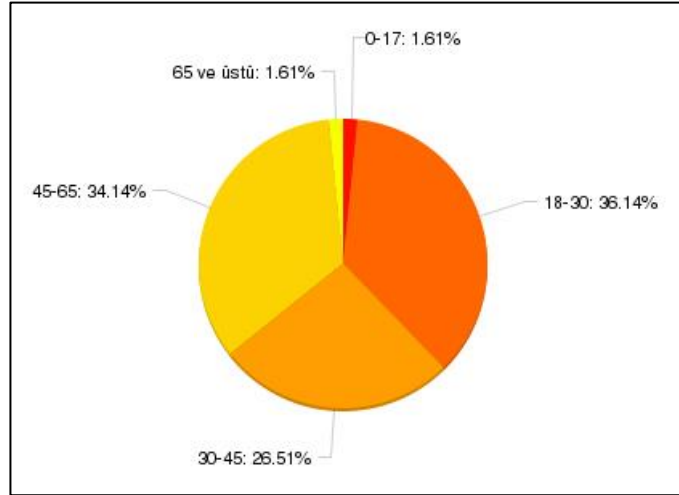
**C) Başkalarının statülerini**

**D) Sağlık sitelerinden bilgilendirici yazıları**

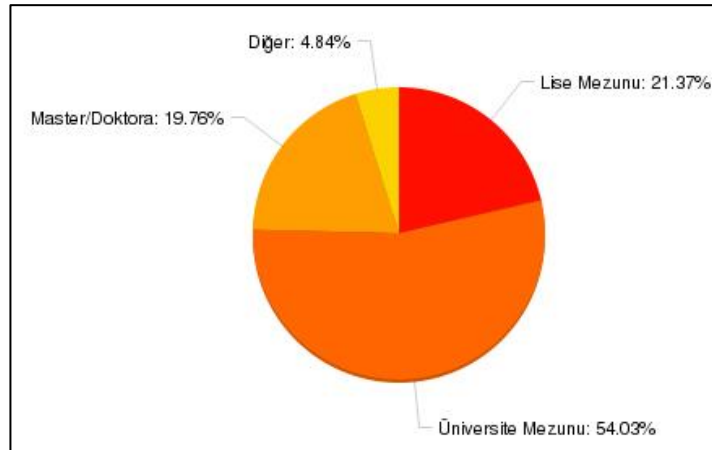
**E) Gazetecilerin paylaşımlarını**



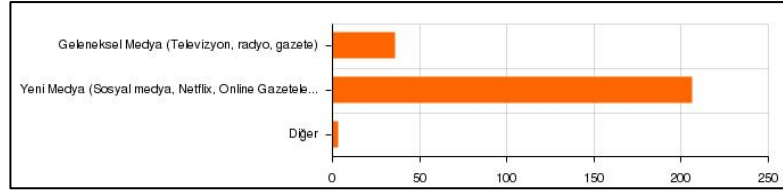
Ankete katılanların cinsiyet dağılımı



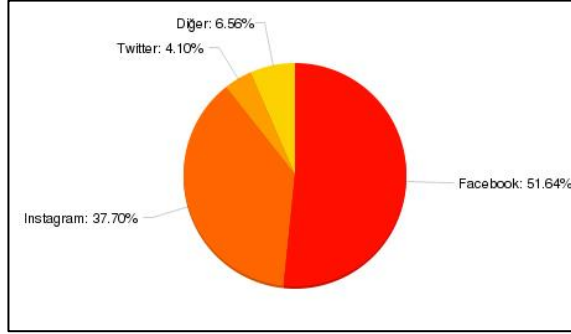
Ankete katılanların yaş dağılımları



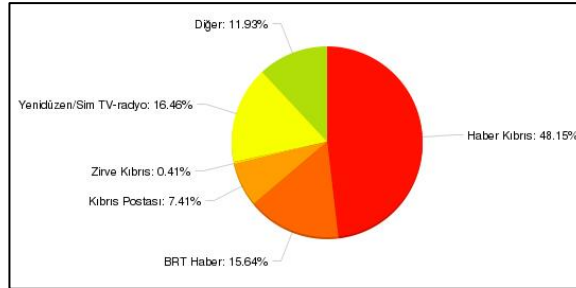
Ankete katılanların eğitim durumları Soru



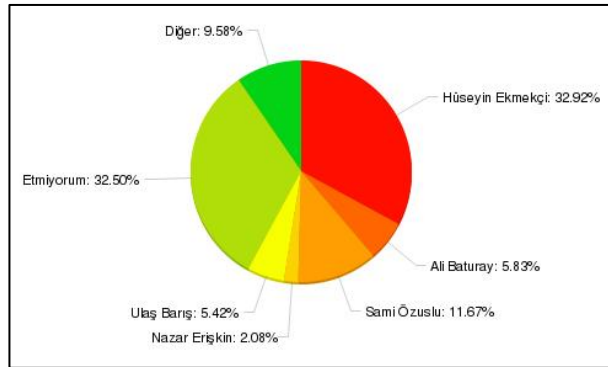
Ankete katılanların en çok kullandıkları medya



Ankete katılanların en çok kullandıkları sosyal medya

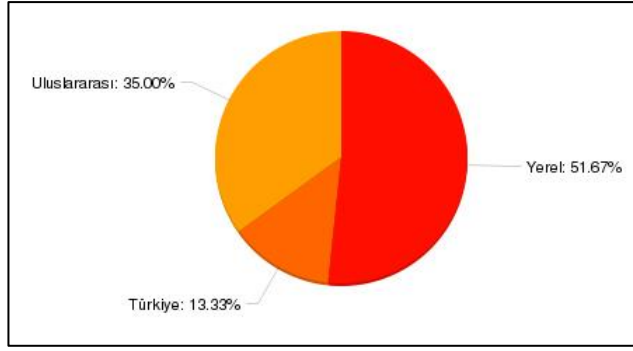


Ankete katılanların en çok takip edilen haber sitesi

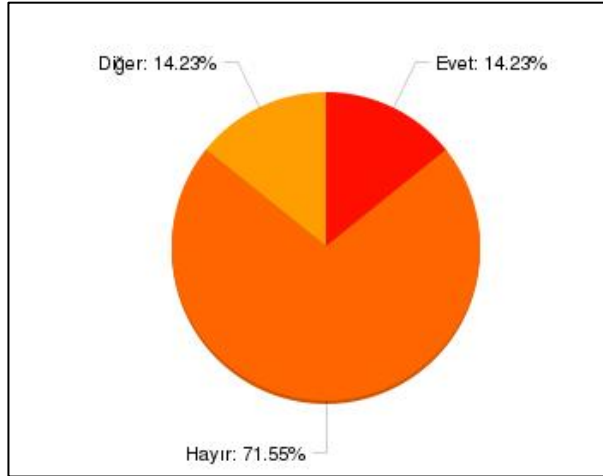


Ankete katılanların en çok takip ettikleri gazeteci/kişiler

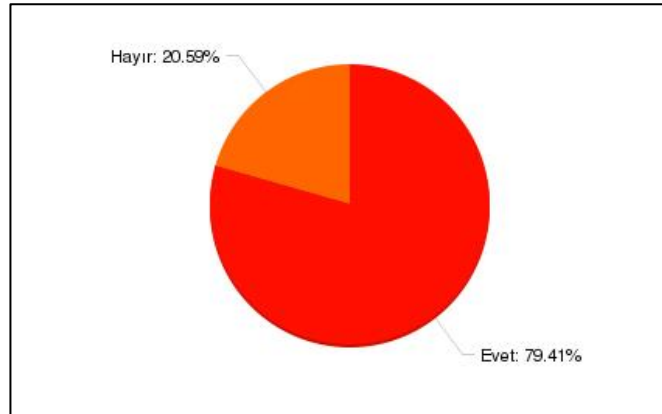




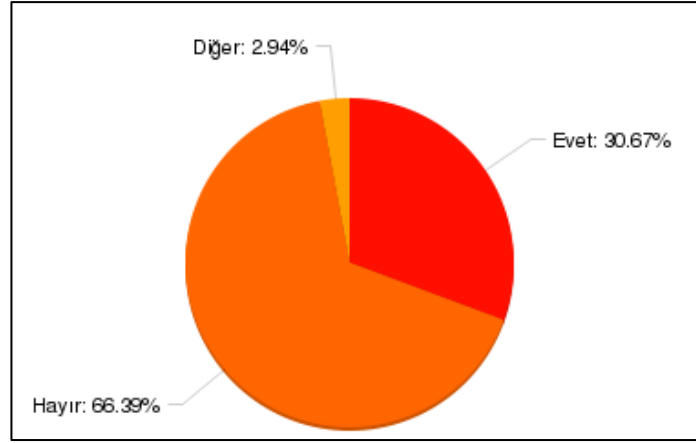
Covid-19 sürecinde en çok takip edilen kaynaklar



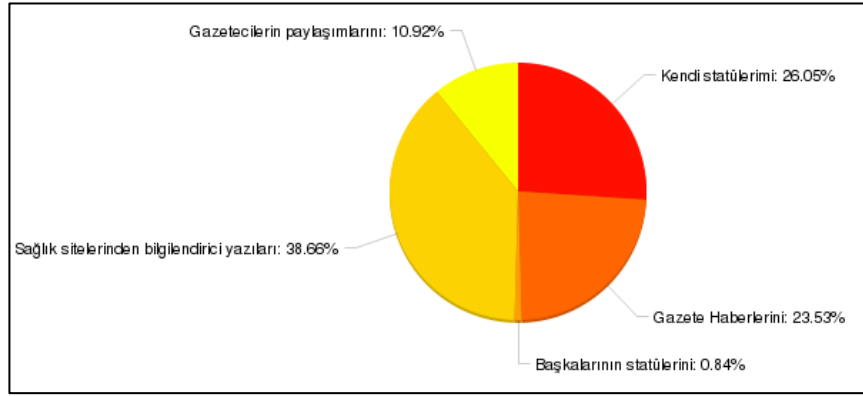
Covid-19 sürecinde dahil olunan grupların dağılımı



Covid-19 sürecinde yeni medya kullanım oranları



Covid-19 sürecinde bilgi paylaşımı dağılımı



Covid-19 sürecinde bireylerin nasıl statüler paylaştığı dağılımı

## EK 3: Röportajlar

Bu bölümde Kıbrıs'ın kuzeyinde aktif olarak çalışan Hüseyin Ekmekçi, Sami Özuslu, Ali Baturay, Nazar Erişkin, Ulaş Barış, Canan Onurer, Pınar Barut ve Damla Soyalp isimli 8 gazetecinin röportajları bulunmaktadır.

### Ek 3.1 Haber Kıbrıs Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Ekmekçi

1- Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*İsmim Hüseyin Ekmekçi. 2.11.1975 doğumluyum. 1991 yılında gazeteciliğe başladım. Yaklaşık 30 yıldır gazetecilik dışında hiçbir iş yapmadım. Şu an Haber Kıbrıs Genel Yayın Yönetmeni olarak görev yapıyorum. Dijital Medya ile ilgili bir alanda faaliyet gösteriyoruz. Evli ve iki çocuk babasıyım.*

2- Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığınızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Şimdi kriz başladığında biz yani şöyle baktım ben olaya. Her dönemin kendine has bir ruhu vardır ve pandemi döneminde, pandemi gazeteciliği yapmamız gerektiğini düşündüm ben ve ekibi de öyle organize ettik. Ve Mart ayında Alman vakaların çıkması ile birlikte bilgi açığını, oradaki bütün bilgi kanallarını, sağlık ekiplerini v.s bir bir doğru bilgiyi alacak ve insanlara hızlı bilgi aktaracak şekilde bir gazeteci olarak kendi etrafımda dizayn etmeye çalıştım. İnsanlar gerçekten bilgiyi istiyor. Bilgiye ulaşmak istiyor, merak ediyor ve hızlı bir şekilde de hızlı ve doğru bilgiye de ulaşmak istiyor. Bu anlamda biz Haber Kıbrıs olarak bütün organizasyonumu yaptık. Yaklaşık 11 aydır da bu şekilde çalışmaya devam ediyoruz.*

3- Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansımaları nasıl oldu? Yada Kıbrıs Türk Medyasını nasıl dönüştürdü?

*Şimdi bir kere canlı yayınlar arttı. Dijital medya anlamında da canlı yayınlar arttı. Bir çok gazeteci arkadaşımız kendini buna yönelik olarak geliştirdi, değiştirdi. Bir çok yeni haber kanalı veya sosyal medyada sadece sosyal medyada bilgi aktaran gazeteciler türedi. Ben kendi açımdan değerlendirebilirim bunu. Doğru haber kaynakları bu dönemde ciddi bir önem kazandı. Çünkü çok ciddi bir bilgi kirliliği var. Ve en ufak bir bilgi kirliliği inanılmaz derecede insanları domine ediyor, yanlış yönlendiriyor. Paniğe neden oluyor. Ekonomiyi etkileyecek noktaya kadar, yani ülke ekonomisini etkileyecek noktaya kadar getiriyor. Dolayısıyla gazetecilerin doğru ve hızlı bilgi vermesi bu dönemde çok ciddi bir hız kazandı. İşini doğru yapan, kaynağını*

*doğru sorgulayan insanlara vaktinde doğru bilgiyi aktaran gazeteciler bu süreçte bir adım öne çıktı.*

4- Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

*Facebook. Ama bu dönemde Youtube da gelişti Haber Kıbrıs açısından ve benim açımdan. Youtube izleyicisinde de ciddi bir artış var. Özellikle Facebook'un daha çok kullanıcıya sahip olması, daha çok farklı yaşta izleyiciyle buluşabiliyor olması Facebook'u bu dönemde bir adım öne çıkardı benim açımdan. Gençlerin Instagram'dan da özellikle o haberleri paylaşmakta büyük bir talebi oluyor ama dediğim gibi ben daha fazla Facebook üzerinden izleyiciyle buluştum. Bu dönemde 5000 üzerinde canlı izleyiciye ulaştığımız dönemler oldu ki bu Kıbrıs Türk Medyasının rekoru aslında canlı izleyici anlamında. Dolayısıyla bu dönemde en çok Facebook. Bir de herhalde şu da etkiledi; güvendiği gazeteciler hangi mecradaysa insanlar o mecrada kaldı. Böyle de bir gerçek var.*

5- Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

*Yani olayın kendisi zaten önemli. Ama şu olay diyebileceğim olay; siyaset ve sağlık arasında kavga yaşandı bir dönem ve o dönemde sağlık kazandı. Yetkiyi sağlık üst kuruluna verdiler. O çok önemliydi. Sağlıkçıların kazanmasıyla da birlikte toplum da kazandı aslında. Bana göre bu sürecin en önemli olayı; Sağlık Üst Kurulu'nun tam yetkili olarak kılınması süreci oldu. Bütün o hükümet belirsizliğine de kavgasına rağmen.*

6- Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

*Bu süreç tamamen sosyal medya üzerinden döndü. Sosyal medyada insanlar isyan etti, kararlar iptal edildi. Sosyal medyada insanlar bilgiye ulaşmaya çalıştı, doğru bilgiye sosyal medya üzerinden ulaştı. Merak ettiklerini oradan sordu, oradan cevap aldı. Dolayısıyla süreci domine eden sosyal medya oldu. Onu da açıkça söyleyebiliriz.*

7- Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*Az önce aslında cevabını verdim. Doğru bilgi tektir, aynı anda birden fazla doğru bilgi olmaz. Dolayısıyla kısa sürede sosyal medyadaki tartışmalar insanların tepkisini ortaya koydu. Ben hatta şunu da söylüyorum; iyi ki kararlarında ısrarcı olmadı siyasetçiler. Yani eğer olsalardı birçok yanlış karar uygulamada kalacaktı. Dolayısıyla sosyal medya karar alıcılarında doğru noktaya gelmesinde birçok konuda etkili oldu. Zaman zaman yanlış kararlar alınmasına da, zümresel kararlar alınmasına da neden oldu sosyal medya. Ama günün sonunda doğruya ulaşıldı. Onu söyleyebiliriz. Medyanın da ama sağlıkçılarında bunda çok ciddi etkisi oldu.*

8- Sizce Kıbrıs'ın Kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*Bence halen daha Facebook'tur en etkili mecra Kıbrıs'ta. Yani haberci olarak bakıyorum ben çünkü. Instagram'ın farklı, Twitter'in farklı özelliği var ama bence en etkili Facebook. Haber açısından da haberciler açısından da halen daha en çok kullanılan ve tercih edilen izleyiciye, vatandaşa ulaştıkları mecra orası.*

9- Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

*Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya %100 etkili olmuştur. Yani örneğin; karantina konusu. Karantina çok tartışılmıştı. Özellikle öğrencilerin isyanları olmuştu, Türkiye'den gelenlerin isyanları olmuştu ama orada vatandaşların korkusu, tepkisi sosyal medyadaki örgütlenmesi hükümetin önce 7 gün sonra 10 gün karantina kararı almasında etkili oldu.*

10- Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Yani kaygıları arttı insanların. Kaygıları arttıkça bir çare, bir ışık bir yol aradılar sürekli olarak. Burada sosyal medyada daha fazla rahatladı insanlar. Dolayısıyla pandemi ile birlikte arttı sosyal medya kullanımı. İnternet kullanımı arttı çünkü daha çok evimizde daha çok yalnız daha çok kendimizle kalmaya başladık. İzleyiciler aslında bir tek şey istiyor. Hızlı ve doğru bilgi. Bunun dışında bir beklentisi yoktur izleyicinin. Sizin görüşünüz pek bir önemi yoktur. Bazı arkadaşlar işte toplanıyorlar ve sadece insanlara kendi görüşlerini anlatıyorlar. İnsanlar zaten kendi görüşlerini anlatıyor. Bir da üstüne seni dinlemek istemezler. İnsanlar bilgi istiyor ama doğru bilgi istiyor. Biz de Haber Kıbrıs'ta hem haber yapma alışkanlığımızı hem insanların alışkanlıklarını örtüştürdüğümüz nokta aslında burasıdır. Doğru bilgi, hızlı bilgi!*

### **Ek 3.2 Kanal Sim Genel Yayın Yönetmeni Sami Özuslu**

1- Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*Benim adım Sami Özuslu. 1968 Leymosun doğumluyum. Yükseköğrenimi Ege Üniversitesi-Basın Yayın Yüksek Okulu ve sonra da Radyo-Televizyon alanında aynı okulda Master yaptım. 1992'den beridir gazetecilik yapıyorum. Çeşitli kurumlarda, çok çeşitli değil aslında; Kıbrıs Gazetesi sonra Yenidüzen sonra Sim Radyo sonra Kanal Sim... Böyle bir mesleki profesyonel bir hayatım var. Gazeteciler Birliği Başkanlığı, Basın-Sen başkanlığı dahil meslek örgütlerinde yöneticilik yaptım. İki kitabım var. Birkaç belgesel yaptım. Evliyim, bir çocuğum var. 29 senedir gazetecilik yapıyorum.*

2- Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığımızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Tabi hem mesleki açıdan hem de yönetici olarak bir kurumun başında olmak çok öğretici bilinmeyen bir süreç yaşadık. Birincisi önce çalışanlarımızın ve ailelerin sağlığı için çok radikal tedbirler aldık. Pandeminin ilk günlerinde risk grubunda*

olabilecek, rahatsızlığı olan, yaşı olan arkadaşlarımızı evlerine gönderdik. Maaşlarını ödedik. Geri kalan personelin çalışma saatlerini seyrelttik. Az sayıda insanın aynı anda ortamda bulunmasını sağladık. Bu tedbirleri gerektiği zamanlarda artırıyor, gerektiği zamanda azaltıyoruz. Şu anda aldığımız bazı tedbirler vardır ve koşullara göre bunu değiştiriyoruz. Şimdi tabii mesleki anlamda gazetecilik anlamında Covid-19 süreci bütün basını bin kere kapanma noktasına getirdi. Hatta ilk günlerde basın kuruluşları da kapalı mı açık mı olacak tartışması yaşandı. Tam kapanmanın olduğu dönemde basın örgütlerinin ve basın kuruluşlarının yöneticilerinin de, çalışanların da çabasıyla biz bu süreci atlattık. Ve basının açık kalmasını sağladık çünkü basın o toplu eğitim sürecindeki basının medyanın en önemli fonksiyonlarından bir tanesi ve bence en önemlisi eğitimidir ve insanların Covid-19'u tanınması hastalıkla mücadeleyi nasıl vereceğini öğrenmesi büyük oranda medya vasıtasıyla oldu. Bu süreçte biz bulunduğumuz kurum itibarıyla insanlara sansasyonel bilgi vermek, paniğe kaptırmak yerine aklın bilim insanlarının verdiği bilgileri aktarmak ve bir anlamda bilgi kirliliğini (fakenews) sahte haberi yalan haberi abartılı haberi veya gizlenen haberi değil, doğruyu vermeye çalıştık. Bu konuda bir taraftan toplumun sesi olmaya çalışırken bir taraftan da bilimin sesi olmaya çalıştık. Özellikle Covid-19 döneminde insanların hedef gösterilmesi, isimlerinin, resimlerinin, görüntülerinin yayınlanması hastalıkla ilgili duyuların gerçek kabul edilmesi gibi bir sürü medya kaynaklı veya sosyal medyanın da tetiklemeyle insanlar hedef gösterildi. İnsanlar hedef tahtası haline geldi. Ve bu da toplum içinde huzursuzluk ve çatışma ihtimali doğurdu. Bazı insanlar mesela yurtdışından gelenlere kötü gözle bakıldı. Yurtdışından insanların gelmesine karşı bir lobi oluştu. Gelen öğrencilere, kendi çocuklarımıza karşı propagandalar yapıldı. Tepkiler, nefret söylemleri geliştirildi. Bunların önünde durmaya çalıştık ve tabii ki bir taraftan biz de nasıl davranmamız gerektiğini kendi aklımız kendi eğitimimiz ve arkadaşlarımızla yaptığımız tartışmalarla yurtdışından, yurtiçinden meslektaşlarımızın konulara nasıl yaklaştığına bakarak bir yayın politikasını revize etme ihtiyacı hissettik. Çok öğretici, evet, zorlu. Ama gazetecilik açısından da önemli bir süreçti diye düşünüyorum. Hem toplumsal dayanışma vardı hem medyanın Kıbrıs Türk Medyasının tarihteki en yüksek televizyonlar açısından söyleyebilirim bir televizyon yönetici olarak. Televizyonların en fazla izlendiği dönemlerden biri. Belki de birincisi. En kötü ihtimal ikincisi. Bir Annan Planı döneminde Kıbrıs Türk Medyası bu kadar çok ilgi görmüştü. Benim şahsi deneyimim bu yönde. İnsanların evde kapalı olduğu dönemde televizyonlara ilgi çok büyük ölçüde patladı. Çünkü insanlar bilgi sahibi olmak istiyordu. Çoğu zaman Kıbrıs Türk Medyasına burun kıvrıyan, yan gözle bakan “ Ne gereği var? İşte biz her türlü filmi, her türlü maçı, her türlü eğlenceye Netflix'ten, işte Turksat uydusundan, Türkiye kanallarına ulaşabiliyoruz” diyenler Karpaz'da kaç vaka var? Lurucina' da kaç temaslı var? Kaç kişi öldü Covid'ten? Covid ile ilgili ne tedbir alındı? Neresi kapandı? Neresi açıldı? Kendi ülke yayıncı kuruluşlarının önemine vardı insanlar. Ve ben bu dönemi Kıbrıs Türk Medyasının kendi toplumuyla yeniden barıştığı ve kucaklaştığı bir dönem olarak tanımladım kendime göre.

3- Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansıması nasıl oldu? Ya da Kıbrıs Türk Medyasını nasıl dönüştürdü?

Kıbrıs Türk Medyasına yansımaları tabii ki diğer sektörlere olduğu gibi etkili oldu. Yani bir taraftan eğitici rolü oldu, doğrudur. Ama bir taraftan da Kıbrıs Türk Medyası ciddi gelir kayıplarına uğradı. Özellikle kapanan ilk dönemlerde Kıbrıs Türk Medyası geliri tamamen sıfırlanmış, giderleri de düşmeyen dolayısıyla ciddi açıklar veren bir

noktaya geldi. Bu konuda ciddi müzakereler ve kavgalar verdik hükümetle. Ve günün sonunda medyaya çok cüzi de olsa bir katkı yapıldı. Sadece bir aylık süreçte medya çalışanlarına destek verildi ancak daha sonra bu destek sürdürülmedi. Medya ile ilgili dünyada Avrupa ülkelerinde ve komşumuz Güney Kıbrıs'ta çok ciddi katkılar yapıldı medya kuruluşlarına ve medya çalışanlarına. Neden? Çünkü medyasız pandemiyle yani salgınla mücadelenin mümkün olmadığını bütün uzmanlar söylüyordu. Şu anda da öyledir. Şu an aşı gündemdedir. Mesela aşı karşıtı bir lobi var. Belki Kuzey Kıbrıs'ta çok olmadı ama güneyde oldu, Almanya'da oldu, Amerika'da oldu, Hollanda'da oldu, İngiltere'de oldu. Koronavirüsle ilgili komplo teorisi oldu. Böyle bir hastalık olmadığı, bunun üretildiği, insanlara yalan söylendiği, bunun aşı veya ilaç firmalarının oyunu olduğu, kapitalizmin oyunu olduğu söylendi. Bunların bir kısmı doğru olabilir. Çin'in bilerek virüs ürettiği, bunun biyolojik bir harp falan olduğu söylendi. Günün sonunda sonuç değişiyor mu, değişmiyor mu? Ne açıdan değişmiyor? Bu virüsü biri ürettiyse de bilinçli yapıldı ise de bir biyolojik silahsa da bu virüs insanları şu an öldürüyor mu? Öldürüyor. Bu virüs yayılıyor mu? Yayılıyor. Dolayısıyla bu lobiyeye karşı medya çok ciddi rol oynadı. Şimdi aşı döneminde de aşı karşıtı kampanyalar var. Aşıya güvensizlik belirten insanlar var. Bireysel veya bilimsel nedenler, gerekçeler öne sürerek ne yapıyor liderler? Medyada canlı yayında aşı yaptırarak insanlara bu aşından "Bak ben yaptırırım bir şey olmadım. Sende yaptır çünkü eğer direnç olmazsa bağışıklık sistemi insanların toplumsal olarak bağışıklık sistemi gelişmezse bu pandeminin önüne geçilemeyecek. Dolayısıyla liderler Joe Biden yaptı, Suudi Arabistan prensi yaptı, Anastasiadis yapıyor aşığı. Ve liderler medyayı kullanarak insanları bilinçlendirmeye ya da hurafelere bilim dışı inanışlardan uzaklaştırmaya çalışıyor. Medyanın böyle bir rolü vardı bu dönüşüm sürecinde ve bunu da herkesin farkettiğini de düşünüyorum. Ama Covid-19 süreci Kıbrıs Türk Medyasında geride ne bıraktı? Bunları yanı sıra hasar bıraktı, personel kaybı bıraktı, küçültme bıraktı ve zaten sıkıntılı olan medya sektörü daha da ekonomik, personel, insan kaynağı ve teknik açıdan daha kötü bir noktaya doğru sürükleniyor şimdi. O dönemde bazı gazeteler baskılarını durdurdu.. Basılı gazete sayısı dramatik olarak 20'lerden 7-8'lere düştüğü dönem oldu. Sonra bir kısmı tekrardan yayınlandı. Ama tabii ki basımı gazetelerin ömrünü tamamlayıp artık dijital sürece girdiğini de o dönüşümü de zaten başlamıştı. Birçok yayın kuruluşu o noktadaydı. Bunu da hızlandırdığını söyleyebiliriz. Yani dijitalleşmeyi. Çünkü basılı gazetelerin dezavantajı da mikrobun virüsünde yayılmasını sağlayabilir. Virüs taşıyan bir meta olarak insanlar kaygı duydu, duymaya da devam ediyor. O yüzden insanlar daha çok dijitalini takip etmeyi tercih ediyor. Dediğim gibi bu gibi dönüşümlerde sağladı, sağlıyor da.

4- Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

Yani bizim geleneksel olarak en fazla kullandığımız sosyal medya ağı Facebook'tur. Facebook, Kıbrıs'ta en çok kullanılan (belki Instagram şu anda) ama Facebook'ta yaygın olarak kullanılıyor. Instagram biraz daha gençlerin kullandığı bir mecra iken, Facebook'u her yaş grubundaki insanların kullandığını görüyoruz. Mesela Türkiye'de bir numara Twitter'dir. Bizde Twitter kullanıcısı var ama televizyon izleme alışkanlığı bakımından Facebook hep önde oldu. Halen daha da önde. Facebook'tan, televizyondan ve radyodan yayın yapıyoruz biz. Bizde reyting ölçümü yok. Normal televizyonların, radyoların izlenme yüzdelerini kimse bilmez. Çünkü reyting sistemi yok. Böyle bir araştırma da yok. Dolayısıyla Facebook ve internet ölçülebildiği için insanlar oraya bakıyor. Mesela Covid-19 döneminde bizim yayınlarımızın izlenirliği Facebook üzerinden ciddi bir patlama yapmıştı.. Mesela canlı yayınlar yaptığımız

öncülerin yurttta eylem yaptığı, Özok yurdunda bir eylem vardı. Ben onu sabaha doğru canlı yayın yaptım. Yani korkunç rakamlar vardı. 100.000'lere çıkan rakamlar oldu. Kritik günlerde çok yüksek izlenirlik oldu ki çoğu zamanda zaten internetin altyapı yetersizliğinden gerek Facebook çöktü gerek internet çöktü. Öyle günlerde oldu ama o trendi görebiliyorduk. Gelen mesajların çokluğu, sayısal olarak insanların ilgisi, bilgi almaya çalışması o dönemde hep oldu ama Facebook hep bizim bir numaramızdır. Hep Facebook kullandık yoğun olarak.

5- Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

Tabii çok olay var. Ama mesela Covid-19'un ilk çıktığı Mart ayında...şeyi hatırlıyorum; pozitif çıkmayan ama Uzak Doğu'dan gelen bir grup Kıbrıslı Türk vardı. Belki şubat ayında. Ve o paniği hatırlıyorum... Ciddi bir panik olmuştu ve medyada ambulansla insanların taşındığı, Mağusa bölgesinden bir grup insan ve o insanların isimleri yayınlandı. Hasta olmamalarına rağmen, hasta olsalar da zaten sonuç değişmez. Hastalıklarına göre kimsenin hastalığını kendi bilgisi dışında, onayı dışında duyurmamak gerekir. Sap ile saman bazen karışıyor. Halen de öyledir. Kamu yararı ve bireysel haklar, evrensel haklar, kişi hakları bazen çatışıyor. Mesela bu örnekte bazı birçok örnekte ki bazen yetkililer de bunu yaptı. İsimleri zikredilen insanlar çok zor durumda kaldı. Hedef gösterildi Nitekim hasta olup, hastalığını ağır geçiren insanların da, sonra medyaya yansıyan hikayelerinde ne kadar üzüldüklerini, ne kadar kötü durumda kaldıklarını adeta vebalı muamelesi gördüklerini görüyoruz. Dolayısıyla bu tür birkaç örnek geliyor aklıma. Yani önemli olay dendiğinde. Çünkü büyükün dünyanın yaşadığı bir süreç var. Bu dünyanın yaşadığı, Çin'den başlayıp bize gelmez zannettiğimiz mesela o günün başbakanı bizi teğet geçecek diyerek gayri bilimsel bir şey söylemişti. Sonra da birkaç gün sonra da aynı Başbakan Covid-19 ile ilgili " Kapanma kararı aldık. Güney'e geçişler şunlar bunlarla ilgili kararlar aldık" dedi. Tüm bunların önemli olduğunu düşünüyorum. Önemli dersler aldık. Tabii siyaset de bu süreci öğrendi. Bilmiyorlardı. Benim gözlemim şu; deneyimli bir pandemi ekibi vardı. Enfeksiyon hastalıklarıyla ilgili bir ekip vardı. Daha önce kuş gribi, domuz gribi süreçlerinde de pandemi yönetimini bilen, Dünya'yı takip eden, Dünya Sağlık Örgütü'nü takip eden o ekibin varlığı çok önemliydi bu süreçte. Ve dikkat ederseniz enfeksiyon üst kurulunun şu anda otoritesi kabul edilir noktaya geldi. Öyle değildi. En az 3-4 bilim kurulu kurulmuştu. Başbakanlık'ta iki bilim kurulu vardı. Cumhurbaşkanlığı'nda bilim kurulu vardı, Sağlık Bakanlığı'nın bilim kurulu vardı. Ve kimin ne dediği, kimin otorite olduğu bilinmiyordu. Halbuki enfeksiyon hastalıkları yasası vardır. Bundan bir süre önce geçirilen, AB desteği ile geçirilen ve o yasa tahtında bir enfeksiyon kurulu var. Ve şu anda eğer Kuzey Kıbrıs'ta süreç bugüne kadar kontrol altında tutulduysa bu kurulun aldığı kararlar çerçevesinde oldu. Çünkü hükümetler baskı altındadır. Hükümetler turizmciyi de, köylüyü de, çiftçiyi de, kumarhaneciyi de tatmin etmeye çalışır. Doğası gereği popülisttir siyaset. Bilim kurulu, bağımsız bir bilim kurulu bunları fazla düşünmez. Evet, o baskıyı hisseder ama o baskıya göğüs gerebilir. Bence kırılma anlarından bir tanesi de üst kurulun otoritesinin kabul edilip, hükümetin de o kurula kulak vermesi ya da o kurumun aldığı kararları değiştirme gayretinden vazgeçmesi olabilir. Dediğim gibi yani yığınla bireysel olarak da kurumsal olarak da bir sürü önemli olay sayabilirim. Yani mesela ben kişi olarak hafta sonları Cumartesi - Pazar'da dahil olmak üzere günlerce bazen 4 saat , bazen 5 saat yayın yaptım. Çünkü insanların o açlığı, bilgi ihtiyacı vardı. Ve insanlar evde doğru bilgiye, yalanın teyit ya da yalanlandığı, doğrulama süreçlerine çok ihtiyacı vardı. Ve o süreçlerde tabii ki başka yayın kuruluşlarının da yaptığı doğru



yayınlarla insanlara doğru bilgiler verdiğimiz için de yani o anları da tek tek o kadar çok önemli an var ki ve tabii ki hepimiz bireysel olarak da ailesel olarak da o kaygıyı, hastalık kaygısını yaşıyorduk. Arkadaşlarımızla aynı kurum içerisinde yan yana hiç gelmedik. Aynı masayı paylaşmadık. Aynı odayı paylaşmadık. Ve tabii ki bu süreçte kolay değildi. Bir taraftan insanların gözünden “Acaba Sami hasta mıdır? Acaba Raif hasta mıdır?” mesajı veren o bakışları hiç unutamam ben. Herkesin birbirine sanki düşmanmış gibi baktığı anlar oldu. Markete gittiğinizde, markette insanların birbirine düşmanmış gibi potansiyel “bu bana hastalık bulaştırabilir. Nereden çıktı karşıma?” der gibi baktığını ben hiç unutamam. Bunlar kabus gibiydi. Çok böyle filmi yapılabilecek bir süreç, bir sürü senaryo yazılabilecek bir süreçti. Tabii ki mesela ilk ölümün yaşandığı an çok önemliydi. Çünkü o paniğin olacağını biz hissediyorduk medya çalışanları olarak. Nitekim yaşandı. 6 kişi öldü şu ana kadar. Bunların 4’ü Alman, 2’si alman veya turist olmayan insanlar. Bunların hepsi dediğim gibi ok çok önemli olaylardı. Yani tek bir olayı ,en önemlisi diye nitelemek çok kolay değil. O yüzden bir çok unsuru saydım.

#### 6- Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

Sosyal medya her zamanki gibi hem iyi rol oynadı, hem kötü rol oynadı. Sosyal medyanın iyi tarafı hem yöneticilerin hem medyanın hem bütün toplumun süratle bilgi sahibi olması ve nerede ne oluyoruz insanların başka bir aracıya aktarması oldu. Yani işte Karpaz’daki bir insan bir gazeteye bir televizyona ihtiyaç duymadan bilgi verebiliyor. Yani işte burada vaka var. Buraya kadar iyi tarafı. Kötü tarafı işte az önce söylediğim gibi hedef gösterme yanlış bilgi...Yani mesela şu çok yaygındır; biri temashıdır ve pozitif zannedilir. Halbuki biri farklı diğeri farklı. Temashının temashısıdır ama ya temaslı sayılır ya pozitif. Mesela daha dün yaşadık. Bir devlet dairesinden bir arkadaşım aradı. Dedi ki “ Yan taraftaki dairede bir pozitif çıktı. O yüzden burada bizde test yapmak istiyoruz“. Sonra öğrendim aslında pozitif vaka yokmuş. Pozitifin temashısı var fakat yöneticiler bile bunun farkında değil. Mesela sosyal medya bunları çok taşıdı. Kötü olan örnekler var. Çok kötü olan örnekler var. Bazı yerel yöneticiler çıkıp sosyal medyada kendi kameralarını açarak yayın yaptılar. Bu yayınlarda sözüm ona kendi bölgelerinin mağduriyetini ya da kendi bölgelerindeki insanlara mesaj vermek adına insanlara ötekileştirici, hedef gösterici nefret söylemi sayılabilecek ifadeler kullandılar. Mesela bazı bölgelerde yerel kapatmalar oldu. Karpaz bölgesi bir ara kapatıldı. Geçişler kapatıldı. Kontrollü geçişler yapıldı. Mesela dışarıdan gelen insanlara çok kötü sözler söylendi. “ Ne işiniz var da geldiniz?”. Hatta o köyde olup dışarıda kısılan insanlara “ Niçin geliyorsunuz” gibi canlı yayında belediye başkanlarının laflar söylediğini duydum. Tabii bu işler bilimsel meseleler. Tıp alanı çok geniş bir alan. Epidemoloji yani bulaşıcı hastalıklar alanı bambaşka bir branş. Yani bir ortopedistin alanı değil. Ama doktor olmayan, tıp ile alakası olmayan insanlar bile bildiklerini ya da duyduklarını ya da inandıklarına doğruymuş gibi anlatırlar. Bu da insanları yanlış yönlendirdi. Mesela hala bugün bile ben buna bire bir tanık oluyorum. Temaslı insanların belirli bir süre içerisinde pozitifte dönebilme ihtimali var. Bu aslında 14 gündü. 14 günden 21 güne kadar da olabilir. Bu biliniyor. Dolayısıyla bu süreç bilinmesine rağmen mesela temaslı olmasına rağmen testi negatif çıkan birinin hastalığı bulaştırmadığını insanlar bilmiyor. Mesela bunu da insanlar sosyal medyada çok yaydı. Yani işte “Hah! Temashıdır. Bende onunla temas ettiydim.” Olabilir. Ama o gün negatif ise sana hastalığı geçirme ihtimali yoktur. Yani bunu bilim söylüyor. Sosyal medya bu tür örnekleri çok taşıdı. Dediğim gibi yani çeşitli insan haklarına, kişi haklarına dönük hedef göstermeleri oldu. Covid-19 olan

*hastalara sanki bu bir suçmuş gibi yaklaşıldı. Bunu sosyal medya çok üretti. Bazı sosyal medyada meşhur olmak isteyenler türedi pandemi döneminde. Bu da tabii ki fırsatçılıktır. Başka bir şey değil. Bunu bazıları iyi bazıları kötü kullandı. Ama mesela sosyal medya insanların marifetlerini sergilediği bir mecraya dönüştü. Kimisi börek yaptı kimisi yemek yaptı. Başka insanlar onu gördü. Cesaret buldu. Kimisi resim yaptı, kimisi gitar çaldı, kimisi piyano çaldı, saksafon çaldı. Gruplar oluştu mesela. Aynı mekanda olmayan insanlar grup çalışması yaptı. Sosyal medyada “editing” marifetleri kazanıp, insanlar üretmeye başladı. Bir de baktık ki herkesin on parmağında değilse bile birkaç parmaklarında marifetçikleri varmış. Bu da bir özgüvendir aslında. İnsanların çoğu zaman kendi marifetlerini sergileme imkanı yoktur. Ve öyle bir cesareti de yoktur. Öyle bir medeni cesaret geldi insanlara. Bu da pozitif taraflarından biridir diye düşünüyorum.*

7- Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*Tabii sosyal medya deniliyor ama sosyal medyanın çoğu zaman taşıdığı bilgiler medya kaynaklıdır. Yani sosyal medya taşıyıcıdır. Sosyal medya televizyonu da taşır, gazeteyi de taşır, haberi de taşır görüntüyü de taşır. Sosyal medya etkiledi denilir ama aslında medyanın verdiği teyit edilmiş bilgi çünkü sosyal medyanın genelde verdiği bilgiler duyumdur, iddiadır veya gözlemdir. Double check kuralı haberciliğin temel kurallarına, teyit edilmişliğe muhtaçtır. Dolayısıyla çoğu zaman o medyanın kullanıma sunduğu bilgiler aslında sosyal medya tarafından taşındı. Ve insanlar örneğin tepki göstererek o kararların değiştirilmesinde psikolojik bir baskı yarattı. Sonuçta politikacıların sosyal medya kullanıcısı olduğunu ya da etrafındaki yön vericilerinin sosyal medyadan etkilendiğini biliyoruz. Ama mesela karantinasız giriş uygulaması kurban bayramı döneminde hükümetin aldığı ani bir kararla sağlandı ve ikinci dalgayı biz 15 gün sonrasında yaşadık. Şimdi mesela yılbaşında hükümet karantinasız turist gelişini, kumarhanelere gelecek olanları daha çok tekrardan açmayı göze alamadı. İnfiyal olacaktı çünkü. Böyle bir hassasiyet oluştu. İnsanlar gördü. Üst kurul dedi ki “ Karantinasız giriş olamaz”. Ama o günün başbakanı bir karar alarak siyasi kararlar açtığı karantinasız girişlerin önünü açtıktan sonra bize bol bol vaka geldi ve 15 gün sonra patlak verdi. Yani sanıyorum Eylül’ün ortası civarında biz ikinci patlamayı yaşadık ve yeni bir kaygı vardı. Şimdi yılbaşında da aynı baskılar vardı ama bunu göze alamadılar. İnsanların tepkileri de ama medyanın da tepkisi ki medyada örneğin karantinasız girişleri destekleyen yayın organları da var. Onlar da işte kendi destek gördükleri veya temsil ettikleri sermaye grubunun (kumarhanedir, bet ofisidir v.s) çıkarları doğrultusunda yayın yaptılar ama diğer taraf ve kamuoyunun desteğiyle siyasiler bu adımı atamadı. O yüzden dediğim gibi bence en büyük rol sosyal medyada görünür fakat sosyal medya taşıyıcı görevindedir. Evet sosyal medyada öyle fenomen olmuş, fikir öncüsü pozisyonuna gelmiş insanlar vardır. Ama esas fikir öncülerini toplumun siyasal, sivil toplum ve medya alanında veya akademi alanındaki insanlarıdır. Yani insanlar sıradan bir sosyal medya kullanıcısının paylaşımından da etkilenebilir. Ama onun etki alanı dardır. Zaten bilinen, tanınan bir politikacının sosyal medyada söylediği aslında politik bir mesajdır. Taşıyıcı olarak medyada da yer alır. Sosyal medyada da yer alır. Esas etkileyici olan odur. İnsanlar bilinç sahibi olduk sonra bu süreçte neyin hatalı olduğunu görerek bir deneyim sahibi oldu. Ve şimdi artık örneğin; “Yahu açalım da ekonomi düzelsin” diyen insanların sayısı*

*oldukça azaldı. Bu nedenden dolayı. O yüzden ben medyayı bir numaraya koyarım etkide. Sosyal medya sonra gelir.*

8- Sizce Kıbrıs'ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*Yani şu anda dijital dönüşüm tüm medyayı dijitalde izliyor insanların çok önemli bir kısmı fakat bu zaman zaman gerek elektrik gerek frekans gerek bakım meselelerinde mesela bugünlerde Türksat'ın yaptığı çalışmalar var. Ben televizyon açısından söyleyeyim. İnsanların hala geleneksel televizyonlarını açıp, uydu üzerinden yayınları izlediğini görüyorum ben. Şimdi iki mecra var. Ana mecra. Biri dijital platformlar. Yani gazetelerin dijital versiyonları veya sosyal medyadan taşınan, paylaşılan haberler. Bir o. İkincisi televizyonlar. En yaygın, en etkili mecra bu oldu. Özellikle kapalı olunan dönemde, evde olunan dönemde televizyonlar bir numaraydı. Ardından dijital platformlar geldi. Bunun nedeni de televizyonun gücünü biliyoruz. Hem görseldir hem işitseldir. Hem de her insanın evinde televizyon vardır. Hala var. Evet, televizyon izleme alışkanlıkları normal dönemde değişti. Artık insanlar istediği zaman istediği şeyi izlemek için dijital platformlara cep telefonu, I-Pad, internet, Netflix v.s. Yani işte ben bir film izleyeceksem istediğim saat izlerim arkadaş. Saatini o televizyon yöneticisi belirleyemez. Bir diziyi ben haftada bir değil, bir oturuşta hepsini izlemek istiyorum diyor. Bence bu da geçici hevestir. Bir sürü hevesler geçti. Televizyon tabii hala dediğim gibi her evde olan bir cihazdır. Unutmayalım ki her evde internet yoktur bu ülkede. Eğitimde gördük bunu. Mesela online eğitimde bir sürü çocuğun evinde internet yoktur. Bir sürü ailenin evinde bilgisayar yoktur. Bu ülkenin böyle de bir gerçeği var. Her yaş grubunda insanlar interneti bizim gençlerin bizim meslek grubunun kullandığı kadar kullanmıyordur. Hala en yaygın olarak ve en etkili olmasının nedenini ben buna bağlarım. Belki bundan 20 sene sonra değişebilecek televizyonun gücü. Ama ben televizyon hala en önemli mecradır diye görüyorum. Bu dijitalleşmeye rağmen benim görüşüm bu. Yani özellikle kapalı olunan dönemde televizyonu ben bir numara gördüm.*

9- Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

*Az önce benzer bir soru vardı aslında. Yani sosyal medya, evet, etkili oldu. Tabi hatırlamaya çalışıyorum. Yani bir sürü karar değişmişti. Yani örneğin; yurtdışından gelişlerle ilgili kararlar birkaç defa değişmişti. Efendime söyleyeyim karantina süreleri ilgili kararlar değişmişti. Okulların açık olması, kapanması ile ilgili kararlar değişmişti. Yani bir sürü karar değişti diye hatırlıyorum.*

10- Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Yani birincisi gerek bilgiye erişme gerek ise eğitim amaçlı yani hem eğitim alan hem eğitim veren insanlar daha güçlü bir internet altyapısı ihtiyacı gördü çünkü özellikle eğitim online, görüntülü aktarım, iletişim için daha güçlü bir internet gerekti. İnternet servis sağlayıcılar bu anlamda daha çok daha güçlü daha yüksek megabitli internetler sağlamaya başladı. İnsanlar da daha güçlü internetin önemini gördü. Tabi altyapının yetersizliğinden dolayı, internetin zayıflığı ve altyapının zayıflığı da anlaşılmiş oldu*

bu süreçte. İkincisi belki online eğitimin bir çok ülkede uygulanıyordu ya da uzaktan eğitim modeli vardır normal zamanda. Mart ayında bende ilk dönemde 2-3 ders verdim. Aslında online eğitimin yüz yüze eğitimin yerini alamayacağını herkes görmüş oldu. İlk dönemde sanki işte bir rahatlıkmiş gibi herkese evinden, yatak odasından, ofisinden bağlanmak hoş geldi. Halbuki bir süre sonra öğrencilerle benim bire bir konuştuğum şuydu; herkes okulunu, arkadaşını, kantinini, bahçesini özledi ve online eğitimi aslında verim olarak yüz yüze eğitimin yerini asla tutamayacağını görmüş olduk. Şu anda bir anket yapılırsa ki ben kendi öğrencilerime pandeminin 2. 3. Ayında kendi çapımda anket yapmıştım. Yüz yüze eğitim mi? Online eğitim mi? diye. O günlerde bile yüz yüze eğitim çok ilginç biçimde yüksek çıkmıştı çünkü bir ayın içinde bile insanlar kapalı kaldı evinde, odasında ve bıyıp usandı. Yani sosyalleşmenin önemini anladı insanlar. Tabi şu anda tekrardan o düşünceler var mıdır bilmiyorum. Şu anda bizde herkes çıkıp dolaşabiliyor. Aylardır böyle yaşayan başka ülkelerde insanlar var. Dolayısıyla sokağa çıkamayan ya da çok kısıtlı çıkabilen sosyalleşmenin önemini anlamış oldu. İnsanların iletişim becerileri arttı. Bilmedikleri programları indirip uygulamaya başladılar. Bir sürü yeni program yazıldı. O programlar bilinir oldu. Mesela Zoom gibi teknolojiler hayatımızın bir parçası oldu. İnsanlar toplantılarını Zoom ile yapmaya başladı. Belki de bu gelecekte devam edecek bir şey. Çünkü toplantı yapmak için aynı yere toplanmanın gereksiz olduğu da anlaşıldı. Bunun gerekli olmadığı da anlaşıldı. Bu gibi etkilerini söyleyebiliriz. Televizyon yayıncılığı da bundan etkilendi. Yani televizyon yayınlarında da bu yeni yazılan programlar, Zoom v.s kullanılmaya başlandı. Bir sürü insan da internet üzerinden televizyoncu oldu. Yani bunun iyi tarafları da var kötü tarafları da. Çünkü yayıncılık bir nosyonu olan insanların yapması gereken işler aslında. Bunu çok iyi yapan farklı branşlardan insanlar olduğu gibi istismar eden ya da yanlış bilen, yanlış bildiği için de yanlış yönlendiren kötü örneklerde var ne yazık ki. Böyle artıları eksileri olan bir süreç.

