

T.C.

YAŞAR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ULUSAL ÖLÇEKLİ FELAKETLERİN BASINDA YANSIMA BİÇİMLERİ:

GÜNEY KORE GEMİ KAZASI VE TÜRKİYE SOMA MADEN KAZASI

ÖRNEKLERİ

Begüm ÖZDEN

Danışman

Prof. Dr. Ümit ATABEK

İzmir, 2017

TEZ JÜRİSİ ONAY SAYFASI

Tez Danışmanı olarak bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Ümit ATABEK

07.04.2017

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Beril VURAL AKINCI

07.04.2017

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Huriye TOKER

07.04.2017

Doç. Dr. Çağrı Bulut

Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans/Doktora Tezi olarak sunduğum "Ulusal Ölçekli Felaketlerin Basında Yansıma Biçimleri: Güney Kore Gemi Kazası Ve Türkiye Soma Maden Kazası" adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../.....

Begüm ÖZDEN

İmza

ÖZ

Yüksek Lisans

ULUSAL ÖLÇEKLİ FELAKETLERİN BASINDA YANSIMA BİÇİMLERİ: GÜNEY KORE GEMİ KAZASI VE TÜRKİYE SOMA MADEN KAZASI ÖRNEKLERİ

Bu çalışmada, toplumları derinden etkileyen, birçok can kaybı ve yaralanma ile sonuçlanan kazaların yazılı basında haberleştirme biçimleri incelenmiştir. Kuramsal bir çerçeve oluşturmak amacıyla kriz iletişimi ve felaket haberciliği literatürü ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu inceleme ile toplumun, kaza mağduru ve yakınlarının ve yetkili kamu görevlilerinin olaya karşı tutum ve tepkilerinin basına yansımaları değerlendirilmiştir. Bu tür haberlerin medyada sunuluşuna ilişkin çeşitli meslek kuruluşları tarafından geliştirilen ilkeler ayrıca ele alınmıştır.

Yakın tarihlerde gerçekleşmiş olan Güney Kore gemi kazası ve Türkiye Soma maden kazası felaketleri örnek olaylar olarak seçilmiştir. Güney Kore ve Türkiye yazılı basınından seçilen iki ana damar gazetesinin (*Chosun Ilbo* ve *Hürriyet*) internet gazetelerinde yer alan kaza haberleri karşılaştırmalı olarak içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. İki ülkenin yazılı basınında yer alan haberler haber sayısı, haber uzunluğu, haber içerikleri, kaynak kişiler, sansasyonel kelime kullanma, görsel malzeme kullanma gibi unsurlar karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, *Hürriyet* gazetesinin haber içeriğinde *Chosun Ilbo*'ya göre daha çok sansasyonel kelimeye yer verdiği ve daha çok görsel malzeme kullandığı saptanmıştır. Bu bulgular bağlamında, iki ülkenin yazılı basınının ulusal ölçekli felaketleri yansıtma biçimlerindeki farklılıklar ve benzerlikleri değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kriz İletişimi, Kriz Haberciliği, Felaket Haberciliği, Soma Maden Kazası, Güney Kore Gemi Kazası.

ABSTRACT

Master Thesis

PRESENTATION OF NATION-WIDE DISASTERS IN PRESS: SOUTH KOREAN FERRY DISASTER AND SOMA-TURKEY MINE DISASTER CASES

This study examines how the press reports the accidents which effects society deeply and caused a lot of deaths and injuries. In order to establish a theoretical frame, literature on crisis communication and disaster reporting is examined in detail. Based on this literature review, how the attitudes and reactions of the society, accident victims and their relatives, and public authorities are reflected in media news is examined. Additionally, disaster reporting principles developed by professional media organizations are evaluated.

South Korean ferry accident and Soma-Turkey mine accident are chosen as sample cases. Content analysis is applied to the internet editions of two mainstream newspapers from South Korean and Turkish press (*Chosun Ilbo* and *Hurriyet*). Number of news, length of news, contents of news, news sources, usage of sensational word, usage of visual materials are comparatively analyzed for the newspapers from two different countries. This analysis revealed that *Hurriyet* used more sensational words and visual materials in the news content as compared to *Chosun Ilbo*. Based on these findings, differences and similarities of nation-wide disaster reporting practices of two countries are evaluated.

Keywords: Crisis Communication, Crisis Reporting, Disaster Reporting, Soma Mine Accident, South Korea Ferry Accident.

İÇİNDEKİLER

TEZ JÜRİSİ ONAY SAYFASI.....	i
YEMİN METNİ	ii
ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
KRİZ İLETİŞİMİ	3
1. KRİZ KAVRAMI.....	3
2. KRİZ TÜRLERİ	5
2.1. Doğal Afetlerden Kaynaklı Krizler	7
2.2. Teknik Aksaklık Kaynaklı Krizler.....	7
2.3. İnsan Kaynaklı Krizler.....	7
2.4. Yanlış Yönetim Kaynaklı Krizler.....	7
3. KRİZİN ÖZELLİKLERİ	8
4. KRİZ SÜRECİ.....	9
4.1. Kriz Uyarılarının Algılanması Ve Hareketsizlik	9
4.2. Kriz Dönemi	9
4.3. Çözülme Dönemi	10
5. KRİZ ETKENLERİ	10
5.1. Dışsal (Çevresel) Etkenler	10
5.2. İçsel (Örgütsel) Etkenler.....	10
6. KRİZ YÖNETİMİ	12
7. KRİZ YÖNETİM SÜRECİ.....	13
8. KRİZ İLETİŞİMİ.....	18
8.1. Kriz İletişim Stratejileri	23
8.1.1. Yok Sayma/Reddetme Stratejisi	23
8.1.2. Azaltma Stratejisi.....	24
8.1.3. Göze Girme Stratejisi.....	25
8.1.4. Utanç Stratejisi.....	25
8.1.5. Merhamet Stratejisi	26

8.2. Kriz İletişiminde Medya Yönetimi	28
İKİNCİ BÖLÜM.....	36
KRİZ VE FELAKET HABERCİLİĞİ	36
1. HABER KAVRAMI.....	36
1.1. Haber Unsurları	37
1.2. Haber Kaynağı.....	38
1.2.1. İç Kaynaklar	38
1.2.2. Dış Kaynaklar	38
2. KRİZ VE FELAKET HABERCİLİĞİ.....	39
3. GÜNDEM BELİRLEME KURAMI	48
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	52
ULUSAL ÖLÇEKLİ FELAKETLERİN BASINDA YANSIMA BİÇİMLERİ: GÜNEY KORE GEMİ KAZASI VE TÜRKİYE SOMA MADEN KAZASI ÖRNEKLERİ	52
1. ARAŞTIRMANIN KONUSU	52
2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	52
3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	52
4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	52
5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	53
6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	54
7. ARAŞTIRMA SORULARI.....	54
7.1. Güney Kore ve Yazılı Basınına Genel Bakış	54
7.2. Chosun Ilbo Gazetesi Hakkında Genel Bilgi.....	57
7.3. Güney Kore Gemi Kazası.....	58
7.4. Türkiye ve Yazılı Basınına Genel Bakış	59
7.5. Hürriyet Gazetesi Hakkında Genel Bilgi.....	62
7.6. Soma Maden Kazası	63
8. VERİ TOPLAMA.....	64
9. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ	66
9.1. Metinsel Farklar ve Benzerlikler	67
9.1.1. Yayımlanan Haber Sayısı ve Konunun Yer Alma Dağılımı.....	67
9.1.2. Haber Başlıkları	68
9.1.3. Haber İçeriklerine İlişkin Bulgular	72
9.2. Haber Özellikleri Arasındaki Farklar ve Benzerlikler	75

9.2.1. Haberde Görsel Kullanımı	75
9.2.2. Haber Kaynakları	76
9.2.3. Haber Temaları	80
GENEL DERĞERLENDİRME VE SONUÇ	83
KAYNAKLAR	95



GİRİŞ

Ulusal ölçekli felaketler, gerçekleştiği ülkenin toplumunu olumsuz yönde etkileyen, sonucunda büyük kayıpların yaşandığı olaylardır. Ulusal ölçekli felaketler, deprem, sel, hortum gibi doğa olaylarından kaynaklanmasının yanı sıra, ihmal sonucunda gerçekleşen kazalardan da kaynaklanabilmektedir. Bu tür felaketler, çeşitli sebeplerle medyada uzun dönem gündem konusu olmaktadır. Bu sebeplerin temelini, felaket döneminde insanların haber alma ihtiyacı oluşturmaktadır. Felaket ortamında toplumda yaşanan belirsizlik, kişilerde korkuya, paniğe, yakın çevre ve ailesi için kaygıya sebep olabilmektedir. Kişiler, felakete ilişkin güncel bilgiye ulaşmak için kitle iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Bu ihtiyaçla medya kuruluşları, ulusal ölçekli felaketleri uzun süre gündemde tutarak, ayrıntılı bilgiyi kamu ile paylaşma eğilimi göstermektedirler. Bu noktada önemli konu, felakete ilişkin bilginin medya tarafından aktarılma biçimidir. Medyanın felaketi aktarma biçimi, felaketin oluşturduğu korku ve panik durumunu daha kötü boyuta taşıyabilmektedir. Tam aksine, toplumun kenetlenmesini sağlayarak, felaketin yarattığı olumsuz koşulları kısa süreç içinde iyileştirilebilmesini de mümkün kılabilir. Bu sebeple, ulusal ölçekli felaketlerin basında yansıma biçimi toplum için önemli bir konudur. Kısaca toplumun, gerçekleşen felakete karşı tutum ve davranışını büyük oranda etkilemesi sebebiyle medyanın felaketlere ilişkin bilgiyi aktarma biçimi araştırmanın konusu olarak seçilmiştir.

Çalışmanın konusu olan yazılı medyanın, ulusal ölçekli felaketleri aktarma biçimlerinin incelenmesi için, Güney Kore'de 16 Nisan 2014 tarihinde gerçekleşen Sewol gemi kazası ve Türkiye'de 13 Mayıs 2014 tarihinde gerçekleşen Soma maden kazası araştırmanın örnek olayları olarak ele alınmıştır. Bu olaylar, yakın tarihlerde gerçekleşmesi ve iki ülke kültürünün bir takım benzer nitelikler taşıması sebebiyle araştırmanın örnek olayları olarak seçilmiştir. Araştırmanın evrenini Güney Kore yazılı basınından *Chosun Ilbo*'nun internet gazetesi ve Türk yazılı basınından *Hürriyet*'in internet gazetesi oluşturmaktadır. *Chosun Ilbo* ve *Hürriyet* gazetesinin seçilmesindeki temel sebep ise en yüksek tiraja sahip olmalarıdır. Araştırmanın örneklemini ise seçilen gazetelerde yer alan felaketlere ilişkin haberler oluşturmaktadır. Ulusal ölçekli felaketlerin yazılı basın haberlerine yansıma biçimlerinin incelenecek ve karşılaştırmalı analizinin yapılacak olması sebebiyle içerik analizi araştırmanın yöntemi olarak belirlenmiştir. Seçilen gazetelerde, felaketlere ilişkin haberlerin hem içeriği hem de sayısı ve boyutu inceleneceği için nitel ve nicel içerik analizi yöntemlerinin her ikisinin de uygulanması uygun görülmüştür. Bu bağlamda, araştırma evreninde yer alan gazetelerdeki haberlerden toplanan veriler SPSS'e aktarılarak analiz edilmiş ve sonuçlar bulgular bölümünde sunulmuş ve değerlendirilmiştir.

Yapılan çalışma kriz iletişimi literatürü, felaket haberciliği literatürü, araştırmanın konusu ve kapsamı, genel değerlendirme ve sonuç olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın temel konusu olan ulusal ölçekli felaketlerin, genellikle ihmal sebebiyle gerçekleşmiş birer kriz vakası olması sebebiyle ilk bölümde kriz iletişim literatürü incelenmiştir. Kriz iletişim literatürü, ele aldığımız örnek olayların birer kriz olduğunu ve düzgün yönetilemediği için birer toplumsal felakete dönüştüğünü öne sürmemize temel oluşturmuştur. Ulusal ölçekli felaketlerin basında yansıma biçimlerini sağlıklı bir biçimde incelemek amacıyla, ikinci bölümde kriz ve felaket haberciliği literatürüne yer verilmiştir. Kriz ve felaket haberciliği literatüründe, basın kuruluşlarının yayınlamış olduğu felaket haberciliğinde yapılması gereken bir takım adımların açıklandığı raporlar, araştırmanın evreninde yer alana basın kuruluşlarının yayınladığı haberleri incelemek bakımından yardımcı olmuştur.

Üçüncü bölümde ise, araştırmanın konusu, amacı ve kapsamı, önemi, sınırlılıkları, evreni ve örneklemi, yöntemi, araştırma soruları, bulguları ve değerlendirilmesi yer almaktadır. Araştırmanın örnek olaylarını oluşturan gemi kazası ve maden kazasının basında yansıma biçimleri arasındaki farkları ve benzerlikleri ortaya koyabilmek için araştırma soruları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur: 1) Güney Kore ve Türkiye gazetelerinde benzer nitelikteki kazaların sunumu hangi metinsel farklar göstermektedir? ve 2) Güney Kore ve Türkiye gazetelerinde benzer nitelikteki kazaların sunumu haber özellikleri (görsel malzeme kullanımı, kaynak kişi atfı, vb.) bakımından hangi farklar taşımaktadır? Bu araştırma sorularını yanıtlamak amacıyla oluşturulan örneklemden elde edilen haberler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Son bölümde ise, araştırma bulgularının bir özeti sunularak, genel bir değerlendirme yapılmış ve sonuçlar ortaya konularak tartışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KRİZ İLETİŞİMİ

1.KRİZ KAVRAMI

Literatürde krizin ne olduğuna ilişkin çeşitli tanımlar ortaya konmuştur. Kriz (crisis) kelimesi Grekçedeki "krisis" ve "krinein" kelimelerinden türetilmiş olup ciddi anlamda dikkat gösterilmesi gereken tehlikeli durum, zorluk şeklinde tanımlanmıştır (Merriam-Webster, 2016). Türkçede sözlük tanımı ile kriz, bir ülkede veya ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran olarak açıklanmıştır (TDK, 2016).

Türkçe literatürde, kriz kelime anlamı olarak birdenbire meydana gelen kötüye gidiş ve tehlikeli durum olarak tanımlanabilmektedir. Aniden ortaya çıkan, öngörülemeyen, beklenmedik ve olağandışı bir durumu ifade etmektedir (Peker ve Aytürk, 2000: 385). Kuruluşların karşılaştıkları krizlerin kaynağının; kuruluşun örgütsel yapısından, bireylerden, ekonomiden yada çeşitli alanlarda kullanılan teknolojiye olduğu belirtilerek insan hayatına, doğaya ve sosyal işleyişe, krizin şiddetine bağlı olarak zararlar veren felaketler olarak tanımlanmıştır. Çoğu kriz, kuruluşların finansal yapısı ve itibarına olumsuz etkiler bırakabilen oluşumlardır (Tüz vd., 2013). Krizin başka bir tanımı ise ani olarak ortaya çıkmış ve gerçekleştiği çevredeki unsurları olumsuz yönde etkileyen, istem dışı gelişme, durum olarak tanımlanmıştır (Tutar, 2004: 69). Krizler kuruluşların belirli bir bölümünde çıkabilme olasılığının yanı sıra, kuruluşun ürettiği ürün veya hizmetin tüketicisine sunma aşamasındaki herhangi bir süreçte meydana gelebilecek bir tehdittir. Kuruluşun yapısını ve ekonomik durumunu olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Kriz sebebiyle olumsuz etkilenen yalnızca kuruluş değil, paydaşlar da kriz durumundan olumsuz etkilenecektirler. Bu durum krizin büyüdüğü anlarda kamuya mal olarak kuruluşun itibarını, işleyişini, ekonomik durumunu hatta varlığını tehdit edebilmektedir (Örnek, 2007: 116-117).

Pazarlama iletişimi literatüründe, krizler mevcut ve potansiyel tüketicilerin zihninde oluşan kurum imajını olumsuz yönde etkileyerek, uzun çalışmalar sonucu elde edilen marka güvenilirliğini kısa bir süre içinde yok edebilen durumlar olarak tanımlanmıştır (Oakes, 2006: 1). Herman'a (1969: 187) göre kriz; bir kuruluşun beklenmediği anlarda meydana gelen, kuruluşun itibarının sarsılmasına sebep olabilecek ve sorunun halledilebilmesi için kısıtlı bir süreye sahip olunan olaylardır. Fearn-Banks (2007: 2) ise krizi, kurum, kuruluş veya endüstrilerin yanı sıra üretilen ürün ve hizmetleri, aynı zamanda kamuoyunu olumsuz yönde etkileyen durumlar olarak tanımlamıştır. Krizlerin, mağdur kuruluşun olağan ticari işlemlerini aksattığını ve krizin önlenemediği durumlarda kurumun varlığını tehdit edebileceğini belirtmiştir. Coombs (2007: 1) ise krizi, uygun şekilde

müdahale edilmediği takdirde, kuruluşlar adına önemli bir tehdit arz eden durumlar olarak tanımlamıştır. Krizi bir başka şekilde ele alan Booth (1993: 19) ise, bireyin, grubun veya kuruluşun rutin uygulamalarının kullanılması durumunda dahi baş edilemeyen ve meydana gelen ani değişimin stres yarattığı durum olarak krizi tanımlamıştır. Weick (1988: 305) ise krizleri bir kuruluşun temel hedeflerini tehdit eden, düşük olasılıklı fakat ciddiyeti yüksek olaylar olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda, krizler ciddiye alınmadığı takdirde olumsuz etkilerinin artacağını belirtebilmekteyiz.

Krizin yapılan tanımlardaki başlıca özelliği tehdit unsuru taşımasıdır. Buna karşın bazı tanımlarda ise kriz fırsata da dönüştürülebilecek bir olay şeklinde nitelendirilmiştir. Başarılı bir kriz yönetim planı ile kuruluşlar krizi olumsuz yönde etkilenmeden çözebilecekleri, bunun yanında kurum itibarına olumlu yönde etkiler bırakabilecekleri belirtilmektedir.

Krizin tanımı yapılırken herkesçe düşülen en büyük hata stres, endişe, panik ve benzeri kavramlarla karıştırılıyor olmasıdır. Bu kavramlar çerçevesinde krizden söz etmek mümkündür. Fakat her stres ve paniğe yol açan olay kriz olarak nitelendirilmesi sağlıklı olmayacaktır. Bu bağlamda krizin kriz olarak nitelendirilebilmesi için bir takım özellikleri taşıması gerekmektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilmektedir (Tağraf ve Arslan, 2003: 150);

- Kriz, öngörülemeyen, önceden sezilemeyen ani bir değişimi ifade etmektedir,
- Krize, olabildiğince hızlı bir biçimde çözüm bulunması gerekmektedir. Aksi takdirde, kurumun itibarının zedelenmesi kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır.
- Krize gerekli önlemler alınmadığı sürece kuruluşun yaşamını tehdit etmektedir.

Kriz tanımları, belirttiği duruma göre değişiklik gösterebilmektedir. Bireysel sorunları belirten kriz tanımı ile iş ve yönetim dünyasındaki sorunları belirten kriz tanımları arasında farklar bulunmaktadır. Bireysel sorunları belirten kriz, insan hayatında gerçekleşen olağanüstü koşullara dayanan kötü durumlar olarak nitelendirilirken, iş dünyasında gerçekleşen krizler ise aniden ve beklenmedik bir şekilde gerçekleşen kurumu olumsuz etkileyen durum şeklinde nitelendirilmektedir (Can, 1997: 312).

Özetlemek gerekirse kriz, bir kuruluşun beklemediği anda gerçekleşen, itibarının ve varoluşunun sarsılmasına sebep olabilen, çözümünün ise kısa bir süre içerisinde bulunması gereken durumdur. Bu durumlar iyice kavranabilmesi ve çözümünün kolay bir şekilde bulunabilmesi için çeşitli şekillerde sınıflandırılmışlardır.

2. KRİZ TÜRLERİ

Yıllık haber medyası raporları doğal afetlerden, biyolojik felaketlerden, teknolojik aksaklıklardan, insan hataları sebebiyle kaynaklı sorunlara kadar geniş ve çeşitli durumları bildirmektedir. Bu şiddetli ve hayati değerleri tehdit eden olaylar kriz olarak sınıflandırılmaktadır. Ne yazık ki gün geçtikçe bu olayların şiddeti ve sayısı artmaktadır (Lerbinger, 2012: 5).

Gün geçtikçe krizlerin çoğalması ve çeşitliliğinin artması sebebiyle kuruluşlar için krizle başa çıkmak daha karmaşık ve istikrarsız hale gelmiştir. Günümüzde birçok şey değişim göstermiş ve göstermeye devam etmektedir. Kuruluşların ürettiği ürün ve hizmetlerin artık son teknoloji olması yetmemektedir. Çünkü tüketiciler üretilen ürün ve hizmetleri kısa sürede tüketerek yeni ürün ve hizmetler arayışına girmektedirler. Bu sebeple kuruluşlar için olası krizleri saptamak daha zor hale gelmiştir. Kuruluşlar için biyoteknoloji, nanoteknoloji gibi hızla gelişen teknolojilerin yaratabileceği olası krizleri kestirebilmesi zorlaşmıştır. Bunun yanı sıra yeni hükümet düzenlemeleri, tüketici hakları, insan hakları, hayvan hakları gibi toplumsal düzenlemelere hassasiyet göstermediği takdirde kuruluşlar için kriz kaçınılmaz olacaktır (Lerbinger, 1997: 6). Bu gibi zorluklarla başa çıkabilmek adına karşılaşılabilecekleri olası kriz türlerini tanımlamak önemli bir husustur diyebilmekteyiz.

Krizler gerçekleşme sebepleri ve geliştiği ortam şartlarına göre farklılıklar göstermektedir. Bu sebeple krizler araştırmacılar tarafından belli türlere ayrılmaktadırlar. Tam bir görüş birliği yakalanamasa da Coombs ve Lerbinger'in krizi türlere ayırması çoğunluk tarafından kabul görmekte ve birçok araştırmaya kaynak olmaktadır.

Coombs (2014: 1), çıkış sebepleri ve oluştuğu ortam şartlarına göre on türde kriz olduğunu belirtmiştir;

1. Doğal afetler: Deprem, sel, hortum, vb. doğa olayları nedeniyle kaynaklanan krizlerdir.
2. Dedikodular: Kuruluş hakkında yanlış ve zararlı bilgilerin yayılması sebebiyle kaynaklanan krizlerdir.
3. İşyerinde şiddet: Kuruluş bünyesindeki eski veya mevcut çalışanlar tarafından saldırıların yaratabileceği krizlerdir.
4. Ürün sabotajı/kötü niyet: Kurum dışı kişi veya kişiler tarafından yaratılan etmenlerden kaynaklı krizlerdir.

5. Kazalar: İhmal sonucu meydana gelen mal ve can kaybına sebep olabilecek olaylar sebebiyle kaynaklanan krizlerdir.

6. Teknik aksaklıklar/kazalar: Endüstriyel kazalara sebep olabilecek ekipman ya da teknoloji hatalarının yol açabileceği kaza veya aksaklıklar sebebiyle oluşabilecek krizlerdir.

7. Teknik aksaklıklar sebebiyle hatalı ürünler: Kuruluşun ürettiği ürünlerin hasarlı veya zararlı üretimine yol açan ekipman yada teknoloji kaynaklı krizlerdir.

8. İnsan kaynaklı aksaklıklar/kazalar: Kuruluş bünyesindeki çalışanlardan kaynaklı endüstriyel kazaların sebep olabileceği krizlerdir.

9. İnsan kaynaklı hatalı ürünler: Kuruluş bünyesindeki çalışanların hataları sebebiyle ürünlerin hasarlı veya zararlı üretilmesi sonucu karşılaşılabilecek krizlerdir.

10. Kurumsal ahlaksızlık: Kuruluşun paydaşlarını riske atabilecek yönetsel hataların yol açabileceği krizlerdir.

Kriz türlerini Lerbinger ise sekiz ana başlık altında incelemeyi uygun bulmuştur. Bu türler şu şekildedir (Lerbinger: 2012: 17);

1. Doğal afetler
2. Kötü niyet
3. Teknik aksaklıklar
4. İnsan kaynaklı aksaklıklar
5. Büyük hasarlar
6. Kurumsal ahlaksızlıklar
7. İşyerinde şiddet
8. Dedikodular

İki araştırmacının belirlemiş oldukları kriz türleri günümüz şartları için bazı değişikliklere uğramış olsa da hala yol gösterici nitelik taşımaktadırlar. Coombs ve Lerbinger'in ayrıntılı bir şekilde belirtmiş olduğu kriz türlerini; doğal afetlerden kaynaklı krizler, teknik aksaklık kaynaklı krizler, insani hatalardan kaynaklı krizler, yanlış yönetim kaynaklı krizler olmak üzere dört ana

başlık altında toplamak mümkündür.

2.1. Doğal Afetlerden Kaynaklı Krizler

Doğal afetler sebebiyle ortaya çıkan krizler, önlenemeyen, sonucunda birçok can ve mal kaybına neden olan doğa olaylarının yaratmış olduğu kriz türüdür. Deprem, hortum, sel, toprak kayması, volkanik patlamalar, çığ gibi kontrolü neredeyse mümkün olmayan, yalnızca önlemler alınarak etkilerinin azaltılabilmesi mümkün olabilen krizlerdir. Doğal afetlerin yol açtığı krizlerin en önemli özelliği ne zaman yaşanacağını öngörülememesidir. Yalnızca can kaybını engellemek amacıyla alınabilecek fiziksel önlemler alınabilmektedir.

2.2. Teknik Aksaklık Kaynaklı Krizler

Günümüzde gelişen teknoloji sebebiyle sıklıkla karşılaşılan teknik aksaklık kaynaklı krizler, kuruluşun üretimi ve diğer alanlarında kullanılan teknolojideki sorunlar sebebiyle ortaya çıkmaktadır. Yazılım, donanım hataları, endüstriyel kazalar gibi örnekler verilebilecek bu kriz türünde, teknolojik altyapı yetersizliği, gerekli bakımların yapılmaması gibi unsurlar sebebiyle krizler meydana gelmektedir.

2.3. İnsan Kaynaklı Krizler

İnsan hataları sebebiyle meydana gelen krizler arasında kuruluş çalışanlarındaki art niyetli kişilerin yanıltıcı davranışları, terör saldırıları, eylemler yer almaktadır.

Terör saldırıları, kasıtlı hasar bırakma amacı taşımakta ve dış kaynaklardan beslenen bir kriz çeşidi olmaktadır (Evans ve Elphick, 2005: 140). Kişiler tarafından gerekli önlemlerin alınmadığı düşünüleceği için kuruluşların itibarını sarsacak bir kriz türüdür.

Kuruluş için çalışan art niyetli kişilerin, kuruluş ile ilgili önemli bilgileri sızdırması, kişileri yanlış bilgilendirmesi durumu da en az terör olayları kadar kurum itibarını zedeleyebilecek krizlerden biridir. Kuruluş içerisinde kendine haksızlık yapıldığına inanan çalışanların sebep olabileceği bu krizleri önlemenin yolları arasında çalışanlara gerekli haklarının verilmesi yer almaktadır. Aksi takdirde oluşacak krizler kaçınılmaz olacaktır.

2.4. Yanlış Yönetim Kaynaklı Krizler

Yöneticilerin her hamlesi, kuruluşların geleceğini belirlemektedir. Bu nedenle yöneticilerin uygunsuz davranışları krizlere yol açabilmektedir. Uygunsuz davranışlara örnek vermek gerekirse;

rüşvet alıp/verme, dolandırıcılık, sahtecilik, görevi kötüye kullanma gibi durumları sıralayabilmekteyiz.

Bunun yanı sıra yetkili kişilerin yönetim sürecinde yapılması gerekenleri uygulamaması sonucunda da krizler meydana gelebilmektedir. Yöneticilerin çalışanlara bilgi aktarımını verimli bir biçimde gerçekleştirememesi, karar verme ve uygulamadaki yavaş işleyiş, koordinasyon eksiklikleri, çalışanlara aşırı iş yükü bindirme, adaletsiz davranış vb. gibi birçok unsur krize yol açmaktadır.

3. KRİZİN ÖZELLİKLERİ

Krizin ne olduğunu anlamak, krizle ilgili yanlış bilgileri ortadan kaldırılabilmesini ve etkili bir kriz yönetim ve iletişim sürecinin gerçekleştirilebilmesine olanak sağlayabilmektedir. Bu sebeple krizin özelliklerini anlamak ve hakim olmak kuruluşlar için önemli bir husustur diyebilmekteyiz.

Kriz her kuruluşun yaşamında karşılaşılabileceği bir durumdur. Bu durumu göz önünde bulundurarak kuruluş yöneticilerinin belirli önlemleri almaları gerekmektedir. Çünkü yönetim becerisi kuruluşun olağan işleyişinden ziyade, kriz dönemlerinde önem kazanmaktadır. Bu sebeple krizin özelliklerini anlamak, olası krizleri bir nebze olsun öngörebilme olasılığı tanıyabilmektedir (Sezgin, 2003: 184).

Araştırmacıların üzerinde çalıştığı kriz özellikleri konusuna bakıldığında ortak bir takım özellikler göze çarpmaktadır. Araştırmacılara göre krizin temel özellikleri arasında gerçekleşmesinin tahmin edilememesi, kuruluşun kötü etkileri önleme mekanizmasını yetersiz bırakması, kuruluşun varlığını tehdit etmesi, müdahale süresinin çok kısıtlı olduğu ve kuruluşun paydaşlarında gerilim yaratması gibi durumlar yer almaktadır (Can, 1997: 312).

Demirtaş (2000: 359) ve Can (2002: 333) kriz özelliklerini şu şekilde ifade edilmiştir;

- Kriz durumu öngörülemez.
- Kuruluşun tahmin ve savunma mekanizmaları yetersiz kalır.
- Kriz, kuruluşun amaç ve varoluşunu tehdit eder.
- Krizin üstesinden gelmek ve krize karşı duruşun kararlaştırılması için zaman kısıtlıdır.
- Krize olabildiğince hızlı şekilde tepki verilmez.
- Kriz, karar veren mercide gerilim yaratan bir durumdur.

Lerbinger (2012: 10) ise kriz özelliklerini 3 maddeyle açıklamıştır;

- Krizler ani bir şekilde gerçekleşir,
- Krizler belirsizlik özellik taşımaktadır,
- Krizler ile başa çıkmak için zaman kısıtlıdır.

Araştırmacıların değindiği bu özelliklere bakıldığında, krizler kuruluşlar için büyük tehdit arz edebilmektedir. Etkili bir kriz iletişim ve kriz yönetim çalışmaları yapılması bakımından bu özelliklerin kuruluşlar tarafından göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Aynı zamanda kriz özellikleri kriz sürecine ilişkin bazı fikirler sağlamakta da yararlı olmaktadır.

4. KRİZ SÜRECİ

Kriz kuruluşların beklemediği anda meydana gelen hızlı değişimin sonucudur. Kriz süreci ise bu hızlı değişim süresinde çeşitli aşamalardan geçerek kuruluşları olumsuz yönde etkilemektedir. Kriz süreci; kriz uyarılarının algılanması ve hareketsizlik, kriz dönemi ve çözülme dönemi olmak üzere üç aşama şeklinde gerçekleşmektedir (Demirtaş, 2000: 261). Bu aşamaları kısaca özetlemek gerekirse;

4.1. Kriz Uyarılarının Algılanması Ve Hareketsizlik

Kriz sürecinin ilk aşaması olan bu aşamada, kuruluşun varlığını ve değerlerini tehdit eden unsurlar ortaya çıkmış bulunmaktadır. Kuruluş içi ve çevresi arasındaki ilişkilerde sorunlar çıkmaya başladığı dönemdir. Bu sorunlar sebebiyle kuruluşun bilgi alma ve yönetime iletme sistemleri kriz sinyallerini alma ve iletmede başarısız olmaktadır. Bu başarısızlık sonucunda, yönetim gelen kriz sinyallerini yeterince ciddiye almayarak hareketsiz kalır. Gelen kriz karşısında hazırlıksız yakalanan yönetim karar alma sürecini panik sebebiyle sağlıklı bir şekilde gerçekleştiremezse, krizin şiddeti ve kuruluşun krizden kötü yönde etkilenme oranı artabilmektedir.

4.2. Kriz Dönemi

Kuruluş yönetimine sağlıklı bir şekilde iletilemeyen kriz sinyalleri sağlıklı bir biçimde yorumlanarak değerlendirilmemesi sonucunda kuruluşun kriz dönemine girmesi kaçınılmaz olacaktır. Can (1997: 316), kriz dönemi içerisinde sergilenebilecek davranışları; etkinin merkezileşmesi, korku ve panik, karar sürecinin bozulması olmak üzere üç ana grupta incelemiştir.

4.3. Çözülme Dönemi

Şüphesiz ki kriz sürecinin en önemli aşaması çözülme dönemidir. Bu dönem başarılı bir şekilde atlatılmadığı takdirde kuruluşun varlığı tehlikeye girmektedir. Kuruluşun karşı karşıya kaldığı kriz durumuna en uygun yöntemlerle tepki verilmesi gereken bu dönemde, yönetimin önceden kararlaştırmış olacağı başarı oranı yüksek bir kriz yönetim planı kuruluşa krizi kolaylıkla ve en az hasar ile atlatmasını sağlayabilmektedir. Aksi takdirde krizin şiddetine bağlı olarak kuruluşlar ortadan kalkabilmektedir (Can, 1997: 315).

5. KRİZ ETKENLERİ

Literatüre bakıldığında, kriz etkenleri konusunda yapılan araştırmalarda, krize yol açan etkenler; dışsal (çevresel) ve içsel (örgütsel) etkenler olmak üzere iki grupta incelenmektedir (Can, 2002: 336; Peker ve Aytürk, 2000: 388; Demirtaş, 2000: 359; Akyurt, 2015: 4-5).

5.1. Dışsal (Çevresel) Etkenler

Çevresel etkenler bir krizin oluşum sürecinde en büyük rolü oynamaktadır. Bu etkenler arasında; değişen ve gelişen teknoloji, terör saldırıları, uluslararası huzursuzluk, doğal afetler, ülkenin ve dünyanın sosyal, ekonomik, siyasal durumu ve problemleri yer almaktadır (Sezgin, 2003: 188). Devamlı olarak değişen çevre, kuruluşun daha belirsiz ve daha karmaşık durumlarla karşı karşıya bırakabilmekte, yönetsel hataların oranını yükseltebilmektedir. Bu durumda kuruluşlar kaçınılmaz şekilde kriz durumuyla karşı karşıya kalabilmektedir (Akyurt, 2015: 4). Krize yol açabilecek çevresel etkenlerden bazılarını Akyurt (2015: 5) şu şekilde belirtmiştir:

- Ekonomi yapısı ve sistemi,
- Teknoloji alanındaki gelişmeler,
- Toplumsal ve kültürel etmenler,
- Hukuki ve siyasi etmenler,
- Uluslararası çevre etmenleri,
- Doğal faktörler.

5.2. İçsel (Örgütsel) Etkenler

Kuruluşun yapısı ve yönetiminin niteliği krize sebep olabilecek içsel etkenler arasında sayılabilmektedir. Eğer kuruluşun yapısı ve yönetim şekli çevresel değişimlere ayak uyduramayacak kadar katı ise kuruluşun krizle karşılaşma oranı yükselebilmekte, krizle etkin şekilde başa çıkabilme olasılığı ise düşebilmektedir (Akyurt, 2015: 5).

Aynı zamanda yönetimin niteliği krizin oluşum sürecine doğrudan etki eden bir diğer faktördür. Üst yöneticilerin kuruluş çevresindeki değişimleri gözlemlene, bilgi toplama ve değerlendirme konularındaki yetersizliği, kuruluşun kriz yaşamasına sebep olacak etkenler arasındadır (Akyurt, 2015: 5). Bu olası krizleri önlemek amacıyla yöneticileri iyi seçmek, kuruluş vizyonu ve misyonu doğrultusunda eğitimler vermek, kriz yönetimi konusunda bilgilendirmek gibi çalışmalar yapılması kuruluşlar için faydalı olacaktır.

Deming (1982)'den aktaran Walton, (1988: 89-94), kuruluşun yönetsel sorunlar sebebiyle krizle yüzleşmesinde bazı hatalar olduğunu belirtmiş ve bu hataları hastalık şeklinde tanımlamıştır. Bu hastalıklar şu şekildedir;

- Tutarlı bir amaçtan yoksunluk,
- Kısa vadeli karlara odaklanma,
- Performans ve uygunluğun düzenli biçimde değerlendirilmemesi,
- Üst yönetimin çeşitli değişimlere ayak uyduramaması,
- Kuruluşun görülür somut verilere göre yönetilmesi.

Kuruluşun yönetimi sebebiyle krizle bu gibi hatalar sonucunda karşılaşması mümkündür. Kuruluşların bu hataları göz önünde bulundurarak, yönetimde çeşitli değişimlere gitmesi, yönetim kaynaklı krizleri azaltabilmekte hatta engelleyebilmektedir.

Sandman (2016: 1) ise kriz etkenlerinin sayısız olduğunu ve bu konuda bir sınıflandırmaya gidilmesinin gerekli bir çaba olmadığını, buna karşın sınıflandırma çabasının olabilecek krizleri gözden geçirmede ve algılamada kuruluşlar için yardımcı nitelikte olacağını belirtmiştir. Sandman'a (2016: 1) göre krizler arasındaki fark aşağıdaki şekilde gözlemlenebilmektedir;

- Doğrudan kurumun paydaşlarını etkileyen krizler
- Doğrudan kurumu etkileyen krizler
- Doğrudan hem kurumu hem de paydaşları etkileyen krizler
- Doğrudan her ikisini de etkilemeyen krizler

Krizin doğrudan paydaşları etkilediği durumlarda, kuruluşun kusuru olup olmadığının saptanması kritik önem taşımaktadır. Bu gibi kriz durumlarında kuruluşun asli görevi, yardım etmek ve önlem almaktır. Kuruluşun üretim sisteminde meydana gelebilecek bir hatanın, doğrudan paydaşlara etkisi bulunmaktadır. Bu durumda ise önlem alma ve yardımcı olmanın yanı sıra, açıklama yapmak, özür dilemek vs. gibi görevleri de bulunmaktadır.

Kriz paydaşları doğrudan etkilemiyorsa, paydaşların etkilendiklerini düşünüp düşünmediklerini belirlemek önemli bir konudur. Kuruluş hakkında kötü bir söylenti çıkması durumunda, kurum itibarı zedelenecektir. Paydaşlar için bu durum bir kriz değildir. Fakat diğerlerinin söylentiye inanmaları nedeniyle kuruluş için bir kriz haline gelebilmektedir. Sandman'a (2016: 1) göre kriz için geliştirilecek stratejiler ile itibar krizleri için geliştirilecek stratejiler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu sebeple yapılacak ayrımların önemli olduğunu vurgulamıştır.

6. KRİZ YÖNETİMİ

Kriz yönetimi, kuruluşlar için önemli bir örgütsel fonksiyondur. Kuruluşların kriz durumuyla karşılaştığında en önemli husus krizi etkili bir biçimde yönetebilmedir. İyi bir yönetim ile kriz süreci daha az hasarla atlatılabilmektedir. Kriz yönetimi başarılı ve etkili bir biçimde uygulanmadığı takdirde ciddi şekilde paydaşlara zarar verebilmekte, hatta kuruluşun varlığına son verebilmektedir (Coombs, 2007: 1). Kriz yönetimi ifadesini daha sağlıklı bir biçimde anlamak için kriz yönetimi tanımlarını incelemekte fayda bulunmaktadır. Yakın tarih içerisinde, gerek kuruluşlar için gerekse ülkeler için çeşitli krizler kaçınılmaz olmuştur. Bu sebeple başta işletme, iletişim, yönetim bilimleri olmak üzere kriz durumunu incelemiş ve krizle nasıl başa çıkılabileceği sorusuna yanıtlar bulma maksatlı çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışma alanlarındaki akademisyen ve yöneticiler, kriz karşısında çeşitli savunma mekanizmaları geliştirmek zorunda oldukları kanısına vararak, bu doğrultuda çeşitli planlama ve değerlendirme çalışmaları sürdürmeyi hedeflemişlerdir.

