

**ÜÇÜNCÜ AŞAMA GÜNDEM BELİRLEME
ARAŞTIRMASI: SAĞLIK HABERLERİ
ÖZELİNDE MEDYA VE KAMUOYU
BAĞLANTISI
Doktora Tezi
Ali Emre DİNGİL
Eskişehir, 2018**

**ÜÇÜNCÜ AŞAMA GÜNDEM BELİRLEME ARAŞTIRMASI:
SAĞLIK HABERLERİ ÖZELİNDE MEDYA VE KAMUOYU BAĞLANTISI**

Ali Emre DİNGİL

DOKTORA TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Erkan YÜKSEL

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Aralık, 2018

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ali Emre DİNGİL'in "Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Araştırması: Sağlık Haberleri Özelinde Medya ve Kamuoyu Bağlantısı" başlıklı tezi 14 Aralık 2018 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca **Basın ve Yayın** Anabilim Dalında, **Doktora** tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.Erkan YÜKSEL
Üye : Prof.Dr.Halim ESEN
Üye : Prof.Dr.Orhan GÖKÇE
Üye : Prof.Dr.Abdullah KOÇAK
Üye : Doç.Dr.Deniz KILIÇ

Prof.Dr.Metin ÇOŞKUN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür Vekili

ÖZET

ÜÇÜNCÜ AŞAMA GÜNDEM BELİRLEME ARAŞTIRMASI: SAĞLIK HABERLERİ ÖZELİNDE MEDYA VE KAMUOYU BAĞLANTISI

Ali Emre DİNGİL

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aralık, 2018

Danışman: Prof. Dr. Erkan YÜKSEL

Medyada yer alan konuların önemlilik düzeyinin kamuoyunun o konulara ilişkin önemlilik düzeyini etkilediğini savunan geleneksel gündem belirleme yaklaşımı, pek çok farklı araştırma düzeneğiyle dünyanın farklı coğrafyalarında test edilmiş ve büyük ölçüde ispatlanmıştır. İkinci aşama gündem belirleme araştırmalarında ise tutumlara ilişkin önemlilik düzeyinin belirlenmesinde medyanın rolü sorgulanmıştır. Son yıllarda gündeme gelen üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarında ise insanların zihnindeki kişi ya da olaylara ilişkin düşünce yapılarının (ağlarının) belirlenmesinde medyanın rolü test edilmektedir.

Bu araştırmada medyanın üçüncü aşama gündem belirleme etkisi Türkiye’de sağlık haberleri özelinde ele alınmaktadır. Bu bağlamda kanser, obezite, diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS konularında medyanın kamuoyu üzerinde üçüncü aşama gündem belirleme etkilerine sahip olup olmadığı sorusuna Aydın ilinde gerçekleştirilen araştırma çerçevesinde yanıt aranmıştır.

Medya gündem bağlantıları için ülkenin en yüksek tiraja sahip 13 yaygın gazetesi ile Aydın’da yayımlanan beş yerel gazete incelemeye konu edilmiştir. Kamu gündem bağlantıları için ise Aydın ilinde 400 kişilik örneklem üzerinde zihin haritalama anketi uygulanmıştır.

Araştırma bulgularına göre yaygın gazeteler ve kamu gündem ağı arasında örneklem alınan tüm hastalıklarla ilgili anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yerel gazetelerde ilişki düzeyi yaygın gazeteler kadar yüksek bulunmamıştır. Bu durum ise daha fazla tiraja sahip yaygın gazetelerin kamu gündemini belirlemede daha fazla etkilere sahip olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Sonuç olarak çalışmada üçüncü aşama gündem belirleme hipotezinin doğrulandığı belirtilmelidir.

Anahtar kelimeler: Üçüncü aşama gündem belirleme, Ağ analizi, Sağlık haberciliği,
Medya ve kamuoyu

ABSTRACT
THIRD LEVEL AGENDA SETTING RESEARCH:
NETWORK OF MEDIA AND PUBLIC OPINION IN HEALTH NEWS SPECIAL

Ali Emre DİNGİL

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, December, 2018

Advisor: Prof. Dr. Erkan YÜKSEL

The traditional agenda-setting approach, which argues that the significance level of the issues in the media affects the significance level of public opinion on these issues, has been tested and proven in many different regions of the world with many different research. In the second level agenda-setting research, the role of the media in determining the significance level of attitudes was questioned. In the third level agenda-setting research that has been brought into the agenda in recent years, the role of the media in testing the people's thoughts (networks) or thoughts about the events is being tested.

In this research the third phase of agenda-setting effect of the media is tested in health news in Turkey. In this context the question of whether the media has effects on the public opinion on the obesity, cancer, diabetes, hypertension and HIV / AIDS issues has been sought by this research conducted in Aydın.

For the media agenda network, the 13 most national newspapers with the highest circulation in the country and five local newspapers published in Aydın were examined. For mapping the public agenda, a mind mapping questionnaire was applied on a sample of 400 people in Aydın.

According to the findings of the research, a meaningful relationship was found between the national newspapers agenda network and the public agenda network. In local newspapers, the level of relationship was not as high as national newspapers. This situation has been interpreted as the more national newspapers with more circulation have more effects in determining the public agenda. As a result, the third level agenda-setting hypothesis has been confirmed.

Key Words: Third level agenda setting, Network analysis, Health journalism, Media and public opinion

TEŞEKKÜR

Bundan 15 sene önce 2003 yılında kazanmış olduğum Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Basın ve Yayın Bölümünden 2018 yılında doktora mezunu olarak ayrılmak ayrı bir duygu benim için. Çünkü bana hem mesleki, hem akademik, hem maddi, hem de manevi olarak destek veren Üniversitem her zaman benim yanımda durmuştur. Şu anda bulunduğum konumdan tüm Anadolu Üniversitesinin hocalarından idari personeline kadar hepsinin payı büyüktür. Bundan dolayı tüm Anadolu Üniversitesi ailesine teşekkürü borç bilirim.

Ailem...

Her şeyden önce tabi ki ailem... Annem, ablam, eşim ve akrabalarım... Tek başına hayat mücadelesinde benim ve ablamın eğitim hayatını aksatmadan sağlayan Annem Arife Taşdemir'in hakkı ödenmez. Destekleri için aileme şükranlarımı sunarım.

Değerli Anadolu Üniversitesi Hocaları...

Anadolu Haber gazetesinde Yazı İşleri Müdürüm, akademide hocam, doktora tez danışmanım olan Prof. Dr. Erkan Yüksel'den çok şey öğrendim. Sadece akademik bilgi değil, hem mesleki alanda hem de idarecilik anlamında bana katkısı büyük oldu. Tez danışmanım olmasından dolayı gurur duyduğum Prof. Dr. Erkan Yüksel hocama en içten duygularıyla teşekkürlerimi sunarım.

Lisans birinci sınıfta beni Anadolu Haber gazetesini ile tanıştıran, teknik ve akademik anlamda çok şey öğrendiğim aynı zamanda yüksek lisans tez danışmanım Doç. Dr. Sibel Onursoy hocama da çok şey borçluyum.

Lisansa başladığım zaman ilk dersimize Doç. Dr. Deniz Kılıç hocam girmişti ilk haber yazmasını kendisinden öğrenmiş ve meslekle ilgili ilk tavsiyeleri Deniz hocamdan almıştım. Tez izleme jürisinde ve tez ile ilgili yardımlarından dolayı da kendisine çok teşekkür ederim.

Burada ismini sayamadığım tüm hocalarıma her şey için çok teşekkür ederim.

Çalışma arkadaşlarım, öğrencilerim...

Beraber çalıştığım amirlerim, hocalarım, çalışma arkadaşlarım ve kısmi zamanlı öğrencilerim, doktora dönemi boyunca benden yardımlarınızı esirgemediniz sizleri tanımam bir şanstı, sizlere de teşekkür ederim... İyi ki varsınız...

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ali Emre DİNGİL

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.	iii
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLOLAR DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xv
GRAFİKLER DİZİNİ	xvii
KISALTMALAR DİZİNİ	xviii
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	2
1.1.1. İletişim, medya ve etki araştırmaları	2
1.1.2. Gündem belirleme araştırmaları ve gelişimi	5
1.1.2.1. Geleneksel gündem belirleme yaklaşımı	7
1.1.2.1.1. Temel kavramlar	10
1.1.2.1.2. Gündem belirleme süreci.....	13
1.1.2.1.3. Medya gündemini belirleyen unsurlar	15
1.1.2.1.4. Kamu gündemini belirleyen unsurlar	18
1.1.2.1.5. Siyasal gündemi belirleyen unsurlar	23
1.1.2.2. İkinci aşama gündem belirleme araştırmaları	26
1.1.2.2.1. Çerçeveleme ve öne çıkarma	28
1.1.2.3. Diğer araştırmalar	31
1.1.2.3.1. Gündem karışımı hipotezi	31
1.1.2.3.2. Yatay ve dikey medya	32
1.1.2.4. Türkiye’deki lisansüstü gündem belirleme çalışmaları	33
1.1.2.4.1. Geleneksel gündem belirleme araştırmaları.....	34
1.1.3. Üçüncü aşama gündem belirleme (gündem belirleme ağı) araştırmaları.....	38
1.1.3.1. Üçüncü aşama çalışmalarda izlenen araştırma yöntemleri....	42

1.1.3.1.1. Ağ analizi	42
1.1.3.1.2. Medya içeriğinin ölçümü: İçerik analizi	44
1.1.3.1.3. Kamu içeriğinin ölçümü: Zihin haritalama anketi	45
1.1.3.1.4. Matrisin oluşturulması ve QAP korelasyon testi	47
1.1.3.2. Üçüncü aşama gündem belirleme çalışmaları	50
1.1.3.2.1. İlk araştırma: Konular arası karşılaştırma	50
1.1.3.2.2. İkinci çalışma: Zihin haritalama	51
1.1.3.2.3. Üçüncü çalışma: Konular arası karşılaştırma.....	51
1.1.3.2.4. Dördüncü çalışma: Yatay ve dikey medya ve Twitter gündemi.....	52
1.1.3.2.5. Beşinci çalışma: Ulusal gündem.....	53
1.1.3.2.6. Altıncı çalışma: Kitle iletişim araçları arası etkileşim, uluslararası boyut	55
1.1.3.2.7. Yedinci çalışma: Çin’de gerçekleştirilen bir çalışma.....	56
1.1.3.2.8. Türkiye’den ilk çalışmalar: Ağ analizi ve zihin haritalama.....	57
1.1.4. Sağlık, hastalık ve sağlık iletişimi	59
1.1.5. Sağlık haberciliği.....	65
1.1.5.1. Sağlık haberciliğinin önemi ve Türkiye’de gelişimi	67
1.1.6. Gündemde öne çıkan sağlık sorunları.....	70
1.1.6.1. Medya gündemindeki sağlık sorunları	70
1.1.6.2. Gerçek yaşamdaki sağlık sorunları	72
1.1.6.3. Araştırmaya konu olan sağlık sorunları	73
1.1.6.3.1. Obezite (Şişmanlık)	73
1.1.6.3.2. Kanser	76
1.1.6.3.3. Diyabet (Şeker)	77
1.1.6.3.4. Hipertansiyon (Yüksek Tansiyon).....	79
1.1.6.3.5. HIV/AIDS	81
1.2. Amaç... ..	83
1.3. Önem... ..	85
1.4. Varsayımlar	86
1.5. Sınırlılıklar	87
1.6. Tanımlar.....	88

2. YÖNTEM	90
2.1. Araştırma Modeli	90
2.1.1. İçerik analizi	91
2.1.2. Anket	92
2.1.3. Verilerin Analizi	93
2.2. Evren Örneklem	94
2.2.1. Kamu gündemi evren ve örnekleme	94
2.2.2. Medya gündemi evren ve örnekleme	97
2.3. Verilerin Toplanması	98
2.3.1. Anket yöntemi ile veri toplama	98
2.3.2. İçerik analizi ile veri toplama	104
2.3.3. Verilerin karşılaştırılması ve QAP korelasyonu hesaplaması	105
2.4. Güvenirlik	106
2.4.1. İçerik analizi güvenilirliği	106
2.4.2. Soru formu güvenilirliği	108
3. BULGULAR VE YORUM.....	109
3.1. Anket Bulguları ve Yorumu	109
3.1.1. Kanser zihin haritalama soruları bulguları.....	113
3.1.2. Obezite zihin haritalama sorusu bulguları	116
3.1.3. Diyabet (şeker) zihin haritalama soruları bulguları.....	119
3.1.4. Tansiyon zihin haritalama soruları bulguları	121
3.1.5. AIDS zihin haritalama soruları bulguları	124
3.2. İçerik analizi verileri ve yorumu.....	126
3.2.1. Kanser haberleri içerik analizi verileri	127
3.2.2. Obezite haberleri içerik analizi verileri	130
3.2.3. Diyabet haberleri içerik analizi verileri	134
3.2.4. Tansiyon haberleri içerik analizi verileri.....	137
3.2.5. AIDS haberleri içerik analizi verileri.....	141
3.3. Sağlık haberleri medya ve kamu gündemi ağı karşılaştırmalı analizleri (QAP korelasyon)	145
3.3.1. Yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırmaları.....	145

3.3.1.1. Kanser konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	145
3.3.1.2. Obezite konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması.....	148
3.3.1.3. Diyabet konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması.....	151
3.3.1.4. Tansiyon konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması.....	154
3.3.1.5. AIDS konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması.....	156
3.3.2. Yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırmaları.....	159
3.3.2.1. Kanser konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	159
3.3.2.2. Obezite konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	162
3.3.2.3. Diyabet konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	165
3.3.2.4. Tansiyon konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	167
3.3.2.5. AIDS konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	169
3.3.3. Yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırmaları.....	172
3.3.3.1. Kanser konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı	
karşılaştırması.....	172
3.3.3.2. Obezite konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı	
karşılaştırması.....	174
3.3.3.3. Diyabet konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı	
karşılaştırması.....	177
3.3.3.4. Tansiyon konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı	
karşılaştırması.....	179
3.3.3.5. AIDS konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı	
karşılaştırması	182
4. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	185

4.1. Sonuç...	185
4.2. Tartışma	192
4.3. Öneriler	196
4.3.1. Çalışmaya yönelik öneriler.....	196
4.3.2. Geleceğe yönelik öneriler.....	197

KAYNAKÇA

EKLER

ÖZGEÇMİŞ

TABLÖLER DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1: Medya gündemi ağı matrisi örneği.....	48
Tablo 2: Kamu gündemi ağı matrisi örneği	49
Tablo 3: Sağlık konulu yayınlarda en çok değinilen temalar.....	71
Tablo 4: Seçilen kümeler (mahalleler) ve örneklem sayısına göre dağılımı.....	95
Tablo 5: Kanseri konusu kategorileri.....	99
Tablo 6: Obezite konusu kategorileri.....	100
Tablo 7: Diyabet konusu kategorileri.....	102
Tablo 8: Tansiyon konusu kategorileri.....	103
Tablo 9: AIDS konusu kategorileri.....	104
Tablo 10: QAP Korelasyonu yorumlanması.....	106
Tablo 11: İçerik analizi uygulamasında kodlayıcılar arası uyum hesaplaması.....	107
Tablo 12: Demografik özellikler.....	110
Tablo 13: Kanseri konusu bağlantı matrisi.....	114
Tablo14: Kanseri konusu derece merkeziliyeti.....	115
Tablo 15: Obezite konusu bağlantı matrisi.....	117
Tablo 16: Obezite konusu derece merkeziliyeti.....	118
Tablo 17: Diyabet konusu bağlantı matrisi.....	120
Tablo 18: Diyabet konusu derece merkeziliyeti.....	120
Tablo 19: Tansiyon konusu bağlantı matrisi.....	122
Tablo:20 Tansiyon konusu derece merkeziliyeti.....	123
Tablo 21: AIDS konusu bağlantı matrisi.....	125
Tablo 22: AIDS konusu derece merkeziliyeti.....	125
Tablo23: Yaygın gazete haberleri kanseri konusu bağlantı matrisi.....	127
Tablo 24: Yaygın gazete haberleri kanseri konusu derece merkeziliyeti.....	128
Tablo 25: Yerel gazete haberleri kanseri konusu bağlantı matrisi.....	129
Tablo 26: Yerel gazete haberleri kanseri konusu derece merkeziliyeti.....	129
Tablo 27: Yaygın gazete haberleri obezite hastalığı bağlantı matrisi.....	131
Tablo 28: Yaygın gazete haberleri obezite hastalığı derece merkeziliyeti.....	131
Tablo 29: Yerel gazete haberleri obezite hastalığı bağlantı matrisi.....	132
Tablo 30: Yerel gazete haberleri obezite hastalığı derece merkeziliyeti.....	133
Tablo 31: Yaygın gazete haberleri diyabet hastalığı bağlantı matrisi.....	134

Tablo 32: Yerel gazete haberleri diyabet hastalığı derece merkezियeti.....	135
Tablo 33: Yerel gazete haberleri diyabet hastalığı bağlantı matrisi.....	136
Tablo 34: Yerel gazete haberleri diyabet hastalığı derece merkezियeti.....	136
Tablo 35: Yaygın gazete haberleri tansiyon hastalığı bağlantı matrisi.....	138
Tablo 36: Yaygın gazete haberleri tansiyon hastalığı derece merkezियeti.....	138
Tablo 37: Yerel gazete haberleri tansiyon hastalığı bağlantı matrisi.....	139
Tablo 38: Yerel gazete haberleri tansiyon hastalığı derece merkezियeti.....	140
Tablo 39: Yaygın gazete haberleri AIDS hastalığı bağlantı matrisi.....	142
Tablo 40: Yaygın gazete haberleri AIDS hastalığı derece merkezियeti.....	142
Tablo 41: Yerel gazete haberleri AIDS hastalığı bağlantı matrisi.....	143
Tablo 42: Yerel gazete haberleri AIDS hastalığı derece merkezियeti.....	144
Tablo 43: Kansер konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları.....	146
Tablo 44: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları karşılaştırması.....	149
Tablo 45: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları karşılaştırması.....	152
Tablo 46: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları karşılaştırması.....	154
Tablo 47: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları karşılaştırması.....	157
Tablo 48: Kansер konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları.....	160
Tablo 49: Obezite hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları.....	163
Tablo 50: Diyabet hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları.....	165
Tablo 51: Tansiyon hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları.....	167
Tablo 52: AIDS hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları.....	169
Tablo 53: Kansер konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezियeti sıralamaları.....	172

Tablo 54: Obezite konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezियeti	
sıralamaları.....	175
Tablo 55: Diyabet konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezियeti	
sıralamaları.....	177
Tablo 56: Tansiyon konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezियeti	
sıralamaları.....	180
Tablo 57: AIDS konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezियeti sıralamaları...	182

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 1: Gündem belirleme sürecinin temel unsurları.....	14
Şekil 2: Gündem belirleme ağı sonuçları.....	40
Şekil 3: İlişkisel Matris ile Grafik Üzerinde elementler ve Bağlantıların Gösterimi..	43
Şekil 4: Zihin haritalama (mind mapping) anketi örneği.....	47
Şekil 5: Kanser konusu zihin haritalama ağı.....	116
Şekil 6: Obezite konusu zihin haritalama ağı.....	118
Şekil 7: Diyabet konusu zihin haritalama ağı.....	121
Şekil 8: Tansiyon konusu zihin haritalama ağı.....	123
Şekil 9: AIDS konusu zihin haritalama ağı.....	126
Şekil 10: Yaygın gazetelerde kanser konusu bağlantı ağı.....	128
Şekil 11: Yerel gazetelerde kanser konusu bağlantı ağı.....	130
Şekil 12: Yaygın gazetelerde obezite hastalığı bağlantı ağı.....	132
Şekil 13: Yerel gazetelerde obezite hastalığı bağlantı ağı.....	133
Şekil 14: Yaygın gazetelerde diyabet hastalığı bağlantı ağı.....	135
Şekil 15: Yerel gazetelerde diyabet hastalığı bağlantı ağı.....	137
Şekil 16: Yaygın gazetelerde tansiyon hastalığı bağlantı ağı.....	139
Şekil 17: Yerel gazetelerde tansiyon hastalığı bağlantı ağı.....	141
Şekil 18: Yaygın gazetelerde AIDS hastalığı bağlantı ağı.....	143
Şekil 19: Yerel gazetelerde AIDS hastalığı bağlantı ağı.....	144
Şekil 20: Kanser konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	147
Şekil 21: Kanser konusu kamu gündem ağı.....	147
Şekil 22: Obezite konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	150
Şekil 23: Obezite konusu kamu gündem ağı.....	150
Şekil 24: Diyabet konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	153
Şekil 25: Diyabet konusu kamu gündem ağı.....	153
Şekil 26: Tansiyon konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	155
Şekil 27: Tansiyon konusu kamu gündem ağı.....	156
Şekil 28: AIDS konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	158
Şekil 29: AIDS konusu kamu gündem ağı.....	158
Şekil 30: Kanser konusu yerel gazeteler gündem ağı.....	161
Şekil 31: Kanser konusu kamu gündem ağı.....	161

Şekil 32: Obezite hastalığı yerel gazeteler gündem ağı.....	164
Şekil 33: Obezite hastalığı kamu gündem ağı.....	164
Şekil 34: Diyabet hastalığı yerel gazeteler gündem ağı.....	166
Şekil 35: Diyabet hastalığı kamu gündem ağı.....	166
Şekil 36: Tansiyon hastalığı yerel gazeteler gündem ağı.....	168
Şekil 37: Tansiyon hastalığı kamu gündem ağı.....	168
Şekil 38: AIDS hastalığı yerel gazeteler gündem ağı.....	170
Şekil 39: AIDS hastalığı kamu gündem ağı.....	171
Şekil 40: Kanser hastalığı yaygın gazeteler gündem ağı.....	173
Şekil 41: Kanser hastalığı yerel gazeteler gündem ağı.....	173
Şekil 42: Obezite konusu gazeteler medya gündem ağı.....	176
Şekil 43: Obezite konusu yerel gazeteler gündem ağı.....	176
Şekil 44: Diyabet konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	178
Şekil 45: Diyabet konusu yerel gazeteler gündem ağı.....	178
Şekil 46: Tansiyon konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	181
Şekil 47: Tansiyon konusu yerel gazeteler gündem ağı.....	181
Şekil 48: AIDS konusu yaygın gazeteler gündem ağı.....	183
Şekil 49: AIDS konusu yerel gazeteler gündem ağı.....	183

GRAFİKLER DİZİNİ

	Sayfa
Grafik 1: Kamunun gündem takibi.....	111
Grafik 2: Sağlık ile ilgili konuların öğrenme yeri.....	111
Grafik 3: En çok okunan yaygın gazeteler.....	112
Grafik 4: En çok okunan yerel gazeteler.....	113
Grafik 5: Kanser konusuna yakınlık.....	114
Grafik 6: Obezite konusuna yakınlık.....	117
Grafik 7: Diyabet konusuna yakınlık.....	119
Grafik 8: Tansiyon konusuna yakınlık.....	122
Grafik 9: AIDS konusuna yakınlık.....	124

KISALTMALAR DİZİNİ

AIDS: Acquired Immune Deficiency Syndrome (Edinilmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu)

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

HIV: Human Immunodeficiency Virus (İnsan İmmün Yetmezlik Virüsü)

MEB: Millî Eğitim Bakanlığı

NAS: Network Agenda Setting

PEJ: Pew Project for Excellence in Journalism

TDK: Türk Dil Kurumu

QAP: Quadratic Assignment Procedure

1. GİRİŞ

İletişim biliminin yanıt aradığı belki de en önemli soru “Medya insanlar üzerinde ne kadar etkilidir?” sorusudur. İletişim biliminin 1910-1920’lerde başlayan tarihinde iletişimin, teknolojik gelişmelere paralel olarak kitlesel boyut kazanmaya başladığı yıllardaki ilk düşünceler, bu etkinin oldukça güçlü olduğu kanaatini ortaya koymaktadır. 1940’lardan sonra ise araştırma yöntemleri ve istatistik alanındaki gelişmelere paralel olarak elde edilen bulgular söz konusu etkilerin sanıldığı kadar güçlü olmadığını ispatlamaktadır. 1970’lerde ise bu kez medyanın sanıldığı kadar etkisiz olmadığı ve bir takım etkilere sahip olduğuna ilişkin görüşler ortaya atılmıştır. Belki de bu farkı yaratan en önemli ayrım, etki kavramının tanımına ilişkindir. Çünkü başlangıçta medyanın etkilerini yalnızca davranış değişikliği yaratıp yaratmaması ile değerlendiren görüşler, etkinin farklı düzeylerde tanımlanmasıyla yön değiştirmeye ya da daha dar aralıklara sahip ölçeklerle değerlendirilmeye başlanmıştır. 1970’lerden sonra medyanın etkilerini araştıran çalışmalarda medyanın etkileri; farkındalık yaratma ve bilgilendirme (bilişsel), tutum ya da kanaatleri etkileme (duygusal) ve davranış değişikliği yaratma bağlamında üç farklı düzeyde tanımlanmıştır (Yüksel, 2013, s. 10-33). O yıllarda medyanın etkilerini farkındalık yaratma düzeyinde ispatlamaya çalışan araştırma yaklaşımlarından biri de gündem belirleme olmuştur.

Medyada yer alan konuların önemlilik düzeylerinin şu ya da bu şekilde insanların o konulara ilişkin algıladıkları önemlilik düzeyini etkilediğini savunan gündem belirleme yaklaşımı, izleyen yıllarda pek çok farklı araştırma düzeneğiyle dünyanın farklı coğrafyalarında test edilmiştir. Bir konuya medyanın hangi düzeyde önemlilik atfettiği o konuya ilişkin kamuoyundaki önemlilik düzeyine ilişkin görüşleri yakından etkilemektedir. 1990’lara gelindiğinde gündem belirleme araştırmalarında bundan daha da fazlası test edilmeye başlanmıştır. “İkinci aşama gündem belirleme” adı verilen bu araştırmalarda tutumlara ilişkin önemlilik düzeyinin belirlenmesinde medyanın rolü sorgulanmıştır. Son yıllarda ise bir adım daha ileri gidilerek “üçüncü aşama gündem belirleme” adı altında insanların kişi ya da olaylara ilişkin düşünce yapılarının (ağlarının) belirlenmesinde medyanın rolü test edilmeye başlanmıştır.

Özetle ifade edilecek olursa bu çalışmada medyanın üçüncü aşama gündem belirleme etkisi Türkiye’de test edilmiştir. Bunun için seçilen araştırma konuları sağlık alanından seçilmiştir. Araştırmada yanıtı aranan en genel soru şudur: Obezite, kanser,

diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS konularında medya üçüncü aşama gündem belirleme etkilerine sahip midir?

Çalışmanın “Giriş” başlıklı bu bölümünde araştırma problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlıkları ve bu çalışmaya özgü tanımlarına ayrı başlıklar halinde yer verilmiştir.

1.1. Problem

Özellikle 2000’li yılların ortalarından başlayarak Türkiye’de sağlık konulu yayın sayısında ve medyadaki sağlık konulu içerikler anlamında dikkat çekici bir artışın olduğu söylenebilir (Yüksel vd., 2014, s. 329). İnsanların değişen gereksinimleri içinde sağlıklı yaşam olgusu üst sıralara yükselmiş ve bu da beraberinde konuya ilişkin duyarlılığın gelişmesini sağlamıştır. Kamunun sağlık konularında doğru bir şekilde bilgilendirilmesi, yaşam kalitesinin artırılması ve daha sağlıklı bir hayatın bireysel anlamda sürdürülmesi anlamında sağlık haberleri artık geçmişe göre daha fazla okunmakta ve medya içeriklerinde daha fazla yer bulmaktadır. Bu ilgi çekici durum akademik ilginin de bu alana kaymasına neden olmuştur. Genel olarak sağlık iletişiminin her boyutunda gerek eğitim programlarının sayısında, gerek derslerde ve gerekse yapılan akademik araştırmalarda artış gözlemlenmektedir. Bu doktora tezinde son yılların yine dikkati çeken yeni araştırma yaklaşımlarından biri olan üçüncü aşama gündem belirleme hipotezi çerçevesinde sağlık konulu yayınların kamuoyu üzerindeki etkileri irdelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın “Giriş” bölümünde “Problem” başlığı altında iletişim, medya ve etki araştırmaları kısaca bahsedildikten sonra araştırmanın ana konusu olan gündem belirleme kuramı ve aşamaları ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bu anlamda araştırmaların tarihsel süreci, medya ve kamu gündemi unsurları, yapılan çalışmalar, üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarında kullanılan yöntem açıklanmıştır. Ardından sağlık ve hastalık kavramları, sağlık iletişimi, sağlık haberciliği, sağlık iletişimi ile ilgili Türkiye’de yapılan çalışmalar, araştırmaya konu olan sağlık konulu yayınlar irdelenerek çalışmanın problemi ortaya serilmiştir.

