

## DİJİTAL MECRADA ALTERNATİF MEDYA VE ANA AKIM MEDYADAKİ SAĞLIK HABERLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: MEDYASCOPE VE HÜRRIYET ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Alper Hakan YAVAŞÇALI<sup>2</sup>

Turancan ŞİRVANLI<sup>3</sup>

### ÖZET

Alternatif medya ve ana akım medya kavram olarak toplumsal ve biçimsel anlamda farklı medya yapılanmalarını ve içerikleri temsil etmektedir. Sağlık haberlerinin ise bilgi/enformasyon aktarımının ötesinde, halk sağlığını ilgilendiren bir mesele olduğu için, medya gruplarının ekonomi politik yapısından ve ideolojik konumundan bağımsız olması beklenmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmanın problemini “sağlık haberlerinin alternatif medya ve ana akım medyada nasıl değişkenlik gösterdiği” ve “sağlık haberlerinin ilgili yayın gruplarında nasıl çerçevelendiği” soruları oluşturmaktadır. Çalışmanın kuramsal temelini çerçeveleme teorisi oluşturmaktadır. Çerçeveleme yaklaşımı, haberlerdeki konunun bazı yönlerinin az bazı yönlerinin ise fazla vurgulanarak onun hakkında belli bir yorumun, değerlendirmenin ve çözümü ön plana çıkarıldığını belirtmektedir. Medya çerçeveleri, medya gruplarının belirli bir konuyu nasıl ele aldığı konusunda bir bilgi sunabilmektedir. Bu bağlamda çalışmada, sahiplik yapısı ve üretim ilişkileri bağlamında alternatif medya olarak nitelendirilebilecek Medyascope kanalının ve Türkiye ana akım medyasının amiral gemisi olarak tanımlanan Hürriyet gazetesinin ürettiği sağlık haberlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında, ekonomi politik anlamda ana akım ve alternatif medya olarak tanımlanabilecek iki farklı yayın olan Hürriyet ve Medyascope’un Ağustos 2021 tarihini kapsayan sağlık haberleri, içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Bir aylık sürede toplamda 286 sağlık haberi içerisinde Medyascope’un 57, Hürriyet’in 229 haber içeriği yayınladığı tespit edilmiş, haber sayısındaki farklılığın haber konularındaki çeşitliliğe yansımadağı görülmüştür. Medyascope İnternet sitesinin sağlık haberlerine eleştirel bir perspektifle yaklaştığı görülürken, Hürriyet’in ana akım medya prensipleri paralelinde “tıklanma/okunma” eksenli bir sağlık haberciliği faaliyeti yürüttüğü tespit edilmiştir. “Genel Sağlık” kategorisinde iki basın kuruluşunun da benzer bir çizgide yer aldığı görülmektedir. Bunun yanında Medyascope’un ikinci sıradaki haber içerikleri “sağlık çalışanlarının yaşadığı zorluklar ve temel hakları” üzerineyken, Hürriyet’te ise ikinci sırayı “sağlıklı yaşam formülleri”, “estetik ameliyatlar” gibi sağlık/magazin eksenli içerikler oluşturmaktadır. Her iki yayın grubunda da sağlık konusu merkezde olmasına rağmen haberlerin çerçeveleri, yayın gruplarının ekonomi politik ve yayıncılık anlayışlarına göre farklılık göstermekte ve sağlık haberlerinin niteliğini etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Haberciliği, Alternatif Medya, Ana Akım Medya

<sup>1</sup> 11 – 12 Kasım 2021 tarihleri arasında Eskişehir’de düzenlenen 7. Sağlık İletişimi Sempozyumu’nda sözlü bildiri olarak sunulmuş ve özeti, sempozyum bildiri kitabında basılmıştır.

<sup>2</sup> Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye, alperhy@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1860-215X

<sup>3</sup> Arş. Gör., Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, Türkiye, turancan.sirvanli@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7286-3070

## COMPARATIVE ANALYSIS OF HEALTH NEWS IN ALTERNATIVE MEDIA AND MAINSTREAM MEDIA IN DIGITAL MEDIUM: THE CASE OF MEDYASCOPE AND HURRIYET

### ABSTRACT

Alternative media and mainstream media, conceptually represents different media structures and contents in social and formal terms. Health news, on the other hand, is expected to be independent of the political economy and ideological position of media groups, since it is an issue that concerns public health beyond the transfer of knowledge/information. Therefore, the problem of this study is "how health news varies in alternative media and mainstream media" and "how health news is framed in relevant broadcast groups". The framing approach, which also constitutes the theoretical basis of the study, states that some aspects of the subject in the news are emphasized less and some aspects are overemphasized, and a certain interpretation, evaluation and solution about it is brought to the fore. Media framings, can provide information on how media groups are approach a particular issue. In this context, it is aimed to examine the health news produced by Medyascope channel, which can be described as alternative media in the context of ownership structure and production relations, and Hürriyet newspaper, which is defined as the flagship of Turkey's mainstream media. Within the scope of the study, the health news of Hürriyet and Medyascope, two different publications that can be defined as mainstream and alternative media in terms of political economy, covering the date of August 2021 were analyzed with the content analysis technique. It was determined that Medyascope published 57 news content and Hürriyet published 229 news content in a total of 286 health news items in a month, and it was observed that the difference in the number of news did not reflect on the diversity of news topics. While it is seen that Medyascope website approaches health news with a critical perspective, it has been determined that Hürriyet carries out a "click/read" oriented health journalism activity in line with the mainstream media principles. It is seen that both press organizations take a similar line in the "General Health" category. While Medyascope's second-ranked news content is on "difficulties and fundamental rights of healthcare professionals", Hürriyet's second-ranked news content is health/magazine-oriented content such as "healthy life formulas" and "aesthetic surgeries". Although the subject of health is at the center in both media groups, the frames of the news differ according to the political economy and publishing understanding of the broadcasting groups and affect the quality of health news.

**Keywords:** Health journalism, Alternative Media, Mainstream Media

### GİRİŞ

Hastalanmamış veya sakatlanmamış olmanın yanı sıra bedensel, ruhsal ve sosyal açıdan tam bir iyilik hâli olarak tanımlanan sağlık, iletişim ve habercilikte de en önemli konular arasında yer almaktadır. Bir haber alanı olarak sağlık haberciliği de özellikle Covid-19 küresel salgını döneminde tekrar fark edildiği üzere toplum sağlığı açısından üst düzeyde önem taşımaktadır. Sağlık haberciliği, toplumun sağlık alanında doğru bilgilendirilmesini sağlayan, yaşam kalitesini artıran habercilik faaliyetleri olarak nitelenebilir (Öğüt, 2013, s. 1).

Bugün, önemli uzmanlık alanlarından biri olarak görülen sağlık haberciliği ve sağlık konulu haber içeriklerinde toplumu bilgilendirme ve duyurma işlevinin ön planda olması hem habercilik etiği hem de toplumsal sorumluluk bağlamında bir gerekliliktir. Sağlık haberlerinin üretiminde, tıpkı sağlık çalışanlarında olduğu gibi "önce zarar verme" ilkesi doğrultusunda hareket edilmeli

ve ticari metinler olarak görülmemesi gerekmektedir. Sağlık haberleri, kitleleri sağlıkla ilgili konu ve gelişmelerde bilgilendirmek, farkındalık yaratmak, bilinçlendirmek ve uyarmak gibi işlevlere sahiptir. Sağlık ile ilgili herhangi bir konunun sağlık haberi olarak değerlendirilebilmesi için bazı özellikler taşıması gereklidir. Bu özellikler, genel haber değerleri ile paralel olsalar da tıbbi unsur ve konuların haber olarak değerlendirilmesinde bir "uzmanlığa" ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple sağlık haberciliği de "uzman haberciliği" olarak değerlendirilebilir. Sağlık haberlerinde tutum ve davranış değiştirme gücü oldukça yüksektir. Dolayısıyla kamuoyu üzerinde yaratılabilecek etkinin sürekli göz önünde tutulması, suistimalden uzak durulması gerekmektedir (Utma, 2017, s. 599). Tüm bu işlev ve etkiler dolayısıyla sağlık haberciliği, haber kaynağından muhabirine, eşik bekçisinden kurum politikalarına kadar tüm unsurlarıyla kamu yararını öncelikle yapılmalı, doğru ve nitelikli haber sunulmalıdır (Karagöz, 2012, s. 88). İnsan ve toplum sağlığını korumak, geliştirmek, sağlık okuryazarlığını artırmak, tutum ve davranış değişikliği yaratmak gibi unsurlar dikkate alındığında, sağlık konulu haberleri kitlesel olarak dolaşıma sokan kuruluşların verdiği bilgilerin niteliği, doğruluğu ve sorumluluğunun hayati bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Kamuya karşı her zaman büyük sorumluluğu olan medya, 4. kuvvet olagelmesi dolayısıyla sağlık alanında bir denetleme görevi de yürütmektedir (Vatansever, 2021, s. 15).