Krize maruz kalabilecek hiçbir kuruluş duruma bağımsız değildir. Daha önce belirtildiği üzere krizin en temel özelliğinden birisi aniden ve beklenmedik anda meydana gelmesidir. Bu sebeple çoğu zaman kriz ile yüzleşen kuruluşlar krizin nerden ve ne şekilde geldiğini anlayamamaktadır. Bu ve buna benzer sebeplerle akademik ve kurumsal çalışmalar, karşılaşılan kriz sayısının artması ile doğru orantılı bir biçimde artış göstermiştir. Kriz ve kriz yönetimi kavramı giderek önem kazanmaya başlamış, kuruluşların yönetim planlarının bir parçası haline gelmiştir.

Tüm kuruluşlar belirli yasa ve kurallara uygun şekilde işletilebilmesi için çeşitli faaliyet planları oluşturmaktadır. Kriz yönetimi de bu yönetim faaliyetlerinin arasında yer almaktadır. Ancak kriz yönetimi çeşitli öncelikli planlamaları içeren özel bir yönetim gerekmektedir. Kriz yönetimi her kuruluşun krizi nasıl yöneteceği ve nasıl değerlendireceğini açık bir şekilde belirten stratejik planlamasından oluşmaktadır. Kriz yönetimi; kuruluşlarda gerçekleşmesi olası krizleri saptayarak analiz edip, krizin sebebini oluşturan sorunları çözebilme ve bu süreci en az hasarla atlatabilme adına planlanan faaliyetlerdir (Küçük ve Bayuk, 2007: 798).

Her tür krizin, modern medeniyetlerin bir parçası olduğunu düşünen Mitroff (1987: 283)'un tanımına göre ise kriz yönetimi; kuruluşun temel süreçlerine, dış çevresine, çalışan ve yöneticilerine tehlikeli oranda kötü etkileyebilecek kriz durumunda gerçekleştirilmesi gereken iç bağlantılı bir seri değerlendirme ve denetim çalışmasıdır. Aynı zamanda Mitroff (1987: 283) kriz yönetimini toplumu, çalışanları, kuruluşun çevresini, kuruluşun üretim sürecini, hizmetini tehdit eden çeşitli baskı ve krizlerin belirli aralıklarla değerlendirildiği bir süreç olarak da tanımlamıştır. Coombs (2007: 1) ise kriz yönetimini, kuruluşun krizle karşılaştığı durumda krizi önlemek veya krizin kuruluşa ve paydaşlarına verdiği hasarı aza indirmek bakımından tasarlanan bir yönetim süreci olarak tanımlamıştır. Fearn-Banks (2007: 17) ise kriz yönetimini; krizi en az hasarla atlama için yapılan stratejik planlama süreci, bazı risk ve olumsuz durumlardan kaynaklı belirsizlikleri en aza indirmek için kullanılan bir yöntem olarak tanımlamaktadır.

Kriz yönetimine ilişkin benzer çalışmalar yapmış olan diğer akademisyenler ve araştırmacılar, kriz yönetimi kavramına dair cevaplar vermiş ve bu konu hakkında çeşitli önermeler geliştirmişlerdir. Bu araştırmacılar, kriz yönetimi kavramının yanı sıra, yönetsel boyutunu da inceleyerek çeşitli evrelerde değerlendirilebileceğini öne sürmüşlerdir.

7. KRİZ YÖNETİM SÜRECİ

Çoğu kriz, kuruluş için kötü bir etki yaratsa da, başarılı bir kriz yönetim süreci işletildiği takdirde kuruluşun itibarını arttırma başarısı da sağlanabilmektedir. Bu başarıyı saptamak, geliştirmek ve sonuçlarını alabilmek, kriz yönetimi sürecinin temelini oluşturmaktadır. Başarısız bir kriz yönetim sürecinin temelini ise duruma kötü tarafından bakma ve olduğundan kötüleştirme eğilimine kapılmaktır (Sezgin, 2003: 190). Kriz yönetim süreci durumun iyi analiz edilmesini mümkün kılan, düzenli ve planlı bir biçimde çalışma çabası gerektiren bir süreçtir. Bu süreç, kuruluşun geleceği ile ilgili sorun ve tehditlerin belirlenmesini, sağlıklı tepki ve savunma mekanizması oluşturulmasını, kuruluşun kriz anında uygulayabilecek önlemleri kararlaştırıp bu doğrultuda verilen tepkilerin değerlendirmesini kapsayan bir süreç olarak tanımlanabilmektedir (Demirtaş, 2000: 363).

Can'a (2002: 338) göre kriz yönetim süreci, olası krize karşı, kriz sinyallerinin alınarak değerlendirilmesinde ve kuruluşun kriz durumunu en az hasar ile atlatabilmesinde önem arz eden bir süreç olarak tanımlanmıştır. Yapmış olduğu bu tanım doğrultusunda, kriz yönetim sürecini; kriz sinyallerinin alınması, krize hazırlık ve ondan korunma, krizin denetim altına alınması, olağan duruma geçiş ve öğrenme değerlendirme olmak üzere beş aşamada incelemiştir.

Augustin (2000: 17-25) ise kriz yönetim sürecini; krizden kaçınma, yönetmeye hazırlanma, krizi saptama, krizi dondurma, krizi çözme ve krizden yarar sağlama olmak üzere altı aşamada incelemiştir. Bu aşamalar şu şekilde özetlenebilmektedir;

- **Krizden Kaçınma:** Bu aşamada, krizle karşılaşılması için uygulanabilecek faaliyetler yer almaktadır. Kriz yaratabilecek durumların tespiti ve bu durumlara alınabilecek önlemlerin belirlenmesini içermektedir. Krizden kaçınma süreci, potansiyel bir krizi önleyebilmek ve kontrol etmek için yapılabilecek en az maliyetli ve etkili yol olsa da kuruluşlar tarafından genellikle atlanmaktadır (Augustine, 2000: 18). Kuruluş yöneticileri, kuruluşun olağan işleyiş durumunda dahi krize karşı tetikte olmalıdır. Bunun sebebi ise, kriz özelliklerinde de belirtildiği üzere, krizin aniden ve beklenmedik anlarda oluşmasıdır.
- **Yönetmeye Hazırlanma:** Kuruluşlar gelecekteki krizler için planlama yapmaya yeterli zamanı ve özeni göstermedikleri takdirde, krizlerin şiddeti artacaktır. Bu artışın önlenmesi için krizin önlenemediği durumlarda meydana gelen koşullar için hazırlık yapılmalıdır. Augustin (2000: 19) bu hazırlığı, yönetmeye hazırlanma aşaması olarak tanımlamıştır. Bu aşama ilk aşamanın başarısız olduğu durumlarda devreye girmektedir. Kuruluş krizle yüzleştiği anda olası istenmeyen sonuçları önleme amaçlı faaliyetleri kapsamaktadır.
- **Krizi Saptama:** Bu aşama, krizin gerçekleştiğini kabul etme aşamasıdır. Kuruluşun krizle karşı karşıya olduğunun anlaşılması kriz yönetiminde önemli bir aşamadır. Bu aşamada, kabul edilen kriz üzerinde çeşitli değerlendirmeler yapılarak, olabilecek en kısa sürede faaliyete geçilmelidir. Augustin (2000: 19) kuruluşların krizi saptama aşamasında bazı hatalar yapabildiğini ortaya koymuştur. Tüm araştırmaların sonuçlarının, kuruluşun kriz içinde bulunduğunu göstermesi durumunda dahi kuruluş yöneticilerinin krizi hala reddetmeleri bu hatalardan sıkça yapılanlarından biridir. Yapılabilecek bir başka hata ise kuruluşların krizin teknik yönlerine odaklanarak, algı sorunlarını göz ardı ederek krizi yanlış sınıflandırmasıdır. Bu gibi hatalardan kaçınarak, kriz ayrıntılı bir şekilde analiz edilmeli ve gerekli faaliyetler uygulamaya koyulmalıdır.
- **Krizi Dondurma:** Bu aşamada, krizle ilgili önceliklerin belirlenmesi ve olabildiğince hızlı şekilde kuruluşa kötü etki edebilecek durumların durdurulma çabası yer almaktadır. Bu aşamada zor kararlar, kısa bir süre içinde alınarak krizin üstesinden gelinmelidir. Verilecek kararlar, kuruluşun varoluşu için kritik değerdedir. Krizle ilgili enformasyonun azlığı veyahut çabucak elenemeyecek kadar çokluğu karar mercilerini stres altında bırakabilmektedir.

- **Krizi Çözme:** Bu aşamada faaliyetlerinin öneminin yanı sıra hız da önemli bir faktördür. Kriz geçen her dakikada durumu daha da karmaşıklaştıracağı ve kötü etkilerinin çoğalacağı için Augustine (2000: 21) hızın bu aşamada önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Hızın yanı sıra birbiriyle çelişmeyecek şekildeki girişimlerin uygulanması gerektiğini de eklemiştir.
- **Krizden Yarar Sağlama:** Krizle karşılaşan kuruluş, kriz yönetim sürecini, önceki aşamalarını başarılı ve hatasız bir şekilde gerçekleştirdiyse, bu aşama bazı kayıpları ve oluşan tahribatı giderebilme fırsatını barındırmaktadır. Kuruluş önceki aşamalardaki başarısı sebebiyle kişilerin algısında iyi izler bırakabilecektir.

Coombs'un (2007: 1) yapmış olduğu kriz yönetimi tanımında da belirttiği üzere bir süreci kapsayan kriz yönetimi kriz öncesi, krize müdahale ve kriz sonrası olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama olan kriz öncesi dönemde kaygı duyulması gereken hususlar engelleme ve hazırlıktır. Krize müdahale döneminde ise kuruluş tarafından krize gerekli tepkinin verilmesini gerektiren aşamadır. Kriz sonrası dönemde ise atlatılan krizden deneyimler çıkararak, ileride kuruluşun karşılaşılabileceği krizlere daha iyi önlemlerin alınabilmesi ve daha iyi hazırlıkların yapılabilmesini mümkün kılmaktadır.

Fearn-Banks'e (2007: 17) göre ise kriz yönetimi; kriz tespiti, kriz önleme/hazırlanma, kontrol altına alma, iyileşme, öğrenme olmak üzere dört temel aşamadan oluşmaktadır. Ona göre, sürdürülecek kriz yönetim faaliyetleri bu aşamalara uygun olarak belirlenmelidir.

Kriz tespiti aşaması, krize ilişkin belirtilerin fark edilmesi ile başlamaktadır. Fakat bazı krizler belirti vermeden de gerçekleşebilmektedir. Önleme/hazırlanma aşamasında ise kriz oluşumunu önleyebilecek faaliyetler belirlenmektedir. Yine bu aşamada, krizler önlenemediği takdirde, krizin yönetim biçiminin belirlenmesi yer almaktadır. Üçüncü aşama olan kontrol altına alma aşamasında ise kriz atlatıldıktan sonra kuruluşun olağan işleyişine nasıl dönebileceği ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Öğrenme aşamasında ise kriz incelenip değerlendirilir. Sonucunda kuruluşun elde ettiği kayıp ve kazançlar gözden geçirilir, ihtiyaç duyulduğu takdirde gereken alanlarda iyileştirme gerçekleştirilir.

Pearson ve Mitroff (1993: 48), kriz yönetimi sürecini dört ana başlık altında incelemiş ve analiz edilmesi gerekli noktaları belirtmişlerdir. Bu başlıklar ile, kriz yönetimi stratejileri içinde işletmelerin ilgilenmesi gereken ve krizi önleme/çözme konusunda atılacak adımların bir çeşit listesi olarak kabul edilebilmektedir.

- a) Krizin türünün belirlenmesi,
- b) Kriz hamlelerine göre kriz evrelerini belirleme,
- c) Krize sebep olan ya da krizi önleyebilecek faktörler,
- d) Paydaşların katılımı.

Kriz yönetimi sürecini konu alan araştırmalar yapmış olan Turner'a (1976: 381) göre kriz sürecinin altı evresi bulunmaktadır.

1. *Başlangıç noktası* şeklinde nitelendirdiği ilk aşamada toplum tarafından kabul görmüş dünya algısı ve tehlikelerden bahsetmiştir.

2. *Kuluçka dönemi* şeklinde tanımladığı aşamada ise krize yol açabilecek durumların dikkat çekmeden birikmesinden bahsetmektedir.

3. *Belirleme anı* olarak nitelendirdiği üçüncü aşamada ise krizin karar merciinin dikkatini çekerek algılandığı hale geldiği evre olduğunu belirtmiştir. Krize ilişkin belirtiler zamanında fark edilirse, kriz planı devreye sokularak, krizin seyri takip edilmeye başlanabilmektedir.

4. *Hücum evresi* olarak tanımladığı dördüncü aşamada ise kriz kurum çalışanları tarafından anlaşılır hale gelmiş ve müdahale gerektirir durumdadır.

5. *Kurtarma evresinde* ise krizin önemli noktaları saptanarak denetim altına alınmaya çalışılır.

6. *Yeniden yapılanma* evresinde ise kuruluş istikrarı tekrar yakalamaya çalışır. Önceden belirlenmiş kurallar ve inanışlar gözden geçirilir ve gelecekte karşılaşılabilecek yeni krizlere karşı hazırlık çalışmaları yer alır.

Turner'ın (1976: 381) altı evrede incelemiş olduğu kriz yönetim sürecine benzer bir şekilde bir çalışma yapan Faulkner (2001: 137) de kriz yönetim sürecinin altı evreden geçtiğini belirtmiştir;

- **Korunma evresi:** Olası krizin öngörülme çabası ve kaçınma sürecidir.
- **İlk belirti evresi:** Krizin ortaya çıkmaya başladığı evredir.
- **Acil durum evresi:** Krizin etkilerinin görülmeye başladığı süreçtir. Bu duruma bağlı olarak kişiler ürün ve hizmetlerini koruma altına almaya çalıştığı evredir.
- **Orta dereceli evre:** Kriz mağdurlarının kısa vadeli ihtiyaçlarının karşılandığı ve tahribatı onarma çalışmalarının yer aldığı evredir.
- **Uzun vadeli evre:** Kısaca iyileşme evresi de denebilmektedir. Krizden etkili tüm birimlerin, kişilerin, paydaşların kriz öncesindeki haline geri dönme sürecidir.

- **Kararlılık ve geri dönüş evresi:** Kuruluşun kriz sonrasında olaydan ders çıkararak, deneyim kazanması evresidir. Bu evrede, gelecekte karşılaşılabilecek krizlere karşı güncellenmiş faaliyetler hazırlanabilmektedir.

Kuruluşların kriz yönetimi süreçlerine önem vermesinin yanı sıra bu süreçte nelere dikkat etmesi gerektiği de önemli bir konudur. Bu konuda Coombs (2007: 1) kuruluşların etkin bir kriz yönetim planını oluşturabilmesi bakımından bir takım öneriler getirmiştir;

- Kuruluşlar kriz yönetim planlarını oluşturmalı ve oluşturdukları planları belirli periyotlarda kontrol etmeleri gerekmektedir,
- Etkin bir kriz yönetim ekibi oluşturulmalıdır,
- En az senede bir kere oluşturulan kriz yönetim planı ve ekibi krizle karşılaşılmış gibi çalışılmalı bu şekilde test edilmelidir,
- Olası krizlere karşı basına ve kamuya yapılacak mesajların yapısı belirlenmeli ve bu mesajların uygunluğunun hukuk departmanı tarafından gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Coombs'un (2007: 1) getirdiği önermeler kriz yönetim sürecinin ilk evresi olan kriz öncesi dönemde uygulanmalıdır. Bu uygulamaların biri olan kriz yönetim planı oluştururken dikkat edilmesi gereken bazı konular bulunmaktadır. Kriz yönetim planı, kuruluşun krizle karşı karşıya kaldığı durumlarda referans olmalıdır. Kriz yönetim planlaması, uygulanması gereken anahtar iletişim bilgilerini, krize verilmesi gereken tepkileri, mesajları içermesi gerekmektedir. Krizle karşı karşıya kaldığı durumlarda etkin şekilde başa çıkabilmek için uygulaması gereken adımları kapsadığı bir ön hazırlık süreci diyebilmekteyiz. Kriz yönetim planı oluşturulduktan sonraki bir diğer adım ise kriz yönetim ekibi oluşturmaktır. Oluşturulan bu ekip olası krizleri belirleme, krizle karşılaşıldığında yapılması gereken iletişim çalışmaları, yapılacak iletişim çalışmalarının hangi iletişim kanallarıyla yayılması gerektiği gibi konular üzerinde çalışmak üzere belirlenen düzenli zamanlarda bir araya gelmelidirler. Oluşturulan ekibin yanı sıra krizle karşılaşıldığı durumda ayrıntılı bilgiyi ilgili kesime iletmesi için bir sözcü seçilmelidir. Seçilen sözcü oluşturulan kriz yönetim ekibi tarafından eğitilmeli ve ekiple birlikte kriz yönetim çalışmalarına dahil olmalıdır (Coombs, 2007: 1). Sözcünün yanı sıra tüm örgütsel üyeler kriz esnasında haber medyasına konuşmak için hazır hale getirilmelidir. Lerbinger (2007: 13), Fearn-Banks (2012 :17) ve Coombs'a (2007: 1) göre kuruluşlar krizle etkin bir şekilde başa çıkabilmek için medya ilişkilerine çok önem vermelidirler. Kriz öncesinde kuruluş içinde medya eğitimi sağlanmalıdır. Bu üç araştırmacıya göre medya eğitimi şu şekilde sağlanmalıdır;

- "Yorum yok" gibi cümlelerden kaçınılmalıdır. Aksi takdirde kamuoyu üzerinde kuruluşun olayla ilgili suçlu olduğu veyahut bir şeyler sakladıkları düşüncesi oluşacaktır.
- Olayla ilgili bilgiler netlikle aktarılmalıdır. Aksi takdirde kişilerin kafası karışacak ve krizle ilgili kuruluşun istemeyeceği şekilde olumsuz kanaatler yaratılmış olacaktır.
- Olayla ilgili açıklama yapılırken olabildiğince hoş gözükmeli, endişeli bir imaj oluşturacak vücut ve mimiklerden kaçınılmalıdır.
- Kriz için uygun görülen sözcün tarafından olaya ilişkin bilgilerin anahtar bilgiler kamuoyuna ve kuruluşun paydaşlarına net bir şekilde iletilmesi gerekmektedir. Bu şekilde bilgi eksikliği ortadan kaldırılarak, kişilerin zihninde soru işareti kalmaması sağlanabilecektir.

Kriz öncesi dönemde yapılan bu çalışmalardan biri olan kriz iletişim çalışmaları engellenemeyen bir kriz durumu olduğu dönemde kuruluşa yardımcı olacaktır. Kriz durumunda kuruluş, krize müdahale aşamasına geçmiş olacaktır. Bu aşamada, kriz iletişimi kuruluşlar için büyük önem arz etmektedir.

8. KRİZ İLETİŞİMİ

Kuruluşlar sıkça kriz olarak tanımlanan durumlarla yüzleşmektedir. Gelişen teknoloji ve farklı etkenler sebebiyle bu krizlerin son seneler içerisinde artış gösterdiği göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Bu artış sebebiyle kuruluşlar kriz yönetim planlamasına dikkat ve önem vermelidir. Kriz yönetiminde en önemli bileşen iletişimdir. Krize hazırlıklı olan ve tedbir almış kuruluşlar için dahi krizle yüzleşmek mümkündür. Hiçbir kuruluş krize karşı bağışık değildir (Coombs ve Holladay, 2008: 17). Bu bağlamda, her kuruluşun her an krizle karşı karşıya kalabilecek şekilde önlem alması, gerekli planlama ve çalışmalarını hazır bulundurması gerekmektedir diyebilmekteyiz. Bu planlama ve çalışmaları etkin bir şekilde gerçekleştirebilmek, krizi daha kısa sürede ve daha az hasarla atlatabilmek için kriz iletişimi kavramı kuruluşlar açısından önemli bir kavramdır.

Kuruluşların kriz durumuyla başa çıkabilmesi için gerekli bilgilerin toplanması, işlenmesi ve paylaşılmasını sağlayan kriz iletişimi kuruluşlar için önemli bir kavramdır (Coombs, 2007: 1). Kriz iletişimi araştırmaları ilk olarak 1980'li yılların yıllarda başlamıştır ve iki önemli aşamadan geçmiştir. İlk olarak özel krizler için özel kriz yönetim stratejilerinin belirlenmesine yönelik çalışmaların çoğunlukta olduğu bir dönem yaşanmıştır. Bu dönemin ardından krizlerin nitelikleri ile kriz yönetim stratejilerinin eşleştirildiği çalışmalar ikinci aşamayı oluşturmaktadır. İki aşamada da kriz iletişimi araştırmalarının teorik odağı işletme ve örgütsel işleyiş olmuştur (Wang, 2009: 5). Bu alanlarda yapılan çalışmalar dahilinde kriz iletişimi ile ilgili farklı birçok tanım yapılmıştır.

Reynolds ve Seeger (2005: 46) kriz iletişimini şu şekilde tanımlamıştır; olayla ilgili gerekli açıklamaları dürüst ve mümkün olduğunca hızlı bir şekilde, doğru bir yaklaşımla, krizden etkilenen bölümlere bilgi iletme çabasıdır. "Olası zararları azaltmak, paydaşlara doğru ve hızlı bilgi iletme, gelişimi arttırmak ve sorumluluk imajı algısını oluşturmak, yapılacak eylemleri açıklamak ve gerekçelendirmek, gerektiği takdirde hatayı kabul etmek ve özür dilemek amaçları çerçevesinde tasarlanmalıdır" şeklinde belirtmişlerdir.

Fearn-Banks (2007: 17) ise kriz iletişiminin, kuruluş ve paydaşları arasında kriz öncesi, kriz anında ve kriz sonrasında sözlü, görsel ya da yazılı etkileşim olduğunu öne sürmektedir. Ona göre bu etkileşim, kuruluşun itibarına yönelik olabilecek zararı en aza indirmek amacıyla tasarlanmış taktik ve stratejilerden oluşmaktadır. Kriz iletişiminin temel rolü, kamuoyunda oluşan kötü algıyı iyiye çevirmek, bu amaçla kanıtların oluşturulması ve iletilmesini sağlamaktır. Ayrıca Fearn-Banks'e (2007: 17) göre kriz iletişimi yalnızca medya ilişkilerinden oluşmamaktadır. Kriz iletişimi tüketicilerle, yatırımcılarla, devletle, toplumla ve çalışanla ilişkileri de içermektedir.

Kriz iletişimi, kriz yönetim süreçlerinin çoğunda yer alan fakat özellikle krize müdahale döneminde kuruluşa büyük katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarını kapsamaktadır. Kriz iletişimi kriz öncesi dönemde, olası krizler ve yaratacağı riskler hakkında bilgi toplamak, potansiyel krizlerin nasıl yöneteceği konusunda karar vermek ve kriz yönetim süreci içerisinde kriz iletişimini gerçekleştirecek kişi veya birimlerin eğitimi gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Bu eğitim oluşturulan kriz takım üyelerini, kriz sözcülerini ve krize uygun yanıtı ve tepkiyi verebilecek kuruluş bünyesi çalışanlarını kapsamaktadır (Coombs ve Holladay: 2008: 20). Bu konudan, Seeger, Sellnow ve Ulmer (2003: 66) yapmış oldukları çalışmadan kriz iletişim tanımını ortaya koyarken şu şekilde bahsetmişlerdir; "kriz iletişimi, kriz anında kuruluşun yüzleştiği tehdit, eleştiri ve belirsizlik durumunda, kriz öncesi dönemde yapılan çalışmalar sonucunda seçilen kişi yada birimler tarafından stratejik olarak savunabilmesine ve açıklayabilmesine olanak sağlayan iletişim çalışmalarıdır".

Kriz iletişimi çalışmalarında yoğun olarak araştırılan konu, krize müdahale dönemi ile ilgilidir. Bunun sebebi ise kuruluşları olumsuz etkileyen, itibar kaybına sebep olan ve kuruluşun yaşamını tehdit eden kriz dönemlerindeki kuruluşun tutum ve davranışının önemidir (Coombs ve Holladay, 2008: 28). Kuruluşun krize müdahale döneminde gösterecekleri tutum ve davranışa göre krizin etkileri olumlu ve olumsuz şekilde değişim gösterecektir. Kuruluşların yaşamını sürdürüp sürdüremeyeceğini belirleyen böylesi önemli bir konuda dikkat etmesi gereken bir takım durumlar bulunmaktadır. Coombs'un (2007: 1) çalışmasında belirttiği üzere krize müdahale döneminde "yorum yok" gibi belirsizlik durumu içeren beyanatlardan kaçınılması gerekmektedir. Bunun yanı sıra Coombs ve Holladay (2008: 28) yapmış oldukları çalışmada, krize müdahale döneminde

kuruluşların doğru ve tutarlı bilgiyi hızlı bir biçimde iletmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Kuruluşun yapacağı açıklamalar soru işareti bırakmamalıdır. Krizin patlak vermesinden hemen sonra, gerekli bilgi paylaşılmalıdır. Bilgi paylaşımının sağlanmadığı her dakika belirsizlik durumundan doğabilecek sağlıksız bilgiler ağızdan ağza geçebilmekte ve kuruluşun krizle başa çıkabilmesini zor duruma sokabilmektedir. İstenmeyen söylentileri engellemek adına kriz durumunu açıklayabilecek güvenilir ve tutarlı bilgi, olabilecek en kısa sürede ilgili kitleye belirlenen iletişim kanalları aracılığıyla iletilmelidir şeklinde özetleyebiliriz.

Coombs (2007: 1) ise kriz durumunda bilgi paylaşımı önemli bir konu olduğunu vurgulamıştır. Bir kriz anında veri ve bilgi akışını sağlamak, yönetmek ve paydaşlara iletmek kriz yönetim sürecinin temel faaliyetleri arasında bulunduğunu belirtmiştir. Coombs ve Holladay (2008: 25)'in yapmış olduğu çalışmada kriz iletişimini, kriz bilgi iletişimi ve paydaş tepkisi yönetimi olmak üzere iki temel tipte sınıflandırmışlardır. Kriz bilgisi yönetimi kaynakların saptanması, bilgi toplanması ve analiz edilmesi, bilginin paylaşımı ve karar alma aşamalarını içermektedir. Paydaş tepkisi yönetimi ise, paydaşların kriz durumundaki kuruluşu ve krizi ve kuruluşun krize verdiği cevabı nasıl algıladığını etkilemek için yapılan iletişim faaliyetlerini içermektedir.

Sandman (2016: 1) toplumun kriz anında, gerçekleşen olaya karşı öfkeli ya da üzüntülü olduğunu belirtmektedir. Kriz iletişimini ise oluşan bu duyguların üstesinden gelmek amacıyla tasarlanan iletişim süreci olarak tanımlamaktadır. Sandman (2016: 1), kriz iletişiminin belirli konulara odaklandığını belirterek bu konuları altı başlık altında toplamış ve bu başlıklar altında bazı sorulara cevap verilmesinin gerektiğini öne sürmüştür.

1. **Enformasyon İçeriği:** Kriz hakkında ne biliniyor? Toplum kriz hakkında hangi konularda bilgi etmek istiyor? Bu bilgiler etkili ve doğru bir şekilde nasıl iletilebilir?
2. **Bilgiyi Ulaştırma:** Kriz ile ilgili verilecek bilgiler paydaşlara nasıl ulaştırılacaktır?
3. **Paydaş Değerlendirilmesi:** Kime bilgi iletmeye ihtiyaç bulunmaktadır? Müdahale edilmeden paydaşlar kriz hakkında ne düşünüyorlar? Verilecek bilgi onların düşüncelerini ne şekilde etkileyecek?
4. **Paydaşların Katılımı:** Paydaşlar ne şekilde aktif bir biçimde olaya dahil edilecektir? İletişim ne şekilde iki yönlü hale getirilecektir?
5. **Meta-Mesajlaşma:** Kriz iletişiminde kullanılan mesaj ve bilgi paylaşımının içeriği ne olacaktır? sorusunu tanımlamak amacıyla kullanılan terimdir.
6. **Öz Değerlendirme:** Neyin yanlış yapılma olasılığı bulunmaktadır? Kuruluşun değerleri ve politikası kriz iletişimini ne şekilde etkilemiştir? Kuruluşun ne tür eksileri bulunmaktadır? Bu eksiklikler nasıl giderilebilir?

Sandman (2016: 1), bu soruların cevaplanması durumunda etkili bir kriz iletişim sürecinin gerçekleştirebileceğini iletmektedir. Bu sorulara ek olarak kriz iletişim sürecinde dikkat edilmesi gereken yirmi beş farklı konuya değinmiştir. Bunlar arasından bazıları; samimi olunması gerektiği, yalan söylenmemesi ve eksik gerçeklerin dile getirilmemesi gerektiği, ikaz içeren söylemlerde dikkatli olunması gerektiği, belirsizliğin var olduğunun hatırlatılması gerektiği, kamuoyunda oluşacak olumsuz düşüncelerin tamamını ortadan kaldırmanın hedeflenmemesi gerektiği, insani söylemlerde bulunulması gerektiği, ilk anda gelen tepkilere hazırlıklı olunması gerektiği gibi konularda tavsiyelerde bulunmuştur.

Luecke (2009: 5), krize müdahale ederken, kuruluş çalışanlarının durumuna önem verilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ancak krizden etkilenen diğer birimlerin de unutulmaması gerektiğini eklemiştir. Tedarikçiler, tüketiciler, iş ortakları, hisse sahipleri yani genellersek kamuoyu neler olduğunu ve olacağı hakkında bilgi almak isterler. Luecke (2009: 5), kuruluş ile ilgili tüm birimlere, kuruluş çalışanlarına sağlanan bilgi akışının aynısını sağlanması gerektiğinin üstünde durmaktadır.

Kriz iletişimi açıklandığı üzere birçok iletişim becerisini içersinde barındıran stratejilerin toplamıdır. Krizle karşılaşıldığı anlarda etkili olarak iletişim adımları uygulandığında kuruluş için kriz kolayca ve az hasarla atlatılabilmektedir.

Krizin doğrudan veya dolaylı şekilde kuruluşa verdiği olumsuz etkileri gidererek, kurum itibarını yükseltmeye yönelik yeniden yapılanma çalışmalarında izlenmesi gereken yöntemleri Benoit (1997: 179) yapmış olduğu çalışmada açıklamıştır. İzlenmesi sağlıklı olabilecek bazı yöntemler şu şekildedir;

İnkâr etme: Kuruluşun, krizle bir ilgisi olmadığı konusunda ısrarcı davranış göstermesidir.

Suç u başkasına atma: Kriz sorumluluğunun, kuruluş dışında kalan kişi, birim ya da grupların üzerinde olduğunu belirtmedir.

Sorumluluktan kaçma: Krize karşın kuruluşun müdahale olanağının olmadığı beyan edilerek, kuruluş üzerindeki sorumluluk aza indirmeye çalışılır.

Tesadüf: Kuruluşun krize karşın kontrolünün olmadığını belirten açıklamaları kapsamaktadır.

İyi niyet kurbanı: Kuruluşun iyi niyet ile yaptığı bir eylem sonucu krizin gerçekleştiğini belirttiği durumlardır.

Olayı küçümseme: Krizin abartılacak bir tarafı olmadığı yönündeki iddiaları içeren mesajlardır.

Suçlayıcıya yönelik atak: Kuruluşu krizden sorumlu tutan kişi, birim ya da grupları suçlayan şekilde açıklamaların yer aldığı yöntemdir.

Hatırlatma: Krizden sorumlu kişi ya da birimin kriz öncesinde yaptığı iyi işler hatırlatılarak tepki ve zararı aza indirme çabasının yer aldığı yöntemdir.

Telafi etme: Kriz mağduru ve yakınlarının krizden kaynaklanan zararlarının karşılanacağını belirten açıklamaların yapılmasıdır.

Özür dileme: Krizin tamamıyla kuruluşun hatası sebebiyle oluştuğunu belirterek, etkilenen kişilerden ve kamuoyundan özür dileme tutumunun gösterilmesini kapsayan yöntemdir.

Caywood (2002: 48) ise kriz durumunda uygulanması gereken yöntemleri yedi başlık altında toplamayı uygun bulmuştur. 7R olarak kısalttığı bu yöntemler kurumların krizi sağlıklı bir şekilde yönetebilmesini mümkün kılacak niteliktedir. Yöntemler şu şekildedir;

Cevap Verme (Respond): Sınırlı olsa dahi olabilecek en kısa sürede ilgili kesimle iletişime geçilmelidir. Bu iletişim açık ve tutarlı olmalıdır. "Kuruluşun bir açıklaması yok" gibi cümlelerden sakınılmalıdır.

Üzgünlük Belirtme (Regret): Yaşanan kriz ile ilgili kuruluş sorumlu olsun ya da olmasın hizmet sunduğu hedef kitesine karşı olan üzüntüsünü ve hassasiyetini belirtmelidir. "Kuruluşumuz tarafından üretilen ürünlerden mağdur olduğunuz için üzgünüz" şeklinde açıklamalar kriz mağduru ve yakınlarının üzüntüsünü ve sinirini biraz olsun hafifletebilecektir.

Çözüm Bulma (Resolution): Krizi çözmek için gerekli araştırmaların yapıldığını ve bu doğrultuda gerekli tedbirlerin alınacağına yönelik yapılan açıklamalardır.

Tazmin Etme (Restitution): Krizin sonuçlarından etkilenen kişilerin sıkıntılarını ürün ve ya hizmetin tazmin edileceğinin belirtilmesi ile aza indirme çabasının yer aldığı yöntemdir.

Geliştirme (Reform): Kuruluşta krizi yaratan kişi ya da birimin iyileştirilerek bir daha krize yol açmayacağını teminatının verilmesini içeren yöntemdir.

Sorumluluk (Responsibility): Kriz döneminde yada sonrasında, kuruluşun krizi önlemede başarısız olduğu sorumluluğunu üstlenmesi şeklinde uygulanabilecek yöntemdir.

İtibarı Koruma (Reputation): Kriz yönetim sürecinin tümünde kuruluşun itibarına ve marka değerinin korunması öncelik verilmesidir.

Kriz iletişimi üzerine yapılan birçok farklı çalışma olmasına karşın, birçoğu kriz durumunda bilgi aktarımının önemi konusunda hem fikir olmuştur. Bir başka ortak görüş ise, kriz iletişim sürecinin yalnızca medya odaklı olmaması gerektiği; toplum, kurum çalışanları, devlet ve yatırımcılara da medya kadar önem verilmesi ve bilgi akışının sağlanması gerektiği yönündedir. Bu süreçteki dikkat edilmesi gereken en önemli konu ise söz konusu gruplara aktarılan tüm bilgilerin birbiriyle uyumu olması gerektiğidir.

8.1. Kriz İletişim Stratejileri

Kriz iletişimi süreci içerisinde kuruluşlar genel olarak kriz ile ilgili anlaşılır bir şekilde her kanaldan bilgi vermekle yükümlüdür. Kurum içi ve dışı tüm paydaşlara eşit, doğru, düzenli ve açıklayıcı bilgi akışı sağlanmalıdır. Bu süreçte çeşitli çevrelere gönderilecek mesajları hazırlamakla yükümlü halkla ilişkiler departmanı büyük rol oynamaktadır.

Krizle karşılaşmada ve sonrasında kuruluşlar hali hazırda kriz iletişimi planlarına ek olarak krizin düzeyine ve çeşidine göre çeşitli iletişim stratejileri geliştirebilmektedir. Kriz şartlarına göre kuruluş krizin varlığını kabul etmekten kaçınır veyahut krizin olmadığına yönelik tutumla iletişim çalışmalarına yön verir. Bazı şartlarda ise krizin sorumluluğunu üstlenerek krizden etkilenen kesime ona göre beyanlarda bulunmaktadır. Bu bilgiler ışığında, kuruluşlar için şu tür bir kriz karşısında şu gibi stratejiler izlemeleri gerektiğinden söz edilemez diyebilmekteyiz. Her krizin ve kuruluşun kendine özgü yapısı bulunmaktadır. Bu doğrultuda her kuruluş, karşılaştığı krizi minimum hasarla atlatabilmek adına kendi stratejisini seçmelidir. Buna karşın, kriz iletişimi literatürüne bakıldığında kalıplaşmış bir takım stratejilerden bahsetmek mümkündür. Bu stratejileri Coombs (2006: 248) altı başlıkla açıklamıştır.

8.1.1. Yok Sayma/Reddetme Stratejisi

Kriz iletişiminden sorumlu kimse krizin var olmadığına ilişkin tutarlı beyanlar vermesiyle uygulanan kriz iletişimi stratejisidir. Bu strateji uygulandığı durumlarda krizi kabullenme tutumu hakimdir. Kriz mağdurlarına ve ilgili kesime krizin var olmadığı yönünde açıklamalar yapılmaktadır. Kuruluşların tercihine göre kriz anında sessiz kalınarak da bu strateji yürütülebilmektedir. Kriz nedeniyle itibarı sarsılacak bir kuruluş olmadığı izlenimi vermenin mümkün olabileceği bu stratejide reddetme, suçlayıcıya karşı saldırı, aydınlatma ve göz dağı verme gibi alt başlıklar da sayılabilmektedir.

Reddetme stratejisi, kuruluşların krize sebep olacak derecede önemi olan bir durum olmadığını ileri sürmeleri şeklinde uygulanabilmektedir. Aydınlatma da ise krizin reddedilmesinin

yanı sıra, krizin olası olmadığına sebepleri açıklanmaktadır. Suçlayıcıya karşı saldırı ise kriz olmamasına rağmen varmış gibi davranan, kuruluşa tavrı alan kimseleri hedef gösterecek şekilde açıklamalar yaparak gerçekleştirilebilmektedir. Yok sayma stratejilerinin içerisinde en ağır şekilde uygulanması göz dağı verme şeklinde gerçekleştirilebilmektedir. Kriz olmamasına rağmen varmış gibi davranan kişi ya da gruba karşı göz dağı vererek gerçekleştirilebilmektedir.

Özetle yok sayma stratejisi krizi yok etmeye dayalıdır diyebilmekteyiz. Bu stratejinin kullanılmasındaki temel sebep ise kuruluş ve kriz arasında hiçbir bağ olmadığı konusunda kamuoyunu ikna etme çabası yer almaktadır.

8.1.2. Azaltma Stratejisi

Bu stratejiye göre, kuruluşlar krizin varlığını kabul ederek, krize ilişkin toplumsal farkındalık yaratmaya çalışmaktadırlar. Aynı zamanda kriz ve kuruluş arasındaki bağı da en aza indirme çabası yer almaktadır. Mesafe stratejilerinde özür dileme ve gerekçelendirme olmak üzere iki farklı yöntem olduğundan bahsedilmektedir. Özür dileme kuruluşun krizdeki sorumluluğu en aza indirme çabasını barındırmaktadır ve kasıt reddi, irade reddi, günah keçisi arama olmak üzere üç farklı taktiği bulunmaktadır. Gerekçelendirmede ise krizle ilintili oluşan tahribatı en aza indirmeye çalışılmaktadır. Kuruluş krizin yönetiminin kötü olmadığını, önceki kötü deneyimlere nazaran daha iyi sonuçlar alındığını ilgili kitleye iletmektedir. Gerekçelemede, kuruluş aynı zamanda kriz mağdurlarının kötü sonuçları hakkettiğini savunan bir tavrı takınabilmektedir. Hatta bazı kişi ya da grupların kasıtlı bir şekilde krizi çarpıtarak sunduğu söyleminde bulunulabilmektedir. Bu stratejinin uygulamasını 2009 yılında Dominos Pizza yapmıştır. Dominos Pizza'nın iki çalışanın siparişleri hazırlarken yaptıkları uygunsuz davranışları videoya alması ve Youtube gibi geniş kitlelerin takip ettiği bir mecrada paylaşımları Dominos Pizza'yı kriz durumuna sokmuştur. Video'nun yayınlandığı ilk günlerde Dominos Pizza durumu görmezden gelse de video 1 milyon izleyiciye ulaştığından kısa bir süre sonra çalışmalara başlamıştır. Dominos Pizza öncelikle her iki çalışana da kovdu ve kovulan çalışanlar yasak yiyecek dağıtmaktan yargılandılar. Bunun ardından Dominos Pizza resmi web sayfasından özür yazısı yayınlandı ve video linklerin kaldırılmasını talep etti. Daha sonra, yaşanan olayla ilgili bilgilerin paylaşıldığı, tüketicilerin sorularının cevaplandığı bir Twitter hesabı açıldı. Dominos, krize neden olan videonun yer aldığı Youtube'ta ise "Disgusting Dominos People - Dominos Respond" başlığı ile Dominos'un ABD yöneticisi Patrick Doyle'un özür konuşmasının yer aldığı bir video yayınladı. Bu konuşma aynı zamanda olaya ilişkin bir takım açıklamalar da içermekteydi. Yayınlanan videonun başlığı sayesinde hem kısa zamanda videoyu milyonlarca kişi izledi hem de Google'da sıklıkla aranan "Disgusting Dominos People" başlığına çözüm bulunmuş

oldu. Toplumun Dominos'a eskisi kadar güvenle bakabilmesi uzun bir zaman ve uğraş olsa da günümüzde Dominos güvenilir fast food zincirlerinden biri olarak hayatını sürdürmektedir.