1.1.1. İletişim, medya ve etki araştırmaları

Toplum içinde yaşayan insanın çevresini ve kendisini daha iyi tanımlamasına ve başkaları ile uyumlu ilişkiler gerçekleştirmesine, yaşayan ve artık yaşamayan kişilerin

miras olarak bıraktıkları bilgilerinden yararlanmasına yardım eden özel bir becerisi vardır. Bu beceri insanın iletişim gücü olarak değerlendirilmektedir (Yüksel, 2016, s. 4).

İletişim insan hayatının her alanıdır. Bu anlamda iletişimin birçok türü söz konusudur. “**Kişinin içsel iletişimi**” kişiyi motive eden, güdüleyen, gereksinimleriyle kişinin zihnindeki kendisini kavramasına yardımcı olan bir iletişim biçimidir. “**Bireyler arası iletişim**”, kişiler arasındaki her türlü iletişime karşılık gelmektedir. “**Grup iletişimi**”, grup içindeki üstlendikleri rolleri, kişilerin yapıcı ve engelleyici iletişimlerini, etkileri kapsamaktadır. “**Örgüt iletişimi**”, örgüt içindeki iletişimi, iç ve dış çevresiyle iletişimi konu almaktadır. “**Kişî dışı iletişim**”, bir başka kişinin dışında herhangi bir şeyle, örneğin makinelerle ya da hayvanlarla kurulan doğrudan iletişim anlamında kullanılmaktadır. “**Kitle iletişimi**” ise kitle iletişim araçlarıyla ilgilenmektedir. Bu araçlar sayesinde kurulan iletişime denmektedir. İletilerin kitlelere ulaştırılmasını sağlayan teknolojilerin bulunuşu ile kitlesel kullanım alanlarına kavuşan kitle iletişimine, kaynağın kitleler halindeki hedefine ulaşma amacı nedeniyle bu ad verilmiştir. İletişimin gerçekleşmesini sağlayan teknolojik araçlara da “kitle iletişim araçları (KİA)” denilmiştir. Eş deyişle yazılı, sesli ya da görsel yapıtların yayımını ya da dağıtımını sağlayan her türlü teknik iletişim aracı “kitle iletişim aracı” olarak ifade edilmektedir (Yüksel, 2013, s. 8). Kitle iletişim araçlarının diğer adı da “medya”dır.

Sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi gibi alanlardan ve bu disiplinlerin davranışçı düşüncelerinden yararlanan araştırmacıların başlıca problemi medyanın etkileridir. Bu çalışmalarda genellikle insan doğasının ve toplumun davranışçı yorumları bazında etki konusu formülleştirilmeye çalışılmıştır. Bu yaklaşımda iletişim bir süreç halinde işlenemekte beraber kaynak tarafından kodlanan mesajların belirli bir kanal üzerinden hedef kitleye iletildiği ve bu kişilerin de farklı şekilde etkilendiği kabul edilmektedir. Bu nedenle iletişim, bir kişinin diğerinin davranış ya da zihinsel durumunu etkileme süreci olarak da tanımlanmaktadır. Alıcının farklı şekilde geribildirimde bulunduğu ve bu şekilde sürecin devam ettiği düşünülmektedir. Bu amaçla da çoğunlukla iletişimin “sonucu” olan “etkisi” üzerine; etkiyi anlamak, ölçmek ve değerlendirmek ve bir sorun (etkinin niyet edilenden daha farklı ya da az olması durumu) varsa da bu başarısızlığın ortaya çıktığı aşamaları arayıp bulmak için araştırmalar yapılmaktadır. Bir anlamda da “etki (uyarı) - tepki” şeklindeki yapısıyla bu araştırmalar “güç” araştırmaları olarak da yorumlanmaktadır (Yüksel, 2013, s. 15).

Peki, medyanın etkilerinden ne anlaşılmalıdır? Bu soruyu yanıtlamadan önce etki kavramını açıklamak gereklidir. Etki kavramının en temel tanımı Piatila'nın ifadesiyle şöyle tanımlanabilir: "İletişim sürecinin bir önemliliği olarak iletişim etkisi, bireyin zihninde daha önce olan ya da olmayan bir şeyin; iletişim olmasaydı olması ya da olmaması ile söz konusudur". Dolayısıyla iletişimden önce zihinde olmayan şeyin iletişimden sonra artık olması haline en genel anlamıyla "etki" adı verilmektedir (Yüksel, 2013, s. 19). Anderson ve Meyer de etki için "diğer durumların olmaması halinde meydana gelmeyecek bazı durumlar" tanımlamasında bulunmaktadır. İletişimin sonuçları anlamındaki "uyarı-yanıt" formülünde karşılığını bulan ilkeye göre ise etkiler özel uyarılara karşılık gelen özel yanıtlar, eş deyişle tepkiler biçiminde nitelenmektedir. Bu anlamıyla kitle iletişim araçlarının iletileri ile izleyenlerin tepkileri arasında yakın bir bağlantı olması beklenmektedir (Yüksel, 2001, s. 12). Ancak herkes aynı şeyden aynı şekilde etkilenmez. Etkilenme düzeylerine göre etki üçe ayrılır: Bunlar bilişsel etki (bilmek, farkında olmak), duygusal etki (tutum, kanaat sahibi olmak) ve davranışsal etki (Eylem, satın alma, oy verme) şeklinde sıralanabilmektedir (Yüksel, 2013, s. 20). İletişim araştırmalarının tarihine bakıldığında ise önceleri davranışsal boyuttaki etkilere dönük arayışların öne çıktığı, ardından tutum ve kanaatlere yönelildiği ve sonra da farkındalık düzeyindeki arayışların test edildiği anlaşılmaktadır.

Özetle ifade edilecek olursa medya araştırmalarının tarihi, genellikle etki araştırmalarının tarihi olarak nitelendirilebilir. Bu da etki araştırmalarının iletişim araştırmalarındaki önemini yansıtan önemli bir göstergedir. İlk etki çalışmaları İkinci Dünya Savaşı öncesinde ABD'de başlamıştır. Janowitz ve Schulze, ABD'de ilk deneysel çalışmaların temellerini atan araştırmacılarıdır. Ancak iletişim araştırmalarının ilk temsilcileri Paul F. Lazarsfeld, Harold D. Laswell, Carl I. Howland ve Kurt Lewin'dir. 1930'ların sonuna kadar medyanın, yaşam alışkanlıklarını, inanç ve düşünceleri şekillendirme, aktif olarak davranışları değiştirme ve politik sistemi etkilemede karşı konulmasına karşın güçlü etkilere sahip olduğu kabul edilmiştir (Yüksel, 2001, s. 14). Bu dönemdeki anlayışa göre medya; insanların inanç, düşünce ve yaşam biçimlerini değiştirmekte, tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Medyanın kamuoyuna yönelik sihirli bir iğne yaptığı, sözcük mermileri fırlattığı ve bunların da çok güçlü bir şekilde etki yarattığı savunulmuştur. "Sihirli mermi/hipodermik iğne" kuramları bu dönemde medyanın etkilerini açıklayan ilk araştırmalar olarak tarihteki yerini almıştır (Özer, 2013, s. 61). 1940'lardan 1960'ların başlarına dek uzanan ikinci

bir dönemde, ampirik yöntemlerin hâkimiyeti doğrultusunda etkilerin sınırlılığı savunulmuştur (Yüksel, 2001, s. 14). Birincil grup etkisi, iki aşamalı akış gibi araştırmalar, medyanın etkilerinin hiç de sanıldığı gibi fazla olmadığını, medyanın sınırlı etkilere sahip olduğunu ortaya koymuştur. Hâlâ da değerliliğini sürdüren bu yöndeki çalışmalarla birlikte seçici izleyici davranışına yönelik saha araştırmaları, “kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımının çalışmalarınca desteklenmiştir. Joseph T. Klapper, bu dönem araştırmalarını “sınırlı etkiler” kavramıyla tanımlamıştır (Özer, 2013, s. 61). 1960’dan sonra ise yeniden etkinin fazlalığı yönündeki araştırmalar ağırlık kazanarak günümüze kadar varlığını sürdürmüştür (Yüksel, 2001, s. 14). Bu bağlamda “gündem belirleme” ve “suskunluk sarmalı” gibi kuramlar geliştirilerek “güçlü etkilere dönüş” anlamında etki araştırmaları etkisini göstermeye başlamıştır. Halen de bu yöndeki çalışmalar, sınırlı etkilere yönelik araştırmalarla birlikte devam etmektedir (Özer, 2013, s. 61).

1.1.2. Gündem belirleme araştırmaları ve gelişimi

Medyanın, izleyicilerin tutumları ve davranışları üzerindeki doğrudan etkileri 1930’lardan 1970’lerin başlarına kadar araştırılmıştır. Araştırmacılar, medyanın güçlü etkilerini tespit etmeye çalışırken ampirik bulgular etkilerin sınırlı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu durum, medya etkilerine dönük araştırmalarda bir ümitsizliğe ve yeni bir yaklaşım arayışına neden olmuştur. Gündem belirleme yaklaşımı; sınırlı etkilerle ilgili bulgulara bir alternatif getirmiş ve kitle iletişim araştırmacılarını bu konuyu incelemeye yöneltmiştir (Rogers ve diğerleri 1997, s. 225-226). Yaklaşım, medyanın etkilerinin en azından farkındalık yaratma anlamında bilişsel düzeyde etkili olduğunu vurgulamaktadır (Özer, 2013, s. 66). Yaklaşımın temel öngörüsüne göre bireyler konuların görece önemini, o sorunların kitle iletişim araçlarında aldığı yer miktarı vasıtasıyla öğrenmektedir. Böylece bir sorun ne kadar çok haber yapılırsa, bireylerin o konu ile o kadar çok ilgileneceklerini varsaymaktadır. Başka bir ifadeyle bireyler, konuların haber yapılma oranı yoluyla ne kadar ilgili olmaları gerektiğini öğrenmektedir (Wanta 1997, s. 2).

Gündem belirleme fikrinin merkezinde, medya gündeminde öne çıkan konuların kamu gündeminde öne çıkan konuları yansıttığı düşüncesi bulunmaktadır (McCombs vd, 2000, s. 77-78). Gündem belirleme yaklaşımında, medyanın vurguladığı konular ile

izleyicilerin bu konulara ilgi göstermeleri arasında nedensel bir ilişki kurulmaktadır (Schmeling ve Wotring, 1976, s. 744).

Medyanın gündem belirleme rolü bu tanımla ilk defa 1972'de yayımlanan bir makalede, Maxwell McCombs ve Donald Shaw tarafından 1968 Kuzey Carolina Chapel Hill başkanlık kampanyasında medyanın rolünü inceledikleri çalışmada ortaya konmuştur. Gündem belirleme kuramı medyanın haber seçimlerinde ve bu haberlere verdikleri önemin ve sunuluş yerinin insanlar üzerinde önemli etkisi olduğunu öne sürmektedir (McCombs, 2004). Bir başka deyişle medyanın haberleri sunuş yoluyla, kamunun konuştuğu, düşündüğü konuları ve bunlara verdiği önemi belirlediği savunulmaktadır.

Gündem belirleme kuramına göre iletişim araçlarının büyük ağırlık ve yer verdiği konular, halkın önemli olarak algılayacağı konulardır (Tekinalp ve Uzun, 2004, s. 131). Bir başka ifadeyle medya, kamuya ulaşacak bilgilerin önemliliklerini sıralamakta ve belirli bir düzen içerisinde filtre ederek sunulmasını veya öğrenilmesini sağlamaktadır. Hangi bilgilerin önemli olduğunu kamu için belirlemekte; örneğin bir haberi gazetede gerek birinci sayfasına alarak ve gerekse de fotoğraflarını büyütürken ya da büyük puntolu başlıklarla sunarak, kamuya dikte ettirmektedir. Örneğin gazeteler, meydana gelen olaylar arasında bir seçim yaparak kimisini daha büyük puntolarla birinci sayfadan yayınlarken, kimisini ya daha altlarda ya da iç sayfalarda yayınlamaktadır. Eş deyişle medya, konular arasında bir değerlendirme yaparak bunları belirli bir gündemle sunmaktadır. İşte, gündem belirleme yaklaşımı da “kitle iletişim araçlarının bir konuya verdiği önemle, izleyenlerin aynı konuya verdikleri önem arasında bir paralellik olduğunu” temel tez olarak iddia etmektedir (Yüksel, 2001, s. 12).

Dolayısıyla gündem belirleme yaklaşımına göre medya, belirlediği konular ile kamuoyunun dikkatini çekmesinde etkilidir. İnsanlar kitle iletişim araçlarından sadece bilgi edinmekle kalmayıp, haberin önceliği ve vurgulanmasına uygun olarak zihinlerinde bir önemlilik sıralaması oluştururlar. Haber gazetenin neresinde yayınlandığı, büyüklüğü, içerik oluşturulmasına ilişkin detaylar, sıklığı ve konunun önemi hakkında bireyleri etkilemektedir. Diğer bir deyişle medya, kamu gündemini etkilemenin yanında onu yönlendirebilmekte ve şekillendirebilmektedir (McCombs, 2004, s. 1).

İlk sistematik gündem belirleme araştırması ve bu yaklaşıma adını da veren çalışma, McCombs ve Shaw (1972) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ancak gündem

belirleme araştırmalarının dūřūnsel temeli 1922 yılında yayınlanan Lippmann'ın "Public Opinion (Kamuoyu)" isimli çalışmasına dayanmaktadır (Takeshita, 1997, s. 19). Lippmann'ın ardından Lazarsfeld ve Katz (1926'dan aktaran Wilcox ve Glen, 2003, s. 213) gūndem belirleme kuramının fikri temellerinin olgunlaşmasına katkıda bulunmuşlardır. Ardından Long (1958), Cohen (1963), Lang ve Lang'ın (1966) alışmaları gūndem belirleme araştırmalarının temellerini oluşturmuştur.

Lippmann'dan başlayıp, McCombs ve Shaw'ın sistematik çalışmalarıyla devam eden gūndem belirleme araştırmalarının tarihsel gelişimi ve kullanılan kavramlar aşağıda alt başlıklar halinde açıklanmaktadır.

1.1.2.1. Geleneksel gūndem belirleme yaklařımı

Gūndem belirleme kuramının dūřūnsel temeli Walter Lippmann'ın Puplic Opinion (Kamuoyu) isimli kitabına dayanmaktadır (Takeshita 1997, s. 19). Amerikalı siyaset bilimci Lippmann'ın 1922'de yayımlanan eserinde, insanların kendi yakın çevreleri dışında olup bitenleri anlayabilmeleri, doğrudan gūzlem yapabilme olanağı bulunmayan dış dūnyayı kendileri için anlamlı hale getirebilmeleri için belli "anlam haritalarına" gereksinim duyduklarını, bu anlam haritalarının kitle iletişim araçları sayesinde dolaylı yollarla kazanıldığı bilgiler doğrultusunda oluşturulduğunu ifade eder (McCombs vd., 1997, s. 703).

Lippmann, her ne kadar bu durumu herhangi bir isimle tanımlamamıřsa da medyanın insanların zihinlerini ve dūřūnce haritalarını řekillendiren bir araç olduėu gūrūřūnū ilk defa dile getirmiřtir (Yaylagūl, 2010, s. 45).

Lippmann'ın ardından, sosyologlar Paul F. Lazarsfeld ve Elihu Katz (1926'dan aktaran Wilcox ve Glen, 2003, s. 213) yaptıkları arařtırmalarla gūndem belirleme kuramının fikri temelini olgunlařmasına katkıda bulunmuřlardır. Lazarsfeld ve Katz, medya içeriėinin kamuoyundaki tartıřmaların gūndemini oluřturduėu gūrūřūnū ilk ortaya koyanlardandır. Medyanın, insanların belirli bir konu hakkında kesin olarak ne dūřūneceėini deėil, sadece hakkında kanaat oluřturacakları konuların hangileri olacaėını belirlediėini ōne sūrerek, kuramın oluřması için ōnemli bir unsura dikkat çekmiřlerdir.

1958 yılında Norton Long, "zihne resim yerleştirme" konusunu tekrar ele almıştır. Long, yerel bir topluluğu anlamak için topluluğun aktiviteleri ūzerine içerik analizi yapmış ve bir topluluk içinde en etkili aracın gazeteler olduğu sonucuna varmıştır.

Gazeteler o kadar güçlüdür ki, “çoğu insanın ne hakkında konuştuğu, çoğu insanın ne hakkında düşündüğü, gerçekliğin ne olduğu ve çoğu kişinin problemlerini çözme konusunda neyi önemseyeceği” etkilemektedir (Long, 1958, s. 260).

Bir başka önemli görüş, 1963 yılında Bernard Cohen’in (1963, s. 13) “Basın ve Dış Politika” (The Press and Foreign Policy) isimli eserinde tanımlanmaktadır. “Basın, insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmasa da insanlara ne hakkında düşünecekleri konusunda gayet başarılıdır” diyen Cohen, gündem belirleme düşüncesinin dayanaklarından birini tanımlamıştır. Cohen (1963, s. 13), tam olarak şöyle demektedir:

“Basın bir enformasyon ve görüş tedarikçisinden belirgin olarak daha fazla bir şeydir. Çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmayabilir; fakat okurlara ne hakkında düşüneceklerini söylemede fevkalade başarılıdır. Bundan yola çıkarak; dünya, sadece kişisel ilgilerine değil; kendileri için yazarlar, editörler ve yayıncılar tarafından çizilen haritaya da bağlı olarak, farklı insanlara farklı görünür.”

Üç yıl sonra ABD’li sosyologlar Kurt Lang ve Gladys Engel Lang yeni bir yaklaşım geliştirirler. Lang ve Lang (1966, s. 468) “Mass Media and Voting (Kitle İletişim Araçları ve Oy Verme)” başlıklı makalelerinde, medyanın dikkati belirli konular üzerine çekmedeki başarısını vurgulamışlardır. Medyanın siyasi figürlerin kamusal imajlarını inşa ettiklerini ortaya atan Lang ve Lang, medyanın sürekli olarak kitle içindeki bireylerin ne hakkında düşünmeleri, bilmeleri ve hissetmeleri gerektiğini öne süren amaçlar taşıdığını belirtmişlerdir.

Yukarıda tanımlanan düşüncelerden hareketle ve bu alandaki çalışmalara bir isim de vererek, “gündem belirleme” adıyla ilk kez 1972 yılında McCombs ve Shaw, 1968 yılında ABD Başkanlık Seçimleri üzerine yaptıkları araştırmanın bulgularını akademik bir dergide yayımlamışlardır. Seçimler sırasında medya gündemindeki konuların önemlilik sıralaması ile aynı konuların Chappell Hill’deki kararsız seçmenlerin zihnindeki önemlilik sıralaması arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını inceleyen bu çalışmada, bilim insanları, medyanın “gündem belirleme” rolünü tanımlamışlardır (McCombs ve Shaw, 1972).

Söz konusu çalışmada McCombs ve Shaw, ABD’nin Kuzey Carolina eyaletindeki Chapel Hill kasabasındaki seçmenler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, medyanın siyasi konularla ilgili olarak seçmeni etkileyerek onun

gündemini oluşturdıkları tezini temel alarak bir araştırma yapmışlardır. Beş günlük gazete, (New York Times, Raleigh Times, Raleigh News and Observer, Durham Sun, Durham Morning Herald), iki haber dergisi (Newsweek, Time) ve iki televizyon kanalının (NBC News, CBS News) haberleri analize tabi tutulurken kararsız seçmenler üzerinde de anket araştırması gerçekleştirilmiştir (McCombs ve Shaw, 1972, s. 183).

Zamanın herhangi bir anında (kesit alma yaklaşımıyla) medya ve kamu gündemindeki konuların önemlilik düzeyler arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını test eden “**Chapel Hill Araştırması**” adıyla da tanımlanan bu geleneksel gündem belirleme araştırmasının ardından McCombs ve Shaw (1972, s. 185) şöyle demektedirler:

“Başkanlık seçimlerine sadece belli bir kesim katılım gösterdiği için bundan daha da az kişi adayları bizzat görebildiği için insanlar arası iletişimde bilgi akışı birincil olarak ana akım medya haberlerine dayanmaktadır. Ulusal politikanın ana bilgi kaynağı medyadır. Pek çok kişi için kitle iletişim araçları yaklaşık olarak hem en iyi hem de en kolay ulaşılabilir siyasal gerçeklikleri yansıtmaktadır.”

Gündem belirleme araştırmaları için temelleri atan medya ve kamu gündemleri arasındaki ilişkinin varlığını ispatlayan bu sistematik çalışmadan sonra bilim insanları, nedenselliğin yönünü belirlemek üzere ikinci bir araştırma daha yapmışlardır. 1972 yılında yapılan Başkanlık seçimlerini konu alan araştırmacılar bu kez zaman serisi analizi ile iki farklı zamanda medya içerik analizi ve kamuoyu araştırmaları yaparak geçen zaman içinde hangisinin hangisine öncülük ettiğini ya da etkilediğini anlamaya çalışmışlardır. Bu kez ABD’nin Kuzey Carolina eyaletindeki Charlotte şehrinde gerçekleştirilen ve “**Charlotte Araştırması**” adıyla anılan bu çalışmada McCombs ve Shaw (1972), zaman değişkenini merkeze almışlardır.

Seçmenlere seçim kampanyalarında dile getirilen sorunlarla ilgili bilgileri hangi kaynaklardan sağladıklarının sorulduğu Charlotte çalışmasında, seçmenlerin gündemi; medya, siyasal reklamlar ve diğer kişilerin gündemleri ile karşılaştırılmıştır. Haziran ve Ekim aylarında ayrı ayrı gerçekleştirilen anketlerden elde edilen veriler, yaygın televizyonların gündeminin kamu gündemini önemli oranda etkilediğini, yerel gazetenin etkili olmadığını, siyasal reklamlarla kamu gündemi arasındaki ilişkinin düşük bulunduğunu, bireyler arası iletişimin kamu gündemini yerel gazetenin gündemi ile yakınlaştırırken, ulusal medyanın gündem belirleme etkisini zayıflattığını ortaya

çıkarmıştır. Nedenselliğin yönünün belirlenmesi için ise bilim insanları iki farklı döneme ait gündemleri çapraz bağlantı yöntemiyle karşılaştırmışlar ve Haziran'daki Charlotte Observer gazetesinin gündemi, eş deyişle medya gündemi ile Ekim'deki yalnızca bu gazeteyi okuyan 178 kişilik panel grubu üyelerinin gündemi, eş deyişle seçmen gündemi arasındaki bağlantı, Haziran'daki seçmen gündemiyle Ekim'deki medya gündeminden daha büyük bulunmuştur. Eş deyişle medya gündeminin kamu gündemini belirlemedeki etkisinin tersi durumdan daha büyük olduğu belirlenmiştir (Yüksel, 2001, s. 38).

İzleyen yıllarda Iyengar ve Kinder, **laboratuvar deneyleri** oluşturarak bir başka ilke imza atmışlardır. Gündem belirleme sürecini birey düzeyinde test eden bilim insanları, deneylere katılan bireylere belirli konularda mesajlar içeren özel hazırlanmış videoteyppler izlettirmiş ve yapmış oldukarı anketlerden elde ettikleri veriler ile bu konuları karşılaştırmışlardır. Sonuçta deneye katılanların izledikleri filmde vurgu yapılan mesajı daha çok aldıkları ve o konuya gündemlerinde daha fazla yer verdikleri bulgusu laboratuvar ortamında ortaya konulmuş ve gündem belirlemenin temel tezi bir kez daha doğrulanmıştır (Yüksel, 2001, s. 40).

Aslında geçen zaman içinde medya ve kamu gündemindeki konuların önemlilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi sorgulayan geleneksel gündem belirleme türündeki çalışmalar, farklı değişkenlerin rolünü, farklı kültürlerin ve farklı coğrafyaların rolünü dikkate alan pek çok farklı düzeneyle geleneksel hipotezi test etmiştir. Bugün sayılarının 500'leri aştığı söylenebilecek geleneksel gündem belirleme araştırmalarında elde edilen bulgular, hipotezin doğruluğunu ortaya koymaktadır. Bu yüzden de artık gündem belirleme hipotezi, bir kuram olarak adlandırılmaya başlanmıştır (McCombs ve Yüksel, 2001, s. 153).

Geleneksel gündem belirleme araştırmalarında bugüne dek elde edilen bulgular, araştırma gelenekleri ve öne çıkan kimi unsurlar aşağıda ayrı başlıklar halinde sunulmaktadır.

1.1.2.1.1. Temel kavramlar

Gündem belirleme yaklaşımı konu edilirken belki de ilk açıklanması gereken kavram “gündem” kavramıdır. Çünkü bu kavramın gündem belirleme yaklaşımındaki karşılığı tam olarak tanımlanmadan aslında ne denildiğinin anlaşılması pek de mümkün değildir. Tük Dil Kurumuna göre “gündem” kelimesi, daha farklı olarak “yaşanan

günlük olaylar, toplantıda görüşülecek konular¹” şeklinde tanımlanmaktadır. Gündem belirleme yaklaşımına göre ise “**gündem**” kavramı, genel olarak belirli zaman diliminde olay ve konuların belirli bir önem sırasına göre bir etkileşim içinde listelenmiş şekli olarak ya da bir dizi konuya ilişkin öncelik veya önemlilik sıralaması olarak tanımlanabilir (Onayemi, 2010, s. 44). Bir başka deyişle gündem, zamanın belirli bir noktasında, önem sırasına göre dizilmiş olaylar ve konulara yönelik sıralama anlamına gelmektedir (Özer, 2013, s. 68).

Geleneksel gündem belirleme yaklaşımının iki farklı gündemi, medya ve kamu gündemleridir. “**Medya gündemi**” belirli bir zaman dilimi içinde medyada yer alan olaylar ve sorunların önemlilik sırasına hazırlanmış listesi şeklinde tanımlanabilir (Rogers ve Dearing, 1988, s. 565). “**Kamu gündemi**” ise gündem belirleme yaklaşımına göre, halk tarafından algılanan konuların belirginliği ve genellikle “ülkenin en önemli problemi nedir?” sorusunun cevabıdır (Zhu, 1992). Başka bir deyişle kamuoyunda hangi konuların daha önemli bulunduğuyla ilişkin önemlilik sıralamasıdır.

Dearing ve Rogers’ın (1996, s. 1) dediği gibi günlük hayatta yaşanan olaylar herkes için aynı derecede önemli değildir. Sizin için bir tanıdığınızın trafik kazasında kaybetmiş olmak en önemli olay iken, başkaları için başka olaylar daha önemli olabilir. Kimisi işsizliği, kimisi hayat pahalılığını ve kimisi de sağlık sistemini en önemli sorun olarak görebilmektedir. Bunlar, insanların öncelikle çözülmesi gerektiğini düşündükleri, onları yakından etkileyen ya da meşgul eden problemlerdir. Aynen bireyler gibi bütün sosyal sistemlerin de karşı karşıya bulundukları sorunlar önünde çalışmaya nereden başlanabileceğine karar vermeye yarayan bir öncelik sıralamaları mevcuttur. Televizyon, gazete, radyo, haber sitesi hatta sosyal medyanın da gündemleri vardır. Gündemin en önemli konusu televizyon ve radyoda ilk haber, gazetede manşet (Yüksel, 2001, s.21), haber sitesinde kayan fotoğraflardaki ilk haber (Dingil, 2014, s. 52), Sosyal medya araçlarından Twitter’ın ise en çok paylaşılan liste başı (Trend – Topic) konularıdır (Akar, 2011, s. 63).

Öte yandan kuramın İngilizce orijinal tanımının Türkçe karşılığının da kimi kaynaklarda farklı biçimlerde kullanıldığı görülmektedir. İngilizce karşılığı “**agenda-setting**” olan ve dilimize çoğunlukla “**gündem belirleme**” diye çevrilen kavramın kimi eserlerde başka karşılıklarına rastlanmaktadır. Türkçe literatürde ve doktora tezlerinde

¹http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.590f2004a7a588.92416518 (Erişim Tarihi: 07.05.2017)

genel olarak kavramın karşılığı “gündem belirleme” ifadesi kullanılmaktadır (Özer, 2013; Yaylagül, 2010; Gökçe, 2002; Yüksel, 2001; Vural, 1999; Atabek, 1997; Usluata, 1994; Çelebi, 1990). Bazı çalışmalarda ise “gündem oluşturma” (Tekinalp ve Uzun: 2004; Bektaş, 1996; Severin ve Tankard, 1994; McQuail, 1994), “gündem kurma” (Kalender, 2000; Hazar, 1996;), “gündem hazırlama” (Erdoğan ve Alemdar, 2010), “gündem koyma” (Iyengar, 2002), “gündem koyma ve saptama” (McQuail ve Windahl, 2010; Yumlu, 1994) gibi çevirilere rastlanmaktadır. Bu çalışmada ise kavram, daha önceki doktora tezlerinden de hareketle, “gündem belirleme” şeklinde kullanılmaktadır.