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, yeni medya araçları ve sosyal medya uygulamalarının habercilik alanında da giderek artan kullanımı, sağlık haberlerinin yukarıda bahsedilen işlev ve etkilerini oldukça artırmıştır. Etkileşim, paylaşım, tıklanma odaklı üretilen haber içerikleri, kitleler arasında çok daha hızlı ve kontrolsüz yayılmakta, bu bağlamda üretilen sağlık haberlerinin niteliği her zamankinden de daha da büyük önem taşımaktadır. Özellikle günümüzde, küresel salgın döneminin de etkisiyle bireylerin sağlıkla ilgili bilgi arama ihtiyacı önemli ölçüde artmış ve bu konuda başvurulacak araç yeni medya araçları olmuştur. Sağlık bilgisi arama davranışı olarak da adlandırılan bu durumda özellikle SEO'ya uygun üretilen metinler dolayısıyla sağlık haberi de üreten medya kuruluşları ön plana çıkmaktadır (Kurban, 2018, s., 29). Sağlık haberi içerikleri de üreten bu medya kuruluşları, ekonomi politik yapıları, ideolojik yapıları, ticari kaygıları, gelir modelleri vb. sebeplerle haber içeriklerini şekillendirebilmektedir. Salt bilgi/enformasyon aktarımının ötesinde haber metinleri olan sağlık haberlerinin ise toplum sağlığını doğrudan bilgilendirmesi bakımından bu unsurlardan bağımsız olması beklenirken bu durumdan ne ölçüde etkilendiği bu çalışmanın ana sorununu oluşturmaktadır.

## KURAMSAL ÇERÇEVE

Haber metinlerinde en önemli unsurlardan olan nesnellik, tarafsızlık ve gerçeklik gibi unsurlar, dünden bu yana tartışılmaktadır. Medya kuruluşları, diğer tüm konularda olduğu gibi sağlık haberlerinde de hangi konuların haberleştirilip kamuoyunun gündemine sunulacağına, olayların ne şekilde, hangi açıdan yansıtılacağına, haberde nelerin işlenip nelerin işlenmeyeceğine karar vermekte, yani haberleri çerçevelemektedir. İletişim, medya ve habercilik gibi disiplinlerin başat araştırma alanlarından biri olan çerçeveleme, haber boyutuyla incelendiğinde toplumsal yapıdan ve ekonomi politik unsurlardan bağımsız ele alınamaz. İşbu haber içeriklerinin belirlenmesi noktasında haber kaynakları, reklamveren etkisi, patronaj ve ilişkileri gibi unsurlar etkili olabilmektedir. Dolayısıyla haber çerçevelemesinde sadece gazeteci faktörünün ve gazetecinin yetkinliklerinin etkili olmadığı söylenebilir. Medya içeriklerinin tümü, tüm aşamalarında süregelen sistemlerden ayrı düşünülemez. Ticarileşme, çeşitlilik, uluslararasılaşma, birleşme gibi süreçler içerik üretimi üzerinde etkilidir. Bu bağlamda medya ürünlerinin kontrol ve denetim mekanizmalarının da incelemelerde dikkate alınması gerekir. (Çeliker Saraç, 2018, s. 164). Sağlık haberciliği de bu etkilerden bağımsız değildir.

Birden çok tanımı olan çerçeveleme kavramı, bireyler ve toplumların üzerinde güçlü bir medya etkisi olduğu ön kabulüyle insanların bir konuda nasıl düşüneceklerinin yönlendirilmesini ifade etmektedir (Özçetin, 2019, s. 120). Medya, herhangi bir konuyu haberleştirerek kamuoyunun gündemine sunar. Sunum şekillerindeki bazı farklılıklar, izler/okur kitlenin konuya ilişkin algılarını yönlendirebilmektedir. Robert Entman'a göre çerçeveleme, var olan gerçekliğin metinde belirli yönleri ön plana çıkarılıp daha görünür ve önemli hâle getirilmesi ile gerçekleştirilir (Kazaz vd., 2021, s. 346). İzleyicinin kafasında var olan şemalar çerçevelemeyle şekillendirilmeye çalışılır. Çerçevelemenin etkisini artırmak üzere öne çıkarma, yorumlama, seçme, vurgulama, dışarıda bırakma gibi teknikler kullanılmaktadır. Böylelikle söylem güçlendirilerek anlatıma ve algıya yön verilmektedir (Küçükavcı, 2021, s. 29) Haber çerçeveleri, haberi alımlamada üst düzeyde etkilidir. Haberde ele alınan konunun nasıl tartışılacağı, nasıl anlaşılacağı konusunda izleyiciyi/okuyucuyu yönlendirmektedir (Yüksel vd., 2014, s. 160).

Entman'a göre çerçevelenen medya içeriklerinin problemleri tanımlama, sebepleri teşhis etme, ahlaki yargılarda bulunma ve çözüm önerisi gibi işlevleri bulunmaktadır. Problemleri tanımlama işlevinde genellikle ortak kültürel değerler bağlamında bir nedensel kaynağın neyi, hangi fayda / maliyet oranıyla yaptığını ölçer ve tanımlar. Sebepleri teşhis etme işlevinde probleme sebep olan güçler tespit edilir. Ahlaki yargılarda bulunma işlevinde nedensel kaynaklar ve etkileri değerlendirilirken çözüm önerisi işlevinde sorunlara gerekçelendirilmiş çözümler üretilir ve muhtemel etkilerine dair tahminler yürütülür. Bu bağlamda çerçeveleme, ele alınan bir olay veya olgunun belirli taraflarını seçerek daha ön plana çıkarmanın yanı sıra belirli problemlerin tanımını, nedenlerini, sonuçlarını, ahlâki bağlamda değerlendirmesini ve çözüm önerilerini de içeren bir yapıyı ifade ederek tanımlanmıştır (Entman, 1993, s.52).

Haber çerçeveleri medya ve izleyici çerçeveleri olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Medya çerçeveleri araştırmalarında haber metinlerinin sözdizimsel, senaryo, tematik ve retorik olarak dört boyuttan oluşturulduğu söylenebilir de haber çerçevelerinin bu dört boyutun yanı sıra ilgili toplumun sosyokültürel bağamlarını da içeren bir haber söylemi çerçevesi içerisinde tutarlı olması gerekmektedir. İzleyici çerçeveleri ise medyada sunulan çerçeveyi bireyin kendi perspektifinde değerlendirmesi esasına dayanır. Medyanın sunduğu çerçeveleme, bireyin artalan bilgisi, değerleri, görüşleri ile harmanlanması ile oluşur. Bireyler, sunulan bilgiyi hâlihazırda var olan bilgileri ekseninde değerlendirir ve sunulanları bu şekilde işler. İzleyicinin kendi birikimleri sunulan çerçeve ile zaman zaman çatışabilmekte, zıt düşülebilmektedir (Küçükavcı, 2021, s. 36).