Kapalı olduğumuz dönem sadece program yapıp eve geri döndüğümüz, başka bir yere gitmediğimiz bir dönemdi. Öyle bir hakkımız olmasına rağmen ben hiçbir zaman çıkıp gazeteci kartımla bir yere gitmedim. Ama bu kötü örnek olacağı için yapmadım. Sadece işime geldim, evime gittim. İhtiyacım olduğu sürece markete ve eczaneye gittim. Başka bir yere gitmedim. O dönem herkes için zor bir süreç oldu. Ama ben hiç evde kapalı kalmadım sürekli işe geldiğim için . Bu meslek grubu o tam kapanmayı bire bir yüzde yüz yaşamadı.. Ama ne yaşadık; insanlar ile temas etmek zorunda kaldığımız, zaman zaman hükümet yetkilileri ile toplantılar yapmak zorunda kaldığımız, haber amaçlı bir gitmek zorunda kaldığımız zamanlar oldu. Hastalığı bulaşma riskini aldık. Hastalığı bulaşma ihtimali olan kesimdeydik. Bunlar tabii ki gazeteciler için zorlu taraftı. İzleyiciler açısından baktığımızda, kendi yaşadıkları ülke ile ilgili doğru bilgiye erişimin önemi fark ettiler. Bir anlamda bunu doğru yapan mecralarla doğru yapan yayıncı kuruluşlarla kötü yapanları da fark ettiler ve zaman içinde öğütlediler. Nereden doğru bilgi alabilirizi insanlar mimledi. Bir bilgi, iddia dolaştığında ki bu fake news ile mücadelede çok önemlidir. Bunun bilimsel kavramı medya okuryazarlığıdır. Medya okuryazarlığı arttı. Bir iddia karşısında “ Ben bunu duydum ama, doğru mu acaba?” deyip, “ Falan yeri açıp okuyayım, falan yeri açıp dinleyeyim, izleyim onlar ne söyler” denilmeye başlandı. Teyid etme, doğrulama sürecini görmeden insanlar inanmaya başladı. Bu son derece önemli bir şey. Medya okuryazarlığı zaten hem gazeteciler birliği olarak hem de uzun süredir kurum olarak da gözettiğimiz bir konu. Dünya’da da bu medya okuryazarlığı ile ilgili teyid siteleri ve programları yapılıyor. İnsanlar bunun önemine de vakıf oldu ve sapla samanı nasıl ayırt edebileceğinin yolunu öğrendiler. “Her duyduğuna inanmamayı” tercih eden

*insanların sayısında ciddi bir artış gördüm. Tabii ki bir kitle her duyduğuyla provoke olan ya da sosyal medyayı kullanarak sosyal medyada bir gaza getirme kültürü diye bir şey var. Biri bir şey yazar sonra onun destekçileri çıkar ve bir grup oluşur. Saman alevi gibi ama doğrudur/yanlıştır olarak değil, orada görüneyim (sürü psikolojisi) psikolojisiyle hareket eden çok geniş bir kitle oluşabilir. Bir süre sonra o nefret söylemine dönüşebilir. Mesela “ Bakın! Almanlar geldi. “ Alman turistler geldi” Ne işi var Alman turistlerin” diye postlar çıktı. Bunların altına bir sürü insan “ Otursunlar! Zaten yaşları neydi” diye yorumlar yazıyor. Böyle bir mantık olabilir mi? İnsanlar adı üstünde turist. Sen neden bir yere gezmeye gidiyorsun o zaman? Ama bunlar çok yaygındır. Mesela Karpaz’da , Yenierenköy’de yaşayıp Çatalköy’e ailesine giden ama ailesinden biri pozitif çıktığı için o bölgede linç edilen insanlar gördük. “ Ne işleri vardı da geldiler?” . Evinin içinde kaldığı sürece zaten birine bulaştırma ihtimali yok. Artı olarak bu işin yöntemi de bu değil. İşte “ Raif’in ailesinden biri pozitif çıktı. Raif geçen gün geldi buralarda dolandı”. Raif’i hedef gösterirler. Bunlar çok yapıldı. Bu tür şeyler bize sosyal medyanın önemli bir güç olabileceğini ama iyi kullanılırsa iyi, kötü kullanılırsa kötü olabileceğini gösterdi. Medya ile sosyal medya arasındaki temel farkında filtreleme yani eşik bekçiliği gate keeper mevzu olduğunu bir kez daha gösterdi. Facebook’ta filtre yoktur. Şöyle bir filtre var; eğer Facebook’un kullanım ilkelerine ayrı bir şey yaparsanız Facebook onu kaldırabilir. Böyle bir filtreleme var. Ama artık iş işten geçmiş olur. Halbuki medya zaten adı üstünde bir kontrol sürecinden sonra yayın yapar. O kontrol süreci yoksa hukuki, sosyolojik, etik değerler bütünüyle bir süzgeçten geçme yoksa zaten o tamamen kontrol dışı bir şeydir ve bumerang gibidir. O bumerang şu an sosyal medyada yaşadığımızdır. Çok iyi işler de yapılır ama çok berbat işler de yapılır. Neden? Çünkü süzgeç yoktur. Ağ yoktur. Filtrelemenin önemini bence insanlar bu süreçte gördü, yaşadı.*

### **Ek 3.3 Haber Kıbrıs Haber Koordinatörü ve Yayıncısı Ali Baturay**

#### **1- Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?**

*14.10.1968 doğumluyum. Larnaka kazasına bağlı Alaniçi’nde doğdum. İlköğretimi Alaniçi’nde, ortaöğrenimi Mağusa Canbulat Lisesi’nde tamamladım. Mezun olduktan sonra Doğu Akdeniz Üniversitesi’nde Bilgisayar Programcılığı okumaya başladım. Fakat eğitimimin 2. Yılında Halkın Sesi Gazetesi’nde çalışmaya başladığım için üniversite eğitimimi yarım bıraktım. Gazetecilik sevdası ile üniversiteyi bırakıp askere gittim. 2 senelik askerliğimi tamamladıktan sonra Halkın Sesi Gazetesi’ne geri döndüm. 1988’den 1995’e kadar Halkın Sesi’nde çalıştım. 1992 yılından itibaren kadrolu olarak çalıştım. 1995’ten 1997’ye kadar Yenidüzen Gazetesi’nde çalıştım. 1998 yılında Kıbrıs Gazetesi’ne başladım. Kıbrıs Gazetesi’ne başladığım zaman bir yıllık muhabirlik yaptıktan sonra gece editörlüğüne başladım. Gece editörü olduğum zamanlar yeniden Yakın Doğu Üniversitesi’ne başladım. 2003 yılında Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi’ni bitirdim. Halkın Sesi Gazetesi’nde muhabir olarak çalıştım. Yenidüzen Gazetesi’nde çalıştığım son dönemlerde haber editörlüğü yaptım. Kıbrıs Gazetesi’ne gittiğimde yeniden muhabir olarak çalışmaya başladım. Bir yıllık*

*muhabirlik, ardından gece editörlüğü, haber müdürü, yazı işleri müdürü ve son olarak Genel Yayın Yönetmeni oldum. 2020 Şubat ayına kadar Kıbrıs Gazetesi'nde çalıştım. Daha sonra Kıbrıs Gazetesi'ndeki mali ve yönetsel sıkıntılardan dolayı Haber Kıbrıs'a transfer oldum. Bugüne kadar orada muhabirlikten başlayıp her mevkide bulunan tek kişiyim. En güzel günlerim Kıbrıs Gazetesi'nde geçti. Kıbrıs Gazetesi'nde çalışırken son 10 yılımda Markaj ve Empati isimli televizyon programları da yaptım. Spor Yazarları Derneği Yönetim Kurulu Üyeliği, Gazeteciler Birliği Kurulu Üyeliği, Yayın Yüksek Kurulu Üyeliği yaptım. 2007 yılından 2020 yılına kadar TAK Yönetim Kurulu Üyeliği yaptım. Şu anda Haber Kıbrıs'ta Haber Koordinatörlüğü ve programcılık yapıyorum. Yaklaşık olarak 32 yıldır gazetecilik yapıyorum.*

- 2- Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığınızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Covid-19 aslında bizim geleneksel medyayı yani geleneksel kağıda basılı gazeteleri ve de geleneksel televizyonları biraz dönüştürdü. Aslında ben uzun zamandan beridir geleneksel medyanın dönüşümünü takip ederim ve tezim de onun üstüne yaptım. Dijital medya ve yeni medya aslında bir şekilde dönüştürmektedir geleneksel medyayı. Bu televizyonlarda daha ağır görünüyorsa da kağıda basılı gazetelerde çok ciddi şekilde kendini göstermektedir. Ben uzun yıllar Kıbrıs Gazetesi'nde çalıştığım için ve Annan Planı günlerinde 20.000'e yaklaşan tirajı da gördüğüm için yeni medyanın da ortaya çıkmasıyla birlikte ağır ağır nasıl düştüğünü de gözlemledim. Patronumuz Asil Nadir'le birlikte sıklıkla dijital döneme önem verelim, önem verelim diye hatta öyle bir ekip te kurmuştuk Çağdaş Öğüç'ün önderliğinde Kıbrıs Postası'ndan transfer ettiğimiz birkaç arkadaş aile. Fakat bizim patron her zaman için siz gazeteye bakın, bırak dijital medyayı dedi ve önem vermedi. Halbuki Biz Kıbrıs Gazetesi olarak 1997 senesinde ilk kez haberlerini internete aktaran ilk gazete olmasına rağmen öncüsü olamadık. Kıbrıs Postası'nın sahibinin İngiltere'den gelip bu boşluğu doldurmasıyla birlikte Kıbrıs Postası bu alanda öncü oldu. Buna rağmen biz yine patrona söyledik fakat Kıbrıs gazetesi en fazla gazete olmasına rağmen dijital alanda hiç etkili olamadı. Ben bunları hep gözlemledim. İnternet gazeteleri ortaya çıktığından beridir tirajlar düşer ve satmak için ne yapmak lazımdı? Orijinal haberler ve yeni içerikler hazırlamak gerekiyordu ki ve insanlar ana sayfayı görüp gazeteyi alsın. Buna rağmen mesela biz kendi haberlerimizi kendi web sayfamıza koymadan çalarlardı bizden rekabet etmek mümkün değildi. Biz bu durumlar için dava da açtık, ara emri de aldık fakat bunu durdurmak mümkün olmadı. Haberini alırlar, tıklanır sonradan görünürlüğü kapatır ve artık o tıklamalar oranın olur. Şimdi gazetelerin ağır ağır eleneceği belliydi. Şu anda pandemiden bir süre önce 23'tü sonra bazıları kapandı ve 19 kaldı. Tirajlarına baktığınız zaman 30 satan 60 satan 100 satan gazete vardı. Kazanılan para ile o gazetelerin çıkması mümkün değildir fakat bunlar neden yine devam ediyorlardı? Çünkü bazı şirketler ön sayfada haberleri çıktığında ve televizyonlarsa görüldüğünde o gazetelere para veriyorlar veya birbirleri aralarında savaş yapacaklar diye bu gazeteleri kullanırlar. Kar ettiğinden değil bazılarının finansıyla devam ediyorlardı. Bu bile sürdürülemez noktaya geldi ve azalmaya başladılar. Pandemi dönemi aslında bunların birkaç sene daha dayanacağı güçlerini kırdı. Bu nasıl oldu? Destek veren şirketler kapalı olduğu için bu gazetelere finans sağlayamadı, stantlara çıkan gazeteleri satın alan olmadı çünkü insanlar evlerinde*

*kapalı oldukları için an ve an dijital medyadan ve Web TV'lerden haberleri aldıkları için gazeteleri almıyorlardı. Zaten marketlere az sayıda insanlar gidiyordu. Gittiklerinde de korkarak hızlı bir şekilde alışveriş yapıyorlardı. Buna rağmen meraklı olan insanlar baktığı zaman gazetenin ön sayfasına ve içeriğini karıştırdığı zaman görüyordu ki o haberlerin hepsini tüketmiş. Çünkü evde oturur bunları izler ve geç saate kadar uyumazsa ve oturursa o saatte gelişebilecek olanları bile izler. Gazeteler gelişecek olayları veremezler. Bu dönemde böyle olunca ve gazeteler stantlarda kalıp maddi sıkıntı çekince 7 gazete kaldı. Hepsi kapanarak baskılarını durdurdular. 2 gazete de Cumartesi ve Pazar çıkmıyordu. Yani normalde baktığımız zaman Yenidüzen, Afrika, Kıbrıs, Yeni Bakış ve Diyalog Gazeteleri bulunuyordu. Bunlar dışında gazete kalmadı. Hafta sonu çıkmayan gazeteleri saymazsak çok azaldılar.*

*Bizim deneyimlerimize bakacak olursak; ben yıllarca Geleneksel Medya'da çalışıyordum. Daha sonra Dijital Medya'ya transfer oldum. 2 yerde de çalıştığım için ikisini de sınavabildim. Hep söylenen klasik bir söz vardır; "Bazı meslekleri yapmak için ille ofiste oturmak gerekmez ". Aslında gerçekten gazetecilik yapmak için ofiste oturmak gerekmez. Bunu deneyimledik. Hatta şöyle bir şey oldu. Bizim kurum açısından söyleyecek olursak; normalde insanlar mesaisi bittiği zaman eve gider ve daha az bakar haberlere. Hep evde olduğumuz için herkes tetikteydi. Daha verimli bir ortam çıktı. Herkes her an haberlerle ilgiliydi. Aslında insanları bir odanın içine kapatmadığınız zaman ve uzaktan yaptıklarında farklı bir şevk ve motivasyon olduğunu da gördük gazetecilikte. Bir de yalnızca yurt dışı için kullandığımız (geçmişte yurt dışından birini bağlayacağımızda Skype, Zoom gibi şeylerle bağlanırdık) şeyler vardı. Bunu yurt içinde de kullanabileceğimizi gördük. Sadece telefon bağlantısı değil, görüntülü olarak yapabileceğimizi daha sık yapabileceğimizi gördük. Konuk almak için zaman veya mekan sıkıntısı olmayacağını, oturduğu yerden o kişiye bağlanabileceğimizi pandemi döneminde deneyimledik. Bu dönemde birçok insan teknolojiye uzakken tablete ya da akıllı telefon kullanmaya başladı. Bizi arayanlar oldu ve sizi izlemek için tablet satın aldık dediler. Tablet aldım öğreniyorum, akıllı telefon aldım diye söylüyorlardı. İnsanlar haberden uzak kalmamak ve haberdar olmak için yeni medyayla tanıştı. Çünkü gazeteler hem haberler çıkmaz ve çıkanlarda eski haberler olurdu. Birçok insan yeni medyayla, Web TV'lerle ve dijital medyayla tanıştı. Bunların nimetlerini gördü. Televizyonda seyrederken televizyon bağlantı almazsa ki çoğu televizyon almaz. Burada izlerken anında altına soru sorup cevap alabileceğini gördü. İnteraktif olarak katılabileceğini gördü ve insanlara cazip geldi. Medya hem kendi dönüştü hem de izleyicisini dönüştürdü. Bu merak tabii ki pandemi günlerindeki kadar yoğun bir ilgi yok ama oradan gelen bir izleyici kitlesi var. Bu dönemde ilgi olduğu için daha çok Web TV ve Web sayfası açıldı. Bu defa enflasyonu oldu. Enflasyonu olan her şeyde kalite düşer. Hiç adını sanını bilmediğimiz bir çok Web TV var. Çoğalınca programlara çıkan insanlar belli insanlar olduğu için 3 kişi 5 kişi ile program yapan izleyicisi olan Web TV'ler görmeye başladık. Olumsuz bir tarafı da enflasyonu olmasıydı. İnsanlar her açılan yeni bir şey gördükleri zaman kendi yapacağı da olacak sanıyor. Kalite biraz düşmüş oldu. Ama pandemi dönemi birçok şeyi etkilediği gibi geleneksel medyayı da çok etkiledi. Neredeyse belini kırdı diyebileceğim şekilde. Ve dijital medyanın daha çok önünü açtı.*

3- Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansması nasıl oldu? Yada Kıbrıs Türk Medyasını nasıl dönüştürdü?

*Bazı platformlar kurup aynı anda geleneksel medya, dijital medya onun içine oyunda koyuyorlar. Oyun film hepsi birden hizmet görür. Aynı platform üzerinde farklı bir hizmet sunulması gerekir. Az önce söylediğim gibi geleneksel medyaya şöyle bir mesaj verdi. "Sizin daha farklı içerikler üretmeniz, daha orijinal haberler üretmeniz ve sizin ayakta kalabilmeniz için farklı olmanız gerekir". Çok azı ayakta kalacak ileriki yıllarda. Her ne kadar da bazı şirketler destek veriyorsa da çok sürdürülebilir olmayacak. Dijital medyada bir yükselme oldu ve insanlar oraya kaydı. Para vermektense telefon veya tablet üzerinden bütün haberleri oradan okurlar. Geleneksel medyanın ne kadar çaresiz ve açmaz içerisinde olduğunu anlamak için mesela kendileri orijinal haberler üreteceğine dijital medya onlardan alsın, onlar dijital medyanın yaptığı özel haberleri alıyorlar ve basılı gazeteyle koyarlar ertesi gün . O zaten tüketilmiştir. İnsanlar onu gördü, okudu. Dijital medya birbirinden de alır haberleri ve yayılır zaten. Sen onu ertesi gün gazeteyle koyduğün zaman ne anlamı var? Bu durumdan hala geleneksel medya, kağıda basılı gazeteler yönetenler tam bir ders almış değil. Hala aynı açmaz içerisinde gider. Diğer taraftan da dijital medya ve yeni medyada ise birkaç kurumsallaşmış şirket dışında bir kişi iki kişiyle çıkan, oradan buradan haber çalan, yazım kurallarına dikkat etmeyen çok fazla hata yapan siteler vardır. Bir de nasıl yönetirler yeni medyayı? Geleneksel medya zihniyeti ile yönetiyorlar. Sahiplik yapıları da değişti iş adamlarının eline geçtiği için. Onlar da haber saklar duruma geldi. Bulunduğu sahibinin çıkarları çerçevesinde bazı haberleri saklayıp, bazı haberleri ön plana çıkarma noktasına geldi. Halbuki sosyal medyada herkes bilerek haberci haline geldi. Artık herkes haberci, gazeteci durumuna geldi. Geleneksel medyanın yayınlamadığı, yayınlamaktan imtina ettiği saklamak zorunda kaldığı insanlar sosyal medyada paylaşıyor. Bu sosyal medya dijital medyanın da en fazla kaynaklarından biri buna rağmen dijital medyayı elinde bulunduran şirketler maalesef aynı geleneksel medya zihniyeti ile bu haberleri saklama içerisine girerler veya çarpıtma içerisine girerler. Bizim burada iyiye doğru bir dönüşüm var. Bir taraftan da eski kafa ile dijital medyayı yönetmeye çalışıyorlar. Burada bir sıkıntı var. Sonsuz imkanlar ve olanakları olan bir mecradır. Sosyal medyadan alabileceği dünya kadar, feyz alabileceği ve artık insanların hiçbir şey saklamaması için paylaştıkları şeyler varken dijital medya yani onun medya tarafı sosyal medyanın medya tarafı eski model yöntemlerle gidiyor. Sahiplik yapısı geleneksel medyanın sahiplik yapısına benzemeye başladı. Otelciler, kumarhane sahiplerinin yönetiminde gibi oldu. Bu da aslında yaşamak için kurumsal bir şey kurabilmek için dijital medyada personel alacaksa, 8 – 10 tane reklam alması gerekir. Reklam alabilmesi için izlenirlik olması gerekir. Geleneksel medyada izlenirlik kaç denirse ona inanmaz zorundayız. Burada izlenirlik görülen bir şey. Saklanamaz. Sponsorları memnun edebilmek için onların isteklerine göre dönüşür. Baktığınız zaman bu defa da reklam verenlerin kısıtlamaları dijital medyaya da yansır. Reklam verenler iyi bir reklam veriyorsa, onun istekleri dışına çıkmamayı getiriyor. Bu da bizi yine geleneksel medyada yaşadığımız sorunlara getiriyor. Sahiplik yapısı önemli bir sıkıntı. Reklam pastası da geleneksel medyadan dijital medyaya kaydı. Çünkü reklam verenler izlenmeyen, satın alınmayan gazetelere neden ilan vereyim diyor. Bir tek Kıbrıs gazetesi ve Diyalog biraz reklam alıyor. Onun dışındakiler eski reklam pastasından pay alamaz. Web TV'ler ve dijital gazeteler*



reklam pastasını da geleneksel medyanın elinden aldı. Bu durum da geleneksel medyaya büyük bir darbe vurdu. Şu anda insanlar Web TV'lere ve sitelere çok sayıda ilan veriyor ve onun geri dönüşünü gördüğünü söylüyor. Reklamda da tamamen dijital medyaya bir dönüş var. Reklamında böyle sıkıntıları var medyada. Daha özgür olmasına da engelliyor. Alternatif medya olarak geleneksel medyada Afrika Gazetesi örnek görülür. Ya da Gazedda Kıbrıs vardır. Onlar da ayakta durmak için zorlanmaktadırlar. Aslında o tip şeyleri da insanlar az sayıda biliyor durumdadır ve maddi olarak güçlü olmadığı için ve kendini ulaştıramadığı için insanlar onları da bulamıyorlar.

4- Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

Biz daha çok hem kurum olarak hem de kendi yazılarımda Facebook ve Twitter üzerinden yararlanıyoruz. Twitter habercilik açısından, Kıbrıs'ta takipçisi az olabilir fakat derdi haber olan daha ciddi bir şekilde orayı takip etmek isteyen insanların bulunduğu bir mecradır. Facebook Web TV imkanlarını da sunduğu için ve insanların büyük bir çoğunluğunun, toplumun %90'ında kullandığı bir mecra olduğu için oralarda dolaşan haberlerde insanların paylaştıkları da daha çok haber olarak bize yansımaktadır. Instagram biraz daha fotoğraf ve kendini gösterme aracı olduğu için çok fazla kullanmıyoruz. En fazla Facebook kullanıyoruz. Facebook çok geniş bir deniz olduğu için oradan hem haber almakta hem de kendimizi yazılarımızı ya da programlarımızı paylaşma açısından en önemli araç olarak görüyoruz. Youtube'dan da yararlanıyoruz. Hatta bir dönem kesintisiz yayın yapıyorduk.

5- Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

Pandemin kendini başlı başına bir olaydı. Daha önce hiç deneyimlemediğimiz, yani filmlerde görüp de pek hayra yormadığımız inanmadığımız olabileceğini düşünmediğimiz bir olay oldu. Özgürleşmiş bir toplumda insanların eve kapanabileceğini, çıkmayabileceğini ve böyle bir ortamda nasıl gazetecilik yapılabileceği yönünde bir deneyimimiz olmadığı için pandeminin kendisi başlı başına büyük bir olaydı. İnsanlar biraz korkusunu atmış olsa da hala daha da öyledir. Gazeteciler her zaman olduğu gibi gene dışarıdaydı, risk altındaydı. Baştan beridir anlattığım ama söylemeyi unuttuğum bir nokta var. Bu imkanları kullanırken internetteki kopmalar internetin zayıf olması en büyük sorunumuz ve korkumuz oldu. Halen bugün Web TV'de programlar yaparken "inşallah bugün internet kopmaz ,sorun yaşanmaz" dediğim oluyor. Benim daha önce 7 kez internetin koptuğu programım oldu. İnsanlar kendi buldukları yerde internetleri kötü olduğu için ekranları donuyor ve yayında sorun olduğunu sanıyorlar. Böyle sıkıntılar var. Yillardır konuşulan Fiber-optik ağları internet altyapısını düzeltmedikleri için korkuyla yapıyoruz. Senin internetin istediği kadar kaliteli olsun, programa bağlanan kişinin interneti kötü olduğunda görüntüler ve sesler kötü geliyor. Dijital medyanın olanaklarını deneyimlemede internetin güçlü olmaması bize büyük sıkıntılar yaşattı. Pandeminin kendisi büyük bir olaydı. Özelce jet krizi meselesi vardı. Bir takım insanlar pandeminin en katı olduğu günlerde, kapalı olduğumuz dönemde ülkede yöneticilerin kendi koydukları kuralları çiğneyerek bir takım iş adamlarını ülkeye getirdiklerini, izinsiz bakanların bir birbirinden habersiz kimin getirdiği belli olmayan bir şekilde. Tabii burada yine medyaya yansımaları bunun ve bu dönem içerisinde

neredeyse hükümeti bitirecek noktaya gelmesi bu olayın ve ardından da raporun açıklanmaması bu dönemin akılda kalan haberlerinden birisiydi. Bu dönemde önemli neydi diye soracak olursan; bırak bozulan hükümetler, Cumhurbaşkanlığı seçiminde müdahaleler, UBP kurultayına müdahaleler. Burada hem dijital medya hem geleneksel medya algı operasyonuna göre kullanıldı. Algı operasyonu hem dijital medya hem de geleneksel medya kullanılarak nasıl kullanıldı Cumhurbaşkanlığı'nda? Şöyle bir şey ortaya çıktı. “ Eğer Ersin Tatar kazanmazsa, Türkiye ülkeye katkı yapmayacak ve burası çok sıkıntılar çekecek. Akıncı kazanırsa çok kötü günler bizi bekler” algısı yaratıldı. Medya çok güzel kullandı bu durumu. Bunu aslında Türkiye'den AKP Hükümeti, TC Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan demeçleri ve Türkiye'de havuz medyasını kullandılar. Her gün böyle yayınlar yapıldı. Ülkemizde de yapıldı. Medya kullanılarak büyük bir algı operasyonu düzenlendi. Anketlere göre ve öngörülere kazanacak kişi kaybetti. Sırf insanlar acaba Ersin Tatar kazanmazsa da Akıncı kazanır burası çok mu kötü olur? Gerçekten katkı yapılmaz mı? Düşüncesi girerek medyanın yaptığı algı operasyonunun içerisine girdi. Medya yaptığı bu algı operasyonunda başarıya ulaştı. İnsanlar arasında oy vermemeyi düşünenler bile bunu yaptı. UBP en fazla kendi içerisinde sorun yaşadığı bir dönemde ve hesaplaşma yapacağı düşündüğü dönemde hem bu algı operasyonunda hem de direk küskün kesimlere yapılan operasyonlarla seçimin rengi değişti ve sayın Ersin Tatar kazandı. Bu dönem içerisinde en fazla dikkat çeken ve dijital medyanın da çok fazla bu algı operasyonunda kullanıldığını ve etkili de olduğunu söyleyebiliriz. UBP Kurultayı'nda sonra yine benzer algı operasyonları yapıldı ve 2 aday geri çekildi. Burada medyanın olumsuz anlamda insanların etkilenmesinde ve seçim yapmasında çok büyük katkısı oldu. Ülkemizde dijital medya bunu çok iyi kullandı.

#### 6- Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

Algı operasyonu yapılırken sosyal medyayı belirli kesimler çok iyi kullandı. İki taraf arasında sosyal medyada bir çatışma yaşandı. Sosyal medya pandemi döneminde hükümetin aldığı kararlarda çok etkili oldu. Hükümet yeni medya ,dijital medya ve geleneksel medyadan daha çok sosyal medyaya baktı. Orada kendilerine yapılan tepkiler, küfürler, hakaretleri dikkate alarak bugün aldığı bir kararı ertesi gün değiştirdi. Bu da çok eleştirildi. UBP-HP bozulmadan önceki kararsızlıklarına sosyal medya hükümeti denildi. Sosyal medyada gerçekten gücünü gösterdi burada. Özellikle kişilere yönelik hakaret, küfre varan tepkilerin kişiler üzerinde etkili olduğu düşünüldü. Bu bir bakıma iyiydi fakat sosyal medyadan gelen her şey doğrudur diye bir şey yoktur. Bazı yanlışlardan dönmelerine neden oldu, bir yandan da tutarlı olamamalarına neden oldu çünkü sosyal medyadan yanlış gelen değiştirmemeleri gereken şeyleri de değiştirdiler. Fazla etkisinde kaldılar. Sosyal medya bizim ülkemizde, başka ülkelerde olduğu gibi Twitter'dan insanları sokağa dökme durumları gibi çok büyük bir etkisi olmadı fakat bizde de bu şekilde bir etki gerçekleşti. Küçük de olsa bazı grupların Facebook üzerinden haberleşerek eylemciler yapmasına da katkısı oldu. Bu çok büyük bir ses getirmese de bir adımdı belki de. Daha önce sosyal medyada ses çıkarıp bunu ete kemiğe büründüremezdi ülkemiz fakat pandemi döneminde insanlar az da olsa bunu da yaptılar. Bu dönemde sosyal medyanın bu şekilde etkileri oldu.

- 7- Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*Sosyal Medya'da Kanaat Önderleri gelişti. Onların söyledikleri dikkate alındı. Bunlar içerisinde gazeteciler de var. Mesela Hüseyin Ekmekçi önemli bir kanaat önderi oldu. Hüseyin, haberleri araştırıp pandemi ile ilgili sağlık ekipleriyle iç içe olması ve oradan haber gelmesi mesela. Yalnızca konuşan insanlar değil konuşurken ortaya bir şeyler de koyan doneler oldular. Mesela DEV-İŞ'te Devrim Barçın var. O bir kanaat önderi gibi oldu. Paylaştığı şeyler dolayısıyla kanaat önderi durumuna geldi. Mesela Hüseyin Ekmekçi'nin "burada bu oldu, şurada şu oldu, yarın bu olacak, bugün bu olacak " demesi insanlar açısından önem göstermektedir. Kanaat önderleri arasında içerisinde gazeteci olmayan birçok tip de ortaya çıktı. İnsanlar, sadece konuşup bir şey üretmeyen aslında bir sonucu olmayan şeyleri değil, konuşurken ortaya bilgi olacak şeyleri anlatma veya yasalarla bunları destekleyen kanaat önderleri etkili oldu. Kanaat önderlerinin, paylaştığı ve gruplar şeklinde kar topu gibi büyüttüğü tepkiler çok etkili oldu kararların değişmesinde ve siyasilerin etkilenmesinde. Geleneksel medyada kanaat önderi yaratmak çok daha düşüktü. Sosyal medya ve Dijital medyada bu durumun daha etkili olduğu görüldü. Siyasiler bu durumdan çok etkilendi ve şikayetlerini de dile getirmişlerdir.*

- 8- Sizce Kıbrıs'ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*En fazla Dijital Medya etkilidir. Geleneksel medya bu etkisini yitirmiş durumdadır. Burada da birkaç kurumsallaşmış dijital gazete bunu yapmaktadır. Çok arttılar. Zaman zaman bir takım haberlerle az izlenir olanlar da etkili şeyler ortaya çıkarıyor. Fakat artık bir şeyleri değiştirmekte veya etkilemekte kağıda basılı gazeteler veya Televizyonlar değil, Dijital gazeteler etkilidir. Eskiden kağıda basılı gazeteler çok etkiliydi (Özellikle Kıbrıs Gazetesi). Artık şimdi bu egemenlik dijital medyaya ve onun içerisinde bulunan birkaç kurumsal kuruma kaptırılmıştır.*

- 9- Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

*Özellikle kapalı dönemde hükümetin bir takım alışık olmadığımız ve yeni olan radikal kararlar alması gerekiyordu. Bu kararlar toplumun bazı kesimlerini ciddi şekilde etkileyecek boyuttaydı (Sağlık mı? Ekonomi mi?) . Hükümetler daha önce deneyimlemediği, karşılaşmadığı sorunlarla ilgili bir takım kararlar alırken zorlandı. Bu kararları aldıktan kısa bir süre sonra bir takım sosyal medyadan veya dijital medyadan kanaat önderliği üstlenen insanların ortaya attığı eleştirilerle çok etki altında kaldı. Bazen bu eleştiriler eleştirinin ötesinde sövgüye hakarete varan ifadeler de yer aldı kişisel olarak bakanlara. Başbakan veya Başbakan Yardımcısı gibi... Bu nedenle hükümetler bazı kararları geri almak zorunda hissetti kendini... Örneğin; henüz karantina sistemi kurulmadan ülkeye gelen biri erkek kuaförüne gitmişti. Bu hükümetin tahmin edemediği bir şeydi. İnsanların bunu sosyal medya üzerinden*

*paylaşması ve fazlasıyla tepki göstermeleri üzerine yeni kararlar alındı. Vatandaşların tepkileri etkili oldu. Bu defa da siyasilere karşı eleştiriler oldu. Sosyal medyaya bakarak değişiklik yapıyorsunuz eleştirileri geldi. O dönemde arka arkaya değişiklikler oluyordu. Sosyal medya halen daha etkilemeye devam ediyor. Başka bir örnek verecek olursak; özel jet krizinde çok büyük tepkiler, küfürler olmasına rağmen raporun açıklanmaması konusunda diretiliyor. Silinen kamera görüntüleri var, görüntüler içerisinde bir bakan olduğu söyleniyor. O bakanın da ortaya çıkmaması için de sosyal medyadan veya dijital medyadan gelen tepkilere direnç gösterebiliyorlar. Kendilerini ilgilendiren konularda da direnç gösterebiliyorlar.*

10- Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Fazlasıyla değiştirdi. Akıllı telefonlara, tabletlere kayıtsız kalan insanlar bunlara sahip olmaya başladı. Sosyal medya hesabı olmayan insanlar, sosyal medya hesabı açtılar bu dönemde. Gittikleri yerlerde eskiden çok önemsemezlerdi buldukları ortamda internet olup olmadığını. Şimdi her gittikleri kafe, restoran benzeri yerlerde ilk sorulan şey “Burada internet var mı?” oldu. Gittikleri her alanda internet olmasını önemsiyorlar. Çok kişi internet sağlayıcıların telefonuna ya da iki taneyse, en az bir tanesine internet bağlamak gerektiğini söyledi. Mesela benim eşim pandemi dönemine kadar telefonuna hiç internet istemedi. Ama o dönem gelince Telsim’ le konuş bir paket al interneti olsun dedi. Geçmişte bu kadar ihtiyaç duymadığı internete bu dönem ihtiyaç duydu. Evine internet alanlar oldu. Telefonuna bağlayanlar, tabletine bağlayanlar... Bir alışkanlık olarak pandemi dönemi dijitalle daha fazla adım atmaya katkı sağladı. Ve bu dönemde mesela insanlar evinden de çıkamadığı için şeyleri öğrendi; gidip de bankada kuyruk bekleyeceğine, elektrik dairesinde mesela... Çok insandan duyuyorum şu an ben... “Ne aptallık yahu” diyorlar... gidip saatlerce beklerdik orada. Mesela telefon, elektrik, belediye vergileri hatta beceremeyenler için seyrüsefer çıkarma bile... Bunlar hep elektroniğe döndü. Çok sayıda insan bunu kullanmaya başladığı görüldü. Sipariş verme, uzaktan ödeme gibi alışkanlıklar gelişti. Pandemi geliştirdi bunları. Zorunluluk geliştirdi bunları. Daha önce zorunlu olmadığı için, kullanmadığı için, adam hesap açmadığı için, e-maili olmadığı için, sosyal medya hesabı olmadığı için, bilgisayar çok fazla kullanma ihtiyacı hissetmediği için bunları gidip eski modelde yapmaya çalışırdı. Ama şu anda bunun çok kolay olduğunu ve elinin altında olduğunu gördüğü için aslında bu pandemi dönemi insanların dijitalle daha fazla kaymasına neden oldu. Bunun zor ya da tehlikeli bir şey olmadığını da gördü. Pandeminin iyi taraflarından birisi oldu bu.*

*Biz aslında genelde, yani ben kendi adıma bunların hepsini kullanıyordum mesleğim icabı. Sosyal medya paylaşım araçlarının hepsini kullanıyordum bir şekilde. Dijital medyaya geçtikten sonra daha fazla kullanmaya başladım. Daha önce televizyon programlarının kaç kişi tarafından sosyal medyada izlendiğine bakmazdım doğrusu. Ya da Web TV’ler üzerinden hangi programı kaç kişi izler diye bakmazdım. Yani bakmazdım bu sayıcılara... Ama bir dijital medyada ve Web TV’de çalışmaya başladıktan sonra ve yalnızca internet ortamında hizmet verdiğimiz için benim için*

*daha önemli oldu izlenirlik. Konuk seçiminde daha itinalı olmaya başladım çünkü ilgi çekmeyecek bir konuğu, belki iyi bir şey değildir bu belki zaman zaman da oluyor...Mesela çok iyi bilgiler veren insanlar çıkarıyoruz bilimsel olarak bu da ilgi görmüyor.. Bu da bizi biraz daha fazla popüler insanlar çıkarmaya itiyor. Mesela insanlar pandemi döneminde bakan ve sağlıkçı görmek isterdi daha çok. Ve bizde onların istekleri çerçevesinde bakanları, yetkilileri ve sağlıkçıları çıkarırdık. Bu hem iyi hem kötü. Bir şekilde sizi daha popülist olmaya iter bu. Bendeki değişim böyle oldu. Daha önce Kıbrıs TV'deyken hiç bakmazdım o ilgi çekecek bu ilgi çekecek. Nasıl olsa televizyona çıktı görecekti diye düşünürdüm. Ama şimdi seçimlerini hatta soruyorlar bana " Bizi neden çıkarman?" diye. Sizin izlenirliğiniz azdır diye daha farklı bir şey düşünürüm diyorum. Yani mesela özel bir çekim yapabilirim ya da başka bir şeyin içerisinde bunu yapmaya mecburum. İzleyicimin düşmemesi gerekiyor. Reklam verenlerin memnuniyetini bozmamak için bendeki değişiklik bu oldu konuk seçiminde. Daha itinalı oldum. İnsanların ilgisini çekecek şeyler yapmaya çalışırım. Geçmişte bazı günler yazılarımı paylaşmadığım, unuttuğum zamanlar oldu. Şimdi özellikle hiç öyle yapmam çünkü oradan insanlar bana ulaştığı için bütün Twitter'dan da Facebook'tan da paylaşmaya özen gösteririm. Oradan gelen sorulara anında cevap vermeye çalışırım çünkü benim izleyicim bunların üstünde olduğu için daha fazla önem göstermeye başladım. Bizi izleyenlerden örneğin beni bulamadığını, yazılarımı bulamadığını söyleyen insanların bazılarının tablet alıp seni izlemeye başladık dediklerini duydum. Bu da beni sevindirir mesela. Senin için tablet aldım diyen seyircilerim var. Yine de markette karşılaştığım "seni bulamıyoruz, neredesin? Hangi kanaldasın? Hangi gazetede yazan?" diyen yaşlı kesimden insanlar var. Onlara anlatmaya çalışırım aslında. Halen izlemeyen bir kitle var. 4 – 5 hafta önce BRT'de bir program yapmaya başladım. O yaşlı kesimden insanların seni bulduk, karşımıza çıktın dediklerini duydum. Toplumun tümü henüz dijitale geçmiş değil ama yaşlı ilerlemiş olan ve dijitale geçmiş olan insanlar da var. Bu da beni sevindiriyor.*

### **Ek 3.4 Kıbrıs Genç TV Program Yapımcısı Nazar Erişkin**

1- Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*Ben Nazar Erişkin. 2007 yılından beridir aktif olarak Kıbrıs'ın kuzeyinde televizyon gazeteciliği yapıyorum.*

2- Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığınızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Enteresan süreçti ve hala öyle olduğunu düşünüyorum. Yani iki anlamda. Bir tanesi şu; herkesin evde olduğu bir süreçte çalışır vaziyette oluyorsunuz. Bunu psikolojik olarak bireysel anlamda da farklı bir tecrübesi oluyor. Mesleki açıdan da sizi daha kompakt bir hale getiriyor. Yani daha kompakt doğmak durumunda kalıyorsunuz. Her işi zaten memlekette bu mesleği yapmak çok ciddi kadrolarda falan çalışmıyorsunuz. Ama örneğin bizim özelimizde Kıbrıs Genç TV'de çalışıyorum ve orada personelin*

yani neredeyse reji ve programda ben vardım. Birkaç kişi daha vardı. Onlar dışındaki hiç kimse kanalda yokken, herkes haber merkezi dahil evden bir şekilde çalışmaya çalışırken siz kanalda oluyorsunuz. Dolayısıyla aslında ulaşmaya çalıştığınız her şeyde daha kendi el yordamınızla ulaşmaya çalışıyorsunuz. Öyle bir şey var. Genele bakacak olursak ama zaten medyanın buraya doğru bir kayması söz konusuydu. Yani kompakt her işi yapan muhabir istiyor artık sektör. Çekimini yapacak, montajını yapacak, sunumunu yapacak ve bir paket olarak freelance da çalışıyorsa, kurumda da çalışıyorsa artık kurumların da beklentisi bu yönde... Covid-19 süreci birazcık bunu hızlandırdı diye düşünüyorum ben. Öyle bir yere doğru zaten gidiyordu. Covid-19 , bu noktada birazcık daha etkili oldu. Mesleki açıdan bir de tabii bu birazcık daha bahanesi oldu tüm dünyada. Pek çok meslektaşımızda işlerini kaybetti . Covid-19 döneminin reklam gelirlerinde azalmaya neden olması gibi şekillerden dolayı. Zaten ekonomik anlamda çok güçlü olmadığımız için medya sektörü bu anlamda da can kaybetti, kan kaybetti.

İlk günlerinde tüm toplumda bir panik havası vardı . Siz ekran önündeyseniz bir kere hem panik duygusu yaratmamanız hem olanı biteni haber vermeniz gerekiyor doğal olarak. O dengeyi sağlamak konusunda, neticede bir insansınız bu toplumda yaşıyorsunuz ama her gün kalkıp da anlatmak durumundasınız şu oldu, bu oldu diye. Bence çok kötü örnekleri var ülkemizde bunun. Yani “ Kapanın! Kapatalım! Şu olsun, Bu olsun” panik panik hala devam ediyor. Bu tarz örnekleri de var. İlk günlerde bu panik havası biraz daha hakimdi diyebilirim. Yine kötü örnekleri var şu anlamda; mesela neredeyse insanların isimlerini açıklamaya varan yayınlar yapıldı mesela o dönem. İnsanlarda “ Onlar Covid oldu! Onlardan uzak durun!” korkusu oldu. İş çığırından çıktı. O panik havası birazcık azalınca, sağlık dışında da şeyler var noktasına birazcık evrildi . Benim açımdan ilk günlerde o insanların kapanma duygusuyla ve birazcık daha herkes sağduyuluydu. Ve herkes bu süreci daha ortak yaşayabiliyordu. Yani borçlar ertelenmişti, günlük yaşam pratiğinde herkes eşitti. Medyada da onun yansımaları ekrana taşıyabiliyordum. Yani sorunlar konusunda herkes can kulağıyla dinliyordu. Daha duyarlıydı herkes. Haber almak konusunda daha açtı. Ve daha önyargısız, daha az yargılayıcıydı bence. Kapanma bittikten sonra ve hayatın gerçekleri yeniden başladığında şimdi birazcık daha iş “ Peki şimdi ne olacak?” noktasına döndü. Medyada bunun karşılığını bulabiliyor mu insanlar emin değilim. Karşılığını bulduklarında da ne derece kulak veriyorlar ona da emin değilim. Söyleniyoruz ama söylendiğimiz şeyleri ekranda yansımaları gördüğümüzde daha çok seyrediyoruz ya da polemikleri daha çok seyrediyoruz. Ama işte birisi bugünkü durumdan çıkılmasıyla alakalı bir çözüm ortaya koymaya çalıştığında ona da çok fazla kulak vermiyoruz. Yani yine o “Harala Gürele” den hoşlanıyoruz. Böyle de bir ikilem var bence.