“Gündem belirleme” kavramının Türkçe’de en çok karıştırıldığı yakın anlamlı bir başka kavram “**kamuoyu oluşturma**”dır. Bu iki kavram anlam olarak kitle iletişim araçlarının işlevleri ve etkileri bağlamında bir noktada kesişiyor gibi görünse de birbirinin yerine kullanılabilecek özellikte değildir. Çünkü gündem belirleme yaklaşımı, kamuoyunun “haberdar olma” ve “farkına varma” boyutunda, medya etkilerinin ilk basamağını oluşturan “bilişsel düzeydeki” etkileri konu almaktadır. Kamuoyu oluşumundan söz edildiğinde ise genellikle medya etkilerinin daha üst aşamaları olan “tutum”, “kanaat” değişimi ya da “davranış” değişikliğine vurguda bulunulmakta ve dolayısıyla medyanın “duygusal” ve “davranışsal” düzeydeki etkiler konu alınmaktadır. Her iki kavramın da odağında yer alan medya; gündem belirlemede etkili, kamuoyunu oluşturmada ise önemli bir araçtır (Yüksel, 2007, s. 571).

“Kamuoyu” kavramı Latince’deki “publicus” ve “opinion” sözcüklerinden batı dillerine giren, İngilizce’de “public opinion” sözcükleriyle ifade edilmektedir. Türkçe’de eski zamanlar “efkar-ı umumiye”, “halk efkarı”, “amme efkarı” gibi kavramların karşılığı olarak kullanılmıştır (Atabek, 2002, s. 223). Günümüzde ise kavram, kamu ve oy sözcüklerinin birleştirilmesiyle kamuoyu şeklinde kullanılmaktadır. Kamu sözcüğü şu anlama sahiptir: Belli bir toplum içinde yaşayan bireylerin belli bir olgu ya da inanç üzerindeki ortak yargı (Vural, 1999, s. 46).

“Kamuoyu oluşturma” kavramı ise daha çok iletişim ve siyaset bilimi alanlarında medyanın rolü sorgulanırken kullanılmaya başlamıştır. Kamuoyu oluşturma, bir konu hakkında oluşan düşüncelerden hareketle, iletişim yoluyla karar vermeye kadar uzanan sürece karşılık gelmektedir. Kamuoyu oluşturmak ya da yaratmak, halkın dikkatini o düşünce etrafında toplamak, bir düşünceyi yaygınlaştırmak ve yoğunlaştırmak anlamlarına gelmektedir. (Özer, 2013, s. 62). Kamuoyunu oluşturan araçlar literatürde eğitim, kültür, aile, toplumsal kontrol mekanizmaları gibi kurumsal sosyolojik araçlar

ve algı, kanaat, tutum, motivasyon gibi bireysel psikolojik araçlarla; doğrudan partiler ve siyasal grup, baskı grup ya da örgütleri gibi siyasal araçlar ve medyanın etkileri şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Anık, 1994, s. 83).

İkinci aşama gündem belirleme çalışmalarının kamuoyu oluşturma kavramına, geleneksel gündem belirleme hipotezine göre daha yakın olduğu söylenebilmektedir. Fakat ikinci aşama gündem belirleme çalışmalarını da doğrudan kamuoyu oluşturma ifadesinin yerine koymak yine büyük bir genelleme olacaktır. Bunun nedeni kamuoyu oluşturma ifadesi, medya dışındaki diğer bireysel, kurumsal ve ortama dönük tüm unsurları da içine alan, tutum ve davranış değişikliklerini hedefleyen daha geniş ve karmaşık bir süreçte işaret etmektedir (Yüksel, 2007, s. 582).

1.1.2.1.2. Gündem belirleme süreci

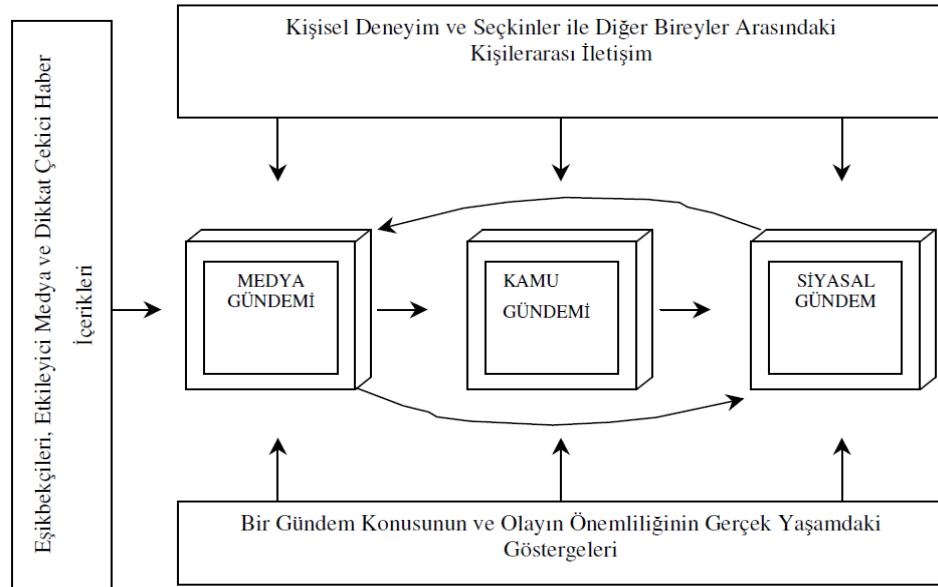
McCombs ve Shaw'ın araştırma geleneğinden gelen geleneksel gündem belirleme yaklaşımı, medya ve kamu gündemleri arasındaki ilişkiyi sorgular. Ancak bu alanda yapılan farklı çalışmalarda konunun bir de siyasal gündem boyutu ele alınmıştır. Medya ile siyaset arasındaki ilişkiyi, siyaset ile kamuoyu arasındaki ilişkiyi farklı biçimlerde ele alan bu çalışmalarda “agenda-building (gündem yapılandırma-inşası)” gibi kavramlar kullanılmıştır (Dearing ve Rogers, 1996, s. 16-17).

“**Siyasal gündem**” kavramı, bir topluluğun sorun önceliklerinin bir özeti olarak değerlendirilmektedir (Erbring vd., 1980, s. 17). Bir başka tanıma göre “siyasal gündem”, siyasetin dikkatini çekmeye değer meşru kaygılar yelpazesi ile herhangi bir zamana denk gelen genel bir grup siyasi tartışmalar olarak tanımlanmaktadır (Cobb ve Elder, 1972, s. 14).

Dearing ve Rogers (1996), birbirinden farklı kulvarlarda ilerleyen bu araştırma yaklaşımlarını “**Gündem Belirleme Süreci**” adı altında bir araya getirmişlerdir. Gündem belirleme süreci medyanın dikkatini profesyonellere, kamuoyu ve politikacılara çekmeyi amaç edinen ve sorun savunucuları arasında süregelen rekabeti konu almaktadır. Dearing ve Rogers'ın ifadesine göre (1996:1-2), gündem belirleme demokrasilerde tüm problemleri değil de belli problemler konusundaki bilgilerin niçin halka açık olduğunu, kamuoyunun nasıl şekillendiğini ve neden sadece belirli konuların politika faaliyetleri aracılığıyla ele alındığını açıklamaya çalışmaktadır.

Dearing ve Rogers'ın (1996:5-6) gündem belirleme süreci modelinde; medya, kamu ve siyasal gündem ilişkisi tanımlanmıştır (Şekil 1). Buna göre gündem belirleme

süreci bir konunun medya gündeminde yer almasıyla başlamaktadır. Konuya medya gündeminde verilen önem derecesine bağlı olarak, kamu gündeminde de konunun önemine ilişkin algı şekillenmektedir (Özer, 2013, s. 68). Süreç medya gündeminin, kamu gündemini ve onun da siyasal ya da baskı gruplarının belirlediği siyasal gündemi etkilediği ve yine aynı şekilde medya gündeminin siyasal gündemden, siyasal gündemin de medya gündeminden etkilendiği ifade edilmektedir. Buna göre bu gündemlerin her birinin diğerlerini etkilemeye uygun konumda ve etkileşimde olduğu görülebilmektedir. Ancak bu arada söz konusu süreci etkileyen bir takım faktörlerden de söz edilmektedir. Medya gündeminin haber eyleyiciler ve ani gelişen olaylar gibi kimi unsurlardan etkilendiği belirtilirken, sürecin tümüne yönelik olarak kişisel deneyim ve seçkinler ile diğer bireyler arasındaki bireyler arası iletişim ve gerçek yaşam göstergeleri müdahaleci unsurlar olarak sıralanmıştır (Yüksel, 2001, s. 29).



Şekil 1: Gündem belirleme sürecinin temel unsurları (Dearing ve Rogers, 1996)

Gündem belirleme sürecini açıklamaya çalışan araştırmacılardan birisi de Manheim'dir. Manheim, gündem belirleme sürecinin medya, kamu ve siyasal gündem arasındaki etkileşimi içerdiğini ifade etmekte ve bu gündemlerin her birini üç önemli boyutu içine alacak şekilde kavramsallaştırmaktadır. Buna göre medya gündeminin boyutları şöyle tanımlanmaktadır (Manheim, 1987'den aktaran Severin ve Tankard, 1994, s. 397):

- i. **Görünürlük** (konuya verilen kapsamın büyüklüğü),
- ii. **İzleyici önemliliği** (haber kapsamının izleyici gereksinimleriyle olan ilgisi),
- iii. **Değerlilik** (medyada konu lehine veya aleyhine ayrılan kapsam) şeklinde tanımlanmaktadır.

Kamu gündemi için ele alınan boyutlarda şunlardır:

- i. **Bilinirlik**: Kamunun konudan haberdar olma düzeyi, Kişisel önemlilik (kişinin konuya ilişkin olan ilgisi),
- ii. **Lehtelik** (konu hakkında lehte ve aleyhte yargılar) biçiminde değerlendirilmektedir.

Politika gündemi için ele alınan boyutlar da şunlardır:

- i. **Destek** (konuya az ya da çok lehte eylem),
- ii. **Eylemin olma olasılığı** (bir resmi kuruluşun konu için eyleme geçme olasılığı),
- iii. **Eylem özgürlüğü** (olası hükümet eyleminin boyutu) şeklindeki üç unsuru kapsamaktadır.

Gündem belirleme sürecinin üç unsuru kısaca tanımlandıktan sonra bugüne dek bu alanda yapılan çalışmalarda ortaya konulan belli başlı bulgulardan ve araştırma yöntemlerinden ayrı başlıklar halinde söz edilmelidir.

1.1.2.1.3. Medya gündemini belirleyen unsurlar

Medya gündemi, belirli bir zaman dilimi içinde medyada yer alan olaylar ve sorunlar listesi olarak tanımlanmaktadır (Rogers ve Dearing, 1988, s. 565). Okunulan her gazetenin, izlenen her haber bülteninin bir gündemi vardır ve bu gündem, medya gündemidir (Yüksel, 1999, s. 185). Peki, medya gündemini kim ya da ne belirler?

Medya içeriklerini etkileyen unsurların neler olduğuna ilişkin literatürde birbirinden farklı yaklaşımlar (Lazarsfeld ve Merton, 1969; Graber, 1993; McQuail, 1994; İnal, 1996) söz konusu olsa da en kapsayıcı ve sistematik olan Shoemaker ve Reese'nin (2002: 130) sınıflandırmasıdır. Bilim insanları medya içeriğini etkileyen unsurları hiyerarşik bir sıralamada çerçevesinde beş kategoride tanımlamaktadırlar. Bunlar bireysel düzey, medya rutinleri düzeyi, kurumsal düzey, medya dışı düzey ve tümü üzerinde etkide bulunan ideolojik düzey şeklinde sıralanmaktadır.

Bireysel düzeydeki etkiler; medya çalışanlarının kişisel özellikleri, değerleri, inançları, tutumları, etnik kökenleri, mesleki birikimleri ve rollerini kapsamaktadır. Olayı birinci elden yeniden kurgulayan ve ürün ya da haber haline dönüşüncüye kadar geçen süreç içerisindeki insan unsurundan kaynaklanan etkiler, bu düzeyde tanımlanmaktadır (Yüksel, 2001 s. 71). Ettema ve diğerleri (1997 s. 39) gazetecilerin bireysel tutumlarının, değerlerinin, demografik özelliklerinin haberin içeriğine etkide bulunup bulunmadığını ele alırken, izleyici ve haber kaynakları algılamalarının, haber değeri ve haber kavramalarının, kişisel özelliklerin ve ideolojik eğilimlerin, kişisel bir değer olarak objektifliğin önemli konular olduğunu söylemişlerdir. Peiser'in (2000 s. 243-257) Batı Almanya'da gazetecilere yönelik cinsiyet unsurunu belirlemek için yapmış olduğu araştırmada önemli olarak görülen konular arasında farklılıklar olduğu gibi farklı bölümlerde çalışan gazetecilerin de hangi alanda çalışıyorlarsa daha çok onunla ilgilendikleri tespit edilmiştir. Peiser (2000 s. 243-257) özellikle gazetecilerin bireysel özelliklerinin medya içeriğine etkisi yönünde, gündem belirleme alanındaki çalışmaların sınırlı olduğunu söylemektedir.

Medya rutinleri düzeyi, genellikle sosyolojik yaklaşım çerçevesinde incelenen ve yayın periyodu, zaman kısıtlılığı, yer sınırlılığı, haber yazım kuralları, haber değeri, objektiflik ve haber kaynağına olan bağlılıktan doğan etkileri kapsamaktadır. Medya rutinleri, habercilerin işlerini yaparken kullandıkları rutinleşmiş, yinelenen pratiklerdir (Yüksel, 2001, s. 72). Çünkü medya kuruluşları belli oranlarda sınırlı kaynaklara sahiptir. Bu durum göz önüne alındığında sınırsız sayıda olayı haber haline getirebilmek için rutinlerin kullanılması kaçınılmaz hale gelmektedir (İrvan, 2008, s. 61). Medya rutinleri medya içeriğinin şekillenmesinde farklı bir önem taşımaktadır. Haber değeri ve eşik bekçiliği kriterlerinin haberlerin seçiminde ne derece etkili olduğu herkes tarafından kabul edilmekte ve medyanın gündem belirleme işlevi, eşik bekçiliği anlayışının bir uzantısı olarak görülmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2002, s. 214).

Kurumsal düzeyde yapılan incelemelerde, medya kurumları arasındaki farklılıklar, medya gündeminin belirlenmesinde farklılıklara yol açmaktadır (İrvan 2001, s. 76). Kurumsal etkiler genel olarak kurumsal ve ekonomi politik yaklaşım olmak üzere iki temel grupta ifade edilmektedir. Kurumsal yaklaşım, liberal çoğulcu

gelenek içinde geliştirilen ve medya kurumlarını analiz birimi olarak ele alan çalışmalardan oluşmaktadır. Örgüt kuramından hareket eden bu çalışmalar medya kurumlarının da diğer kurumlar gibi hiyerarşi yapılarının bulunduğunu, kurum içi iş bölümünün gerçekleştirildiğini, kurumların ekonomik amaçları doğrultusunda faaliyette bulunduklarını içermektedir. Eleştirel gelenek içinde ekonomi politik yaklaşım ise medya kurumlarının gücü üzerinde durmaktadır. Buna göre medya içeriğini asıl belirleyen unsur, ekonomik çıkarlar ve medya kurumlarının mülkiyet yapılarıdır. Bu çalışmalarda da medyadaki yoğunlaşmalar ve tekelleşme eğilimleri üzerinde durularak medya sahiplerinin ve medyayı denetleyenlerin sözcülüğü rolü nedeniyle medyanın güç aracı haline getirildiğine işaret edilmektedir (Yüksel, 2001, s. 72). Medya politikaları, sadece endüstriyel gelişmenin evrelerini ve toplumsal ilişkilerin genel yapısını yansıtmalarının yanı sıra örgütlenme biçimine bağlı olarak özel ve kamusal denetim ve sanatsal, siyasal ve ekonomik politika düşüncelerine verilen önceliklerle bunların genel işleyişini yönlendirmekte ve diğer kurumlarla ilişkileri etkileyerek kamusal işlevleri biçimlendirmektedir (Gerbner, 1998, s. 32).

Medya dışı düzeyde daha çok haber kaynakları anlamında baskı gruplarının belirli bir içerik için yürüttükleri lobi faaliyetlerinin medyada yer alabilmek için olaylar yaratmalarının ve yasal anlamda hükümetin baskılarının doğurduğu türdeki etkileri ele alınmaktadır. Bunlar medya içeriğinin belirlenmesinde medya dışı unsurların etkisi üzerinde ve özellikle de gazeteci-haber kaynağı ilişkisi üzerinde yoğunlaşan çalışmalardır (Yüksel, 2001, s. 72). Hükümet yetkilileri ile gazeteciler arasındaki ilişkiler kurum dışı etkiler kapsamında değerlendirilebilecek bir konudur. Bunun en önemli sebeplerinden biri, medya gündeminin belirlenmesinde en etkili kurum dışı unsurun hükümet yetkilileri olmasıdır (İrvan 2001, s. 81). Bu bağlamda örneğin Chomsky ve diğerlerine göre (2004:77) reklam şirketlerinin politikaları, medya kuruluşları açısından, belgesel-kültürel-eleştirel nitelikli konuların daha arka planlara atılmasına neden olabilmekte ve özellikle televizyon kanallarının içeriğinin oluşmasında etkili olabilmektedir. Örneğin Cameron ve diğerlerine göre (1997, s. 111), halkla ilişkilerin medya için gündemi belirlediği; hatta ABD’de haber içeriğinin yüzde 25’den yüzde 50’ye varan kısmının halkla ilişkiler faaliyetlerinden etkilendiği ifade edilmektedir.

Medya içerikleri üzerindeki temel belirleyici etki olarak **ideoloji** ise en tepeye konulmaktadır. Genel olarak medya ve ideoloji konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde Marksist eleştirel yaklaşımın hâkim olduğu görülmektedir. Medyanın egemen sınıfların ideolojisini sürdürme ve yayma işlevini gören bir araç olduğunu vurgulayan Althusser, Gramsci, Gitlin ve Hall’a göre medyanın politikası ideolojiktir ve içerik bu politikaya göre ayarlanmaktadır (Yüksel, 2001, s. 73-74). Shoemaker ve Reese (2002:129) medya içeriği üzerinde ideolojik düzeyin diğer tüm düzeyleri içine aldığını ve ideolojinin toplumdaki en yüksek iktidar odaklı yararına çalıştığını vurgulamaktadır.

Sonuç olarak medya çalışanlarının temsil ettiği mikro düzeyle, ideoloji tarafından şekillenen makro düzey arasında değişen bu beş düzey etki hiyerarşisi olarak tanımlanmaktadır. En üstte yer alan ideoloji, diğer tüm seviyelere doğru bir süzgeç işlevi görmektedir ve bunun sonucu olarak da önemli bir belirleyiciliğe sahip olmaktadır (Severin ve Tankard, 1994, s. 165).

1.1.2.1.4. Kamu gündemini belirleyen unsurlar

Kamu gündemi en geniş anlamıyla, zamanın herhangi bir anında kamuoyunun konulara yönelik öncelik sıralamasıdır (Dearing ve Rogers, 1996, s. 40). Kamu gündemi, halkın konular ve olaylar karşısında hangilerine önemlilik tanıdığı “Bugün ülkenizin karşı karşıya olduğu en önemli sorun nedir?” sorusuna verdiği cevap ile belirlenebilmektedir. Açık uçlu bu soruya verilen cevapların yoğunlaştığı konu kamu gündemini oluşturan konu olarak ölçülmektedir. (McCombs, 2004, s. 2). Gündem belirleme etkisini test eden araştırmacılar genellikle “ülkenin bu gün karşı karşıya olduğu en önemli sorun nedir?” şeklindeki tek soruluk bir anketi kullanmaktadır ve bu soruya verilen yanıtın kamu gündemini yansıttığı varsaymaktadır (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 386).

Gündem belirleme yaklaşımı içinde kamu gündemi, iki farklı biçimde sorgulanmaktadır. Bunlardan ilki karşılaştırmalı hiyerarşi çalışmaları ve diğeri de daha uzun zamanlı olan derinlemesine çalışmalarıdır. Temel olarak hiyerarşi çalışmalarında zamanın belli bir anındaki kamu gündeminin hiyerarşi sıralaması ele alınmaktadır. Derinlemesine çalışmalarda ise bir ya da birkaç konunun kamu gündemindeki uzun dönem içerisindeki iniş ve çıkışları kontrol edilmektedir (Yüksel, 2001, s. 95).

Gündem belirleme araştırmalarında medyanın çoğu zaman kamu gündemine önderlik ettiği belirlenirken bu ilişkiye hangi unsurların etkide bulunduğuna yönelik

farklı değişkenler test edilmiştir. Söz konusu çalışmalarda öne çıkan başlıca unsurlar Yüksel'in (2001:112) Medyanın Gündem Belirleme Gücü adlı Türkçe eserinde açıklanmaktadır. Bu unsurlar aşağıda maddeler halinde özetlenmektedir.

i) Kişisel unsurların etkisi: Gündem belirleme araştırmalarındaki bağımsız değişkenler; demografik değişkenler (yaş, eğitim, gelir, cinsiyet, ırk), psikolojik değişkenler (politik ilgi, medya güvenilirliği), davranışsal değişkenler (medya kullanımı ve kişilerarası iletişim) şeklinde üç kategori altında toplanmaktadır (Wanta 1997, s. 18-21). Medyayı takip edenlerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek) gibi bireysel nitelikleri yansıtan sosyo-ekonomik durumları, medya içeriklerine yönelik olarak daha fazla ilgi duyulan konuların farklılaşmasını neden olmaktadır. Bireylerin eğitim düzeyi yükseldikçe değişik enformasyon kaynaklarına başvurma oranı da yükselmektedir. Siyasal tutumları da bireylerin medya seçimlerini ve dolayısıyla medya etkilerini belirlemektedir (İrvan, 2001, s. 88).

ii) Medyaya maruz kalma derecesi: Medyanın gündem belirleme etkisinin gerçekleşebilmesinin önkoşulu izleyenlerin medya içeriğine açık olmasıdır. Ancak medyayı takip etmeyenlerin de diğer medya takipçileri ile yaptıkları bireyler arası iletişimle bu açıklarını kapattıkları söylenebilmektedir. İnsanlar düzenli olarak medyayı takip etmeseler de medya içeriklerinden haberdar olmaktadırlar (Yüksel, 2001, s. 113). Yapılan çalışmalarda ele alınan örneklem içindeki bireylerin, medya gündemini kendi gündemleri gibi kabul etmeleri ile “medyaya maruz kalma oranı” pozitif ilişkili bulunmuştur. Başka bir ifadeyle, insanlar ne kadar gazete okur ve ne kadar televizyon seyredilerse o kadar fazla oranda onlardan etkilenmektedirler. Bu genellemeyi Weaver, McCombs ve Spellman, Shaw ve Clemmer, Mullins, Einsiedel, Salamone ve Schneider ve Wanta ve Hu yaptıkları çalışmalarla desteklemektedirler (Yüksel, 2001, s. 113-114).

iii) Mesajın tekrarlanması: Mesajın tekrarlanması sayesinde kamuya herhangi bir konunun önemliliğinin işaretleri verilerek bu konuda medyada sürekli yinelenen mesajın biriken etkisi aracılığıyla kamu gündemi etkilenmektedir. Medyada yayınlanan haberlerin sayısı zaman içinde bir konu hakkında artarsa, bir konu hakkında çokca haberler yayınlanırsa, kamu bu konunun önemliliğine ikna edilmiş olmaktadır. Kısacası medya gündemi bir konuda aşamalı ve artan bir süreç aracılığıyla kamu gündemini

etkilemektedir (Yüksel,2001, s. 114). Başka bir deyişle medya iletilerinin tekrarlanma sıklığı ile kamu gündemi arasında pozitif bir ilişki olduğunu söyleyebilmek mümkündür (Dearing ve Rogers, 1996, s. 66).

iv) Yönelim gereksinimi: Haberler ve diğer medya mesajlarının, bir izleyici kitlesinin önünde yayınlanan basit uyarıcılar olmadığı ve yayın içeriğinin daha çok, birkaç anlam seviyesinde düzinelerce parçadan oluşan bir uyarım paketi olduğu bir gerçektir. Bu uyarıcı kargaşası içinde, acaba hangileri gerçekten izleyici tarafından seçilebilmektedir. İşte bu noktada bireyin dikkat odağını açıklamaya çalışan “yönelim gereksinimi” kavramı devreye girmektedir. Yönelim gereksinimi, etrafımızdaki çevre hakkında merakla sahip olduğumuzu varsaymaktadır (Weaver ve diğerleri 1975, s. 461). Birey, eğer bir konu hakkında yüksek belirsizliğe sahipse, o konu hakkında uyum sağlayabilmek için yüksek iletişim gereksinimi duyacak ve bu da bireylerin belirsizliklerini karşılayabilecek olan medyanın bilgilerini daha çok araması anlamına gelecektir. Sonuçta medyaya maruz kalma etkisi; yani gazete okuma, televizyon izleme, radyo dinleme süresi artacak ve daha fazla gündem belirleme etkisi görülecektir (Yüksel, 2001, s. 115).

McCombs ve Shaw (1972) medyaya maruz kalmada üç önemli etmenden söz etmektedir. Birincisi, seçmenin ilgi düzeyi; ikincisi, seçmenlerin sahip oldukları bilgilerdeki belirsizlik derecesi; üçüncüsü de gerekli bilgileri edinmede gösterilecek çabanın miktarıdır. Weaver (1991, s. 131-132) ise bir kişinin ilgi göstereceği mesajları ve onun bu mesajların ne kadarını algılayacağını belirlemede önemli rol oynayan birçok küçük faktörün yanında bu üç faktörün olduğunu, belirtilen faktörlerin nihai açıklamalar olmasa da gündem belirlemenin psikolojik açıklamalarını aramada başlangıç noktaları olduğunu belirtmektedir.

v) Kaynağın güvenilirliği: Medyaya duyulan güven, izleyicilerin medya gündeminden etkilenme durumunu artırmaktadır. İzleyiciler tarafından medyaya güvenin azalması durumunda; kitle iletişim araçlarında yer alan bir konuda farklı bir iletişim kanalından çelişkili bilgilere ulaşılması durumunda ve sahip oldukları haber ölçütlerinin kitle iletişim araçlarının ölçütlerinden farklı olması durumunda medya gündeminden etkilenmeme eğilimine girmektedirler (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 413). Farklı sebeplerden dolayı medya organlarının tümüne ya da bazılarına çok az güvenen

kişiler, medya iletisine görece daha az etkilenmektedir. Bu kişiler aynı zamanda medyanın önceliklerine daha az önem vermektedir. Medya gündemini daha az tartışmakta, daha çok eleştirmektedir (Waldahl,1994, s. 66).

vi) Bireyler arası iletişimin rolü: İnsanların yaygın olarak tercih etmiş oldukları iletişim biçimlerinin medya gündeminin kamu gündemi üzerinde etkili olabilmesinde önemli rolü vardır. Etrafındaki insanlarla çok az iletişime giren, bazı konularda o kişilerin destekleyici ya da düzeltici fikirlerine çok açık olmayan kişilerin daha fazla medya gündemini benimsemeleri daha olağan görülmektedir (Waldahl 1994, s. 66). Kitle iletişim araçları özellikle de televizyon ve radyo, izleyici üyelerin çoğunluğuna ulaşarak haber olaylarını dikkat çekici, ikna edici bir şekilde sunarak, kitleyi kendine bağımlı hale getirmektedir ve haberler, kamunun diğer üyeleriyle bireyler arası iletişim ile yayılmaktadır (Rogers 2000, s. 572). Wanta ve Wu'nun (1992, s. 854) “Kişilerarası İletişim ve Gündem Belirleme Süreci” isimli çalışmalarında, bireyler arası iletişim sürecindeki tartışmalar eğer medyada yer alan sorunlarla ilgiliyse, medyanın gündem belirleme etkisinin arttığını, eğer bu tartışmalar medyada yer verilen sorunlardan farklı ise medya gündemi ile kamu gündemi arasında bir rekabet yaşandığı belirtilmektedir.

vii) Haber eleycilerin rolü: Hedef kitlenin beklentileri doğrultusunda haber eleycilerin seçtiği belirli haberlerle medya gündeminin oluşturulması, bilim insanlarına göre bu durum çok yavaş ve uzun dönemli bir süreci gerektirmektedir. Fakat medya gündeminin kamu gündemi üzerinde belirli haber konularına ilişkin etkisi doğrudan ve hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. İzleyenler herhangi bir haber hakkında kişisel deneyimleri nedeniyle bilgi sahibi olmamışlarsa ya da aynı haberi farklı bakış açılarından veren farklı haber kaynaklarından mahrumsalar, medya gündeminin kamu gündemini belirleme etkisi daha doğrudan ve hızlı olmaktadır (Yüksel, 2001, s. 117-118).

viii) Gündemin sıfır toplam oyunu: Gündemler, aynen teorik olarak sıfır-toplam oyunu gibi sınırlı sayıda konuyu ancak taşıyabilmektedir. Konular aynen köşe kapmaca oynar gibi gündemde yer değiştirmektedirler. O halde bir konunun gündeminde tırmanması, mutlaka üstündeki konuların gündemden aşağıya inmesi ve sonuçta gündemde daha önce var olan bir konuyu aşağıya itmesi anlamına gelmektedir. Böylece

konular arasında gündeme girebilmek için bir rekabet yaşanmaktadır (Yüksel, 2001, s. 121). Eğer kamu gündemine yeni bir konu çıkarsa bu konunun diğer konuları gündemden indireceğini ve sonuçta var olan konuyu aşağı düşüreceğini belirtmektedirler (Dearing ve Rogers 1996, s. 66).

ix) Konuların niteliği: Medya gündeminin kamu gündemini etkilemesinde gündemdeki konunun büyük bir öneme sahip olup olmaması, habere konu olan olayın birden bire ortaya çıkması ya da yavaş yavaş gelişmesi, konunun bireyler tarafından doğrudan deneyimle veya kitle iletişim araçları yoluyla öğrenilmesi, medya gündeminde yer alan konunun nasıl sunulduğu ve somut verilere dayanıp dayanmadığı önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Atabek ve Dağtas 1998, s. 408). Kişilerin herhangi bir soruna ya da toplumsal bir olaya ilgi duymalarında, sorunun kişiyle ilgili olup olmadığı ve o kişinin toplumdaki somut konumu önem taşımaktadır. Bu noktada kaçınılmaz olarak bir anlam ifade edilen, maddi koşullar ve değerlerle ilgili sorunlardır. Bu sorunların kişi için merkezi bir konuma gelmesi, hem kişisel hem de ideolojik düzeylerde bireylerle ilgili olması gerekmektedir (Waldahl 1994, s. 60). Lang ve Lang'ın (1991, s. 280-281) konu sınıflandırması; insanların kişisel olarak endişe duydukları konular, ülkenin yüz yüze geldiği, hükümetin çözüm için bir şeyler yapması gereken ana konulara ilişkin algılamalar, insanların destekleme ya da karşı çıkma biçiminde alternatifleri olan konular (kürtaj karşıtı bir kanun değişikliğini destekleme ya da karşı çıkma), kamusal bir tartışmaya yol açan konular (Watergate gibi), siyasal ayrılımları, farklılaşmaları tayin eden nedenlere sahip konular şeklinde sıralanmaktadır.

x) Zaman faktörü: Bir konunun medya gündemindeki önemlilik düzeyinin o konunun kamu gündemindeki önemlilik düzeyini etkilediği gündem belirleme araştırmalarında çeşitli biçimlerde ispatlanmıştır. Ancak buradaki önemli sorulardan biri de önemlilik düzeyinin medya gündeminden kamu gündemine ne kadar süre içerisinde geçtiği ya da etkinin gerçekleşebilmesi için ne kadar sürenin gerekli olduğudur. Gündem belirleme araştırmalarında bu soruya “optimum etki aralığı” kavramı içerisinde yanıt verilmeye çalışılmıştır. Bu kavram, iki gündem arasında ölçülen en yüksek korelasyon katsayısının hangi sürelerde tespit edildiğini ifade etmektedir (Yüksel, 2001, s. 67).