Basın ve yayıncılık faaliyetleri, çerçeveleme gibi unsurları kullanmayı sürdürse de zaman içerisinde çeşitli değişim ve dönüşümlerle farklılaşmıştır. "Basının Dört Teorisi" adlı eserde belirlenen dört kategori, günümüzdeki medya atmosferini tanımlamak adına yeterli olmamaktadır. Günümüzdeki yayıncılık faaliyetlerini ve atmosferini, Hallin ve Macini'nin Avrupa ve Kuzey Amerika'daki medya sistemlerine yönelik geliştirdikleri modelleri ile açıklamanın daha olası olduğu söylenebilir. Buna göre, modern medya sistemlerinde ana akım yayıncılık faaliyetleri polarize çoğulcu, demokratik korporatist ve liberal olmak üzere dört modelden oluşmaktadır. Polarize çoğulcu modelin uygulandığı ülkelerde basının politika ile birlikte işlediği görülmektedir. Öyle ki yayıncılık faaliyetlerinde iktidarın etkili olduğunun görüldüğü söylenebilir ve medya bu yönüyle araçsal kullanıma açıktır. Demokratik korporatist model de ise politikadan bağımsız işleyen bir medya sisteminden söz edilmektedir. Medya profesyonelleri aktif, yayınlar kurumsal ve yayıncılık özerktir. İskandinav ülkelerinde de görülen bu modelde politik müdahaleler söz konusu olsa da basın özgürlüğünün korunduğu söylenebilir. Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Kanada ve İrlanda'da görülen yayıncılık modeli olan liberal modelde ise ticari basın kavramı öne çıkmaktadır. Çok sesli yayın politikası

ve profesyonelleşmenin yanı sıra “sözde” özerk bir yayıncılık ekosisteminden söz edilmektedir. Profesyonelleşmeye rağmen kurumsallaşma yoktur. Pazar odaklı yayıncılık gerçekleştirilirken kamusal yayıncılık Britanya gibi ülkeler dışında oldukça zayıftır (Hallin ve Mancini, 2004, s. 198).

Alternatif yayıncılık faaliyetleri, yukarıda bahsedilen ve kamusal yayınlardan söz edilebilse dahi temelde sahiplik yapıları ve işleyiş mekanizmaları dolayısıyla ticari yayıncılık yürüten ana akım yayıncılık modellerinin dışında kalan türler olarak nitelenebilir. Genel bir çerçeveye ticari veya pazar odaklı olmayan yayıncılık faaliyetlerini alternatif yayıncılık olarak adlandırmak mümkündür (Şirvanlı, 2020, s. 10).

Alternatif medyayı daha iyi anlamak için önce alternatifini olduğu yapıyı anlamlandırmak ve çerçevesini çizmek gerekmektedir. Bu bağlamda ana akım medyanın temel özellikleri şunlardır (Bailey, vd. 2007, s. 15):

- Büyük çapta, genişleyen, homojenize ve benzer yapıda izleyici kitlesine ulaşan,
- Devlet veya ticari kuruluşların desteğiyle örgütlenen,
- Dikey veya hiyerarşik örgütlenen, uzmanlar ve profesyonellerin çalıştığı,
- Egemen söylem ve temsillerin taşıyıcılığını üstlenen yapılardır.

Ana akım medya, serbest pazar ekonomisi içerisinde kendine yer bulur ve her şirket gibi temel amacı kâr etmektir. Üretilen ürün haber olsa dahi bu ürün tüketiciye kâr etme öncelikle ulaştırılmalıdır. Talebi ve tüketimi artırmak için geliştirilecek projeler ve yürütülecek çalışmalarla getirilecek yeniliklerin, gelirleri artırırken toplumsal fayda sağlayacağı varsayımı benimsenmektedir. Buna mukabil basın dördüncü kuvvet konumundadır ve temel amacının bilgilendirme olması beklenmektedir. Bilgilendirme, haberdar etme, kamuoyu oluşturma gibi önemli işlevleri olan bir basın işletmesinin, tıpkı bir sağlık kuruluşunda olduğu gibi, farklı önceliklere sahip olması gerekmektedir (Akveran, 2018, s. 11-12). Ana akım medya kuruluşlarının kârlılık merkezli yayıncılık politikaları ve bu bağlamda kurdukları diğer ilişkiler gibi pek çok sebep, medyanın kamuoyu bilgilendirme, dördüncü kuvvet olma ve denetleme gibi diğer önemli işlevlerine ket vurulmasına sebep olmaktadır. Böylelikle ana akım medya organları, sözcü konumuna indirgenmektedir. Böylelikle kamuoyu, sadece belirli bir perspektif ve çerçevelenme ile gelen haber akışına maruz kalmaktadır. Dolayısıyla bazı dezavantajlı veya azınlık kesimler kamuoyu gündeminde yer alamamakta ve seslerini duyuramamaktadır. Bu ortamda alternatif bir medyaya ihtiyaç duyulmuş ve alternatif medya ortamı gelişmiştir. Alternatif medya, eleştirel ve sorgulayıcı bakış açısı geliştirilebilmesini hedeflemekte ve ana akım medyaya alternatif olabilme amacını taşımaktadır. Alternatif medya aynı zamanda muhalif medya, topluluk medyası, bağımsız medya, karşı medya, radikal medya gibi isimlerle de tanımlanmaktadır (Özer, 2012, s. 9 – 10). Alternatif medyanın temel özellikleri ise şu şekilde belirtilebilir (Bailey vd., 2007, s. 18):

- Küçük ölçekli belirli kitlelere, özellikle çeşitliliğine saygı duyduğu dezavantajlı gruplara yönelmiştir,
- Devlet veya ticari kuruluşların desteğinden bağımsızdır,
- Hiyerarşik olmayan, yatay bir örgütlenmeye gidilmiştir. İzler kitlenin erişim ve katılımını kolaylaştırmayı, çeşitlilik ve demokratikleşmeyi benimsemiştir.
- Egemen söylem ve temsilin dışında karşı hegemonik söylem ve temsile de yer veren bir yapıdır.



Öte yandan Bailey, alternatif medyanın özellik ve amaçlarını geniş perspektifte şu şekilde aktarmaktadır (2007, s. 19):

**Tablo 1.** Alternatif medya tanımlaması.

ETKİ ALANI	ETKİ ALANI ÖRNEKLERİ
Gerekçe ya da Amaç	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ticari motivasyonların reddi</li> <li>İnsani, kültürel, eğitimsel ve etnik amaçlar iddiası</li> <li>İktidara ve davranışlarına muhalif tutum</li> <li>Destek, dayanışma inşası ve ağ kurma</li> </ul>
Fon Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> <li>Devlet veya yerel yönetim bağışlarının reddi</li> <li>Reklam gelirlerinin reddi</li> </ul>
Düzenleme Muafiyeti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Farklı kurumlar tarafından denetlenme</li> <li>Bağımsız / "özgür"</li> <li>Nadiren her yönüyle ve hepsinin olsa da bir başkasının kurallarını çiğnemek</li> </ul>
Örgütsel Yapı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yatay örgütlenme</li> <li>"Tam" katılıma izin</li> <li>İletişimin demokratikleştirilmesi</li> </ul>
Meslekî Pratiklerin Eleştirisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gönüllü çalışmaya teşvik</li> <li>Profesyonel olmayanların erişim ve katılımı</li> <li>Haberin seçiminde farklı kriterler</li> </ul>
Mesaj İçeriği	<ul style="list-style-type: none"> <li>Egemen söylemler ve temsillere ekleme yapma veya aksini iddia</li> <li>Egemen politikalara, önceliklere ve bakış açlarına alternatif bir vizyon getirme</li> </ul>
İzlerkitle ya da Tüketicilerle İlişki	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kullanıcı/tüketici kontrolünün derecesi</li> <li>İhtiyaç ve amaçların izlerkitle/tüketicilerin kendileri tarafından ifade edilmesine izin vermek</li> <li>İletişimin demokratikleştirilmesi</li> </ul>
İzlerkitle Bileşimi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Genç insanlar, kadınlar, kırsal kesim</li> <li>Çeşitlilik ve çokluk</li> </ul>
Yaygınlık Alanı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bölgesel ya da ulusaldan ziyade yerel</li> </ul>
Araştırma Metodolojisinin Doğası	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niteliksel, etnografik ve uzun dönemli araştırma</li> </ul>

Alternatif medya – ana akım medya farklılaştırması ve kategorileştirmesine yönelik farklı tanımlar ve yaklaşımlar kullanılmaktadır. “Ana akım dışında kalan” tanımının ise alternatif medya kavramını karşılamakta yetersiz kaldığı söylenebilir. Atton’a göre alternatif medyanın, ana akım olmamanın yanı sıra gayri-profesyonel, gayri-sermayeleşmiş ve gayri-kurumsal olması gerekmektedir. Sıradan vatandaşların da profesyonel eğitim ve sermaye olmaksızın bu medyaya ulaşabilmesi hatta aktif rol alabilmesi gerekmektedir (Atton, 2014, s. 50). Bu tanımlamayla sınırlı kalan alternatif yayınların geniş kitlelere erişemeyeceği de aşikâr olmakla beraber bu sınırlılıkların dışına çıkılması ekonomi politik anlamda yeni soru işaretleri yaratmaktadır. Bu ticari faaliyetlerin dışında bulunma durumu alternatif medya ekseninde sürekli tartışılan bir konudur. Reklam almama, sahiplik yapısından bağımsız olma gibi süreçler oldukça zorlayıcıdır ve bu doğrultuda alternatif medya yaratabilmek ve kalabilmek kolay olmamaktadır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2020, s. 325). Belirtilen farklılıklardan hareketle alternatif medya yapılanmasının sahipliğinden medya profesyonellerine, haber içeriklerinden tercihlerine kadar alternatif olması gerektiği söylenebilir (Özer, 2012, s. 11).