8.1.3. Göze Girme Stratejisi

Göze girme stratejisinde kuruluşlar için kamuoyu onayını alabilecek faaliyetleri belirlemek için yapılan ön plandadır. Kriz mağdurlarını destekleyerek (yardım etme, bağış vs.) kuruluşun kriz esnasında kaybettiği kurum imajını geri kazanma çabasıdır. Kriz mağduru kişi ve yakınlarının kriz sebebiyle oluşan hasarını karşılamak, kuruluşa karşı oluşan kötü algıyı yok edebilmektedir. Bu stratejiyi örnek bir olay ile açıklamak gerekirse Johnson&Johnson'ın Tylenol krizi uygun olacaktır. Tylenol uzun yıllardır ağrı kesici sektörü liderlerinden biridir. Pazar payının büyük bir bölümünü elinde tutan Johnson&Johnson 1982 yılında büyük bir krizle karşı karşıya kalmıştır. Bu yıl içerisinde Chicago'da Tylenol kullanan 7 kişi hayatını kaybetti. Johnson&Johnson'ın CEO'su James Burke suçun kimde olduğunu sorgulamadan bir inceleme komitesi oluşturarak, Tylenol'u almamaları konusunda kişileri uyardı. Johnson&Johnson tarafından Tylenol'un üretimi durduruldu ve reklamları kaldırıldı. Ücretsiz 800'lü bir hat oluşturuldu ve tüketicilere olaya ilişkin tüm gelişmeler aktarıldı. Piyasadaki tüm Tylenol'ler (31 milyon paket) toplatıldı. Toplatılan paketler incelendi ve sonucunda Chicago'da 2 Tylenol paketinin açık olduğu ve içine siyanür konulduğu tespit edildi. Bu tespit ile birlikte Johnson&Johnson'ın masum olduğu ortaya çıkmış oldu. Buna rağmen Johnson&Johnson hayatını kaybeden kişilerin ailelerine hem maddi hem manevi olarak destek vererek toplumun onayını kazandı. Firma olaydan beş ay sonra güvenlik için üretilen yeni bir kapakla Tylenol'u tekrar piyasaya sürdü. Kısa süre içerisinde eski pazar payına ulaşan Tylenol birçok ilaç firması için ölümcül olabilecek büyüklükteki krizi başarıyla yönetmiştir.

8.1.4. Utanç Stratejisi

Bu stratejinin temel amacı krizi kabullenerek kamuoyu tarafından gelecek tepkileri en aza indirmek hatta affedilebilmeyi sağlamaktır. Pişmanlık, düzeltme ve iyileştirme olmak üzere üç çeşit yöntem bu stratejinin altında yer almaktadır. Pişmanlık yöntemi, kuruluşun kamuoyuna yönelik yapacağı açıklamalarla özür dileme, durum sebebiyle oluşan tahribata karşı duyulan üzümlüğü açıklama gibi iletişim çalışmaları ile kuruluşa yönelik doğmuş olan olumsuz algıyı ortadan kaldırarak, kurum itibarına ve imajına katkı sağlamaya yönelik çalışmalarda bulunabilmesini sağlamaktadır. Düzeltme yönteminde ise, kuruluş atlatılan krizin bir daha gerçekleşmemesi için gerekli önlemlerin alarak, alınan önlemleri kamuoyu ile paylaşmaktadır. İyileştirme yöntemi ise kriz mağdurlarına, kriz sebebiyle oluşan tahribatı karşılamak üzere kuruluş tarafından çeşitli olanaklar sağlanması şeklinde gerçekleştirilmektedir.

8.1.5. Merhamet Stratejisi

Bu strateji; kriz anında ve sonrasında kuruluş, kamuoyu algısında suçsuz, cana yakın gözükülebilmek adına kendilerinin de olayın içerisinde kötü niyetli kişi ya da gruplar tarafından itildiğini belirterek, suçu çeşitli mercilere yönelterek, kuruluşu masum gösterme çabasını ifade etmektedir. Kamuoyu, kuruluşun da bu durumdan mağdur ve üzgün olduğunu gözlemleyince, kuruluş üzerindeki kötü algının yok edileceği düşüncesiyle uygulanan stratejidir. Bu stratejiyi bir örnekle açıklamak gerekirse, Pepsi'nin şırınga krizini açıklamak uygun olacaktır. 1993 yılında diyet Pepsi koladan şırınga çıktığı haberinin yayınlanmasıyla birlikte Pepsi büyük bir krizle karşılaştı. Haberden hemen sonra, FDA (U.S. Food and Drug Administration) tarafından Pepsi tüketicilerine bardağa dökmeden Pepsi'leri tüketmemeleri uyarısı geldi. Bu uyarıdan sonra haber hızla tüm Amerika'ya ve dünyaya yayıldı. Pepsi'nin ilk reaksiyonu, üretim sürecinde böyle bir olayın gerçekleşmeyeceğini öne sürerek, durumu bir sabotaj olarak nitelendirmesiydi. Üretim ve paketleme sürecini içeren dört tane video yayımlayarak bu iddiasını kamuoyuna kanıtlamayı amaçladı. Birçok medya kuruluşuyla iş birliği yaparak, basın bildirimleri, fotoğraflar, grafikler gibi birçok çeşitli materyali kamuoyuna sundu. Kısaca Pepsi, tüketicileri paketleme sürecinde asla böyle bir olayın yaşanamayacağına ikna etmek için kriz iletişim çalışmalarına yön verdi.

Kriz iletişiminin özü olan kriz ile ilgili çalışanlarına, kamuoyuna, paydaşlara kısacası tüm ilgili birimlere kriz hakkında doğru ve hızlı bilgi aktarımı bu stratejinin de özü olarak gösterilebilmektedir. Kriz cevaplanırken kuruluşlar, bilgilendirme konusunda hızlı bir biçimde harekete geçerek, her birime eşit bir şekilde doğru bilgiyi aktarmalıdır.

Kriz cevaplama stratejisi ile ilgili detaylı bilgiler aktaran Coombs (2007: 6) uygulanması gereken bir takım öneriler getirmiştir. Bu öneriler şu şekildedir;

- Olabildiğince hızlı şekilde cevaplama yapılmalıdır.
- İlk gelişen kötü olaylar kontrol edilmeli ve yapılan müdahale ile ilgili açıklama yapılmalıdır.
- Krizle ilgili açıklama yapacak kişinin kriz ile ilgili tüm bilgilere sahip ve kamuoyuna iyi aktarabilecek bir konuşmacı olduğundan kesin olarak emin olunmalıdır.
- Kişilerin can güvenliğine öncelik verilmelidir.
- Olabildiğince çok kişiye ulaşabilmek bakımından tüm iletişim kanalları mümkün olduğunca seri bir şekilde kullanılmalıdır.
- Kriz mağdurlarına karşı tutum ilgili ve şefkatli olmalıdır.
- Kuruluş çalışanlarına, olay hakkında ilk kaynaktan bilgilendirme yapılmalıdır.

- Kriz mağdurlarına ve yakınlarına, kuruluş çalışanlarına olası ruhsal durum bozukluklarına karşı psikolojik destek sağlanmalıdır.

Kriz gerçekleşmeden önce, olası krizleri saptayarak senaryolar oluşturan ve buna göre çeşitli planlamalar yapan kuruluşlar kriz ile ilgili bilgilendirme yaparken krize hazırlıksız yakalanan kuruluşlara nazaran çok daha hızlı olacaklardır. Kriz esnasında kamuoyuna ilk bir saat içerisinde yapılacak herhangi bir açıklama içeriğinde etraflıca bilgiyi barındırmasa da hayati önem taşımaktadır. Krizin çeşidine ve kuruluşa göre belirlenmesi gereken çeşitli iletişim kanalları ile kurulacak ilişkiler ve bu sayede aktarılacak bilgi krizin kontrolünü bir nebze olsun kolaylaştırabilmektedir. Kullanılacak bu kanallar sayesinde kamuoyuna, kuruluşun krizi kontrol altına aldığı yönünde bilgiler verilerek olası kötü algı ortadan kaldırılabilmektedir. Bu yönler incelendiğinde, krizin ilk anlarında kamuoyu ve paydaşlara iletilecek bilgi oldukça açıklamalı olmasa dahi, kötü niyetli kişi ve grupların olayı kendi çıkarları için kullanmasına mahal verilmemiş olacaktır. Hızlı bir şekilde krize tepki vermek ve kamuoyuyla bu bilgiyi paylaşmak kuruluşun aktif olduğu algısını yaratabilmektedir. Ayrıca kamuoyunda, kuruluşun krizin kontrolünü sağladığı algısı oluşması sağlanabilmektedir.

Kuruluşlar kriz esnasında hızlı olmalarının yanı sıra doğru bilgiye de ulaşmalı ve bunu tutarlı ve güvenilir biçimde ilgili birimlere aktarmalıdır. Bilgi güvenilir olmadığı takdirde hızlı olması kuruluşa hiçbir olumlu katkı sağlamaz aksine kriz durumu daha da kötüye gidebilmektedir. Özellikle kişilerin hayati durumu söz konusu ise kriz durumlarında Sturges'in (1994: 299) söyleyişiyle "oluşturulan doğru bilgi" ile krizin boyutunun büyümesi engellenebilmektedir. Hızlı ve doğru bir şekilde aktarılan her tür bilgi krizin olumsuz etkilerini gerek kamuoyu gerekse kuruluş için azaltmış olacaktır.

Kriz esnasında kuruluşların krizle ilgili cevap verme konusunda yapabilecekleri bir diğer faaliyet ise kriz mağdurlarına karşı gösterilmesi gereken anlayıştır. Kellerman'ın (2006: 75) yapmış olduğu araştırmaya göre kriz mağdurlarına karşı duyarlı ve anlayışlı bir tutum sergilenmesi, kriz sebebiyle kayba uğrayan kuruluşun maddi ve manevi değerlerini tekrar kazanabileceğini savunmuştur. Kriz mağdurları, krizin diğer etki ettiği kişi ya da gruplara nazaran çok daha fazla ilgiye ihtiyaçları vardır. Bu sebeple, mağduriyeti bulunan kişi ve gruplara yeteri kadar anlayışlı ve duyarlı olunmalı, konu ile ilgili atılacak her adım hızlı fakat etraflıca düşünerek atılmalıdır. Bazı araştırmalara göre, kriz mağdurlarına anlayış ve ilgiyle yaklaşan kriz sorumlusu kuruluşlar hakkında daha az şikâyetçi olunmuştur (Cohen, 1999: 1014). Bu bilgiler doğrultusunda, kriz esnasında kriz mağdurlarıyla kurulan iletişimde olumlu ve anlayışlı tavır takınıldığında kuruluş tarafından kamuoyunda krizin kötü izlerini silebilecek olumlu bir algı yaratılabilmektedir.

Özetle kriz esnasında kuruluşların yaşananlara ilişkin yapacakları ilk açıklamaların hızlı olması güvenilirliği gibi nitelikleri çok önemlidir diyebilmekteyiz. Kriz mağdurları ve kuruluş paydaşlarının, yapılacak her açıklamayı dikkatle dinleyeceği ve önemseyecekleri hususu göz önünde bulundurulmalıdır. Buna bağlı olarak kriz iletişimde kuruluşların medya yönetimine olağan kuruluş işleyişine nazaran daha çok önem vermeleri gerekmektedir. Bu bilgiye dayanarak kriz iletişimde medya yönetimi konusunu etraflıca incelemek önem arz etmektedir.

8.2. Kriz İletişiminde Medya Yönetimi

Medyanın kamuoyu oluşturmada ve üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda, kişi ve kuruluşların medya araçlarını ve kanallarını kullanarak olumlu etki yaratma ve güvenilirlik kazanma çalışmaları olağan bir işleyiştir. Çeşitli iletişim kuramlarına konu olan bu etki, tüm iletişim alanları açısından önem taşımaktadır. Gündem belirleme kuramı bu iletişim kuramlarından biridir. Bu literatürdeki ilk çalışma Walter Lippmann tarafından yapılmıştır. Lippmann'ın 1922 yılında yapmış olduğu "Public Opinion" (Kamuoyu) isimli çalışmasında, medyada baskın olan konuların, medyayı izleyen kişilerin zihninde öncelikli hale geldiği düşüncesini öne sürmüştür (Yüksel, 2007: 577). Lippmann, kişilerin yakın çevreleri dışında olup bitenleri anlayabilmeleri, doğrudan gözlem yapılamayan dış dünyayı kendileri için anlamlı kılabilmeleri adına belli anlam haritalarına gereksinim duyduklarını ve bu anlam haritalarının kitle iletişim araçları tarafından aktarıldığı düşüncesini benimsemiştir (McCombs, 2002: 1-2). Ardından, Lippmann'ın çalışmasından esinlenen Maxwell McCombs ve Donald L. Shaw bu konu üzerinde çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmalardan biri olan "The Agenda Setting Function of Mass Media" (1972) isimli araştırmalarında, medya toplumun dikkatini belirli konulara çekmeyi amaçlar ve bireylerin ne hakkında düşünmesi gerektiğine, ne hakkında bilgi sahibi olmaları gerektiğini konu alan gündemi oluşturur düşüncesi öne sürülmüştür (McCombs ve Shaw, 1972: 177).

Gündem belirleme yaklaşımının temeli, kitle iletişim araçlarına maruz kalanların gündemlerini etkilediği düşüncesi üzerine kurulmuştur. Gündem belirleme çerçevesinde gerekçelendirilen araştırmaların çoğu medyanın gündem belirleme etkisinin farklı zaman ve konularda zayıfladığını veya güçlendiğini ileri süren hipotezlerin doğruluğunun test edilmesi için yapılmıştır. Bu bağlamda medya gündemindeki konu öncelikleri ile kamu gündemindeki konu öncelikleri arasında ne derece benzerlikler gösterdiğini saptamak ve bunun nedenlerini araştırmak çalışmaların temel amacı olmuştur diyebilmekteyiz. Fakat medya ve kamu arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmaların bu sınırlı hedefin ötesine geçmesi gerektiği düşüncesiyle gündem belirleme kuramında yeni yaklaşımlar öne sürülmüştür (Erdoğan, 2009: 49-50).

Medya habercilik niteliğiyle haber üreten değil, olayları yeniden üreten ve anlamlandıran, anlamlandırdığı bu kavramları aktaran konumundadır. Kuram, kitle iletişim araçlarının toplumun neyin önemli olduğuna dair akıllarında bir fikir oluşturmasına ve bu haberin önemli olduğuna dair kişileri inandırmasına dayalıdır. Bilginin oluşumunda eşik bekçileri enformasyonun ne şekilde, hangi ifadelerle aktarılacağına ilişkin çeşitli seçimler yaparak karar vermektedir. Halkın neye inanıp, inanmayacağına çoğunlukla kitle iletişim araçlarının kontrolüne sahip eşik bekçileri tarafından karar verilmektedir.

Gündem belirleme uygulaması üç ana unsurdan meydana gelmektedir. Bunlardan ilki kitle iletişim aracı gündemidir. Gündem belirleme süreci kitle iletişim aracının birimleri arasında oluşturulmaktadır. İkincisi ise toplumun gündemidir. Kişi ve toplum iletişimi çerçevesinde, kişisel görüşlerin geliştirilmesi bakımından halkın gündemi önem arz etmektedir. Son sırada ise siyasal gündem yer almaktadır. Siyasi kişilerin önemli olarak ele aldığı ana başlıklardan söz edilmektedir (Abrak, 2006: 50-51).

Kriz esnasında medyayı etkili bir biçimde kullanabilme bakımından, bu tür kuram yaklaşımlarının bilinmesi kuruluşlar ve yöneticiler için önem arz etmektedir. Medya yönetimi, kuruluşların krizi cevaplama izleyeceği yöntemleri de doğrudan etkilemektedir. Krizi cevaplama ve haber medyasının bakışı ile ilgili çalışmalar çeşitli benzerlikler göstermektedir. Seon-Kyoung An (2011: 70), bu konu üzerindeki araştırmasında, kriz esnasında haber medyasının ilgili kuruluşa yönelik suçlamada bulunmuyorsa kamuoyunun da kuruluşu suçlamadığını gözlemlemiş ve belirtmiştir. Ancak kuruluşun krizi cevaplama yöntemine göre bu durumun farklılıklar gösterebileceğinin de altını çizmiştir. Bu bilgi doğrultusunda, haber medyasının kuruluşu suçlayıcı bir biçimde haberi yayınlaması durumunda, kuruluşun kriz yönetiminin hiç önemi kalmaksızın kamuoyunun kuruluşa yönelik tutum ve davranışları olumsuz yönde gelişecektir şeklinde konuya ekleme yapmıştır.

Bir krizde, yaralanma ve ölüm gibi sonuçlar doğuruyorsa, yani kısacası hayati önem taşıyorsa, gerekli güvenlik önlemlerinin hemen ardından medya ile iletişime geçilerek, ayrıntılı bilgi verilmelidir. Bu sayede medya, ciddi bir kriz olduğunu fark ederek, kuruluş tarafından gelen bilgi sayesinde, kuruluşun konuyu yeterince önemseydiğini ve saygı duyduğunu düşünecek, kamuoyuna aktarılacak haberi bu yönleriyle ele alacaktır. Bu sayede kuruluş medya tarafından kendine bir destekçi bulabilecektir (Fearn-Banks, 2007: 25).

Medya ile iletişimde çeşitli davranışlar, kuruluşun bilgi akışını düzgün, açık, anlaşılır ve hızlı bir şekilde sağlayabilmesine olanak vermektedir. Kitle iletişim araçları verimli ve doğru

kullanıldığında, medya ilişkileri de olumlu yönde etkilenmektedir. Bu konuda yapılması ve yapılmaması gereken çeşitli tutum ve davranışlar bulunmaktadır. Weiner (2006: 5) yapmış olduğu çalışmada, kriz esnasında medya ile ilişkilerde yapılması ve yapılmaması gereken noktaları şu şekilde belirtmiştir

Yapılması Gerekenler

- Ön hazırlık yapmak,
- Mesajın anahtar noktalarını geliştirmek,
- Medya kuruluşlarının, sorabileceği soruları saptamak ve cevapları hazırda bulundurmak,
- Kuruluşun iletişim sorumlularına her daim ulaşılabilir tutmak,
- Verilen randevulara uymak,
- Olumlu bir tutumla kriz mağdurlarıyla empati yaparak yapılacak açıklamalara yön vermek,
- Sözlü olduğu kadar yazılı bilgi akışını da sağlamak,
- Anlaşılmayan bir soru ya da söylem olduğu anda medya kuruluşlarından konuya açıklık getirmesini rica etmek,
- Eğer varsa yanlış anlamaları düzeltmek,

Yapılmaması Gerekenler

- Medya kuruluşlarına zaten bilinen gerçekleri tekrar aktarmak,
- Emin olunmayan konular için yorumsuz kalmak,
- Her kesimden kişinin anlayamayacağı mesleki terimler kullanmak,
- Durum ve olayları saptırmak
- Medya kuruluşlarına haberi yapmaması yönünde istekte bulunmak.

Kuruluş için medya yönetimi kavramı günümüzde bilginin hızla yayılması söz konusu olduğu için çok önemli hale gelmiştir. Medya yönetimi başarısız olan kuruluş, krizi ağır tahribatla atlatabilecek yahut iflas eşiğine gelecektir diyebilmekteyiz. Medya ilişkilerinin yönetimi konusunda farklı ilkeler benimsenmiştir. Bu ilkeler ışığında, çeşitli kurallara uyarak medya ilişkileri düzenlenebilmektedir. Bu kurallar şu şekildedir (Hacıhaliloğlu 1998'den aktaran Diyaroğlu 2011: 58);

- Kriz meydana geldikten sonra koşullar hızlı bir biçimde değişim göstermektedir. Bu sebeple kriz öncesinde yapılan çalışmalar ile medya ilişkilerinde uygulanacak stratejiler tartışılarak kararlaştırılmalı ve bu taktikler olayın seyrine göre değiştirmeye hazır hale getirilmelidir. Aksi takdirde katı kurallar dahilinde belirlenen medya ilişkileri stratejileri, kuruluşu krizin

değişim hızına yetişemeyecek duruma getirebilmekte, başarısızlık kuruluş için kaçınılmaz olabilmektedir.

- Kuruluşun çıkarları doğrultusunda, medya ile olabildiğince işbirliği yapılmalıdır.
- Medya ilişkileri, tüm medya kuruluşlarına karşı eşit şekilde bilgi aktarımı ile gerçekleştirilmelidir. Tüm iletişim mecralarına eşit bilgi aktarımı yapılmasına dikkat ederek, her iletişim mecrasına uygun aktarım dili seçilmelidir. Ulusal medyanın yanı sıra, yerel medyaya da gereken önem verilmektedir.
- Sorumluluk ve irade olabilecek en kısa sürede kuruluşa geçmelidir. Kriz esnasında yalnızca medyanın istekleri doğrultusunda açıklamalar yapmak yerine kuruluş kendi üstünlüğünü ön plana çıkararak bilgi aktarımını gerçekleştirmelidir.
- Medya kuruluşlarına aktarılan bilgi ve malzemeler üzerindeki denetim sağlanmalı ve aktarılmak istenen bilgiyle medyanın aktardığı bilgi arasındaki ilişki dikkatlice incelenmelidir. Doğaçlama yorumlardan kaçınılmalıdır. Yalnızca kuruluşun kriz iletişimi için seçmiş olduğu sözcünün medyaya muhatap olması daha sağlıklı olacaktır.
- Kuruluşun karşılayabileceklerinden fazlası vaat edilmemelidir.
- Olay ve durum aktarılırken yalnızca birbiriyle çelişmeyen bilgiler aktarılmalıdır.
- Çelişmeyen bu bilgiler aktarılırken hızlı olunmalıdır. Kriz esnasında iletilmek istenen mesaj olabildiğince çok kişiye ve olabildiğince hızlı şekilde iletilmesi en önemli husustur. Bu durum, mesajın ne şekilde düzenlenmesi gerektiğine ilişkin kararın süresini fazlasıyla kısaltan bir durumdur. Bu durum göz önüne alındığında kriz öncesi dönemde yapılan faaliyetlerin süre konusuna kriz iletişimine olumlu yönde katkı sağlayacağı söylenebilmektedir.

Bu tanımlardan ve önermelerden yola çıkarak kriz iletişimi kavramını özetlemek gerekirse, krizle karşı karşıya kalındığı durumlarda kurum içi ve kamuoyuyla kurulması gereken iletişimin yönetimini kapsamaktadır diyebilmekteyiz. Bir krizi yönetirken kriz anında ve sonrasında etkili bir biçimde sürdürülmesi gereken kriz iletişimi, krizin çözümlenmesi için önemli bir konudur. Bu görevi ise kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler birimi idare etmektedir (Coombs, 2007: 1).

Kriz iletişimi için iki ana süreç bulunduğunu öne sürmek mümkündür. İlk olarak kriz iletişimi planlaması için bilgi toplama süreci yer almaktadır. Toplanan bilgiler ilgili mercilere yayılarak kuruluş bünyesindeki tüm çalışanlar krize hazır hale getirilebilecektir. Bilgi toplamanın en önemli noktalarından biri doğru bilgileri diğer bilgilerden ayıklayarak saptamak ve hızlı bir şekilde bu bilgilere ulaşabilmektir. Bilgiyi ilgili mercilerle paylaşma konusundaki önemli husus ise bilgiyi yayabilecek doğru kanalları saptamaktır.

Dönem ve ortam fark etmeksizin, örgütlenmenin ve ilişkileri düzenlemenin en önemli unsuru etkili iletişimi sağlayabilmektir. Etkili iletişim konusunun en önemli ve onu başarılı kılan unsuru zamanlamadır. İletişim her kitlenin anlayabileceği derecede açık olursa, iletilmek istenen mesaj, etkin bir şekilde iletilmek istenen hedef kitleye ulaşacaktır. İletişimi zayıf bir kuruluştan, krize etkin bir şekilde müdahale etmesi beklenemez.

Yapılan literatür taraması, kriz dönemi, kriz halindeki kuruluşun, kriz mağdurları ile en çok iletişim içinde olması gerektiği an olduğunu göstermektedir. Kendini, ailesini ve yakınlarını koruma ihtiyacı duyan kriz mağduru kişilerin bilgiye en ihtiyaç duyduğu dönemdir. Araştırmanın konusunu oluşturan ulusal ölçekli krizler bağlamında konuya yaklaşıldığında ise, devlet ve halk arasındaki iletişim önem kazanmaktadır. Devletin, kriz mağdurlarına yönelik yapacakları açıklamalar, verecekleri tavsiyeler krizin büyümesini engellemede, etkilerini azaltmada ve meydana gelen panik ortamının yatışmasında yardımcı olacaktır. Yapılan literatür taraması doğrultusunda, devletin halk ile olan iletişiminin şeffaf ve her kesimden bireyin anlayabileceği biçimde açık olması gerekmektedir diyebiliriz. Kendini, ailesini ve yakınlarını koruma ihtiyacı duyan bireyler panik içerisinde olacaktırlar. Bu panik durumu, devletin aktaracağı kapsamlı bilgiler ile en aza indirgenebilmektedir. Krizin büyümemesi, etkisinin aza indirilmesi için yapılan çalışmaları halk ile paylaşmak da halk üzerinde oluşan paniği aza indirebilecek diğer bir çalışmadır.

Kriz iletişimi üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında, çoğunlukla kar amacı güden kuruluşların karşılaştığı kriz durumları incelenmiş ve çalışmalar bu tür kuruluşlara yöneliktir. Kar amacı güden kuruluşların, krizi yönetebilmeleri, kriz etkilerinin en aza indirebilmeleri, hayatını devam ettirebilmeleri, itibarını koruyabilmeleri için yapılması gereken çalışmaları belirleyebilmelerini sağlamaya çalışmaktadır. Özetle, kriz iletişimi literatürü, kar amacı güden kuruluş ve paydaşları arasındaki iletişimin nasıl olması gerektiğine yönelik çalışmalardan oluşmaktadır diyebilmekteyiz. Kriz iletişiminde, kuruluşların tüketicilere yönelik tavrı ve kriz ile ilgili yapması gereken çalışmalar, araştırmanın konusu olan ulusal ölçekli felaketler için de benzer niteliktedir. Devlet ve halk arasındaki iletişim, kriz döneminde çok sık ve sürekli olmalıdır. Halkın iyi halini tehdit eden olayların meydana gelmesi durumunda, devletin önceliği, halkın güvenliğini sağlamak ve güvenliğin sağlandığını halka en kısa sürede açık bir şekilde iletmek olmalıdır. İdeolojik ve siyasi bir kurum olan devlet, politik kaygıları bir kenara bırakarak kriz ile ilgili kapsamlı ve şeffaf bilgiyi halka iletmelidir. Halk, devletin önceliğinin bireylerin sağlığı ve güvenliğinin olduğuna ikna olmalıdır. Aksi takdirde, kriz daha da büyüebilmekte ve etkileri onarılamaz hale gelebilmektedir. Bu durum doğru, güvenilir, şeffaf ve kapsamlı bilgi akışı ile engellenebilmektedir. Ayrıca, kriz sonrası işleyişin normale döndüğü zaman, oluşan krizin bir daha

olmaması adına yapılacak çalışmalar belirlenerek, bu çalışmaların halk ile paylaşılması, bireylerin bu olaya ilişkin bir daha olabileceği şüphesini ortadan kaldırmak bakımından önemli bir unsurdur.

Krizler oluşma sebepleri, oluştuğu şartlar ve ortama göre araştırmacılar tarafından belirli kategorilere ayrılmışlardır. Tam bir görüş birliği sağlanamamasına rağmen, birçok ortak kategoriye incelemek mümkündür. Bu kategorilerden biri olan teknik aksaklık sebebiyle oluşan krizler, araştırmanın örnekleme olarak belirlenen iki ulusal ölçekli kriz türünde sayılabilmektedir. Yapılan araştırmalara göre, teknik aksaklık sebebiyle oluşan krizler, kuruluşun üretim ve hizmet için kullandığı teknolojide oluşan aksaklıklar sebebiyle çıkan krizleri içermektedir. Yazılım, donanım hataları, endüstriyel kazalar gibi örnekler verilebilecek bu kriz türünde, teknolojik altyapı yetersizliği, gerekli bakımların yapılmaması gibi unsurlar sebebiyle krizler meydana gelmektedir. Araştırmanın örnek krizlerine bakıldığında, iki kazanın da oluşmasında, gereken bakımların yapılmadığı durumu gözlemlenebilmektedir.

Kriz iletişimi hem özel kuruluşlar için hem de devlet ve devletin birimleri için, olası krizleri saptayabilme ve önlem alabilme, krizle karşılaşıldığı durumlarda etkili biçimde krizi yürütebilme adına önem arz etmektedir. Kriz iletişimi üzerinde yapılan çalışmaların büyük bir bölümünde belirtildiği üzere, ne çeşit bir krizle ne zaman karşılaşılacağı tam olarak bilinemese de, bazı riskler önceden kestirilebilmektedir. Buna karşın kriz iletişimi üzerine yapılan bazı çalışmalarda ise krizlerin önceden kestirilemeyeceği, alınan önlemlerinin faydasız olacağı görüşü hakimdir. Bu tartışmaya, araştırmanın örnek olayları olarak belirlenen Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazası krizleri üzerinden bakıldığında, iki kazanın da ne zaman ve ne şekilde olabileceği önceden bilinmese de, olası tehditler önceden kestirilebilir niteliktedir şeklinde yorumlayabilmekteyiz. Tehditler önceden belirlenerek, önlemler alınsaydı kazalar gerçekleşmeyebilir, kazanın olması durumunda dahi yaşanan can ve mal kaybı daha aza indirilebilirdi diyebilmekteyiz. Durum bu şekilde değerlendirildiğinde, riskler önceden belirlenebilmektedir sonucuna ulaşan kriz iletişim çalışmalarının, yapılan araştırmayı destekler nitelikte olduğunu gözlemleyebilmekteyiz.

Kriz yönetimi üzerine yapılmış çalışmalarda, kriz süreci üç temel aşamada incelenmiştir. Kriz öncesi, kriz dönemi ve kriz sonrası olmak üzere üç aşamada gerçekleşen krizler, bu aşamalarda krizle yüzleşen kuruluşun krizi ne şekilde yönetmesi gerektiğine yönelik çalışmaları barındırmaktadır. Kriz öncesi aşama, krizin belirtilerinin önceden saptanması durumunu içermektedir. Kuruluşun, krize sebebiyet verebilecek riskleri gözden geçirerek, bu risklere karşı çeşitli önlemler alması gerektiği aşamadır şeklinde de özetlenebilmektedir. Araştırmanın örnekleri olarak belirlenen iki ulusal ölçekli krizden sorumlu kurumların, bu aşamayı uygulaması durumunda, kazaların daha az can ve mal kaybıyla atlatılabileceği sonucu çıkabilmektedir. Bu durum göz önüne

alındığında, yapılan araştırmaların doğruluğunun ispatı niteliğinde bir kavramdan bahsedildiğini belirtmek m¼mk¼nd¼r. İkinci aşama olan kriz d¼neminde ise kurumun karşılaştığı krizin analizi yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda ise ne şekilde tavır takınılacağı gibi konular belirlenerek, krizi etkili şekilde y¼netebilmenin y¼ntemi bulunacaktır. Bu d¼nemde daha ¼nce de bahsedildiği üzere en ¼nemli husus, kuruluş ve paydaşları arasındaki iletişimdir. İletişimin ¼n plana ¼ıkmasındaki sebep ise kriz hakkında kişileri ayrıntılı ve a¼ık şekilde bilgilendirerek, panik ortamını yatıştırmaktır. Kriz halindeki bir kuruluşun, t¼m b¼l¼mleri panik yapmaya eğimlidir. Bu eğilimi, paydaşların paniği tetiklediğinde, kriz daha da b¼y¼yebilmekte, etkileri ise tamir edilemez hale gelebilme olasılığı bulunmaktadır. Bu sebeple hem kurum i¼i hem de kurumun ¼evresiyle olan iletişimi, kriz d¼nemi aşamasında ¼nem arz etmektedir şeklinde yorumlanabilmektedir. Kriz sonrası aşamasında ise, atlatılan krizin bir daha olmamasına ilişkin ¼alıřmalar başlatılmalıdır. Belirlenen ¼alıřmalar ise ilgili kitlelere aktarılmalıdır. Bu durum, kuruluşa duyulan g¼veni tekrar sağlanmasında yardımcı olmaktadır. Araştırmanın ¼rneklerini oluşturan iki ulusal ¼lçekli kriz olayının sonrasında, yapılan a¼ıklamalar ilerideki b¼l¼mlerde incelenerek bu arg¼manın doğru olup olmadığı g¼zlemlenecektir.

Bu araştırma konularına bakıldığında, kriz d¼neminde, kuruluşun krize ilişkin alacağı tavır, kriz iletişiminin temelini oluşturmaktadır şeklinde yorumlayabilmekteyiz. Krize ilişkin kuruluş tarafından alınan tavır, yapılan kriz iletişimi araştırmalarında, kriz iletişim stratejileri şeklinde adlandırılmıştır. Bu stratejiler sayesinde, araştırmanın ¼rnek olayları olarak se¼ilen iki kriz olayında, kurumların se¼tięi stratejiler anlaşılabilir ve incelenebilir hale gelecektir diyebilmekteyiz. Kriz iletişim stratejileri arasında; yok sayma stratejisi, mesafe stratejisi, g¼ze girme stratejisi, utan¼ stratejisi, ıstırap stratejisi, krizi cevaplama stratejisi gibi konular incelenmiştir. Bunların yanı sıra kriz iletişim stratejileri, paydaşlarla iletişime ge¼mek i¼in se¼ilen iletişim kanalları ve iletişim şekli, olaya karşı alınan tavır, olaya ilişkin a¼ıklamaları yapacak kişinin se¼imi gibi ¼eřitli unsurları da barındırmaktadır.

Kriz iletişimi stratejilerinden birisi olan paydaşlarla iletişime ge¼mek üzere se¼ilen iletişim kanalları konusu, kriz iletişiminde kritik ¼nem taşımaktadır. Bunun sebebi ise, kriz mağduru kişilerin, ailelerinin, yakınlarının, krize ilişkin haber alacağı kanallara duyduğu g¼ven seviyesine g¼re değişim g¼stermesidir.

Kriz mağduru kuruluş, ¼eřitli medya ara¼larıyla, paydaşlarına kriz ile ilgili mesajları iletme amacı g¼der. Bu medya ara¼larına paydaşların duyduğu g¼ven, kuruluşun mesajının g¼venilirlięini etkileyebilmektedir. Medya ¼oęu zaman kitlelere ne d¼ř¼neceęini s¼ylemede başarılı olmasa da, ne hakkında ve ne şekilde d¼ř¼neceęini s¼ylemede etkili olmuştur. Medya kuruluşu, krize ilişkin

habere, kuruluşun misyon ve vizyonu doğrultusunda kendi fikirlerine haberde yer veriyorsa, haberi okuyan kişiler o medya kuruluşuna duyduğu güven sebebiyle, medya kuruluşunun savunduğu görüşü savunma olasılığı yükselebilmektedir. Ayrıca, haberi okuyacak kişiler, A gazetesinde hiçbir zaman yalan haber çıkmadığına güveniyorsa, kriz ile ilgili okuyacağı haberin de gerçekliğinden şüphe duymayacaklardır. Tabii bu durum, medya kuruluşlarına duyulan güvenin öneminin yanı sıra, kriz mağduru kuruluşun krize ilişkin verdiği bilgilerin şeffaflığına, anlaşılır ve mantıklı olmasına daha çok bağlıdır. Özetle, medya kuruluşlarına duyulan güven, kişilerin güveninin belli bir noktaya kadar etkilemektedir. Çalışmanın konusu olan ulusal ölçekli felaketlerin, medyaya ne şekilde yansıdığına bakılarak, medyanın kitlelere olaylar hakkında nasıl düşünmesi gerektiğine ilişkin neler sunduğu incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmanın örnek olayları olarak seçilen iki ulusal boyuta ulaşmış felaketin, olaya ilişkin çıkan haberlerde, kullanılan üslup, dil, haberi ele alış şekillerine bakılarak, medyanın olayları yansıtmadaki biçimleri gözlemlenebilecektir.

Yukarıda bahsedilen konular ışığında, araştırmanın kuramsal çerçevesinin bir bölümünü kriz iletişimi literatürü oluşturmaktadır. Örnek olayların incelenebilmesinde yardımcı nitelik taşıyan kriz iletişimi literatürü aracılığıyla, kriz mağduru kuruluşların ve yetkili kişilerin, krize ilişkin verdiği tepkiler, aldığı tavırlar incelenerek, literatür taramasında incelenen araştırmalar yardımıyla analizin yapılmasını mümkün kılabilir. Toplumlara derinden etkileyen konu ve olaylar karşısında, medyanın olaylara ve kişilere etkisinin ne şekilde olacağını gözlemleyebilmek adına ise kriz/felaket haberciliği literatürünün araştırılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu doğrultuda, kriz/felaket haberciliği literatürünü en iyi gerekçelendirebilecek kuram olan gündem belirleme kuramı da incelenerek, araştırmayı açıklayabilecek bölümlerine araştırmada yer verilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

KRİZ ve FELAKET HABERCİLİĞİ

1. Haber Kavramı

İngilizcede "News", North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı), South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden türetilmiş bir kelime olup her yönde meydana gelen olaylar olarak tanımlanmaktadır (Girgin, 2005: 2). Türkçede "haber" kelimesi ise Arapça kökenli olup Osmanlıcadan Türkçeye geçmiştir. Anlamı ise son ve yeni havadis (bilgi), ağızdan ağza dolaşan sözdür (Devellioğlu, 1986). Hiçbir dilde sözlük anlamı yeterli görülmemiş, birçok araştırmada haber tanımlanmaya çalışılmıştır ve bu çaba günümüzde de sürmektedir. Tokgöz (1981: 54) haber üzerine araştırmalar yapıldığı ilk dönemde, "olan her şey haberdır", "dün bilmediğimiz haberdır", "insanların üzerinde konuştuğu haberdır", "haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir" şeklinde haber tanımları yapıldığını belirtmiştir. Girgin (2005: 1) kitle iletişim araçlarında yer alan haberleri, insanların yerel, yöresel, kişisel, ulusal ve uluslararası boyutta; ekonomik, kültürel, toplumsal, siyasal ve benzeri konulara ilişkin bilgi sahibi olabildikleri bir kavram olarak ele almıştır. Haberin insanları harekete geçiren veya hareketten vazgeçiren, bilgilendiren, eğiten bir yönü olduğunu vurgulamıştır. Haber kavramına ilişkin çalışmaların öncü isimlerinden biri olan Walter Lippmann (1922: 358) haber ve gerçek terimleriyle bir tanımlama yapmıştır. Lippmann (1922: 358) haber ve gerçeğin birbirinden ayrıştığını ileri sürmüştür. Lippmann, haberin işlevini bir olayın iletilmesi olarak tanımlamış, haberciliğin işlevini ise gizlenen gerçekleri ortaya çıkararak ve birbiri arasında bağlantı sağlayarak, insanların iletişimine olanak sağlamak üzere, gerçeğin bir resmini yapabilmek olduğunu belirtmiştir.