- 3- Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansımaları nasıl oldu? Yada Kıbrıs Türk Medyasını nasıl dönüştürdü?

Bence her konuda olduğu gibi bu konuda da böyle bir altyapımız yoktu. Bu şeyle alakalı diye düşünüyorum, izleyicinin beklentisinin ne olduğuna bağlı olarak ekran önündeki insanlar ya da haber yapan insanlar tıklanma sayıları ya da işte izlenme bu Facebook üzerinden yayın yapan Web yayınları var. Ne zaman ki böyle daha speküle eden şeyler söylüyorlar ya da daha speküle eden başlıklar atıyorlar. Onların daha çok

tık aldığını ve daha çok seyredildiğini gördüklerinde o şey artıyor” yani orda o oldu burada bu oldu”. Yani orada ince bir çizgi var. Bu toplum sağlığını ilgilendiren bir mesele netice ve tüm dünya yaşıyor bunu. Bizim bunun dışında kalmamamızı beklemeyeceğimizi bildiğimize göre burada da vakalar olacağını hepimiz öngördük. Şimdi o vakalar olmaya başladığında bunun verilme dilini gördük. Örneğin ben kendi yayınlarımda şunu gördüm; benim yayınlarımı seyreden insanlar doğru bilgiyi, doğru sorgulama şekilleriyle alabildikleri için beni seyrettiklerini söylediler o dönem ve izleyici sayım çok arttı. Bir başkasındaysa işte içeriden bilgi alıp, onları verdiğini söyleyen bir arkadaşımız vardı. O farklı bir izleyici kitlesine hitap etti. Ama daha böyle o şeyi heyecanı ayakta tutacak işte “bakın bu oluyor!bakın şu oluyor” falan diye birazcık daha yayınlarının içeriğini buna kaydıranlar birazcık daha izlenme kaygısındaydılar diye düşünüyorum. Teknik anlamdaki altyapımızın çok zayıf olduğunu düşünüyorum. Birazcık teknolojiyi kullanma noktasında hızlandırdı süreci. Yani ben çok basit bir şey söyleyeyim ,cidden çok basit; Neyi bugüne kadar yapamıyordum? Skype bağlantı yapamıyordum mesela kanalda. Neden? Çünkü ihtiyaç görülmemiştir. İşte 3G kullanılıyordu, palyatif başka çözümler bulunuyordu. Ama ne zaman ki benim dünyanın başka yerlerindeki insanlarla ya da burada daha sağlıklı bağlantı yapmamla alakalı bir ihtiyaç doğdu reji buna göre dizayn edildi. İlk başta Instagram üzerinden, Instagram yayınını ekrana verip o ekranı ikiye bölme özelliğinden sonra Skype falan gibi yani çok basit...Belki de Türkiye’de ya da Güney’de hiç lafı bile olmayacak bir şey. Ama bizde böyle bir işlevi oldu. Bilen, düşünen insanların sorgulanması anlamında çok popülist yayınlar yapıldığını da gördük. Ama dediğim gibi izleyicide bir anlamda popülist şeyler bekliyor. Bu birbirini besleyen bir şey. Ama ben her zaman nitelikli iş verildiğinde insanların beklentisinin de artacağına inanan bir insanım. O yüzden nitelikli işler çıkması gerektiğini düşünüyorum. İzleyicinin de öyle bir süzgeçten geçmesi gerektiğini düşünüyorum bu süreç üzerinde yayınların.

4- Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

Ülke gerçeği Facebook. Çünkü Facebook’ta herkes. Yani Twitter kullanmaya çok yeni başlıyor insanlar. Genç kuşak yeni Twitter kullanmaya başlıyor. Youtube zaten çok çok az burada kullanımı. Facebook’ta yoksanız sosyal ağda yoksunuz. Ben zaten karasaldayım, uydudayım. Ekstra olarak Facebook’tayım. Benim yayınlarım genelde Facebook üzerinden çok seyredilmiyor. Uydu üzerinden daha çok izleniyor. Geçtiğimiz gün uyduda bir arıza olmuş. Herkes Facebook’tan seyretmeye başladı. Herkes yayın yok diye yazmaya başladı.

5- Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

Ülkede bence ilk yerel vakanın görüldüğü gün çok mühimdi. Ben o gün kanaldan çıktım. Doktor randevum vardı. Doktora gidene kadar Metropol yolundan (**Lefkoşa’da bir cadde**) hastane tarafına çıktım. Hastanenin karşısındaydı gideceğim doktor. Herkes sözleşmiş gibi yani Salamis’te karantina oteli olmuştu. Orada çıktı vaka. Gelen turist kafilesindeydi ama herkes bir anda maskeliydi mesela anlaşmış gibi. Bence çok enteresandı. Ben böyle hayret ettim yani bu haberin çıkmasını mı bekliyordunuz. Bir anda maskeleri taktınız. Bu bence önemliydi ama yerel vakalarla birlikte birazcık daha

*“Ne oluyoruz?” noktasına gelince bence yani sansasyonel olup olmaması dışında tüm bu süreç önemli yani. Adım adım okunduğunda neler yapılabilirdi ve yapılmadı, ekonomi anlamında hiçbir önlem alınmamasının bugüne getirdiği şey. Baktığında yani sağlık sağlık denilip sağlık için hiç bir şey yapılmamış olması bence baştan sona en önemli şey. Pandemi hastanesi dendi öyle böyle bir hastane yapıldı. Bak mesela bugün halen elektriğinin olmamasını, cihazların çalışmamasını konuşuyoruz. Sağlık sağlık dendi hala bir ekstra doktor, hemşire alınmış durumunda değil. Sağlık sağlık dendi temiz hastane yok. Dr. Burhan Nalbantoğlu'nun durumu ortada. Yani en önemli konu her şeye sağlık denilip, sağlık için hiçbir şeyin yapılmaması. Şu an bunun ceremesini çektiğimizi düşünüyorum.*

6- Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

*Mekansal özgürlük sağlıyor sosyal medya. Ama şu noktada tereddütlerim var; 1) Mekânsal özgürlük sağlıyor, 2)Kendi gözlemlerini paylaşma olasılığı sağlıyor, 3) Fikrini belli bir kitleye duyurma imkanı sağlıyor. Şimdi bunların ötesinde ama paylaştığı şeylerin gerçekliğini denetleyen kimse yok. Sen bir şey paylaşıyorsun bir anda o viral olabiliyor. Atıyorum 50 kişi paylaşıyor ve bizim memlekette 50 kininin onu paylaşması iyi bir rakam. Ama mesela sen bunu teyit ettin mi, etmedin mi. Kişisel gerekçelerin yüzünden mi böyle bir şey ortaya attın? Altında ne var? Bununla alakalı teyide muhtaç bir bilgi ise eğer teyit edildi mi? Bununla alakalı hiçbir şey yok. Herkes her şeyi yazıyor. Herkes her şeyi söylüyor. Bunlar doğruymuş gibi kabul ediliyor. Bunun üzerine başka kanaatler oluşuyor. Bence de sosyal medyanın temel problemi zaten bu. Yani bak bu tüm dünya ile alakalı olan bir şey aşularla alakalı mesela; viral olan videolar var. Aşı oldu felç oldu, aşı oldu bayıldı. Son örnekleri bunlar. Bir anda paylaşılıyor. Nerede olduğunu bilmiyoruz. Adı doktor, araştırmıyoruz. Bazı insanlar bir şeyler söylüyorlar. “Aaa bak doktor bunu demiş” diye paylaşılıyor. Yani bir Googlelamıyoruz bile. Bu insanlar kimdir? Ne yaparlar?. Sosyal medya çok doğru kullanıldığında olumlu ama bence bizde çok daha o konuda yol kat etmemiz gerekiyor diye düşünüyorum. Bir de sosyal medyada paylaşım yapıp, bunun paylaşılacağını düşünerek popüler olma çabasında olan insanlar var. Ve Covid-19 üzerinden bunu yapma çabasında olan insanlar var. Bunu da çok acıklı buluyorum doğrusu.*

7- Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*Kamuoyu oluşturmak artık sosyal medya üzerinden oluyor. Ve bu “işte bu Karantinasız Girişlere Hayır” grupları, Covid-19 grupları vardı süreç içerisinde. Bunların hep önemli olduğunu düşünüyorum. Çünkü yani kamuoyu dediğin şey artık “Hadi örgütlenelim! Yürüyüş yapalım” lardan daha farklı bir boyuta geldi. Artık orada örgütlenmelerin neticesinde kitlesel eyleme dönüşebiliyor. Ama çok uzunca bir süredir, yani sadece Covid-19 sürecinde değil, insanlar zaten sosyal medyayı örgütlenmek için mecra olarak kullanıyorlar. Dolayısıyla, evet o grupların da bir etkisi olmuştur ama ben şöyle bir naifliğe kapılmamız gerektiğini düşünüyorum. Yani bu süreçte siyaset, ekonomi, iş çevreleri aslında hep dirsek temasındaydı. Her ne kadar iş çevrelerini memnun etmeyen kararlar alınmış olsa da iş çevrelerinden bazılarını da memnun eden kararlar alındı. Onu da unutmamamız gerektiğini düşünüyorum. Yani zümresel ya da kişisel çıkarlar üzerinden de ilerletildi süreç. O*



nedenle, hani çok yeterli olmadığını da yine de düşünüyorum. Her ne kadar birkaç karar değiştirme noktasında başarı gibi görünse de mesela bak, bugün eğlence sektöründe olanlar eylem yapıyor, işte yarın başkası sonra başkası yapacak. Yani zümresel kalıyor bizim koyduğumuz tepki. Toplumsal olarak şunu diyemiyoruz yani; ben Covid-19'un ekonomik etkilerini, olumsuzluklarını toplum adına yaşamak istemiyorum” demiyoruz. Yani herkes grup halinde mi hareket ediyor? Evet. Yani mesela “13. Maaşın ben tüm bunlara rağmen aldım, o zaman tamamım” “ Ben ödemelerimi almadığım için tamam değilim”. Ama şey diyemiyoruz yani “. Topyekün bir süreçten geçiyoruz ve ben alsam da toplum geneline baktığında mutsuz bir insan kitlesi, işsiz insan kitlesi olması bu toplumun genel yapısını ilgilendiren bir şey noktasına gelemedik mesela. Zümresel, bütün bu ortaya konulan itirazlarda zümresel.

8- Sizce Kıbrıs'ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

Yani işte kullanıcı sayılarına ve yaygınlığına baktığında Facebook oluyor o. Yani şöyle düşün Youtube'da bir şey paylaşılmış olsa dahi Facebook'ta paylaşılmadan görünür olamıyor. Yani oradan dağıtım sürülüyor gibi düşünüyorum. O yüzden Facebook. Yani şöyle, televizyonların hala etkisi var ama örneğin, ben her gün 2.5 saat program yapıyorum. O 2.5 saat programın 1.5 dakikalık bir kesitini benim programımın sosyal medya sayfasında paylaştığımda insanların dikkatini çekebiliyorum. Zaman artık şey değil yani . İnsanların kesintisiz odaklanabileceği bir zamanı yok. O yüzden sosyal medyada ülke üzerinde Facebook.

9- Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

Yani en son pek çok noktada etkili oldu. Yani bu karantinasız girişlerin olmaması örneğin, az önce verdim. En son yine bu yılbaşı için 3 günün altında karantinasız girişlerin olmamasında da bu kamuoyunun baskısının ve sosyal medya üzerinden yansıyan kamuoyu baskısının önemli olduğunu düşünüyorum. Son örnek olarak; bunu verebilirim. Ama kamuoyu baskısı dediğim gibi kimi konularda işe yarasada ekonomik pek çok konuda tık yok. **Spesifik örnek verebilir misiniz?** Evet. Bir kaç örnek oldu bu süreç içerisinde. En az 3-4 örnek oldu. İşte bu girişler konusu oldu. Örneğin, Sağlık Bakanı Pilli'nin 21 gün kapanabiliriz demesi üzerine herkes Facebook üzerinden yorumlar yapmaya başladı. Bakan Pilli, bu durum hakkında insanların yorumları dolayısıyla açıklama yapmak zorunda kaldı mesela.

10- Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

Hayatımıza daha fazla daha fazla kullanıyoruz özellikle kapalı olan dönemde. Birincisi bence ciddi konsantrasyon bozukluğu nedeniyle herkesin elinde sürekli ne olmuş ne bitmiş diye sürekli bir haber takibi için timeline kaydırma durumu vardı. İkincisi, daha bu sürecin getirdiği işte sıkıntılar nedeniyle daha agresif olduğumuzu düşünüyorum. Sosyal medya da daha saldırganız. Öyle olduğunu düşünüyorum. Kendi bir paylaşım yapıp daha fazla kitleye ulaşması için o az önce sözünü ettiğimiz çok üyesi olan gruplarda onu paylaşmak. Örneğin ben Nazar Erişkin olarak bir paylaşım yapıyorum. Sonra o postu alıp Karantinasız Girişlere Hayır grubuna atıyorum daha

*fazla kişi görsün diye. Bu görünür olma isteğini artırdı. Ben de bunu söylüyorum. Kanaat önderi olmak istiyor herkes. Çünkü neden? Toplum sağlığı meselesi. Benim de fikrim , benim de bir görüşüm var. Bir de bu tarz süreçler herkesin gazeteci gibi davrandığı süreçler. Yani bence en önemli etkilerinden bir tanesi de bu. O hani sosyal medya etkisinden bahsettim ya az önce; ona ilaveten herkes de sanki gazeteci refleksiyle hareket ediyor . Ama işte etik değer, teyit etme, doğrulatma ihtiyacı falan filan yok. Evet işte bakın bunlar karantinadan kaçtı. Telefonla onu çekip paylaşma. Bakın burada durum böyle, onu telefonuyla çekip ama işte yani biz mesela ne yaparız? Böyle bir şey varsa ilgili mecra ile de orada bağlantıya geçersin. Durumun ne olduğuyla alakalı bir kompakt yaparsın. Kötü örnekler medyada da var. **Bir süzgeçten mi geçiyor yani Geleneksel Medyada?** Evet. Burada öyle bir şey yok yani. Ha iyi örnekleri var. Mesela karantinalardan kaçmalarla alakalı. Malpas'ta bir kız mesela havuzun oralarda görüntülenmişti. Biri çekmişti ve “ Ne oluyor? Karantina böyle mi?” falan dedirtmişti mesela. **Mesela insanlar karantinada odalarının durumunu veya yedikleri yemeklerin fotoğraflarını paylaşıyorlardı.** Evet, fakat bu durum manipüle etmek için çok müsaitti. Şahsi bir derdin varsa bunun üzerinden yürütebiliyordun. İyi örnekleri var ama her zaman aklımızda tutmamız gerektiğini yani doğrulanmadı bu bilgi. Böyle bunu da akılda tutmamız gerektiğini düşünüyorum.*

*Ben eskisinden çok daha fazla doğallık eskisinden çok daha fazla o an ne olduğuyla alakalı insanların bilgi alma konusunda açıklık çektiğini görüyorum. Bu eski konvensiyonel halinden birazcık uzaklaştırıp, birazcık daha aslında ben de bir bireyim, ben de bu toplumda yaşıyorum. “Sizin kaygılarınızı ben de hissettiğim için o kaygıları gidermek adına bu sorgulamaları yapıyorum” a beni yönlendirdi. Çünkü insanlardan aldığım geri dönüşler bu yönde. Yani bizim aklımıza gelen şeyleri sorduğun için seni seyrediyoruz diyorlar. Ya da bizim göstereceğimiz tarzda itirazlar gösteriyorsun ve her kesime siyasetçiye de, diğer şeylere de aynı mesafede olup yani bir perde gerisinde başka gündemle hareket etmiyor olma şeyi insanlara geçiyor. Ben mesela o yüzden seyredildiğimi bana söyledikleri için onu biliyorum. Beni bu anlamda yüreklendirdi. Doğru bir şey yapıyorum durumlar yaparken de “hani aman şuradan da bir şey olabilir, buna değinmeyim de şuraya gideyim” falan gibi perde gerisi gündemlerin olmamasının ekrana yansıdığını insanların bu yüzden tercih ettiğini düşünüyorum. Ve öyle olanlar da bence kazanacak.*

### **Ek 3.5 Kıbrıs Postası Haber Müdürü Ulaş Barış**

1- Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*Ben Ulaş Barış. 1997'den bugüne kadar 23 yıldır köşe yazarlığı ve aktif gazetecilik yapıyorum. Kıbrıs Postası'nda Haber müdürüyüm. Siyasi Bilimler Fakültesi mezunuyum. Gazeteciliğe de bir şans eseri girdim. Köşe yazıları yazarak başladım. Daha sonra gazeteciliğe geçtim.*

- 2- Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığınızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Covid-19 ile ilgili farkındalığın ilk günden bu güne geldiği noktanın değiştiğini düşünüyorum. Yani günlerde çok daha fazla Covid-19 ile ilgili spekülasyon haber, fake haber dediğimiz yalan haberler çıkmıştı. Çıkmaya da devam ediyor gerçi ama ilk günlerde bu konu çok ciddiye alınmadı. Basit bir grip olarak görüldü. Tabii burada basın, sosyal medyanın çok büyük etkisi oldu. Yani bunun basit bir gribal enfeksiyon olduğu yönünde bir sürü haberler sosyal medya iletileri onlar bunlar komplo teorilerine inanç olarak düşündüğümüzde çok ciddi boyutta bilgi kirliliği ortaya çıktı. Bu bilgi kirliliği tabii Covid-19'un kendisinden bile daha tehlikeli olduğu durumlara da erişti. Mesela hatırlayınız pandeminin ilk günlerinde Mart aylarında Nisan aylarında sürekli basında "Aşı bulundu! Tedavisi bulundu" çıkıyordu. Tabii bu ne yapardı? İnsanları rehavete kaptırırdı. İnsanlara "Aşı bulundu. Hadi dışarıya çıkalım" dedirtirdi. Çünkü insanların çok da karşılaşmadığı bir durumdu bu karantina süreci. Yani hastalıklar için kadim bir şeydi. Hastalıklar eskiden beri karantinayla atlatılmaya çalışırdı. Eski çağlarda da öyleydi ama yeni zamanda böyle bir şey görülmedi. İnsanlar böyle bir şeyi pratik etmedikleri için garip geldi insanlara evde oturmak. Dolayısıyla hastalık hakkında bir sürü yani eski normal hayata dönüş özlemi ve isteği da insanlarda çok fazlaydı. Dolayısıyla bu bağlamda hastalığın ilk günlerindeki durumlardan sonra pratik ettik. Acı gerçekleri yani anlayarak, yaşayarak pratik ettik. Ve şimdi daha bir farkındayız diye düşünüyorum ben. Her ne kadar çeşitli haberler çıksa da orada burada ama daha farkında bir durum olduğunu gözlemliyorum ben. Şimdi aşı ile ilgili komplo teorileri var. Genel olarak bu söyleyeceğim.*

*Mesleki açıdan çok zorlu dönemdi bizim için açıkçası. Çünkü sürekli hareket halinde olan bir süreçten geçtik. Devamlı haber merkezine akan bilgiler vardı. Tabii Kıbrıs ufak bir yer olduğu için dedikodu mekanizması çok ciddi şekilde yüksek ve teyidsiz haberler çok girildi. Basında çok sayıda yalan haberler ortaya çıktı. Teyidsiz haber daha doğrusu. Dolayısıyla panik büyüdü gitti. Dolayısıyla basın açısından ben basının sınıfı geçtiğini düşünmüyorum. Yani basın bu konuda sınıfı geçemedi. Konularda dünyayı takip etmediğimiz ve konularla ilgili de hep ciddi şekilde ahkam kestiğimiz ortaya çıktı. Bu bağlamda Kıbrıs Türk basınının da seviyesi, bir röntgeni çekildi. Ve bu seviyenin de aşağıda olduğu görüldü. Bir gazeteci doktor değildir ama bu konuda en iyi uzmanı seçme yetisine sahip olmalıdır. En iyi bileni konuşturup halka bilgi vermek gerekir. Bunu da yapamadık biz. Dolayısıyla ben basının sınıfı geçtiğini düşünmüyorum.*

- 3- Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansımaları nasıl oldu? Yada Kıbrıs Türk Medyasını nasıl dönüştürdü?

*Şimdi tabii biz her şeyi siyasallaştırdığımız gibi bunu da siyasallaştırdık. Covid-19'u siyasallaştırdık. Tabii dünyanın başka yerlerinde de oldu bu. Ama biz yapacaktık bunu ve yaptık yani. Dolayısıyla Covid-19'un en yoğun olduğu günlerde sırf ekonomik göstergeleri düzeltsinler diye ya da insanları bir şekilde rahatlatınlar diye kamu sağlığını tehlikeye atacak bazı kararlar alındı. Bu kararların da basın tarafından*

teyitlendiği, desteklendiği görüldü. Bu konuda yanlış haberler yazıldı. Yanlış bilgiler verildi. Yanlış programlar yapıldığını gördük hep beraber. Dolayısıyla K.T Basınının bu noktadaki tavrı aslında siyasetle birlikte çünkü çürümüşlük orada da var yani. Bizim siyasetimiz çürümüş noktadadır. Bu basına da sirayet etmiş durumdadır. Dolayısıyla ikisinin beraber çürüdüğünü düşünüyorum ben. Bizi de etkiledi. Çok etkilediğini söylemek lazım ama reyting açısından baktığımızda acayip patladığımız dönemler oldu bizim. Bütün haberler çok ciddi şekilde okundu. Yaptığımız en basit haber bile çok ciddi bir şekilde okundu. Çünkü biz medya olarak tabii ki reytingimizin artmasını yüksek olmasını dileriz. Covid-19'un da bize bu şekilde bir faydası oldu. İşin özüne baktığımız zaman gerçeği öyle değil bence.

4- Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

Ben bir gazeteci olarak Twitter kullanan birisiyim. Twitter de haberlerin çok hızlı bir şekilde yayılabildiğini biliyorum. Dünyanın liderlerine de bakarsan genel olarak Twitter üzerinden iletişim kurduklarını görüyoruz. İletişim noktasında Twitter bütün diğer sosyal medya mecralarında çok daha hızlı yayılan, çok daha hızlı haberin etkileşim sağladığı bir yerdir. Bir de tabii ki Twitter kullanmamın sebebi işin özünü kısaca anlatmak. Kelime kısıtlaması yüzünden olayları tekrar tekrar değil olayı hemen anlatmak gerekiyor. Biz Kıbrıs Türk toplumu olarak genelde Facebook kullanıyoruz. Açıkçası kültür düzeyinin de Facebook ,Twitter ekseninde olduğunu düşünüyorum. Ben Twitter'ı üst kültürün enstrümanı olarak görüyorum. Daha elit bir şeydir. Facebook daha fazla karmaşanın olduğu, kaosu olduğu, herkesin ağzına geleni söylediği uzun uzun açıklamaların yapıldığı, anlaşılmaz şeylerin olduğu mecradır. İlginçtir, bu fake bilgilerin daha fazla Facebook'tan yayıldığını gördüm. Twitter çok da kullanılmadığından dolayı oldu bu tabii ki. Kendim Youtube üzerinden de her gün program yapıyorum. Programlarımı Twitter, Facebook, Youtube üzerinden yapıyorum. Ama benim kişisel tercihim Twitter. Bunun sebebi dediğim olayı kısaca, özünde anlatmak. Yani uzun uzun anlatmaktansa kısa anlatıp işimi bitirmek. Daha vurucu kelimeler bulmak daha iyi.

5- Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

Biz dediğim gibi bu konuları yani her şeye siyaset bulaştırdığımız için ki ben siyaset bulaşma konusunda açıklık getireyim. Siyaset derken kötü bir şey anlamında konuşmuyorum. Ben siyasi bilimler mezunuyum ama "Siyaset yapma!" derler ya bizim memlekette. Siyaset yapmadan bir şey çözemeyiz. Kasaba zihniyetinde siyaset yapmamaktır aslında doğrusu. Biz Covid-19'u siyasallaştırdık. Cumhurbaşkanlığı seçiminde de siyasallaştırdık. Başka başka seçimlerde de siyasallaştırdık. Hükümet kurmakta bile siyasallaştırdık bu konuları. Covid-19'un ben bu bağlamda bizim bir röntgenimizi çektiğini düşünüyorum. Bütün dünyanın da röntgenini çekti bence Covid-19. Yani o eski anormal halleri çok güzel ortaya çıkardı pandemi. Bu bağlamda haberciliğin de eski tarzda yapılmasını bence olanaksız kılar. Neden? Çünkü siz istediğiniz kadar yazın. Covid-19 bitti, yendik, götürdük, ettik.... Böyle haberler çok gördük. Covid-19 bunları dinlemiyor. Madem siz öyle söylediniz ben de yayılmaktan vazgeçtim diyecek hali yok Covid-19'un. Bu süreci yaşayarak acı şekilde öğrendik. Bir kararı almadık bekledik, bekledik sonra o kararı almak zorunda kaldık. Sırf ekonomik çıkarlar, ekonomik dürtü daha ağır bastığı için hep o şekilde devam etti. Bana

sorarsan Covid-19'un çıkardığı en büyük gerçek devlet mekanizmasının olmadığıdır. Bunu gördük Kıbrıs'ta. Sen topluma kriz anında bakabiliyor musun? Ne kadar topluma faydalı olabiliyorsun? Ne kadar topluma yardım eli uzatabiliyorsun? bağlamında söylüyorum bunu. Dolayısıyla bizde bunu yaşayarak gördük. Denetimsiz bir yönetim noksanlıkları olan, altyapı sorunları olan bir sistemde yaşadığımız ortaya çıktı. Örneğin, o dönemin Cumhurbaşkanı Rum tarafından bu tarafa yardım getirdiği zaman kaçakçılıkla suçlanmıştı. Başka bir örnek olarak da özel jet skandalı. Yine devletin aldığı kararlarda kimi çıkar gruplarının gözetilmesi olayları da vardı. Halk devletin nasıl ayrımcılık yaptığını bu dönemde çok iyi gördü. Bunu zaten biliyorduk da bu dönemde çok ortaya çıktı bu. Belirli kesimlere yardım yapıldı, belirli kesimlere yardım yapılmadı. Memlekete 3 gün karantinasız girişlerle bazı oteller ihya edilmeye çalışıldı. Halkın sağlığını tehlikeye atan bir sürü de kararlar alındı. Dolayısıyla bunlar da kırılma anıdır K.T toplumunda. Meclis, siyaset, hükümet gibi kurumlarımız itibar kaybı ile çıktılar bu süreçten. Basın da bu duruma dahildir. Basın da itibar kaybı yaşadı. Çünkü onlarla iş birliği yaptı, onların çıkarları için. Sadece doktorluk iç güdüsüyle hareket eden kesimlerin ya da toplumsal sağlığı koruma güdüsüyle olan kurumların ön plana çıktığını söyleyebilirim bu bağlamda.

6- Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

Sosyal medya en büyük rolünü bilgi kirliliğini yaymakta oynadı. Tamam, çok çeşitli bilgiler de geldi yani basın oradan bir sürü şeyler öğrendi. Dünya değişti artık. Sosyal medyada herkes bir muhabir gibi davranmaya başladı. Bu önemli bir gelişme olmakla birlikte çok da tehlikelidir. Çünkü teyit dediğimiz konu ortadan kalkar. Biri yazar herkes ona inanır. Ben kendi adıma ortaya atılan yalanların yalan olduğunu anlatmakla geçirdim tüm vaktimi bu süreçte. Bu çok kötü bir şeydi. Doğruları konuşmak yerine yalanların yalan olduğunu anlatmakla uğraştım. Sosyal medyanın bu konuda çok ciddi etkisi oldu bu yalan haberlerin yayılmasında. Kimi zaman virüsten daha tehlikeli hale geldi çünkü o çıkan haberler kelli felli gazetecilerin attığı iletiler işte " Bitti, gitti Covid-19" falan diye herkesin sokakları çıkması gibi olaylar da oldu. Dolayısıyla dolaylı veya dolaysız şekilde hastalığın bulaşın yayılmasında etkileri olduğunu düşünüyorum ben. Bu olaylar çok yaşandı özellikle karantina günlerinde.

7- Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

Burada tabii işte vizyonel olamamanın getirdiği bir şeydir. Siz bu işi uzmanlarına bıraksaydınız, kararları dünyanın çoğu ülkesi bu şekilde yaptı. Uzmanlar baksın bu işe biz de bu kararları uygulayalım. Bizde çok doktor var siyasetçi ama normalde öyle değildir. Dolayısıyla bu bağlamda sektörel de bakıldı olaylara. Yani hükümetin aldığı yanlış kararlar sektörleri de isyana teşvik etti. Restorancılar ve meyhaneciler kavgası gibi mesela. Böyle bir şey olabilir mi? Olur. Bizim memlekette veya güneyde çalışan işçilerin güneyde korona patlamasına rağmen " bizim hakkımızı alamazsınız, bırakın bizi gidelim " demesi gibi. Dolayısıyla tam bu noktada bir sürü böyle kararlar alındı. Bu kararlar da çok tepki çekti. Dolayısıyla sosyal medya üzerinden de bu kararların değişmesi için de baskı grupları oluşturuldu. Bunlar genelde de kamu sağlığının

*tersine olaylar alınarak dikkat çekti. Sen güneye geçmek isten diye eylem yapıyorsun. Güney’de korona virüs patladı. Şimdi sen o tarafa gidip geri mi geleceksin? Olmaz bu. Kabul edilebilir bir durum değildir. Dolayısıyla biz olaya daha çok sektörel baktık. Ekonomi-sağlık dengesini kuramadık. O vizyona sahip değiliz. Zaten istatistiğimizi, erdemimiz, devlet yapımız, siyasetçi yapımız da buna pek olanak vermiyor. Bunu kuramadığımız için belirli sektörleri ihya etmeye çalıştık ister istemez o baskı grupları çerçevesinde. Acayip acayip kararlar alıp kamu sağlığını da tehlikeye atan kararlar da alındı. Kıbrıs bir adadır. Coğrafi olarak çok büyük bir avantajı vardır böyle salgınlarda. Kapatırsın sınır kapılarını, kapalı devre yaparsın. Kendi iç ekonomini bir şekilde idame ettirmeye çalışırsın. Olur biter. Salgını engellersin. Bu Malta’da, Sardunya’da, Korsika’da Sicilya Adası’nda böyle oldu. Yapıldı bu şekilde. Dolayısıyla biz dediğim gibi yani bunları sosyal medyadaki baskılara çoğu zaman boyun eğerek değiştirdik. Bu alınan kararların vizyonel olmamasından dolayı oldu. Bir de tabii ki anayasal durumlarda var. Bunlar da vardı onları da söylemek gerekiyor burada. Biz karar aldık hükümet olarak Bulaşıcı Hastalıklar Üst Komitesi’ni yetkilendirdik. Onların aldığı kararlar Bakanlar Kurulu kararları yetkisindedir. Orada bir karar alınırsa Bakanlar Kurulu bunu yeniden değerlendiremez. Ama ne yaptık? Üst Kurul’un aldığı kararı Bakanlar Kurulu’nda değerlendirip, değiştirdik. Anayasal ihlaller olduğunu da düşünüyorum bu süreçte. Yani bu durumlar ciddi yayın organları tarafından körükleniyordu da. Hükümet edenler kendileri çıkarırdı bunları. Yani “Siz bunu yazın. Bakalım kamuoyu tepkisi ne olacak da değiştirelim bu kararı” gibi durumlar da gerçekleşti. Kamu sağlığını ön plana almayan şeylerdir bunlar. Esas mesela düzensizlik ve kaostur. Yani biz hem salgının kötü etkilerini yaşadık hem de siyaseten kötü bir dönem yaşadık. Cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki müdahaleler, Başbakan seçimleri... Şimdi de meclis başkanı seçemiyoruz. Bunları da yaşadık bu dönemde. Dirayetli bir duruş, bir hükümet, bir sistemimiz yok yani. Bu daha da zorlaştırıyor işleri.*

8- Sizce Kıbrıs’ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*Şimdi Kıbrıs Postası’nın çok etkili olduğunu söylemem lazım. Ben burada çalışıyorum gerçi ondan dolayı söylüyorum ama Kıbrıs Postası gibi kuruluşlarda var. Ama artık yazılı basın biliyorsun nihayetine eriyor. Benim şahsi görüşüm. Ben her sabah bir gazete almak isterim o ayrı konu. Bu benim nostaljik davranışımıdır. Kıbrıs Postası çok uzun zamandır bu işi yapıyor. İnternet üzerinde aktif bu işi yapan, bu Web TV meselelerini başlatan yorum programlarını başlatan kuruluştur. Kıbrıs Postası çok etkilidir diye düşünüyorum. Tabii ki Haber Kıbrıs gibi Yenidüzen gibi kuruluşların da etkili olduğunu düşünüyorum. Genel baktığımızda çok sayıda gereksiz tamamen bilgi kirliliği yaratan birçok basın yayın organı olduğunu da görüyoruz. Bunlar denetimsiz şekilde çoğalıyorlar. Şimdi hatta artık K.T basınında yeni bir moda başladı. Tek sayfalık gazeteler. Sadece ön sayfa olarak çıkan 8-9 sayıda gazete var. Bunlar dağıtılıyor her tarafa. Dolayısıyla ben bu süreçten de kurumsal şekilde çok daha organize olan medyanın sağ çıkacağını düşünüyorum. Bu süreç daha bitmez çünkü. Bu süreç öyle 3 ay 5 ay gidecek değil. Covid-19’un etkileri yıllar sürecek. Bakınız bugün bir haber yaptım. Avrupa’daki uçuşlar geçen sene %55 düşmüş. Bunun 2019 rakamlarına geri gelmesinin en erken 2026 yılında olacağı söyleniyor. Yani 2019 rakamlarına 2026’da döneceğiz. Henüz 2021’deyiz biz. Yani biz daha 5 sene sonrasında bu kaybettiğimiz tabiri caizse eşeği bulacağız. O yüzden böyle hareket*

etmek lazım gerekir. Ama biz böyle hareket etmiyoruz. Biz sanıyoruz ki bu iş bitecek hemen ertesi gün eski günlere döneceğiz. Halbuki eskinin anormallerini yeni normale taşırsak çok başarısız olacağız. Bunun için uğraşiyor çoğu kuruluş. Bunu anlamıyorlar. Bu felsefeyi anlamıyorlar. Covid-19'un etkileri bir kırılma anıdır. 2020 salgını, 1968 özgürlük akımları gibi, 1989 soğuk savaşın bitmesi gibi. Ne bileyim, Fransız İhtilali kadar neredeyse etkisi olacak. O kadar olmaz belki ama çok uzun vadelerde etkisi olacak. Bir kırılma anı yaşadık yani. Her bakımdan olacak ve olmaya devam edecek bence.

9- Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

Çok etkili oldu. Mesela Güney Kıbrıs'a geçişlerle ilgili karar da hatırlayın kavgalar dövüşler çıktı Başbakanlık kapısının önünde. Bir orta yol buldular. Halbuki Covid-19 bir orta yol bulmaz. Sen o tarafa gideceksin. Güney'e gideceksin. Çok riskli bir bölge. Geri geleceksin ve karantina otelinde kalacakmışsın. Karantina otelinde denetim ne kadar biliyoruz. Bir sürü de ayrıcalıklı insanımız vardır. Bu ülkede karantina otelinden canlı yayında arabayla adam kaçırdılar. Hatırlamazlar belki insanlar ama öyledir yani. Dolayısıyla sosyal medya üzerinde hatta sosyal medyada tabii ki sektör temsilcilerinin de " Battık, bittik, ölüyoruz" taksiciler ağlıyor, süt üreticileri ağlıyor, turizmciler ağlıyor... Kimse demiyor bütün Kıbrıs'ın Kuzeyi ağlıyor. Bütün dünya ağlıyor zaten. Yani sektör sektör ayırmanın bir manası yoktur bunu. "Biz açalım dükkanımızı" diyorlar. Sen dükkanını açtığın zaman benim sağlığım tehlikeye giriyor. Ben senin dükkanını açmanı istemiyorum dediğiniz zaman ben mesela basında çok bu şekilde tepkilerle karşılaştım. Bana felaket tellallığı basıldı. İsterim batırayım Kıbrıs'ı, isterim batırayım sektörleri falan. Alakası yok. Tek düşündüğüm şey bir gazeteci olarak kamu sağlığı. Bunun için de doğrudan düzgün bilgi vermek lazım halka. Eğer bu felaket bir haber ise mesela Covid-19'un mutasyonunda %70 daha artış kaydedildi. Mesela bunu söylediğiniz zaman mutasyon olduğunda insanlar düşünüyor ki bu iyi bir tarafa gidiyor. Halbuki kötü tarafa doğru mutasyon oldu. Bunu söylediğimde bana programda felaket tellalısın sen, bizi batırmaya çalışıyorsun diye tepkiler geliyor. Bu hep yanlış bilgilerden, hep yalan haberlerin insanların kafasına girmesinden, komplo teorilerine inanmalarından kaynaklanıyor. Bu hastalığın çok açık şekilde bana sorarsan iklim değişikliğine bağlı durumların değişmesinden dolayı ortaya çıkan bir hastalık olmasına rağmen ve insan vücudunda organik olarak gelişen bir şey olmasına rağmen halen daha laboratuvarında üretildiğini düşünen insanlar var. Bu insanlar arasında Ay'a gitmediğimizi düşünen, dünyanın düz olduğunu savunan insanlar da var. Bunlarla neyi tartışmam lazım bilmiyorum. Standart olarak dünyanın düz olup, olmadığını ben tartışmaya açmam. Bana gelip biri dediği zaman " sende birinin fikrine saygı göstermiyorsun", "Evet, göstermem" diyorum. Çünkü dünyanın yuvarlak olduğu çok açıktır. Kesindir. Sen bunun düz olduğunu iddia ediyorsan başka yerde iddia et. Benimle bunu tartışamazsın. İşte bu gereksiz bilgileri tartışıyoruz biz. Ben buna tepki olsun diye Twitter üzerinden gereksiz bilgiler diye bir sürü şey açtım. Sırf bununla dalga geçebilmek için. Attığım bilgiler doğru bilgilerdi ama gerek yok yani. Sosyal medyadaki linç kültürü bayağı bayağı etkili oldu kararların değişmesinde. Dünya'da da oldu. Bizde çok daha fazla oldu. Bazen hükümet edenler, yetkililer bunu bir ölçüm aracı olarak da kullandılar. Bu karardan emin değildirlere. Ortaya atarlar bunu. Kamuoyu tepkisini ölçerler ve ona göre karar verirler. Bu sağlıksız bir yöntem

*değildir. Sağlıklı olabilir. Karar veremezsin “Bunu yapalım” dersin ki bir şey çıksın ortaya. Biz hep öyle yaptık. Bir karar aldık değiştirdik. Bir karar aldık değiştirdik. Halk sağlığını düşünen gruplarda var tabii. Geçen sene mart ayına göre maske takma veya sosyal mesafeyi koruma kurallarına uyma farkındalıkları gelişti. Örneğin markette maske takmayan birine yaşlı bir teyzenin veya amcanın “ Maskeni tak” dediğini ben kendim gördüm. Sen de görmüşsündür muhakkak. Yine de sosyal medya üzerinden yalan bilgi, yanlış bilgi, gereksiz bilgi hiç engellenemedi. Bu da Covid-19 sürecinde etkili oldu.*

10- Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Biz gazeteciler olarak Covid-19 sürecinde çalıştık. Biz kamu görevlisi olarak sayıldığımızdan dolayı siz evde otururken biz gazeteye gelip, program yaptık. Biz dışarıda bir şekilde geziyorduk bu konuda. Geziyorduk derken hakkımız vardı. Sosyal medya kullanımı tabii ki çok daha fazla arttı. Çünkü herkes evde oturdu, bütün gün sosyal medyada kaldı. Çok çok çok fazla arttı. Ben rakam hatırlamıyorum ama epeyi bir artış olduğunu biliyoruz sosyal medya üzerinde. Tabii insanların zaten sosyal medyanın hayatına girmesi bizim alışkanlıklarımızı çok değiştirdi. Bu süreçte evde oturup, karantinada yapacak bir şey bulamayıp da sosyal medya üzerinden veya filmler veya başka internet aktivitelerinin çok arttığını düşünüyorum.*

*Gazetecilikten öte insan olarak alışkanlıklarımızı değiştirdi. Zaten psikolojik etkileri de var. Bugün İngiltere’de yapılan bazı araştırmalarda Covid-19 sürecinde insanların %60’ının psikolojik sorun yaşadığı ortaya çıktı. Yalnızlık sendromu mesela. Eşlerin evde devamlı beraber olmasından dolayı bazı sorunlarının olduğu ortaya çıktı. Daha birçok şey var. Benim alışkanlıklarımı çok değiştirdiğini söyleyemeyeceğim ama arkadaşlarımla, sevdiklerimle görüşememem, ortamlara rahat girememem benim de herkes gibi hayatımı değiştirdi. Değiştirmede değil. Gazeteci olarak daha fazla doğru bilginin önemini ortaya çıkardığımı düşünüyorum ben. Dolayısıyla doğru bilgi meselesinde beni çok daha fazla ona sarılı bir hale getirdi benim kendi açımdan. Evden çalıştığımız durumlar da oldu. Ben her gün programımı yapmaya devam ettim Covid-19 sürecinde. Hatta daha uzun programlar yaptım. Biraz da insanları oyalama işine de girdik açıkçası. Çünkü sıkılan insanlar ne yapacak evde. Basın o görevi de yaptı. Ama genel olarak gazeteci olarak değerlendirmem lazım konuyu. Tüm dünyanın bütün alışkanlıklarını değiştirdi ve değiştirmeye de devam edecek ilerleyen zamanlarda diye düşünüyorum ben. Şöyle örnek vereyim, mesela tüm Dünya’daki tasarruf miktarları/oranları arttı. Çünkü insanlar dışarıya çıkıp para harcamadığı için paraları cebinde kaldı. Bu istemeden olan bir şeydir. Dışarıya çıkma şansın olsa gidip bir yerde para harcarsın. Şimdi bir yere gidemediği için parası cebinde kalıyor. Böyle bir yararı var. Daha doğrusu yarar değil de tasarruf edebiliyorsun. Daha bunun gibi şey var mesela grip. Normal grip salgınlarını çok düşürdü. Maske takıyoruz. Sosyal mesafemizi korumaya çalışıyoruz. Çok kötü etkileri var, evet. Ama iyi etkiler de ortaya çıkıyor. Bu iş 10, 20, 30 sene boyunca konuşulacak bir konudur. Dünya Sağlık Örgütü açıklamalarına baktığınız zaman ilk salgın da değil. Olmayacak. Dolayısıyla başka*



*salgınlarda bizi çok daha hazırlıklı yapacak diye düşünüyorum. Daha çok tecrübeleneceğiz diye görüyorum.*

### **Ek 3.6 Kıbrıs Postası Dijital Yayınlar Koordinatörü Canan Onurer**

1-Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*2007 yılından beridir bu meslekte para kazanıyorum. Yani sosyal sigorta ihtiyacı sandığım gazeteci olarak yatıyor. Onu söyleyebilirim. Onun öncesinde de üniversitede staj veya çeşitli gazetelerde de çalışmışlığım var. 2008 yılında profesyonel olarak Kıbrıs Genç TV'de başladım gazetecilik yapmaya. Daha doğrusu televizyonculukla başladım. 4 yıl çalıştıktan sonra Kıbrıs Genç TV'de sabah programları ve muhabirlik dahil olmak üzere, çok kısa bir süre Radyo Mayıs'ta radyo programları yaptım. Ondan sonra da 2012 yılında Kıbrıs Postası haber müdürlüğü ile yeni medya alanında devam etme kararı aldım. O tarihten beridir de Kıbrıs Postası'ndayım. Şu anda Kıbrıs Postası'nda Dijital Yayınlar Koordinatörü olarak çalışıyorum. Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik bölümü mezunuyum.*

2-Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığımızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Gazetecilikten önce ve gazetece olmaktan önce bir insan olduğumuzu söyleyebilirim. Önce insanız yani bizler de mesleğimizle birlikte. Ama çok büyük zorluklar yaşadık ilk başta. Herkesin evine kapandığı o dönemde bizim daha da fazla dışarıda olmamız gereken, daha doğru habere ulaşmamız gereken, insanları ve kamuoyunu iyi bilgilendirmemiz/doğru bilgilendirmemiz, objektif bilgilendirmemiz gereken bir süreçten geçtik. Bunun için kaynak zorluğu vardı bizim için. Herkesin sosyal medyayı kullandığı ve herkesin sosyal medya kullanırken kendini gazeteci zannedip, bilgi verme ihtiyacı doğmuştu. Ya da bilgiye, enformasyona dahil olma ihtiyacı doğmuştu. Biz gazeteciler olarak bu süreçte bizi en zorlayan şey spekülasyon haberleri, kaynağından doğrulanmadan yayınlanan bilgiler, yalan/yanlış bilgilerin doğrulanma çalışmasıydı. İlk başta bununla çok mücadele ettik. Çok zorlandık bunu anlatabilmekte. Yani kaynağından, bizden dinlemeye çalışın çünkü biz kaynağına ulaşarak vermeye çalışıyoruz diye. Sonra yavaş yavaş bunu düzeltmeye başladık. Şimdilerde ise yaşadığımız sıkıntı tabii ki bulaşın artmasıyla birlikte hala aşılammamış olan basın çalışanlarının ki bu konuşmayı yaparken de şu anda basın çalışanları aşılarını oluyorlar. Aşılammaması, risk grubunda çalışıyor olmakla birlikte dışarıda görev alamayacağımızı düşünüyorduk bu süreçte. Ama şimdi en azından bir aşılama süreci var. Bu işin tabii ki Covid-19 ve sağlık boyutu ile alakalı. İşin mesleki tarafına baktığımızda da en başta söylediğim gibi bu sürecin içerisinde eline telefon alan herkesin, yazabilen herkesin sosyal medya üzerinden enformasyona, bilgiye dahil olması, dahil olmaya çalışması ve bugüne kadar evrensel olarak tasarlanmış, düşünülmüş gazetecilik etik kurallarının haricinde bir enformasyon akışının sağlanması bizi çok zorladı bunu düzeltmek için. Ve bunu düzgün bir şekilde bizim yapabilmemizi bir noktada engelledi. Şu anda daha önceden şu ana baktığımızda,*

*Mart 2020'den Şubat 2021'e baktığımızda bu konuda bizlerde bizim çabamızla belli başlı düzenlemeler getirdik.*

3-Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyası 'na yansımaları nasıl oldu? Yada Kıbrıs Türk Medyası'nı nasıl dönüştürdü?