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme ve dönüşümler paralelinde ortaya çıkan yeni medya teknolojisi ve uygulamaları, habercilik ve yayıncılık faaliyetlerinde de önemli değişikliklere neden olmuştur. Bireyler güçlenmiş, ana akım medyaya ve pahalı kitle iletişim araçlarına gerek olmaksızın sıradan bir İnternet kullanıcısının teknik olanaklarıyla eşzamanlı veya eşzamansız kitlesel yayınlar yapma olanağına kavuşmuşlardır. Bu görece ekonomik ve özgür ortam, alternatif medya özellikleri taşıyan yayıncılık faaliyetleri için de oldukça uygun bir ortam yaratmaktadır. Bugüne gelindiğinde profesyonel gazetecilerin dahi geleneksel medya dışında yeni medya teknolojileri dolayimli sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla yayıncılık faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve bu yayınların da herhangi bir şirket, hükümet, ticari sahiplik yapısı gibi unsurlar olmaksızın izlerkitle tarafından ekonomik olarak desteklendiği görülmektedir. Türkiye’de bu yayıncılık modelinin önemli temsilcilerinden biri olan ve önceleri ana akım medyada çeşitli görevlerde bulunan medya profesyoneli Ruşen Çakır’ın kurduğu Medyascope ve ana akım medyanın amiral gemisi olarak gösterilen Hürriyet medya kuruluşlarının İnternet siteleri, bu çalışmanın örneğini oluşturmaktadır.

## YÖNTEM

Araştırma kapsamında, amaçlı örneklem tekniği ile Türkiye’deki ana akım ve alternatif medyayı temsilen seçilen Hürriyet ve Medyascope medya kuruluşlarının İnternet sitelerinde, 2021 yılı ağustos ayı içerisinde yayınlanan sağlık haberleri incelemeye tâbi tutulmuştur. Çalışmada, her iki yayın kuruluşundan toplam 286 sağlık haberi incelenmiş ve haberler, Google arama motoru üzerinden günlük olarak “sağlık, doktor, ameliyat, estetik, grip, hastalık, virüs” gibi anahtar kelimeler kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen haberler, içerik analizi tekniği ile incelenmiş ve belirlenen kategoriler ekseninde analiz edilmiştir. İçerik analizi objektif, sistematik ve niceliksel veri elde etmeyi amaçlayan bir araştırma tekniğidir (Berelson, 1952, s. 18). Bu çalışmada verilerin kodlanması ve değerlendirilmesinde alanyazındaki benzer çalışmalar incelenmiş, kullanılan formlardan hareketle bu çalışmaya özgü bir kodlama cetveli geliştirilmiştir. Örneklem dahilindeki tüm haberler baştan sona okunarak kılavuzdaki kategoriler oluşturulmuş ve son aşamada “Konu”, “Ton”, “Konu Türü”, “Bilgi ve Haber Kaynakları” olmak üzere 4 kategori belirlenmiştir. Sağlık haberlerinin hangi konuları işlediği, konuya ilişkin tonunun ne olduğu, konu türünün ne olduğu ile bilgi ve haber kaynaklarının ne olduğu sorularına yanıt aramak üzere geliştirilen kodlama cetveli şöyledir:

**Tablo 2.** Kodlama cetveli.

<b>Haberin Konusu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-Vaka/ölüm sayıları artış,</li> <li>2-Vaka/ölüm sayılarında azalma,</li> <li>3-Önlemlerin gevşetilmesi/normalleşme</li> <li>4-Aşılama süreci</li> <li>5-Aşısızlar/ aşı karşıtları</li> <li>6-Sağlık çalışanlarının yaşadığı zorluklar</li> <li>7-Alınan yeni önlemler, tedbirler</li> <li>8-Tıp alanındaki gelişmeler/olaylar/tepkiler</li> <li>9- Dünyadan göze çarpan koronavirüs haberleri</li> <li>10-Güncel veriler, bilgilendirme (Covid test sonucu ne zaman çıkar)</li> <li>11-Virüsün seyri, yeni bulgular, mutasyona uğramış virüs</li> <li>12-Covid'in etkileri</li> <li>13-Sağlıklı yaşam (diyet, beslenme, güzellik, bitkisel çözümler), yaraya ne iyi gelir)</li> <li>14-Estetik ameliyatları (Botoks, burun ameliyatı, selüloit)</li> <li>15-Hastalıklarla ilgili bilgiler (Buerger hastalığı nedir, anksiyete nasıl geçer)</li> </ul>
<b>Haberin Tonu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-Destekleyici</li> <li>2-Notr</li> <li>3-Eleştirel</li> </ul>
<b>Haberin Konu Türü</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-Genel Sağlık</li> <li>2-Sağlık-Magazin</li> <li>3-Sağlık-Ekonomi</li> <li>4-Sağlık-Hukuk</li> <li>5-Sağlık-Adliye</li> <li>6-Advertorial (Tanıtım)</li> </ul>
<b>Haberin Bilgi ve Haber Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-Sağlık Bakanı/Bakanlığı</li> <li>2-Doktorlar (Uzman, Prof. vd)- Hürriyet: Mehmet Öz, Osman Müftüoğlu</li> <li>3-Sağlık Meslek Kuruluşları (Türk Tabipleri Birliği, AHEF, Uluslararası Doktorlar Derneği, İstanbul Tabip Odası, Hürriyet: Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB), WHO, Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB) ve ERÜ Aşı Araştırma ve Geliştirme Merkezi (ERAGEM))</li> <li>4-Gazetenin kendi muhabiri, yazarı</li> <li>5-Yurttaşlar</li> <li>6-Hastalar</li> <li>7-Cumhurbaşkanı</li> </ul>



Her iki basın kuruluşunun İnternet sitelerinde yer alan sağlık haberlerinin belirlenen tarih aralığındaki incelemesi tamamlanıp forma kaydedilmesinin ardından, nicel araştırma yazılımı olan SPSS ile analizi yapılmıştır. Veriler, kodlama güvenliğini sağlamak açısından iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlanmıştır. Kodlayıcılar arasındaki görüş birliği, Miles ve Huberman (1994) tarafından önerilen “güvenirlik = görüş birliği / (görüş birliği + görüş ayrılığı) x 100” formülü kullanılarak %89,91 olarak hesaplanmıştır,

## BULGULAR

Çalışma kapsamında, Hürriyet ve Medyascope İnternet sitelerinde 2021 yılı ağustos ayında yayınlanmış olan 286 sağlık haberi incelenmiş ve konu, ton, konu türü, bilgi ve haber kaynakları olmak üzere dört ana kategori belirlenerek kodlanmıştır.