Gündem belirleme çalışmalarında zaman unsuruna ilişkin McCombs ve Gilbert (1986:8) şu beş başlıkta çalışmaların yürütüldüğünü ifade etmektedir:

- a) *Toplam zaman çerçevesi*, yapılacak araştırmada dikkate alınması gereken toplam zaman dilimini ifade etmektedir.
- b) *Zaman aralığı*, bağımsız değişken olan medya gündemi ile bağımlı değişken olan kamu gündeminde, bir konunun görülmesi arasında geçen zamanı anlatmaktadır.
- c) *Medya gündeminin devam süresi*, konunun medya gündeminde kalma süresidir.
- d) *Kamu gündeminin ölçüm süresi*, kamu gündemini ölçmek için kullanılacak olan araştırmanın (anket) uygulama süresini ifade etmektedir.
- e) *Optimum etki aralığı*, bir konunun hem medya hem de kamu gündeminde vurgulanması esnasında geçen süreyi ifade etmektedir.

McCombs ve diğerleri (1995:285), medya gündemindeki bir konunun kamu gündemini etkilemesi için gereken sürenin genelde beş ile yedi hafta arasında olduğunu; ancak sorunların niteliğinin bu durumu etkilediğini, bazı yerleşik sorunların kamuoyu gündemine kolaylıkla girebileceği halde yeni konuların kamuoyu gündemine girebilmek için yoğun çaba sarf etmesi gerektiğini söylemektedir. Öte yandan Stone ve McCombs (1981'den aktaran Yüksel, 2001, s. 179) değişik veri grupları üzerinde yaptıkları medya ve kamu gündemini karşılaştıran araştırmalarda, bir konunun gündemini halkın gündemine geçmesi için iki aydan altı aya kadar bir sürenin geçmesi gerekli olduğunun sonucuna ulaşmışlardır. Salven (1988'den aktaran Yüksel, 2001, s. 179) de bu etkinin beş ile yedi hafta arası olduğunu belirtmektedir. Gandy (1991, s. 265) ise gündem belirleme araştırmalarının kuramsal temelini en uygun zaman aralığının tam olarak ortaya koymak için yeterli olmadığını söylemektedir. Zaman unsurunu dikkate alınarak yapılan birçok araştırma uzun bir dönemi kapsar şeklinde düzenlenmiştir (Yüksel, 2001, s. 70).

1.1.2.1.5. Siyasal gündemi belirleyen unsurlar

Dearing ve Rogers, (1996, s. 69) medya ve kamu gündemi ilişkisi dışında siyasal gündemi de gündem belirleme sürecinin bir parçası olarak değerlendirmişlerdir. Siyasal gündem bir topluluğun sorun önceliklerinin bir özeti olarak tanımlanabilir (Erbring, vd,

1980, s. 17). Siyasal gündem çalışmalarında genellikle seçilmiş kişiler (devlet başkanı, milletvekili ya da belediye başkanı gibi) ya da hükümet organları, yasama organları tarafından ele alınan başlıca sosyal sorunlar ile bu sorunların medya içeriğiyle bağlantıları incelenmektedir. Araştırmalarda diğer gündem belirleme çalışmalarından farklı olarak yeni bir yasanın çıkartılması, yürütmeye ait bir düzenleme, bir sorun ya da konu için ayrılan ödenek miktarı ya da bu işle ilgilenmek için açılan bir daire, oluşturulan komisyon gibi siyasal bazı hareketler siyasal gündem için birer gösterge olarak kabul edilmektedir (Yüksel, 2001, s. 128-129). Özetle siyasal gündem araştırmalarında araştırılan şey, herhangi bir konunun ya da sorunun hükümet politikalarına alınmasındaki etkenlerin belirlenmesidir (Dearing ve Rogers, 1996, s. 72).

Bir konunun siyasal bir konu haline gelebilmesinde; bazı sorunların öncelikli ve önemli olması, iletişim kaynağının statüsü, kriz ve kriz semptomları, siyasal başarı semptomları, olayın önemi, olayın sürpriz şekilde gelişmesi, olayın yeniliği ve beklenmeyen olayların ve gelişmelerin varlığı, önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Gökçe, 1996, s. 217-219). Cook ve diğerleri (1983, s. 17) siyasal konuların dikkat çekiciliğinde; çıkar grupları, bilimsel veriler, kitle iletişim araçları, ekonomik kriz gibi pek çok unsurun da rolü olduğunu belirtmektedirler. Şimdi bu unsurlar arasında belli başlıları üzerinde ayrıca durulabilir.

i) Medya, siyasal gündem üzerinde etkisi olan unsurlardandır. Siyaset ve medya arasında güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Medya bir konuyu sürekli gündeme getirerek siyasal gündemi etkileyebilmektedir. Siyasetçiler medyanın kamu üzerindeki etkilerini göz ardı edemeyecekleri ve yapmış oldukları çalışmaların medyada yer almasını isteyeceklerinden dolayı, medya ile sıkı ilişkiler içerisine girmektedirler (Terkan, 2007:566). Medya ve siyaset arasındaki söz konusu ilişkiler “ortak yaşama ilişkisi” biçiminde tanımlanmaktadır. Gazeteci haber kaynağına ulaşmak istemekte; politikacı ise kendi söylev ve hareketlerinin haber olmasını arzulamaktadır. Ayrıca, her ikisinin ihtiyaçları genellikle uyum içindedir. Cohen, March ve Olsen sosyal problemler, politikalar ve siyaset ilişkisinin karar alma sürecinde rasgele değil, fırsatçı olduğu sonucunda uzlaşmışlardır (Cohen vd. 1972’den aktaran Yüksel, 2001, s. 143).

ii) Siyasi liderler, siyasal gündem üzerinde etkili olan bir diğer unsurdur. Yıldız (2002, s. 81) artık siyasetin temel aktörünün liderler olduğunu belirtmekte ve siyaset

sürecinde liderlerin belirleyiciliğinin gerek Türkiye, gerek pek çok ülke açısından geçerli olduğunun altını çizmektedir. Özellikle ABD’de yapılan araştırmalar ABD Başkanı’nın rolü ilk sırada tanımlanmaktadır. Siyasal gündem araştırmalarının pek çoğunda medya ve Beyaz Saray ya da ABD Başkanı’nın gücü konu alınmaktadır (Yüksel, 2001, s. 145). Başkan, ülkenin bir numaralı haber üreticisidir (Severin ve Tankard, 1994, s. 379). Bu alandaki araştırmaların odağında ABD başkanları yer almaktadır (Terkan, 2005, s. 125).

iii) ABD Başkanı’nın gündeminin nasıl oluştuğu bir başka sorudur. Bu soru üzerine odaklanan çalışmalar bazı konuların başkanlık seçimleri sırasında, çoğunlukla başkanlık kampanyasında verilmiş sözler olduğu için başkanın gündemine girdiğini göstermiştir (Dearing ve Rogers, 1996, s.75). Başka konular ise kamu ya da medya gündeminde önemli hale gelmesiyle başkan tarafından destek bulmaktadır. Başkanın kontrolünde olmayan fakat sorumlu olmak zorunda olduğu iddia edilen olaylar da başkanın gündemini etkileyebilmektedir (Yüksel, 2001, s. 147).

iv) Kamuoyunun siyasal gündem üzerinde etkisi vardır. Kamuoyunun siyasal yaşamda siyasal bir güç gibi kendini duyurması, siyasal kararlar üzerinde etkili olmasına neden olmaktadır (Kışlalı, 1991, s. 139). Demokrasilerde, partilerin, hükümetlerin, sendikaların, iş çevrelerinin kamuoyuna karşı sorumlu olduğunu ve tutumlarını kamuoyunun tepkisine göre ayarlamaktadırlar (Daver, 1993, s. 254).

v) Siyasi partiler siyasal süreçte önemli bir yere sahiptir. Soroka’nın (2002, s. 275-276) genişletilmiş gündem belirleme modelinde, siyasal gündemi etkileyen unsurlar arasında siyasi partiler yer almaktadır. Asp (1983), İsveç seçimlerini parti-medya ve kamu gündemlerini dikkate alarak incelediği çalışmasında siyasal partilerin gündem belirleme rolüne dikkat çekmiştir.

vi) Baskı grupları siyasal gündem üzerinde çeşitli şekillerde etkileri bulunmaktadır. Baskı grupları amaçlarını gerçekleştirmek için başvurdukları en yaygın yöntem, lobicilik faaliyetleridir. Lobicilik çıkar/baskı gruplarının birtakım konularda etkili olmak için özellikle yürütme ve yasama organları üzerinde kendi amaçlarını gerçekleştirmek için yürütülen bir takım çalışmalardır (Aziz 2003, s. 26- 27). Baskı

grupları, siyasal kararların kendi amaçları ve istek doğrultusunda alınması için özellikle hükümeti ve parlamentoyu etkilemeye çalışmaktadır (Kapani, 1989, s. 204-205). Cook ve Skogan (1991) çıkar ve baskı gruplarının bir konunun siyasal gündeme gelmesinde etkileri olduklarını belirtmişlerdir.

1.1.2.2. İkinci aşama gündem belirleme araştırmaları

Acaba geleneksel gündem belirleme kuramının ortaya koyduğundan daha fazla bulguya erişmek mümkün müdür? Acaba medyanın farkındalık düzeyinde var olduğu ispatlanan etkisinden daha fazlası var mıdır? İşte bu sorular gündem belirleme araştırmalarında ikinci aşama adıyla söz edilecek olan tutumlara yönelik düşüncelerin gelişmesinde etkili olmuştur. İkinci aşama gündem belirleme araştırmalarına göre bir olayın medyada yer alması ile birlikte, toplum ya da kişiler haberin özel anlam yüklemeleri ve sunum şekline bağlı olarak bu olay hakkında bir düşünce geliştirecektir. Bu tür anlam yüklemeler olumlu, olumsuz ya da tarafsız olarak sunularak medya kamuoyuna sadece konuların önemlilikleri hakkında karar vermelerinde değil; ayrıca bu konular hakkında nasıl düşünecekleri gerektiği konusunda da belirleyici olmaktadır (McCombs vd, 1997, s. 705). İkinci aşama çalışmalar, gündem belirlemenin geleneksel çizgisi yerine “nasıl düşüneceğini de belirleme” yönünde etkiler taşıdığını ileri sürmektedir (Yüksel, 2001, s. 44).

Geleneksel ya da “birinci aşama” çalışmalarda konuların önemliliklerinin medyadan kamu gündemine geçişi söz konusu edilmekteyken, ikinci aşama çalışmalarda konulara eklenen sıfatların, eş deyişle tutumların önemliliklerinin geçtiği varsayılmaktadır. Geleneksel gündem belirleme, konuların ya da olayların göreceli belirginlik derecelerine odaklanırken, “ikinci aşama” gündem belirleme araştırmaları, medya ve kamu gündemlerindeki “niteliklerin” göreceli belirginlik derecelerini karşılaştırarak sınamaktadır (McCombs, 2005, s. 547). McCombs’un ifadesiyle (1995) birinci aşama, nesne dikkat çekiciliğinin kamunun zihnindeki imajlara aktarılmasıyla ilgilidir. İkinci aşama ise niteliksel dikkat çekiciliğinin kamunun zihnine aktarılmasıyla ilgilidir. Daha da detaylandırmak gerekirse, her nesne, kendi imajını ve imgesini tamamlayan ve dolduran pek çok nitelik ya da özelliğe sahiptir. Belirli bakış açıları ve çerçeveler basında yer aldıkça kamunun dikkatini belirli niteliklere çekebilmekte ve diğer niteliklerden uzaklaştırabilmektedir. Gündem belirleme etkisinin ikinci aşamasıyla

ilgili güçlü bulgular şimdiye kadar yapılan birtakım çalışmalarda belgelenmiştir (King, 1997, s. 29).

İlk kez McCombs ve diğerlerince İspanyol seçmenler üzerinde yapılan ve 1997’de yayınlanan çalışmada, seçmenlerin adaylara yönelik imajları ile medya haberleri ve reklamları arasında tutum transferini gösteren sıkı bir ilişki bulunmuştur. Bilim insanları medyanın insanların nasıl düşüneceklerini de belirleme gücünün olduğunu ileri sürerek bu duruma “İkinci Aşama Gündem Belirleme” adını vermişlerdir (Yüksel, 2001, s. 44; McCombs vd, 1997, s. 703-717). Çalışmada, Pamplona’da 1985’te gerçekleşen siyasal seçimlerde beş siyasal partinin adaylarına ve liderlerine dönük telefon görüşmeleri yoluyla adayların kamuoyundaki imajları ortaya konulmuştur. Telefon anketine katılanlara, “Farz edin ki bir arkadaşınız var ve seçimler hakkında hiçbir şey bilmiyor. Her bir aday için ona ne söylediniz?” sorusu yöneltilerek alınan yanıtlar kategorilere ayrılmıştır. Gazete ve televizyonlarda yayınlanan siyasal reklamların içerik analizine dayalı uygulaması ise medyadaki adaylara yönelik imajları ortaya çıkarılmıştır. Her iki verinin karşılaştırılmasının sonucu ikinci aşama çalışmalar için deneysel bir kanıt niteliği taşımaktadır. İspanyol seçmenlerin zihinlerindeki siyasal adaylara yönelik imajlar ile haberler ve siyasal reklamların gündemi arasında önemli ilişkiler bulunmuştur.

Bu yöndeki çalışmaların kökenlerinin daha eskilere dayandığını da söylemek mümkündür. 1976 yılında ABD Başkanlık seçimleri dönemini inceleyen çalışmalar, ikinci aşama gündem belirleme düşüncesini ortaya koymuştur. Weaver ve diğerlerinin panel çalışması, seçimler döneminde Chicago Tribune ve Illinois seçmenlerinin Başkan adayları Jimmy Carter ve Jerry Ford’a yönelik tutumları arasında yüksek oranda bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Aynı seçim dönemine yönelik Becker ve McCombs’un çalışmasında ise Newsweek dergisiyle ve New York demokratlarının tutumları arasındaki ilişkinin aylar içerisinde daha da arttığını ortaya koymuştur (Bercer ve McCombs’1978’den aktaran Yüksel, 2001, s. 44).

Benton ve Frazier’in (1976’dan aktaran Yüksel, 2001, s. 44-45) ekonomi üzerine yaptıkları çalışmada gündem belirleme etkisi gazeteler için bulunmuştur. Ancak televizyon haberleri için bulunamamıştır. Buna rağmen konuların çerçevelenmesi adına önemli bulgular sağlamıştır. Cohen ise Hindistan’da yerel bir çevre sorunu karşısında bu olayın yerel gazetelerle insanların zihinlerindeki fotoğrafının arasında yakın bir ilişki olduğunu ispatlamıştır. Fakat bunların her birinde gündem belirleme etkileri tutumlara

yönelik araştırılmış olsa da bu yaklaşıma yeni bir isim verilmemiştir (Yüksel, 2001, s. 44-45).

Gündem belirlemeye ilişkin bu geniş bakış açısı Bernard Cohen'in kitle iletişiminin etkisiyle ilgili ünlü deyişini tekrar hatırlamayı gerekli kılmaktadır. Cohen şöyle demektedir: “Medya bize ne düşüneceğimizi söylemekte başarılı olmayabilir; fakat ne hakkında düşüneceğimizi söylemede fevkalade başarılıdır”. Gündem belirlemenin ikinci düzeyinde ise medyanın ne hakkında düşünüleceğini değil, nasıl düşünüleceğini de söylediği ifade edilebilmektedir (McCombs, 2014, s. 42).

Ghanem (1997, s. 14) ikinci aşama gündem belirlemenin ortaya çıkışı ile beraber gündem belirleme kuramının daha fazla güvenilirlik sağladığını belirtmektedir. İkinci aşama, gündem belirleme alandaki diğer kuramlar ile bağlantı kurmaktadır. İletişim çalışmalarının daha da zenginleşmesini ve alanın desenlerinin daha da fazlaşmasını sağlamaktadır.

Genel olarak ifade edilecek olursa ikinci aşama gündem belirlemede medya tarafından yer ve zaman ayırmak için seçilen konular üzerinde değil, bu konuların belirli sunum biçimleri üzerinde odaklanmaktadır (Price ve Tewksbury, 1997, s. 184). Bu da konuyla ilişkili iki ayrı kavram ve yaklaşımı açıklamayı gerekli kılmaktadır (Yüksel, 2001, s. 107): Çerçeveleme ve öne çıkarma. Bu iki kavram ayrı bir başlık altında açıklanabilir.

1.1.2.2.1. Çerçeveleme ve öne çıkarma

“Çerçeveleme”, ele alınan bir sorunun bazı boyutlarını seçerek metin içerisinde daha görünür hale getirmek şeklinde tanımlanmaktadır (Özer, 2013, s. 75).

“Gündem belirleme yoluyla medya bize ne hakkında düşünmemiz gerektiğini söyler. Oysa çerçeve oluşturma yoluyla medya bize ‘onun hakkında nasıl düşünülmeli’ gerektiğini söyler. Ancak belirgin bir şekilde gündem belirlemede anlam yükleme araştırmaları olarak belirlenen çalışmalarda ‘onun hakkında nasıl düşünülmeli’ kavramı genelde aday imajları - örneğin adayın dürüstlük ve erdem konusuna yaklaşımı gibi- açısından ele alınır (Weaver vd., 1981)”.

McCombs ve diğerleri bugüne kadar gerçekleştirdikleri pek çok araştırmada olay ve kişilere ilişkin medyada yayınlanan niteliklerle kamuoyunun o konudaki görüşlerinin paralel olduğu görüşüne ulaşmışlardır (Özer, 2013, s. 75).

İlk olarak sosyal bilimci Gregory Bateson (1972) tarafından psikolojik bir kavram olarak açıklanan, “**çerçeve**” kavramı, “belirli bir görüşe uyan belirli mesajları dâhil edip diğerlerini dışarıda bırakarak, gerçeklik algısına yön vermek” olarak nitelendirilmektedir. Çerçeveler, bireylerin olayları ve bilgileri belirleme, algılama, teşhis etme ve adlandırmasına olanak sağlayan araçlar olarak değerlendirmektedir (Goffman 1974’den Aktaran Kosicki 1993, s. 112).

Ayrı bir çalışma alanı olarak “**Çerçeveleme Analizi**”; haberlerdeki konular ve bu konuları kamunun algılayışı arasındaki ilişkide odaklanmaktadır (Semetko ve Valkenburg 2000, s. 93-94). Gündem belirleme alanında çerçeveler üzerine ayrıntılı incelemeleri daha çok Iyengar yapmıştır. Iyengar’a (1991, s. 11) göre çerçeveleme kavramı, “bir değer yargısının sunulmasındaki veya problemlerin çözülmesindeki kurnazca yapılan değişiklikler” olarak tanımlanmaktadır. McCombs’a (2004:87) göre ise çerçeveleme, haber medyası gündeminde yer alan bir obje hakkında belirli niteliklerin seçilmesi ve önem sırasına konulmasını içermektedir. Bu süreçte haber hikâyelerinin, gönderenin arzusuna göre kesilmesi ve kısaltılması gerçeği de dâhildir. Bunun karşılığında çerçeveleme yapan insanlar; kişiler, kamuoyunu ilgilendiren konular ve diğer objeler hakkında düşünür ve konuşurken, bunların nitelikleri hakkında çeşitli önem sıralamaları yapmaya yönelirler.

Çerçeveleme ile ilgili araştırmalarda çerçeveler; medya çerçevesi ve izleyici çerçeveleri olarak iki bölümde ele alınmıştır. **Medya çerçevelemesi** üzerine araştırmalar, daha çok sorunların nasıl sunulduğu ve haberde nasıl rapor edildiği üzerine yoğunlaşmıştır. **İzleyici çerçevelemesi** üzerine yapılan çalışmalar ise daha çok sorunlar ve olaylar üzerinde bireysel algılamaların, düzenlemelerin, yorumların nasıl olduğu ile ilgilidir (De Vreese vd., 2001, s. 107).

Çerçeveleme çalışmalarında konular üzerine istenen yönde, kamuoyunun dikkatini çekebilmek üzere bazı özelliklerin seçilerek belli çağrışımlarla birlikte sunulması konu alınmaktadır. Çerçeveleme bu şekilde ele alındığında, “tarafsızlık ve yanlılık” paradigmasına bir alternatif olarak, haber içeriklerinin yüzeysel incelenmesi yerine, daha derinlerine inilmesinde ve gizlenmiş niyetlerin bir ölçüde açığa çıkarılmasında faydalı bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Tankard, 2001, s. 96).

Iyengar (1996, s. 61-62) çerçeveleme etkisinin, medyanın haber sunumlarında iki farklı şekilde karşımıza çıktığını belirtmektedir. Bunlar episodik (olaysal) ve tematik

(konusal) haber yapısıdır. “**Episodik haber yapısı**”; meseleleri, spesifik olaylar açısından tasvir etmektedir. Bir yerin bombalanması, yasadışı ilaçların kullanımı, evsiz insanların içinde bulunduğu durum gibidir. “**Tematik haber yapısı**” ise olayları daha geniş ve soyut bir şekilde tasvir etmektedir. Örneğin fakirlik üzerine tematik bir haber, fakirlik oranındaki son durumu, fakir insanların en yoğun olduğu bölgeler hakkındaki bilgileri vb. içerebilmektedir. Iyengar televizyon haberciliğinde, episodik haberlere daha fazla yer verildiğinin altını çizmektedir.

İkinci kavram olan “**öne çıkarma**”, belli konuların belirginlik derecesi üzerindeki medya vurgusunun arttığı ve o konular hakkında insanların hafızalarında bulunan bilgileri aktif hale getirdiği, psikolojik bir süreç olarak tanımlanmaktadır (McCombs ve Bell 1996, s. 106). Öne çıkarma, konu ya da sorunun diğerleri arasından sıyrılarak öne çıkarılması ya da gündemde öncelikli hale getirilmesi anlamına gelmektedir. Medya bu davranışı ile siyasal yaşamın belli yönlerine ağırlık kazandırmış olmaktadır. Örneğin ulusal güvenlik konusunun nasıl önemli bir konu olduğu hakkında televizyon haberlerinden edindikleri izlenimlerle bireyler, Başkan’ın bu konuya verdiği önemi karşılaştırarak bir yargıya varabilmektedirler (Yüksel, 2001, s. 107). Medyanın bazı konularda çok sayıda haberler yayınlarak bu konuları önemli ve öncelikli hale getirmektedir. Bu durum hükümetlerin, mevcut politikaların ve siyasal adayların değerlendirileceği kriterlerin belirlenmesi anlamına gelmektedir. Bundan dolayı medyanın değerlendirme ölçütlerini belirleyici rolü ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle siyasal güç aktörlerine yönelik değerlendirme ölçütlerinin belirleyicisi olarak medya önemli bir güce sahiptir. Medya ayrıca önem verdiği konularla hangi siyasal yargıların ve tercihlerin yapılacağını belirlemektedir. Bu da medyanın insanların zihninde nelerin canlanacağını belirleyen en güçlü araç olarak görülmesi anlamına gelmektedir. Bu yüzden bir konunun sunumuyla izleyenler üzerinde o konuya yakın olan siyasal lideri destekleme eğilimi yaratılabilmektedir (Yüksel, 2001, s. 107-108).

Gündem belirlemenin deneysel araştırmaları ile tanınan Iyengar ve Kinder’in (1987, s. 114) ABD başkanlık seçimlerine yönelik çalışması, ilk kez “çerçeveleme ve öne çıkarma” unsurlarını içermesi açısından dikkat çekicidir. Bilim insanlarına göre medyanın bir konu hakkındaki haberleri bol bol vererek diğer konuları yadsıması, politik hayatın belirli yönlerinin önemli ve diğer yönlerinin önemsiz gösterilmesi anlamına gelmektedir. Örneğin bilim insanları bireylerin ulusal savunma hakkında doldurulursa, kendi başkanlarını ulusal savunma konusu hakkında nasıl hissettiklerine

bağlı olarak yargılamaya başlayacaklarına işaret etmişlerdir. Deneylerin yapıldığı ABD’de bazı konuların Cumhuriyetçi Parti konusu (örneğin suçlar) ve bazılarının da Demokrat Parti konusu (örneğin yolsuzluklar) diye ayrılması; dolayısıyla medyanın bu konulardan birisini yüksek önemliliğe çıkartması o konuyu sahiplenmiş partinin işine yaramaktadır. Örneğin deneyde, silahlanma yarışı üzerinde duran haberleri izleyen deneklerin, bu konuyu en önemli gördükleri, bu doğrultuda Başkan Reagan’ın silahların kontrolündeki performansına büyük bir ağırlık verdikleri ve tahminen başkanlık seçimlerinde Reagan’a oy vermeye daha yatkın oldukları ortaya konulmuştur. Deneylerde ayrıca, bireysel düzeyde algısal süreçler de incelenerek medya gündeminin kamu gündemini belirlemekten daha fazlasını da yaptığı ileri sürülmüş ve bu bağlamda “medyanın bireylerin bir konuyu nasıl evrimleştireceklerini yönettiği” görüşüne dayanan çerçeveleme ve öne çıkarma kavramları tanımlanmıştır (Yüksel, 2001, s. 47).

Sonuç olarak ikinci aşama gündem belirleme araştırmaları, sadece konular ile ilgilenmemektedir. Medyanın haberleri öne çıkarma ve çerçevelemesi ile birlikte kamunun ne hakkında düşünüleceğinin yanı sıra ne düşünüleceğini de etkilediğini vurgulamaktadır.

1.1.2.3. Diğer araştırmalar

Bir yanda gündem belirlemenin geleneksel ve ikinci aşama boyutlarına ilişkin deliller ortaya konulmaya çalışılırken diğer yandan da yakın zamanda, alana yeni ve farklı kavram ve araştırmaların katkıda bulunduğunu belirtmek gereklidir. Aşağıda ayrı başlıklar halinde bu çalışmalara değinilecektir.

1.1.2.3.1. Gündem karışımı hipotezi

Türkçe literatürde tam olarak karşılığı bir tek kelime ile çevirilemeyen ve bu yüzden farklı çevirileri bulunan “agenda melding” daha çok sosyal psikoloji alanından faydalanmaktadır (Gülner, 2017, s. 474). Kavramın tam olarak anlamı gündemdeki konuların birbirine karıştırılarak birleştirilmesi gibi bir anlama sahiptir. Bu anlamda gündem karışımı hipotezi, kamu gündeminin reddi anlamına gelmektedir.