*Sosyal medya araçları (Twitter, Facebook, Instagram) veya bizim diğer kullanabileceğimiz iletişim aracı olarak (String Art, Zoom) gibi programların hayatımıza girmesini sağladı. Yeni medyanın ve dijital medyanın ne kadar önemli olduğunu gördük ve bizde bu süreci hızlandırdı. Bundan 5-6 yıl önce bütün dünya (80-90 yıllık gazeteler) internet ortamına geçerken biz hala gazete basmakla uğraşıyorduk. Ama Covid-19 Mart 2020 itibarı ile baskı değil artık ikisi birlikte yani dijital medyaya önem vermemiz gerektiğini bir şekilde gösterdi bize bu süreç. Kendi gelişimini bu şekilde tamamladı. Artısı bu noktada eğer vizyon sahibi ve gazetecilik etik kurallarını da içinde barındırarak bir vizyon sahibi kurumsanız veya bir gazeteciyseniz kendinizi geliştirmek için yapabilecekleriniz olduğunu görmüş olduk böylelikle. Ama tabii işin geleneksel kısmı eğer bu konuda kapalıysanız da ciddi boyutlarda geriye düşmeler söz konusu oldu. Hala gazetede basmakta ısrar edenler veya geleneksel gazetecilik bakış açısıyla teknolojiyi, interneti geri plana düşürmeye çalışanlar bu süreçte zarar gördüler. **Aslında çok gerileme var. 19 gazeteden 7 sayılarına düşme gibi bir durum var.** Tabii bunun bir sebebi daha var. Yani sadece işte Covid-19'du da kapandıydık falan değil, parasızlık da var günün sonunda. Mart 2020'den bugüne kadar gelirler çok ciddi düştü. Sadece reklamlarıyla bir şekilde ayakta durmaya çalışan gazeteler. Bu sürecin içerisinde reklam yok. Ciddi bir gelir düşüşü var. Ne olur gelir düşüşü olduğu zaman? İnsanlar para kazanamayınca gazetelerine yatırım yapamazlar ve o baskı parası ödenmez. Bu da düşünülmesi tabii ki. Sadece baskı parası değil benim gelenekselden bahsederken söylediğim. Zihniyet olarak da geleneksel zihniyetin, geleneksel gazetecilik bakış açısında da bir değişim söz konusu olmalıydı bu sürecin içerisinde çünkü hem yeni medya derken sadece internet kullanılması değil ya da bir site kuralım haberleri girelim değil. Bunu kullanırken yeni medya bakış açısıyla da hareket etmek durumunda kaldık. Yani haberi ne kadar sürede yayınlayacağımız, ne kadar doğru olacağı, kullanılacak olan fotoğraf, başlık... Bunlar, her şey geleneksel medya ile yeni medya arasındaki farktı. Bu fark ortaya çıkmaya başladı daha da net bir şekilde.*

4-Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

*Gönül isterdi ki Youtube'dan buluşalım. Çünkü dünyayı ve teknolojiyi takip edebildiğimiz oranda bütün dünya Youtube üzerinden daha çok iletişim kurmaya çalıştı. Daha doğrusu şöyle bir şey söyleyelim. Bu süreçte sanırım kazanan Instagram'dır. Çünkü popüler olan Instagram oldu. Ama medya özelinde baktığımızda işe bu sürecin kazananı da Youtube'dur. Çünkü program yapılabiliyordu ve oradan yayınlanabiliyordu canlı yayınlarda. Ama ülkemize geldiğimizde Youtube kullanımı sadece 3-5 şarkı dinlemek veya bilmediğimiz bir şey varsa Youtube'a sorup çözmek gibi düşünülüyor. Oradan bir canlı yayın izlemek veya Youtube kanallarını abone olup oralardan artık bazı şeyleri takip etme alışkanlığı bizde çok geride. O yüzden Facebook. Facebook canlı yayın, Facebook iletileri. Bu anlamda Kıbrıs Postası*

sitesinin Facebook hesabının da güçlendirilmesi gibi durumlar da söz konusu oldu bizim için Covid-19'da. Daha çok Facebook üzerinden ama bizim aynı zamanda Web TV'miz var. Web TV üzerinden hem görüntü açısından, program açısından ve sürece müdahil olma açısından Web TV üzerinden Twitter'a, Facebook'a ve Youtube'a aynı anda canlı yayın yapabildik. Sürece başladığımızda bunu yapabilen tek kanaldık. Sonrasında tabii ki diğerleri de bunu fark etti ki artık Twitter'dan da Youtube'dan da yapması lazım. Biz ama en çok tabii ki Facebook.

5-Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

*Bu süreçte yaşanan en önemli olay kamuoyunun bakanlar kurulu kararlarının sosyal medya üzerinden değiştirmesiydi. Ciddi bir baskı unsuru olabilen kamuoyu gördük bu sürecin içerisinde. Tabii ki medyanın da çok büyük desteği var bu sürece. Yani alınan, yanlış olduğu düşünülen büyük bir çoğunluk tarafından (bilim insanları, vatandaşlar, bu ülkede yaşayan insanlar, sosyal medya kullananlar veya vergi ödeyenler) diye ayırabiliriz. Covid-19 süreci içerisinde ülkede kalan insanlardan bahsediyorum. Bu sürecin içerisinde alınan bakanlar kurulu kararlarına sosyal medya üzerinden etki edilmesi bu sürecin en çok değerlendirilmesi gereken unsurlarından biri olduğunu düşünüyorum. **Spesifik örnek verebilir misiniz?** Örneğin, açılıp-kapanma veya alınan kararlarda UBP – HP hükümeti dönemindeydi. Tam kararı hatırlamıyorum şu an. Başbakan yardımcısı ve sözcü çıkıp bir karar aldıklarını açıkladı. 24 saat geçmeden üzerinden sosyal medyada halkın büyük tepkisinden dolayı bu karardan geri çekilmek zorunda kalındı. Bu gibi olaylar yaşadık. Bu gibi örnekler bence önemli bir unsur. Yaşadığımız özel jet krizi gibi ve sürecin başında Başbakan'dan tutun bakanlarına kadar "Bir şey olmaz" sözlerinin ardından kendilerinin de bunu fark etmesi süreçleri medya açısından bence bir gazeteci olarak benim en çok dikkat etmem gereken konular haline geldi. Tabii kamuoyuna yansımaları medyanın ne kadar etkili olup, olmadığı da önemli bir konumda.*

6-Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

*Hunharca. Pervasızca. Hiç düşünülmeden ve buna alet olan medya kuruluşları da oldu. Şimdi vatandaşlardan çok büyük bir bilinç beklemiyorsun sen medya üzerinden. Sosyal medya dediğimiz şey Kıbrıs'ın kuzeyinde en azından bilinçli kullanıldığına inanmıyorum ben. Yani kedili fotoğraf ve video paylaşmak, her anınızı paylaşmak gibi. Elimiz birazcık da kalem tutuyorsa bu kalem tutma anlarını sosyal medyada paylaşmak gibi bir şeyler yapabiliyoruz yani. Aslında bilgiye ulaşmak, bunu teyit etmek, doruluğundan emin olmak gibi konularda çok az kullanıyoruz. O yüzden sosyal medyanın nasıl kullanıldı noktasında çok karışık yani düzgün kullanan da oldu, düzgün götüreni de oldu ama yanlış kullanan da oldu. Hatta bence yanlış kullanan daha fazla oldu süreçte. Zarar da verdi sosyal medya. En başında sorduğun sorunun da cevabıdır yani. Biz ne yaptık bu sürecin içerisinde? Bizde o sürecin içerisinde bunu düzeltmeye çalıştık aslında.*

7-Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*Sosyal medya grupları, kişisel paylaşımlar bunlar eğer tek başına yapılmış olsa ve medya olmasa ya da medya desteği olmasa bir yandan müsaade etmeyecekti. Yani sosyal medyada yapılan bir karşı duruş eğer medyada da yansımaları olmazsa yani o gün ben kendim programımda bunu alıp kullanmazsam ve hükümeti eleştirir noktaya getirmezsem günün sonunda hiçbir anlam ifade etmez sosyal medyada dönenler. Medya aslında bu sürecin bir noktada yanlış ve doğruyu ayırmamızda olanak sağladı. Medyanın duruşu. Bu konuda da ciddi sıkıntılar yaşandı tabii ki ama yavaş yavaş toparlıyor kendisini herhalde.*

8-Sizce Kıbrıs'ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*Facebook'tur. Belli bir kesim var Twitter kullanan. Twitter üzerinden tartışma da yapan. Twitter üzerinden kamuoyu da oluşturmaya çalışan. Biz de çok hala o şey noktasındayız yani Facebook'ta inatçı ve esrarçı bir noktada olduğumuz için Facebook ile devam ediyoruz hayata.*

9-Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

*Bence çok etkili oldu sosyal medya. Bu sosyal medyanın içine sadece bireysel yorumlar veya bireysel tepkiler değil sosyal medyanın içerisinde medyayı da sokalım. Yani Web TV'leri, televizyonları, siteleri de sokalım. Onların da etkisiyle sosyal medya güçlendiği için aslında sosyal medya çok etkili oldu belli başlı kararların alınmasında. Alınan kararların değiştirilmesinde veya belli başlı kararların daha sonra alınmasından etkili olduğuna inanıyorum. **Mesela bir örnek verebilir misiniz?** Tam tarih olarak hatırlamıyorum ama dediğim gibi UBP- HP döneminde bakanlar kurulunun aldığı kararda 24 saat geçmeden tekrardan revize etmek zorunda kalması gibi bir durum yaşandı. Bu sosyal medyadaki tepki üzerine oldu. 1 Temmuz açılma kararı meselesinde de aslında sosyal medya çok etkiliydi ama işin sermaye kısmı daha medya ve sosyal medya çok etkiliydi. Yani karantinasız girişlere hayır noktasında. İlk başta bir karantinasız geliş söz konusu olup ondan sonrasında bu kamuoyu tepkisinden dolayı daha farklı kararlar almaya da itti hükümeti diye düşünüyorum ben.*

10-Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Ben geleneksel olarak televizyonların izlenmesi ve gazetelerin okunması konusunda geriye gidiş oldu tabii ki. Artık haberler 70 yaşındaki Hasan amca da elindeki telefonundan, internet gazetelerinden takip etmeye başladı. Ya da Facebook'ta, Kıbrıs Postası'nı açıp sabahları takip etmeye başladı. Oradan televizyon programı izlemeye başladı. Bunun da bir televizyon programı olduğunu kanıksamaya başladı. Bu kişisel olarak tabii ki. Veya neyi, nereden takip edebileceğini birazcık daha öğrenme noktasına geldi ilgilenen kesim. Sosyal medya ile ilgilenip, sosyal medyadan artık bilgiye ulaşmayı öğrenmiş veya öğrenmeye çalışan insanlar için söylüyorum; bu bir*

*avantaj oldu ve böyle de etkiledi. Artık bilgiye nasıl ulaşabileceğimiz, teyit ederken ne yapmamız gerek yani teyitli mi acaba? Gerçek mi? Bunu ayırt edebileceğimiz yolları da bize açtı bu süreç. Benim kişisel olarak, bir gazeteci olarak çok fazla takip etmediğim, belki de bugüne kadar çok fazla ilgilenmediğim belli başlı sosyal medya alanlarını hayatıma soktum. Kıbrıs Postası 19 yıllık bir internet gazetesi. O yüzden ben internette ya da yeni medya alanında zaten her yıl kendimi geliştirmek için bir sürü şey yapıyorum. Ve aynı zamanda çalışma arkadaşlarım da. O yüzden benim için çok bir şey değişmedi teknoloji kullanma olarak. Ama sosyal medya alanında Instagram'dan oturup da geceleri program izleyebileceğimi düşünmezdim. Ama oturup geceleri programlar izlemeye başladım Instagram'dan. Takip etmeye başladım. Daha farklı şeyler öğrenmeye başladım. Ya da şu anda işte "clubhouse" denilen uygulama benim hayatıma girdi kişisel olarak. Bunu bir medya olarak görmeyip ki öyle aslında ama daha kişisel bir alan görüp "clubhouse" gibi bir uygulamanın içinde olmaya başladım. Ve bu benim kendi internet kullanma alışkanlığında da belli başlı değişikliklere sebep oldu. Aynı zamanda benim de bir gazeteci olarak kendi işimi yaparken de bilgiye ulaşma noktasında hem kaynakta hem de bunu teyit ettirme noktasında sosyal medyayı daha ne kadar iyi kullanabilirim'i çalışmamı sağladı.*

### **Ek 3.7 Özgür Gazete Kıbrıs Genel Yayın Yönetmeni Pınar Barut**

1-Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*1986 doğumluyum. Yaklaşık 15 yıldır medya sektörü içindeyim. Çeşitli alanlarda çalıştım. İlk önce Avrasya TV vardı yarı Ankara yarı Kıbrıs yayınları yapıyordu. Mesela iki ana haber bülteni vardı. Biri Ankara'da biri Kıbrıs'ta. Orada hem radyo hem de haber merkezinde perfore yapıyordum. Daha sonra 4-5 ayrı medya kuruluşunda, medyanı her alanında çalıştım diyebilirim. Yazılı basında yaklaşık 4-5 yıldır yer alıyorum. Onun dışında bu habercilik ve gazetecilik alanında gerek radyoda da gerek televizyon programlarında da sürekli çalışmışlığım vardı. Sadece artım tamamen her şeyden bağımsız radyoyu da hayatımdan çıkararak 4-5 yıldır tamamı ile yazılı basındayım.*

2-Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığınızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Tüm dünyada olduğu gibi hepimiz bir şok içerisindeydik açıkçası. Ne yapacağımızı, nasıl bir haber dili kullanacağımızı çok fazla da bilmiyorduk. Özellikle siyasetin de böyle bir durumu vardı. Siyasiler de nasıl kararlar alacaklarını sürekli bilim insanlarına ve doktorlara sormaya başladılar. Biz de gazeteciler olarak işin hassasiyetini kavramaya çalıştık ilk önce. Örneğin; bu haber dilini nasıl kullanacağız? Mesela Covid'e yakalanan insanların isimlerini verecek miyiz? Covid'ten hayatını kaybeden insanların isimlerini lanse edecek miyiz? Bu haberleri nasıl verebiliriz? Panik havası yaratmadan, insanların gerekli önlemler alabilmesi ve gelişmelerden haberdar olabilmesi için nasıl bir tavır içerisinde olmalıyız? Tabii ilk günle bugün arasından ziyade Covid'ten öncesi ve sonrası habercilik ve gazetecilik anlamında çok*

*değişiklikler oldu. Mesela Covid döneminde ilk kapanma döneminde herkes evlerine hapsolmuşken biz evlerimize giremeyecek noktadaydık. Aylarca bu böyle devam etti. Hastanelerde, karantina merkezlerinde Bakanlar Kurulu'ndan çıkacak kararları duymak için bakanlıkların önünde adeta 7/24 nöbet tutan muhabirler ordusu vardı her yerde. Tabii ki ailemizi de korumamız gerekiyordu. Sürekli bunu nasıl yapacağımıza dair bilgi edinmeye çalışıyorduk. İşte nasıl maske takacağız? Ne yapacağız? Bugünkü kadar bilinçli değildik. Dolayısıyla ilk böyle bir yalpalamayla geçti hem siyasiler açısından hem gazeteciler açısından hem de bilim dünyası açısından. Dolayısıyla çok enteresan çok farklı bir türlü bitmeyen bir mesainin içinde bir de canımızı, sağlığımızı nasıl koruyacağımız gibi soru işaretleri içerisinde epeyce enteresan bir dönüşüm oldu bizim açımızdan.*

3-Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyasına yansımaları nasıl oldu? Ya da Kıbrıs Türk medyasını nasıl dönüştürdü?

*Kıbrıs Türk medyasını aslında iyi yönde gelişmeler oldu kötü yönde de gelişmeler oldu diyebilirim. Çünkü zaten Covid'in öncesinde de Kıbrıs Türk medyasında sürekli bir zengin kısmın patronu ya da zengin müteahhit patron altında çalışan adeta silah ya da tetikçilik gibi kullanılan gazeteler türemeye başlamıştı zaten. Yüzlerce internet sitesi künyesi belli olmayan kime ait olduğu belli olmayan ve amacı belli olmayan site türemişti. Zaten bunlarla savaşılmaya çalışılıyordu. Covid-19'un gelmesiyle birlikte de herkes aslında herkes kendi medyasını yaratmakta da bir adım öne attı. Çünkü Kıbrıs Türk medyasında genelde eğer BRT gibi değilseniz, her bölgede muhabiriniz yoktur çünkü reklam pastası ve gelir düzeyleri düşüktür. Dolayısıyla daha çok merkezde çalışırsınız. Bu sefer şöyle bir şey oldu; kıyıda köşede kalan, köylerde, merkezin dışındaki bölgelerde insanlar kendi medyalarını, kendi gazetecilerine ki buna "yurttaş gazeteciliği" de deniyor aslında. Türetmeye başladı işte; X medya, A medya, C gazeteci, V Kıbrıs gibi... Böyle sürekli yeni medya alanları türemeye başladı. Tabii bunların ne kadar gazetecilik yaptığı tartışılır. Ama sadece orada olan gelişmelerden o anda haberdar etmeye başladı. Tabii bu da beraberinde haberin içindeki yalanı nasıl ayıklayacağız? Doğruyu nasıl vereceğiz? Gibi büyük bir sorunu da arından getirdi. Çok ciddi bir bilgi kirliliği vardı çünkü hız çağındayız. Artık kağıt ikinci plana atıldığı için tüm haberler internet üzerinden yapılıyor ve dolayısıyla büyük bir yarış başladı. Haber ilk önce kim verecek? Dolayısıyla resmi açıklamaları beklemeden direkt içeriden bir doktordan veya bir görevliden alınan bilgilerle çok da gerçekliği/doğruluğu tartışılabilir haberler yayınlanmaya başladı. Bunu çok uzun süredir medyada yer alan ve gazeteci olan insanlar da yamaya başladı. Yani Covid'in etkisi biraz kötü yönden yalan haberciliğin yayılmasına sebep olacak şekilde oldu. İyi yönden ne oldu dersiniz, açıkçası belki şu oldu; çağa ayak uyduramıyordu Kıbrıs Türk medyası. Kağıda basılı gazete üzerinden ilerliyordu yine. Dünyada çok farklıydı, batıda çok farklıydı bu. Hatta kağıda basılı gazeteleri geri çekip sadece internet üzerinden yayın yapmaya başlayan çok büyük gazeteler vardı. Kıbrıs Türk medyasının teknik açıdan biraz daha yatırım yapmasına zorladı bu dönem ki konuklarımızı bile stüdyoya çağırılmıyorduk dolayısıyla bize artık internet çağında, internet ortamında gazetecilik ve habercilik yapma zorunluluğu getirdi. Bu yönden bir tık gelişmesine katkısı oldu diyebilirim.*

4-Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

*Dönüp baktığımızda en yakın coğrafya haber deyince sosyal medyada haber aslında Twitter olarak algılanıyor. Genelde Facebook daha böyle her kesimden herkesin olduğu bir ortam gibi. Instagram zaten daha çok eğlence üzerine. Ama Twitter dediğinizde hep bir haber bültenine işte sosyal olaylar üzerine paylaşım yapılan bir internet sitesi gibi ama bizim ülkemizde en çok kullanılan sosyal ağ ne Youtube, ne Twitter ne de Instagram. Facebook olduğu için biz de izleyicilerimize hep Facebook üzerinden açtığımız hesaplarla ulaştık. Hala da öyle bu aslında. En çok en yoğun izleyici kitlesi yine Kıbrıs için en azından Kıbrıs'ın kuzeyi için Facebook diyebiliriz.*

5-Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

*Benim için bir gazeteci olarak en önemli olay az önce de söylediğim gibi iyi haberciliğin ne kadar hızla yayılabileceği doğru bilgiye ulaşmanın aslında hızlanmayla birlikte daha da zorlaştığı gerçeği yani doğru bilgiye değil, bilgiye anında ulaşabiliyorsunuz. Çok hızlı bir şekilde. Hatta olayın olduğu anda bile. Ama aynı zamanda bu beraberinde neyi getirdi? Nasıl ayıracağız biz doğru haberden yalan haberi gibi medya okuryazarlık derslerinin önemi burada daha çok ortaya çıktı. En büyük olay medya açısından böyle değerlendirebilirim. Bir diğeri eğer siyasi açıdan bakarsam aslında ülkedeki siyasi iradenin ne kadar yetersiz olduğu, salgın olmasa başka bir kriz anında o krizin içinden hemen çıkabilecek kararların üretilmeyişi. Tabii bunun içine biraz şeyi de katmak lazım yani Covid ile ilgili tüm dünya bilgisizdi ama sanıyorum biz daha da geriden takip ettik. Kriz anlarında hemen bir müdahaleyle o krizi aşabilecek kararlar üretmediğimiz gerçeğiyle de yüzleşmiş olduk. Ekonomimizin de ne kadar zayıf olduğunu görmüş olduk. Bana göre ortaya çıkardığı en büyük olaylardan biri de buydu.*

6-Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

*Sosyal medya nasıl bir rol oynadı? Bunun iki yanı var. Birincisi yalan haberlerin yayılmasıyla insanların nasıl paniğe kapılabileceği noktasında bir rol oynadı. İkincisi, bize bir şansını vermiş oldu. Yani siz herhangi bir habere ulaşmak için gidip para verip gazete almanıza gerek kalmadan ya da televizyon karşısında saatlerce işte bir ana haberi beklemeden o anda hemen habere ulaşma şansınız oldu. Sosyal medya insanların uyarılması, uzmanların görüşlerinin aktarılması, bilinçlenmesi açısından çok çok büyük bir yarar sağladı. Özellikle Kıbrıs Türk medyasına büyük bir yarar sağladı. Çünkü Kıbrıs Türk halkı da sosyal medyaya yoğun ilgi gösterdiği için bu dönemde de Kıbrıs'la ilgili, Kıbrıs kuzeyindeki en ucra köşesine kadar Türkiye'nin ana akım medyasında görülemeyecek haberleri kendi medyasından aldı. Burada Kıbrıs Türk medyasının önemi bir kez daha ortaya çıktı çünkü genelde biliyorsunuz işte Türkiye kanallarındaki diziler, oradaki programlar, yarışma programları hatta haberler bir ilgi vardır. Ama o dönem sosyal medya aracılığıyla Kıbrıs Türk medyasının önemini bir kez daha anlamış oldu Kıbrıs Türk toplumu. Böyle bir rol da oynadı diye düşünüyorum.*