**Tablo 3.** Mesdyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi konuları.

	Haberin Konusu	Frekans	Yüzde
Medyascope	Aşılama Süreci	15	26,3
	Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı	14	24,6
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	9	15,8
	Vaka/Ölüm Artışı	6	10,5
	Sağlık Çalışanlarının Yaşadığı Zorluklar	6	10,5
	Güncel Veriler/Açıklamalar	2	3,5
	Yeni Bulgular/Varyant	2	3,5
	Covid-19'un Etkileri	1	1,8
	Tıp Alanındaki Gelişmeler	1	1,8
	Normalleşme	1	1,8
		Toplam	57

Medyascope sitesinin haber konularına bakıldığında, haberlerin büyük bir çoğunluğunun “Aşılama süreci” (n=15) ve “Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı” (n=14) konularında olduğu görülmektedir. En az işlenen konular ise “Normalleşme” (n=1), “Tıp Alanındaki Gelişmeler” (n=1) ve “Covid-19'un Etkileri” konularıdır. Belirlenen tarih aralığında Medyascope sitesinin sağlık haberleri bağlamında aşı ve aşılama çalışmalarını gündemde tuttuğu söylenebilir.

**Tablo 4.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi konuları.

	Haberin Konusu	Frekans	Yüzde
Hürriyet	Güncel Veriler/Açıklamalar	77	33,6
	Aşılama Süreci	36	15,7
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	27	11,8
	Sağlıklı Yaşam	22	9,6
	Hastalıklarla İlgili Bilgiler	17	7,4
	Vaka/Ölüm Artışı	11	4,8

Yeni Bulgular/Varyant	11	4,8
Estetik Ameliyatlar	11	4,8
Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı	9	3,9
Alınan Yeni Önlemler	6	2,6
Tıp Alanındaki Gelişmeler	1	0,4
Covid-19'un Etkileri	1	0,4
Toplam	<b>229</b>	<b>100</b>

Hürriyet'in İnternet sayfasında yer alan sağlık haberleri analiz edildiğinde en çok yer işlenen konunun %33,6 oranla "Güncel Veriler/Açıklamalar" (n=77) olduğu görülmektedir. Bunu, %15,7 oranla "Aşılama Süreci" (n=36) ve "Dünyada Covid-19 Haberleri" (n=27) takip etmektedir. Ayrıca, Medyascope'tan farklı olarak "Sağlıklı Yaşam" (n=22), "Hastalıklarla İlgili Bilgiler" (n=17) ve "Estetik Ameliyatlar" (n=11) konuları sağlık haberleri bağlamında kendine yer bulmaktadır. En az işlenen haber konularının ise %0,4 oranla "Tıp Alanındaki Gelişmeler" (n=1) ve "Covid-19'un Etkileri" (n=1) olduğu görülmektedir. Bu haber konusu ağırlığı bağlamında Hürriyet'in ana akım medya prensipleri paralelinde "tıklanma/okunma" eksenli bir haber konusu yoğunluğu olduğu söylenebilir.

**Tablo 5.** Medyascope İnternet sitesinde yer alan sağlık haberlerinin tonu

Medyascope	Haberin Tonu	Frekans	Yüzde
	Nötr	39	68,4
Eleştirel	17	29,8	
Destekleyici	1	1,8	
Toplam	<b>57</b>	<b>100</b>	

İncelenen 57 haberin %68,4'ü nötr bir tonda verilirken (n=39) sadece %1,8'i destekleyici tondadır (n=1). Bu bağlamda, Medyascope sitesinin verdiği sağlık haberlerinde genellikle nötr bir tutum sergilerken eleştirel haberlere de yer ayırdığını fakat destekleyici tonun kendine yer bulamadığı söylenebilir.

**Tablo 6.** Hürriyet İnternet sitesinde yer alan sağlık haberlerinin tonu.

Hürriyet	Haberin Tonu	Frekans	Yüzde
	Nötr	186	81,2
Destekleyici	30	13,1	
Eleştirel	13	5,7	
Toplam	<b>229</b>	<b>100</b>	

Hürriyet İnternet sitesindeki sağlık haberlerinin tonuna bakıldığında haberlerin tamamına yakınının (%81,2) nötr bir tonda verildiği görülmektedir (n=186). Haberlerin %13,1'i "Destekleyici" (n=30) tonda sunulurken %5,7'si ise "Eleştirel" (n=13) tonda verilmiştir.

**Tablo 7.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi türleri.

Medyascope	Haberin Türü	Frekans	Yüzde
	Genel Sağlık	50	87,7
	Sağlık-Hukuk	6	10,5
	Sağlık-Ekonomi	1	1,8
	Toplam	57	100

Verilen haberlerin %87,7'si (n=50) "Genel Sağlık" kategorisinde yer alırken, %1,8'i (n=1) "Sağlık-Ekonomi", %10,5'i (n=6) "Sağlık-Hukuk" alanındadır.

**Tablo 8.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi türleri.

Hürriyet	Haberin Türü	Frekans	Yüzde
	Genel Sağlık	188	82,2
	Sağlık-Magazin	39	17
	Sağlık-Hukuk	1	0,4
	Advertorial	1	0,4
	Toplam	229	100

Haberin türüne bakıldığında %82,1 oranla "Genel Sağlık" (n=188) kategorisinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Hemen arkasında %17 ile "Sağlık-Magazin" (n=39) konusu yer almaktadır. "Sağlık-Hukuk" (n=1) ve "Advertorial" (n=1) konulu haberler ise birer haberle en az sunulan haber türüdür.

**Tablo 9.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi kaynakları.

Medyascope	Haberin Kaynağı	Frekans	Yüzde
	Doktorlar/Uzmanlar	21	36,8
	Sağlık Meslek Kuruluşları	16	28,1
	Muhabir/Yazar	10	17,5
	Sağlık Bakanlığı	6	10,5
	Yurttaşlar	3	5,3
	Hastalar	1	1,8
	Toplam	57	100

Medyascope sitesi, haber kaynağı olarak %36,8 oranla en fazla doktorlara/uzmanlara yer vermiştir (n=21), bunu %28,1 oranla sağlık meslek kuruluşları takip etmektedir (n=16). Haber kaynağı olarak en az yer bulan kesimin ise %5,3 ile yurttaşlar (n=3) ve %1,8 ile hastalar (n=1) olduğu görülmektedir. Medyascope sitesi, sağlık haberlerinde uzman kişi ve kuruluşların

görüşlerini gündeme taşıırken konuya dair yeterli bilgi birikime sahip olmadığı söylenebilecek kaynaklar haber içeriklerinde kendine aynı oranda yer bulamamaktadır.

**Tablo 10.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi kaynakları.

	Haberin Kaynağı	Frekans	Yüzde
Hürriyet	Muhabir/Yazar	71	31,0
	Sağlık Bakanlığı	69	30,1
	Doktorlar/Uzmanlar	58	25,3
	Sağlık Meslek Kuruluşları	29	12,7
	Cumhurbaşkanı	2	0,9
	Toplam	<b>229</b>	<b>100</b>

Haber kaynakları incelendiğinde en çok haber sunulan kaynakların %31 ile “Muhabir/Yazar” (n=71) ve %31,1 ile “Sağlık Bakanlığı” (n=69) olduğu görülmektedir. En az yer verilen kaynaklar ise %12,7 ile “Sağlık Meslek Kuruluşları” (n=29) ve %0,9 ile “Cumhurbaşkanı” (n=2) olurken incelenen toplam 229 haber içerisinde yurttaş ve hasta kaynaklı haberlere ise yer verilmemiştir.

**Tablo 11.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haber kaynakları ve haber türü çapraz tablosu.

	Kaynak/Tür Çapraz Tablo	Genel Sağlık	Sağlık Ekonomi	Sağlık Hukuk	Toplam
Medyascope	Doktorlar/Uzmanlar	21	0	0	<b>21</b>
	Sağlık Meslek Kuruluşları	9	1	6	<b>16</b>
	Muhabir/Yazar	10	0	0	<b>10</b>
	Sağlık Bakanlığı	6	0	0	<b>6</b>
	Yurttaşlar	3	0	0	<b>3</b>
	Hastalar	1	0	0	<b>1</b>
	Toplam	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>57</b>

Tablo 11’de yer alan Medyascope sitesinin haber kaynakları ve türleri arasındaki ilişkiye bakıldığında “Doktorlar/Uzmanlar” konulu haberlerin çoğunluğunun “Genel Sağlık” türünde olduğu görülmektedir. “Sağlık Hukuku” kategorisinde yer alan 6 haberin tamamı da “Sağlık Meslek Kuruluşları” kaynaklı haberlerdir.