Shaw ve diğerleri (2001, s. 132-140) topluluklar halinde yaşayan insanların birbirlerinden ve medyadan etkilendiklerini, bireylerin yeni topluluklar ya da gruplar oluşturmak için medya gündemi ile iç içe geçtiklerini savunmaktadır. Gündem karışımı, kamunun kişisel gündemlerinin içerisinde bulunduğu cemaat veya grup ile ilişkisine

odaklanmaktadır. Bundan dolayı gündem karışımının temel hipotezi, bireylerin bir gruba dâhil olduklarında kendi gündemleri ile grup gündemlerinin birleştiğini ifade etmektedir (Ragas ve Roberts, 2009, s. 46).

Shaw ve diğerleri (2010, s. 15-17), fiziksel olarak yaşanan, sevilen ve çalışılan “gerçek” topluluğun, medya gündemleri aracılığıyla, içinde yaşadığımız metamorfize edilmiş topluluklar aracılığıyla nasıl bir ilişki kurmaya çalıştığını açıklamıştır: Bir yerde yaşayan insanlar günlük yaşantılarında işe, kilise ve tenis kortuna gitme gibi farklı aktivitede bulunmaktadırlar. Medya ise gündem maddelerini bir kolaj halinde en önemlisini vurgulama yolu ile sunmaktadır. Ancak Facebook, Twitter ve farklı web sayfalarında yazı yazan birçok vatandaş gazetecisi vardır. Arkadaşlarımız, öğretmenlerimiz, ailemiz ve daha birçokları da gündem topluluklarını temsil etmektedir. İşte bu farklı medya tarafından sunulan gündemler, kamu gündeminin sadece bir parçasını oluşturmakla beraber kendi yaşadığı toplum içindeki gündemlerle karışmaktadır.

Gündem karışımı hipotezi, gündem belirlemenin etkisinin sınırlı olmasının nedenini açıklamaktadır. Kavram, bireylerin aktif olarak gündemleri seçtiği üzerinde durmaktadır. Kişiler başkalarıyla uyumlu olma ve yaşantılarında yalnız kalmama eğilimindedirler. Bu eğilim doğrultusunda kişiler kendi düşünceleri çerçevesinde belirledikleri gündemlerini diğer insanların ve grupların gündemleriyle birleştirilmektedir. Hem kitle iletişimi hem de kişiler arası iletişim bu birleştirme sürecinde önemli roller üstlenmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 182).

Gündem karışımı hipotezine göre seyircilerin olaylardan etkilenme biçiminin ayırt edilebilir derecede farklı olmasıdır. Aslında bu seyircilerden her birisi gündemi çeşitli medya araçlarından aynı konuları farklı sıralamayla rahatlıkla takip edebilmektedir. Gündem karıştırma sürecini açıklamak için iki tip medya tanımlar: Dikey ve yatay medya. Bu iki terim, haberlerin seyirciler arasında nasıl yayıldığını açıklarken “yatay” ve “dikey” kavramlarını kullanmaktadır (Vargo vd., 2014, s. 2-3)

1.1.2.3.2. Yatay ve dikey medya

Dikey ve yatay medya, haberlerin seyirciler arasında nasıl yayıldığını açıklamaktadır. Dikey medya bilgi transferinin yüksek bir kaynaktan alt tabakadaki genel izleyici kitlesine doğru hareketini göstermektedir. Shaw ve Weaver (2014) bu

kavramsallaştırmaya dayanarak bilginin dikey olarak aktarıldığı ve mümkün olan en geniş izleyici kitlesine ulaşıldığı varsaymaktadır. Bu tip medya, izleyici kitlesini çekebilmek için sivil ve toplumsal olayları ele almaktadır: Belediye başkanının ofisi, mahkemeler, okullar, polis, itfaiye, sağlık, ulaşım ve benzer birçok konu temel gündem konularını oluşturmaktadır. Shaw ve Weaver'a (2014, s. 145) göre habercilik alanında “dikey” kavramını kullanmak “yüksek bir piramidin tepesine çıkıp uçsuz bucaksız çöle doğru bağlamak” anlamına gelmektedir. Bu metafor dikey medyayı kitlelerin üzerinde bir konuma getirmektedir. Bu, dikey medyanın otoriter yapısına vurgu yapmaktadır.

Yatay medya ise insanların kendi sosyal statülerine, demografik yapılarına, ilgi alanlarına ve tercihlerine daha yakın kaynaklara yönelimini ifade etmektedir. Medyanın birçok türü bütün izleyici kitlelerine hitap etmek yerine yalnızca özel insan topluluklarına ulaşmayı tercih etmektedir. Ancak yatay bilgi akımı yalnızca medya organlarıyla sınırlı kalmamaktadır: Bloggerlar, gazeteciler, talk show sunucuları ve ünlüler de yatay bilgi akımını kullanmaktadır. Bu önemli ayrım yatay medyaya yalnızca televizyon haberleri yapan ve belli bir kitleye ulaşabilen bir medya olmaktan daha geniş bir anlam kazanmaktadır (Vargo vd., 2014, s. 4)

1.1.2.4. Türkiye’deki lisansüstü gündem belirleme çalışmaları

Türkiye’de internet üzerinden YÖK Tez Tarama sisteminde “gündem belirleme” gündem kurma” ve ”gündem oluşturma” anahtar kelimeleri ile 2018 yılının Mart ayı itibarı ile arama yapıldığı zaman 10 doktora 24 yüksek lisans çalışmasına ulaşılmaktadır². Söz konusu çalışmaların büyük bir bölümü geleneksel gündem belirleme araştırmalarıdır. Çalışmalarda medya gündemi sıklığını öğrenmek için içerik analizi yöntemi, kamu gündemi sıklığını öğrenmek için ise anket yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmalar sınıflandırıldığında ilk çalışmalar genellikle gündem belirleme kuramını tanımlama ve çeşitli konular üzerinde kuramı test edilmesi şeklindedir. Daha sonraki çalışmalar ise gündemi ideolojik açıdan inceleyen ya da medya gündemine etki eden unsurları konu tezlerdir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte de yeni medya ya da sosyal medyanın gündem belirlemedeki etkisini araştıran tezler de dikkati çekmektedir. İkinci aşama gündem belirleme ile ilgili de yalnızca bir tez bulunmaktadır. Daha yeni olan üçüncü aşama gündem belirleme ile ilgili tez ise bulunmamaktadır.

² <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp> Erişim Tarihi: 13 Mart 2018

1.1.2.4.1. Geleneksel gündem belirleme araştırmaları

Gündem belirleme kuramını konu alan ilk yüksek lisans tezi Hazar’a (1996) aittir. Türkiye’de gündem belirleme çalışmalarının öncüleri ve ilk doktora çalışmalarının sahipleri Atabek (1997), İrvan (1997) ve Yüksel (1999)’dir.

Hazar’ın (1996) çalışması, “gündem kurma” hipotezini tanımlamaya yönelik bir çalışmadır. “Agenda-setting” kavramının bu şekilde çevrildiği tezde, gündem belirleme kuramı kişileri belli davranış kalıplarına itmek yerine, daha çok belli konular etrafında kendi davranışlarını geliştirmeye yöneltmek şeklinde tanımlanmaktadır.

İlk doktora çalışmalarından birinin sahibi olan Atabek (1997) ise ele alınan konuların medya gündemindeki konularla (trafik, enflasyon ve sosyal güvenlik) gerçek yaşamdaki durumları arasında bir ilişki olup olmadığı sorgulamıştır. Gerçek yaşamdaki enflasyon oranı ile Milliyet ve Cumhuriyet gazeteleri gündeminde bu konuda yayınlanan haber sayıları arasında ters yönlü bir ilişki bulunduğu, örneklem alınan diğer gazeteler gündemi ile gerçek yaşam durumları arasında bir ilişki bulunamadığı araştırma sonuçları arasındadır.

İrvan (1997) araştırmasında, gündem belirleme yaklaşımı çerçevesinde Türk basınındaki dış politika haberlerini değerlendirmektedir. Çalışmanın amacı, basında yayımlanan kamunun dış politika gündemini belirlemedeki dış politika sorunlara ilişkin tutumların ve dış politika haberlerinin etkilemedeki gücünü incelemektir. Çalışmanın sonucunda basının insanların ne hakkında ve nasıl düşünecekleri konusunda oldukça etkili olduğu vurgulanmaktadır.

Yüksel’in (1999) çalışmasının amacı gündem belirleme yaklaşımını ekonomik, sosyal ve siyasal boyutları olan özelleştirme konusu örneğinde; ekonomi basınının, siyasal gündem üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmanın sonucunda ise uygulamaya konu olan 1988-1998 döneminde ekonomi basını, siyasal gündem ve gerçek yaşam göstergelerinin her birinin birbiri ile kimi dönemlerde anlamlı bir ilişki içinde olduğu belirlenmiştir.

Terkan’ın (2005) doktora tezinde “gündem belirleme modeli” çerçevesinde basın ve siyaset ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda gazetelerin haber değeri unsurlarına dikkat ederek konu seçimlerinde bulundukları görülmüş ve iç politikaya yönelik konular, bir takım siyasi krizlerin yaşandığı dönemler ve tüm ülkeyi yakından

ilgilendiren konular gazetelerde ilk sıralarda yer almış, basın gündemini oluşturmuştur.

Abrak (2006)  alışmasında, haber unsurlarının gündem oluşturmada nasıl etkilendiği, rol oynadığı ve kamu gündeminin nasıl oluşturulduğuna yanıt aramıştır. Bu soruların cevabını örneklem alınan Hürriyet, Sabah, Cumhuriyet ve Zaman gazetelerindeki ilk sayfa haberlerini esas alarak açıklamıştır.

 nder (2007) ise medyanın gündem belirleme etkisiyle, 1999 Helsinki Zirvesinden sonra medyanın nasıl değiştiği, bu değişimde rol oynayan faktörleri incelemiştir. Tezde medyanın etkisiyle kamuoyunu manipüle etme ve propaganda araçlarını kullanarak hegemonya kurma çabasının Türkiye'nin AB sürecinde Kıbrıs sorununun engel olarak çıkarılması anlatılmaktadır.

Uçak (2007) da araştırmasında toplumlardaki medya ile iktidar ilişkilerinin yeniden kurulduğunu; bu aşamanın gündem belirleme kuramı ile açıklanmakta olan “Haberlerin önem sırasına göre gündemi belirlemesi” fikri dikkate alınarak oluşturulduğunu ortaya koymuştur.

 zkavcı (2009), kitle iletişim araçlarının kamu gündemini nasıl oluşturduğuna yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışmada Zaman, Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinin ilk sayfaları içerik analizi yöntemi ile taranmıştır. Sonuç olarak bu gazetelerin gündemi verilmiştir.

Onayemi (2010), “medyanın gündem belirleme gücü” tartışmalarını yerel medya bağlamında sorgulamıştır. Araştırmada anket uygulaması yapılmış ve iki televizyon kanalına içerik analizi uygulanmıştır. Örneklem alınan medyanın gündemi ile kamunun gündemi her zaman örtüşmediği araştırma sonuçları arasındadır.

Kopan (2010) ise 2009 yerel seçim kampanyası sürecinde yaygın basının g   kazanmak için uyguladığı yöntemleri gündem belirleme kuramı çerçevesinde incelemiştir. Araştırma sonucunda ise örneklem alınan her bir gazetenin gündemi belirlemeye çalıştığı ve tarafsız olarak yaklaşamadıkları ortaya konulmaktadır.

Gökalp (2011)  alışmasında medyanın, Türkiye'nin Avrupa Birliğine  yeliğinin şekillenmesindeki etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda Türkiye'nin  yeliğine dair farkındalığı medyanın gündem belirleme etkisiyle arttırabildiği, okuyucuların algısının etkilenebildiği ortaya koyulmuştur.

Gencer (2012) ise gündem belirlemeyi, fizik biliminde benzer şekilde akışa dayalı olan entropi kavramı ile analiz etmiştir. Çalışmada ileri istatistiksel yöntemler yardımı

ile temel bulgulara ulaşılmıştır. Buna göre medya gündemindeki enformasyon ile toplum gündemi farklılaştıkça; yani dengesiz ortaya çıktıkça entropi azalmaktadır.

Çubukçu (2016) araştırmasında Gümüşhane'deki yerel basın durumunu ortaya koymuştur. Çalışmada anket yöntemi uygulanırken; yerel basın, gündem belirleme kuramı bağlamında değerlendirilerek analiz edilmiştir. Sonuç olarak yerel basının seçim dönemleri hariç gündem belirlemede yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yalçıntaş (2017) ise 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri döneminde gazetelerde, siyasi kampanya ile ilgili çıkan haberlerden kamuoyunun nasıl oluştuğuna ilişkin çıkarımda bulunmayı amaçlamıştır. Bu amaç çerçevesinde gündem belirleme kuramından faydalanarak demokratik sistem içinde genelde medyanın; özelde günlük gazetelerin, gündem belirlemedeki rolü anlaşılmaya çalışılmıştır.

Türkiye'de lisansüstü çalışmalarda ikinci aşama gündem belirlemeye ilişkin bir çalışma bulunmaktadır. Yakubu'ya (2015) ait çalışmada ABD, İngiltere, İspanya ve İsveç gibi birçok ülkede yapılan ve uluslararası literatürde birçok atıf alan ikinci aşama gündem belirleme araştırmaları kapsamında Gana'da yayın yapan iki gazete ahlaklılık, duygular, çatışma ve ekonomi genel başlıkları kapsamındaki çerçeveler, iki önemli siyasal aday örneğinde incelenmiştir. Araştırma sonucunda her iki gazetede adayların özellikleri konusunda ikinci aşama gündem belirleme işlevini yerine getirmiştir.

Gündem belirleme kuramı çalışmalarında yeni medya ve sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte bu medya unsurlarının gündem belirleme kuramı içindeki rolünü inceleyen çok sayıda lisansüstü çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan kısaca bahsedilecek olunursa şu noktalar üzerinde durulabilir: Şimşek (2002) çalışmasında internet sitelerindeki haberlerin gündem belirlemedeki etkileri üzerine uygulamalı bir çalışma ortaya koymuştur. Çalışmanın sonucunda gündemi belirlemede diğer medya organlarıyla birlikte incelenen online gazetenin yayınladığı haberlerin önemli bir yere sahip olduğu belirlenmiştir. Özpınar (2006) çalışmasında geleneksel medyanın gündem belirlemesinde sosyal medyanın etkisini Soma'da meydana gelen maden faciasını örneklem olarak incelemiştir. Erözalp (2012) ise Türk basının gündeminde wikileaks internet sitesinin etkisini incelemiştir. Tosun (2013), sosyal medyanın yaygın basında gündem oluşturmadaki rolü Twitter örneği ile ele almıştır. Bel (2014), Tosun'a benzer bir çalışma yaparak gündem belirleme kuramı çerçevesinde sosyal medyanın gündem belirlemedeki rolünü incelemiştir. Günaydın (2014) ise tezinde Taksim Gezi Parkı

olaylarının gündem oluşturmasını yeni medya, sosyal medya ve yurttaş gazetecilik üzerinden analiz etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre gazeteciliğinin yeni formu olan Twitter gazeteciliğİ Taksim Gezi Parkı Olayları'nın bigi akışını ve gündem oluşturma işlevini yerine getirdiğidir. Aslan (2014) alışmasında, global markaların sosyal medya aracılığıyla gündemi nasıl belirlediklerini ve yönettiklerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Korkmaz (2015), kamusal alan olarak sosyal medyanın gündem belirleme etkisini 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri özelinde araştırmıştır. Kılıç (2015) ise Türkiye'de bireyin sosyal medya kullanım örüntülerini incelemek ve sosyal medyanın seçmenin siyasal karar verme sürecinde davranışlarına olan etkilerini gündem belirleme yaklaşımı çerçevesinde ortaya koymuştur. Melek (2015), ana akım medya ile sosyal medya gündemleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını, eğer varsa da bu ilişkinin ne yönde olduğunu ve Twitter'in medya üzerindeki etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Araştırma sonucunda Twitter'in Türkiye'de gündem belirleme gücü olmadığı; ancak iki medya arasında ilişki olduğu ortaya konulmuştur. zsalih (2017) ise kitle iletişim araçları arası gündem belirlemenin Twitter'da gerçekleşip gerçekleşmediğİ ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Araştırma, ABD ve Türkiye'de üçer büyük gazetenin Twitter hesapları örneklemler alınarak yapılmıştır. Çalışmada ABD ve Türkiye'de büyük gazetelerin Twitter hesapları konu gündemleri arasında kitle iletişim araçları arası ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır. Bulgular ABD ve Türkiye'nin kitle iletişim araçları arası gündem belirleme bakımından birbirine kısmen benzediğİni göstermiştir.

Gündem belirleme kuramı bağlamında medya gündemine etki eden unsurlarla ilgili dört çalışma mevcuttur. Bunlardan ilki olan Tosun'a (2001) aittir. Bu çalışmada halkla ilişkiler çalışmaları ve kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevi incelenmiştir. İkinci çalışmada ise Turan (2004), kitle iletişim araçlarının sahipliğİni ya da kontrolünü elinde bulunduran kişi ya da gruplar, haberleri ve iletileri ilgi ve istekleri doğrultusunda tahrif (deforme) edip değiştirebildiğİ ve bu şekilde insanların kanaatlerini, düşüncelerini ve şeylere yükledikleri anlamların şekillendirme yetisini kendi tekellerinde bulundurduğu konuları incelemiştir. nc çalışmada Bulut (2008), hedef kitlenin gündemine etkili bir şekilde girmenin kişi ve kuruluşlar için ne derece önemli olduğunu ortaya çıkarmak ve televizyonun halkla ilişkiler üzerindeki etkisini göstermek amacıyla yapılmıştır. Son çalışmada ise Erdoğan (2009), medya ve haber kaynağı arasındaki ilişkiye odaklanılarak haber içeriğinin yapılandırılmasında medya gündeminin belirlenmesinde ve medyanın siyasal gerçeklik ile ilgili haber konularının

seçiminde ve sunumunda özellikle baskı gruplarının rolünü ve etkinliğini belirlemek için bir örnek olay araştırması gerçekleştirmiştir.

Gündem belirleme kuramı bağlamında gündemi ideolojik açıdan inceleyen  çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilki Karahan’a (2002) aittir. Karahan alışmasında Türkiye’de gündem belirleme gücüne sahip gazetelerin ideolojik konumlanışına dair bir değerlendirme yapmıştır. Çalışmada Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri incelenmiştir. Çalışmada gazetelerin ideolojik kodların çözümlenmesi ile kurdukları gündem açıklanmıştır. İkinci alışmada Erzi (2012), basının siyasi söylemini etkileyen siyasi ve ideolojik gleri tartışmaktır. Çalışmada ayrıca, 2007 yılında tartışmalı bir atmosferde gerçekleştirilen genel seçimler sürecinde Türkiye’deki basının gündemi ve içeriği incelenmektedir. Araştırma sonucunda haber çerçeveleri, hkim bir g ya da ideolojiye bağlı olarak nasıl oluşturulduğunu açıklamaktadır. Bozkanat ise (2013) alışmasında gündem belirleme perspektifinden algı yönlendirme konusunu alkol düzenlemesi rneği kapsamında ele almıştır. Araştırmada gazetelerin kendi ideolojileri doğrultusunda kanaatlerini okuyucuda inşa etmek için kelime seçimlerine dikkat ettikleri belirlenmiştir.

Sonuç olarak tezlerde en çok ele alınan konu, geleneksel gündem belirleme kuramını tanımlama ve çeşitli konular üzerinde kuramın test edilmesine yöneliktir. Ayrıca teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni medya ve sosyal medyanın gündem belirlemeye etkisi çok sayıda araştırmacının dikkatini çekmiştir. Geleneksel gündem belirleme araştırmalarında genellikle içerik analizi ve anket yöntemleri kullanılmıştır. İkinci aşama gündem belirleme çalışmasında ise çerçeveleme süreci dahilinde yine içerik analizi ve anket yöntemlerinden yararlanılmıştır. nc aşama gündem belirleme son yıllarda çalışılmaya başlandığı için Türkiye’de daha çalışılmamıştır. Bundan dolayı bu alanda bir boşluk bulunmaktadır. Yabancı literatürdeki üçüncü aşama araştırmaları ise ayrı başlıkta incelenecektir.

1.1.3. nc aşama gündem belirleme (gündem belirleme ağı) araştırmaları

Vu ve diğerlerinin (2014:670) ifadesine göre “gündem belirleme ağı modeli”, medyanın etkileri hakkında sahip olduğumuz düşüncelerde büyük değişiklikler yaratmıştır. Geleneksel gündem belirleme araştırmaları olayların medyadan kamuya ayrı ayrı, farklı elementler şeklinde aktarıldığını varsaymaktadır. Ancak gündem belirleme ağı modeline göre olay ya da davranışlar medyadan kamuya eş zamanlı haber

öbekleri şeklinde aktarılabilmektedir. Bu yüzden medya bize yalnızca haberler hakkında ne düşünmemiz gerektiğini ya da onlar hakkında nasıl düşünmemiz gerektiğini söylemez; aynı zamanda medyadaki haber öbekleri arasındaki ilişkiler hakkında ne düşünmemiz gerektiğini de söylemektedir.

Üçüncü aşama gündem belirleme; İngilizce karşılığıyla ifade edilecek olursa “network agenda setting”, gündem belirlemenin önceki yaklaşımlarından farklı olarak şu soruya yanıt arar: “Kafamızın içindeki resim nedir? (Guo vd., 2012, s. 56)”. Geleneksel gündem belirleme araştırması bu resmin “ne hakkında” olduğunu yanıtlamaya çalışırken üçüncü aşamada bu resmin daha net bir görüntüsü ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

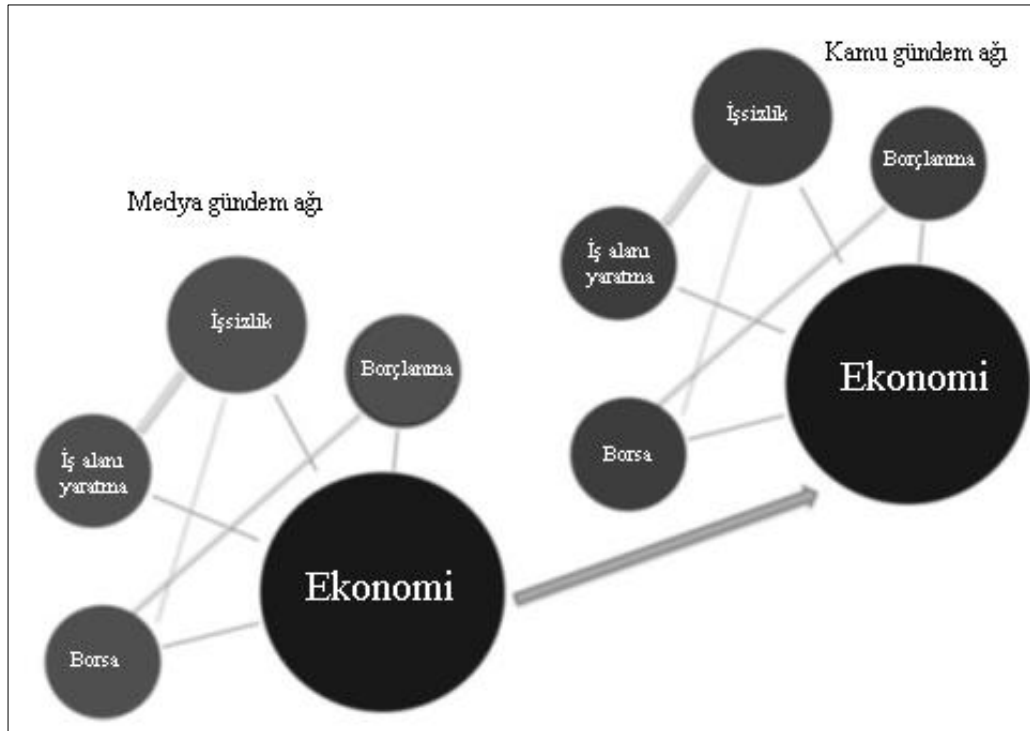
Birinci ve ikinci aşama gündem belirleme araştırmaları konuların ve davranışların önemini karşılaştırmaktadır. Medya içeriğinin ve kamu anketlerinin yoğunluğuna odaklanıldığında bu bize gündemler arasındaki hiyerarşiyi göstermektedir. Üçüncü aşama gündem belirlemenin temeli, insanların sosyal gerçekliği mantıklı kılmak için farklı elementler arasında bir ilişki kurmaya meyilli olduğunu savunan hafıza bağlantılı bir ağ modeline dayanmaktadır. Tartışmasız, haber organları farklı olaylar arasında ilişki kurmamız konusunda önemli bir rol oynamaktadır. “Gündem belirleme ağı modeli” bu mantıkla haber gündemindeki konular ve olaylar arasında bağlantılar bulmaya çalışmaktadır. Bu modelde medya gündemindeki ağ bağlantıları ile kamu gündemindeki ağ bağlantıları karşılaştırılmaktadır (Vargo vd., 2014, s. 5).

Bir model olarak adından söz edilen bu çalışmalara göre haber organları, farklı olay ve objeleri birbirine bağlamaktadır ve bu bağlantının eş zamanlı olarak kamu zihninde de oluşmasını sağlamaktadır (Guo vd., 2012, s. 58). Daha net bir şekilde ifade edilecek olunursa gündem belirleme bağlantı modeli, birbirleriyle bağlantılı olan konuların ve davranışların önemlilik derecesinin medya organları tarafından kamuya benimsettirilebileceğini savunmaktadır. Örneğin gündem belirleme ağı modeline göre eğer Amerikan medyası ülkenin dış politikalarından ve ülke içi ekonomik problemlerden tekrar tekrar ve bir arada bahsederse izleyiciler bu iki konu arasında bir bağlantı olduğunu düşüneceklerdir (Vargo vd., 2014, s. 5).

Lang'in çizdiği gündem belirleme ağı modeline göre iki farklı haber ne kadar sık bir arada aktarılsa, bireylerde bu haberleri o kadar çok birbiriyle ilişkilendirdiği öne sürülmektedir. Örneğin haber kanalı, aynı bülten içinde İkinci Irak Savaşı ile 11 Eylül

olaylarını sürekli ve art arda yayınladıkça insanlar bu iki olayı birbiriyle ilişkilendirmeye daha meyilli hale gelmektedir (Guo vd., 2012, s. 58).

Gündem belirleme bağlantı modeli haberlerin kapsamının ve insanların fikirlerinin üstü kapalı şekilde ya da açıktan açığa birbirleriyle bağlantılı olabileceklerini iddia etmektedir. Bağlamsal anlamlar da bu tür bağlantılar sebebiyle ortaya çıkmaktadır. Örneğin önemli olan yalnızca haber organının bir konuyu nasıl aktardığı değil, birbirleriyle bağlantılı konuların aynı haber süresi boyunca ne sıklıkla birbirleriyle anıldığıdır. Şekil 2 medya gündemiyle halkın gündeminin birbirine bağlı olduğu varsayımı altında nasıl bir ilişki ortaya çıkacağını göstermektedir (Vargo vd., 2014, s. 4-5).



Şekil 2. Gündem belirleme ağı sonuçları (Vargo vd., 2014:5)

Gündem belirleme çalışmaları medyanın belirlediği gündem konularının önemini ölçmek için bireysel görüşlere başvurmaktadır. Bu ölçüm yöntemi genelde şu soruya cevap vermektedir: “Y zaman dilimi içinde X konusu ne sıklıkla konuşuldu?” Bu soru hem kamunun hem de medyanın konuşma sıklığını kapsamaktadır. Bu ölçüm direkt olarak gündem belirleme hipotezine işaret etse de gündem konularının ölçümünde bireysel ölçümlerin ötesine geçildiğinde gündem belirleme bağlantı modeline

ulaşılmaktadır. Bu model geçmişteki gündem belirleme araştırmalarından çok daha güçlü ve daha etkili detaylarla donatılmış bir perspektife sahiptir (Vargo vd., 2014, s. 4-5).

Gündem belirleme ağı analizleri objeleri tek tek incelemek yerine aralarındaki ilişkileri dikkate alarak analiz etmektedir. Özellikle ağ analizleri, farklı konular arasındaki bağlantılar için farklı ölçüm türleri sunmaktadır. Örneğin “merkezilik” ölçümleri bir objenin bulunduğu ağdaki hareket merkezine ne kadar uzakta olduğunu ölçmeyi sağlamaktadır. Merkezilik ölçümlerini gündem belirleme üzerine uygulayan araştırmacılar hangi objelerin gündemin en tepesinde olduğunu öğrenmekle kalmamakta, aynı zamanda hangi elementlerin resmin merkezinde olduğunu ve hangi elementlerin diğer elementlerle en çok ilişkide bulunduğunu da ortaya koymayı başarmaktadır. Aynı şekilde araştırmacılar haberlerde verilen konulardan hangilerinin haber ağındaki diğer konularla daha yoğun bir ilişki içinde olduğunu ve hangileriyle ilişkisiz olduğunu ortaya koyabilmektedir. Örneğin herhangi biri “Irak Savaşı”, “Saddam Hüseyin” ve “11 Eylül” kelimelerinin sürekli aynı haber akışı içinde kullanıldığını kolaylıkla görebilmektedir. Araştırmacılar gündem belirleme ağı modelini kullanarak basit hiyerarşik gündem tablosunun ötesinde, medya tarafından gündemler arasında ne tür ilişkiler kurulduğunu ve halkın bunları nasıl algıladığını ortaya çıkarabilmektedir. Daha derin bir çalışma ile araştırmacılar medyanın belirlediği gündemi daha kapsamlı olarak kavrayabilmeyi sağlamaktadırlar (Guo, 2012, s. 618).