7-Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*En büyük etki tabii ki toplumunda gazetecilerle birlikte. Çünkü toplum bir tepki veriyor sosyal medyadan, bu verilen tepkiye gazeteciler topluyorlar ve tekrar haber haline getiriyorlar ve yöneticilerin gözüne sokuyorlardı. Biz bunu yapıyorduk. Hükümetin bir kriz anında olası bir kriz anında bu salgın hastalık olur, ekonomi ile ilgili bir kriz olur... Ne kadar yetersiz olduğunu gördüğünüzde uzmanların görüşlerine, bilim insanlarının yönlendirmelerine kulak asmadan verdiği kararların aslında toplum tarafından ne kadar kabul edilemez karşılandığının bir yansıması oldu sosyal medya ve hükümet bir karar aldı dediğiniz gibi. O karar hatalıydı. Çünkü tüm paydaşlar düşünülmeden alınan bir karardı belki bir paydaş için iyi bir şeydi ama arkada kalan paydaş için kötü bir karardı ve sosyal medya bu kararlara tepki gösterdiğinde ki sosyal medya dediğimiz şey de aslında bu toplumun ta kendisi. Tepki gösterdikleri zaman hükümet yanlış, hatalı karar aldığını anladı. Keşke böyle olmasaydı. Hükümet zaten tüm toplumu, tüm kesimleri, tüm paydaşları memnun edebilecek kararlar alsaydı ama hayır alamadı. Toplum bunu sosyal medyada özellikle dışarı çıkamazken, birileriyle görüşemezken hani gidip birinin kapısını çalamayacak durumdayken sosyal medyadan verdi. Biz gazeteciler bu tepkileri toplayıp haberleştirdik ve hükümetin kararlarına etki ettik. Yani toplum ve medya bu arada ortaklaşa bir etki gösterdi diye düşünüyorum.*

8-Sizce Kıbrıs'ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*Bu toplumun en çok neyi kullandığıyla alakalı yani siz bir topluluğu Facebook'tan Twitter'a ya da başka yeni bir mecraya çekmektense hali hazırda zaten toplandığı mecra da siz yayın yaparsanız bu daha avantajlı hale geliyor. Düşünülmez mi? Düşünülebilir. Youtube'dan yayınlar yapmayı tercih edebilirsiniz, televizyondan da izlenme şansı daha yüksek televizyon ekranından. Ama alışkanlıkları değiştirmek kolay değil. Çok uzun zaman alabilir. Çalışmalarını yapıyoruz ama Facebook'u kaybetmeden yapmaya çalışıyoruz bunu. Dolayısıyla en etkili alan Facebook oldu. Çok kurtarıcı oldu. Ucuz bir yöntemdi aynı zamanda. Teknik altyapı olarak yatırım istiyordu evet ama basit bir telefonla bile yapılabilecek, haberin ulaştırılabileceği bir alandı. O yüzden Facebook diyebiliriz.*

9-Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

*O kadar çok örnek var ki aklıma gelmiyor ama sosyal medyanın tepkisiyle akşamına değişen kararlar oldu. Bakanlar kurulu aldıkları kararları açıklıyorlardı. Gerek kapanma gerekse sağlık ile ilgili önlem kararları. Ama orada bir detayı unutuyorlardı mesela. İşte kapanacağız ama atıyorum eczanelere saatleriyle ilgili düzenlemeler yapılmıyordu. Ya da insanların elzem ihtiyaçlarını nasıl karşılayacakları ile ilgili düzenleme yapılmıyordu. Ya da işte market sahipleri kısıtlanıyordu ama yığılma olacaktı. Arkasında bu etkiyi düzenleyemiyorlardı. Bakanlar kurulu kararları açıklandığı anda tabii bundan etkilenecek olan, bizzat yaşayacak olan halk diyordu ki; "Tamam. Okey. 3 saat olsun mesela market açılış süresi ama oraya daha fazla insan toplayacaksınız. Yığılma olacak. Bu karar doğru değil" dediği anda akşamına o kararın mürekkebi kurumadan yeni bir karar alınabiliyordu. Yani sosyal medyanın gücü hakikaten hiç olmadığı kadar bu dönemde hükümetin kararlarını etkiledi. Bu bir gerçek.*



10-Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Şimdi alışkanlıklarımızı değiştirdi, kolaylaştırdı diyebiliriz. Nasıl kolaylaştırdı? Giyinmeniz gerekmiyor, efendime söyleyeyim makyaj yapmanız gerekmiyor, sokağa çıkmanız gerekmiyor, hiç bir şey yapmanız gerekmiyor. Elinizde bit tık ile artık habere ulaşabiliyorsunuz. Yani gidip markete para verip gazete almanız gerekmiyor, televizyonda programın saatini beklemeniz gerekmiyor. Toplumda zamansız, acelesiz herhangi bir ön hazırlığı olmadan çok basit bir şekilde habere ulaşma alışkanlığı kazandırdı. Tabii bu kağıda basılı gazeteyi neredeyse ölme noktasına getirdi ama bu dünyada bu hale gelmiş yani bizim Kıbrıs'ın kuzeyine has bir şey değil. Biliyorsunuz son 10 yıldır elektronik kitaplar çıkıyor. Neredeyse artık eline kitap alıp, direkt sayfayı çevirip okuma alışkanlığımızı bile kaybetmiş durumdayız. Bizim açımızdan ne oldu? Bir kere altyapı yatırımı yapmamız gerekti çünkü okuyucuya ulaşabileceğiniz tek alan artık ekrandı ve internetti. Bunun dışında kağıda gazete bastınız, adam diyor ki "ben bu parayı buna vereceğime bir süt bir ekmek alırım". Böyle alışkanlığı da değiştirdi. Bir gazeteci olarak tabii ki görsel anlamda daha fazla programlar, formatlar, yayınlar yapma konusunda bizim vizyonumuza da bir şeyler kattı. Çünkü artık şey düşünmeye başladınız. "Tamam. Bu iş artık internette. Sosyal medyada ekranda artık görsele önem vermemiz gerekiyor". Haberin dikkat çekebilmesi için de bu tür şeyler yapmanız gerekiyor. Haberin bir görseli bile çok büyük değişiklikler yaratabiliyor habere ilgi açısından. Toplumun alışkanlıklarını bu yönde değiştirdi. Oturduğumuz yerden habere ulaşma. Bizim alışkanlıklarımızı da daha fazla hazırlık yaparak, hem ekrana hazırlanmak hem görseller üzerine çalışmak anlamında değiştirdi diyebiliriz.*

### **Ek 3.8 Bayrak Radyo Televizyon Kurumu Haber Programcısı Damla Soyalp**

1-Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

*İsmim Damla Soyalp. 40 yaşındayım. 18 yıldır gazetecilik yapmaktayım.*

2-Bir gazeteci olarak Covid-19 deneyiminizi nasıl anlatırsınız? Pandeminin ilk günleri ile bugünü kıyasladığımızda mesleki açıdan ne gibi farklılıklar olduğunu söyleyebilirsiniz?

*Pandemi ilk ortaya çıktığında, özellikle aralık ayındaki bu içindeki ilk vakalar ortaya çıktığında o zaman kaale almadığımız bir haber olarak gördük. İlk başta ajans aradı düşen haberleri. Oradan bize gelmez rahatlığıyla yaşadık. İşte gördük şu kadar kişi öldü falan filan. Başta çok fazla böyle bir şeyimiz olmadı. İlk başta böyle normal bir haber gözüyle baktık. Diğer sars haberleri gibi algıladık. Hatta kuş gribi döneminde daha çok tedirgin olmuşuk açıkçası. Yani buraya gelebileceği konusunda. Ama bunun bu kadar gelebileceğini, bu kadar etki yaratabileceğini düşünmedik. Çok doğal karşıladık. Ne zaman ki, yavaş yavaş böyle bize yaklaştığını hissetmeye başladık işte Avrupa'da görüldü, İngiltere'de görüldü, Türkiye'de olabilir falan böyle Güney Kıbrıs*

*gibi gelmeye başlayınca “tamam” dedik. Bu geliyor dedik. Bu kez hastalıkla ilgili bir şey bilmediğimizi fark ettik. Yani sanırım sadece gazeteciler bütün dünya aynı şeyi hissetti. Hastalıkla ilgili bir şey bilmeyince tedirginlik yaşadık. Ama o ilk baştaki habercilik açısından baktığımızda daha çok “Nedir bu hastalık? Ne yapar?” açısından bakmaya çalıştık. İnsanlara bu yönden haberi vermeye çalıştık ilk etapta. Yani “bu hastalık nedir? Nasıl bulaşabilir?”. Uzman görüşlerine dayanmaya başladık. Belli bir süre geçtikten sonra ise istatistiğe döndürdük işi. “Şu kadar kişi hasta oldu, Şu kadar kişi hayatını kaybetti, Şu kadar iyileşti” ye geçtik. Sanırım bu sürecin büyük bir kısmını bu şekilde atlattık. Bu istatistikleri veriyorduk. Gerek ülkemizden, gerek dünyadan, gerek Türkiye’den, dünyanın çeşitli yerlerinden ya da global olarak bütünün toplamına bakar olduk. Ve artık hastalığın nasıl bulaştığıyla ilgili kısımlar bitti bir yerden sonra . Biz peki şimdi “ne yapacağız?” a geçti iş. Tamam, evet sağlık var, peki ekonomi ne olacak? Bu sefer o ayağını incelemeye başladık. Hep böyle bir döngü gibi olmaya başladı. Bir sağlık konuştuk vakalar yükselince. Sağlık üzerinde durmaya başladık gazeteciler olarak. Vakalar biraz düşmeye başladı mı hemen biraz da ekonomi ile ilgili “ekonomi ne olacak?” demeye başladık. İkisini bir arada yani. Ne hükümet ikisini bir arada yürütebildi, ne de biz gazeteciler. Açıldığımız her dönemde “niye açıldık?” dedik. Kapandığımız her dönemde de “niye kapandık?” dedik. Böyle bir ikilimde hep gidip geldik. Ve sanırım hala bir ikilemde gidip gelme şuursuzluğu deyim artık içerisindeyiz.*

3-Sizce bu sürecin Kıbrıs Türk Medyası ’na yansımaları nasıl oldu? Yada Kıbrıs Türk medyasını nasıl dönüştürdü?

*Bir kere Kıbrıs Türk medyası artık yazılı yani basılı diyeyim kağıtlardan kurtuldu. Artık yani her şey o kadar bir, herkes birbirinden o kadar kopmaya başladı ki özellikle bu sürecin ilk başında da hepimiz bunu yaşadık, evet bir medya çalışanı olarak. Dışarıdaydık, sokaktaydık ama birbirimizden de uzaklaştık ve dolayısıyla daha çok herkes sosyal medya üzerinden bir şeyler yürütmeye başladı. Kıbrıs Türk medyası da ne oldu? Yazılı, basılı yayından bu kadar zamandır akamadığı dijital ortama akmaya başladı. Farkındaysak artık televizyondan çok Facebook üzerindeki yayınları izliyoruz. Gazete almıyoruz. Zaten almıyorduk. Aldığımız küçük kısım bile yaş ortalaması büyük olup, yaşı büyük olup da hala geleneksel basına, geleneksel yazılı, basılı medyaya sadık olanlar bile artık gazetelerini, haberlerini günlük internet sitelerinden, Facebook üzerinden v.s takip etmeye başladı. Aslında biraz da Kıbrıs Türk medyasını geç kalınmış dijitalle götürdü gibi geliyor bana. Ben gelenekselciyim ama basın geç kalmıştı dijitalleşmeye.*

4-Siz en çok hangi sosyal medya ağından izleyicinizle buluştunuz? Neden?

*Biz daha çok sanırım BRT çalışanı olarak BRT’nin sitesinden, BRT’nin Facebook yayınları üzerinden ulaştık. Kişisel olarak sorarsan Facebook ve Instagram üzerinden. Pekala BRT diğer kanallara göre bu süreci nasıl yaşadı sizce? Şimdi BRT’de çalışan insan sayısı çok daha fazla olduğu için bir kere temas çok daha fazla oldu ilk etapta hepimiz için. Çünkü BRT daha kurumsal ve kamu yayıncısı olduğu için Zoom’lar üzerinden bir yayın yaparsa “bu nasıl olabilir?”. Sonuçta kaçak yayın yapamazsınız. Siz bir devlet kanalsınız günün sonunda. Biz bu tür şeylerin sıkıntısını yaşadık biraz ilk başta. Yani “tamam. Sosyal medya üzerinden yapalım ama nasıl yapalım?”. Yani*

evet, tamam kendi sitemizin içerisinde yapalım, kendi platformlarımızdan yapalım ama ilk başta biz biraz bocaladık sanırım bu konuda. Diğer özellikler kadar rahat davranamadık açıkçası. Ama sonrasında toparladık gibi geliyor. Yani ilk baştaki şeyi atlatmak biraz zor oldu ama. Yani hızlı olmadık. Yavaş davrandık ama sonrasında aştık diye düşünüyorum.

5-Sizce bu süreçte yaşanan en önemli olay veya olaylar neydi?

Benim kafamdaki hala ilk baştaki sınır eylemleri var. İlk başta sınır eylemleri vardı, güney Kıbrıs sınırı kapattığında. Bir yanda bu virüs bize gelecek mi endişesini yaşayıp bir anda 150 kişi ile çok dar bir yerde sıkışıp kalmak vardı yani. Benim bu sürece dahil ilk beynime gelen nokta o olur. Sürecin en başına dair. Süreç içerisinde beni en çok rahatsız eden hükümetlerin, bakanların kendi aralarındaki çatışmalarını yansıtmaları oldu. Yani başımızda bir dert var, gelin hep beraber bu derdi çözelim. Sadece sağlık ayağını değil, aynı zamanda ekonomi ayağını da. Yani bir karar alırken bu da onun destekçisi olsun, bunların hepsini bir arada yürütelim. Bunun altında birleşemedik yani böyle bir şeyi yapamadık. Ve bu biraz sanırım bizi virüsten daha çok yordu. Çünkü bir seçim atlattık, bir kurultay atlattık. Atlatamadık, atlattık. Hükümetler bozuldu, hükümet kurma çabası aradık. Yani bu ülkedeki bu enerji çok gereksiz şeylere harcandı. Ve o sanırım biraz da mücadelede insanların da daha çok ümidini kırdı. Özellikle bu son dönem açısından baktığımızda alınan kararlara güven oluşmadı, oluşturulamadı çünkü hep bir ayağı eksik kaldı. Daha doğrusu 5 ayağı varsa, 4 ayağı hep eksik kaldı. 1 ayağın üzerinden ilerlenmeye çalışıldı gibi. Aklınıza gelen spesifik örnek var mı? Sağlık bakanı Pilli'nin bir görevden alması sonra olmayacak denmesi. Halkın bir sahiplenmesi sonra küfür etmesi. Yani bu tür ikilemleri çok yaşadık. Özellikle son dönemde. Ama yani bu spesifik bilmiyorum yani biz bu sürecin içerisinde Cumhurbaşkanlığı seçimi süreci atlattık. Bunda daha büyük bir şey olabilir miydi? Onu bilemiyorum yani. Bütün dünya bağırırken biz seçim yaptık yani böyle bir şey olabilir mi? Bir de döndük üzerine kurultay yapmaya çalıştık. Hükümet bozduk, hükümet kurduk. Yani bir hükümeti kurmak için haftalarca uğraştık. Yani bu dönem içerisinde aklıma gelen en büyük olaylardan biri.

6-Sosyal medya genel olarak nasıl bir rol oynadı?

Sosyal medya bir yandan çok iyiydi çünkü gerçekten bilgilendirdiği noktalar oldu. Doğru bilgilendirdiği noktalar oldu. Ama bir yandan da çok ciddi bir şekilde panik yarattı. Yani sakin olan insanları da rayından çıkardı ve herkesi birbirine karşı saldırganlaştırdı. Yani böyle bir bilgi kirliliği gibi mi? Evet, bilgi kirliliğinden bahsediyorum. Yani biri kalkar bir şey yazar hastalık ile ilgili, mesela Türkiye'de "teyid.org" vardır. Biz bu paylaşılan içerikleri, haberleri teyit edemedik veya doğrulayamadık. Tam spesifik hatırlamıyorum fakat bir haber vardı. Haber yalan. Yani belli yalan olduğu ama bir anda bir sitede çıktı. Akabinde 10 site aynı siteden yürüttü tahminimce. Ve yani yalan bir haber dolandı ve bütün halkı paniğe soktu. Mutasyonlu virüs ile ilgili bir haberi sanırım. Herkesi paniğe sürükledi. Evet, çok iyi noktalar da oldu. Özellikle bazı sosyal medya sitelerinin diyelim. Halkı hükümetten daha fazla bilgilendirdiğini gördük vakalar konusunda, ne yapılması gerektiği konusunda, nasıl davranılması gerektiği konusunda, sakin davranılması gerektiği

*konusunda. Ama bazıları da dediğim gibi felaket tellallığı yaptı. Yalan haberler üzerinden yaptılar bunu üstelik.*

7-Hükümet mercilerinin aldıkları kararları gerek sosyal medya grupları, gerek gazeteciler, gerekse kişisel paylaşımlar değiştirdi. Sizce bunda en büyük etki kimindir?

*Vallahi etkiyi boş ver. Bunda en büyük sorumsuzluk kimdedir diye sorarsan hükümettedir. Çünkü hükümet eğer aldığı kararlardan emin değilse yaptığı, attığı adımları eğer kabullenemiyorsa atmayacak o adımı. Burada sosyal medya üzerine gitti diye o adımdan geri adım atarsa demek ki hükümet gerçek anlamda ne yaptığını bilmez. Yani bu şeye benzer, hani tavuğun kafasını keserler ya ve bir süre böyle kafa sız koşturur o tavuk. Aynen ona benzer. Yani kesti kafayı, tavuk koşturur oradan o tarafa. Çünkü kendi de bilmez ne olacağını. Bizim hükümet de böyle kafası kesilmiş tavuk gibi koştugu için. Sağlıkça bağıryor “kapatın ortalığı öleceğiz”, hop hükümet kapatıyor. Hop bu taraftan ekonomi ile ilgili olan “Niye kapattınız ortalığı? Nasıl geçineceğiz?” der. Çünkü sen sağlıkla ilgi bir karar alırken, Bulaşıcı Hastalıklar Üst Komitesi’ni koydun oraya sana sağlıkla ilgili bazı kararlar verir. Ama bulaşıcı hastalıklar üst kurulu sana diyemez “İşte özel sektör çalışanlarına şu kadar maaş bağlayalım”. Diyemez çünkü onun görevi değil. Burada sen oturup hükümet olarak o ekonomi ile ilgili de karar alabilseydi o zaman sosyal medyada yapılan şeyler senin aldığın kararları değiştirmeyecekti. Yani burada en büyük sorumlu hükümettir. Başka biri değil. Sen aldığın karardan o kadar bir emin değilsin ki savrulun oradan oraya. Tabii ki çok doğal.*

8-Sizce Kıbrıs’ın kuzeyinde en etkili medya mecrası neresidir? Neden?

*Bence bizde Facebook’tur. Yok yani, ötesi yoktur. Twitter, Instagram, Youtube tamam ama insanların büyük bir çoğunluğu Facebook üzerindedir. Genç olarak bakmamak gerekir olaya. Yaşlı kesim Facebook’u benimsediği anda, ülkenin büyük bir bölümü Facebook’ta daha çok takip ediyor sosyal medyayı. Bunu mesela yapılan Facebook canlı yayınlarından da görebilirsiniz. Aynı zamanda hem Instagram’a, hem Youtube’a hem Twitter’a hem de Facebook’a koyarsanız yayını Facebook olduğunu görürsünüz.*

9-Hükümet kararlarının alınmasında veya değişiminde Sosyal Medya ne kadar etkili olmuştur? Örnek verebilir misiniz?

*Çok etkili oldu. Çünkü ne yaptıklarını bilmezlerdi. O yüzden sosyal medyada ne yazarsa onu uyguladılar. O yüzden bir o tarafa bir bu tarafa yalpaladılar. Çünkü kendileri de bilmiyorlardı ne yapacaklarını. Pekala bir örnek verebilir misiniz bunun için? Açılma-kapanma hikayesi. Ya da mesela eczaneler konusu. Eczaneler için, Bulaşıcı Hastalıklar Üst Komitesi bir karar aldı. Bunlar o karara hiç bakmadılar bile. Dediler ki “sadece 4-5 tane nöbetçi eczane kalacak tüm gün” gibi bir karar ürettiler. Mesela bu karar o gece yayınlandı. Eczacıların hepsi tepki gösterdi. Yani “siz insanları azaltmaya çalışıyorsunuz yoğunluk olmamasından dolayı. Siz eczane sayılarını bu kadar azaltırsanız darmadağın olacak” dediler. Ertesi gün sabahtan Eczacılar Birliği’ne Ali Pilli randevu verdi ve görüştüler. Eczaneler ile ilgili o karar değişti. En basit örneği. Tamamen eczacılar sosyal medya üzerinden örgütlendiler. Eczacılar bu paylaşımlarını, diğer insanlar paylaştı ve yoğunlaştı. En yakın örneklerden biridir sosyal medyadan dolayı değiştirilen karar örneğinde.*

10-Pandemi ile birlikte daha aktif olan sosyal medya internet kullanım alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdi? Bir gazeteci olarak sizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdi? Ya da geri dönüşlerden izleyicilerinizin alışkanlıklarınızı nasıl değiştirdiğini söyleyebilirsiniz?

*Yani bende çok fazla bir değişiklik olmadı bir gazeteci olarak. Yani eskisi gibi sürekli internette geziniyoruz. Eskiden de böyleydi. Birçok insan açısından özellikle kapalı dönemde çok fazla arttı. Ama bir gazeteci olarak bende çok fazla bir değişiklik yapmadı. Belki de sosyal medyayı daha çok takip eder olduk, bir şey kaçırdık mı? Bir şeyi atladık mı? Onun dışında kendi adıma çok fazla bir değişiklik olduğunu düşünmüyorum. Genel olarak insanlar daha çok evde olduklarından dolayı telefon ellerinden düşmemeye başladı. Çocuklar evde bir kere baktığımızda. Online dersler ve online eğitim kullanım oranları çok ciddi bir şekilde değişti ve arttı. Bilgisayar kullanımları ciddi oranda değişti ve arttı. Kendimden örnek vereyim. Annem benim eskiden hiç biz gittiğimizde bir yandan onunla konuşur ve sosyal medyada gezinirdik. Annem kızardı. Benimle mi konuşmaya geldiniz? Yoksa ona mı bakmaya mı geldiniz? Diye kızardı. Şimdi aynı şeyi biz ona söylüyoruz. Bırak o telefonu da bize bak diye. Öyle bir değişiklik de yarattı pandemi.*

## Ek 4: Etik Kurulu Onay Formu



**Eastern  
Mediterranean  
University**

*"Virtue, Knowledge, Advancement"*

99628. Gazimağusa, KUZEY KIBRIS /  
Famagusta, North Cyprus,  
via Mersin-10 TURKEY  
Tel: (+90) 392 630 1995  
Faks/Fax: (+90) 392 630 2919  
E-mail: [boyek@emu.edu.tr](mailto:boyek@emu.edu.tr)

**Etik Kurulu / Ethics Committee**

**Sayı:** ETK00-2021-0002

14.01.2021

**Konu:** Etik Kurulu'na Başvurunuz Hk.

Sayın Raif Usal (18500627)

İletişim Fakültesi.

İletişim Fakültesi Etik Alt Kurulu'nun 13.01.2021 tarih ve 93 sayılı toplantısında incelenecek uygun bulunan, Yrd. Doç. Dr. Yetin Arslan danışmanlığında yürüttüğümüz **"Covid 19 Etkisi ve Kıbrıs'ın Kuzeyindeki Medya Pratiklerinin Dönüşümü: Kuzey Kıbrıs Örneği"** adlı yüksek lisans tez çalışmanız, Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından onaylanmıştır.

Bilginize rica ederim.

Prof. Dr. Yücel Vural

Etik Kurulu Başkanı

YV/şk.

[www.emu.edu.tr](http://www.emu.edu.tr)