**Tablo 12.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haber kaynakları ve haber türü çapraz tablosu.

Hürriyet	Kaynak/Tür Çapraz Tablo	Genel Sağlık	Sağlık Magazin	Sağlık Hukuk	Adv.	Toplam
	Muhabir/Yazar	62	7	1	1	71
Sağlık Bakanlığı	69	0	0	0	69	
Doktorlar/Uzmanlar	27	31	0	0	58	
Sağlık Meslek Kuruluşları	28	1	0	0	29	
Cumhurbaşkanı	2	0	0	0	2	
	Toplam	188	39	1	1	229

Haber kaynakları ve türleri arasındaki ilişki incelendiğinde “Doktorlar/Uzmanlar” kaynaklı haberlerin çoğunlukla “Sağlık-Magazin” türündeki haberlerde yer aldığı görülmektedir. “Genel Sağlık” kategorisindeki 188 haberin ise 69’u “Sağlık Bakanlığı” kaynaklıyken, 62’si “Muhabir/Yazar” kaynaklıdır.

**Tablo 13.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haber kaynakları ve haber tonu çapraz tablosu.

Medyascope	Kaynak/Ton Çapraz Tablo	Destekleyici	Nötr	Eleştirel	Toplam
	Doktorlar/Uzmanlar	0	11	10	21
Sağlık Meslek Kuruluşları	1	12	3	16	
Muhabir/Yazar	0	9	1	10	
Sağlık Bakanlığı	0	6	0	6	
Yurttaşlar	0	0	3	3	
Hastalar	0	1	0	1	
	Toplam	1	39	17	57

“Doktorlar/Uzmanlar” kaynaklı 21 haberin yarısına yakını eleştirel tonda (n=10) verilirken diğer yarısı ise nötr (n=11) bir tonda sunulmuştur. Bu bağlamda Medyascope sitesinin sağlık haberlerinde uzman kaynakların görüşlerini nötr bir şekilde aktarmasının yanında eleştirilerine de yer verdiğini söylenebilir.

**Tablo 14.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haber kaynakları ve haber tonu çapraz tablosu.

Hürriyet	Kaynak/Ton Çapraz Tablo	Destekleyici	Nötr	Eleştirel	Toplam
	Muhabir/Yazar	3	64	4	71
	Sağlık Bakanlığı	8	61	0	69
	Doktorlar/Uzmanlar	9	44	5	58
	Sağlık Meslek Kuruluşları	9	16	4	29
	Cumhurbaşkanı	1	1	0	2
	Toplam	30	186	13	229

“Eleştirel” tonda verilen haberler “Doktorlar/Uzmanlar” (n=5), “Sağlık Meslek Kuruluşları” (n=4) ve “Muhabir/Yazar” (n=4) kaynaklıyken “Sağlık Bakanlığı” kaynaklı haberlerin 61’i “Nötr”, 8’i “Destekleyici” tonda verilmiştir.

**Tablo 15.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haber konuları ve türü çapraz tablosu.

Medyascope	Konu/Tür Çapraz Tablo	Genel Sağlık	Sağlık Ekonomi	Sağlık Hukuk	Toplam
	Aşılama Süreci	15	0	0	15
	Aşısızlar/Aşı Karşıtları	14	0	0	14
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	9	0	0	9
	Vaka/Ölüm Artışları	6	0	0	6
	Sağlık Çalışanlarının Yaşadığı Zorluklar	0	0	6	6
	Güncel Veriler/Açıklamalar	2	0	0	2
	Yeni Bulgular/Varyant	2	0	0	2
	Covid-19’un Etkileri	1	0	0	1
	Tıp Alanındaki Gelişmeler	0	1	0	1
	Normalleşme	1	0	0	1
Toplam	50	1	6	57	

“Sağlık-Hukuk” kategorisinde yer alan haberlerin tamamı “Sağlık Çalışanlarının Yaşadığı Zorluklar” konulu haberlerden oluşurken, “Sağlık-Ekonomi” alanındaki tek haber “Tıp Alanındaki Gelişmeler” konusunda verilmiştir. “Genel Sağlık” türünde en fazla yer bulan haber konularının ise “Aşılama Süreci” (n=15) ve “Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı” konuları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Medyascope İnternet sitesinde sağlığın magazinleşmesine dair haber içeriklerine yer verilmediği açıkça görülmektedir. Bunun yanında sitenin gündemine kendine yer bulan sağlık haberlerinin genelinde Covid-19 salgınına dair aşı/aşılama çalışmaları ve aşı karşıtlığına dair konuların ağırlıkta olduğu söylenebilir. Toplumun aşı çalışmaları ile ilgili karşı karşıya olduğu bilgi kirliliği de göz önüne alındığında Medyascope’un



yetkili kaynakların görüşlerine bu konu özelinde önem göstermesi sağlık haberciliği açısından olumlu bir gösterge olarak yorumlanabilir.

**Tablo 16.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haber konuları ve türü çapraz tablosu.

Hürriyet	Konu/Tür Çapraz Tablo	Genel Sağlık	Sağlık Magazin	Sağlık Hukuk	Adv.	Toplam
	Güncel Veriler/Açıklamalar	77	0	0	0	77
	Aşılama Süreci	36	0	0	0	36
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	27	0	0	0	27
	Sağlıklı Yaşam	2	20	0	0	22
	Hastalıklar Hakkında Bilgi	9	8	0	0	17
	Estetik Ameliyatlar	0	11	0	0	11
	Vaka/Ölüm Artışı	11	0	0	0	11
	Yeni Bulgular/Varyant	11	0	0	0	11
	Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı	9	0	0	0	9
	Alınan Yeni Önlemler	5	0	1	0	6
	Tıp Alanındaki Gelişmeler	0	0	0	1	1
	Covid-19'un Etkileri	1	0	0	0	1
Toplam	188	39	1	1	229	

Genel Sağlık” kategorisi altında en çok sunulan haber konusu “Güncel Veriler/Açıklamalar” (n=77) olurken onu “Aşılama Süreci” (n=36) ve “Dünyada Covid-19 Haberleri” (n=27) takip etmektedir. “Sağlık-Magazin” türündeki haber içerikleri “Sağlıklı Yaşam” (n=20), “Estetik Ameliyatlar” (n=11) ve “Hastalıklar Hakkında Bilgi” (n=8) olurken “Sağlık-Hukuk” alanında “Alınan Yeni Önlemler” (n=1), “Advertorial” alanında ise “Tıp Alanındaki Gelişmeler” (n=1) konularına yer verilmiştir.

**Tablo 17.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi konuları ve kaynakları çapraz tablosu.

Medyascope	Konu/Kaynak Çapraz Tablo	Sağlık Bkn.	Dokt. Uzm.	Sağlık Meslek K.	Muh. Yazar	Yurttaş	Hasta	Toplam
	Aşılama Süreci	2	6	4	0	3	0	15
	Aşısızlar/Aşı Karşıtları	1	9	2	1	0	1	14
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	0	1	0	8	0	0	9
	Vaka/Ölüm Artışları	1	3	1	1	0	0	6

Sağlık Çal. Yaş. Zor.	0	0	6	0	0	0	6
Güncel Veriler/Açk.	2	0	0	0	0	0	2
Yeni Bulgular/Varyant	0	1	1	0	0	0	2
Normalleşme	0	0	1	0	0	0	1
Covid-19'un Etkileri	0	1	0	0	0	0	1
Toplam	6	21	16	10	3	1	57

“Doktorlar/Uzmanlar” kaynak verilerle sunulan haberler en fazla “Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı” (n=9) ve “Aşılama Süreci” (n=6) konuları bağlamındadır. “Sağlık Meslek Kuruluşları” kaynaklı haberlerde ise çoğunlukla “Sağlık Çalışanlarının Yaşadığı Sorunlar” (n=6) konu edilmektedir