Bu tanımlara bakıldığında habere ilişkin ortak olan tek konu bilgi iletimidir. Bu ortak konu dışında uzlaşmaya varmak neredeyse imkansızdır. Girgin (2005: 5) haberin tanımına ilişkin açık ve kesin bir ifade kullanılamayacağını, işlevinin çeşitliliğine ve etkisinin yoğunluğuna bağlamıştır. Diğer bir sebep olarak da, her habercinin ve araştırmacının kendine özgü bir haber anlayışının olmasıdır diyebiliriz. Bu ayrımlara rağmen, haber ve habercilik literatürüne baktığımızda, birçok araştırmacının haberin temel unsurlarına ilişkin fikir birliği sağladığını ifade etmek mümkündür.

1.1. Haber Unsurları

Hohenberg'den (1978: 87-89) aktaran Tokgöz (1981: 63-68) haberin temel unsurlarının; zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve insanın ilgisini çekme olmak üzere 5 başlık altında incelendiğini belirtmiştir.

a) Zamanlılık: Haber süratli bir biçimde aktarılmaya başlandığından itibaren, çabuk değerini yitiren bir kavram haline gelmiştir. Bu sebeple zamanlılık kavramı haberin temel unsurlarını oluşturan bir konu olarak araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Haberin zamanlı olması, doğrudan haber değerini etkileyen bir konudur. Zamanlılık unsurunda önemli noktalardan biri, haberi "ne zaman ortaya çıktı?" sorusuna kesin yanıt verebilmesini sağlayacak şekilde oluşturulmasıdır. Gelişen teknoloji haberi yapılacak olaya ilişkin alınacak bilgi aktarım süresini kısaltmıştır. Bu sebeple birçok kaynaktan haber dağıtımını çabuk şekilde gerçekleştirmekte, yapılan haberin değeri kısa süre içinde yitmektedir. Bu bağlamda, habere ilişkin bilgi alındıktan sonra olabilecek en kısa sürede aktarım gerçekleşmelidir diyebiliriz. Bu aktarma gerçekleştirilirken, 1 saat önce, dün, bu akşam vb. zaman zarfları kullanarak olayın zamanına ilişkin bilgi netleştirilmelidir.

b) Yakınlık: Haber oluşturulurken, "ne zaman gerçekleşti?" sorusunu cevaplamak kadar "nerede gerçekleşti?" sorusunu cevaplamak da önemli bir unsurdur. Çoğu insan şüphesiz ki yaşadığı çevrede olan olaylara daha büyük ilgi göstermektedir. Kişiler aşına olduğu bölgelerde yaşanan gelişmeleri yakından takip edeceklerdir. Buna rağmen, olayın gerçekleştiği yer ile ilgili verilecek bilgiler kişilerin habere ilgisini arttırabilmektedir. Örneğin, İstanbul'da gerçekleşmiş bir olayın haberi, Antalya'da ikamet eden bir kişinin İstanbul'da akrabası, arkadaşı olması sebebiyle o kişi için önem taşıyabilmekte ve ilgisini çekebilmektedir. Bu sebeplerle, yakınlık haberin temel unsurları arasında yer almaktadır.

c) Sonuç: Yukarıda açıklanan iki unsur elbette haber için büyük önem taşımaktadır. Ancak haberi haber yapan ortaya koyduğu sonuçtur. "Ne?" sorusu haberin sonuç unsuruna ilişkindir. Haber değeri taşıyan olayın detaylı bilgisinin yer aldığı sonuç unsuru, karmaşık olayları, çatışmaları, kazaları ve benzeri durumları içermektedir. Bu durumlar içerisinde, kişilerin ilgisini toplayacak olaylar incelenerek, haberin boyutu ve içeriğine ilişkin kararlar verilmektedir. Gazetecinin haber üretim sürecinde sonuç unsurunu iyi değerlendirmesi, olay hakkında sağlıklı ve yerinde hükümler verebilmesini olası kılar.

d) Önemlilik: Olayda yer alan öğeler kişilerin habere verdiği önemle doğrudan ilişkilidir. Aşıkardığı isimlerin haberde yer alması kişilerin habere önem vermesini sağlayan bir husustur. Aşına olunan isimler (şahıs, şehir, ülke, kuruluşlar, kurumlar vb.) dışında, rakamlar, zıtlıklar, beklenmedik ilginç olaylar kişilerin habere ilgisini arttıran önemli

konular arasında yer almaktadır. "Nasıl?" ve "neden?" soruları ile haberde önemlilik unsuru belirlenmektedir. Bu sorular önemlilik unsurunu belirlemede önemli olmakla birlikte, açıklayıcı ve yorumlayıcı haber içeriği oluşturmada da yardımcı niteliktedir.

e) İnsanın İlgisini Çekme: Kadın, erkek her kesimi ilgilendiren olay ve bilgilerin haberde yer alması insanın ilgisini çekme unsurunun temelidir. Kişiler haberde yer alan olay ve bilgileri kendileriyle özdeşleştirmektedir. Başkalarının sevinci, üzüntüsü ve sağlığı gibi konular, çeşitli alanlardaki (bilim, sanayi, tarım vb.) gelişimler haber olarak sunumu kişilerin ilgisini çekebilmektedir. Bu konulara ilişkin yapılan haberler, kişilerden mutluluk, nefret, üzüntü gibi duygular uyandırarak, kişiler tarafından ilgi görmektedir. Haberde insanın ilgisini çekme unsuru, yukarıda sayılan tüm unsurların içerisinde yer alan ve onları tamamlayan bir konudur. En önemlisi de olayın haberinin yapıp yapılmamasını yakından ilgilendiren unsur oluşudur. Çünkü, genelde gazeteciler, insanların ilgisini çekmeyen haberden kaçınma eğilimi göstermektedir.

Yukarıda açıklanan unsurlara dikkat gösterildiği takdirde, sağlıklı ve etkili bir haber oluşturulabilmektedir. Fakat yalnızca bunlara dikkat etmek yeterli değildir. Haberi aktarmak için toplanan bilginin kaynağı konusu da önem arz etmektedir.

1.2. Haber Kaynağı

Haber kaynağına ilişkin literatürde iç (birincil) ve dış (ikincil) kaynaklar olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir (Girgin, 2005: 12-14), (Tokgöz, 1981: 73-75).

1.2.1. İç Kaynaklar

Girgin (2005: 12-13) haberin iç kaynakları arasında; istihbarat kadrolarının, haber başına ücretle çalışan kaşeli muhabirlerin, haber ajanslarının bültenlerin, bölge muhabirlerin, diğer kitle iletişim araçlarının yayınlarının, kurum ve kuruluşların basın bültenlerinin ve basın toplantılarının yer aldığını belirtmiştir. Tokgöz (1981: 73) iç kaynakları birincil kaynaklar olarak incelemiş ve olayın gerçekleştiği bölgeden doğrudan gözlemlenip toplandığını öne sürmüştür. Gazetecinin haberi yapılacak durumu yerinden izlerken olaya ilişkin bir takım tanımlar yapması gerektiğini belirtmiş, neden oluştuğunu anlaması ve değerlendirmesi gerektiğinin altını çizmiştir.

1.2.2. Dış Kaynaklar

Girgin (2005: 13) dış kaynaklar arasında, ulusal ajans bültenlerini, yabancı yayınları, yurtdışındaki büro ve muhabirlerden gelen haberleri, yabancı ülke temsilciliklerinin bültenlerini, uluslararası kuruluşların haber bültenlerini, mesleki dergi ve gazeteleri sıralamıştır. Tokgöz (1981:

75) ise dış kaynakları ikincil kaynaklar olarak incelemiş, bu kaynaklar arasında habere ilişkin raporların, belgelerin, ilanların, reklamların, dosyaların yer aldığını belirtmiştir. Ayrıca ikincil kaynaklardan toplanan bilgilerin iyi değerlendirilmesinin önemine değinmiştir. Bilgilerin anlayarak okunmasını ve bunun uzmanlık gerektirdiğinin altını çizmiştir.

Gazeteciler bu iki kaynaktan topladığı bilgileri inceleyerek, aktarılmasının gerekli olduğuna kanaat getirdikleri kadarını sunarlar. Gazeteciler ilk olarak, olayın gerçekleştiği bölgede gözlemler yaparak gerekli bilgiyi toplamaktadırlar. Bu bilgi yeterli görülmediği takdirde dış kaynaklardan bilgi alma yoluna giderler şeklinde özetleyebiliriz.

2. Kriz ve Felaket Haberciliği

Literatürde felaketler ve haberciliği üzerinde yapılan çalışmaların genellikle kitle iletişim ve sosyoloji alanlarında araştırmalar yapan bilim insanları tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Yapılan araştırmalar sayı olarak fazla olmasa da içerik olarak zengindir. Yalnızca felaket olaylarına odaklanan çalışmalar üreten bir araştırma merkezi dahi kurulmuştur. Amerika Birleşik Devletlerinde kurulan Afet Araştırma Merkezi (Disaster Research Center), afetler ile ilgili geniş çaplı çalışmalar yapan ilk araştırma merkezi olma niteliğine sahiptir. Bu araştırma merkezi tarafından felaketler ile ilgili yedi yüze yakın çok disiplinli ve disiplinler arası saha çalışmaları üretilmiştir (Downie, 2012: 2).

Medya tehlike ve felaketler hakkında kitlelerin bilgi almasındaki en önemli kaynaktır. Uzun senelerden bu yana kitle iletişimin felaket olaylarındaki rolü araştırmacılar tarafından belirli zamanlarda üzerine çalışılan bir konu olmuştur. Bu konu üzerindeki ilk çalışma 1979 yılında ABD'deki Ulusal Araştırma Konseyi (National Research Council) tarafından yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında yapılan çalışmalar rapor olarak yayınlanmıştır. Yayınlanan rapor, medyanın felaketleri nasıl işlediğine, nasıl yansıttığına ilişkin yapılan ilk araştırma olma niteliğine sahiptir. Raporun içeriğinde, medyanın felaketler hakkında kitlelere bilgi aktarımındaki rolü, felaket öncesi olası tehlikeler hakkında eğitimindeki rolü, felaketin yol açtığı hasarlar (fiziksel, ekonomik, sosyal, psikolojik) hakkında bilgi sağlamasındaki rolü gibi konular ele alınmıştır (Iqbal vd., 2014: 570).

Felaket toplumun genelini ilgilendiren ve büyük bölümünü etkileyen tehlikeler sonucunda ortaya çıkan olaylardır. Ani bir biçimde gerçekleşen, kitlelerin günlük yaşamlarını kesintiye uğratan ve toplumdaki düzenin bozulmasına sebep olan felaketler, toplumsal krizlere yol açmaktadır (Çaplı ve Taş, 2010: 237). Richards (2006: 200) ise felaketi, kişilerin zarar görebileceği, can ve mal kaybına neden olabilen, toplumu ve çevresindeki canlıların varlığını tehdit eden, kimsenin yardım almadan üstesinden gelemeyeceği her türden olay olarak tanımlamıştır. Savaş, salgın hastalıklar,

doğal afetler, kazalar, terör saldırıları gibi kriz durumlar, medya tarafından sıklıkla ele alınan ve geniş yer bulan konulardır. Bu gibi olaylar meydana geldiğinde toplumda tehlikeye ilişkin öğrenme isteği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, kriz durumlarında toplumun en kısa sürede, en sağlıklı bilgi alabileceği iletişim kanalları televizyon, gazete, radyo ve internettir diyebiliriz. Toplumun büyük bölümünü derinden etkileyen kriz ortamlarında bilgi akışının sağlanması ve kamuoyuna iletilmesi kriz haberciliği ya da felaket haberciliği olarak adlandırılmaktadır (Demiroğlu, 2012: 71).

Kriz ve felaket haberleri, olağan dışılık, dikkat çekicilik, olumsuzluk ve belirsizlik özellikleri sebebiyle haber değeri taşımaktadır. Bu sebeple, medya kuruluşları felaket olaylarına büyük önem göstermekte ve büyük yer ayırmaktadır. Bu bağlamda Demir (2002: 2), olağandışı olan olayların, “kötü haber iyi haberdur” kuralına göre gündemde kolaylıkla yer aldığını belirtmiştir. Çaplı ve Taş (2010: 237) ise hâkim haber değerleri çerçevesinden bakıldığında, kriz durumlarına her zaman için güçlü bir ticari potansiyel atfedildiğini belirtmiştir. Bu bağlamda, ulusal veya uluslararası boyutlardaki felaket olayları, şiddet ve aksiyon görüntüleri içermesi sebebiyle izleyicileri merakını uyandırmakta ve haberi yapan kuruluşu izlemesini sağlamakta dolayısıyla yayıncı kuruluşa maddi kazançlar sağlamaktadır diyebilmekteyiz.

Kriz ve felaket haberciliği, medyanın toplumsal sorumluluğuyla bağlantılıdır. Toplumun enformasyona olan ihtiyacı, kriz ve felaket durumunu derinlemesine algılayabilmesini sağlaması ve geleceğe yönelik belirsizlik durumunu ortadan kaldırması için gerekli bilgi akışını sağlayan kanal olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra medya kuruluşlarının oluşan krizleri ve felaketleri ticari haber üretimi için bir fırsat olarak görmesi, toplumun bahsedilen ihtiyaçlarının giderilememesine yol açabilmektedir (Çaplı ve Taş, 2010: 238). Bu durum ve buna benzer diğer durumlar, medya ve etik alanında çokça tartışılmış ve hala tartışılmakta olan derin bir konudur.

Felaket haberciliği literatüründeki etik tartışmalardan bir diğeri ise gazetecilerin felakete ilişkin bilgileri kamuoyuna nasıl sunulması gerektiği hakkındadır. Richards (2006: 200) gazetecinin felaket hakkında bilgi verirken haber içeriği ve fotoğrafları nasıl kullanması gerektiğiyle ilgili bir takım tartışmalar ortaya sürmüştür. Bunlardan ilki felaketi yansıtan fotoğraflar üzerinedir. Felaketi yansıtan görsel öğenin içeriğinde kan ve acının kullanım yoğunluğunu, felaket haberciliğinde etik tartışmalar arasında yer vermiştir. Bir diğer tartışması ise gazetecinin birisi yaralandığında ne yapması gerektiğine ilişkindir. Burada tartışılmak istenen konu, gazetecinin yaralı kişiye yardım etmesi mi daha doğrudur, yoksa işine devam etmesi mi daha doğrudur. Jorgansen ve Pantti (2013: 193) ise felaket mağdurlarının gizliliği hakkında bir takım tartışmalar öne sürmüşlerdir. Felaket mağduru kişilerin çektiği acıları, kamuoyuna aktarma konusunda dikkat edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Jorgansen ve Pantti (2013: 193)'ye göre gazeteci yalnızca felakete ilişkin bilgileri

aktarma amacında olmalıdır. Mağdur ve ailelerine ilişkin sansasyonel hikayeler peşinde koşmanın haber etiği açısından uygun olmadığını belirtmişlerdir. Etik konusunda bir diğer dikkat edilmesi gereken konuya Gearing (2012 :51) değinmiştir. Gearing (2012 :51), felaket mağduru kişiler ile iletişime geçmenin hassas bir konu olduğu üzerinde durmuştur. Felakete ilişkin bilgiler toplanırken, gazetecilerin en çok baş vurdukları kaynaklardan biri kazazedelerdir. Gearing (2012 :51), kazazedelerle iletişime geçerken onların fiziksel ve psikolojik olarak sarsılmış olduklarının göz ardı edilmemesi gerektiğini belirtmiştir. 2009 yılında Victoria'da gerçekleşen Black Saturday yangını sonrasında kazazedelerle gerçekleşen röportajları örnek göstererek bu savını desteklemiştir. Yangın sonrasında yapılan röportajları birçok kazazede hatırlamadığını belirten Gearing (2012: 51), bu durumun kişilerin psikolojisini olumsuz yönde etkileyebileceği konusunun üzerinde durmuştur. Richards (2006: 201) bu etik kavramların yanı sıra önemli altını çizdiği bir diğer etik konu ise, felaket ortamlarında haber ekiplerinin yarattığı etki ile ilgilidir. Felaket bölgesinden bilgi toplayan haber ekipleri, zaten kısıtlı olan temel ihtiyaçların, yaşamsal kaynakların daha çabuk tükenmesine yol açabileceği yönünde bir takım fikirler öne süren Richards (2006: 201) gazetecilerin durumu toparlamaya yardım olacakları yere engel olup olmayacakları hakkında tartışmıştır. Bu tartışmayı ise Tsunami örneği ile ele almaktadır. Tsunami son derece büyük bir felaketti. Bu felaketin büyüklüğünü hem gündemde büyük yer alması ile hem de birçok can kaybının yaşanması ile destekleyebilmekteyiz. Tsunami sonrasında bölgede birçok yaralı, tıbbi yardıma, barınacağı bir yere ve gıdaya ihtiyaç duymaktaydı. Birçok haber ekibi olabilecek en kısa sürede felaket bölgesine ulaşarak bilgi aktarma eğilimindedir. Bu acil durum içerisinde, temiz su, gıda gibi temel ihtiyaçları yanlarına almadan felaket bölgesine gidebilmektedirler. Richards (2006: 201) bu durumun, temel ihtiyaçların zaten kısıtlı olduğu bölgede yaralı ve yakınlarını sıkıntıya sokabileceğini belirtmiştir. Bu gibi etik konulara dikkat edilmediği takdirde, kamuoyunun gazetecilere olan güvenini zedeleyeceği ve bakış açısını değiştireceği aşikardır.

Çaplı ve Taş'a göre (2010: 238) kriz, kamu yararı ve insani değerler çerçevesinde kamu kuruluşlarının etkin bir şekilde girişimde bulunmasını, haberciler için gerekli bilgi akışının sağlıklı bir biçimde yönetilmesini, kamuyla kesintisiz bir iletişim için yetkili kişilerin etkileşimini gerekli kılmaktadır. Bu adımlar izlendiği sürece topluma, oluşan krizlerle ilgili sağlıklı bir şekilde bilgi akışı sağlanabildiği söylenebilmektedir. Kriz ve felaket anında bu gibi adımların izlenmesi, oluşan olumsuz etkenleri hafifletebilmektedir. Bu sebeple konu büyük önem arz etmektedir. Çeşitli kuruluşlar tarafından yapılan araştırmalarda kriz ve felaket durumunda izlenmesi gereken adımlar sunulmuştur.

International Center of Journalist'in yayınlamış olduğu Disaster and Crisis Coverage (Potter ve Ricchiardi, 2009) isimli çalışmada, kriz ve felaket durumunu yönetmek adına bir takım öneriler

yer almaktadır. Öncelikle kriz ve felaket olarak nitelendirilebilecek durumlar açıklanmıştır. Bu durumlar arasında, doğal afetler (kasırga, deprem vb.), kazalar (uçak, gemi, araba kazaları vb.), kimyasal felaketler (gaz kaçaqları, kimyasal sızıntılar vb.), terör saldırıları (biyolojik, kimyasal vb. patlamalar) kamuoyunu tehdit edebilecek olaylar (ayaklanmalar, salgın hastalıklar, rehin alınma vb.) yer almaktadır. Bu konu UNDP Disaster Risk Management Joint Programme'nin *Disaster Reporting Handbook* (Maqbool, Nawaz ve Luqman, 2011) çalışmasında ise kriz ve felaketi tetikleyebilecek riskler olarak ele alınmış, bu riskler ise doğa sebepli riskler (sel, volkanik patlamalar vb.), insan kaynaklı riskler (kirlilik, zehirli maddelerin sızıntısı, patlamalar vb.) şeklinde listelenmiştir. Bu çalışmalara benzer nitelikteki çalışma olan National Institute of Disaster Management'ın yapmış olduğu *Principle of Disaster Reporting: Handbook* (NIDM, 2014)'da ise kriz ve felaket olarak nitelendirilebilecek olaylar olarak yalnızca doğal afetleri (deprem, volkanik patlamalar, hortum vb.) ele almıştır. Kriz ve felaketleri belirli kategoriler altında incelenmesi, olaya daha sağlıklı müdahale edebilme açısından önemli bir konudur.

Disaster and Crisis Coverage (Potter ve Ricchiardi, 2009) isimli çalışmada, her haber merkezinin bir felaket planı oluşturması gerektiğinden sıklıkla bahsedilmektedir. Bu plan tüm birimler tarafından bilinmeli ve uygulamaya hazır halde olmalıdır. Bu planı oluşturmak için şu adımların takip edilmesi gerektiği belirtilmiştir; Öncelikle tüm birimlerden seçilen bir grup kurulmalı ve bu grubun kapsamlı bir hazırlık planı oluşturması sağlanmalıdır. Hazırlık planına kolay ulaşım için hem basılı hem elektronik hali ilgili bilimlerle ve oluşturulan ekiple paylaşılmalıdır. Bir sonraki adım ise bir kriz, felaket durumunda olayla ilgili detaylı bilgi alışı sağlanabilecek kuruluşlar ve kişilerle ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesidir. Felaket anında olayın nerde olduğunu anlama, olabilecek en kısa sürede olay yerine varabilme gibi sebeplerle detaylı bir haritanın bulundurulması gerekmektedir. Bu konuda dikkat edilmesi gereken konu GPS gibi teknolojilere bağlı kalınmamasıdır. Cihazın çalışmaması, şarjı bitmesi, kapsama alanı dışında kalması gibi riskler taşıdığı GPS teknolojisi yerine her zaman harita öncelikli materyal olarak kullanılmalıdır. Felaket planını hazırlayan grubun önceki olayları gözden geçirmesi ise bir diğer adımdır. Geçmişte yaşanmış felaket olaylarının verdiği hasarı anlamada, yetkili kişilerin olaya ilişkin açıklamalarına ne şekilde yön verdiğini gözlemlemede yardımcı bir çalışmadır. Son adım olarak, gazeteci ve editörlere konu ile ilgili eğitim verilmesi yer almaktadır. Eğitim seminerleri düzenlenmeli, olası felaketler hakkında tartışılmalı, tüm personeli olmasa da bir bölümüne ilk yardım eğitimi verilmelidir (Potter ve Ricchiardi, 2009: 12-14). Özetle, tüm birimler krize tam teşekküllü şekilde kriz ve felakete hazır halde tutulmalıdır diyebiliriz.

Bir takım ön hazırlığın yer aldığı planlama safhasının ardından, Potter ve Ricchiardi (2009: 21) felaket ve kriz durumunda dikkat edilmesi gereken konulara değinmişlerdir. Felaketin veya

krizin gerçekleştiği olay mahalline olabilecek en kısa sürede ulaşılması önemlidir. Olayın gerçekleştiği bölgeye erişim kısıtlı olması göz ardı edilmeli ve olay yerinde hiç değilse gözlemler yapılmalıdır. Telefon trafiğini yönetmesi için bir personel belirlenmeli, olay yerinden gelen bilgi ilgili birimlere bu personel aracılığıyla sağlanmalıdır. Tek bir kaynaktan alınan bilgi, olası bilgi kirliliği riskini düşürecektir. Ayrıca bilgi akışını sağlamada belirli bir öncelik listesi bulundurulmalıdır. Bilgi akışının sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi, kriz veya felaket haberciliğinin de sağlıklı bir şekilde yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Haberin oluşum sürecinde yer alan tüm birimlerin olaya ilişkin detaylı ve güvenilir bilgiye sahip olması yapılan habere yansımaktır.

Potter ve Ricchiardi (2009: 30-31) bir felaket ve kriz olayına ilişkin haberi aktarırken, olabilecek en çok bilginin halka iletilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Yeterli bilgiye sahip olunmadığı durumlarda kanıtlanmamış tanık raporlarından kaçınılması gerektiği vurgulanmış, bunun yerine yeterli bilgiye ulaşılmadığına haberde yer verilmesinin daha doğru olacağı savunulmuştur. Yani spekülasyona yol açabilecek kaynaklardan kaçınılmalıdır. Felaket planı oluşturma sürecinde bahsedildiği üzere güvenilir kaynaklarla iletişime geçilmelidir. Kısaca, olası en çok bilgiyi aktarmanın önemli bir konu olmasının yanı sıra, güvenilir kaynaktan olması daha önemli bir konudur diyebiliriz. Güvenilir kaynaklardan, habercinin talep ettiği kadar bilgi alabilmesi durumu bir diğer büyük önem taşıyan konudur. Yani, gazetecinin soracağı sorulara bağlı olarak, alınacak bilgi değişiklik gösterebilmektedir. Detaylı bilgiyi elde etmek adına yetkili kişilere veya güvenilir kaynaklara yöneltilen sorularda dikkat edilmesi gereken konuları Potter ve Ricchiardi (2009: 31-32) şu şekilde açıklamıştır; Öncelik kişilerin sağlığına verilmeli ve sorular buna yönelik hazırlanmalıdır. Meydana gelen felaketin veya krizin kişilere ne gibi zararlar verebileceğine, kişilerin bu felaketten kendilerini ne şekilde koruyabileceklerine ilişkin bilgiye ulaşmak amaçlanmalıdır. İkincil önem verilmesi gereken konu ise doğanın gördüğü zarara ilişkin olmalıdır. Meydana gelen felaket veya krizin doğadaki olumsuz etkisini ve bu olumsuz etkinin ne kadar zamanda iyileştirilebileceğini öğrenmek için sorular hazırlanmalıdır. Daha sonra olaya ilişkin diğer bilgilere ulaşmak üzere sorular yöneltebilmektedir. Haberi tamamlayan unsur olan fotoğraf atlanmaması gereken önemli bir diğer husustur. Fotoğrafçılara sadece yakın plandan görüntü almamalarını, genel durumu sergileyen fotoğrafların da gerek olduğu hatırlatılmalıdır. Üst açıdan çekilen fotoğraflar daha açık şekilde olayın etkilerini gösterebilmektedir. Ayrıca, olay mahallinin kriz öncesinde çekilmiş bir fotoğrafına da ulaşarak, kriz sonrasında çekilen fotoğrafla yan yana konumlandırarak haber yapılması daha dikkat çekici ve açıklayıcı olacaktır. Son olarak hazırlanan haberin çeşitli medya araçlarında (Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçlarında, mobil haber programlarında vb.) yayınlanmasına dikkat edilmelidir. Bu şekilde haberi daha büyük kitlelere ulaştırmak mümkün olmaktadır.

Doğal afetlerin sebep olduğu felaketlerin incelendiği çalışma olan *Disaster Reporting Handbook*'da (Maqbool, Nawaz ve Luqman, 2011: 19) ise felaket haberlerine ilişkin aktarım biçimi, öncelik verilmesi gereken konular, olay hakkında bilginin tedarik edildiği kaynaklar, haber oluşturma süreci gibi konulara değinilmiştir. Maqbool, Nawaz ve Luqman (2011: 19) bir felaket haberinin olturma süreci başlığı altında bir takım adımların izlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu adımlardan ilki felakete yol açan olayı (deprem, sel, vb.) tanımlamaktır. Ardından felaket mağduru kişilere ilişkin bilgilere (yaşı, cinsiyeti, sosyal statüsü gibi) haberde yer verilmelidir. Olayın nerde gerçekleştiğini ayrıntılı bir şekilde bahsetmek ise bir başka adımdır. Olay mahalli ile ilgili olası bir risk bilinen bir gerekse bu duruma ilişkin bilgilere de haber de yer vermek önemli bir ayrıntıdır. Daha sonra olayın gerçekleştiği zaman belirtilmeli ve olayın ne kadar sürdüğüne ilişkin bilgiler aktarılmalıdır. Felaket durumu sonrasında devletin ve ilgili kuruluşların olaya ne şekilde müdahale ettiğine veya edeceğine dair bilgiler toplanmalı ve aktarılmalıdır. Felaket durumuyla başa çıkmak adına gerekli ihtiyaçların kimler tarafından tespit edildiği veya edileceği bilgisine de ulaşılmalı haber de yer verilmelidir. Ardından haberi okuyacak kişilerin felaket durumdan ne şekilde etkilenebileceği açıklanmalı, resmi bir kurum tarafından kişilerin can güvenliğini sağlayabilecek önlemler hakkında bilgiye ulaşılmışsa bu önlemler detaylı şekilde belirtilmelidir.

Maqbool, Nawaz ve Luqman'a (2011: 22) göre aktarılan bilgi kadar, aktarım biçimi de haberin değerini ve etkisini belirleyen bir diğer önemli husustur. Haberinin aktarım biçimi konusunda dikkat edilmesi gerekenlerin başında her kesimden insanın anlayabileceği yalın bir dil kullanımı yer almaktadır. Kafa karıştırabilecek kelime ve cümlelerden, yoruma açık kelimelerden, teknik terimlerden kaçınılmalıdır. Uzun cümle ve paragraflar yerine kısa cümlelerle öz bilgi verilmelidir. Ayrıca yanlış yazılmış ya da kullanılmış kelime olup olmadığı kontrol edilerek, dilbilgisi kurallarına uygun şekilde haber aktarılmalıdır.

Maqbool, Nawaz ve Luqman'a (2011) göre felaket haberlerinin oluşum sürecinde dikkat edilmesi bir diğer konu ise olaya ilişkin bilgilerin tedarik edileceği kaynaklardır. Bir felaket haberi oluşturulurken olayla ilgili detaylı bilgiler, öncelik sırasına göre aşağıdaki kaynaklardan toplanması gerektiği belirtilmiştir (Maqbool, Nawaz ve Luqman, 2011: 21);

- Yerel ve ulusal hükümet yetkilileri,
- Olaya ilişkin bilgiye sahip olabilecek alt düzey devlet alışanları,
- Akademisyenler veya mühendisler,
- Bir araştırma kurumuna mensup bilim adamları veya doktorlar,
- Olaya mahallinde görev alan polis, sağlık görevlisi veya itfaiye görevlisi,
- Olaya ilişkin bilgi sahibi olabilecek sivil toplum kuruluşları,

- Olaydan etkilenen bireyler,
- Afetler konusunda kapsamlı bilgiye sahip uluslararası kuruluşların yetkilileri,
- Görgü tanıkları ve gözlemciler,
- Afetler ve sivil savunma ile ilgili hükümet ve sivil toplum kuruluşları,
- Meteoroloji uzmanları.

Özetle, yukarıda belirtilen kaynaklardan alınan bilgiler, sade bir dille aktarılmalı, kişilerin can güvenliği ise haberde öncelik verilmesi gereken konu olmalıdır. Olaya ilişkin yoruma açık ifadelerden, uzun cümlelerden kaçınarak, öz bilgi aktarılmalıdır.

Maqbool, Nawaz ve Luqman'ın (2011) yapmış olduğu çalışmada olduğu gibi yalnızca doğal afetlere ilişkin olayların işlendiği *Principle of Disaster Reporting: Handbook* (NIDM, 2014: 26)'da felaket haberciliği ilkeleri başlığı altında, felaket haberlerinin ne şekilde oluşturulması gerektiğine dair bilgiler yer almaktadır. Çalışmada, dünyanın birçok bölgesinde felaket olayının gerçekleştiği aktarılmış, bu olaylardan bazılarının haber yapılmadığı belirtilmiştir. Bir felaket olayının haber değeri taşıması için bazı niteliklerin bulunması gerektiği savunulmuştur. Bu niteliklerden biri olayın ne denli dramatik olduğuyla ilgilidir. Felaket olayı sonucunda kaç kişinin öldüğü, yaralandığı, evsiz kaldığı olayın haber değerini arttıran bir unsurdur. Felaket olayının maruz kaldığı bölgeden çekilen fotoğraf ve görüntülerin dramatikliği de olayın haber yapılıp yapılmamasını etkileyen bir diğer husustur. Olayın gerçekleştiği zaman dilimindeki gündem, felaket olayına ilişkin haberin yapılıp yapılmamasına yön veren bir konudur. Editörlerin, gündemdeki diğer haberlerin daha önemli olduğuna kanaat getirmesi durumunda felakete ilişkin haber yapılmayabilmekte veya olay için gazetede küçük bir alan ayrılabilir. Felaket olayının maruz kaldığı bölgeden çekilen fotoğraf ve görüntülerin dramatikliği de olayın haber yapılıp yapılmamasını etkileyen bir diğer husustur. Olayın gerçekleştiği zaman dilimindeki gündem, felaket olayına ilişkin haberin yapılıp yapılmamasına yön veren bir konudur. Editörlerin, gündemdeki diğer haberlerin daha önemli olduğuna kanaat getirmesi durumunda felakete ilişkin haber yapılmayabilmekte veya olay için gazetede küçük bir alan ayrılabilir.

National Institute of Disaster Management (NIDM) (2014:26) kuruluşu tarafından yapılan çalışmada, felaketin etkilediği bölge hakkında coğrafik ve demografik bilgiler toplanması ve aktarılması gerektiği belirtilmiştir. Felaketin gerçekleştiği bölgede felaket riski taşıyan alanlar, daha önce gerçekleşmiş felaketler, bölgenin başlıca geçim kaynakları ve ekonomisi, bölgede yaşayan halkın etnik kökenleri, binaların inşaat türleri ve inşaat malzemeleri hakkında bilgilerin aktarılması gerektiği belirtilmiştir (NIDM, 2014: 26).

NIDM (2014)'ın yapmış olduğu çalışmada felaket haberlerini oluşturma sürecinde dikkat edilmesi gereken bir diğer konu kelime seçimine ilişkindir. Birbiriyle karışabilecek bazı kelimeler bulunmaktadır. Bu kelimelerin yanlış yerde kullanımı okuyucunun olaya bakış açısını değiştirebilmekte yani gönderilmek istenen mesajın yanlış şekilde algılanmasına yol açabilmektedir.

Felaket haberlerinde bu gibi durumlara yol açan sıklıkla yapılan yanlış kelime kullanımlarını NIDM (2014: 26) şu şekilde belirtmiştir.

Tehlike/Felaket: Tehlike kuraklık, hortum, deprem gibi olası doğa olaylarının kapsamaktadır. Felaket ise tehlikeye alınmamış önlemler sonucunda meydana gelen olaylardır. Bu kelimelerin haberlerde yanlış kullanımı, okuyucuda istenmeyen algılara yol açabilmektedir.

Doğal Felaket: Doğal felaket diye bir şeyin olmadığı altını çizen NIDM (2014:26), doğal tehlike şeklinde telaffuz edilmesinin daha doğru olacağını belirtmiştir. Bu tehlikelere alınmayan veya yetersiz alınan önlemler sonucunda doğal tehlikelerin doğal felaketlere dönüştüğü aktarılmıştır. Ayrıca "doğal" kelimesinin kullanılması, kişilerin zihninde felaketi önleyebilecek bir şeyin yapılamayacağı algısını oluşturmaktadır.

Hayır/Yardım: Hayır yapmak, ihtiyaç duyan kimselerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere yapılan dağıtımdır. Yardım ise kendi kaynaklarını kişilerin hayatta kalması için kullanmaktır. Bu iki kelimenin felaket haberlerinde yanlış kullanımı okuyucunun mesajı yanlış anlamlandırmasına yol açabilmektedir.

NIDM'nin (2014: 23) yapmış olduğu çalışmada "Medyanın Felaketlerdeki Rolü" başlığı altında incelenen bir takım faaliyetler yer almaktadır. Bunlardan ilki halkı olası bir tehlikeye karşı hazır durumda tutmaktır. Bu amaçla, eğitim kuruluşları tarafından kişilerin felaket anında hayatta kalmasını sağlayabilecek çeşitli uygulama ve önlemlere ulaşılmalı ve okuyucuyla paylaşılmalıdır. Yani kişiler olası bir felaket durumuna karşı eğitilmelidirler. Ayrıca risk altındaki bölgeler hakkında raporlar yayınlanarak, halk olası riskler hakkında bilinçlendirilmelidir. Medyanın felaket esnasında olabilecek en kısa zamanda tepki vermesi gerekmektedir. Diğer çalışmalarda da belirtildiği üzere öncelik kişilerin sağlığına verilmelidir. Felaket mağduru ve yakınları için ihtiyaç duyulan yardıma ne şekilde ulaşılabileceği bilgisi olay sonrasında en kısa sürede halk ile paylaşılmalıdır. Ayrıca felaket olayı sonrasındaki süreçte rakamlar her an değişim gösterebilmektedir. Bu rakamlar sıklıkla güncellenerek, okuyuculara sağlıklı bilgiler sağlanmalıdır. Rakamların veya bilgilerin tedarik edildiği kaynakların güvenilirliğinden emin olunması gerekmektedir. Ayrıca tek bir kaynağa bağlı kalınmamalı olabildiğince çeşitli kaynaktan yararlanmalı ve bu kaynaklardan toplanan bilgi karşılaştırarak güvenilirliği bir kez daha kontrol edilmelidir.

İncelenen üç çalışmanın bazı ortak yönleri ve bazı birbirinden ayrıldığı noktalar bulunmaktadır. Örneğin, üç çalışmanın da felaket haberleri oluşturulurken insan hayatına öncelik verilmesi gerektiğinin önemle altı çizilmiştir. Hem olay mağduru kişi ve yakınları, hem de etkilenmeyen fakat tehdit altında olan kesimin can güvenliği sağlanması için alınabilecek önlemler

aktarılması gerekmektedir. Üç çalışma da felaket olayına ilişkin haberde yer verilecek bilgilerin kaynağının güvenilir olması gerektiği konusunda hemfikirdir. Ayırışıkları konu ise felaket ve kriz haberi değeri taşıyan olayları ele alış biçimleridir. Potter ve Ricchiardi (2009) felaket ve kriz haberi değeri taşıyan olaylar arasında, hem doğal afetlere, hem insani hatalar (ihmal vb.) sebebiyle gerçekleşmiş felakete yer vermiştir. Maqbool, Nawaz, Luqman (2011) ve NIDM (2014)'ın yapılan iki çalışmada, felaket haberi değeri taşıyan olaylar arasında yalnızca doğal afetlere yer verilmiş, NDIM'in (2014: 26) yapmış olduğu çalışmada tehlike ve felaket kelimesi arasındaki fark aktarılırken insani hatalardan kaynaklı felakete de değinilmiştir.

Ani ve beklenmedik olmaları, olumsuz sonuçlar doğurması sebebiyle facialar haber değeri taşıyan olaylardır. Büyük kesim ve kitleleri etkilemesi, felaket sonucunda meydana gelen can kaybının yüksek olması, endişeyle beklenen arama kurtarma çalışmaları gibi unsurlar felaketlerin haberleştirilmesini ve medyanın gündeminde öncelik sahibi olmasını sağlamaktadır (Keneş ve Taştan, 2016: 131). Çalışmanın örnek olayları, bu unsurları taşıması sebebiyle felaket olarak adlandırılabilir. Felaketlerin basında yansıma biçimlerini inceleyen çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan birini Keneş ve Taştan (2016) yapmıştır. Keneş ve Taştan'ın *Madencinin Acısına Bakmak: Ulusal Basında Soma Maden "Facia"sının Haberleştirilmesi* isimli çalışmada Soma maden kazasının basında ne şekilde haberleştirildiği incelenmiştir. Kazanın gerçekleştiği günden sonraki bir haftalık süreçteki Zaman, Hürriyet, Posta, Sözcü ve Sabah gazetelerinde yayınlanan Soma maden kazası haberlerini inceleyen Keneş ve Taştan (2016: 136, 158) gazetelerin, kazanın gerçekleşmesindeki sebeplere odaklanmak yerine, olayı kişiselleştirme, dramatikleştirme ve genelleştirme söylemsel stratejisiyle aktarıldığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu konudaki bir diğer çalışma, Gürses (2015) tarafından yapılan *Gazetecilik Pratiklerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi: "Soma Maden Faciası" Haberleri* isimli araştırmadır. Soma maden kazasının haberleştirildiği ilk üç günü ayrıntılı olarak söylem analizi yöntemiyle inceleyen çalışmada Gürses (2015: 186), örneklem dahilindeki gazetelerin Soma maden kazasına ilişkin haberlerinin magazinsel bir habercilik anlayışı çerçevesinde oluşturulduğu sonucuna ulaşmıştır. Felaketlerin, basında yer alma biçimlerini inceleyen bir diğer çalışma ise Özkır ve Şişman (2014) tarafından yapılan *Soma Maden Kazasının İnternet Gazetelerinde Aktarılmasının Haberde İdeoloji Bağlamında Değerlendirilmesi* isimli araştırmadır. Araştırmada Yeni Şafak, Radikal ve Aydınlık gazetelerinde yayınlanan Soma maden kazasına ilişkin haberler haber ideolojisi bağlamında incelenmiştir. Araştırma sonucunda, örneklem olarak ele alınan üç gazetenin Soma maden kazası haberlerinin, gazetelerin ideolojik pozisyonları çerçevesinde oluşturulduğu öne sürülmüştür.