Gündem belirleme ağı modeli, gündem bağlantıları bir bütün olarak keşfetmenin yanı sıra, medyadaki ve kamu gündemindeki her bir elementin bu ilişkideki rolünü de ayrı ayrı incelemektedir. Örneğin eski yöntemler frekans (yoğunluk) hesabı yardımıyla yalnızca konuların önemlilik derecesini incelemektedir; fakat gündem belirleme ağı modeli konunun merkezine inmektedir. Bireylerin konuya bakış açısının konunun merkezinden uzaklığını incelemektedir. Tek bir konunun medyada kaç kez dile getirildiğini ya da anketlerde kaç bireyden bu konuya yönelik cevaplar alındığını saymak yerine, merkezi ölçüm yöntemiyle konunun diğer konularla ne derece ilişkisi olduğunu araştırmaktadır. Bu yüzden herhangi bir gündem konusuyla ilgili çok daha kapsamlı bilgi sunmaktadır (Vargo vd., 2014, s. 5). Sonuçta da gündem belirleme ağı modeli medyanın gündemiyle kamu gündeminin birbiriyle ilişkili olduğunu ve medyanın kamu gündemini belirleyebileceğini savunmaktadır (Vargo vd., 2014, s. 5).

Aslında her ne kadar bir model ve buna ilişkin bulgular belli başlı boyutlarıyla yukarıda özetlenmiş olsa da bugüne dek literatürde üçüncü aşama gündem belirleme konusunda yayımlanmış çalışma sayısı oldukça azdır. Bu bağlamda genel olarak bir araştırma geleneğinden şimdilik söz etmek pek de mümkün değildir. Yine de bu araştırmaların nasıl yapıldığına ilişkin genel bir değerlendirmede bulunmak üzere yöntem konusu ayrı bir başlık altında ele alınmalıdır.

1.1.3.1. Üçüncü aşama çalışmalarda izlenen araştırma yöntemleri

Geleneksel ve ikinci aşama gündem belirleme araştırmalarında medya gündemini ölçmek için içerik analizi, kamu gündemini ölçmek için de tek soruluk anket uygulaması gerçekleştirilmektedir. Üçüncü aşama çalışmalarda ise çok daha farklı ve özel teknik ve programların kullanıldığı belirtilmelidir. Ayrıntılara girmeden önce ilk tanımlanması gereken kavram ağ analizidir. Bir araştırma yaklaşımı olarak ağ analizinin ne olduğu ve gündem belirleme araştırmalarında nasıl kullanılmaya başlandığı sorusu öncelikle yanıtlanmalıdır.

1.1.3.1.1. Ağ analizi

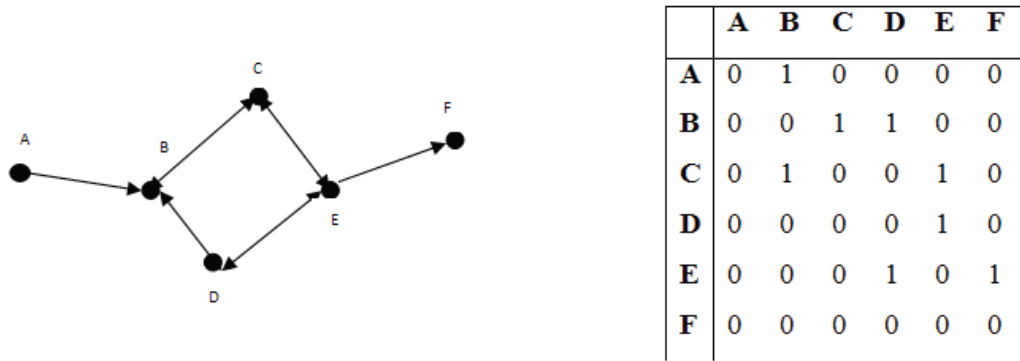
Ağ analizi, farklı gruplar arasındaki ilişki ve akımları ölçmek ve haritalandırmak amacıyla yapılan bir araştırma dizisidir (Guo, 2012, s. 616). Başka bir tanımla ağ analizi, ortaya konulan elementlerin birbirleri ile olan ilişkilerini bağlantılar (ties) aracılığı ile gösteren bir yapı olarak adlandırılmaktadır. Elementler ağ içindeki aktörleri, bağlantılar ise aralarındaki ilişkileri ifade etmektedir (Kadry ve Al-Taie 2014, s. 8).

Ağ analizleri; matematik, tıp, sosyoloji ve işletme gibi farklı alanlarda çok sık bir şekilde kullanılmaktadır. Genelde bir ağda yer alan elementleri ve bu elementler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır (Güzeller vd., 2016 s. 1-2). Ağ analizleri araştırmacılara bireysel bağlantıların detaylarını daha iyi anlamalarını sağlayan yeni teknikler sunmaktadır. Örneğin her bir elementin bağlantı açısından anlamlılığının ölçülmesi, elementlerin ayrı ayrı nasıl bağlantılar kurduklarını öğrenmeyi mümkün kılmaktadır (Guo, 2012, s. 625).

Ağlar, çeşitli elementler ve bunlar arasındaki bağlantılardan oluşmaktadır. Örneğin sosyal ağlarda elementler, “kişiler”; bunlar arasındaki bağlar ise “iş, arkadaşlık” gibi ilişkilerden meydana gelmektedir. Bir ağ olabilmesi için en az iki bağlantıya ihtiyaç vardır. Eğer ağda bağlantı çok ise o ağın büyük olduğunu ifade

edilmektedir (Gürsaka1, 2009, s. 68). Bir sosyal ağ kişilerin veya diğer çoklukların aralarındaki etkileşimi, yardımlaşmayı ve etkileri gösteren bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağ analizi, sosyal yapıyı elementlerden (aktörlerden) ve element çiftlerini birbirine bağlayan ilişki kümelerinden oluşan bir ağ olarak görerek, sosyal yapıyı ve etkilerini incelemektedir (Gürsaka1, 2009, s. 184).

Ağ analizi bir bilgi alanının daha detaylı ve kapsamlı şekilde anlaşılabilmesi için ağların görsel ifadesini sağladığından; yönetim ve organizasyon, pazarlama, eğitim, turizm gibi farklı alanlardaki araştırmacılar tarafından giderek daha fazla kullanılmaya başlanmıştır (Karagöz ve Kozak, 2014, s. 49). Ağ analizinde elementler arası bağlantı ok olmadan gösterilmiş ise “simetrik bağlantı” ya da “yönsüz bağlantı” denmektedir. Elementler arasındaki bağlantılar ok ile gösterilmiş ise “asimetrik bağlantı” ya da “yönlü bağlantı” olarak isimlendirilmektedir (Gürsaka1, 2009, s. 69). Şekil 3’te bir ağ bağlantı matrisi örneği gösterilmektedir. Bu matriste A ile B matrisinde gösterilen “1” rakamı tek bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Görselleşmesinde bu bağlantı çizgi ile ifade edilmektedir. Ağ analizi ile herhangi bir elementin ağdaki önemi, herhangi bir elementin ağ içinde ne ölçüde bağlantılı olduğu, herhangi bir elementin ne ölçüde merkezî olduğu, ağda bilginin nasıl aktığı belirlenebilmeyi mümkün kılmaktadır (Gürsaka1, 2009, s. 196).



Şekil 3: İlişkişel Matris ile Grafik Üzerinde elementler ve Bağlantıların Gösterimi
(Karagöz ve Kozak, 2014, s. 50)

Sonuç olarak son yıllarda gelişen teknikler, farklı alanlarında bu yaklaşıma olan ilginin artmasına neden olmaktadır. Bu artışın temel nedeni, bilgisayar teknolojisindeki temel gelişmelerle beraber karmaşık ağ analizini yapılmasını mümkün kılmıştır (Streeter ve Gillespie, 1992, s. 204).

“**Merkeziilik** (Centrality)”, ağ analizinde kullanılan önemli bir ölçüm kavramıdır. Merkeziilik kavramı ağ içindeki önemli elementin tanımlanmasıdır (Wasserman ve Faust, 1994’ten aktaran İspir ve Kılıç, 2017, s. 80). Bir element ne kadar çok bağlantı ile diğer elementlere bağlanıyorsa ağ içerisinde o element o kadar merkezdedir (Guo, 2012, s. 626). Merkeziilik ölçümlerini gündem belirleme üzerine uygulayan araştırmacılar hangi objelerin gündemin en tepesinde olduğunu öğrenmekle kalmamakta, aynı zamanda hangi elementlerin resmin merkezinde olduğunu ve hangi elementlerin diğer elementlerle en çok ilişkide bulunduğunu da ortaya koymayı başarmaktadır (Guo, 2012, s. 618).

1.1.3.1.2. Medya içeriğinin ölçümü: İçerik analizi

Medya gündemine dönük içerik analizi açısından üçüncü aşama çalışmalarda yapılan iş benzer bir nitelik taşımaktadır. Ancak bu kez gündemdeki konuların neler olduğu ya da konulara yönelik tutumlardan farklı olarak konular arasındaki ilişkiler, birlikte var olma durumları mercek altına alınmaktadır (Guo, 2012, s. 620). Üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarında konular arasındaki ilişkileri belirlemek üzere ağ analizinden faydalanılmaktadır.

Ağ analizinin amacı, olaylar ve davranışlar arasında gerçekleşen ilişkileri belirlemektir. Bu yüzden obje ve davranış isimlerinin aynı haber yayını boyunca ne sıklıkla birlikte anıldığını incelenmektedir. Bu analiz iki ana birimden oluşmaktadır: Elementler ve bu elementler arasındaki ilişkiler (Wasserman & Faust, 1994’den aktaran Guo, 2012: 620). Belirlenen ikili elementleri kodlamak için araştırmacıların bu iki elementin yer aldığı bir haber akışı (blog sitesi ya da TV haberleri gibi) bulması gerekmektedir. Daha sonra hangi elementlerin birlikte yayınlandığını bulmak adına bütün obje ya da davranışları tek tek içerik analizi ile kodlamaları gerekmektedir. Böylece elementler arasındaki bağlantının düzeyi tespit edilebilmektedir (Guo, 2012, s. 620). Söz konusu ilişki iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Haber sunucusu iki elementten aynı haber akışı içinde bahsedebilmekte ya da doğrudan ya da dolaylı bir şekilde bu iki elementi birbiriyle ilişkilendirebilmektedir.

“**Detaylandırma** (elaboration)” birlikte anılan iki olayı birbirinden ayırıştırma konusunda yardımcı olabilmektedir. “Detaylandırma”, yeni bir bilgiyi diğer bilgilerle ilişkilendirme ya da insan zihnindeki bilgiler bir araya getirme şeklinde tanımlanabilmektedir (Eveland 2001; Lang 2000’den aktaran Guo, 2012, s. 620).

Detaylandırmanın otomatik ya da kontrollü bir şekilde yapılması fark etmeksizin bu işlemin iki element arasında ilişki kurmada büyük etkisi vardır.

Uygulamada araştırmacılar elementler arasındaki bağlantının gücünü ölçerken ilişkilere farklı değerler vermektedir. Örneğin elementler arasında ilişki yoksa “0”, iki element aynı haber akışı içinde anıldıysa “1”; ve iki element sürekli aynı anda kullanılıyorsa bu duruma “2” değeri verilmektedir. Örneğin “eğitim” ve “ekonomi” aynı haber içinde yer almıyorsa “0”, ara sıra aynı haber başlığı altında anılıyorsa “1” değeri kodlanmaktadır. Bir başka örnek olarak ifade edilecek olursa; bir haberin başında eğitimden bahsedilmekte ve sonrasında ekonominin trendinden bahsedilmektedir. Son olarak ise eğitim ve ekonomi “bir anketin sonucuna göre, liberal eğitim sistemi ekonomide bir patlama yaratabilir” şeklinde direkt birbirine bağlanabiliyorsa bu durum “2” değeriyle tanımlanabilmektedir (Marklein, 2012’den aktaran Guo, 2012, s. 620). Böylece içerik analizi uygulamasına dayalı olarak ekonomi ve eğitim arasındaki ilişki ayrıntılı bir şekilde kodlanmış ve tanımlanmış olmaktadır. Bu sınıflandırma üç ya da daha fazla numaralandırma yapılarak gerçekleştirilebilmektedir. Gelecek yıllarda yapılacak olan çalışmalarda araştırmacılar medyanın sunduğu elementler arası ilişkinin daha kesin bir biçimde ölçülmesini sağlayacak yeni teknikler de geliştirebileceklerdir (Guo, 2012, s. 620).

1.1.3.1.3. Kamu içeriğinin ölçümü: Zihin haritalama anketi

Kamu gündemine dönük verilerin toplanması için de aynı değerlendirme şekli kullanılabilir. Medya gündemindeki gibi konulara ilişkin farklı elementlerin birbirleriyle birlikte sunumları gibi kamu gündeminde de aynı konulardaki elementlerin birlikte var olma ya da anılma durumları ölçülebilmektedir. Bu ölçümler daha önce farklı disiplinlerde kullanılan zihin haritalama anketleri ile yapılmaktadır.

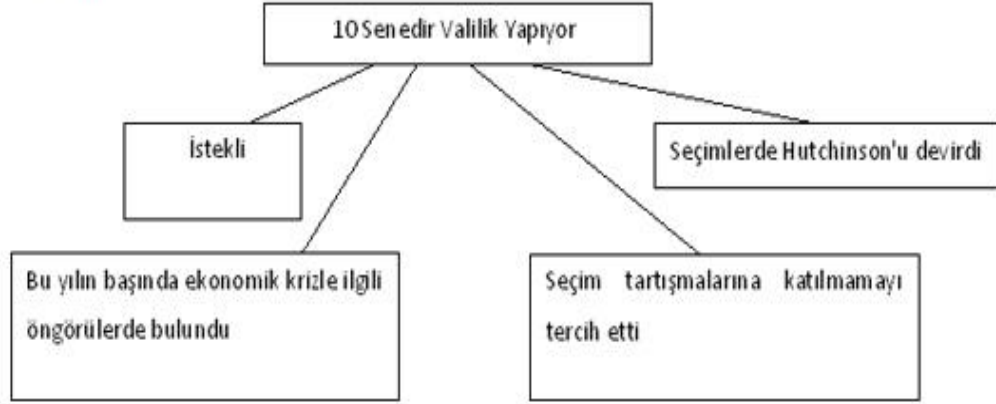
“Zihin haritalama” son zamanlarda reklamcılık sektörü ve eğitim gibi alanlarda yaygın olarak kullanılmaya başlayan; bir ilişkiden yola çıkarak merkezileşmeye doğru yönelen, yeni bir araştırma yöntemidir (Buzan ve Buzan, 1996; Mento ve Martinelli, 1999; Paxman, 2011’den aktaran Guo, 2012, s. 618). Bu yöntemde bireylere belirli bir konuyla ilgili akıllarına gelen ilk şeyi kâğıda yazmaları, daha sonra olabildiğince hızlı bir şekilde bu konuyu birimlere ve alt birimlere ayırmaları istenmektedir (McCuthin, 2008’den aktaran Guo, 2012, s. 618).

Üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarında, zihin haritalama tekniği ile bireylerin dışsallıklar etkisiyle kurduğu ilişkileri belirlemek için bir anket formu hazırlanmaktadır. Bu anketin ilk aşamasında katılımcılardan ankette verilen kutucukları belirlenen konu doğrultusunda doldurmaları istenmektedir. Örneğin Guo ve McCombs (2011a) çalışmasında, katılımcılardan 2010 Texas seçimlerinde aday olan Rick Perry ve Bill White'in en belirgin 5'er kişisel özelliğini yazmaları istenmiştir. Geleneksel anketlerde olduğu gibi bu ilk bölümde kurulan ilişkiler içgüdüsel ilişkiler olarak kabul edilebilmektedir. İlk aşamada listeler oluşturulduktan sonra katılımcıdan bu listedeki özellikleri; eğer aralarında bir bağlantı olduğunu düşünüyorsa, birbiriyle ilişkilendirmesi istenmektedir. Bu ilişkileri kurmalarını isteyerek araştırmacılar, haber organlarının etkisiyle katılımcıların gündem konuları arasında kurduğu ilişkileri öğrenebilmektedir (Guo, 2012, s. 618).

Bu tarz bir ankette katılımcılara “Sizce bugünlerde ülkeyi ilgilendiren en önemli sorunlar nelerdir?” ya da “Arkadaşınızın uzun zamandır buralarda olmadığını ve ona seçime katılan adaylarla ilgili bilgi verdiğinizi hayal edin. Adayları ona nasıl tanıttınız?” gibi açık uçlu sorular sorulmaktadır. Araştırmacılar objelerin ve karakteristik özelliklerin halkın zihnindeki durumunu öğrenene kadar, soruyu tekrarlayarak yanıt almaya ya da anket uygulamasına devam etmektedirler. Araştırmacı, katılımcıya dışsallıklar etkisiyle kurduğu ilişkileri sormadığı için katılımcının verdiği yanıtlar içgüdüsel ilişkiler olarak kabul edilebilmektedir (Guo, 2012, s. 621).

Zihin haritalama, kamu gündemindeki objeler ve davranışları birbiriyle nasıl ilişkilendirdiğini öğrenmek için en çok tercih edilen yöntemdir. Çünkü kamunun medyadan gelen mesajları içgüdüsel ve dışsal olarak nasıl algıladığını gösterebilmektedir. Ancak geleneksel yöntem bunun aksine daha sınırlıdır, yalnızca içgüdüsel ilişkileri gösterebilmektedir (Guo, 2012, s. 621).

Soru: Lütfen aşağıdaki boş kutuları Rick Perry ile ilgili bir karakter haritası oluşturacak şekilde doldurunuz.



Şekil 4: Zihin haritalama(mind mapping) örneği (Guo, 2012, s. 622)

1.1.3.1.4. Matrisin oluşturulması ve QAP korelasyon testi

Ağ analizlerinin içerik analizi ve anketten sonraki aşaması matris oluşturmaktır. Anket ve içerik analizi verilerini matrislere aktarmaktır. Çalışmaya N sayıda kişisel özellik ya da objeyi dahil edildiği varsayılırsa, NxN tane kolona sahip olan bir matris oluşturulması gerekmektedir. Kolonlara girilecek değerler ise o kolona denk gelen satır ve sütunda yer alan objelerin gündemde kaç kez bir arada kullanıldığı oluşturmaktadır. Örneğin “liderlik” ve “deneyim” in arasına gelecek olan değer “deneyim” ile “liderlik” arasına gelecek olan değerle aynı olması gerekmektedir (Guo, 2012, s. 623).

Medya gündem bağlantı matrisi, içerik analizi ile elde edilen, medyada gündeme gelen objeler arasındaki ilişkiye bakılarak oluşturulmaktadır. Objeler arasındaki ilişkiyi sayısal olarak ifade etmenin iki yolu bulunmaktadır. Birincisi iki objenin aynı anda anıldığı haber sayısına dayanan frekans hesabıdır. Farklı haberlerde sık sık bir araya gelen birimler arasındaki ilişki daha güçlü olmaktadır. Tablo 1'de Guo ve McCombs'un (2011a) 2010 Texas seçimlerine katılan adayların davranışlarını ele alan medya gündem bağlantı matrisi örneğinde A ve B kısımlarının kesiştiği yere denk gelen 11 sayısı adayın “liderlik” ve “deneyim” özelliklerinin incelenen 81 gazete yazısından 11'inde birlikte anıldığı anlamına gelmektedir. Aynı şekilde A ve D'nin kesiştiği yerde sıfır olması ise “liderlik” ve “güvenilirlik” özelliklerinin hiçbir haber yazısında birlikte anılmadığını göstermektedir (Guo, 2012, s. 623).

Tablo 1: *Medya gündemi ağı matrisi örneği (Guo, 2012:623)*

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A		11	8	0	3	1	1	2	6
B	11		29	17	25	11	4	3	24
C	8	29		9	12	5	1	4	14
D	0	17	9		7	2	1	1	6
E	3	25	12	7		5	2	1	11
F	1	11	5	2	5		1	0	7
G	1	4	1	1	2	1		0	2
H	2	3	4	1	1	0	0		3
I	6	24	14	6	11	7	2	3	

Not: A: Liderlik, B: Deneyim, C: Yeterlilik, D: Güvenilirlik, E: Ahlak,

Farklı obje ve davranışlar arası ilişkileri ölçmenin daha kesin yolu bu objeler arası ilişkileri derecelendirmektir. Objeler arasında bağlantı olmadığı durum için 0, düşük seviyede bir ilişki için 1 ve içerik analizinde birbiriyle direkt ilişki kurduğu görülen ve arasında güçlü ilişki olan obje grupları için 2 değeri verilebilmektedir. Yukarıda açıklanan yöntemlerin ikisiyle de medya da yer verilen mesajlarda geçen objeler arasındaki ilişkiler belirlenerek matrisler oluşturulabilmektedir (Guo, 2012, s. 624).

Buna benzer şekilde, zihin haritalama anket verilerini matrise aktarmak için de anketlerde bir arada geçen objeler arasındaki bağlantı incelenmektedir (Guo, 2012, s. 624). Kamu gündem bağlantılarını yansıtan matrisler bireylerin gündemle ilgili verdiği mesajlara dayanmaktadır. Uygulanan anket verilerini matrislere aktarmak için yine ikili elementlerin bir araya gelme sıklığını gösteren frekanslar hesaplanmaktadır. Toplanan anketlerde daha sık bir arada anılan elementler arasında daha güçlü bir ilişki var demektir (Guo, 2012, s. 624). Örneğin Guo ve McCombs'un (2011a) 2010 Texas seçimlerinde adayların kamunun zihnindeki bireysel özelliklerini belirlemek için 63 kişiye zihin haritalama anketi uygulanmıştır. Tablo 2'deki kamu gündemi ağı matrisinde A ve B'nin kesiştiği yere denk gelen 6 rakamı 63 anketten 6'sında "deneyim" ve "liderlik" özelliklerinin birlikte anıldığını göstermektedir (Guo, 2012, s. 625).

Tablo2: Kamu gündemi ağı matrisi örneği (Guo, 2012, s. 625)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A		6	12	2	1	3	0	3	5
B	6		31	5	1	7	2	9	29
C	12	31		6	6	7	2	7	20
D	2	5	6		2	5	2	1	8
E	1	1	6	2		2	1	0	3
F	3	7	7	5	2		1	4	9
G	0	2	2	2	1	1		0	3
H	3	9	7	1	0	4	0		3
I	5	29	20	8	3	9	3	3	

Not: A: Liderlik, B: Deneyim, C: Yeterlilik, D: Güvenilirlik, E: Ahlak,

Üçüncü aşama gündem belirleme araştırmacıları, medya ve kamu gündemi arasındaki bağlantıları belirlemek için ise medya ve kamu gündemi bağlantılarını ayrı ayrı test etmeye yarayan QAP (Quadratic Assignment Procedure) korelasyon testini kullanmışlardır. Gündem belirleme ağı modelinde yer alan içerik analizi matrisi ve anket sonuç matrisi ayrı birer matris olarak görülebilmektedir (Guo,2012, s. 627). Bu test, iki matriste yer alan sayısal değerler arasındaki benzerlik ölçümünü ve korelasyonu hesaplamaktadır. QAP korelasyon hesabında bir matris gözlenen matris olurken; diğer matris beklenen değerleri içeren matris olarak kabul edilmektedir. Hesaplama iki adımda yapılmaktadır. Birinci adımda iki matrisin her bir ilgili hücresi arasındaki Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmaktadır. İkinci adımda ise satır ve kolonları karıştırarak (bir çeşit permütasyon) korelasyon ve diğer katsayıları yeniden hesaplanmaktadır (İspir ve Kılıç, 2017, s. 82). İkinci adım, rastgele bir ölçümün birinci adımda hesaplanan gözlemlenen ölçüden daha büyük veya ona eşit olduğu zamanların oranını hesaplamak için yüzlerce kez gerçekleştirilir. Düşük bir oran (<0.05), matrisler arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu oran tesadüfen meydana gelmesi olası değildir (Borgatti vd., 2002).

QAP sonucu veri kümesindeki her istatistik için gözlenen değerini vermektedir. Daha sonra gözlemlenen değer gerçekleştirdiği birbirine benzeyen istatistiklerin yüzdesini bildirmektedir (Simpson, 2001, s. 14). Simpson (2001, s. 10) QAP sonucunu çalışmada örnekle açıklamakta, “P-değerlerinin yaklaşık % 42’si 0.05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur” cümlesi ile vermektedir.

Buraya kadar araştırma yöntemlerinin belli başlı noktalarına yer verilen üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarının neler olduğu ve araştırma bulguları ayrı bir başlık altında incelenmiştir.

1.1.3.2. Üçüncü aşama gündem belirleme çalışmaları

Literatürde üçüncü aşama gündem belirleme konusunda yapılan çalışma sayısının oldukça az olduğuna daha önce değinilmiştir. Bu başlık altında yayımlanma tarihlerine göre kronolojik bir sıra ile belli başlı araştırmalar, uygulanan yöntemler ve bulguları özetlenmeye çalışılmıştır. Bu başlık altında toplam sekiz çalışmadan söz edilmiştir.

1.1.3.2.1. İlk araştırma: Konular arası karşılaştırma

Üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarında ilk çalışmayı, Guo ve McCombs (2011a) yapmıştır. Bu çalışma, 2011 yılında Boston'da Uluslararası İletişim Derneği Konferansında sunulmuştur. Bu çalışmada, daha önce Kim ve McCombs (2002) tarafından yapılmış olan çalışmanın verileri yeniden test edilmiştir. Çalışmadaki veri seti 2002 seçimlerinde farklı kitlelerin demokratlar ve cumhuriyetçilerle ilgili gündemini detaylandırmaktadır. Veriler özellikle adayların Texas Austin'deki gazeteler ve halk tarafından benimsenen özellikleri ve davranışları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Siyasi adayların karakterlerini anlatan 10 özellik belirlenmiştir: 1) Liderlik, 2)Deneyim, 3)Rekabet, 4)Kredibilite, 5)Ahlak, 6)İnsanları önemseme, 7) İletişim becerileri, 8) Ataları ve etnik kökeniyle ne derece gururlandığı, 9) Politikacı olmayan tarafı, 10) Politikacıyla ilgili diğer yorumlar. İçerik analizi için “Austin American Statesman” gazetesi kullanılmıştır. Çünkü Austin'deki kamu gündemini ölçen ve buna göre hizmet veren tek yerel gazetedir. Kamu gündemini belirlemek için ise Austin'de yaşayan 417 yetişkinle telefon görüşmesi yapılmıştır. Halkın görüşünü almak için şu soru sorulmuştur: “Austin'den çok uzakta olan ve seçime katılan adayları hiç tanımayan bir arkadaşınıza adaylar hakkında (adayın ismiyle birlikte) ne söylersiniz?” Bu soru her dört aday için ayrı ayrı sorulmuştur. Gazete üzerinden yapılan içerik analizi ve anket uygulamasından elde edilen bu sorunun cevapları doğrultusunda yukarıda sıralanan 10 kişisel özellik birbiriyle ilişkilendirilmiştir. Gündem belirleme ağı modelini test etmek için yapılan analizin amacı, haber organları ve halkın kafasındaki aday özellikleri arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak olmuştur. 10x10'luk matrisler hazırlanmış ve bir konunun diğer konularla kaç kez aynı yazıda aktarıldığı gösterilmiştir. Yapılan

analizlere göre kamu gündem ağı ile medya gündem ağı arasında yüksek korelasyon bulunmuş ve modelin desteklendiği belirtilmiştir (Guo vd., 2012, s. 60-61).

1.1.3.2.2. İkinci çalışma: Zihin haritalama

Guo ve McCombs, (2011b) 2010 Texas seçimlerinde ilk çalışmaya benzer bir çalışma daha yapmıştır. Bu çalışma 2011 yılında St. Louis'deki "Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC)" konferansında bildiri olarak sunulmuştur. İlk çalışmadan farklı olarak veri setini elde etme yöntemi ve setin genişliği bu kez değiştirilmiştir. Daha önceki çalışmada "Aday hakkında arkadaşlarınıza ne söylersiniz?" şeklindeki bir soruyla bireylerin seçime katılan adayla ilgili görüşleri dolaylı yoldan öğrenilmeye çalışılmıştır. Ancak bu yeni çalışmada, "zihin haritalama" yöntemiyle hazırlanan anketler kullanılmıştır. Bu yöntemde bireylere belli bir konu ile ilgili akıllarına ilk gelen şeyleri yazmaları ve bunu kısıtlı bir zaman içinde belirli şeylerle ilişkilendirmeleri istenmiştir. Bu çalışma için hazırlanan ankette katılımcılardan seçime katılan iki adayın karakterlerini ve özelliklerini yansıtan en iyi beş şeyi yazmaları istenmiştir. İkinci aşamada ise yazdıkları özellikleri birbirleriyle ikili gruplar halinde ilişkilendirmeleri istenmiştir. Bu sayede kamu gündemi "zihin haritalama" yöntemiyle belirlenmiştir. Medya gündemi için de Austin American-Statesman gazetesinin gündem bağlantıları (gündemde birbiri ile ilişkili konular) içerik analiziyle çıkarılmıştır. Daha sonra iki veri seti karşılaştırılmıştır. Sonuçlar yine gündem belirleme ağı modelinin geçerliliğini doğrulamıştır (Guo vd., 2012, s. 61).