**Tablo 18.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi konuları ve kaynakları çapraz tablosu.

Hürriyet	Konu/Kaynak Çapraz Tablo	Sağlık Bkn.	Dr. Uzm.	Sağ. Mes. K.	Muhabir Yazar	Cum. Başk.	Toplam
	Güncel Veriler/Açıklamalar	54	4	0	19	0	77
Aşılama Süreci	13	3	16	4	0	36	
Dünyadan Covid-19 Haberleri	0	0	8	19	0	27	
Sağlıklı Yaşam	0	13	1	8	0	22	
Hastalıklar Hakkında Bilgi	0	12	0	5	0	17	
Estetik Ameliyatlar	0	10	0	1	0	11	
Vaka/Ölüm Artışı	1	9	1	0	0	11	
Yeni Bulgular/Varyant	0	0	2	9	0	11	
Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı	0	5	0	4	0	9	
Alınan Yeni Önlemler	1	1	1	1	2	6	
Tıp Alanındaki Gelişmeler	0	0	0	1	0	1	
Covid-19'un Etkileri	0	1	0	0	0	1	
Toplam	69	58	29	71	2	229	

Haber konuları ve kaynakları incelendiğinde en çok başvuru alan kaynak olan “Sağlık Bakanlığı” kaynağından en çok sunulan haber konularının “Güncel Veriler/Açıklamalar” (n=54) ve “Aşılama Süreci” (n=13) olduğu görülmektedir. “Doktorlar/Uzmanlar” kaynaklı haberlerde ise “Sağlıklı Yaşam” (n=13) ve “Hastalıklar Hakkında Bilgi” (n=12) ve (n=10) “Estetik Ameliyatlar” konularında yer bulmaktadır. “Sağlık Meslek Kuruluşları” 16 haberle en fazla “Aşılama Süreci” konulu haberlerde yer bulurken “Muhabir/Yazar” kaynaklı haberlerde de “Dünyada Covid-19

Haberleri” (n=19) ve “Güncel Veriler/Açıklamalar” (n=19) olmak üzere editöryal içerik yoğunluğu göze çarpmaktadır.

**Tablo 19.** Medyascope İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi konuları ve haber tonu çapraz tablosu.

Medyascope	Konu/Ton Çapraz Tablo	Destekleyici	Nötr	Eleştirel	Toplam
	Aşılama Süreci	0	9	6	15
	Aşısızlar/Aşı Karşıtları	0	6	8	14
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	0	9	0	9
	Vaka/Ölüm Artışları	0	4	2	6
	Sağlık Çalışanlarının Yaşadığı Zorluklar	1	4	1	6
	Güncel Veriler/Açıklamalar	0	2	0	2
	Yeni Bulgular/Varyant	0	2	0	2
	Normalleşme	0	1	0	1
	Covid-19'un Etkileri	0	1	0	1
Toplam	1	39	17	57	

Destekleyici tondaki tek haber içeriği “Sağlık Çalışanlarının Yaşadığı Zorluklar” konusunda sunulmuştur. Nötr tondaki haberler en fazla “Aşılama Süreci” ve “Dünyada Covid-19 Haberleri” konularında yapılırken (n=9) eleştirel tondaki haberler ise “Aşılama Süreci” (n=6) ve “Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı” (n=8) konusundadır.

**Tablo 20.** Hürriyet İnternet sitesinde en fazla yer alan sağlık haberi konuları ve haber tonu çapraz tablosu.

Hürriyet	Konu/Ton Çapraz Tablo	Destekleyici	Nötr	Eleştirel	Toplam
	Güncel Veriler/Açıklamalar	0	77	0	77
	Aşılama Süreci	18	18	0	36
	Dünyadan Covid-19 Haberleri	0	23	4	27
	Sağlıklı Yaşam	7	14	1	22
	Hastalıklar Hakkında Bilgi	0	17	0	17
	Estetik Ameliyatlar	0	11	0	11
	Vaka/Ölüm Artışı	0	8	3	11
	Yeni Bulgular/Varyant	0	11	0	11
	Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı	0	4	5	9
	Alınan Yeni Önlemler	4	2	0	6
	Tıp Alanındaki Gelişmeler	1	0	0	1
	Covid-19'un Etkileri	0	1	0	1
Toplam	30	186	13	229	

“Eleştirel” tonda verilen haberlerin konularına bakıldığında, bu tonda verilen toplam 13 haberin “Aşısızlar/Aşı Karşıtlığı” (n=5), “Dünyadan Covid-19 Haberleri” (n=4), “Vaka/Ölüm Artışı” (n=3) ve “Sağlıklı Yaşam” (n=1) konularında olduğu görülmektedir. En fazla “Nötr” tonlu haber verilen konu “Güncel Veriler/Açıklamalar” (n=77) olurken “Destekleyici” tonda en çok işlenen haber konusu “Aşılama Süreci” (n=18) olmuştur.

## SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Habercilik faaliyetleri, hangi alanda yürütülürse yürütülsün toplumsal sorumluluk ve habercilik etiği ön planda tutularak yürütülmelidir. Özellikle sağlık haberleri gibi toplumun algısını ve toplum sağlığını etkileyen haberler, içinde bulunduğumuz küresel çaptaki sağlık krizlerinin de bize gösterdiği gibi, toplumun algısını etkilemekte ve bir tutum oluşturmaktadır. Sağlık haberciliğinde de tıpkı tıp uzmanlığında olduğu gibi “önce zarar verme” prensibi ile hareket edilmesi ve haber çerçevelerinde buna dikkat edilmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmada sağlık haberlerinin, ana akım ve alternatif medyada değişkenlik gösterip göstermediği, eğer gösteriyorsa ne yönde farklılık bulunduğu ve nasıl çerçevelendiği incelenmiştir. Bu bağlamda, alternatif medya olarak Medyascope ve ana akım medya olarak Hürriyet’in İnternet sitelerinde Ağustos 2021 döneminde bir aylık sürede yer alan toplamda 286 sağlık haberi incelenmiştir. Toplanan haberler baştan sona okunarak bir kodlama cetveli oluşturulmuş ve kodlanan veriler SPSS programında analiz edilmiştir.

Toplanan 286 sağlık haberi içeriğinin 57’si Medyascope’a, 229’u ise Hürriyet’e aittir. Hürriyet, Medyascope’a oranla çok daha fazla haber yapmasına karşın, konu çeşitliliği bağlamında aynı farklılık görülmemektedir. Medyascope’da 10 farklı sağlık haberi konusu işlenmişken Hürriyet’te bu sayı 11’dir. Medyascope’un genel sağlık haberi çerçevesi kamuoyunun gündeminde olan sağlık konularına ilişkindir. Hürriyet ise genellikle sağlık-magazin ekseninde niteleyebileceğimiz sağlıklı yaşam formülleri ve estetik ameliyatları gibi konulara değinmektedir. Gazetenin “Sağlık” köşesi olmasına ve sağlık konusunda yazan köşe yazarları bulunmasına paralel olarak, sağlık haberlerine genel anlamda çok fazla yer verilmesine karşın yüksek oranda haberlerin standartlaştığı gözlenmektedir. Özellikle “Genel Sağlık” kategorisindeki haberlerin standart ve tek tip bir hâl alması Hürriyet’in ana akım medya konumunun bir yansımasıdır.

Medyascope’un haberlerine bakıldığında gündemde olan sağlık konularına ilişkin eleştirel bir çerçeve sunduğu görülmektedir. Bunun yanında Hürriyet’in ise ana akım medya prensipleri paralelinde “tıklanma/okunma” kaygılı bir haber kurgusu yoğunluğu olduğu söylenebilir. “Genel Sağlık” kategorisinde her iki yayın grubunun da benzer bir çizgide ilerlediği görülse de ikinci sağlık haberleri çerçevesinde durumun farklılaştığı görülmektedir. Medyascope’un ikinci sağlık haberi çerçevesi sağlık çalışanlarının yaşadığı güncel zorluklar ve temel haklar üzerinedir. Hürriyet’te ise ikinci sırada sağlıklı yaşam formülleri, estetik operasyonlar gibi sağlık-magazin içerikleri yer almaktadır. Bu anlamda grubun sağlık çalışanlarının haklarını merkeze alan bir yayın yaptığı söylenebilir. Medyascope sağlık çalışanlarının sadece haberin nesnesi olarak değil öznesi olarak da kullanılmaktadır. Hürriyet’in ise en çok değindiği ikinci kategori “Sağlık-Magazin” kategorisidir. Bu kategori altında “Sağlıklı Yaşam”, “Estetik Ameliyatlar” ve “Hastalıklar Hakkında Bilgi” konuları ağırlıktadır. Dolayısıyla, Medyascope’un alternatif medya konumu ikinci sağlık haberi çerçevesini sağlık çalışanlarının güncel yaşadığı zorluklar ve temel hakları üzerine kurmasıyla paralellik taşımaktadır. Hürriyet’in ana akım medya konumu ise sağlık haberi çerçevesini -kimi noktalarda magazinsel- daha genel sağlık içeriklerine yöneltmektedir.