Topluma aktarılan felaket haberlerin, boyutu, gündemde kalma süresi, içeriği gibi unsurlar aracılığıyla felaketlerin/ krizlerin önemi ya da önemsizliği kişilere aktarılabilir. Kişiler

oluşan felakete ilişkin haberin sayısını, boyutunu, gündemde kalma süresini göz önünde bulundurarak zihinlerinde haberin önemine ilişkin bir düşünce oluşabilmektedir. Bu durumu ve araştırmanın odağı olan Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazasına ilişkin haberlerin ne şekilde yansıtıldığını anlamlandırmak üzere gündem belirleme kuramı ışığında incelemek uygun olacaktır.

3. Gündem Belirleme Kuramı

İngilizce agenda-setting olarak bilinen, Türkçede ise gündem belirleme olarak kullanılan kurama ilişkin çalışmaların; gündem kurma, gündem hazırlama, gündem koyma ve saptama gibi çeşitli karşılıkları da bulunmaktadır (Yüksel, 2007: 571).

Literatürdeki ilk çalışma Walter Lippmann tarafından yapılmıştır. Lippmann 1922'de "Public Opinion" isimli çalışmasının "The World Outside and the Pictures in Our Heads" bölümünde, medyada baskın olarak işlenen konuların, medya takipçilerinin zihninde öncelikli hale geldiğini belirtmiştir (McCombs, 2002: 1-2). Gündem belirleme kuramıyla ilgili bir diğer önde gelen çalışma ise Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw'a (1972) ait olan "The Agenda-Setting Function of Mass Media" isimli çalışmadır. McCombs ve Shaw gündem belirleme konusunda enformasyon ve haberdar olma konuları olmak üzere iki başlık üzerinde durmuşlardır. İki araştırmacı, 1968 Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimlerinde medya gündemindeki konuların önceliği ile, seçmenlerin zihnindeki öncelik arasında bir bağlantı olup olmamasına ilişkin bir çalışma yapmışlardır. Chappell Hill'de kararsız seçmenlerin üzerinde yapılan bu araştırma sayesinde, alana ilişkin literatürde gündem belirleme kavramı ilk olarak ortaya çıkmıştır. McCombs ve Shaw (1972: 176) gündem belirleme kuramını "kitle medyasının bir işlevi" olarak tanımlamışlardır. Yapmış oldukları çalışmada, kitle iletişim araçlarının, haberleri topluma aktarmada kullandığı kalıplar yoluyla bazı konulara ağırlık vererek, toplumun hangi bilgiyi ne ölçüde sağlayabileceğini onlar adına belirlemesidir şeklinde aktarmışlardır.

McCombs (2002: 1) medyanın, kamuoyunun dikkatini, belirlenmiş konulara çekmek için önemli etkilerinin bulunduğunu belirtmiştir. Kitle iletişim araçlarında yer alan haberler kişilerin zihninde, haberin nerde yer aldığı, büyüklüğü, sıklığı gibi ayrıntılarla haberin önemi ya da önemsizliği hakkında çeşitli algılar oluşmaktadır. Bu bağlamda medya, kamuoyu görüşünü yalnızca etkilemekle kalmaz onu şekillendirebilir ve yönlendirebilir diyebilmekteyiz. Kamuoyu kavramı, gündem belirleme kavramını tanımlamada yardımcı niteliktedir. Kamuoyunun ne olduğu ve nasıl şekillendiğini anlamak gündem belirleme kavramını açıklamak adına rehber olacaktır.

Türkçede kamuoyu, İngilizcede Public opinion şeklinde ifade edilen kelimenin kökenini Latincedeki "publicus" ve "opinion" kelimelerinden oluşmuş bir kavramdır. Dilimize kamuoyu olarak geçen bu kelime kullanıldığı ilk zamanlarda halk efkârı, efkârı umumiyeye, kamu efkârı, amme efkârı gibi kelimeleriyle de bilinen bir kavramdır. Bu kavram ilk olarak 1741'de İngilizler tarafından kullanılmıştır. Fransa'da ise Fransız bakanlığında maliye bakanı olan Neker 1780'lerde kamuoyu kavramını yaygınlaştıran kişi olarak bilinmektedir (Atabek, 2002: 223). Bunun yanı sıra kamuoyu kavramı aslen 20. yüzyılda araştırmacıların üzerine eğildikleri bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Atabek (2002: 224) bunun sebebinin, 18 ve 19. yüzyıllardaki demokratikleşme, sanayileşme, şehirleşme ve en önemlisi olan kitle iletişim araçlarında yaygınlaşmanın bir sonucu olduğunu belirtmektedir.

Atabek (2002: 224) kamuoyu kavramının açıklayabilmek üzere kamu kavramının önemini vurgulamıştır. Atabek kamuyu, belirli bir ortak sorun veya olay için belirli zamanda oluşan bir grup olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda, olay ya da sorunun yapısına göre bazen az sayıda kişiyle bazen de toplumun geneliyle oluşturulan gruptur diyebilmekteyiz. Atabek (2002: 224) kamu kavramını süreklilik ve etkileşim niteliklerini barındıran grup olarak açıklamış ve bu gruba kamu denebilmesi için bazı özellikleri taşıması gerektiğini vurgulamıştır. Bu özellikler şu şekildedir;

- Kamu arasındaki iletişim ortak bir sorun etrafında gerçekleştirilmelidir.
- Kamuyu oluşturan kişiler her zaman sıkı şekilde örgütlenmeyebilirler.
- Kamuda aktifliğe ve pasifliğe göre oluşmuş katmanlar bulunmaktadır.
- Geliştiği sürede, yapısı ve büyüklüğü de değişim gösterir.
- Kamu ortak bir sorunla ortaya çıkarak, ortak sorunun sonlanmasıyla son bulur.

Kamuoyu kavramı ise, birçok farklı alandaki araştırmalara konu olmuş bir kavramdır. Bu araştırma alanlarından bazıları; felsefe, tarih, siyaset bilimleri, sosyoloji ve iletişimdir. Bu alanlardan bazıları birbirine yakın olsa da hepsi için çeşitli kamuoyu tanımları bulunmaktadır. Bu sebeple Gökçe (1996: 211) kamuoyu tanımını daha tutarlı bir şekilde aktarma üzere, politika bilimleri ve diğer sosyal bilimler olmak üzere iki ayrı başlıkta incelemiştir. Gökçe (1996: 211) politika bilimleri üzerine araştırmalar ve çalışmalar yapmış bilim insanlarının kamuoyunu, devletin yasama, yürütme ve yargı tutumunu belirleyen veya kanaat önderlerinin belirlediği ve oluşturduğu değerler olarak tanımlandığını aktarmıştır. Gökçe'nin (1996: 211) diğer sosyal bilimler olarak ayırdığı alanda yapılan araştırma ve çalışmalarda ise kamuoyu kavramı, kişilerin düşünce ve tutumlarına, sosyal çevresi ve ailesinin de dahil olduğu toplumu kapsayan genel düşünce ve davranışlar ile yön vererek oluşturduğu kavram olarak tanımlanmıştır. Bir konunun kamuoyu

görüşü olarak nitelendirebilmesi için bazı özellikleri barındırması gerektiğini belirten Atabek (2002: 224-225), bu özellikleri şu şekilde sıralamıştır;

- Ortak bir sorun ya da olay olmalıdır.
- Bu sorun ya da olay için oluşan bireyler iletişim halinde olmalıdır.
- Grup ortak sorun ya da olayla ilgili ortak görüşe varmalıdır.
- Varılan ortak görüşün, toplumun karar mercii ya da olay/sorunla ilgili bir kuruluşu, örgütü harekete geçirme çabası olmalıdır.

Gündem belirleme kuramı üzerinde araştırma yapan önde gelen bilim adamlarının da belirttiği üzere, medyanın kendi belirlediği konular üzerinde kamuoyu görüşünü etkileme çabası bulunmaktadır. Kamuoyu kavramı bu bilgiler ışığında gündem belirleme kuramını anlamada yardımcı nitelikte bir konu olduğunu söyleyebilmekteyiz.

Gündem belirleme, kitle iletişim araçlarının oluşturduğu gündem çerçevesinde haberler yer verilerek, bu haberler dışında kalan konuların önemsizliği hakkında toplumun kafasında düşünceler oluşturmak yönünde bir çaba ile gerçekleştirilmektedir. Medyanın bu şekilde toplumun gündemini belirleyebilmesindeki gücün temel sebebi ise, kişilerin kendilerine dayanak arayışında olması sebep gösterilmektedir (Temizel, 2014: 143).

Gündem belirleme süreci, tüm sorunlardan ziyade, medya kuruluşlarının belirlediği sorunlar konusunda haberlerini şekillendirdiği bir süreci kapsamaktadır. Medya, hükümet ve kamu arasındaki karşılıklı etkileşimin gözlemlenebilmesini olası kuran bir süreç olarak da tanımlanabilmektedir. Gündem belirleme sürecinde medya, kamu ve siyasal gündem olmak üzere üç temel unsura yer verilmiştir. Bu üç unsurun arasındaki ilişkiden oluşan süreç ise gündem belirleme süreci olarak ifade edilmiştir (Kılıç, 2015: 12).

Kuram, kitle iletişim araçları ile halkın önemli olan konularda zihninde bir fikir oluşmasını sağlamasına dayalıdır şeklinde ifade edilebilmektedir. Aktarılması hedeflenen bilginin oluşumunda eşik bekçisi kavramı karşımıza çıkmaktadır. Gündem belirleme kuramında önemli bir kavram olan eşik bekçisi kavramı, halkın zihninde istenilen düşünceyi oluşturmak adına bilgiyi şekillendirilen kişiler olarak tanımlanabilmektedir. Kitle iletişim araçları belirli politika ve ideoloji ile yayın yapmaktadır. Bu politika ve ideoloji çerçevesinde yapılan yayınların içerisinde yer alan mesajlar da medya kuruluşlarının ideolojisini göz ardı etmeyecek şekilde iletilmektedir. Eşik bekçileri de hizmet verdiği medya kuruluşunun ideolojisini benimseyerek istenilen bilgiyi belirli sınırlılıklarla halka aktaracaktır. Özetle eşik bekçileri; bilgiyi belirli yaklaşım ve düşüncelerle halka açarak, kendi kriterlerine uymadığı bilgiyi göz ardı eden kişiler olarak tanımlanabilmektedir. Bu şekilde, kitle

iletişim araçlarının politika ve ideolojisine göre, halkın neyi ne kadar konuşacağına, ne kadar bilmesi gerekip gerekmeyeceğine gibi konuları üzerinde etki yaratabilmektedir (Abak, 2006: 47).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSAL ÖLÇEKLİ FELAKETLERİN BASINDA YANSIMA BİÇİMLERİ: GÜNEY KORE GEMİ KAZASI VE TÜRKİYE SOMA MADEN KAZASI ÖRNEKLERİ

1. Araştırmanın Konusu

Tüm toplumu etkilemesi sebebiyle ulusal boyuta ulaşan felaketlerin, basında yansima biçimlerinin incelenmesi araştırmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazası krizleri araştırmanın örnek olayları olarak seçilmiştir. Seçilen örnek felaketlerin basında yansima biçimleri incelenerek, krizlerin iki ülke medyasında yansımalarındaki farklar/benzerlikler saptanacaktır.

2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Yapılan araştırmada, ulusal boyuta ulaşmış felaketlerin medya tarafından topluma ne şekilde aktarıldığını incelemek amaçlanmıştır. Medyanın topluma felaketle ilgili bilgi sağlaması birincil görevidir. Kriz mağduru kuruluştan aldığı bilgileri, topluma aktaran medya, bu görevin yanı sıra farklı işleri de üstlenip üstlenmediğini açıklamak çalışmanın bir başka amacıdır. Öncelikle, araştırmanın örnek olayları olan iki kriz olayının basında yansima biçimleri ayrı ayrı incelenecek, daha sonra bu incelemeler birbiriyle karşılaştırılarak, iki ülke basınına felaketlerin yansima biçimlerindeki farklılıklar/benzerlikler gözlenecektir. Bu amaç doğrultusunda, kitle iletişim araçlarından gazete, araştırmanın veri kaynağı olarak seçilmiştir. İki ülke basınından seçilen gazetelerde çıkan haberler aracılığıyla araştırma gerçekleştirilecektir.

3. Araştırmanın Önemi

Araştırmanın örnek olayları olarak seçilen iki felaketin, iki toplum üzerindeki olumsuz etkileri hayli büyük olmuştur. Bu denli olumsuz etki yaratan felaketleri, medyanın ne şekilde aktardığını incelemek, bu aktarma gerçekleştirilirken medya kuruluşlarının neyi amaçladığını, onlar için neyin öncelikli olduğunu ortaya koyarak, topluma ve insana verilen değeri anlayabilmek bakımından önemlidir. İki felaket sonucunda birçok can ve mal kaybı yaşanmıştır. Bu durum karşısında medyanın üstlendiği görevin, insana ve topluma verilen değeri anlamak bakımından önemli bir görevdir diyebiliriz.

4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılacak çalışmanın veri toplama sürecinde, kitle iletişim araçlarından yalnızca gazetenin seçilmesi araştırmanın sınırlılıklarından birini oluşturmaktadır. Televizyon vb. diğer görsel kitle

iletişim araçlarından yeterli veri toplanamayacağı düşünüldüğü için, gazete içerikleri incelemek için daha uygun bulunmuştur. Ayrıca örnek olayların yalnızca iki ülkeden (Güney Kore ve Türkiye) birer olayla sınırlanması da bir kısıttır. Araştırmadaki bir diğer kısıt ise, iki ülke basınına incelemek için, Güney Kore basınından ve Türkiye basınından yalnızca birer gazetenin araştırmanın örneklemini oluşturmasıdır. İki ülke yazılı basınından birer ana damar gazetenin seçilmesi yeterli bir karşılaştırmaya olanak verse de yine de bir kısıt olarak değerlendirilebilir. Araştırmanın veri toplama aşamasında gazetelerin internet gazeteleri internet versiyonlarından yararlanıldığı için, yayınlanan haberlerin sayfasına ve sayfada yer aldığı konuma bakılmayacak olması da araştırmanın bir diğer kısıtıdır. Araştırma yöntemi olarak seçilen içerik analizinin de bir takım kısıtları bulunmaktadır. İçerik analizi kısıtları arasında örneklemin doğru şekilde seçilememesi riski bulunmaktadır. Bu risk diğer araştırma yöntemleri için geçerli olsa da içerik analizi yönteminde biraz daha baskındır (Koçak ve Arun, 2006: 26). Örnek olayların gerçekleştiği andan itibaren bir aylık süreç içerisinde yayınlanan tüm haberlerin incelendiği bu çalışmada, olayın ikinci ayında araştırmayı daha iyi açıklayabilecek haberlerin yayınlanma olasılığı bulunmaktadır. Bu gibi sebeplerle, içerik analizi yöntemi çeşitli örneklem sorunları taşıyabilmektedir. Bilgin (2014: 9) ustalıkla gerçekleştirilmediği sürece, içerik analizinin, sahaya inmeden uygulandığı için basit görüldüğü, nicel ve sayısal görüntüsünün aldatıcı olduğu gibi eleştirileri hak ettiğini belirtmiştir. Bu bağlamda, içerik analizi yönteminin bir ölçüde geçerlilik sorunu olduğunu belirtebilmekteyiz. Ayrıca, nicel verilerin araştırmacı tarafından objektif olarak değerlendirilememesi riskini de bulunmaktadır. Özetle, yapılan araştırmanın yöntemi olarak seçilen içerik analizi bu gibi kısıtları da barındırmaktadır.

5. Araştırmanın Yöntemi

Ulusal ölçekli iki felaket olan Güney Kore gemi kazası ve Soma Maden kazası olaylarının, araştırmanın örneklemini oluşturan gazetelerdeki yansıma biçimlerinin incelenecek ve karşılaştırmalı analizinin yapılacak olması sebebiyle çalışmanın yöntemi olarak içerik analizi yöntemi uygun görülmüştür. İçerik analizi, iletişim sürecinde iletilen mesajdan toplanan veriyi belirli bir bağlama oturtmak için bir dizi tekrarlanılabilir ve geçerli prosedür kullanımını gerektiren araştırma yöntemidir (Krippendorff, 1989: 403; Weber, 1990: 9). İçerik analizi, iletişim araştırmaları alanında en sık kullanılan yöntemlerden biridir (Atabek, 2007). Nicel içerik analizi, araştırılan konuya ilişkin seçilen örneklemden sayısal verileri elde etme olanağı sağlamaktadır. Nitel içerik analizi ise örneklemden alınan sayısal verileri yorumlamayı mümkün kılar. Nitel içerik analizi araştırmaları, daha çok izlenimlere dayalıdır. Bulgular, genel ve yorumlanabilir niteliktedir. Nicel içerik analizi ise daha objektiftir. Yüzeyle kalan konular nicel araştırma ile kavranabilir, haber mesajının altındaki gerçek anlama ise nitel araştırma ile ulaşmak mümkündür (Bilgin, 2014:

8). İki ülke yazılı basınında yer alan iki ulusal ölçekli felakete ilgili haberlerin hem sayısına ve boyutuna hem de içeriğine bakılacağı göz önünde bulundurulduğunda niteliksel ve niceliksel içerik analizi yönteminin her ikisinin de uygulanmasının daha doğru olacağı düşünülmüştür. İçerik analizi uygulamasına olanak sağlayan veri toplama çizelgesi (Tablo 1) oluşturulmuştur. Ayrıca, veri toplama çizelgesinde yer alan sansasyonel kelimelerin haber başlıklarında ve içeriklerinde yer alıp almadığını ortaya koymak için bir sansasyonel kelimeler listesi (Tablo 4) oluşturulmuştur. Bu listede yer alan kelimeler, iki ülke basınında felakete ilişkin haber başlıklarında ve içeriklerinde yer alma oranları saptamaya ve karşılaştırmaya olanak sağlamıştır.

6. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Ulusal ölçekli felaket haberlerinin Güney Kore ve Türkiye yazılı basınında ne şekilde yer aldığını incelemek ve karşılaştırmak üzere Güney Kore yazılı basınından *Chosun Ilbo*, Türkiye yazılı basınından *Hürriyet* gazeteleri seçilmiştir. Bu gazeteler ana damar nitelikteki gazetelerdir ve bu bakımdan yayınlandıkları ülkelerin basınına önemli ölçüde temsil ettikleri düşünülmektedir. Ayrıca, *Hürriyet* ve *Chosun Ilbo* gazetelerinin, Türkiye ve Güney Kore'deki gazetelerin tiraj sıralamasında birinci sırada olmaları da örnekleme alınmasında önemli bir nedendir. Soma maden kazasının gerçekleştiği 13.05.2014 tarihinden 13.06.2014 tarihine kadar yayınlanan *Hürriyet* haberleri ve Sewol Gemi Kazasının gerçekleştiği 16.04.2014 tarihinden 16.05.2014 tarihine kadar yayınlanan *Chosun Ilbo* haberleri analiz edilmiştir. Araştırmanın analiz birimini her konuyla ilgili bir haber oluşturmuştur. İki ülkenin yazılı basın ile ilgili istatistik sonuçlarına bakıldığında, gazetelerin internet versiyonlarına olan ilginin, gazetenin basılı haline olan ilgiden daha fazla olduğu görülmektedir (TUİK, 2016; Byung-ho, 2015: 43). Bu bilgiler ışığında araştırmanın örnek iki olayının analizinde, bu gazetelerin sadece internet versiyonlarından faydalanmanın yeterli olacağı düşünülerek içerik analizin yapılması uygun görülmüştür.

7. Araştırma Soruları

7.1. Güney Kore ve Yazılı Basınına Genel Bakış

Kore'de ilk gazete 1883 yılında yayınlanmıştır. Hansung Sunbo adıyla yayınlanan gazeteyi Jae-Pil Soe editörlüğünde ilk özel gazete niteliğine sahip olan The Tongnip Sinmun takip etmiştir. 7 Nisan 1896 yılında yayın hayatına başlayan The Tongnip Sinmun haftada üç kez toplamda dört sayfa halinde yayınlanmaktaydı. Yayınlanan gazetenin üç sayfası Korece, bir sayfası ise İngilizce olarak yayınlanmaktaydı. Kore yazılı basın tarihinde ilk günlük gazete ise The Maeil Sinmun'dur. 1898 yılında yayın hayatına başlayan gazetenin ardından Hwangsung Sinmun ve diğer birçok gazete günlük olarak yayın yapmaya başlamıştır (Sa, 2009: 6).

Kore yazılı basını, 1910 yılında Japonya sömürgeci dönemine girdiği sürece kadar, sosyal liderlik vasfı bulunmaktaydı. 1910-1945 yılları arasındaki Japonya sömürgeci sürecinde Kore yazılı basını, kitleleri önemli derecede etkilemesi sebebiyle Japonlar tarafından çeşitli kısıtlamalar ve yasaklamalara maruz durumda kalmıştı. Bu süreç içerisinde Korece yayın yapan Maeil Sinbo ve İngilizce yayın yapan Seoul Press haricinde çoğu gazete yayını Japonlar tarafından durdurulmuştur. Bu durum 1 Mart 1919 tarihinde yapılan bağımsızlık hareketine kadar sürmüştür. Kore halkını bastırmaktan çok yatıştırmaya çalışan Japon yönetimi, 1920'de basılı yayında izlediği politikasını değiştirerek üç Kore gazetesinin yayınlanmasına izin verdi. Yayınlanmasına izin verilen Dong-A Ilbo, *Chosun Ilbo* ve Shisa Shinmun'un yayın politikası tamamıyla Japon yönetimi altındaydı. Korelilerin özgürlük hareketini tekrar başlatmaması adına ulus bağımsızlığı hakkında yorum barındıran haberlere izin vermeme gibi çeşitli kısıt ve yasaklamalarla yayın yapmalarına izin verilmekteydi (Sa, 2009: 6-7). Durumu özetle, yayın yapılmasına izin verilen Kore gazeteleri, Kore halkının olası bir ayaklanma hareketini önlemek adına Japon yönetimi için birer araç konumundaydı şeklinde yorumlayabiliriz. Bu süreç, 1945 yılında Kore'nin bağımsızlığını ilan etmesiyle sona ermiştir. Bağımsızlığın ilan edilmesi sonrasında ise yazılı basın hükümet tarafından kayıt sistemiyle düzenlenmekteydi (Human Rights Watch, 1988: 17). İkinci dünya savaşı sonrası, 1945 yılında Kuzey Kore'yi Sovyetler Birliği, Güney Kore'yi Amerika Birleşik Devletleri işgal etmiştir. 1948 yılında kurulan Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti, Sovyet Rusya ve Komünist Çin tarafından destek alması ile, tüm Kore'ye komünist rejimi getirmek istemekteydi. Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti bu amacı doğrultusunda, silahlanarak büyük bir taarruz ordusu hazırlamıştı. Kuzey Kore, Çin ve, Rus liderleri 1950 yılında Pekin'de yapılan toplantıda Güney Kore'nin işgali hakkında görüşmüşlerdi. Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti bu toplantı ile savaş hazırlıklarına başlamıştı. Hazırlıklar tamamlandıktan sonra, Kuzey Kore'nin başkenti olan Pyongyang basını aracılığıyla, Demokrasi Mücahitleri Cephesi Merkez Komitesi'nin, kurulacak birleşik Kore meclisine ilişkin bildirisini yayınlamaktaydı. Bu bildiriden beş ay sonra 25 Haziran 1950 günü Kuzey Kore'nin, Güney Kore'yi bombalamasıyla Kore Savaşı başlamış oldu (Karacaova, 2010: 46-47). Kore savaşı döneminde, özellikle hassas siyasi konularda Kore basınında katı kurallar ve sansür uygulanmaktaydı. Askeri sansürün uygulandığı Kore basını içeriklerinde çeşitlilik bulunmamaktaydı. 1953 yılında yapılan ateşkes sonrasında Kore basınında fazla bir değişim yoktu. O dönemin hükümeti olan Syng-Man Rhee hükümeti, çeşitli kurallar getirerek Kore basınına kısıtlamaya devam etti (Sa, 2009: 8).

Kore tarihinde altı cumhuriyet yer almaktadır. 1988 yılına kadar hükümetle birlikte cumhuriyetler değişse de yazılı basın ile ilgili politikalar hemen hemen aynı durumda kalmıştır. 1988 yılında Roh Tae-Woo'nun başkan olmasıyla başlayan altıncı cumhuriyet dönemiyle birlikte

Kore yazılı basını özgürlüğünü kazanmış yalnızca sermaye gücüyle mücadele etmiştir. Siyasi olarak medyanın demokratikleşmeye başladığı 90'lı yıllarda Kore gazeteleri yeni bir çevre ile karşılaşmıştır. Teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşmasına paralel olarak basılı yayın sektörü de gelişmiş, kullanımı yaygınlaşmıştır.

Güney Kore halkı tarafından basılı yayın, internet, cep telefonları gibi çeşitli bilgi kaynaklarına ulaşımın kolay ve her kesimden insanın kolaylıkla karşılayabilecek nitelikte olması, kişilerin gelişen teknolojiye çabuk ayak uydurabilmesi gibi sebeplerle yazılı basın mecralarının adeti ve çeşitliliği Güney Kore'de gün geçtikçe artış göstermektedir. 2011 yılı itibari ile Güney Kore yazılı basınında 23'ü ulusal, 111'i yerel olmak üzere toplamda 134 gazete günlük olarak yayın hayatını sürdürmekteyken Güney Kore gemi kazasına yakın bir dönem olan 2013 yılının Aralık ayında Korea ABC tarafından yapılan araştırma sonucunda ise bu rakamlar 430'u ulusal, 665'i yerel olmak üzere toplamda 1095 gazeteye kadar artış göstermiştir. Güney Kore'de günlük yayın yapan basılı yayınların arasında tirajı yüksek gazeteler arasında yer alan *Chosun Ilbo* 1.8 milyon adet, *The Joong Ang Ilbo* 1.3 milyon adet, *The Dong-A Ilbo*'nun 1.2 milyon adet kopya üretmişlerdir. Korea ABC'nin 2010 yılından 2013 yılına kadar yapmış olduğu denetim süresince günlük gazete üretiminde hafif bir düşüş gözlemlenmiştir. Bu hafif düşüşün aksine okuyucu ve abonelik oranları %70-80 gibi bir oranla büyük düşüş göstermektedir (Friedrich Ebert Stiftung, 2013: 30-31). Bu veriler aracılığıyla Güney Kore'de gazetenin basılı haline olan ilginin düştüğü sonucu çıkarılabilmektedir. Stiftung (2013: 30-31) günlük ulusal gazetelerin aylık abonelik ücretinin uzun zamandır aynı olduğunu ve arttırılabilesinin neredeyse imkansız olduğunu belirtmiştir. Bu bilgi, Güney Kore halkının kağıt gazeteye karşı olan ilgisinin düştüğü görüşünü destekler niteliktedir.

Güney Kore halkının kağıt gazeteye olan ilgisinin düştüğünü kanıtlamak amacıyla gazete tirajlarına bakmak daha faydalı olacaktır. Korea Press Foundation'ın 2015 yılı raporuna göre tirajı yüksek gazeteler ve tirajları şu şekildedir; *Chosun Ilbo* günlük ortalama satışı 1.294.931, *JoonAng Ilbo*'nun günlük ortalama satış oranı 795.209, *Dong-A Ilbo* 737.053 günlük ortalama satışa sahiptirler.

Halkın basılı şekilde üretilen gazeteye olan ilgisinin düşmesindeki temel neden olarak internet gazetelerini gösterebilmekteyiz. Teknolojik gelişimin lider ülkelerinden biri olan Güney Kore, bu gelişimi desteklemekte ve halk tarafından kolaylıkla kabul görmektedir. Güney Kore halkı 2000'li yılların ortalarında yaygınlaşma sürecinde olan internet gazetesine de kısa sürede adapte olmuş ve kullanımı gün geçtikçe yaygınlaşmıştır. Korea Press Foundation'ın 2015 yılı raporunda 2005 yılında kayıtlı internet gazetelerinin sayısı 286 iken, 2015 yılında bu rakam 5.950'a çıkmış,

yani 10 sene süresince %1.980.4 gibi bir oranda artış göstermiştir. Sayının bu denli artış göstermesine sebep olarak, kişilerin internet gazetesine gösterdiği ilgiyi kaynak gösterebilmekteyiz.

Korea Press Foundation'ın 2015 yılı raporunda Güney Kore'de kişilerin gün içerisinde ne sıklıkla internet haberlerini takip ettiğine ilişkin yapılan araştırma sonucunda şu veriler ortaya çıkmıştır; Kişilerin %4.7'sinin günde 2-3 sefer, %58.7'sinin ara sıra, %9.6'sının günde bir sefer, 1.9'unun haftada iki seferden fazla, %5.1'inin haftada bir kez, %5.3'ünün bir iki haftada bir sefer internet gazetelerini takip etmekte olduğu, %14.6'sının konu hakkında yorum yapmak istemediği bilgisine ulaşılmaktadır. Bu veriler Güney Kore'de basılı gazeteye olan ilginin büyük düşüş göstermesindeki temel sebep olduğunu destekler niteliktedir. Bu bilgiye ek olarak Korea Press Foundation'ın 2015 yılı raporunda yer alan bir diğer araştırma konusu ise internet gazeteleri tirajlarıdır. Güney Kore internet gazeteleri arasında en çok ziyaret edilen siteler ve tirajları şu şekildedir; donga.com sitesine 7.962.818 kişi tarafından, chosun.com sitesine 7.726.914 kişi tarafından, mk.co.kr sitesine ise 7.025.115 kişi tarafından günlük olarak ziyaret edilmektedir. Güney Kore'de internet gazetelerini günlük olarak ziyaret eden toplam kişi sayısı ise 22.132.200'dür. Bu veriler aracılığıyla 50.588.547 kişilik nüfusa sahip Güney Kore'nin %43.74'ünün günlük ulusal ve yerel haberleri almak amacıyla internet gazetesini ziyaret etmeyi tercih ettiği bilgisine ulaşabilmekteyiz.

7.2. Chosun Ilbo Gazetesi Hakkında Genel Bilgi

Chosun Ilbo yayın hayatına ilk olarak 1920 yılında başlamıştır. 1 Mart 1919 tarihinde Kore'de Japon sömürmesine karşı yapılan bağımsızlık hareketi sonrasında, Japon yönetimi politikasında değişikliklere gitmiştir. Bu değişikliklerden biri, 1920 yılında gerçekleşen Kore gazetelerinin yayınlanmasına izin verilmesidir. Bu izinle birlikte *Dong-A Ilbo*, *Chosun Ilbo* ve *Shisa Shinmun* isimli üç gazete yayınlanmaya başlamıştır. 1920'den bu yana basın hayatını sürdüren *Chosun Ilbo*'nun, ilk basıldığı dönemde tüm yayın politikası Japon yönetimi tarafından kontrol altındaydı. Hangi haberlerin gazetede yer alacağına, nasıl bir dille aktarılacağına Japon yönetimi karar vermekteydi (Sa, 2009: 6). Bu durum 1945 yılında Kore'nin bağımsızlığını ilan ettiği döneme kadar sürmüştür. Fakat bu dönemde de *Chosun Ilbo* tam olarak bağımsız bir gazete olamamıştır. *Chosun Ilbo* da dahil olmak üzere tüm gazeteler dönem hükümeti tarafından kayıt sistemiyle düzenlenmekteydi. Altıncı cumhuriyet dönemiyle birlikte *Chosun Ilbo*'nun da dahil olduğu Kore gazeteleri özgürlüğünü kazanmış yalnızca sermaye gücüyle mücadele etmiştir (Human Rights Watch, 1988: 17).

Günümüzde Kore'deki muhafazakar gazetelerin başında sayılan *Chosun Ilbo*, Kore halkının bir kesimi tarafından Japon sömürgesi dönemindeki tutum ve davranışı nedeniyle eleştirerek, yayınladığı haberlere karşı ön yargı oluşturmuştur (Sa, 2009: 7). *Chosun Ilbo*, gelişimsel diktatörlüğü benimseyen, antikomünizmi ve neo-liberal ekonomi politikasını destekleyen, Amerikan yanlısı haberler üreten bir gazete olarak bilinmektedir. Muhafazakar statükonun *Chosun Ilbo*'yu tercih ettiğinin bilinmesine karşın genel okur kitlesi açık bir şekilde tanımlanmamaktadır (Kim, 2011: 4). *Chosun Ilbo*, Güney Kore'nin en tercih edilen gazetesidir. Bu savı günlük satış oranlarına bakarak destekleyebiliriz. Korea Press Foundation'ın yayınlamış olduğu 2015 yılı raporunda (Byung-ho, 2015: 43) *Chosun Ilbo*'nun günlük gazete tirajı 1.294.931'dir ve Güney Kore'de lider konumdadır.

7.3. Güney Kore Gemi Kazası

Okul gezisi için 16 Nisan 2014 tarihinde Incheon'dan Jeju adasına hareket eden Sewol adlı gemi 476 yolcu taşımaktaydı. Yolcuların 325'i Danwon Lisesi öğrencilerinden oluşmaktaydı. Kaza, geminin aniden döndürülerek dengesini kaybetmesiyle gerçekleşti. Kaza meydana geldiği sırada gemi kaptanın kontrolünde değildi. Mürettebatının en deneyimsiz üyesi gemiyi kontrol etmekteydi. Bu hata ve ihmalkarlık sonucunda yolcu ve mürettebatın 172'si kurtulurken, 304 hayatını kaybetti. Kurtarılanlar arasında, kaza medyana geldiğinde öğrencilere kamaralarını dönmelerinin talimatını veren gemi kaptanı da yer almaktaydı. *Chosun Ilbo*'da yer alan haberler doğrultusunda gemi kaptanı öğrencilere kamaralara dönün talimatını verdikten hemen sonra gemiden kaçmıştır. Bu talimat birçok kişinin hayatını kaybetmesiyle sonuçlanmıştır. Gemi kaptanı, cinayet sebebiyle 36 yıl hapis cezasıyla cezalandırılmıştır. Gemi kaptanının büyük hatasının yanı sıra kaza yapan geminin 18 yaşında olması da kazaya sebebiyet veren bir diğer faktördür. Chonghaejin gemicilik şirketinin kaza ile ilgili bir diğer önemli hatası ise geminin kapasitesinden iki kat fazla yolcu taşınmasıydı.

Gemi kazası gerçekleştikten bir süre sonra Chonghaejin gemicilik şirketi planlama ve işletme şefi aracılığıyla yaptığı basın açıklamasında, gemideki öğrencilerden ve ailelerden özür dileyerek, can kaybını en aza indirebilmek için gerekenin en iyisini yapmaya söz verdiklerini belirtmiştir. Açıklamadan bir kaç hafta sonra Chonghaejin gemicilik şirketi patronunun 7 yıl hapsi istenmiştir. Bu olaydan sonra Chonghaejin gemicilik şirketi olaylar karşısında sessiz kalmayı tercih etmiştir. Chonghaejin gemicilik şirketinin kazaya ilişkin ilk açıklamasına bakıldığında, araştırmanın literatür bölümünde incelenen kriz iletişim stratejilerinden göze girme stratejisini uygulamayı tercih ettiğini belirtebilmekteyiz. Göze girme stratejisi, kriz mağdurları desteklenerek (maddi, manevi yardım, bağış, vb.) kuruluşun kriz esnasında kaybedebileceği kurum imajını geri kazanmak adına uygulanmaktadır. Kriz mağduru kişi ve yakınlarının kriz nedeniyle oluşabilecek kayıplarının,

kuruluş tarafından karşılanacağıının bilinmesi, kamuoyu algısında oluşabilecek negatif önyargının azaltılmasına yardımcı olabilmektedir. Chonghaejin gemicilik şirketi hata ve ihmallerini kabul ederek, gerekli yardım ve desteği sunacağı vaadinde bulunarak, göze girme stratejisini uygulamayı seçmişlerdir diyebiliriz. Öte yandan, Sewol gemi kazası 2017 yılında Başkan Park Geun-hye Hükümetinin, diğer politik skandalların da etkisiyle, görevden alınmasında önemli bir rol oynamıştır.

7.4. Türkiye ve Yazılı Basınına Genel Bakış

İlk Türk gazetesi 11 Kasım 1831 tarihinde *Takvim-i Vekayi* adıyla yayın hayatına başlamıştır. Bu gazete dönemin padişahı olan II. Mahmut'un isteği doğrultusunda, hükümetin işleyişi ve yaptığı/yapacağı faaliyetleri, halka aktarmak amacıyla yayınlanmaya başlamıştır. II. Mahmut'un gazete yayınlamak istemesini sağlayan bazı sebepler bulunduğu söylenebilmektedir. İzmir'de yayımlanan Fransızca gazeteler, çevrede büyük ilgi toplamıştır. Bu durum şüphesiz ki dönem yönetiminin ilgisini çekmiştir. Ayrıca, yabancı ülkelerde yazılı basının 200 yıl gibi bir geçmişinin olmasını ve halk üzerindeki etkisini gözlemleyenlerin padişaha bu durumu iletmeleri II. Mahmut'u yazılı basına ilgisini arttırmış olabilecek diğer bir etkidir (Topuz, 1973: 5). II. Mahmut'un *Takvim-i Vekayi* gazetesinin yayına başlamasıyla birlikte şu beyanatı vermiştir: “Bu gazete kutsal şeriata ve devlet düzenine dokunmamak şartıyla, benim iktidarına çok yardımcı olacaktır” (MEGEP, 2008: 8). Yayınlar amacı doğrultusunda çoğunlukla hükümet haberlerini içermekteydi. Bunların yanı sıra yurtiçi ve yurtdışından çeşitli haberleri de barındırmaktaydı. *Takvim-i Vekayi* gazetesi yayın hayatına başladığı ilk yıllarda haftalık olarak çıkartılacağı belirtilmişti. Fakat hiçbir zaman düzenli bir yayın aralığı olmamış, yılda yalnızca 15-20 sayı yayınlanabilmiştir (Topuz, 1973: 7). İlk sayı 5 bin adet basıldı ve 40x27 cm. boyutundaydı. Tüm devlet örgütüne, taşra kesimine, elçilere, subaylara ilk basım dağıtılmıştır. *Takvim-i Vekayi*'nin senelik abonelik ücreti 120 kuruştur (Topuz, 1973: 6).

1840 yılına kadar tek Türkçe gazete olarak kalan *Takvim-i Vekayi*'yi İngiliz tüccar olan William Churchill'in kurmuş olduğu *Ceride-i Havadis* gazetesi takip etmiştir. *Ceride-i Havadis* yayınlarında dış haberlere ve çevirilere önem vermiş bir gazete olarak bilinmektedir. İlk üç sayı ücretsiz dağıtılmış sonraki yayınlar ise 150 kişi tarafından okunmuştur. Kırım Savaşı gazetesinin gelişmesini sağlayan olay olarak tarihe geçmiştir. İngiliz gazetelerinde muhabirlik yapan Churchill Kırım'a gönderilmiş, Churchill Kırım'dan *Ceride-i Havadis*'te yayınlanması için haberler göndermiştir. Bu haberler halkın ilgisini çekmiş, *Ceride-i Havadis*'in gelişmesini sağlamıştır. Gazete William Churchill'in 1864 yılında vefat etmesinin ardından kapanmıştır (Topuz, 1973: 10). Bu 30 yıllık süreç içerisinde gazeteler hükümet gözetiminde kalmıştır (Nalcıoğlu, 2005: 255). Bu

bilgi doğrultusunda hükümetin halka aktarmasını istediği derece bilgi aktarıldığını söylemek mümkündür.