Her iki çalışma da yalnızca kişisel özellikler üzerine odaklanmıştır ve bunu sadece bölgesel bir alanında Austin, Teksas'ta test etmiştir. Ancak model daha sonra objeler üzerinde ya da obje-davranış kombinasyonları üzerinde de uygulanmıştır (Guo vd., 2012, s. 61).

1.1.3.2.3. Üçüncü çalışma: Konular arası karşılaştırma

Guo ve diğerleri (2012) yapmış olduğu üçüncü çalışma diğer çalışmalardan farklı olarak geniş veri setleri kullanılmıştır. Chapel Hill'de yapılan çalışma üç yıllık bir süreçte medya ve kamu gündemindeki konuların altı ayrı veri setiyle incelendiği bu tasarımda gündem konuları arasındaki bağlantılar karşılaştırmıştır.

Çalışma için PEJ'den elde edilen içerik analizi verileri ve anket verileri kullanılmıştır. PEJ, 48 farklı medya organından elde ettiği gündem haberlerini haftalık

raporlar halinde yayınlayan bir haber kurumudur. Medya gündemini belirlemek için kullanılan bu haftalık raporlarda en çok geçen 10 gündem maddesini çalışmanın ana birimleri olarak kullanılmıştır. Bu konular şunlardır: Ekonomi, sağlık, savaşlar, siyaset, ulusal güvenlik, sosyal sorunlar, eğitim, çevre, göç ve diğer konulardır (Guo vd., 2012, s. 62-63).

Çalışmada medyanın gündem bağlantıları PEJ verileri; kamu gündem bağlantıları anket verileri üzerinden değerlendirilmiştir. Kamu gündemini belirlemek için geleneksel soru olan “Sizce günümüzde ülkenin karşı karşıya olduğu en önemli problemler nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre kamu gündem bağlantıları belirlenmiştir. Çalışmada 2009, 2010, 2011 yıllarında seçimle ilgili olmayan dönemler incelenerek önceki çalışmalardan daha derin bir yaklaşım izlenmiştir. Üç yıl için ayrı ayrı medya ve kamu gündemlerine ait veri setlerinin değerlendirildiği çalışmada elde edilen bağlantı matrisleri analiz edilmiştir. Medya ve kamu gündemi matrisleri arasında yüksek ilişki olduğu saptanmıştır. Bu sayede bu araştırma ile de üçüncü aşama gündem belirleme hipotezi doğrulanmıştır (Guo vd., 2012, s. 63-65).

1.1.3.2.4. Dördüncü çalışma: Yatay ve dikey medya ve Twitter gündemi

Vargo ve diğerlerinin (2014) çalışmasını diğer çalışmalardan ayıran en büyük fark, yatay ve dikey medyayı gündem belirleme ağı ile birlikte sosyal medya üzerinden test etmesidir. Araştırmada dikey ve yatay medya kavramları kullanılarak medyanın yarattığı gündemdeki konular arasındaki bağlantılarla, Başkan adayları Obama ve Romney destekçilerinin zihinlerinde bağlantı kurduğu konular arasında güçlü bir korelasyon olduğu düşüncesi test edilmiştir. Çalışmada kamu gündemi için Obama ve Romney destekçileri tanımlanarak Twitter adreslerindeki tweetleri içerik analizi ile taranmıştır. Medya gündemi içinse gündem karıştırma (agenda melding) ile medya organları üç kategoriye ayrılmıştır: (1) Dikey medya, (2) Cumhuriyetçi yatay medya ve (3) Demokratik yatay medya. Mesajlarda hangi adaydan bahsedildiğine göre bu gruplar tekrardan katmanlara ayrılmıştır (Vargo vd., 2014, s. 7). Çalışmada dikey medya için 54 gazete ve haber ağı Twitter adresleri araştırmaya dahil edilmiştir. Demokratik yatay medyayı temsil etmesi için toplamda 65 Twitter adresi seçilmiştir. Cumhuriyetçi yatay medyayı temsil etmesi için ise toplamda 49 Twitter adresi seçilmiştir (Vargo vd., 2014, s. 8).

Bir sonraki aşamada Twitter üzerinden yapılan, adaylarla ve kilit seçim konularıyla ilişkili tartışmalar 8 grup üzerinden analiz edilmiştir. Gruplardan gelen Twitter mesajlarının tamamı bilgisayar ile içerik analizinden geçmiştir ve analiz sonucunda 8 kilit seçim konusunun varlığı tespit edilmiştir. Dört ay boyunca 8 gruptan gelen 8 farklı konu tek tek incelenmiştir. Bu grupların konuları arasındaki ilişkiyi karşılaştırmak için bağlantı analizleri, korelasyon ölçümleri ve diğer bağlantı istatistikleri hesaplanmıştır. Son olarak da farklı medya araçlarının gücünü hesaplamak için regresyon analizi uygulanmıştır (Vargo vd., 2014, s. 9-11).

Araştırmanın sonucunda 2012 seçimlerinde medyanın belirlediği gündem konuları arasındaki bağlantılar ile adayların destekçilerinin kurduğu gündem konuları arasındaki bağlantılar arasında pozitif korelasyon olduğu ortaya çıkmıştır. Obama destekçilerinin Twitter hesaplarındaki gündem bağlantıları ile dikey medya gündem bağlantıları arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Romney destekçilerinin Twitter hesaplarındaki gündem bağlantıları, Cumhuriyetçi yatay medya gündem bağlantıları ile ilişkilidir. Obama destekçilerinin Twitter hesaplarındaki gündem bağlantıları Demokratik yatay medya gündem bağlantılarına Cumhuriyetçi yatay medya gündem bağlantılarından daha çok ilişkili olduğu anlaşılmıştır (Vargo vd., 2014, s. 13-15).

1.1.3.2.5. Beşinci çalışma: Ulusal gündem

Vu ve diğerleri (2014), üçüncü aşama çalışmasında diğer çalışmalardan farklı olarak gündem belirleme ağı modelini beş yıllık medya ve kamu verileri ile ulusal düzeyde incelemişlerdir. Çalışmanın amacı medya gündemi bağlantıları ile kamu gündemi bağlantıları arasında bir ilişkinin olup olmadığını test etmektir. Çalışmada ayrıca kitle iletişim araçları (gazete, televizyon, haber sitesi, radyo) arasındaki gündem konu bağlantıları arasındaki ilişkiler de test edilmiştir (Vu vd., 2014, s. 672).

Bu araştırmanın verileri ikincil veri kaynaklarından elde edilen veri setlerine dayanmaktadır. İçerik analizi verileri başlangıçta başka bir çalışmada kullanılmak üzere PEJ ve Ulusal kamuoyu araştırması kurumu tarafından toplanmıştır. Hipotezler 2007-2011 arasındaki beş yıllık süre için test edilmiştir. Veriler kapsamı genişletmek için seçimin olmadığı yıllardan da alınmıştır (Vu vd., 2014, s. 673).

PEJ araştırma merkezi, içinde radyolar, gazeteler, online haber siteleri, televizyonlar ve kablolu kanalların da yer aldığı dört haber kaynağından topladığı haberleri Amerika'da haftalık detaylı medya içeriği şeklinde yayınlamaktadır. Birçok

kitle iletişim çalışması medyanın kapsamını incelemek için PEJ'in indeksinden yararlanılmaktadır. Bu çalışma için 2007-2011 yıllarında yayınlanan haftalık raporların tamamı toplanmıştır. Analizin her birimi PEJ'in bir haftalık medya içerik raporundan oluşmaktadır. Çalışmada PEJ'in haftalık medya raporları medya gündeminde en çok yer bulan 10 konuya göre düzenlenmiştir. Bu konular şöyle sıralanmaktadır: 1) Ekonomi, 2) Sağlık, 3) Savaş, 4) Siyaset, 5) Ulusal güvenlik, 6) Sosyal aksaklıklar, 7) Eğitim, 8) Çevre, 9) Göç, 10) Diğer konular (Vu vd., 2014, s. 674).

Çalışmada kamu gündemi analizi için hazır kamuoyu anketi verilerinden yararlanılmıştır. “Bu günlerde ülkenin karşı karşıya bulunduğu en önemli problemler nelerdir?” şeklindeki geleneksel anket sorusuna 2007-2011 yılları arasında verilen aylık yanıtlar değerlendirmeye alınmıştır (Vu vd., 2014, s. 674).

İçerik analizinde olduğu gibi kamu gündemi için de konu ikililerinin aynı anda gündeme gelmeleri bağlantı analizinin temelini oluşturmuştur. Analiz üç aşamada yapılmıştır. İlk aşamada PEJ'in raporlarından hareketle gündemde en çok yer alan 10 konu belirlenmiştir. Her bir konunun diğer konularla kaç kez aynı başlıkta kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu şekilde medyanın hangi konuları birbiriyle daha çok ilişkilendirdiği belirlenmiştir. İkinci aşamada, bu 10 konunun kamuoyu anketlerinde kaçar kez birbirleriyle ilişkilendirildikleri belirlenmiştir. Bu sayede kamu gündemindeki konular arasında nasıl bağlantı kurduğu tespit edilmiştir (Vu vd., 2014, s. 675). Son olarak ilk iki aşamada oluşturulan matrisler QAP testi ile birbirleriyle karşılaştırılmıştır. Böylece medya ve kamu gündemindeki konular arasındaki bağlantılar arasında ilişki olup olmadığı analiz edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda ise medya gündemi bağlantıları ile kamu gündemi bağlantıları arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Kamunun gündemindeki konular arasındaki bağlantıyı medyanın verdiği şekilde kabul ettiği ortaya çıkmıştır. Gündem belirleme ağı etkisinin yalnızca bulunduğu dönemde değil zaman içinde de devam ettiği araştırma sonuçları arasındadır. Kitle iletişim araçları arası gündem bağlantılarında ise yüksek korelasyon bulunmaktadır. Başka bir deyişle medya organları gündem konuları arasında benzer ilişkiler kurmaktadır (Vu vd., 2014, s. 677-682). Sonuç olarak gündem belirleme ağı modeli bu çalışmada da doğrulanmıştır.

1.1.3.2.6. Altıncı çalışma: Kitle iletişim araçları arası etkileşim, uluslararası boyut

Guo ve diğerleri (2015) tarafından yapılan araştırmada, Birleşik Devletler, Çin, Tayvan ve Polonya'daki gazetelerin Irak Savaşı hakkında yayımladıkları haberler ağ analizi ile incelenmiştir. Bu çalışma ile kitle iletişim araçları arası gündem belirleme ağı uluslararası bir düzeyde irdelenmiştir. Çalışmada Irak Savaşı'nın başlangıcından itibaren iki yıl boyunca haber arasındaki ağ bağlantıları sayesinde, siyasi tutumlar ve kültürel benzerlikler arasındaki ilişki araştırmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma diğer çalışmalardan farklı olarak uluslararası bir boyutta kitle iletişim araçları arasındaki gündem belirleme bağlantılarını farklı kültür ve politik durum açısından bir farklılık olup olmadığı boyutunda test etmiştir.

Araştırmada dört ülkeden dört farklı gazete örneklem alınmıştır. Bunlar ABD'den The Newyork Times, Çin Halk Cumhuriyeti'nden The People's Daily, Tayvan'da The United Daily News ve Polonya'dan Electoral Gazette'dir. Bu gazetelerin seçilmesinin nedeni The Newyork Times'ın ABD'de gündem belirlediği varsayılan önemli bir yayın olması, The People's Daily Çin'in resmi gazetesi olması, The United Daily News'ın yıllardır Tayvan'ın gündemine hakim olan iki gazeteden biri olması ve Electoral Gazette'nin Polonya'nın en etkili gazetesi olarak kabul görmesi şeklinde açıklanmıştır (Guo vd., 2015, s. 349).

Çalışmada söz konusu gazetelerin Irak Savaşı ile ilgili haberleri 1 Ocak 2003 – 31 Aralık 2004 tarihleri arasında içerik analizi ile taranmıştır. Ardından her gazetenin Irak Savaşı ile ilgili haberlerinin bağlantı matrisleri oluşturulmuştur. Daha sonra bunlar, QAP korelasyonu ile karşılaştırılmıştır (Guo vd., 2015, s. 350).

Araştırma sonuçlarında farklı kültürden olmalarına rağmen savaş karşıtı ortak tutumlarda bulunan Çin ve Polonya gazetelerinin ağ korelasyonu pozitif çıkmıştır. Bu bulgu farklı kültürden olmalarına rağmen politik görüşlerin etkili olduğu görüşünü desteklemektedir. ABD ve Tayvan'da da farklı kültürlerden olmasına karşın savaş yanlısı tutumlarının aynı olması dolayısıyla ağa bağlı gündemleri arasındaki ilişki pozitif çıkmıştır. Genel olarak örneklem alınan ülkelerdeki gazetelerin kültürden daha çok siyasi tutumlarına göre yayın yaptıkları araştırma sonuçları arasındadır (Guo vd., 2015, s. 355-357).

1.1.3.2.7. Yedinci çalışma: Çin’de gerçekleştirilen bir çalışma

Cheng ve Chan (2015) tarafından yapılan çalışmada, Hong Kong'da 2012 yılında yaz aylarında başlayan ahlaki ve milli eğitim hareketi dönemindeki (MNE:Moral and National Education) üçüncü aşama gündem belirleme etkisi araştırılmaktadır. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı ABD dışında farklı bir ülkede gerçekleştirilmiş olmasıdır. Araştırmanın amacı ise MNE döneminde her bir gazetenin gündem bağlantıları ile kamu gündem bağlantıları arasındaki ilişkiyi test etmektir.

Çalışmada Hong Kong’da yayın yapan gazetede çıkan 532 MNE haberine içerik analizi uygulanmış ve Hong Kong’da 342 kişiye zihin haritalama anketi yapılmıştır. (Cheng ve Chan, 2015, s. 1096).

Çalışmanın detaylarına bakılacak olunursa şöyle özetlenebilir: Hong Kong'da kayıtlı 50 gazete vardır. Her birinin benimsediği bir siyasi görüş vardır. Bu çalışma, farklı görüş ve güvenilirlik seviyelerine sahip olan gazetelerin iki farklı online (web sitesi aracılığıyla) ve offline (klasik usulde kağıt ile yapılan) anket çalışması ile kamu gündemini nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Çalışmada üç gazete içerik analizine konu edilmiştir: Bu gazeteler, Hong Kong Economic Journal, Ta Kung Pao ve Apple Daily’dir. Bu üç gazete arasında en çok ilgi gören gazete Hong Kong Economic Journal, ikinci Apple Daily ve üçüncü Ta Kung Pao’dur. Hong Kong Economic Journal diğerlerine göre daha ciddi ve Çin hükümetine karşı nötr bir gazetedir. Apple Daily liberal ekonomiyi savunan ve Çin hükümetini eleştiren yazılarıyla demokratik sistemin yanında yer alan bir gazetedir. En az güven duyulan gazete olan Ta Kung Pao ise merkez Çin Hükümeti’ne destek veren bir gazetedir (Cheng ve Chan, 2015, s. 1094).

Medya gündemini belirlemek için Çin'deki gazete, dergi ve internet sitelerinden haber yayınlayan WiseNews isimli bir haber sitesinde MNE (Moral and National Education: Ahlaki ve Milli Eğitim) kelimesi aratılmıştır ve elde edilen listeden, araştırmaya konu edilen üç gazetenin bu konuyla ilgili bütün yazıları sıralanmıştır. Bu sayede toplam 2659 habere ulaşılmıştır. Bu haberler arasında da rastgele seçim yapmak için 5 haberden sonuncusu (beşincisi) örneklem alınmıştır. Böylece toplam yazı sayısının beşte biri; yani 532 yazı örneklem alınmıştır. İçerik analizine tabi tutulan bu yazılarda değinilen konular kategorilere ayrılmıştır. Daha sonra “konu ilişki matrisleri” oluşturulmuş ve bu matrislerde konuların diğer konularla kaç kez anıldığı gösterilmiştir (Cheng ve Chan, 2015, s. 1096).

Kamu gündem bağlantılarını belirlemek için geleneksel yöntem yerine hem üstü kapalı hem de açık sorularla kamunun gündemini belirlemeye yarayan yeni bir yöntem olan zihin haritalama anketleri kullanılmıştır. Katılımcının zihnindeki gündem bağlantılarını üstü kapalı bir şekilde öğrenmek için MNE hareketiyle ilgili görüşlerini ifade eden bir takım kelimeler (maksimum 10 kelime) yazması istenmiştir. Katılımcının zihnindeki konular arasındaki ilişki ya da bağlantıları açıkça ortaya koymak için de yazdığı kelimeleri ikiye bölünmüş gruplar halinde birbirine bağlaması istenmiştir. Katılımcıların kelime seçme konusunda zorlandıkları görülmüştür. Bu durumda da katılımcılara yardımcı olacak şekilde anket formu yeniden tasarlanmıştır. Yeni anketin tasarlanması için odak gruplar oluşturulmuş ve bu gruplardan 50 kişi ile MNE hareketi ile ilgili görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda öne çıkan 30 kelime seçilmiş ve ankete dâhil edilmiştir. Katılımcılara zihin haritalama anketinde seçecekleri 10 kelimeyi bu 30 kelime arasından seçmeleri istenmiştir (Cheng ve Chan, 2015, s. 1095).

Araştırma sonuçlara göre örneklem alınan gazetelerin MNE hareketi ile ilgili haber bağlantıları ile kamunun zihnindeki bağlantılar arasında güçlü ilişki bulunmuştur. Yalnızca Ta Kung Pau gazetesinin MNE haberleri konu ilişkileri ile kamu zihnindeki bağlantılar arasındaki ilişki düşük çıkmıştır. Bu durumda üçüncü aşama gündem belirleme etkisinin her gazete için geçerli olmadığı belirlenmiştir (Cheng ve Chan, 2015, s. 1097 - 1103). Sonuç olarak medya ve kamu gündemine ilişkin konu bağlantılarının bazı gazeteler için olmasa bile genel anlamda güçlü olduğu ortaya konulmuştur.

1.1.3.2.8. Türkiye’den ilk çalışmalar: Ağ analizi ve zihin haritalama

Üçüncü aşama gündem belirleme konusunda Türkiye’den de iki çalışma ile katkı sağlanmıştır. İspir ve Kılıç (2017) tarafından gerçekleştirilen ilk çalışmada gündem belirleme çalışmalarında ağ analizi kullanımına yönelik bir uygulama sunmaktadır. Kılıç ve İspir’in (2018) yapmış olduğu ikinci çalışmada üçüncü aşama gündem belirleme ile doğrudan ilgisi olmasa bile kamu zihninde yer alan marka imajlarını belirlemeye yönelik araştırmalarında üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarında kullanılmaya başlanılan zihin haritalama anketleri kullanılmıştır.

İspir ve Kılıç’ın (2017, s. 77-79) ilk çalışmalarında 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde Twitter gündemini sosyal ağ analizi kullanarak incelenmektedir. Seçim boyunca en çok takipçisi olan 18 köşe yazarının 905 Twitter gönderisi içerik analizine

ile şu 11 kategoride incelenmiştir: Siyaset, Seçim, Dış Politika, Ekonomi, evre, Terör, Demokrasi, Kültür Sanat, Din ve Laiklik.

Belirlenen kategorilere göre seçim öncesi ve seçim sonrası olmak üzere iki matris oluşturulmuştur. Seçim ncesi dönemi kapsayan veri için “Siyaset” en yüksek derece merkeziliği katsayısına sahip kategori olmuştur (223) ve ağın yoğunluk katsayısı 8,1’dir. Seçim sonrası dönemi kapsayan veri için yine “siyaset” en yüksek derece merkeziliği katsayısına sahip kategoridir (89) ve ağın yoğunluk katsayısı 3,4 olmuştur (İspir ve Kılıç, 2017, s. 77-80).

Elde edilen sonuçlara göre seçimden bir hafta öncesi için siyaset, demokrasi, seçim, medya en merkezde olan konular olmuştur. Ayrıca oluşturulan iki matrisin birbiri ile ilişkili olduğu grlmştir (İspir ve Kılıç 2017, s. 77-83).

Kılıç ve İspir (2018) tarafından gerçekleştirilen ikinci çalışmada ise Galatasaray, Beşiktaş ve Fenerbahçe takımlarına yönelik marka çağrışımı zihin haritala anketleri ile ağ analizi kullanılarak ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmada Galatasaray 12, Beşiktaş için 14, Fenerbahçe için ise 15 marka imajı kategorisi belirlenmiştir (Kılıç ve İspir, 2018, s. 20). Bu alışma için katılımcılara her takım için 5’er kutunun yer aldığı anket formu dağıtılmış ve her bir kutuya takımlar ile ilgili akıllarına gelen 5 kelimeyi yazmaları istenmiştir. Daha sonra kutulara yazdıkları kelimeler arasında ilişkili olduğunu düşündükleri arasında çizgi çizimleri istenmiştir. Çalışmada Eskişehir’de 167 kişi ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır (Kılıç ve İspir, 2018, s. 19)

Araştırma sonucunda ise Galatasaray için derece merkeziliği en yüksek çağrışımlar “Takım performansı” “Başarı” ve “Nostalji” olmuştur. ağrışımları arasında yoğun ilişki ise “başarı ile takım performansı” ve “takım performansı ile nostalji” arasında bulunmuştur. Beşiktaş için derece merkeziliği en yüksek çağrışımlar “Taraftar kimliği” “Logo ve renkler” ve “tarafar” olmuştur. Çağrışımlar arasında “tarafar kimliği ile taraftar” ve “tarafar kimliği ile logo-renkler” arasında yoğun ilişki olduğu ortaya koyulmaktadır. Fenerbahçe için derece merkeziliği en yüksek ağrışım “Yönetim-yönetici” “Yıldız oyuncu” ve “Etik dışı eylemler” olmuştur. Çağrışım ağında “yönetim-yönetici ile etik dışı eylemler” ve “yönetim-yönetici ile yıldız oyuncu” arasında yoğun ilişki olduğu belirtilmektedir (Kılıç ve İspir, 2018, s. 21-22).

Sonuç olarak nc aşama gündem belirleme çalışmaları oldukça yenidir ve bugüne dek sınırlı sayıda çalışma ile farklı biçimlerde gündem belirleme ağı modeli test edilmiştir. Bu alan Türkiye’de henüz bir lisansüstü çalışmaya konu edilmemiştir.

Bu çalışmada gündem belirleme ağı modelinin Türkiye’de nasıl işlediğini ortaya koymak üzere kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yurt dışındaki literatürden farklı olarak sağlık konusuna odaklanılmıştır. Çünkü sağlık, son yılların giderek artan öneme sahip konuları arasında neredeyse ilk sırada gelmektedir. Toplumun sağlık konusundaki beklentilerinin de giderek artan bir ivme kazandığı söylenebilir. Bununla bağlantılı olarak medya içeriklerinin de sağlık konusu daha fazla oranda işlenmeye başlanmıştır (Yüksel vd., 2014, s. 329). Kamunun sağlık konularında doğru bir şekilde bilgilendirilmesi, yaşam kalitesinin artırılması ve daha sağlıklı bir hayatın bireysel anlamda sürdürülmesi anlamında sağlık haberciliği önem kazanmıştır. Bundan dolayı bu çalışmada gündem belirleme ağı modeli sağlık haberleri özelinde test edilecektir.

1.1.4. Sağlık, hastalık ve sağlık iletişimi

Bu bölümde temel sağlık kavramı, hastalık kavramı, sağlık iletişimi, sağlık haberciliği, sağlık iletişimi bağlamında yapılan çalışmalar ve araştırmaya konu olan hastalıklar ele alınmıştır.

Sağlık, Türk Dil Kurumu’nun yayını olan Büyük Sözlük’e göre “vücudun hasta olmaması durumu, esenlik, sıhhat³” şeklinden tanımlanmaktadır. Sağlık insanların temel yaşam gereksinimidir. Dünya Sağlık Örgütü’nün 1948 yılında yapmış olduğu tanımla sağlık, sadece hasta ve sakat olmama durumu değil, aynı zamanda bedensel, ruhsal ve sosyal yönlerden tam bir iyilik hali olarak da betimlenmiştir.⁴ “Tam bir iyilik hali” ifadesi, insan hayatının duygusal, zihinsel, mesleki, bedensel, sosyal ve manevi yönden iyilik haline karşılık gelmektedir (Bulduklu, 2010, s. 58).

Öte yandan çoğu bilim insanının anlaştığı ortak bir sağlık kavramından söz etmek ise mümkün değildir. Farklı yaklaşımlar sağlığı farklı şekilde tanımlamaktadır (Sezgin, 2011, s. 35). Örneğin ekolojik yaklaşım sağlığı, hasta olmama durumu ve hem ruhsal hem de fiziksel yönden kendini hissetmek şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca sağlıklı olmanın bireyin hayatını rahat ve esenlik içerisinde sürdürebilmesi için gerekli bir durum olduğunu belirtmektedir. Sağlıklı kişi, hem iç hem de dış çevresi ile uyum içerisinde olmalı ve adaptasyonu sağlamalıdır (Velioğlu, 1999, s. 85). Sosyolog Parsons’a göre sağlık, bireylerin işlevsel olma yeteneğidir. Toplumsal yaşam içinde her

³ www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 24.12.2017)

⁴ <https://www.who.int/about/mission/en/> (Erişim tarihi: 24.12.2017)

birey belirli role ve sorumluluklara sahiptir. Kişilerin bu rol ve sorumluluklarını tam anlamıyla yerine getirmesi sağlıklı olduğunun göstergesidir (Adak: 2002, s. 23). Illich’e (1995:190) göre sağlık, çevredeki değişimlere uyum sağlayabilme, büyüebilme ve yaşlanabilme, hastalandığında iyileşebilme, acı çekebilme ve ölümü huzurlu bir şekilde bekleyebilme yeteneğidir. Sağlık, acıyı ve onunla birlikte yaşamak için gerekli tinsel gücü de içerir. Sonuç olarak sağlık, toplumsal alandan bireysel alana kadar uzanan geniş bir perspektifte değerlendirilebilmektedir. Bu doğrultuda sağlık tanımında neyin sağlıklı, neyin sağlıklı olmadığı kültürden kültüre değişmektedir (Giddens, 2005, s. 153).

Çalışmanın konusunu oluşturan bir başka kavram “hastalık” kavramıdır. Hastalık sağlığın zıddı bir kavramdır. İnsan vücudunun çeşitli nedenlerle bedensel, sosyal ve ruhsal yönden dengesinin bozulmasına hastalık denmektedir. Hastalık; kişiyi rahatsız eden, normal olmayan ve kendi bedeninden kaynaklanan uyarımların olduğu bir durumdur. Diğer bir deyişle sağlığın bozulmasıdır. Hastalık vücutta hücre ve organlarda yapısal ve fonksiyonel değişimler yapmaktadır (MEB. 2011, s. 39). Türk Dil Kurumu’na göre ise hastalık, “organizmada bir takım değişikliğin ortaya çıkması, sağlığın bozulması ya da kaza veya yaralanma dolayısıyla fizik veya ruh sağlığı bozulmuş ve tedavi edilmesi gereken kimse⁵” olarak tanımlamaktadır. Esenliği yerinde olmayan, sağlığı bozuk olan, organlarından herhangi birinin işleyişinde bir bozukluk duyumsayan kimseye ise “hasta” denmektedir (Tanrıverdi, 2014, s. 2).

Sağlık ve hastalık ayrılmaz iki kavram olarak görülmektedir. Sağlık hastalığın olmayışı olarak tanımlanırken hastalığın ne olduğunun tanımlanması çok daha güçtür. Genellikle hastalık kavramından tüm bireylerin aynı durumu anladıkları düşünülmektedir. Fakat hastalık tanımı da zamandan zamana, toplumdan topluma değişmektedir. Bireyin hangi zaman aralığında hangi koşullarda hasta denileceği, kişilerin kendilerini ne zaman hasta olarak algılayacağının belirli bir ilkesi yoktur. Ancak sağlıklı olma durumunun kaybedilmesi, hastalık sürecinin başlangıcına işaret eder (Cirhinlioğlu, 2002, s. 22).

Hastalık kavramı bireyler ve doktorlar arasında da farklılık göstermektedir. Kişiler arasında önemli olan hastalık, kendisinde ya da yakınında olan hastalıktır. Doktorlar ise tanı konulması ya da tedavisi güç olan ve son teknolojileri gerektiren hastalıkları önemli hastalıklar olarak kabul etmektedir. Toplum sağlığı açısından bakıldığında zaman, önemli

⁵ www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 24.12.2017)

olan hastalıklar; en çok ölüme ya da sakatlığa neden olan ve en sık görülen hastalıklardır (Öztek, 2001, s. 95). Sonuç olarak sağlık kavramında olduğu gibi hastalık kavramında da ortak bir uzlaşılan bir tanımdan söz edilememektedir.