Konular ekseninde iki yayın grubunun farklılıklarına bakıldığında iki grubunda “aşılama süreci” konusunda yoğun haber yaptığı ancak, haberlerin bağlamında farklılıklar olduğu

gözlenmektedir. Medyascope'un aşılama sürecine ilişkin toplumu bilinçlendirme ve yaşanan aksaklıklara değinme özelinde bir çerçeve çizdiği söylenebilir. Hürriyet'in aşılama sürecine ilişkin bağlamı ise bu sürece ilişkin gelişmeler ve yetkili kurumların açıklamalarıdır. Ana akım ve alternatif medya arasındaki farkı işaret eden unsurlar aynı konuların sunulduğu farklı bağlamlardır. Medyascope'un aşılama sürecine ilişkin haberlerinin bir kısmını nötr (n=9), bir kısmını da eleştirel (n=6) bir tondan verirken; Hürriyet'in aşılama sürecine ilişkin haberleri hem nötr (n=18) hem de destekleyici (n=18) tonda verilmiştir. Bu durumun iki yayın grubunun farklı haber kaynakları kullanmasıyla ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet'in ana akım medya konumu, ana akım bir akredite kaynak olan Sağlık Bakanlığı'nı temel haber kaynağı yapmasına neden olmaktadır. Medyascope ise TTB gibi daha alternatif sayılabilecek ve -belirli oranda- sürece eleştirel yaklaşan haber kaynaklarına bağlı bir çerçeve çizmektedir. Öyle ki, ana akım kaynaklardan Sağlık Bakanlığı, Medyascope haberlerinin %10'unda haber kaynağı olarak yer alırken, TTB gibi "muhalif" sayılabilecek kaynaklar Hürriyet'in sağlık haberlerinde hiç yer almamıştır. Bu bağlamda, Medyascope alternatif medya konumu gereği alternatif ve görece muhalif kaynaklara da haberlerinde yer verirken; Hürriyet doğrudan ana akım kaynaklara haberlerinde yer vermektedir.

Buna ek olarak, her iki yayın grubunun da doktorları ve uzmanları haber kaynağı olarak yoğun bir şekilde kullandığı görülmektedir. Farklılık yine kaynakların kullanıldığı bağlamdır. Medyascope'un doktorlar ve uzmanları kullandığı haberlerin tamamı "Genel Sağlık" (n=21) kategorisine girerken; Hürriyet, "Genel Sağlık" (n=27) ve "Sağlık Magazin"(n=31) ekeninde doktorlar ve uzmanları kaynak olarak kullanmıştır. Bununla paralel olarak Medyascope'un doktorlar ve uzmanları kullandığı haberlerin bir kısmı nötr (n=11) ve bir kısmı da eleştirel (n=10) tondayken; Hürriyet'in doktorlar ve uzmanları kullandığı haberlerin büyük bir bölümü nötr tonda verilmiştir (n=44). Bu durum da alternatif medya ve ana akım medyadaki "sağlık haberi çerçevesi" bağlamında önemli bir referans sunmaktadır.

Sonuç olarak birey ve toplum sağlığı açısından oldukça önemli ve etkin bir araç olan sağlık haberleri ve sağlık konusu merkezde olmasına rağmen, haberlerin yayın çerçevesinin yayın gruplarının ekonomi politik ve anlayış farklılıklarına göre değişkenlik gösterdiği görülmekte ve bu durum da sağlık haberlerinin niteliğini etkilemektedir. Dolayısıyla, bundan sonraki çalışmalarda "sağlık haberi" olgusunun tek bir bağlamda değerlendirilemeyeceği; haberde ne verildiğinin yanında haberi kimin ve nasıl verdiğinin de göz önünde bulundurulması gerektiği önerilerinde bulunmak önemli görülmektedir. Aynı zamanda sağlık haberi çerçevelerinin yanında, ilgili çerçevelerdeki anlamların izlerkitleyi ne ölçüde etkilediği, ileride yapılacak alımlama çalışmalarında daha net şekilde görülebilir. İzleyici çerçeveleri merkezli yapılacak analizlere bu çalışmadaki veriler kaynaklık edebilir.

## KAYNAKLAR

- Akveran, s. (2018). *Ana Akım Medyada Alternatif Medya İhtiyacı ve Etik*. Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi. 1(1), 10-31.
- Atton, C. (2014). *Alternatif Medyaya Bakış: Kuram ve Metodoloji*. B. Yanıkkaya ve B. Çoban (Editörler), *Kendi Medyanı Yarat Alternatif Medya: Kavramlar ve Tartışmalar, Örnekler* içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Bailey, O. H., Cammaerts, B. Ve Carpentier, N. (2007). *Understanding of Alternative Media*. McGraw-Hill Education.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis In Communication Research*. Free Press.
- Çeliker Saraç, D. (2018). *Domuz gribi haberlerinde çerçeveleme: Hürriyet gazetesi örneği*. Global Media Journal TR Edition, 8(16), 161-185.

- Dağtaş, E., Şirvanlı, T. (2020). *Ana akım Medya Karşısında Alternatif Medya Yayıncılığı: Ünsal Ünlü'nün "Patronsuz" Programı Örneği*. İntermedia International E-Journal. 7(13). 317-337.
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*. 43(4). 51-58.
- Karagöz, K. (2012). *Sağlık Haberlerinin Kamuoyunu Yönlendirme İşlevi: Dilovası'ndaki Kanser Vakalarının Türk Yazılı Basınına Yansımaları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kazaz, M., Pala, S., ve Kazaz, A. (2021). *Covid-19 Aşı Haberlerinde Çerçeveleme: Haber Sitelerinde Aşı Haberlerinin Sunumu*. İNİF E-Dergi, 6(1), 343-361
- Kurban, Z. (2018). *Yeni Medyada Sağlık İletişimi ve Sağlık Haberciliği: Beden Politikaları Üzerinden Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel İncelemesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Küçükavcı, N. (2021). *Sağlık Çalışanlarına Şiddet Haberlerinin Çerçeveleme Yaklaşımı İle İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.)*. London and New Dephi: Sage Publications, Inc.
- Özarlan, H. (2007). *Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özçetin, B. (2019). *Kitle İletişim Kuramları – Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özer, Ö. (2012). "Alternatif Medya, Alternatif Gazetecilik ve Joseph Pulitzer". Özer, M. (ed.), *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik* içinde (s. 9-22). Konya: Literatürk.
- Şirvanlı, T. (2020). *Alternatif Medya Yayıncılığını Yeni Medya Üzerinden Düşünmek: "Medyascope Kanalı" ve "Ünsal Ünlü'nün Patronsuz Programı" Üzerine Bir Değerlendirme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Utma, S. (2017), "Medyadaki Sağlık Haberlerini Doğru Okumak". *The Journal of Academic Social Science Studies*, 57, 597-605.
- Vatansever, B. (2021). *2018 Yılı İzmir Yerel Yazılı Basınında Verilen Sağlık Haberlerinin İncelenmesi (Yenigün, Ege Telgraf, Haber Ekspres ve Yeni Asır Gazeteleri Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uşak: Uşak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yıldırım, B. (2013). *Sağlık endüstrisinin yeniden üretimi: sağlık gazeteciliği (temel eğilimler ve yapısal sorunlar)*. Ş. Çağlar (Ed.), *Şövalyelik mesleği gazeteciliğin uzmanlık alanları*. (s. 379-389). Konya: Literatürk Yayınları.
- Yüksel, E., Adıyaman, F., Keçeli, D., Doruk, Ö. Ve Kademir, B. (2014). *Obezite Konusu Basında Nasıl Çerçevenmektedir?*. Selçuk İletişim Dergisi, 8(2), 149-176.