Bu durum Şinasi ve Agah Efendi'nin yayınladığı *Tercüman-ı Ahval* gazetesine kadar bu şekilde devam etmiştir. 1860 yılında yayına başlayan *Tercüman-ı Ahval*, yurtiçi ve yurtdışı olaylardan seçilen haberler ve eğitici yazılarla halkın rahatlıkla anlayabileceği yazılar yayınlamak amacındaydı (Topuz, 1973: 11). Bu doğrultuda *Tercüman-ı Ahval*, siyasi makaleler yayınlarak fikir gazeteciliği dönemini başlatan gazete niteliğine sahip olmuştur. Şinasi ve Agah Efendi'nin yayınladığı *Tercüman-ı Ahval*, ulusu ilgilendiren konular ve sorunlarla ilgili halka tarafsız bilgi iletmek, bu konular üzerinde halkı düşündürmek ve halkın konular üzerinde tartışmasını sağlamak, çeşitli çözüm önerileri getirmek gibi amaçlar doğrultusunda yayınlanmaktaydı. Özetle Şinasi ve Agah Efendi halkı ulusal konu ve sorunlarla ilgili bilinçlendirmek amacı gütmekteydiler (Nalcıoğlu, 2005: 255-256). Kısa süre içerisinde halktan büyük ilgi gören fikir gazetesi *Tercüman-ı Ahval* ve onu takiben yayınlanan diğer gazeteleri, dönem hükümetinin bir tehdit unsuru olarak görmesi çok zaman almamıştı. Hükümetle başarılı ilişkiler kuramayan *Tercüman-ı Ahval*'in, 1861 yılında iki hafta süresince gazetenin yayınları durdurulmuştur ve Türk basın tarihindeki ilk gazete kapatılması gerçekleşmiştir. Yalnızca 5 buçuk sene ayakta kalabilen gazete, hükümet kısıtlamaları karşısında dayanamayıp kapatıldı. Toplamda 792 sayı çıkarabilmiş gazetenin son sayısı, 11 Mart 1866 tarihindedir (Topuz, 1973: 12).

Yazılı basının giderek özelleşmesiyle birlikte, daha bağımsız yayınlar çıkarılmaya başlanmış, meşrutiyet, *Hürriyet* gibi kavramların yayınlarda kullanım sıklığı artmıştır. Bu durum, halkın çeşitli demokratik taleplerinin oluşmasını sağlamıştır. Yazılı basının gelişmesi ve kullanımının artmasıyla birlikte hükümete karşı gelen eleştirilerin paralel artış göstermesi, hükümetin dikkatini çekmiş ve olası bir kötü sonucu engellemek adına tedbirler almaya itmiştir. 1876 yılında basına ilk resmi sansür getirilmiştir (Topuz, 1973: 48). Bundan bir sene sonra 1877 yılında ise ilk basın kanunu tasarısı çıkarılmıştır. Bu tasarı ile birlikte hükümet uygun görmediği yayınları kendi belirlediği süre boyunca durdurma yetkisine sahip olmuştur (Karakaya, 2013: 8). 1900'lü yıllara değin basında tam bir özgürlükten söz etmenin mümkün olmadığı bir süreç yaşanmıştır. 1901'de Türk basın tarihinin ilk grevi yaşanmıştır. Sansürden muzdarip yazılı basın ile arasını düzeltmek isteyen dönem hükümeti pul vergisini kaldırma kararı alarak, medya patronlarının gelirini arttırmayı amaçlamıştır. Bu durumu gözleyen gazeteciler ise gelirlerinde zam istemiş fakat olumlu bir sonuç alamamıştır. Bu sebeple başlatılan basın tarihindeki ilk grevin gazeteciler bakımından olumlu bir etkisi olmamıştır.

Basındaki sansür II. Meşrutiyetin yayınlanması ile birlikte son bulmuştur. Anayasanın 12. maddesinde yer alan "Matbuat Kanun dairesinde serbesttir, hiçbir veçhile kapatılıp teftiş ve muayeneye tabi tutulamaz" yönetmeliği ile basında özgürlük dönemi başlamış, Türk basınında yayınlanan gazete sayısı 4'ten 200'e yükselmiştir. 1931 yılında çıkan Matbuat Kanunu ile kapatma uygulamasının yeniden yürürlüğe konulması, basındaki özgürlük tekrar sekteye uğramıştır (Çakır ve Berzah, 2011: 72). Bu süreç sonrasında basın ile ilgili birçok yasa değişikliği yaşansa da, basının tam olarak özgür olduğu bir dönemden bahsetmek mümkün değildir.

80'li yıllara kadar, gazetecilik gerek maddi geliri ve sıkıntıları, gerek yayınlarda yaşanan zorluk sebebiyle, tam zamanlı bir iş değil de, yan bir uğraş olarak görülmüştür. Daha çok aileden kalan mesleğin devam ettirilmesi vesilesiyle ayakta kalan bir sektör olmuştur. 80'li yıllarda ise yönetimden kaynaklı problemler ve değişen teknolojik etkenler ile büyük sermaye gruplarının eline geçmiştir. 90'lı yılların başında yayına başlayan özel televizyon kanalları da gazetelere rakip olmuştur. Bu durum da yazılı basının büyük sermayelerin eline geçmesinin sebeplerinden biridir (Yüce, 2007: 95). Bu durum 2000-2001 yılları arasında banka krizinden mağdur olan medya patronlarının sermayelerine de zarar vermiştir ve yazılı basın sektörü sekteye uğramıştır. Banka krizi mağduru medya kuruluşlarına el konulmuş ve medya sahiplikleri büyük ölçüde değişime uğramıştır. O süreçten günümüze kadar uzanan dönemde Türk medya sektörünü, ülkenin önde gelen sermaye grupları tarafından yönetilmektedir (Karakaya, 2013: 10).

Tanzimat dönemi ve Cumhuriyet döneminde çeşitli sıkıntı ve sorunlarla yüzleşen yazılı basın 2000'li yıllar itibari ile gelişmeye başlamıştır. Her geçen gün çeşitli konular üzerine yoğunlaşan gazeteler yayın hayatına başlamıştır. Türkiye'de 2005 yılı içerisinde 1.848 gazete faaliyette iken, 2015 yılı içerisinde bu sayı 2.731'e ulaşmıştır (TUIK, 2016). 2005 yılı içerisinde yıllık ücretli gazete tirajları 1.439.586.557, yıllık ücretsiz gazete tirajları 90.688.983 olmak üzere toplam tiraj sayısı 1.530.275.540 iken, 2015 yılı içerisinde yıllık ücretli gazete tirajları 1.960.545.744, yıllık ücretsiz gazete tirajları 171.696.594 olmak üzere toplam 2.132.242.338 tiraj sayısına yükselmiştir (TUIK, 2016). Bu bilgiler ışığında, Türkiye'de kağıt gazeteye olan ilginin yükseldiği söylemek mümkündür. Bu veriler ile birlikte, internet gazetelerinin yıllık ziyaretçi sayısı da dikkat çekici rakamlardadır. Sayısal verilere baktığımızda 2005 yılından 2015 yılına kadar olan süreçte internet gazetelerine olan ilginin büyük bir artış içinde olduğunu söylemek mümkündür. 2005 yılı içerisinde internet gazetelerinin yıllık ziyaretçi sayısı 270.633.608 iken 2015 yılı içerisinde internet gazetelerinin yıllık ziyaretçi sayısı 4.526.150.608'e ulaşmıştır (TUIK, 2016).

İki ülkenin yazılı basın ile ilgili istatistik verilerine bakıldığında, internet gazetelerine olan ilginin, gazetenin basılı haline olan ilgiden daha fazla olduğu görülmektedir. Bu bilgiler ışığında

araştırmanın örnek iki olayının analizinde, gazetelerin internet versiyonlarından faydalanmanın daha uygun olacağı düşünülerek internet gazeteleri üzerinden içerik analiz yapılması yeterli görülmüştür.

7.5. Hürriyet Gazetesi Hakkında Genel Bilgi

Hürriyet gazetesi yayın hayatına 1 Mayıs 1948 tarihinde başlamıştır. Gazetenin kurucusu olan Sedat Simavi dönemin Gazeteciler Cemiyeti başkanıdır. Kendisi Atatürkçü, yenilikçi, vatansever, medeniyetçi bir şahıs olarak tanınmıştır (Benol, 2012: 64). Gazetenin kurucusu Sedat Simavi, gazetenin ilk yayımlandığı tarihteki yazısında, " Doğru havadis veren, hakkı gözeten, dürüst bir gazete çıkarabilmek için ortaya atıldık. Bu gayeye varabilmek için doğruyu seven, riya, iftira ve haksızlıktan nefret eden okuyucularımızla el ele yürümek istiyoruz." sözleriyle *Hürriyet*'in yayın politikasına ve asıl amacına değinmiştir (Girgin, 2009: 115).

1941 yılı itibariyle günlük 60 bin tiraja sahip 113 gazete bulunmaktayken, 5 yıllık süreçte tirajı 100 bin olan 202 gazeteye yükselmiştir. Gazete tirajların artmasındaki en büyük etken gazetelerin yayıncılık anlayışının değişimidir. Başyazıya dayanan gazetecilik yerini haber ve fotoğrafa öncelik veren gazeteciliğe bırakmıştır. Bu yeni anlayışa öncülük eden gazete ise *Hürriyet* olmuştur (Girgin, 2009: 114). *Hürriyet*'in başarısı diğer gazetelerin de habercilik anlayışını etkilemiş, haber ve fotoğrafa öncelik veren gazetelerin sayısı artmıştır. Günümüzde bu tip gazetelerin hakim olduğu göz önünde bulundurulduğunda *Hürriyet*'in Türk gazeteciliğine etkisinin büyüklüğü aşıkardır. Özetle, *Hürriyet*'in yayınlandığı tarihten itibaren, Türk basınında yeni bir içerik ve biçim kullanılmaya başlanmıştır (Özkır, 2013: 48). Ayrıca *Hürriyet*, modern gazete baskı tekniklerini kullanan ilk yayın niteliğine de sahiptir (Topuz, 1973: 175).

Günümüzde Doğan Holding'in bünyesi altında "Tarafsız ve kaynağından doğru haber" (*Hürriyet* Kurumsal Web Sayfası, 2016) iddiasıyla yayın hayatını sürdüren *Hürriyet*, kitle gazetesi özelliği taşımaktadır (Girgin, 2009: 115). Topuz'un (1973: 175) belirttiği üzere *Hürriyet* yazılarında yalın bir tercih etmekte ve ortalamanın altında kültür düzeyine sahip okuyucuların rahatlıkla anlayabilecekleri bir dilde yazılmaktadır. Bu durum da *Hürriyet* gazetesine geniş okuyucu kitlesi sağlamıştır. Yayınlandığı ilk yıl içerisinde *Hürriyet*'in tirajı 30 bin civarındadır. Bir yıl içerisinde tiraj 56 bine yükselmiş, 1951 senesinde ise 100 bin tiraja ulaşmıştır (Topuz, 1973: 174-175). Günümüzde ise *Hürriyet* 320 bin tiraj (Gazete Tirajları Web Sayfası, 2016) ile lider konumdadır. Tirajların Türkiye genelinde bu denli yüksek olmasının sebebi olarak, yalın bir dil kullanılması ve bol fotoğraf içermesi ile okurlarını sıkmaması, her kesime hitap eden geniş ve ilginç haber çeşitliliğine sahip olması gösterilebilmektedir. Genel olarak Türk gazetelerindeki siyasal ağırlıklı

içeriği azaltan *Hürriyet*, spor, magazin, mizah, sağlıklı yaşam gibi sosyal konulara da yer ayırmaktadır (Özkır, 2013: 48).

7.6. Soma Maden Kazası

Soma Kömür İşletmeleri A.Ş.'nin sorumluluğundaki madende gerçekleşen Soma maden kazası, 13 Mayıs 2014 tarihinde Manisa'nın Soma ilçesindeki kömür madeninde çıkan yangın nedeniyle gerçekleşmiştir. Kaza, vardiya değişimi sırasında gerçekleşmiştir. Kömür madeninin 2 kilometrelik galerisinde çıkışa yakın olan işçiler dışarıya çıkmayı başarırken, geri kalan 301 işçi çıkan yangın nedeniyle 800 metre derinlikte mahsur kalmıştır. Yangın sebebiyle maden zehirli dumanla dolmuş ve kaza sonucunda 301 işçi hayatını kaybetmiştir.

Olay gerçekleşikten hemen sonra Soma Kömür İşletmeleri A.Ş. yaptığı açıklamada, işletmede mühendislik ve teknik olarak bugüne kadar görülmeyen ve açıklanmayan bir yangın çıktığı belirtilmiştir. Her türlü emniyet tedbirinin alındığını iddia eden şirket, yangının kısa sürede yayılmasındaki sebebi detaylı incelemeden sonra anlaşılacağını açıklamıştır. İşletmenin bir diğer açıklaması ise Soma Kömür İşletmeleri A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Başkanı 16 Mayıs 2014 tarihinde Alp Gürkan düzenlediği basın toplantısı ile yapılmıştır. Alp Gürkan, kazanın gerçekleşme sebebinin 140 kodunda dördüncü bantta tespit edilmesi mümkün olmayan bir kızışmanın ve buna bağlı olarak hızlı havanın etkisiyle tutuşan kömür korlarının sebep olduğu yangının kazayı medyana getirdiğini tahmin ettiklerini açıklamıştır. Kazanın hemen ardından yapılan iki açıklamaya bakıldığında Soma Kömür İşletmeleri A.Ş.'nin araştırmanın literatür bölümünde incelenen kriz iletişimi stratejilerinden azaltma stratejisini tercih ettiğini belirtebilmekteyiz. Azaltma stratejisi, kuruluş krizin varlığını kabul ederek, kamuoyuna krize ilişkin detaylı bilgileri aktararak gerçekleştirilebilmektedir. Bu stratejinin uygulanmasındaki temel amaç kuruluş ve kriz arasındaki bağı en aza indirmektir. Meydana gelen olayı, kuruluşun elinde olmayacak şekilde gerçekleştiğini belirterek, gerekçelendirmesi azaltma stratejisinin temelini oluşturmaktadır. Soma Kömür İşletmeleri A.Ş.'nin her iki açıklamasında görüldüğü üzere kuruluş ve kriz arasındaki bağı en aza indirmeye çalışılmıştır. Bu aza indirme çabasını, "mühendislik ve teknik olarak bugüne kadar görülmeyen ve açıklanmayan bir yangın ", "tespit edilmesi mümkün olmayan bir kızışmanın ve buna bağlı olarak hızlı havanın etkisiyle tutuşan kömür korlarının sebep olduğu yangın" ifadeleri destekler niteliktedir.

Ulusal ölçekli felaketlerin basında yansıma biçimlerini iki ülkede gerçekleşen olaylar aracılığıyla incelemek amacı doğrultusunda, iki ülke yazılı basını, araştırmanın örnekleme olarak seçilen gazeteler ve örnek olarak ele alınan kazalar hakkındaki genel bilgilere yukarıdaki bölümde yer verilmiştir. Araştırmanın örnek olaylarını oluşturan gemi kazası ve maden kazasının basında

yansıma biçimleri arasındaki farkları ve benzerlikleri ortaya koyabilmek için araştırma soruları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur;

1) Güney Kore ve Türkiye gazetelerinde benzer nitelikteki kazaların sunumu hangi metinsel farklar göstermektedir?

2) Güney Kore ve Türkiye gazetelerinde benzer nitelikteki kazaların sunumu haber özellikleri (görsel malzeme kullanımı, kaynak kişi atfı, vb.) bakımından hangi farklar taşımaktadır?

8. Veri Toplama

Çalışmada kullanılan içerik analizi yöntemindeki analiz birimi gazetelerdeki haberlerdir. Her haber aşağıdaki veri toplama çizelgesine göre değerlendirilmiş ve her habere ilişkin çizelgedeki veriler toplanmıştır. Bu çizelgenin oluşturulmasında Altun ve Bek'in (2013) çalışmasından yararlanılmıştır. Bu veriler daha sonra SPSS'e aktarılarak analiz edilmiş ve bulgular sunularak sonuçlar bölümünde değerlendirilmiştir.

Haberin Yer Aldığı Gazete	1. Hürriyet, 2. Chosun Ilbo.
Başlıkta Sansasyonel Kelime Kullanımı	0. Yok, 1. Var.
Haberde Başlık Tonu	0. Nötr, 1. Umut Verici, 2. Kaygı ve Endişe Verici, 3. Suçlayıcı, 4. Acıma.
Görsel Malzeme Kullanımı	0. Yok 1. Var
Sözcük Sayısı	Haberde yer alan toplam sözcük sayısı.
Haber Uzunluğu	1. Kısa, 2. Orta, 3. Uzun. Bu sınıflandırma saptanan minimum (33), maksimum (4669) sözcük sayıları ve ortalama sözcük sayısı (316) aracılığıyla oluşturulmuştur.
Sansasyonel Kelime Sayısı	Hazırlanan sansasyonel kelimeler listesindeki (Tablo 4) kelimelerin haberlerde kullanım sayısı.
Haberdeki Birinci Kaynak Kişi/Kurum	0. Kaynak Yok, 1. Üst Düzey Kamu Görevlisi, 2. Güvenlik Görevlisi, 3. Sağlık Görevlisi, 4. Kurtarma Ekibi, 5. Muhabir, 6. Ajans, 7. Muhalefet Partisi, 8. Hükümet Yetkilisi, 9. Kazazede, 10. Kazazede Yakını, 11. Uzman, 12. Kurum Yetkilisi 13. Sivil Toplum Kuruluşları 14. Ünlü 15. Diğer

Haberdeki İkinci Kaynak Kişi/Kurum	0. Kaynak Yok, 1. Üst Düzey Kamu Görevlisi, 2. Güvenlik Görevlisi, 3. Sağlık Görevlisi, 4. Kurtarma Ekibi, 5. Muhabir, 6. Ajans, 7. Muhalefet Partisi, 8. Hükümet Yetkilisi, 9. Kazazede, 10. Kazazede Yakını, 11. Uzman, 12. Kurum Yetkilisi 13. Sivil Toplum Kuruluşları 14. Ünlü 15. Diğer
Haberin Ana Teması	1. Arama Kurtarma Çalışmaları, 2. Güvenlik, 3. Ölü ve Yaralılar, 4. Yardım Toplama ve Dağıtım 5. Yasal Soruşturma 6. Yas/Taziye 7. Grev/Eylem 8. Diğer
Haberin İkinci Teması	1. Arama Kurtarma Çalışmaları, 2. Güvenlik, 3. Ölü ve Yaralılar, 4. Yardım Toplama ve Dağıtım 5. Yasal Soruşturma 6. Yas/Taziye 7. Grev/Eylem 8. Diğer

Tablo 1: Veri Toplama Çizelgesi

Tablo 1'de görüldüğü üzere, felaket haberlerine ilişkin veriler öncelikle başlıklar ile ilgili bilgileri kapsamaktadır. Bunun sebebi, haber başlıklarının, kişilerin haberi okumak isteyip istememesini doğrudan etkileyen bir öge olmasıdır. Haberlerin başlık tonu ve başlıkta sansasyonel kelime kullanımı oranlarının saptanması, iki ülke yazılı basınına yansıyan felakete ilişkin haberlerin taşıdığı metinsel farkları ortaya koyabilmek bakımından yardımcı olacağı düşünülmüştür. Felakete ilişkin haberlerin okurlara hissettirmek istediği duygular başlık ile aktarılabilmektedir. Bu sebeple haberin başlık tonuna ilişkin verileri toplamak için, nötr, umut verici, kaygı/endişe verici, suçlayıcı ve acıma olmak üzere kategorilere ayrılmıştır. Başlık tonunu aktarmada yardımcı öge ise sansasyonel kelimelerdir. Bu sebeple başlıkta sansasyonel kelime kullanım miktarını saptamanın doğru olacağı düşünülmüştür. Sansasyonel kelimelerin başlıkta yer alıp almadığını saptamak için bir sansasyonel kelimeler listesi (Tablo 4) oluşturulmuştur. Sansasyonel kelimeler listesinde yer alan kelimeler başlıklarda kullanılıp kullanılmadığına ilişkin veriler bu şekilde toplanmıştır.

Görsel malzemeler okurların habere önem verip okumasını sağlayan haber öğelerinden bir diğeridir. Bu sebeple, felakete ilişkin haberlerde görsel malzeme kullanım oranlarının saptanıp karşılaştırılması önemli bir konu olduğunu belirtebilmekteyiz. Ayrıca araştırma sorularında yer alan iki ülke basının felakete ilişkin haberleri yansıttığındaki farkları ve benzerlikleri haber özellikleri arasından karşılaştırmak adına da önem arz etmektedir.

Haber uzunluğu, gazetenin haberini yaptığı olaya verdiği önemle doğrudan ilişkili bir kavramdır. İki ülke yazılı basınının felakete ilişkin haberlere ne derece önem verdiğini ortaya koymak adına haber uzunluklarına ilişkin veriler toplanmıştır. Haber uzunlukları, araştırmanın örneklemini internet gazetelerinin oluşturması sebebi ile sözcük sayılarıyla saptanmıştır. Haber uzunluğuna ilişkin veriler kısa (30-200), orta (200-500) ve uzun (500-5000) kategorileri oluşturularak toplanmıştır. Bu kategoriler, minimum (33), maksimum (4669) sözcük sayısı ve ortalama sözcük (316) sayılarını saptayarak oluşturulmuştur.

Daha öncede bahsedildiği üzere sansasyonel kelimelerin haberde yer alması kişilerin habere ilişkin ilgisini arttırabilecek bir etkidir. Bu sebeple haber başlıklarının yanında, haber içeriklerinde yer alan sansasyonel kelime kullanım oranlarının saptanması gerektiği düşünülmüştür. Haber içeriklerinde sansasyonel kelime kullanım oranlarını saptamak için de aynı sansasyonel kelimeler listesinden (Tablo 4) faydalanılmıştır.

Gazeteler haberlerinde, okurların genelinin güvenini kazanmış kişi ve kurumları kaynak olarak gösterme eğilimindedirler. Haberde kullanılan kaynak kişi ve kurumlar, bir ülkenin güvendiği ve önem verdiği kaynak kişi ve kurumları saptamaya olanak sağlayan bir konudur. Bu sebeple haberde kullanılan kaynak kişi ve kurumlar Tablo 1'deki şekilde kategorilere ayrılarak veriler toplanmıştır. Kaynak kişi ve kurumların öncelikli gelenlerini ayırt edebilmek adına, haberde kullanılan birinci ve ikinci kaynak kişi/kurumlara ayrılmış veriler bu doğrultuda toplanmıştır.

Haberin teması, gazetenin hem olaya ilişkin değinmek istediği önemli noktaları anlamak adına, hem de habercilik anlayışının anlamak adına önem arz etmektedir. Bu sebeple haber temalarına ilişkin verilerin toplanması uygun görülmüştür. Araştırmanın örnek olaylarını oluşturan kazaların haber temaları olabilecek şekilde Tablo 1'deki gibi kategorileştirilmiş veriler bu doğrultuda toplanmıştır. Haber temalarında öne çıkan temaları saptamak adına haberin ana teması ve ikinci teması olmak üzere iki başlık altında veriler toplanmıştır.

9. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi

Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazası örnek olayları aracılığıyla, felaket haberlerinin basında yansıma biçimlerini incelemek amacıyla yapılan çalışmada, örneklem alınan *Chosun Ilbo* ve *Hürriyet* internet gazetelerinden toplanan veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma soruları doğrultusunda kaza haberlerinin sunumunda metinsel fark ve benzerlikleri saptamak, haber özelliklerini kıyaslamak üzere oluşturulan veri toplama çizelgesi (Tablo 1) SPSS'e aktarılarak veriler toplanmıştır.

Çalışmanın örnek olayları olarak belirlenen kazalar ile ilgili haberlerin başlık tonları incelenmiştir. Van Dijk (1988: 36) haber başlığını, farklı işlevleri yerine getirmek amacıyla oluşturulan haber içeriğine ilişkin bir özet olarak tanımlamıştır. Başlıkların bir diğer işlevi ise okurların ilgisini çekmektir. Günümüzde, gazetecilik endüstrisi oldukça rekabetçidir. Okurların ilgisini çekebilmek adına bazı uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamalar arasında ise başlıkta sansasyonel kelime kullanımı yer almaktadır (Ganta, 2015: 427). Bu sebeple, çalışmanın analiz birimi olarak belirlenen gazete haberlerinin başlıklarında ve içeriğinde sansasyonel kelimelerin yer alıp almadığı incelenmiştir. Haberlerdeki görseller, tıpkı başlıklar gibi habere ilişkin kısa bilgi vermekte, ilgi çekmektedir. Bu bağlamda, görsel öğelerin incelenen haberlerde yer alma sıklığı değerlendirilmiştir. İnternet gazetelerinden veri toplanması sebebiyle, haberlerin boyutu toplam sözcük kullanımı ile ölçülmüştür. Bu ölçüm yapılırken, kısa, orta, uzun olmak üzere üç kategori belirlenmiştir. Bu kategoriler, incelenen haberlerin içerdiği minimum, maksimum ve ortalama sözcük sayısı baz alınarak oluşturulmuştur. Daha sonra, haberde kullanılan birinci ve ikinci kaynak kişi veya kurumlar hakkında veriler toplanmıştır. Kullanılan kaynak veya kurumların haberlerde yer alma sıklığının saptanması için çeşitli kategoriler (Tablo 1) oluşturulmuştur. Son olarak haberdeki ana tema ve ikinci temalar incelenmiş, bu temaların analizi için kategoriler (Tablo 1) belirlenmiştir.

9.1. Metinsel Farklar ve Benzerlikler

9.1.1. Yayımlanan Haber Sayısı ve Konunun Yer Alma Dağılımı

Kaza haberlerinin Güney Kore ve Türk medyasında nasıl yer aldığına genel durumunu incelemek üzere Güney Kore yazılı basınından *Chosun Ilbo*, Türk yazılı basınından *Hürriyet* gazeteleri seçilmiştir. Soma maden kazasının gerçekleştiği 13.05.2014 tarihinden 13.06.2014 tarihine kadar yayınlanan *Hürriyet* haberleri ve Sewol Gemi Kazasının gerçekleştiği 16.04.2014 tarihinden 16.05.2014 tarihine kadar yayınlanan *Chosun Ilbo* haberleri araştırmanın analiz birimini oluşturmuştur. Bu süreç dahilinde toplamda 492 habere ilişkin veriler toplanmıştır.

Gazete Adı	Haber Sayısı	Yüzde (%)
Hürriyet	411	83,5
Chosun Ilbo	81	16,5
Toplam	492	100,0

Tablo 2: Kaza Haberlerinin Gazetelerde Yer Alma Dağılımı

Kazaların meydana gelmesinden sonraki ilk bir aylık süreci kapsayan haberlerin toplam sayısı 492'dir. Haberlerin %83,5'ini *Hürriyet*, %16,5'ini ise *Chosun Ilbo* yayınlamıştır. *Hürriyet*'in 411 haber *Chosun Ilbo*'nun 81 haber yayınladığı yukarıdaki tabloda görülmektedir. İki gazetede yayınlanan kaza haberlerinin yer alma dağılımı arasındaki fark çok açıktır. Bu açıklık, iki gazetenin yayın politikası arasındaki farkı ortaya koymaktadır.

9.1.2. Haber Başlıkları

Aktarılan haberin kısa özeti olması ve okurun ilgisini çekmesindeki etkisiyle başlıklar haber için önemli bir konudur. Djik (1988: 36)'in belirttiği üzere haber başlığı çeşitli işlevleri yerine getirmek amacıyla oluşturulmaktadır. Bu işlevleri başlığın tonu alt konusunda incelemek uygun görülmüştür. Çalışmanın içeriğine uygun olan başlık tonları; umut verici, kaygı ve endişe verici, suçlayıcı ve acıma olarak sınıflandırılmıştır. Haber içeriğinin yalın biçimde aktarıldığı durumları ifade etmesi sebebiyle bu sınıflandırmaya nötr de dahil edilmiştir.

	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Nötr	194	47,20	42	51,85	236	47,97
Umut Verici	56	13,62	5	6,17	61	12,40
Kaygı ve Endişe Verici	55	13,38	12	14,81	67	13,62
Suçlayıcı	46	11,20	20	24,70	66	13,41
Acıma	60	14,60	2	2,47	62	12,60
Toplam	411	100	81	100	492	100

Tablo 3: Gazetelere Göre Başlık Tonu Kullanımları

Nötr başlık tonunu, haberi olduğu gibi aktarmak olarak niteleyebilmekteyiz. Haber başlığını okuyan kişinin yorumuna açık olarak oluşturulan nötr başlık tonu *Hürriyet* 194 haberde kullanılmıştır. *Hürriyet* Soma maden kazasına ilişkin aktardığı haberlerin %47,20'sinin başlığını nötr tonla aktarmıştır. *Chosun Ilbo* ise Güney Kore gemi kazasına ilişkin yayınladığı 81 haberin 42'sinde nötr başlık tonu kullanmıştır. Haberlerin %51,85'ini nötr tonlu başlıkla yayınlayan *Chosun Ilbo*, *Hürriyet* ile hemen hemen aynı orana sahiptir. Toplamda 492 haberin incelendiği çalışmada, %47,97 oranı ile haberin başlığı nötr tonla oluşturulmuştur. Bu bağlamda her iki gazetenin kaza haberini aktarırken sıklıkla tercih ettiği başlık tonunun nötr olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Diğer başlık tonlarına bakıldığında, umut verici başlık tonu kullanımını iki gazetede farklılık göstermektedir. *Hürriyet* Soma maden kazasına ilişkin yayınladığı haberlerin %13,62'sinde umut verici başlık tonu kullanmıştır. Bu oran *Chosun Ilbo* haberlerinde ise %6,17'dir. Bu sonuçlar doğrultusunda, *Hürriyet* gazetesinin *Chosun Ilbo*'ya nazaran olaya daha pozitif yaklaşma çabasının bulunduğunu belirtebilmekteyiz.

Kaygı ve endişe verici başlık tonu kullanım oranları iki gazetede benzerlik göstermektedir. *Hürriyet* kazaya ilişkin haberlerin %13,38'inde kaygı ve endişe verici başlık tonu kullanmıştır. Bu oran *Chosun Ilbo* gazetesinde %14,81'dir. Bu veriler doğrultusunda gazeteler için kazalar, benzer oranlarla endişe yaratmıştır yorumu yapılabilmektedir.

Bir diğer kategori olan suçlayıcı başlık tonu kullanımları ise iki gazete arasında farklılık göstermektedir. *Hürriyet* gazetesi suçlayıcı başlık tonunu %11,20 oranıyla kullanırken, *Chosun Ilbo* gazetesi suçlayıcı başlık tonunu %24,70 oranıyla kullanmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda, *Chosun Ilbo* gazetesinin kaza ile ilgili yapılan yanlışları ve ihmalleri, *Hürriyet*'e oranla daha çok gündemde tutmayı tercih ettiği sonucu çıkarılabilmektedir.

Başlık tonu kategorilerinde sonuncusu acıma kategorisidir. Acıma başlık tonu kullanım oranları oldukça büyük fark göstermektedir. *Hürriyet* kazaya ilişkin yayınladığı 411 haberin %14,60'ında acıma başlık tonu kullanmıştır. *Chosun Ilbo* ise yayınladığı kazaya ilişkin 81 haberin yalnızca %2,47'sinde acıma başlık tonuna yer vermiştir. Bu bilgiler doğrultusunda *Hürriyet*'in olayı daha dramatik yönleriyle ele almayı tercih ettiğini belirtebilmekteyiz.

Örnekleme dahilindeki iki gazetenin metinsel fark ve benzerliklerini saptamada yardımcı olacağı düşüncesiyle sansasyonel kelimelerin başlıkta kullanımı incelenmiştir. Okurların ilgisini çekmek dolayısıyla gazetenin tirajını arttırmak amacıyla haber başlıklarında sansasyonel kelimeler çoğu gazete tarafından kullanılmaktadır. Ancak ulusal boyuta taşınmış kaza haberlerinde başlıkta sansasyonel kelime kullanılıp kullanılmadığını incelemek için bu konuya yer verilmiştir. Bu konu dahilinde sansasyonel kelimeler listesi oluşturulmuştur.

Felaket	Disaster
Feci	Catastrophic, Disastrous
Talihsiz	Doomed, Unfortunate
Cehennem/Cehennemi	Hell/Hellish

Acı/Acıklı	Painful, Grievous
Istırap	Suffering
Trajik	Tragic
Trajedi	Tragedy
Berbat	Terrible
Korkunç	Awful
Korku dolu	Fearful
Korkutucu	Terrifying
Tüyer ürpertici	Hair-raising
Katliam	Massacre
Akil almaz	Inconceivable
Çaresiz	Desperate
Dehşet/Dehşet verici	Direful
Kahredici/Yürek Dağlayıcı	Crushing
Feryat	Bellow
Perişan	Miserable
Mahvolmuş	Ruined
Harap	Desolate
Şiddetli	Loud
Mucizevi	Miraculous
Hayret verici	Amazing
Olağandışı	Extraordinary

Müthiş	Stunning
--------	----------

Tablo 4: Sansasyonel Kelimeler Listesi

Oluşturulan bu liste aracılığıyla *Chosun Ilbo* ve *Hürriyet* gazetelerinin kazalara ilişkin haberlerinin başlıkları incelendiğinde şu sonuçlar çıkmıştır;

	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Sansasyon Kelimesi Yok	353	85,88	42	51,85	395	80,28
Sansasyon Kelimesi Var	58	14,12	39	48,15	97	19,72
Toplam	411	100	81	100	492	100

Tablo 5: Kaza Haberleri Başlıklarında Sansasyonel Kelime Kullanımı

Örnekleme dahilindeki iki gazeteyi tek tek incelediğimizde *Hürriyet* gazetesinin yayınladığı 411 kaza haberinin 353'ünün başlığında sansasyonel kelime kullanılmadığı görülmüştür. Yalnızca haberlerin %14,12'sinin başlığında sansasyonel kelime kullanan *Hürriyet*'in aksine *Chosun Ilbo*'da bu oran %48,15'dir. Bir aylık süreçte incelenen *Chosun Ilbo* toplamda yayınladığı 81 haberin 39'unun başlığında sansasyonel kelimelere yer vermiştir. Bu kelimelerin yoğunluğundaki temel sebep kazayı facia (disaster) olarak nitelendirmeleridir. Haber içeriklerine bakıldığında olayı gemi kazası olarak nitelendiren *Chosun Ilbo* başlıkta facia (disaster) kelimesine yer vermeyi tercih etmiştir. *Chosun Ilbo* başlıklarında ayrıca oluşturulan sansasyonel kelimeler listesinden talihsiz (ill-fated), trajedi (tragedy), mahvolmuş (ruined) kelimelerine başlıkta yer vermiştir. *Hürriyet*'in haber başlıklarına baktığımızda olaydan Soma diye söz ettiğini görmekteyiz. Kazayı nitelendirmek için "Soma" kelimesini tercih eden *Hürriyet*'in başlıkta sansasyonel kelime kullanım oranının bu denli düşük olmasının temel sebebi olarak gösterebilmekteyiz. Haber içeriklerine baktığımızda *Hürriyet* de *Chosun Ilbo* gibi kazayı facia olarak nitelendirmiştir. Fakat başlıkta bu kelimeye daha düşük oranla yer verilmiştir. Toplamda yayınladığı 411 haberin yalnızca 58'inin başlığında görülen kelimeler arasında facia, acı, kahredici, feryat kelimeleri yer almıştır. Özetle iki gazete başlıkta sansasyonel kelimeleri kullanım oranları arasındaki fark bu sebeplerle oluşmuştur.

9.1.3. Haber İçeriklerine İlişkin Bulgular

Haber içeriklerine ilişkin bulgular, çalışmada yer alan kategoriler arasında haber uzunluğu ve içerikteki sansasyonel kelime kullanım sıklığı bulunmaktadır.

Çalışmanın araştırma soruları doğrultusunda, iki gazetenin haberlerindeki metinsel fark ve benzerliklerini saptanması için önemli bir konu olan haber boyutu, örneklem olarak internet gazeteleri alındığı için haberin toplam sözcük sayıları aracılığıyla incelenmiştir. İncelenen sözcük sayıları, kısa, orta ve uzun olmak üzere sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma yapılmadan önce, kaza haberleri içerisinde minimum, maksimum ve ortalama sözcük sayıları saptanmıştır.

	Hürriyet	Chosun Ilbo	Sözcük Sayısı
Minimum Sözcük Sayısı	33	87	33
Maksimum Sözcük Sayısı	4669	1358	4669

Tablo 6: Haberlerde Yer Alan Minimum ve Maksimum Sözcük Sayısı

Maksimum ve minimum kelimeleri *Hürriyet* tarafından belirlendiğini yukarıdaki tabloda da görebilmekteyiz. İnternet gazetesi olması sebebiyle, bir habere ilişkin kısa bilgiler vererek "ayrıntılar birazdan" sözleriyle haberi bitirmesi kısa haber olarak adlandırılmasına yol açmıştır. Maksimum sözcük sayısı olan 4669 kelimenin bir haberde yer verilmesi aslında istisnai bir durumdur. Bu haberde TBMM Genel Kurulu'nda yapılan görüşmelerin resmi tutanaklarına yer verilmiştir. Bu sebeple haberin sözcük sayısı bu denli yüksektir. *Chosun Ilbo* ise kaza haberlerinde en az 87 en fazla 1358 sözcük kullanmıştır. 87 sözcükten oluşan haberde Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti (Democratic People's Republic of Korea)'nin taziye mesajına yer verilmiştir. Maksimum sözcük sayısının (1358) kullanıldığı haberde ise olayın gerçekleşme sebepleri irdelenmiş, kazaya neden olabilecek yeterli olmayan güvenlik önlemleri gözden geçirilmiştir.

	Ortalama Sözcük Sayısı	Haber Sayısı
Hürriyet	324,37	411
Chosun Ilbo	278,04	81
Ortalama	316,74	492

Tablo 7: Gazetelere Göre Haberlerde Sözcük Kullanımı Ortalamaları

İki gazetenin de kaza haberlerini aktarırken kullandığı ortalama sözcük sayısını yukarıdaki tabloda görmekteyiz. Ortalama sözcük sayısının saptanması, haber uzunlukları konusunda

sınıflandırma yapmak bakımından yararlı olacağı düşünülmüştür. Tablo 7'de görüldüğü üzere en az 33 en fazla 4669 sözcükten oluşan kaza haberleri sınıflandırılması 30-200 kelime arası kısa, 200-500 kelime arası orta, 500-5000 kelime arası uzun haberler olarak belirlenmiştir. Bu sınıflandırmaya göre haber uzunlukları saptanmıştır.

	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Kısa	181	44,04	28	34,57	209	42,48
Orta	165	40,15	49	60,49	214	43,50
Uzun	65	15,81	4	4,94	69	14,02
Toplam	411	100	81	100	492	100

Tablo 8: Gazetelere Göre Haber Uzunlukları

Kaza haberleri aktarılırken genellikle tercih edilen haber uzunluklarının kısa ve orta olduğu verisi ortaya çıkmıştır. Genele bakıldığında kaza haberlerinin %42,48'i kısa iken %43,50'si orta uzunluktaki haberlerden oluşmaktadır. Fakat *Hürriyet*'in kazaya ilişkin sık haber yayınlaması sebebiyle genel yüzdeyi dengesiz kıldığı görülmektedir. *Hürriyet*'in kısa ve orta uzunluktaki haberleri hemen hemen aynı oranlardadır. Fakat *Chosun Ilbo*'nun orta uzunlukta yayınladığı haberler %60,49 oranındadır ve bu sebeple *Chosun Ilbo*'nun kaza haberini yayınlarken orta uzunluğu tercih ettiği söylenebilir. *Chosun Ilbo* yayınladığı 81 haberin yalnızca dördünü uzun haber olarak yayınlamıştır. *Hürriyet* ise yayınladığı 411 haberin 65'ini uzun olarak yayınlamıştır. *Hürriyet* de *Chosun Ilbo* kadar olmasa da uzun haberden kaçınmıştır. *Hürriyet* kısa ve orta uzunluktaki haberleri dengeli biçimde yayınlamıştır. %44,04'ünün kısa %40,15'nin orta uzunlukta yayınlanan haberler oluşturmaktadır. Daha önce de değinildiği gibi medyana gelen gelişmeler hakkında kısa bilgiler vererek, "ayrıntılar birazdan" şeklinde var olan uygulama pratiği kısa haberlerin oranını yükseltmektedir.

Chosun Ilbo ve *Hürriyet* gazetelerinde kaza haberlerinin toplam sözcük sayısı metinsel fark, benzerlikleri bulmada ve haber özelliklerini kıyaslamada bir diğer önemli konu ise haber içeriğinde yer alan sansasyonel kelimelerin kullanım sıklığıdır. İki ülke basınının kaza haberlerini aktarmada taşıdığı özellikleri anlamada yardımcı olacağı düşüncesiyle çalışmada bu konuya yer verilmiştir. Gazetelere göre kaza haberi içeriklerinde kullanılan sansasyonel kelime sıklıkları şu şekildedir;

Sansasyonel Kelimeler	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
Adet	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
0	30	7,30	13	16,05	43	8,74
1	76	18,5	25	30,90	101	20,53
2	84	20,44	14	17,28	98	19,92
3	67	16,3	14	17,28	81	16,46
4	38	9,25	5	6,17	43	8,74
5	39	9,50	5	6,17	44	8,95
6	19	4,62	1	1,23	20	4,07
7	18	4,38	2	2,46	20	4,07
8	10	2,44	1	1,23	11	2,24
9	11	2,68	0	0	11	2,24
10	3	0,73	1	1,23	4	0,82
11	5	1,22	0	0	5	1,02
12	2	0,48	0	0	2	0,40
13	2	0,48	0	0	2	0,40
14	2	0,48	0	0	2	0,40
16	1	0,24	0	0	1	0,20
17	1	0,24	0	0	1	0,20
19	1	0,24	0	0	1	0,20
38	1	0,24	0	0	1	0,20
46	1	0,24	0	0	1	0,20

Tablo 9: Gazetelere Göre Sansasyonel Kelime Kullanım Sıklığı

Hürriyet'in daha önceki verilerden topladığımız bilgiye göre başlıkta sansasyonel kelime kullanmayı tercih etmediğini bilmekteyiz. Fakat haber içeriğine bakıldığında sansasyonel kelimeleri sıklıkla kullandığı görülmektedir. *Hürriyet*'in Soma Kazası ile ilgili yayınladığı 411 haberin yalnızca 30'unda sansasyonel kelime kullanılmadığı görülmüştür. Geri kalan 381 haberde ise az da olsa sansasyonel kelime kullanılmaktadır. *Chosun Ilbo* ise başlıkta kullanmayı tercih ettiği sansasyonel kelimeleri içerikte de az miktarda kullanmayı tercih etmektedir. *Chosun Ilbo* gemi kazası ile ilgili yayınladığı 81 haberin 13'ünde sansasyonel kelime kullanmamıştır. Geri kalan 68

haberinin 25'inde 1 kez sansasyonel kelime kullanılmıştır. *Chosun Ilbo Hürriyet*'e oranla daha az miktarda da olsa sansasyonel kelimelere kaza haberinde yer vermiştir.

	Sansasyonel Kelime Kullanım Ortalaması	Haber Sayısı
Hürriyet	3,67	411
Chosun Ilbo	2,20	81
Ortalama	3,43	492

Tablo 10: Haber İçeriklerinde Kullanılan Ortalama Sansasyonel Kelime Kullanım Miktarı

Gazete haberlerinin içeriklerini birbiriyle daha iyi kıyaslayabilmek bakımından ortalama sansasyonel kelime kullanımlarına bakmak doğru olacaktır. *Hürriyet* Soma maden kazası haberlerini aktarırken ortalama 3 sansasyonel kelime kullanmıştır. *Chosun Ilbo*'nun Sewol gemi kazasına ilişkin haberleri ortalama 2 sansasyonel kelime içermektedir.

9.2. Haber Özellikleri Arasındaki Farklar ve Benzerlikler

9.2.1. Haberde Görsel Kullanımı

Haberde görsel kullanımı konusu, iki gazetenin haber özelliklerini kıyaslamak adına yardımcı olacağı düşünüldüğü için araştırmada yer verilmiştir.

	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Görsel Malzeme Yok	48	11,68	16	19,75	64	13
Görsel Malzeme Var	363	88,32	65	80,25	428	87
Toplam	411	100	81	100	492	100

Tablo 11: Gazetelerin Görsel Malzeme Kullanımı

Hürriyet ve *Chosun Ilbo* gazetelerinin her ikisi de kaza haberlerini aktarırken görsel malzemenin kullanımına önem verdiği yukarıdaki tabloda görülmektedir. İncelenen felaket haberciliği literatüründe, olayların içeriğini ve boyutunu okura direkt olarak aktarma özelliğine sahip görseller, kaza haberleri için özellikle önem arz ettiğini görmekteyiz. Haberde olaya ilişkin ayrıntılı bilgi verilse dahi olayın boyutuna ilişkin tam bilgi olay yerinden çekilen fotoğraflar aracılığıyla daha iyi yansıtmaktadır. Potter ve Ricchiardi (2009: 31-32)'nin kriz ve felaket haberciliğine yönelik

yapmış olduğu çalışmada, kazanın meydana geldiği olay yerinin geniş açıyla veya üstten fotoğraflarının haberi destekleyecek ve tamamlayacak bir unsur olduğu belirtilmiştir. Bu durumu Soma maden kazası ve Güney Kore gemi kazası örnekleri için incelediğimizde görsel öğelerin sıklıkla haberde yer verildiğini görmekteyiz. *Chosun Ilbo* kazaya ilişkin yayınladığı 81 haberin 65'inde görsel öğelere yer vermiştir. Görsel öğelere yer verilen haberlerdeki görsellerin özellikleri ile ilgili bir yorum yapmak gerekirse, kaza olayının temel unsuru olan gemi fotoğraflarına sıklıkla yer verilmiştir. Ayrıca arama kurtarma ve sağlık ekiplerinin kazazedelere ettiği yardımların fotoğrafları, kazaya sebebiyet veren kişi ve kurum yetkililerinin fotoğrafları, tazim ziyaret ve dileklerinde bulunan ünlü kişilerin fotoğrafları *Chosun Ilbo*'nun kaza haberlerinde yer almıştır. *Hürriyet* ise kazayla ilgili yayınladığı 411 haberin, 363'ünde görsel öğe kullanmıştır. Bu görseller arasında olayın geliştiği madenin fotoğraflarına erişilemeyeceği için alınan eski görüntüler yayınlanmıştır. Olay yerinden geniş fotoğraflar çekilmemiş, kazazede fotoğraflarına çoğunlukla yer verilmiştir. Ayrıca, kazazede aile ve yakınlarının fotoğrafları, taziye ziyareti ve dileklerini gerçekleştiren ünlülerin fotoğrafları, meclis fotoğrafları, hükümet yetkilileri ve muhalefet parti yetkililerinin fotoğrafları, mezarlıktan çekilen fotoğrafları, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde gerçekleşen kazaya yönelik tepkilerin fotoğrafları, *Hürriyet* kaza haberlerinin görsel öğeleri olarak kullanılmıştır.

9.2.2. Haber Kaynakları

Ulusal boyuta taşınmış kaza olaylarının haber üretim sürecinde, hangi kaynak kişi ve kurumların bilgisinden faydalanarak oluştuğu önemli bir konudur. Çoğu gazete bilgiyi aktarırken, halkın genelinin güveneceği kişi ve kurumlardan yararlanmak eğilimindedir. Türk ve Güney Kore halkının ilgisini çektiği, güvendiği ve sakinleştirdiği kişi ve kurumların saptanması için, kaza haberlerinde kullanılan kaynak kişi ve kurumların incelenmesinin yerinde olduğu düşünülmüştür.

Haber Kaynağı	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Üst Düzey Kamu Görevlisi	52	8,50	24	17,91	76	10,19
Güvenlik Görevlisi	23	3,76	19	14,18	42	5,63
Sağlık Görevlisi	4	0,65	3	2,24	7	0,94
Kurtarma Ekibi	16	2,61	17	12,68	33	4,42

Muhabir	8	1,31	0	0	8	1,07
Ajans	33	5,39	7	5,22	40	5,36
Muhalefet Partisi	43	7,03	0	0	43	5,77
Hükümet Yetkilisi	115	18,79	25	18,66	140	18,77
Kazazede	38	6,21	3	2,24	41	5,50
Kazazede Yakını	70	11,44	3	2,24	73	9,79
Uzman	19	3,10	9	6,72	28	3,75
Kurum Yetkilisi	30	4,90	9	6,72	39	5,23
Sivil Toplum Kuruluşları	26	4,25	2	1,49	28	3,75
Ünlü	41	6,70	7	5,22	48	6,43
Diğer	94	15,36	6	4,48	100	13,40

Tablo 12: Gazetelere Göre Haberde Kullanılan Kaynaklar

Kişi ve kurumlar incelenirken birinci ve ikinci kaynak kişi/kurum sınıflandırmasına gidilmiştir.

Birinci Haber Kaynağı	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Kaynak Yok	0	0	0	0	0	0
Üst Düzey Kamu Görevlisi	37	9	14	17,28	51	10,37
Güvenlik Görevlisi	3	0,72	13	16,05	16	3,25
Sağlık Görevlisi	2	0,48	0	0	2	0,41
Kurtarma Ekibi	5	1,21	12	14,81	17	3,45
Muhabir	2	0,48	0	0	2	0,41

Ajans	21	5,10	4	4,94	25	5,08
Muhalefet Partisi	27	6,56	0	0	27	5,49
Hükümet Yetkilisi	82	19,95	17	20,99	99	20,12
Kazazede	23	5,59	1	1,23	24	4,88
Kazazede Yakını	37	9	2	2,47	39	7,93
Uzman	12	2,91	4	4,94	16	3,25
Kurum Yetkilisi	18	4,37	2	2,47	20	4,06
Sivil Toplum Kuruluşları	24	5,83	1	1,23	25	5,08
Ünlü	38	9,24	7	8,65	45	9,15
Diğer	80	19,46	4	4,94	84	17,07

Tablo 13: Gazetelere Göre Haberde Kullanılan Birinci Kaynak

Kaza haberlerinde tarafları olarak kaynaklar; üst düzey kamu görevlisi, güvenlik görevlisi, sağlık görevlisi, kurtarma ekibi, muhabir, ajans, muhalefet partisi, hükümet yetkilisi, kazazede, kazazede yakını, uzman, kurum yetkilisi, sivil toplum kuruluşları, ünlüler ve diğer seçenekleri belirlenmiştir. Yukarıdaki tablo gazetelere göre değerlendirildiğinde her haberde en az bir kaynak kişi veya kuruma yer verildiğini görmekteyiz. Kaza haberlerinde sık kullanılan kaynaklar arasında üst düzey kamu görevlileri, hükümet yetkilileri benzer oranlarda yer aldığı söylenebilmektedir. *Chosun Ilbo*'da kazaya ilişkin yayınlanan 81 haberin yalnızca 4'ünde diğer kaynak kişi ve kurumlar kullanılmıştır. Bu kişiler içerisinde halktan yardım etmek isteyen kişiler, öğretmenler, öğrenciler yer almaktadır. *Hürriyet* gazetesinde ise kaza ile ilgili 411 haberin 80'inde haber kaynağı diğer kategorisi olmuştur. Bunun sebebi olarak, kazaya ilişkin yapılan eylemlerde yer alan eylemcilerin kaynak gösterildiği haberlerin sunumu, çeşitli bölgelerden gelen yardımların genelinin öğrencilerden oluşması, spor kulüpleri tarafından yayınlanan taziye mesajlarını yayınlamasını gösterebilmekteyiz.

Chosun Ilbo'nun haberleri incelendiğinde haber kaynakları arasında dengeli bir dağılım görülmektedir. Güney Kore gazetesi, kazanın tarafları olan tüm resmi kurumlara eşit derecede söz hakkı verdiğini belirtebilmekteyiz. Bunun yanı sıra *Chosun Ilbo* haberleri ile ilgili dikkat çeken konu muhalefet partisine hiç söz vermemesidir. *Hürriyet*'te ise diğer kategorisi sebebiyle dengeli bir dağılımdan söz etmek yanlış olacaktır. Kazayla ilgili yayınlanan 411 haberin 80 tanesi diğer

kaynaklar birinci kaynak olarak haberde yer almıştır. Ayrıca *Hürriyet*, *Chosun Ilbo*'nun aksine kazazede ve kazazede yakınlarını öncelikli kaynak olarak daha sık kullanmıştır.

İkinci Haber Kaynağı	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Kaynak Yok	210	51,09	28	34,57	238	48,38
Üst Düzey Kamu Görevlisi	15	3,65	10	12,35	25	5,08
Güvenlik Görevlisi	20	4,87	6	7,41	26	5,28
Sağlık Görevlisi	2	0,49	3	3,70	5	1,02
Kurtarma Ekibi	11	2,67	5	6,17	16	3,25
Muhabir	6	1,46	0	0	6	1,22
Ajans	12	2,92	3	3,70	15	3,05
Muhalefet Partisi	16	3,90	0	0	16	3,25
Hükümet Yetkilisi	33	8,03	8	9,88	41	8,33
Kazazede	15	3,65	2	2,47	17	3,46
Kazazede Yakını	33	8,03	1	1,23	34	6,91
Uzman	7	1,70	5	6,17	12	2,44
Kurum Yetkilisi	12	2,92	7	8,65	19	3,86
Sivil Toplum Kuruluşları	2	0,49	1	1,23	3	0,61
Ünlü	3	0,73	0	0	3	0,61
Diğer	14	3,40	2	2,47	16	3,25

Tablo 14: Haberlerde Kullanılan İkinci Kaynak

İncelenen kaza haberlerinin büyük çoğunluğunda ikinci kaynak kullanılmamaktadır. Genellikle haberlerde iki taraf karşılaştırılır ve bilgi o kaynaklardan aktarılır. Çalışmamızın örnek olayı olan kazaların haberlerinde bu durumun değişkenlik gösterdiği söylenebilmektedir. Üst düzey kamu görevlilerini *Chosun Ilbo*'nun daha sıklıkla birinci ve ikinci kaynak olarak kullandığı

söylenmektedir. Yayınladığı 81 haberin 14'ünde üst düzey kamu görevlilerini birinci kaynak, 10'unda ise ikinci kaynak olarak göstermiştir. *Chosun Ilbo*'nun yayınladığı haberin neredeyse beş katı haber yayınlayan *Hürriyet* ise yayınladığı 411 haberin yalnızca 37'sinde birinci kaynak, 15'inde ikinci kaynak olarak üst düzey kamu görevlilerine yer vermiştir. İki gazetede sağlık görevlilerini ikinci kaynak olarak kullanmayı tercih etmemiştir. *Chosun Ilbo*, birinci kaynaktaki olduğu gibi ikinci kaynaktaki da muhalefet partisine söz hakkı tanımamıştır. *Hürriyet* ise ikinci kaynak olarak muhalefet partisine söz hakkını, hükümet yetkililerine verdiği söz hakkının yarısı kadar vermiştir. *Chosun Ilbo*'nun kazanın gerçekleşmesindeki etkenleri ve gerçekleştikten sonraki olumsuz etkileri saptamak bakımından uzman kişi ve kurumlara *Hürriyet*'e oranla daha sık ikinci kaynak olarak yer verdiği düşünülebilir.

9.2.3. Haber Temaları

Haberin teması, gazetelerin okurlara öncelikli olarak kaza olayıyla ilgili hangi konuları aktarmak istediğine ilişkin bilgiler verebilmektedir. Bu sebeple incelenen haber temaları, arama kurtarma çalışmaları, güvenlik, ölü ve yaralılar, yardım toplama ve dağıtım, yasal soruşturma, yas/taziye, eylem/grev ve diğer kategoriler şeklinde sınıflandırılmıştır.

Haber Teması	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Arama Kurtarma	39	4,75	20	12,35	59	6,00
Güvenlik	157	19,10	36	22,22	193	19,61
Ölü ve Yaralılar	169	20,56	29	17,90	198	20,12
Yardım Toplama ve Dağıtım	142	17,27	20	12,35	162	16,46
Yasal Soruşturma	57	6,93	31	19,13	88	8,94
Yas/Taziye	114	13,87	12	7,41	126	12,81
Eylem/Grev	41	4,99	0	0	41	4,17
Diğer	103	12,53	14	8,64	117	11,89

Tablo 15: Gazetelere Göre Haberlerin Teması

Önceliğin belirlenmesi adına öncelikle haberin ana teması incelenmiş, takiben haberin ikinci teması saptanmıştır.

Haberin Ana Teması	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Arama Kurtarma	12	2,92	6	7,41	18	3,66
Güvenlik	66	16,06	14	17,28	80	16,26
Ölü ve Yaralılar	93	22,63	11	13,58	104	21,14
Yardım Toplama ve Dağıtım	71	17,27	8	9,88	79	16,06
Yasal Soruşturma	39	9,49	23	28,40	62	12,60
Yas/Taziye	59	14,35	10	12,34	69	14,02
Eylem/Grev	29	7,06	0	0	29	5,90
Diğer	42	10,22	9	11,11	51	10,36

Tablo 16: Gazetelere Göre Haberlerin Ana Teması

İncelenen haberlerde, olayın sıcak olduğu ilk dönemde ise, arama kurtarma çalışmaları, alınan veya alınmamış güvenlik önlemleri, ölü ve yaralıların sayısı, kimlik bilgilerine ilişkin haberler yer almaktadır. Yardım toplama ve dağıtım ile ilgili haberler ise kaza olayının sıcak olduğu dönem sonrası süreçte aktarılmıştır. Bu dönemden sonra özellikle *Hürriyet* gazetesindeki haberler, kazazede ve yakınlarının hayat hikayeleri, futbol kulüplerinin taziye mesaj ve ziyaretleri, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde öğrenciler ve sivil toplum örgütlerinin düzenlediği eylem yürüyüşlerini ve bu yürüyüşlere polis tarafından edilen müdahaleleri, şarkıcı, oyuncu, siyasetçi ve siyasetçi yakınlarının Soma ziyaretleri, kazanın sebebine ilişkin uzman görüşleri ve araştırmaları, gündemi Soma maden kazası olan işçi sendikaları toplantıları, öğrencilerin karne günü ve diploma törenlerindeki demeçlerine yönelik temaları içermektedir. *Chosun Ilbo*'daki ise kaza olayının oluşma sebeplerindeki ihmaller, arama kurtarma çalışmalarını olumsuz yönde etkileyen (hava durumu, yetersiz ekipman vb.) durum ve konular, hükümetin kazaya ilişkin tepkileri (istifa, özür dileme vb.), halkın yas tutması, sporcu, şarkıcı ve oyuncuların taziye mesaj ve ziyaretleri, kaza olayına sebebiyet veren unsurların uzmanlar tarafından araştırılması, kaza yapan geminin şirket yetkilisinin tutuklanma kararı, öğrenci ve eğitimcilerin psikoloji durumlarının incelenmesi yer almaktadır.

Haberin İkinci Teması	Gazete Adı	Yüzde (%)	Gazete Adı	Yüzde (%)	Toplam	Yüzde (%)
	Hürriyet	Hürriyet	Chosun Ilbo	Chosun Ilbo		
Arama Kurtarma	27	6,57	14	17,28	41	8,33
Güvenlik	91	22,14	22	27,16	113	22,97
Ölü ve Yaralılar	76	18,49	18	22,22	94	19,11
Yardım Toplama ve Dağıtım	71	17,28	12	14,82	83	16,87
Yasal Soruşturma	18	4,38	8	9,88	26	5,28
Yas/Taziye	55	13,38	2	2,47	57	11,59
Eylem/Grev	12	2,92	0	0	12	2,44
Diğer	61	14,84	5	6,17	66	13,41

Tablo 17: Gazetelere Göre Haberlerin İkinci Teması

İncelenen kaza haberlerinde gazetelerin ikinci tema seçimleri yukarıdaki tabloda görülmektedir. Tablo 16 ve 17'ye baktığımızda arama kurtarma çalışmaları temasının ikinci tema olarak daha sık kullanıldığını görmekteyiz. *Hürriyet* de *Chosun Ilbo*'da arama kurtarma çalışmaları temasını sıklıkla ana temanın ölü ve yaralılar olduğu haberlerde kullanmışlardır. Öncelikle ölü ve yaralı sayısına ilişkin bilgiler verilmiş, ardından arama kurtarma çalışmalarının devam ettiği iletilmiştir. Güvenlik temasının ise iki gazete için önemli olduğu tablolardan anlaşılmaktadır. *Chosun Ilbo* yayınlamış olduğu 81 haberin 14'ünde ana tema olarak güvenlik temasını kullanmış, 20'sinde ise güvenlik temasını ikinci tema olarak kullanmıştır. *Hürriyet* kazayla ilgili yayınladığı 411 haberin 66'sında güvenlik temasını ana tema olarak kullanmayı tercih etmiştir. Güvenlik temasına ikinci tema olarak 91 haberinde yer vermiştir. Bu rakamlar doğrultusunda *Hürriyet* gazetesinin *Chosun Ilbo*'ya nazaran güvenlik temasına daha az önem verdiğini belirtebilmekteyiz. *Hürriyet* ölü ve yaralılar temasını ana tema olarak toplam yayınladığı haber sayısının neredeyse çeyreği kadar yer vermiştir. Bu oran *Chosun Ilbo*'da kabaca sekizde birdir. *Chosun Ilbo* haberin ikinci teması olarak ölü ve yaralılar temasına, ana temayla yarı yarıya oranla yer vermiştir. Yardım toplama ve dağıtım teması ikinci tema olarak her iki gazetede de yakın oranlarda yer almıştır. *Hürriyet* tarafından %17,28 oranında, *Chosun Ilbo* tarafından %14,82 oranında haberde ikinci tema yardım toplama ve dağıtım olmuştur.

GENEL DERĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışmanın örnek olayları olarak ele alınan Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazası ulusları derinden etkileyen, birçok yaralanmaya ve can kaybına yol açan olaylardır. İncelenen haberler bu savı desteklemektedir. Bu olayları sağlıklı biçimde analiz edebilmek için kriz iletişimi, kriz ve felaket haberciliğı literatürleri incelenmiştir. Öncelikle olayların hem kriz hem felaket olarak ele alınmasının doğru olup olmadığını değerlendirmek yerinde olacaktır. Kriz iletişim literatüründe araştırılmış kriz özellikleri bu değerlendirmeyi yapmak adına yardımcı niteliktedir.

Bir krizin kriz olarak nitelendirilebilmesi için bir takım özellikleri taşıması gerektiğini belirten Tağraf ve Arslan (2003: 150), temel kriz özelliklerini şu şekilde sıralamıştır;

- Kriz, öngörülemeyen, önceden sezilemeyen ani bir değışimi ifade etmektedir,
- Krize, olabildiğince hızlı bir biçimde çözüm bulunması gerekmektedir. Aksi takdirde, kurumun itibarının zedelenmesi kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır.
- Krize gerekli önlemler alınmadığı sürece kuruluşun yaşamını tehdit etmektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazasını kriz niteliğı taşıyıp taşımadığını inceleyebilmekteyiz. Güney Kore gemi kazasına yol açan temel etkeni, incelenen kaza haberlerinden geminin kaptan tarafından aniden döndürölmesi sonucunda gerçekleştirildiğini bilmekteyiz. Bu durumu kazayı yapan gemiden sorumlu işletme öngöremezdi. Bu özelliğıyle gemi kazası örnek olayı kriz özelliklerinin ilkiyle benzer nitelik göstermektedir. Krizler hızlı şekilde çözüm gerektiren, aksi taktirde ise kuruluşun itibarını zedeleyen ve varlığını tehdit eden bir unsurdur. Güney Kore'de gerçekleşen kazanın gerçekleşmesinden sorumlu olan kuruluş, duruma acil bir şekilde müdahale etmediğı taktirde, itibarı zedelenecek bir durum olduğunu söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır. Çünkü meydana gelen kaza, birçok lise öğrencisinin yaralanmasına ve hayatını kaybetmesine yol açmıştır. Bu denli büyük kazalar, acil müdahale gerektiren aksi taktirde, kuruluşa tepkilerin oluşabileceğı olaylardır. Bu bilgilerle Güney Kore gemi kazasına kriz demek yanlış bir ifade olmayacağı desteklenmiştir.

Soma maden kazası ise, madende ani bir yangının çıkması ve kısa sürede yayılması sonucunda gerçekleşmiştir. Maden işletmeleri için bu durum olası risklerin başında yer alması gereken bir durumdur. Bununla birlikte, yangın aniden meydana gelen bir durumdur. Risk olarak değerlendirilip gerekli ve yeterli önlemlerin alınmaması sebebiyle bir felakete yol açabilmektedir. 301 madencinin ölümüyle sonuçlanan bu kaza, sorumlu kuruluşun itibarını ve yaşamını tehdit edeceği de aşıkardır. Kriz özellikleriyle örnek olayların özelliklerini karşılaştırdığımızda iki kazayı da kriz olarak nitelendirmek yanlış olmaz diyebilmekteyiz.

Kriz iletişimi literatürünün incelenmesinde temel sebep, çalışmanın örnek olayları olarak seçilen iki kazanın da sorumlusunun kar amacı güden kuruluşların sorumlu oluşudur. Kriz iletişim literatüründe, kar amacı güden kuruluşların olası krizlere karşı alması gereken önlemler, kriz anında ve sonrasında yapılması gerekenler birçok araştırma tarafından konu olarak ele alınmıştır. Bu konu çalışmanın örnek vakalarındaki sorumlu kuruluşların, kriz iletişimine yönelik araştırmalarda yer alan adımları uygulayıp uygulamadığını incelemek adına önem arz etmektedir.

Güney Kore'de gerçekleşen felaketin ayrıntılarına kısaca değinmek doğru olacaktır. Okul gezisi için 16 Nisan 2014 tarihinde Incheon'dan Jeju adasına hareket eden gemi 475 yolcu taşımaktaydı. Yolcuların 325'i Danwon Lisesi öğrencilerinden oluşmaktaydı. Kaza gerçekleştikten kısa süre sonra 175 kişi görevliler tarafından kurtarılmıştır. Kurtarılanlar arasında, kaza gerçekleştikten sonra öğrencilere kamaralarını dönmelerinin talimatını veren gemi kaptanı da yer almaktaydı. *Chosun Ilbo*'da yer alan haberler doğrultusunda gemi kaptanı öğrencilere kamaralara dönün talimatını verdikten hemen sonra gemiden kaçtığı bilgisine ulaşılmıştır. Bu sebeple 36 yıl hapis cezasıyla cezalandırılmıştır. Gemi kaptanının büyük hatasının yanı sıra kaza yapan geminin 18 yaşında olması da olaya sebebiyet veren bir diğer faktördür. Gemi kazası gerçekleştikten bir süre sonra Chonghaejin gemicilik şirketi planlama ve işletme şefi aracılığıyla yaptığı basın açıklamasında, gemideki öğrencilerden ve ailelerden özür dileyerek, can kaybını en aza indirebilmek için gerekenin en iyisini yapmaya söz verdiklerini belirtmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda, Chonghaejin Marine gemi işletmeciliğinin kriz iletişim literatüründe de yer aldığı üzere medya ile olası en kısa sürede iletişim içinde olması gerekliliğini uyguladığını belirtebilmekteyiz.

Çalışmanın örnek olayı olarak ele alınan diğer kaza ise Soma maden kazasıdır. Soma Kömür İşletmeleri A.Ş'nin sorumluluğundaki madende gerçekleşen Soma maden kazası, 13 Mayıs 2014 tarihinde Manisa'nın Soma ilçesindeki kömür madeninde çıkan yangın nedeniyle gerçekleşmiştir. Kaza, vardiya değişimi sırasında gerçekleşmiştir. 787 işçi patlama sebebiyle yer altında kalmıştır. 301 işçinin ölümüyle sonuçlanmıştır. Olay gerçekleştikten hemen sonra yapılan açıklamada işletmede mühendislik ve teknik olarak bugüne kadar görülmeyen ve açıklanmayan bir yangın çıktığı belirtilmiştir. Her türlü emniyet tedbirinin alındığını iddia eden şirket, yangının kısa sürede yayılmasındaki sebebi detaylı incelemeden sonra anlaşılacağını açıklamıştır. Bu açıklamayı kriz iletişim literatürüne göre ele aldığımızda öncelikle olay gerçekleştikten kısa süre sonra açıklama yapılmasının doğru olduğunu söyleyebilmekteyiz. Ayrıca, krizin sebebine ilişkin detaylı bilgi edinilmediği sürece olaya ilişkin bilgi vermek yerine, konu hakkındaki bilginin araştırmadan sonra yapılmasının daha doğru olacağı kriz iletişim literatüründe yer almaktadır. Yapılan açıklama incelendiğinde bu uygulamanın da doğru şekilde gerçekleştiğini görmekteyiz.

Bu incelemenin ardından, kaza haberlerini analiz etmek adına kriz ve felaket haberciliği literatürünün incelenmesi gerek görülmüştür. Bu doğrultuda öncelikle haber ve habercilik literatüründe haberin tanımına ilişkin araştırmalar incelenmiştir. Tokgöz (1981: 54) haber üzerine araştırmalar yapıldığı ilk dönemde, "olan her şey haberdir", "dün bilmediğimiz haberdir", "insanların üzerinde konuştuğu haberdir", "haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir" şeklinde haber tanımları yapıldığını belirtmiştir. Girgin (2005: 1) kitle iletişim araçlarında yer alan haberleri, insanların yerel, yöresel, kişisel, ulusal ve uluslararası boyutta; ekonomik, kültürel, toplumsal, siyasal ve benzeri konulara ilişkin bilgi sahibi olabildikleri bir kavram olarak ele almıştır. Haberin insanları harekete geçiren veyahut hareketten vazgeçiren, bilgilendiren, eğiten bir yönü olduğunu vurgulamıştır. Haber tanımının önemi kadar felaket olarak nitelendirilebilecek olayların özelliklerini incelemek de önemli bir husustur.

Felaket toplumun genelini ilgilendiren ve büyük bölümünü etkileyen tehlikeler sonucunda ortaya çıkan olaylardır. Ani bir biçimde gerçekleşen, kitlelerin günlük yaşamlarını kesintiye uğratan ve toplumdaki düzenin bozulmasına sebep olan felaketler, toplumsal krizlere yol açmaktadır (Çaplı ve Taş, 2010: 237). Bu tanımdan yola çıkarak, çalışmanın örnek olayları olarak ele alınan Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazasını felaket olarak nitelendirmek yerinde bir ifade olacaktır. International Center of Journalist'in yayınladığı *Disaster and Crisis Coverage* (Potter ve Ricchiardi, 2009) isimli çalışmada, felaket olarak nitelendirilebilecek olaylar arasında, doğal afetler (kasırga, deprem vb.), kazalar (uçak, gemi, araba kazaları vb.), kimyasal felaketler (gaz kaçakları, kimyasal sızıntılar vb.), terör saldırıları (biyolojik, kimyasal vb. patlamalar) kamuoyunu tehdit edebilecek olaylar (ayaklanmalar, salgın hastalıklar, rehin alınma vb.) gibi olaylar yer almaktadır. Bu gibi olaylar gerçekleştiğinde, toplumda olaya ilişkin detaylı bilgiye erişme ihtiyacı doğmaktadır. Bu ihtiyacın farkında olan medya, felaket olarak nitelendirilebilecek olaylara sıklıkla ele almakta ve geniş yer vermektedir. Felaket olayları gerçekleştiğinde, insanlar kısa süre içerisinde olaya ilişkin bilgiye ulaşmak ister. Hızlı bilgi akışını sağlayabilecek iletişim kanalları arasında ise televizyon, gazete, radyo ve internet yer almaktadır. Bu iletişim kanalları aracılığıyla bilgiye ihtiyaç duyulan felaket ortamlarında bilgi akışının sağlanması ve kamuoyuna iletilmesi kriz ve felaket haberciliği olarak tanımlanmaktadır. Çalışmanın örnek olayları olarak seçilen Güney Kore gemi kazası ve Soma maden kazası, gerekli görülen verilerin toplandığı internet gazeteleri tarafından felaket ya da facia olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda incelenen kaza haberleri, kriz ve felaket haberciliği literatüründeki felaket haberlerinin tanımıyla benzer nitelikler göstermektedir. Örneğin, internet gazeteleri incelendiği için bilgi akışının hızla gerçekleştiği görülmüştür. Meydana gelen kazalar yaralı ve ölü sayılarına ilişkin bilgilerin hızlı değişimine ortam sağlayan türdedir. Chosun Ilbo ve *Hürriyet* gazetelerinde yer alan haberler incelendiğinde, ardı ardına ölü ve yaralıların sayısına

ilişkin haberlerin yayınlandığı saptanmıştır. Bu saptama sonucunda haber içeriklerine bakıldığında, ölü ve yaralıların sayısındaki değişim gözlenmiştir.

Literatüre baktığımızda, doğru bir felaket haberciliği yapılması adına dikkat edilmesi gereken bir takım öneriler yer almaktadır. Potter ve Ricchiardi (2009: 21) felaket haberlerinin doğru ve sağlıklı biçimde oluşturulması için hızlı bilgi akışının önemine vurgu yapmışlardır. Kazanın gerçekleştiği olay mahalline olabilecek en kısa sürede ulaşılması gerektiğini belirtmişlerdir. Bilgi akışının önemine ilişkin bir diğer konu ise olayın gerçekleştiği bölgeye erişim kısıtlı olması göz ardı edilmesi gerektiğidir. Olay yerinde hiç değilse gözlemler yaparak, olaya ilişkin verilerin toplanması gerektiği savunulmuştur. Bilgi akışını başarılı şekilde gerçekleştirmek adına sunulan bir diğer öneri ise telefon trafiğini yönetmesi için bir personel belirlenmesi ile ilgilidir. Olay yerinden gelen bilginin ilgili birimlere bu personel aracılığıyla sağlanması olası bilgi kirliliği riskini en aza indirdiği görüşü savunulmuştur. Bilgi akışını sağlamada belirli bir öncelik listesi oluşturulmasının da önemli bir konu olduğunu eklenmiştir. Haberin oluşum sürecinde yer alan tüm birimlerin olaya ilişkin detaylı ve güvenilir bilgiye akışı sağlanması, yapılan haberin niteliklerini doğrudan inceleyeceği düşünülmektedir. İncelenen haberler doğrultusunda *Hürriyet* ve *Chosun Ilbo* gazeteleri kazaların gerçekleşmesinden dakikalar sonra olaya ilişkin derin bilgiyi okurlara ulaştırmışlardır diyebiliriz. Bu bilgiler dahilinde iki gazete de hızlı bilgi akışı sağlamaları sebebiyle başarılı şekilde felaket haberlerini aktarmıştır yorumu yapılabilmektedir. Bu başarı yalnızca hızlı şekilde bilgi aktarımı konusu ile ilgilidir. Felaket haberlerinin içeriği, kaynağı ve dili gibi unsurlara bakıldığında iki gazetenin yayınladığı kaza haberlerinin genel başarısına ilişkin bir fikir ortaya konulabilmektedir. Bu fikri oluşturabilmemizi sağlayacağı için kriz ve felaket haberciliği literatürü incelenmiştir.

Ulusal ölçekli felaketlerin basında yansıma biçimlerinin incelenmesi ve kıyaslamasını yapabilme adına içerik analizi yöntemi ile araştırmanın örnekleme olarak seçilen *Hürriyet* ve *Chosun Ilbo* gazetelerindeki olay gerçekleştikten sonraki bir aylık süreçteki haberler incelenmiştir. Bu bir aylık süreçte *Chosun Ilbo* ve *Hürriyet* gazeteleri felakete ilişkin toplam 492 haber yayınlamıştır. Bu haberlerin 411'ini *Hürriyet* gazetesi yayınlarken 81'ini *Chosun Ilbo* yayınlamıştır. Bu bilgi doğrultusunda aradaki farkın çok açık olduğu görülmektedir. Bu farkın temel sebebi, iki gazetenin internet gazeteciliği anlayışındaki farktır. *Chosun Ilbo*, yayınladığı günlük basılı gazetede, kazaya ilişkin haberlerin aynısını internet gazetesinde yayınlamayı tercih ettiği gözlemlenmiştir. *Hürriyet* gazetesi ise hem basılı gazetesinde yayınladığı kaza haberlerine yer verip, hem de dakikalar içerisinde yaşanan küçük gelişmelerin ve bilgilerin (kazazedelerin hayat hikayelerini, kazazedelerin meslektaşlarının konuşmaları, vb.) yer aldığı bir takım ayrıntı haberlere de internet gazetesine yer verdiği görülmektedir. Ayrıca, *Hürriyet*'in bir bilgiden kısaca bahsederek,

"devamı birazdan" tarzında haberlere de yer vermesi haber dağılımları arasındaki farkın büyümesine yol açmıştır. Kısaca, *Chosun Ilbo* internet gazeteciliği politikasını, basılı yayın politikasına benzer olarak şekillendirmiştir. *Hürriyet* ise, internetin sınırsız ve anında mesaj gönderebilme özelliklerini de kullanarak, olay hakkında ham bilginin yanı sıra ayrıntılı bilgiyi de okurlarıyla paylaşmayı tercih etmiştir.

Çalışmanın araştırma soruları doğrultusunda, iki gazetenin felakete ilişkin yayınladığı haberler arasındaki metinsel farkları saptayabilmek adına haber başlıkları, haber boyutu ve içeriğine ilişkin veriler toplanmıştır. Haber başlıkları, okurlara haberin önemi yada önemsizliği hakkında fikir oluşturmalarını sağlayabilecek bir öğedir. Haber başlıklarını incelemek adına, başlık tonu ve başlıkta sansasyonel kelime kullanım miktarı incelenmiştir. Başlık tonu, araştırma konusuyla uyumlu şekilde kategorilere ayrılmıştır. Bu kategorilerden ilki nötrdür. Nötr başlık tonunu, haberi olduğu gibi aktarmak olarak niteleyebilmekteyiz. Haber başlığını okuyan kişinin yorumuna açık olarak oluşturulan nötr başlık tonu kullanımı, *Hürriyet* gazetesini tarafından %47,20 oranıyla tercih edilmiştir. Bu oran *Chosun Ilbo* gazetesinde ise %51,85'tir. Bu bağlamda, iki gazetenin kazaya ilişkin haberleri sunarken nötr başlık tonunu kullanımlarında benzerlik gösterdiğini öne sürebilmekteyiz. Başlık tonu kategorisinde yer alan diğer seçenekler arasında, umut verici, kaygı ve endişe verici, suçlayıcı ve acıma başlık tonları yer almaktadır. Ortaya çıkan bilgiler doğrultusunda, umut verici başlık tonu kullanımı iki gazetede farklılık gösterdiği daha öncede belirtilmiştir. *Hürriyet Chosun Ilbo*'nun yayınladığı umut verici başlık tonlu haberlerin iki katı oranla daha yüksek sayıda umut verici başlık tonunu kullanmayı tercih etmiştir. Bu bilgiyle, Türk yazılı medyasını temsil eden *Hürriyet* gazetesinin, Güney Kore yazılı medyasını temsil eden *Chosun Ilbo* gazetesine oranla, daha pozitif yaklaşma taraftarı olduğu yorumunu yapabilmekteyiz. Kaygı ve endişe verici başlık tonu kullanım oranları ise iki gazetede benzerlik göstermektedir. Bu bilgi doğrultusunda gazeteler için kazalar, benzer oranlarla endişe yaratmıştır yorumu yapılabilmektedir. Bir diğer kategori olan suçlayıcı başlık tonu kullanımları ise iki gazete arasında farklılık göstermektedir. *Chosun Ilbo*, *Hürriyet*'in iki katından daha yüksek oranla suçlayıcı başlık tonunu kullandığı verilerin yorumlanması bölümünde bahsedilmiştir. Bu bilgi doğrultusunda, *Chosun Ilbo* gazetesinin kaza ile ilgili yapılan yanlışları ve ihmalleri, *Hürriyet*'e oranla daha çok gündemde tutmayı tercih ettiği sonucu çıkarılabilmektedir. Başlık tonu kategorilerinde sonuncusu olan acıma başlık tonunu *Chosun Ilbo* çok düşük bir oranla (%2,47) kullanmıştır. *Hürriyet* ise acıma başlık tonunu *Chosun Ilbo*'dan neredeyse yedi kat (%14,60) fazla kullanmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda *Hürriyet*'in *Chosun Ilbo*'ya oranla, olayı daha dramatik yönleriyle ele almayı tercih ettiğini belirtebilmekteyiz.

Haber başlıkları konusunda incelenen bir diğer konu ise haber başlıklarında kullanılan sansasyonel kelime oranlarına ilişkindir. Başlıkta sansasyonel kelime kullanımı, okurların dikkatini habere çekebilecek niteliğe sahip olması sebebiyle önem arz etmektedir. Ayrıca iki gazete arasındaki metinsel özellikleri kıyaslayabilmek adına yardımcı nitelik taşıdığı düşüncesiyle araştırmada konu olarak ele alınmıştır. *Hürriyet* başlıklarının %14,12 oranında sansasyonel kelime kullanmıştır. *Chosun Ilbo*'da ise bu oran %48,15'tir. Aradaki fark oldukça açıktır. Bunun temel sebebi, gazetelerin kazaları farklı şekilde nitelendirmeleridir. *Chosun Ilbo* gemi kazasını, sansasyonel kelimeler listesinde yer alan disaster (felaket) kelimesiyle nitelendirmiştir. Bu sebeple başlıkta sansasyonel kelime kullanım oranı yüksektir. *Chosun Ilbo* gazetesinin başlıklarında çoğunlukla kullanmayı uygun bulduğu diğer sansasyonel kelimeler arasında talihsiz (ill-fated), trajedi (tragedy), mahvolmuş (ruined) gibi kelimeler yer almaktadır. *Hürriyet* gazetesi ise kazayı nitelendirmek için "Soma" yada "Maden kazası" kelimeleriyle nitelendirmiştir. Bu nedenle başlıkta sansasyonel kullanım oranı düşüktür. *Hürriyet* gazetesinin haber başlıklarında kullanmayı tercih ettiği diğer sansasyonel kelimeler arasında, facia, acı, kahredici, feryat kelimeleri yer almaktadır.

Sansasyonel kelimelerin başlıkta kullanım oranları, içerikte kullanım oranlarıyla zıt şekildedir. *Hürriyet* gazetesi haber içeriklerinde, *Chosun Ilbo*'ya oranla sansasyonel kelimelere daha çok yer vermiştir. Yapılan araştırma sonucunda, *Hürriyet* gazetesi haber içeriklerinde ortalama 3,67 sansasyonel kelime kullanırken, *Chosun Ilbo* haber içeriklerinde ortalama 2,20 sansasyonel kelime kullanmıştır. Ayrıca *Chosun Ilbo*'nun bir haberde maksimum kullandığı sansasyonel kelime miktarı 11 iken, *Hürriyet*'in bir haberde maksimum kullandığı sansasyonel kelime miktarı 46'dır. Bu bilgiler doğrultusunda, iki gazetenin haberlerindeki metinsel farklılıklardan birinin sansasyonel kelime kullanımı olduğu öne sürebilmekteyiz.

Oluşturulan araştırma sorularının ilki olan iki gazete arasındaki metinsel farkların ve benzerliklerin saptanması amacıyla, incelenen bir diğer konu haber boyutudur. Haber boyutu, gazetenin basılı halinde sütun santim hesabı ile incelenebilmektedir. Çalışmanın örnekleme internet gazeteleri dahil edilmesi sebebiyle haber uzunluğu incelemeleri haberde yer alan sözcük sayılarına göre yapılmıştır. 492 haberin toplam sözcük sayılarına bakılarak, kısa haber, orta uzunluktaki haber ve uzun haberler olmak üzere üç kategori oluşturulmuştur. Bu kategorileri oluşturmak adına minimum, maksimum ve ortalama sözcük miktarları saptanmıştır. Haber uzunluklarına ilişkin verilere bakıldığında, minimum ve maksimum sözcük sayısının *Hürriyet* tarafından belirlendiği ortaya çıkmıştır. *Hürriyet* gazetesi kazaya ilişkin haberlerde, en az 33 en fazla 4669 kelime kullanmıştır. *Chosun Ilbo* gazetesi ise en az 87 en fazla 1358 kelime kullanmıştır. *Hürriyet* gazetesinin minimum ve maksimum kullandığı kelime miktarına bakıldığında alışılmışın dışında olduğu gözlemlenebilmektedir. *Hürriyet* gazetesinin 33 kelimedenden oluşan haberi, olaya

ilişkin kısa bilgi paylaşarak "devamı birazdan" şeklinde haber yapmasından kaynaklanmaktadır. En uzun haberi ise Türkiye Büyük Millet Meclisi'ndeki resmi tutanaklara haberde yer vermesinden kaynaklanmıştır. Genel olarak haber uzunluklarına bakıldığında bir takım metinsel farklar olduğu görülmektedir. *Hürriyet* gazetesi kısa haberlere %44,04 oranı ile, orta uzunluktaki haberlere %40,15 oranı ile, uzun haberlere ise %15,81 oranında yer vermiştir. *Chosun Ilbo* gazetesi ise kısa haberlere %34,57 oranı ile, orta uzunluktaki haberlere %60,49 oranı ile, uzun haberlere ise %4,94 oranında yer vermiştir. Bu bilgiler doğrultusunda, *Chosun Ilbo* gazetesinin kazaya ilişkin haberleri aktarırken orta uzunluktaki haberleri tercih ettiğini belirtebilmekteyiz. *Hürriyet* gazetesi ise kaza haberlerini aktarırken kısa ve orta uzunluktaki haberlere yakın oranlarla yer verdiği yorumunu yapabilmekteyiz. İki gazetenin haber uzunlukları konusundaki ortak noktası ise uzun haberlerden kaçınmasıdır. Buna rağmen *Hürriyet* gazetesi, uzun haberleri *Chosun Ilbo*ya oranla üç kat daha fazla yer verdiğini belirtmek de gerekmektedir.

Oluşturulan ikinci araştırma sorusu olan iki gazetede yayınlanan felakete ilişkin haber özellikleri arasındaki benzer ve farkları saptamak adına, haberde görsel öge kullanım oranları, haberde kullanılan kaynak kişi/kurumlar ve haber temaları incelenmiştir.

Haberde yer alan kaynak kişi ve kurumların önemini anlamak adına felaket haberciliği literatüründen yararlanılmıştır. Potter ve Ricchiardi (2009: 30-31) bir felaket ve kriz olayına ilişkin haberi aktarırken haber içeriğinin kullanılması ve kullanılmaması gereken kaynaklara ilişkin bir takım öneriler ortaya koymuşlardır. Bu önerilerden bazıları şu şekildedir; Olabilecek en çok bilgi okura iletilmelidir. Yeterli bilgiye sahip olunmadığı durumlarda kanıtlanmamış tanık raporlarından kaçınılması gerektiği vurgulanmış, bunun yerine yeterli bilgiye ulaşılmadığına haberde yer verilmesinin daha doğru olacağı savunulmuştur. Burada vurgulanmak istenen konu spekülasyona yol açabilecek kaynaklardan kaçınılması gerektiğidir. Kısaca, olası en çok bilgiyi aktarmanın önemli bir konu olmasının yanı sıra, güvenilir kaynaktan olması daha önemli bir konudur diyebiliriz.

Maqbool, Nawaz ve Luqman (2011: 21) haber kaynakları konusuna ayrıntılı biçimde değinmişlerdir. Bir felaket haberi oluşturulurken olayla ilgili detaylı bilgiler, öncelik sırasına göre aşağıdaki kaynaklardan toplanması gerektiğini belirtmişlerdir;

- Yerel ve ulusal hükümet yetkilileri,
- Olaya ilişkin bilgiye sahip olabilecek alt düzey devlet çalışanları,
- Akademisyenler veya mühendisler,
- Bir araştırma kurumuna mensup bilim adamları veya doktorlar,

- Olaya mahallinde görev alan polis, sağlık görevlisi veya itfaiye görevlisi,
- Olaya ilişkin bilgi sahibi olabilecek sivil toplum kuruluşları,
- Olaydan etkilenen bireyler,
- Afetler konusunda kapsamlı bilgiye sahip uluslararası kuruluşların yetkilileri,
- Görgü tanıkları ve gözlemciler,
- Afetler ve sivil savunma ile ilgili hükümet ve sivil toplum kuruluşları,
- Meteoroloji uzmanları.

Çalışma dahilinde incelenen kaza haberlerindeki kaynak kişi ve kurumların sınıflandırması yapılırken bu literatürden faydalanılmıştır. Örnekleme olarak alınan gazetelerdeki haberlerin birinci ve ikinci kaynaklarına ilişkin veriler toplanmıştır. Bu veriler aracılığıyla oluşturulan bulgular arasında bir takım farklar ve benzerlikler görülmektedir. Benzerlikler arasında, kaza haberlerini aktarırken iki gazetenin de ünlü kişilerin, hükümet yetkililerin, ajansların haberin kaynak olarak kullanım oranlarının birbirine yakın olmasıdır (Tablo 12). Farklılıkları arasında ise en göze çarpan muhalefet partinin kaynak olarak kullanımınıdır. *Chosun Ilbo* kazaya ilişkin yayınladığı 81 haberin hiçbirinde muhalefet partiyi birinci ya da ikinci kaynak olarak kullanmamıştır. *Hürriyet* ise toplamda yayınladığı 411 haberin 27'sinde (%6,56) birinci kaynak olarak muhalefet partiye yer vermiştir. Felaket olaylarında ön plana çıkan kaynaklardan biri kazazede ve yakınlarıdır. *Chosun Ilbo* kazazedelere ve kazazede yakınlarına eşit oranda (%1,85) kaynak olarak haberlerde yer vermiştir. *Hürriyet* ise birinci kaynak olarak kazazedeleri %4,62 oranında, yakınlarını ise %8,52 oranında yer vermiştir. İki gazetenin de kaynaklar sınıflandırmasına girmeyen diğer kaynakları kimi haberlerde tercih ettiği görülmüştür. *Hürriyet*'in kaynak kullanımında diğer kategorisi altına giren 80 haber bulunmaktadır. %19,46 oranında diğer kaynakları kullanmayı tercih eden *Hürriyet*'in haberlerinde kullandığı diğer kaynaklar arasında; kazaya ilişkin yapılan eylemlere katılan eylemciler, çeşitli bölgelerden yardım kampanyası düzenleyen öğrenciler, spor kulüpleri, kaza mağduru olmayan madenciler ve yakınları gibi kaynaklar yer almaktadır. *Chosun Ilbo* ise kazaya ilişkin haberlerinin %3,70'i gibi düşük bir oranla diğer kaynaklara yer vermiştir. Bu kaynaklar arasında, bağımsız yardım kampanyaları düzenleyen kişiler, posta ofisi çalışanları, yas tutan halk gibi kaynaklar yer almaktadır.

Felaket haberlerinde yer alan kaynaklar kadar, haberin teması da önemli bir konu olmaktadır. Potter ve Ricchiardi (2009: 31-32) felaket haberlerini aktarırken önceliğin kişilerin sağlığına verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Meydana gelen felaketin veya krizin kişilere ne gibi zararlar verebileceğine, kişilerin bu felaketten kendilerini ne şekilde koruyabileceklerine ilişkin bilgiler toplanmasının ve kamuyla paylaşılmasının öneminden daha önce bahsedilmiştir. Bu

noktada, içerik analizi sonucunda ulaşılan bulgulara bakıldığında, literatürde bahsedilen, kişilerin sağlığına öncelik verilmesi konusuna, *Chosun Ilbo*'nun daha çok önem verdiğini görmekteyiz. Bu savı araştırma bulgularıyla desteklemek mümkündür. Arama kurtarma çalışmalarına *Hürriyet* %4,75 oranında yer vermiştir. *Chosun Ilbo*'da ise bu oran %12,35'tir. Güvenlik teması da kişilerin sağlığını doğrudan etkilediği için bu konuya dahil edebilecek niteliktedir. Güvenlik temasının kullanım sıklığına bakıldığında *Hürriyet* güvenlik temasını %19,10 oranında kullanırken, *Chosun Ilbo* güvenlik temasını %22,22 oranında kullanmıştır. Bu bulgular doğrultusunda *Chosun Ilbo* ve *Hürriyet*'in ulusal ölçekli bir felaket haberini yayınlarken insan hayatına önem verdiği yorumunu yapabilmekteyiz.

Felaket haberlerindeki bir diğer önemli unsur ise haberi tamamlayan malzeme olan fotoğraftır. Potter ve Ricchiardi (2009: 32)'ye göre genel durumu sergileyen fotoğrafların kullanımı felaket haberleri için önemlidir. Üst açıdan çekilen fotoğraflar daha açık şekilde olayın etkilerini gösterebilmektedir. Bu noktada ele alınan kaza haberlerindeki görsel öge kullanım oranlarına ilişkin bulguların yorumlanması yerinde olacaktır. Tablo 6'ya bakıldığında, iki gazetenin de felaket haberlerini aktarırken, görsel malzemelerden faydalandığı görülmektedir. *Hürriyet* %88,32 oranında, *Chosun Ilbo* ise %80,25 oranında görsel malzeme kullanmıştır. İki bulgu karşılaştırıldığında *Hürriyet*'in küçük bir farkla görsel malzeme kullanımına daha önem verdiğini söyleyebilmekteyiz. Literatürde yer alan, felaket haberleri görsellerinin nasıl olması gerektiğine ilişkin bilgilerle, *Hürriyet* ve *Chosun Ilbo*'nun kullanmış olduğu görsellerin özellikleri arasındaki ilişki çalışmada incelenmemiştir.

Bu bilgiler doğrultusunda, iki gazete arasında hem metinsel bazda, hem de haber öğeleri bazında bir takım farklar ve benzerlikler olduğu görülmektedir. Bu farklardan en açığı felakete ilişkin haberlerin gazetelere göre dağılımında olduğu görülmektedir. Daha öncede belirtildiği üzere bu fark internet ortamındaki yayıncılık anlayışından kaynaklanmaktadır. *Chosun Ilbo* gazetesi yazılı basında yer alan haberlerinden başka haberleri yayınlamamayı seçmiştir. *Hürriyet* ise gelişmelerin her ayrıntısı için haber yapmayı seçmiştir. Gelişmelerin yanı sıra, kazazede ve yakınlarının hayat hikayelerine, futbol kulüpleri gibi doğrudan olayla ilgisi olmayan kurumların olaya ilişkin açıklamalarına, eski siyasetçilerin eşlerinin Soma ziyaretlerine, kazanın meydana geldiği madende çalışan eski işçilere haberlerinde çoğunlukla yer vermesi ve aynı haberlerin iki üç kez yer alması, haber dağılımları arasındaki farkın açılmasına sebep olmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda *Chosun Ilbo* gazetesinin *Hürriyet* gazetesine oranla daha yalın bir habercilik anlayışına sahip olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Haber başlık tonlarına incelendiğinde, *Hürriyet* gazetesinde, umut verici, acıma, kaygı ve endişe verici başlık tonu kullanım oranları neredeyse eşit derecede olduğu görülmektedir. *Chosun Ilbo* gazetesinin haber başlıklarında çoğunlukla kaygı ve endişe verici, suçlayıcı başlık tonu kullandığı bulgusuna ulaşılabilmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, *Hürriyet* gazetesinin *Chosun Ilbo* gazetesine oranla, kazayı daha duygusal yönleriyle ele aldığı ve işlediği gözlenebilirken, *Chosun Ilbo* gazetesinin olaya daha negatif yaklaştığını ve olaya ilişkin ihmal ve hatalara ilişkin daha sorgulayıcı olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

İki gazetenin, kazaya ilişkin haberleri ele almasındaki metinsel farkları saptayabilmek adına sansasyonel kelime kullanım oranları incelenmiştir. Hem başlıkta, hem haber içeriğinde sansasyonel kelime kullanım oranları incelendiğinde, iki gazetenin bu konuda oldukça farklı olduğu sonucu çıkmaktadır. *Hürriyet* gazetesi, haber başlıkları yerine haber içeriklerinde sansasyonel kelime kullanmayı tercih ederken, *Chosun Ilbo* gazetesi, başlıklarında sansasyonel kelime kullanarak, içerikte *Hürriyet*'e oranla daha az sansasyonel kelime kullanmayı tercih etmiştir. Bu bağlamda, *Chosun Ilbo* gazetesi okurları üzerinde başlık ile habere ilgi oluşturmaya çalışırken, *Hürriyet* gazetesinin okurları üzerindeki ilgiyi içerik ile oluşturmaya çalıştığı sonucuna ulaşabilmekteyiz.

Metinsel farkları ve benzerlikleri saptamada yardımcı olabilecek bir diğer unsur ise haber uzunluklarıdır. İki gazetenin felakete ilişkin haberlerinin uzunluklarının analizi sonucunda, *Chosun Ilbo* gazetesinin orta uzunluktaki haberler yayınlamayı tercih ettiği bulgusuna ulaşılmıştır. Kısa haberlere orta haberlerin yarısı oranında yer vermiştir. *Hürriyet* gazetesi ise, kısa ve orta uzunluktaki haberlere benzer oranda yer vermiştir. Uzun haberler iki gazete tarafından da düşük oranla yer verilmiştir.

İki gazete haber öğeleri açısından bir takım fark ve benzerlikler göstermektedir. Benzerlikler arasında, görsel öğe kullanımı yer almaktadır. Kazalara ilişkin haberlerde, iki gazetede ortalama %80 oranında görsel malzeme kullanmıştır. Bu bulgu aracılığıyla, iki ülke basını temsil eden gazeteler için felaket haberleri için, görsel öğeye önem taşımaktadır sonucuna ulaşılabilmektedir.

İki gazetenin farklılıklar gösterdiği konular arasında ise haberdeki kaynak kişi/kurum kullanımı ve haber temaları yer almaktadır. Haber kaynaklarına ilişkin bulgulara bakıldığında, *Chosun Ilbo* gazetesi çoğunlukla resmi kurumları kaynak olarak kullanmayı tercih etmiştir. Üst düzey kamu görevlisi, güvenlik görevlisi, kurtarma ekibi, hükümet yetkilisi gibi, olayla ilgili bilgiyi doğrudan alabileceği kurumları kaynak olarak kullanmıştır. *Hürriyet* gazetesi ise çoğunlukla haberlerinde, hükümet yetkililerine, muhalefet partiyeye, kazazede yakınlarına ve ünlülere kaynak olarak yer vermiştir. Bu bulgu sonucunda, *Chosun Ilbo* gazetesinin haberlerini, *Hürriyete*

oranla daha resmi ve daha kazayla doğrudan bağlantılı kurumlardan edinilen bilgiler ile oluşturduğunu belirtebilmekteyiz. Özetle, *Chosun Ilbo*'nun *Hürriyet*'e oranla, kurtarma çalışmalarına, alınan alınmayan güvenlik önlemlerine, olaya ilişkin soruşturmalara kısaca insan sağlığına odaklı bir habercilik anlayışı olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. İki gazetenin haber öğeleri açısından bir diğer farklılık gösterdiği konu ise haber temalarıdır. Haber temalarına bakıldığında, *Chosun Ilbo*, arama kurtarma çalışmalarına, ölü ve yaralılara ilişkin bilgilere, yasal soruşturmaya ve en yüksek oranla da güvenlik temasına önem verdiği bulgusuna ulaşılmıştır. *Hürriyet* ise, en yüksek oranı ölü ve yaralılar temasına vererek, güvenlik, yardım toplama ve dağıtım, yas/taziye gibi temalarla insan sağlığına öncelik vermiştir diyebilmekteyiz. *Hürriyet* gazetesinin haber kaynağına ve temasına incelendiğinde ölü ve yaralılar hakkındaki bilginin hükümet yetkilileri tarafından açıklandığı sonucuna varılabilmektedir. Ölü ve yaralı temasına büyük oranla yer vermesi, kurtarma çalışanlarına veya sağlık görevlilerine ise düşük oranda yer vererek hükümet görevlilerine yüksek oranda yer vermesi sebep gösterilebilmektedir. *Chosun Ilbo* da *Hürriyet* gibi haber temalarını insan sağlığına odaklı olarak seçerek, kaza sonucunda meydana gelen mal ve can kaybına ilişkin bilgiyi *Hürriyet*'e oranla daha resmi kurumlardan aktarmayı tercih etmiştir sonucuna ulaşabilmekteyiz.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, *Hürriyet* gazetesinin *Chosun Ilbo*'ya oranla olayı daha dramatik yönüyle ele alarak, daha magazinsel bir yayıncılık anlayışına sahip olduğu sonucuna ulaşabilmekteyiz. Bu sonucu, sansasyonel kelime kullanım oranları, kişilerin hayat hikayesini tema olarak sıklıkla kullanımı ve spor kulüpleri, sinema kuruluşları gibi magazinsel kaynak kişi ve kurumlara yer vermesi gibi bulgular ile desteklemek mümkündür. Ayrıca, *Chosun Ilbo* gazetesinin kullanmış olduğu başlık tonu, kaynak kişi/kurumları ve haber temaları ele alındığında, kazaya ilişkin hataları ve ihmalleri *Hürriyet*'e göre daha fazla irdelediği gözlemlenmiştir. *Hürriyet*'in yapmış olduğu haberlerde ise kadercilik anlayışı hakim olmuştur. Ulaşılan bu sonucu, suçlayıcı başlık kullanım oranları, yasal soruşturma temalı haberlerin yer alma sıklığı, haberlerinde yer verdiği kaynaklar gibi bulgular ile desteklemek mümkündür.

Bu çalışmanın yeni başka çalışmalarla geliştirilmesi mümkündür. Analiz yeteneğinin arttırılmasına yönelik öneriler arasında, başta örnekleme alınan gazete adetinin arttırılması yer almaktadır. Gazete çeşitliliğinin arttırıldığı durumda, çalışma daha kapsamlı bir analiz düzeyinde olacaktır. Çalışmanın amaçları arasında yer alan ulusal ölçekli felaketlerin basında yansıma biçimlerinin incelenmesi için örnek iki olay alınmıştır. Benzer şekilde, olay sayısı ve olayların gerçekleştiği ülkelerin miktarı arttırıldığı durumda ortaya daha ayrıntılı bulgular çıkacaktır. Çalışmada gazetelerin sansasyonel kelime kullanım düzeyleri incelenmiştir. Bu incelemenin gerçekleştirilmesi için tarafımızca bir sansasyonel kelimeler listesi oluşturulmuştur. Listenin

oluşumu, uygun bir literatürün değerlendirmesi sonucunda gerçekleştirilebilirse çalışmanın güvenilirliğini daha da artacaktır. Bu konuda bir diğer yöntem olarak, sansasyonel kelimeler listesinin bir uzman paneli tarafından belirlenmesidir. Ayrıca, gazete haberleri analizinde haberin gazete baskısındaki sayfa konumu önemli bir husustur. Yapılan çalışmanın örneklemini internet gazeteleri oluşturduğu için haberin sayfa konumuna ilişkin veriler toplanamamıştır. Bu sebeple, yeni araştırmacılar için öneriler arasında, basılı gazetelerin örnekleme alınması konusu da bulunabilir. Öte yandan, televizyon gibi diğer medya türlerindeki haber bültenlerinin çalışılması da yine yeni araştırmacılar tarafından gerçekleştirilebilecek araştırma konuları arasındadır.



KAYNAKLAR

- ABRAK S. E. (2006). Gündem Belirleme Modeli Işığında Türkiye'nin Avrupa Birliğine Giriş Sürecinin Haber Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erişim Tarihi: 12.05.2016. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- AKYURT M. (2015). **Kriz Yönetimi**, Bartın Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu, 4-5. Erişim Tarihi: 09.03.2016. [http://myo.bartın.edu.tr/gsener/2014-2015_Kaynak/Final-Y%C3%B6n-Org/IIO/KR%C4%B0Z_Y%C3%96NET%C4%B0M%C4%B0MUN%C4%B0SE_AKYURT_\(1\).pdf](http://myo.bartın.edu.tr/gsener/2014-2015_Kaynak/Final-Y%C3%B6n-Org/IIO/KR%C4%B0Z_Y%C3%96NET%C4%B0M%C4%B0MUN%C4%B0SE_AKYURT_(1).pdf)
- ALTUN A. ve BEK M. G. (2013). Haberlerde Aile içi Şiddetin Temsili. **Kadın Araştırmaları Dergisi**, Sayı: 13: 1-34.
- AN, S.K. (2011). Reducing Anger and Blame: The Role of the Morality News Frame and Crisis Response Strategy, *Public Relations Review*, 37/2, 170.
- ATABEK N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi, **Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Sayı: 19, 223-225. Erişim Tarihi: 15. 06.2016. dergipark.ulakbim.gov.tr/kurgu/article/download/5000175037/5000157905
- ATABEK Ü. (2007). İçerik Çözümlemesi: İletişim Çalışmalarının Olağan Yöntemi, G. Ş. Atabek ve Ü. Atabek (ed), **Medya Metinlerini Çözümlemek**, Siyasal, Ankara, 1-18.
- AUGUSTINE, N. R. (2000). Managing the Crisis You Tried to Prevent, **Harvard Business Review**, Aralık 1995, sayı: 18. Erişim Tarihi: 23.05.2016. <https://hbr.org/1995/11/managing-the-crisis-you-tried-to-prevent>
- BENOL A.B. (2012). *Hürriyet* Gazetesi Haberlerine Göre Türk Ulusal Kimliği ve Öteki, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BENOIT W. L. (1997). Image Repair Discourse and Crisis Communication, **Public Relations Review**, v23 n2, 179.
- BİLGİN N. (2014). **Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi**, Ankara: Siyasal Kitabevi,
- BOOTH S. (1993). **Crisis Management Strategy**, Routledge Revivals.
- BYUNG-HO K. (2015). **The Korea Press 2013 Yearbook**, Korea Press Foundation, 40-43, 56-60. Erişim Tarihi: 20.11.2016. <http://www2.kpf.or.kr/eng/board.do>

- CAN H. (1997). **Organizasyon ve Yönetim**, Ankara: Siyasal Kitabevi, 4. Baskı
- CAN H. (2002). **Organizasyon ve Yönetim**, Ankara: Siyasal Kitabevi, 6. Baskı
- COHEN J. R. (1999). **Advising Clients to Apologize**, S. California: Law Review.
- COOMBS, W.T. (2007). **Crisis Management and Communications**, Institute for Public Relations, 1. Erişim Tarihi: 08.05.2016. <http://www.instituteforpr.org/crisis-management-communications/>
- COOMBS T., HOLLADAY S. (2008). Comparing Apology to Equivalent Crisis Response Strategies: Clarifying Apology's Role and Value in Crisis Communication, **Public Relations Review**, Sayı: 34, 1-737.
- COOMBS W.T. (1999). **Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding**, Thousand Oaks, CA: Sage.
- ÇAKIR M., BERZAH M.Ç. (2011). İletişim Özgürlüğünün Bir Ölçütü Olarak Gazetecinin İş Güvencesi, **İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi**, Sayı:1, 72. Erişim Tarihi: 23.11.2016. <https://eski.arel.edu.tr/pages/iletisimfakulte/dergi/gazeteci.pdf>
- ÇAPLI B., TAŞ O. (2010). Televizyon Haberciliğinde Etik, içinde B. Çaplı ve Hakan Tuncel (ed.) **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Ankara: Fersa Matbaacılık.
- DEMİR M. (2002). Yazılı Basında Yayınlanan Deprem Haberlerinin Kamuoyuna Yansıması, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DEMİROĞLU H. (2012). Kriz Haberciliği Bağlamında Domuz Gribi Haberlerindeki Panik Unsurların Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi.
- DEMİRTAŞ H. (2000). Kriz Yönetimi, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi**, Sayı: 23, 359-373.
- DEVELLİOĞU F. (1986). **Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lügat**, Aydın Kitabevi Yayınları.
- DİYAROĞLU B.N. (2011). Kriz İletişiminde Medya Yönetimi ve 2009 Türk Hava Yolları Krizi ve 2001 Amerikan Havayolları Krizi Karşılaştırmalı İncelemesi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DOWNIE P. (2012). The Renewal of Journalistic Practice in Disaster: Reporting from the 2010 Haitian Earthquake, Yüksek Lisans Tezi, Montreal Concordia Üniversitesi.

ERDOĞAN (2009). Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı Olarak Çerçeveleme, **Eciyes İletişim Dergisi Akademia**, Cilt: 2, Sayı: 1, 48-62. Erişim Tarihi: 12.01.2016 http://www.infolla.com/dosyalar/articleextension/635708254183902311_75-259-1-PB.pdf

EVANS N., ELPHICK S. (2005). Models of Crisis Management: An Evaluation of Their Value for Strategic Planning in the International Travel Industry, **International Journal of Tourism Research**, Mayıs/Haziran Sayı: 7, 135-150.

FAULKNER B. (2001). **Towards A Framework For Tourism Disaster Management**, Advances in Tourism Research Series, Vol: 22 No: 2, (s. 135-147).

FEARN-BANKS (2007). **Crisis Communication: A Casebook Approach**, Routledge Revivals, 2, 17-25. Erişim Tarihi 21.03.2016. <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/06/crisis-communications-a-casebook-approach.pdf>

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG (2013). **Asian Media Barometer (South Korea 2013)**, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES). Erişim Tarihi: 04.11.16. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/asia-media/10625.pdf>

GANTA T. G. (2015). Newspaper Headlines - A Comparative Study of Two Telugu Dailies, **International Journal of Multidisciplinary Research and Development**, 2(1), 427-431. Erişim Tarihi: 20.12.2016. www.allsubjectjournal.com/download/293/71.3

GAZETE TİRAJLARI WEB SAYFASI (2016). 09.11.2016 Günlük Gazete Tirajları. Erişim Tarihi: 10.11.2016. <http://gazetetirajlari.com/2016/12/10/>

GEARING A.A. (2012). Lessons from Media Reporting of Natural Disasters: A Case Study of the 2011 Flash Floods in Toowoomba and the Lockyer Valley. Yüksek Lisans Tezi, Queensland University of Technology Faculty of Creative Industries.

GİRGİN A. (2005). **Haber Yazmak**, İstanbul: Der Yayınları, 3. Baskı.

GİRGİN A. (2009). **Yerel Basın Tarihi**, İstanbul: Der Yayınları, Genişletilmiş 3. Baskı

GÖKÇE O. (1996). Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı, **Kurgu Dergisi**, Sayı 14, 211-227.

Erişim Tarihi: 22.06.2016.
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/kurgu/article/view/5000174904/5000157776>

GÜRSES F. (2015). Gazetecilik Pratiklerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi: "Soma Faciası" Haberleri. Proceeding of INTCESS 15-2nd International Conference on Education and Social Sciences, 175-187. Erişim Tarihi: 20.03.2017.
https://www.researchgate.net/publication/273917279_GURSES_FATMA_2015_A_Critical_Evaluation_of_Journalism_Practices_Soma_Disaster_News_Gazetecilik_Pratiklerinin_Elestirel_Bir_Değerlendirmesi_Soma_Faciasi_Haberleri_2nd_International_Conference_on_Educat

HACIHALİLOĞLU H. (1998). İşletmelerde Kriz Yönetiminin Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

HERMAN C. F. (1969). **Threat, Time and Surprise: A Simulation of International Crisis, Unknown Binding**, ASIN: B0007G3N74.

HOHENBERG J.(1978) **The Professional Journalist**, New York: Holt, Rinehart and Winston.

HUMAN RIGHTS WATCH (1988). **Freedom of Expression in the Republic of Korea**, Asia Watch, International Human Rights Law Group, American Center of International Pen, ISBN: 0929692020.

IQBAL M., Ali F., KHURSHEED M. (2014). Analysis Of the Role Of Media In Disaster Reporting In Pakistan, **European Scientific Journal**, Vol:1 Issue: 3, 570-575.

JORGANSEN K.W. ve PANTTI M. (2013). The Ethics of Global Disaster Reporting: Journalistic Witnessing and the Challenge to Objectivity. In: Ward, Stephen J. A. ed. **Global Media Ethics: Problems and Perspectives**, Wiley-Blackwell, 191-213.

KARACAOVA T. (2010). İstanbul Basınında Kore Savaşı. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KARAKAYA M. (2013). **Bir Bakışta Türk Medyası**, T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, 8-10. Erişim Tarihi: 23.11.2016.
http://www.byegm.gov.tr/uploads/docs/Bir_Bakista_Turk_Medyasi_TR.pdf

KELLERMAN B. (2006). When Should a Leader Apologize and When not?, **Harvard Business Review**, April 2006 Issue. Erişim Tarihi: 27.06.2016. <https://hbr.org/2006/04/when-should-a-leader-apologize-and-when-not>

KENEŞ H. ve TAŞTAN İ. (2016). Madencinin Acısına Bakmak: Ulusal Basında Soma Maden "Facia"sının Haberleştirilmesi. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 71 Sayı: 1, 125-160. Erişim Tarihi: 20.03.2017. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/view/5000183458/5000162142>

KILIÇ Ç. (2015). Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi, Yüksel Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KIM L. (2011). Media Framing of Stem Cell Research: A Cross-National Analysis of Political Representation of Science Between The UK And South Korea, **Journal of Science Communication**, Vol 10, Issue 3. Erişim Tarihi: 10.12.2016. [https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/Jcom1003\(2011\)A02.pdf](https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/Jcom1003(2011)A02.pdf)

KOÇAK A., ARUN Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu, **Selçuk İletişim Dergisi**, 4 (3), 21-28. Erişim Tarihi: 03.09.2016 <http://joselcuk.edu.tr/article/view/1075000231>

KRIPPENDORFF K. (1989). Content Analysis. International Encyclopedia of Communication, Oxford University Press, Vol.1, 403-407. http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1232&context=asc_papers

KÜÇÜK F., BAYUK N. (2007). Kriz Ortamında Bir Başarı Faktörü Olarak Çalışanların Kurum İmajı, **Journal of Yaşar University**, 2(7), 796-808.

LERBINGER O. (2012). **The Crisis Manager: Facing Disasters, Conflicts and Failures**, Routledge Revival, 2. Baskı.

LIPPMANN W. (1922). **Public Opinion**. New Brunswick and London: Transaction Publishers.

LUECKE R. (2009). **Kriz Yönetimi**, (Ö. Sarıkaya, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2. Baskı,

MCCOMBS, M. (2002). The Agenda-Setting Role Of The Mass Media In The Shaping Of Public Opinion. **in Mass Media Economics 2002 Conference**, London School of Economics. Erişim Tarihi: 07.05.2016). <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf>

MERRIAM-WEBSTER DICTIONARY AND THESAURUS, Erişim Tarihi: 13.01.2016. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/crisis>

NALCIOĞLU B. U. (2005). Tanzimat Dönemi Türk Gazeteciliği ve Türk Basınının İlkleri, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 107 (14), 253-267. Erişim Tarihi: 23.11.2016 http://journals.manas.edu.kg/mjsr/oldarchives/Vol07_Issue14_2005/453.pdf

NIDM (2014). **Principle of Disaster Reporting: Handbook**. National Institute of Disaster Management. Erişim Tarihi: 01.05.2016. <http://nidm.gov.in/pdf/ncrmp/Deliverable%2014-5.pdf>

ÖRNEK (2007) Kriz Yönetimi Stratejileri Ve Türkiye Bilişim Sektörü Örneği, **Yönetim Bilimleri Dergisi** 5(1), 114-129. Erişim Tarihi: 01.08.2016 http://ybd.comu.edu.tr/images/form/dosya/dosya_5556002.pdf

ÖZKIR Y. (2013). *Hürriyet* Gazetesi'nin Kimliği, **Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 3, 45-70. Erişim Tarihi: 10.12.2016. [http://sosbilder.igdir.edu.tr/Makaleler/703770100_03_Ozgir_\(45-70\).pdf](http://sosbilder.igdir.edu.tr/Makaleler/703770100_03_Ozgir_(45-70).pdf)

ÖZKIR Y. ve ŞİŞMAN B. (2014). Soma Maden Kazasının İnternet Gazetelerinde Aktarılmasının Haberde İdeoloji Bağlamında Değerlendirilmesi. **Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 6, 65-81. Erişim Tarihi: 20.03.2017. [http://sosbilder.igdir.edu.tr/Makaleler/1391207592_05_Ozgir_\(65-81\).pdf](http://sosbilder.igdir.edu.tr/Makaleler/1391207592_05_Ozgir_(65-81).pdf)

PEARSON C. M. MITROFF I. (1993). From Crisis Prone to Crisis Prepared: A Framework for Crisis Management, **The Academy of Management Executive** , 7 (1), 48-59.

PEKER Ö. AYTÜRK N. (2000). **Etkili Yönetim Becerileri Öğrenilebilir ve Geliştirilebilir**, Ankara: Yargı Yayınevi.

POTTER D. ve RICCHIARDI S. (2009). **Disaster and Crisis Coverage**. International Center for Journalists. https://www.icfj.org/sites/default/files/Disaster_Crisis.pdf Erişim Tarihi: 01.05.2016.

REYNOLDS B. SEEGER M. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model, **Journal of Health Communication**, Sayı: 10.

RICHARDS I. (2006). Felaket Haberciliği, Güven ve Etik. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı:23, 199-204.

SA E.S, (2009). **Development of Press Freedom in South Korea since Japanese Colonial Rule, Asian Culture and History**, The University of Sydney, Australia, Vol. 1, No.2, 6-7.

SANDMAN P. (2016). **Crisis Communication (High Hazard, High Outrage)**. Erişim Tarihi: 01.05.2016. <http://www.psandman.com/index-CC.htm>

SEEGER, SELNOW, ULMER (2003) **Communication And Organizational Crisis**, Praeger Publishers.

SEZGİN F. (2003). Kriz Yönetimi, **Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 8, 181-195. Erişim Tarihi: 15.02.2016. http://journals.manas.edu.kg/mjsr/oldarchives/Vol04_Issue08_2003/329.pdf

TAĞRAF H. ARSLAN N.T. (2003) Kriz Oluşum Süreci ve Kriz Yönetiminde Proaktif Yaklaşım, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 4, Sayı 1, 149-160. Erişim Tarihi: 23.02.2016. <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/172.pdf>

VAN DIJK T. A . (1988). **News As Discourse**, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

T.C. MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI, (2008). **Türk Medya Basının Doğuşu ve Gelişimi**, Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP) Yayınları, 8.

TEMİZEL H. (2014). Kamuoyu Kuramları ve Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları, **Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 115- 143. Erişim Tarihi: 12.07.2016. sead.selcuk.edu.tr/sead/article/download/109/108

TOKGÖZ O. (1981). **Temel Gazetecilik**. Ankara: SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.

TOPUZ H. (1973). **100 Soruda Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1.Baskı.

TUİK (2016). **Yazılı Medya İstatistikleri**, Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK), Erişim Tarihi: 24.11.2016. <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=vt>

TURNER B. A. (1976). The Organizational and Interorganizational Development of Disasters, **Administrative Science Quarterly**, Sep 76, Vol. 21, Issue 3. 378-397. Erişim Tarihi: 15.03.2016. <https://www.jstor.org/stable/2391850>

TÜZ M., HAŞİT G., İPÇİOĞLU İ., SUHER İ. (2013). **Kriz İletişimi ve Yönetimi**, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2818, Erişim Tarihi: 21.02.2016. http://www.azanadolu.edu.az/images/Dersler/PDF/EKITAP/Acik_oyretim_fakultesi/Halka_iliskiler_ve_tanitim_onlisans_programi/4_yariyil_dersleri/Kriz%20iletishim%20ve%20yonetimi.pdf

WALTON M. (1988). **Deming Managment Method**. New York: Berkley Publishing Group.

WEBER R. P. (1990). Basic Content Analysis (2nd Ed.). London: Sage Publications.

WEICK K. E. (1988). Enacted Sensemaking In Crisis Situations. **Journal of Managment Studies** 25(4) July, University of Michigan.

WEINER D. (2006). Crisis Communications: Managing Corporate Reputation in the Court of Public Opinion. **Iviy Business Journal**, March/April 2006 Issues.

YÜCE E. (2007). Simgesel Seçkinler Ve Habitus: *Hürriyet* Gazetesi'nde Köşe Yazarlığı. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı.

YÜKSEL E. (2007). Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte. Nerede Ayrılmaktadır?, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 7 Sayı: 1.