Son yıllarda post-modern gelişmelere bağlı olarak sağlık bilimleri ve sosyal bilimler arasındaki alan daha da geçirgen hale gelmiştir. Bunun sonucunda sağlık bilimciler ve sosyal bilimciler daha çok iletişim halinde ortak çalışmalar yürütmektedirler (Gürsoy, 2001, s. 11). “**Sağlık iletişimi**” Kuzey Amerika iletişim bilimlerinde 1970’den itibaren gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlamış çok yönlü bir iletişim alanı olarak gelişmiştir. Avrupa’da da çok eski olmayan sağlık iletişimi, Türkiye’de oldukça yenidir (Okay: 2009, s. 21).

Literatürde sağlıkla ilgili konular hakkında bireyleri, grupları ya da daha geniş insan topluluklarını bilgilendirme, yönlendirme, ikna etme işi olarak tanımlanan sağlık iletişimi, sağlık politikalarının analizi de dahil olmak üzere, salgın hastalıkları önleme ya da bunlara karşı insanları bilinçlendirme faaliyetlerini de kapsamaktadır. Genel amaç insanların ve toplumların yaşam kalitelerini artırmaktır. Buna göre sağlık iletişimi alanı, iletişim sürecindeki bütün unsurların sağlıkla ilgili konularda nasıl bir araya geldiğini irdelemektedir (Becerikli, 2013, s. 26). Ancak sağlık iletişiminin bugün gelinen noktada çok daha geniş bir alana seslendiği söylenebilmektedir. İşak’ın (2008, s. 27) ifadesiyle içeriği sağlık olan her türlü insan iletişimi, sağlık iletişimi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım doğrultusunda sağlık iletişiminin kapsam ve işlevi, öncelikle sağlık hizmetlerinin tanınması, doğru sağlık bilgilerinin yayılması, sağlıkla ilgili tutumların değişmesi ve sağlık yaşam biçimlerinin temeli olan sağlık davranışının geliştirilmesi açısından temel süreç olarak belirlenebilmektedir (Tabak, 1999, s. 26). Ayrıca sağlık iletişimi sağlık ve sağlığı ilgilendiren konularda bireylerin, kurumların, toplumların bilinçlendirilmesi, farkındalık yaratılması; bilgi ihtiyacının giderilmesi; doğru bilgilerin verilmesi; sağlık bilincinin oluşturulması; sağlık okuryazarlığın oluşturulması /yükseltilmesi; hasta ya da birey olarak sağlık haklarının tanımlanması ve bu konuda bilinç oluşturulması ayrıca sağlıklı çevrede yaşam haklarının korunması için iletişim stratejisi ve yöntemlerinin kullanılması şeklinde açıklanabilmektedir (Sezgin: 2011, s. 27).

Sağlık iletişimini en genel anlamda kaynak ve alıcıları, bu alanda hizmet sunan ya da verenler (sağlık uzman ve profesyonelleri) ve hizmet alan ya da görenleri (halk, hastalar ve yakınları) kapsamaktadır. Bu bağlamda Yüksel (2015, s. 251-252) sağlık iletişimini, iletişimin kullanım biçimlerine göre beş kategoriye ayırmaktadır:

- i. **İçsel iletişim** (kişileri güdüleyen, motive eden, gereksinimleriyle kişilerin kafasındakini kavramasına yardımcı olan iletişim biçimi),
- ii. **Bireysel iletişim** (hizmet veren ve hizmet alan tanımlarına giren tüm kişilerin birbirleriyle karşılıklı iletişimi),
- iii. **Grup iletişimi** (sağlık çalışanları gruplar halinde tanımlandığında ya da hasta grupları),
- iv. **Kurumsal iletişim** (sağlık kuruluşlarının kurumsal iletişimi),
- v. **Toplumsal iletişim** (sağlıkla ilgili toplumsal hizmet ve uygulamalarla birlikte iletişim kampanyaları, halkla ilişkiler faaliyetleri ve kitle iletişim araçları yoluyla gerçekleştirilen iletişim).

Sağlık iletişimin amacı farklı sınıflandırma dikkate alındığında her bir sınıflandırmanın farklı amaçlarından söz etmek mümkündür. Örneğin bireysel boyutta, sağlık çalışanlarının iletişim ve ilişki kurma becerilerini geliştirmektir. Kurumsal boyutta sağlık kurumlarının yapısını, örgütlenişini, sağlık hizmetlerinin sunumunu, hasta ve yakınlarıyla bir iletişim kanalı olarak geliştirmektir. Bireysel ve toplumsal boyutta ise hasta ve sağlıklı bireylerin sağlıkla ilgili tutum ve davranışlarını daha olumlu hale getirmektir. Sağlık hizmet ve ürünlerini tanıtmak, bireyleri, kurumları, toplumları bilinçlendirmek, bilgi ihtiyacını gidermek, doğru bilgi vermek, sağlık bilinci oluşturmak, sağlık okuryazarlığını oluşturmak ve yükseltmek, hasta ya da birey olarak sağlık hakkının tanınması ve bu konuda bilinç oluşturmaktır. Sağlıklı çevrede yaşam hakkının korunması için iletişim strateji ve yöntemlerini kullanmak sağlık iletişimin amaçları arasındadır. Sağlık iletişimin ekonomik anlamda amacından da söz etmek gerekmektedir. Çünkü sağlık iletişimine yeterli ilginin gösterilmesiyle ülke ekonomilerinde ciddi bir gider kalemi olarak gösterilen sağlık harcamaları en az yarı yarıya indirilmesi söz konusu olabilmektedir (Yüksel, 2015, s. 253-254). Kısaca sağlık iletişimin amacı sağlıkla ilgili konularda bilgi ve anlayışı artırmak ve hedef kitlenin sağlık durumunu iyileştirmektir (Sağlık Bakanlığı, 2011, s. 46-48).

Sağlık iletişimin ilgi alanı; toplum içinde bireylerin sağlığından ve yaşam kalitelerinin iyileştirilmesinden, ulusal ve evrensel sağlık programlarının hazırlanmasına, sağlık politikalarının düzenlenmesine kadar oldukça geniştir. Kitle iletişimi düzeyinde ele alındığı gibi kişiler arası iletişim düzeyinde de ele alınan sağlık

iletişimi, sağlık hizmetlerinin tanınması, sağlıkla ilgili doğru bilgilerin yayılması, sağlık davranışlarının geliştirilmesi, sağlıkla ilgili tutumların değiştirilmesi gibi hedefleri içermektedir (Tabak, 1999, s. 29-30).

Sağlık iletişimi konusunda öncü kurum olan ve çalışmalarını 1971'deki Uluslararası Kansere Enstitüsü Hareketi'nin başlamasına dayandıran CSI'dir (Cancer Information Service- Kansere Enformasyon Servisi). CSI, kanser hastalığının nedenlerinin ortaya çıkarılması, hastalığın önlenmesi ve tedavisi için ABD'nin en uzun süre devam eden sağlık iletişimi programlarından biri olan Ulusal Kansere Hareketi'ni kullanarak toplumu, bilim adamlarını, doktorları ve sağlık personellerini bilgilendirmeyi hedeflemiştir. Yine ABD'de Uluslararası İletişim Derneği'ne bağlı olarak sağlık iletişimi bölümü 1975 yılında kurulmuştur. Sağlık iletişim araştırmaları 1975'den önce düzenli olmayan bir şekilde yapılmıştır. Yapılan ilk çalışmalar ilgi alanları iletişim olan kişilerce yapılmıştır (Çınarlı, 2008, s. 41).

Türkiye'de özellikle "sağlık iletişimi" konusunda çalışan akademisyenlerin ve eserlerin sayısını diğer konulara göre daha fazla olduğu söylenebilmektedir. Bu alanda iletişim fakültelerinde ve özellikle halkla ilişkiler bölümleri çatısı altında verilen derslerde de okutulan bazı kitaplar mevcuttur. Örneğin Tabak (1999), Çınarlı (2008) ve Okay'ın (2009) çalışmaları bu yöndedir. Sağlık iletişimi üzerine yazılmış makalelerde de sağlık iletişiminin değişik yönlerine işaret edilerek kampanya, strateji, etik, eğitim, iletişim becerileri, halka ilişkiler, problemler ve farkındalık yaratılmasına ilişkin görüş ve değerlendirmeler kaleme alınmıştır (Yüksel, 2017; Bilgili ve Özpınar, 2010; Çağırıcı ve Yeğenoğlu, 2007; Koch ve Turgut 2004; Öztürk, 2008). Ayrıca 2015 yılında başlayan 2016 ve 2017 yılında da devam eden Uluslararası Sağlık İletişimi Sempozyumu da bu alanda çalışan birçok akademisyeni bir araya getirmiştir. En son 2017 yılında düzenlenen sempozyumda 100'ün üzerinde bildiri sunulmuştur (SİS, 2017). Yüksel ve diğerlerinin (2014) TÜBİTAK projesi kapsamında yapmış oldukları araştırma da sağlık iletişimi alanında sağlık konulu yayınları kapsayan en kapsamlı analiz olmuştur.

Sağlık iletişimi bağlamında Türkiye'de yapılan lisansüstü çalışmalara YÖK Tez Tarama sisteminde "sağlık iletişimi" ve "sağlık haberciliği" anahtar kelimeleri ile Mart 2018 yılı itibarı ile arama yapıldığı zaman ilk çalışmaların 2000 yılından sonra olduğu

anlaşılmaktadır.⁶ Türkiye’de sağlık iletişimi alanında yapılan çalışmalar genellikle toplumsal iletişim ağırlıklıdır. Çok az sayıda da bireysel iletişim çalışması yapılmıştır.

Toplumsal iletişim çalışmaları özetlenecek olunursa şu çalışmalar üzerinde durulabilir: Çınarlı (2004) sağlık iletişimini, sağlığın geliştirilmesindeki rolünü kuramsal bir çerçevede ele almıştır. Öğüt (2013) ise çalışmasında sağlık haberciliğini tanımlayarak ayrı bir uzmanlık alanı olarak basın tarihi içerisinde ortaya çıkışını ve tarihsel bağlam içerisindeki gelişimini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Kumbasar’ın (2006) çalışması gazetelerin sağlık haberlerine verdiği önemi belirlemek amacını taşımaktadır. Bu çalışmanın sonucunda sağlık haberlerinin, gazetelerde sansasyonel olmadıkça yer bulmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Demir (2010), habercilik açısından sağlık haberleri değerlendirmiştir. Bu çerçevede iletişim teknikleri ve etik üzerinde durulmuştur.

Bir kısım çalışmada ise çeşitli sağlık konularının medyada yer alış biçimi üzerinden değerlendirmelerde bulunulmuştur. Örneğin Kanber (2003) araştırmasında, sağlık çalışanlarının medyada yer alış biçimi sorgulanmaktadır. İşak (2008), Hürriyet gazetesinde yer alan sağlık haberlerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesine yöneliktir. Araştırma sonucunda sağlık haberlerinin daha çok hafta sonu yayınlandığını ve çoğunlukla kadınlara yönelik magazin eklerinde yer aldığı ortaya çıkmıştır. Karagöz’ün (2012) çalışmasında, yaygın basında Dilovası’ndaki kanser vakalarını konu alan toplam haberleri incelenmiştir. Demiroğlu’nun (2012) araştırmasında ise Dünya’da yaşanan sağlık krizi olarak kabul edilebilecek domuz gribi salgını risk, endişe, korku ve panik oluşumu doğrultusunda kriz ve kriz haberciliği açısından ele alınmıştır. Adıyaman (2015), yapmış olduğu çalışmada gazetelerde yer alan obezite ile ilgili haberlerde obezitenin sunumundaki nitel ve nicel değişimleri incelemiştir.

Demir’in (2008) çalışmasında ise sağlıkla ilgili haberlerin basın tarafından nasıl üretildiği konusu incelenmiştir. Çalışmada ayrıca sağlık haberciliğinin medya etiği bağlamında değerlendirilmiştir.

Yıldız (2006), sağlık sorunlarının çözümünde basının toplumu yönlendirme gücü irdelenmiştir. Tekin (2007), sağlık-hastalık olgusuna ilişkin bilgi, tutum ve davranışları ile toplumsal faktörlerin bu bilgi, tutum ve davranışları ne şekilde etkilediği araştırmıştır. Kalem (2010), sağlık hizmeti sunan sağlık çalışanlarının medyada çıkan

⁶ <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tarama.jsp> Erişim Tarihi: 18.03.2018

sağlık haberlerine karşı ne tür algı, tutum ve davranışlar geliştirdiğini araştırmak amacıyla Ankara genelinde bir saha araştırması gerçekleştirmiştir.

Bir kısım çalışmanın ise sağlık iletişimine eleştirel boyutta yaklaştığı söylenebilir. Örneğin Gür'ün (2009) çalışmasında, sağlıkla ilgili tüketim kültürü araştırmıştır. Sezgin (2010), medyada sağlık söyleminin toplumsal ve kültürel dinamiklerinin analiz etmiştir. Utma (2010), sağlık haberlerinin halkı bilgilendirmedeki önemi üzerine durmuştur. Yeşilşerit (2012) çalışmasını, medyada yayınlanan sağlık haberlerinin, sağlık kültürü üzerindeki etkilerini araştırmak için yapmıştır. Öte yandan Bulduklu (2010), sağlık programlarını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde irdelemiştir.

Konuya halkla ilişkiler boyutuyla yaklaşan Çanak (2015), kamu spotları halkla ilişkiler ve sağlık iletişimi açısından incelemiştir. Bekçi (2016) ise RTÜK kanunuyla değişen iletişim faaliyetlerinin sağlık iletişimine etkilerini incelemiştir. Aygün'ün (2017) çalışmasında sosyal medyanın sağlık iletişimindeki rolünü incelenmiştir.

Bireysel iletişim düzeyinde altı çalışma mevcuttur. Bu çalışmalardan ilkinde Kolonkaya (2002), doktorlar ve hastalar arası iletişim sorunsalını ele almıştır. Koç'un (2014) çalışmasında, hasta-hekim iletişiminde güven unsurunun hastanın hekime olan bağlılığı üzerine etkisinin, aile hekimliği sistemi çerçevesinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ünal (2016) ise etkili bir hasta hekim iletişimi ile hastanın hekime ve hastaneye bağlılığını arasında ilişki olup olmadığını araştırmıştır. Yılmaz (2016) çalışmasında hasta hekim arasındaki iletişim problemlerinin ve bunun sonucunda gelişen sağlıktaki şiddet olaylarının nedenlerini ve çözüm yollarını niteliksel araştırma yöntemiyle araştırmıştır. Korkmaz (2017), hasta ve hekim ilişkisindeki olması gereken iletişimi ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Diğer çalışmada ise Saraçoğlu (2017), hasta ve hekim iletişimini incelemiştir. Araştırma sonuçları arasında hastanın hekimlerin iletişim becerilerinden memnun olduğu bulunmaktadır.

Sonuç olarak sağlık iletişiminde lisansüstü çalışmalar genellikle kitle iletişim araçları üzerinde durulmuştur. Bu araştırmada da sağlık haberleri konu edinildiği için sağlık haberciliği ve gelişimi ayrı başlıklar altında anlatılmıştır.

1.1.5. Sağlık haberciliği

Kitle iletişim araçlarında; yani gazete, dergi, televizyon, radyo ya da internet sitelerinde yayımlanan sağlıkla ilgili haberlere “sağlık haberi” adı verilmektedir. Daha genel bir kavram olarak sağlık programlarını, köşe yazılarını, köşelerini ve medyadaki

sağlık konulu her türlü içeriği kapsamak üzere de “sağlık konulu yayın” tanımı kullanılmaktadır (Yüksel vd., 2014, s. 68-69). En temelde insan sağlığını ve yaşam kalitesini ilgilendiren her konuda yapılan habercilik faaliyetleri “Sağlık haberciliği” kapsamı içindedir (Öğüt, 2013, s. 33).

Sütlaş’ın ifadesine göre (2007:171) ise sağlık haberciliği; “toplumun sağlığının korunması, geliştirilmesi, insan bedeninin gündelik gereksinimleri, hastalıkların tanı, tedavi, bakımı ve rehabilitasyonu, sağlık sistemi ve hizmetleriyle ilgili durum ve sorunlar, sağlık hizmeti verilen kurumlarla ve sağlık çalışanlarıyla ilgili yazılar, tanıtımlar hatta reklamlarla, bu alanda hizmet sunanların, bilgi üretenlerin, hizmet alanların ve yöneticilerin görüş ve düşünce açıklamaya yönelik her türlü aktarımlarını içermektedir.”

Literatürde sağlık haberciliğinin ne olduğu ve olmadığı sorusuna yanıt arayan Öğüt’ün doktora tezinde (2013, s. 33-35), sağlık haberciliğinin tanımını ortaya koymak için 138 sağlık ve medya profesyoneline “Sizce sağlık yayıncılığı nedir; nasıl tanımlanabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Çıkan sonuca göre sağlık haberciliğinin en temelde insanları sağlık konusunda aydınlatma amacı taşıdığı ve halk sağlığı konusunda farkındalık yaratmak, bilinçlendirmek ve gereken durumlarda halkı uyarmak gibi önemli işlevlere sahip olduğu belirtilmektedir. Öğüt (2013: 36- 38) çalışmasında sağlık haberciliğini “(1) sağlık profesyonellerine yönelik sağlık haberciliği” ve “(2) halka yönelik sağlık haberciliği” olmak üzere iki başlıkta toplamıştır. İlk kategori, medikal dergiler ve gazeteler aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve bu yayınlar belli kriterlere göre yayın yapan bilimsel dergilerin yanı sıra güncel olayların ve sağlık alanının yeniliklerinin sunulduğu popüler medikal dergileri kapsamaktadır. Dil, üslup ve ele aldığı konular itibarıyla farklı nitelikler taşıyan bu yayınlar daha çok sağlık alanındaki sivil toplum kuruluşları ile özel girişimciler tarafından çıkarılmaktadır. İkinci kategori ise sağlık konusunda halkın anlayabileceği dil ve üslupla bilgi veren, halkın ilgisini çekebilecek konulara daha çok yer veren yayıncılık anlayışına karşılık gelmektedir. Bu tür habercilikte muhabirin rolü daha çok hekimden aldığı bilgiyi halkın geniş kesimlerinin anlayabileceği bir dille, eksiksiz ve doğru bir şekilde anlatmakta gizlidir.

Öğüt (2013:59-61), sağlık ile ilgili yazıların altı genel başlık altında toplanabileceğini belirtmektedir.

1. **Genel-Sağlık:** Tıp anabilim dallarından biriyle ilgili bilgi veren, tanı ve tedavi yöntemlerinden bahseden, halk sağlığı ile ilgili bir olayı konu edinen vb. sağlık konulu yazılar genel-sağlık kategorisini oluşturmaktadır.
2. **Sağlık-Magazin:** Ağırlıklı olarak güzellik, bakım, egzersiz, kozmetik, sağlıklı yaşam konularını ele almakta ve ünlülerin sağlık durumlarına ilişkin bilgiler veren magazinsel türde yazılar sağlık-magazin kategorisini oluşturmaktadır.
3. **Sağlık-Ekonomisi:** Sağlık kurumları, tıbbi ürün, ilaç ya da tıbbi cihaz firmaları vb. gibi sağlık alanında hizmet sunan kurumların finansal, tıbbi yatırımlarına ilişkin yazılar ile araştırma geliştirme çalışmalarına ilişkin konular sağlık-ekonomisi kategorisini oluşturmaktadır. Sağlık Bakanlığı veya hükümet tarafından gerçekleştirilen tasarruflar, sosyal güvenlik sisteminin ekonomik boyutu, sağlık hizmeti alanları ve sağlık çalışanlarını ilgilendiren her tür ekonomik önlem ve düzenleme vb. gibi konuların yanında sağlık alanında yaşanan yolsuzluk ve usulsüzlüklerin konu edildiği yazılar sağlık-ekonomi kategorisini oluşturmaktadır.
4. **Sağlık-Hukuk:** Sağlık hukuk başlığı altında sağlık kurumları, sağlık çalışanları ve sağlık hizmeti alanları ilgilendirebilecek her türden yasal düzenlemeye ilişkin yazılar değerlendirilmektedir.
5. **Sağlık-Adliye:** Öncelikli olarak Adli Tıp Anabilim Dalı içerisine giren otopsi, DNA testi, tecavüz vakaları gibi olayları konu edinen türde yazılar sağlık- adliye başlığı altında değerlendirilmektedir. Buna ek olarak hastalar ve sağlık çalışanlarının karşılaştıkları mağduriyet, taciz, fiziksel/ sözel saldırılar vb. nedenlerle adli yollara başvurmalarını içeren yazılar da sağlık-adliye türü olarak ele alınmıştır.
6. **Advertorial (Tanıtım):** Türk Dil Kurumu tarafından “Gazete ve dergilerin özel sayfalarında bir reklam çerçevesindeki yazı, tanıtılacak ürünü değişik öğeler yardımıyla haber biçiminde anlatan reklam, bir yayın organında yer satın almış olduğu için bir şirketten, ürünlerinden veya hizmetlerinden söz eden yazı” olarak tanımlanan tanıtım içerikli yazılar sağlık alanında yaşanan ticarileşmeye koşut olarak sıkça rastlanan yazı türlerinden biridir. Her ne kadar sağlık muhabirleri açısından sağlık haberi olarak değerlendirilme de okuyucuya sağlıklı ilgili bilgi aktarımı olması sebebiyle tanıtım içerikli yazılar da sağlık konulu yazı kapsamında görülmektedir.

1.1.5.1.Sağlık haberciliğinin önemi ve Türkiye’de gelişimi

Sağlık haberleri yaşam ve ölüm, umut ve korku, sağlık ve hastalık, güven ve riskleri içinde barındırmaktadır. Sağlık habercisi ise basın kuruluşlarında kamuoyuna

sağlık alanıyla ilgili her türlü gelişme konusunda bilgilendirmek amacıyla görev yapan, konusunda uzman basın mensubudur (Çağlar, 2005, s. 111). Tılıç, (2004:1), hekimliğin temel ilkelerinden biri olan “önce zarar verme” sözünden hareketle bu ilkenin sağlık haberciliği için de geçerli olduğunu belirtmektedir. Çünkü bir doktor her şeyden önce hastasına bu ilke ışığında yaklaşmaktadır. Hastaya zarar vermemek sağlık vermekten daha önemlidir. Sağlık haberciliği içinde aynı şey geçerlidir. Muhabirin haber yaparken her şeyden önce bu haberin insanları nasıl etkileyeceğini düşünmesi gerekmektedir. Öyle ki yanlış bir haber insanların sağlığını olumsuz etkileyeceği gibi hayatlarına bile mal olabilmektedir.

Sağlık haberleri beslenme kilo sorunu, bebek bakımı, tıpta yenilik, çocuk psikolojisi, cilt hastalıkları, hava sıcaklığı, cinsellik, stres, sigara, alkol bitkisel tedavi, alternatif tedavi yöntemleri, ilaç etkileri, vitamin, kanser gibi hastalıklar ve sağlıklı yaşamla ilgili çok geniş konu yelpazesine sahiptir. Sağlık haberleri halkı bilgilendirdiği gibi sağlıkla ilgili kampanyalar çerçevesinde halkın katılımı ve desteğinin sağlanması konusunda önemli rol oynamaktadır (Çağlar, 2005, s. 112).

Sağlık haberleri kamunun tüketim alışkanlıklarını da değiştirebilmektedir. Sağlık haberlerinde çıkan kolesterol yüksekliğinin kalp krizi başta olmak üzere kalp hastalıklarına neden olduğu haberleri, et, yumurta gibi hayvansal gıdaların düşüklüğüne neden olurken, bitkisel gıdalarda artışa neden olabilmektedir (Çağlar,2005, s. 112).

Sağlık konulu yayıncılık alanında en yoğun faaliyetlerin ABD’de yaşandığı söylenebilir. Sağlık haberciliği ülkede birçok profesyonelin odaklandığı bir alan haline gelmiştir (Hartz ve Chappel, 1997’den aktaran Yüksel, 2014, s. 72) Türkiye’de ise sağlık haberciliğinin uzmanlaşmaya başladığı dönem 1990’lar olmuştur (Öğüt, 2013, s. 140). Bu dönemde sağlık haberleri yaygın basında sıklıkla yer almaya başlamıştır (Öğüt, 2013, s. 123).

Türkiye’de sağlık haberciliğinin tarihsel gelişimi ile ilgili en kapsamlı çalışma Öğüt’ün (2013) doktora tezidir. Sağlık haberciliğinin Türkiye’de gelişimi bu teze dayanarak özetlenecek olunursa; sağlık haberciliğinin Türkiye’de başlangıç noktası, sağlık haberlerinin ilk gazeteler ve mesleki uzmanlık yayınları olan tıp dergilerinde yer alması ve halkın bu yayınlar aracılığıyla bilgilendirilmesidir (Öğüt, 2013, s. 123). Osmanlı döneminin ilk Türkçe gazetesi olan Takvim-i Vekayi’den (1831) başlayarak sağlık haberlerine yer verilmiştir. Hatta Ceride-i Havadis’te (1840) de “soru –yanıt” içeren sağlık konulu yazıların bulunduğunu belirtilmektedir (Koloğlu 1997, s. 28).

Tercüman-ı Hakikat'te 1878'de yazan Ahmed Mithad dönemin bilim ve sağlık yazarıdır (Koloğlu,1997, s. 46-52).

İlk basılı bilimsel dergi (Vekayi-i Tıbbiye), 1849'da yayımlanmaya başlamıştır (Koloğlu, 1997, s. 39). Ardından 1871'de Ceride-i Tıbbiye Askeriye dergisi onu izlemiştir. Dergi daha sonra birkaç kez isim değiştirmiştir. Son olarak GATA Bülteni adıyla yayımına halen devam etmektedir. İstanbul dışında yayımlanan ilk süreli tıbbi yayın ise 1910'da Trabzon'da yayın hayatına başlayan ve Anadolu'da çıkarılan ilk Türk Tıp dergisi olma sıfatını da taşıyan Hekim dergisidir (Öğüt, 2013, s. 127).

Sağlık ve tıp haberciliğinin ilk örnekleri Arap harfleri ile Türkçe yayınlanmıştır (Öğüt, 2013, s. 128). İlk tıp dergisinin 1849 yılında yayınlanmasından 1928 Harf Devrimi'ne kadar geçen sürede sağlık bilimleri alanında Arap harfleri ile Türkçe olarak yayınlanan 74 adet süreli yayın hayata geçmiştir (Dinç, 2007, s. 15). Latin harflerinin kabulü ise sağlıkla ilgili bilgilerin halka aktarılmasında bir dönüm noktası olmuştur. Başlatılan eğitim seferberliği doğrultusunda sağlık bilgileri daha geniş bir kitleye daha sade bir anlatımla sunulmaya başlanmıştır (Öğüt, 2013, s. 128). Basında “basit bir anlatım ve hafif içeriklerin yer almasına özen gösterilmesi” doğrultusunda sağlık ve tıp terminolojisindeki bilginin topluma yansıtılması amacıyla anlatım dilinin sadeleştiği belirtilmektedir. Örneğin Tan gazetesinde (1935) Lokman Hekimin Öğütleri başlığı altında verilen bilgilerde Latince terim ya da bilim adamlarının anlatımlarına yer verilmemiştir (Koloğlu, 1997, s. 54).

İkinci Dünya Savaşı'nın “kıtlık” ya da “yokluk” günlerinde gazete satışları düşerken devreye radyo girmiştir. 1938'de yayıma başlayan Ankara Radyosu, halkın haberdar edilmesinde öncelikli konuma geçmiştir (Yüksel vd., 2014, s. 81) Daha geniş bir kitleye sağlık alanında yararlı bilgilerin ulaştırılması açısından da radyodan yararlanılmıştır (Koloğlu, 1997, s. 55).

1980'li yılların sağlık haberlerinde başlıca haber konuları arasında AIDS, organ nakilleri, sağlık alanında teşhis ve tedaviye ilişkin ilk uygulamalar ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na bağlı SSK hastanelerinde yaşanan ihmaller ve sağlık skandalları yer almaktadır. (Öğüt, 2013, s. 131).

Sağlık haberciliğinde henüz bir uzmanlaşmanın gerçekleşmediği 1970 ve 1980'li yılları, sağlık ve medya alanlarında yaşanan gelişmelere paralel olarak şekillenen ve uzman sağlık muhabirleri tarafından hazırlanan sağlık haberlerinin yaygın gazetelerde

sıklıkla yer almaya başladığı 1990'lı ve 2000'li yıllar takip etmektedir (Öğüt, 2013, s. 123).

Sağlık haberciliğinde 1990'lı yıllar ayrıca alanda uzmanlaşmaya dönük ilk adımların atılmaya başlandığı, sağlık muhabirlerinin kendi aralarında örgütlendiği ve değişen sağlık ve medya alanlarına paralel olarak ticarileşmenin sağlık haberciliği üzerinde olumsuz etkilerinin hissedilmeye başlandığı bir dönem olarak özetlenebilir. Bu bağlamda sağlık haberciliğini 1990'lı yıllardan 2000'li yıllara bağlayan süreçte öne çıkan en önemli başlıklar sağlık muhabirlerin örgütlenme çabaları, alanda uzmanlaşma ve ticarileşmenin sağlık haberciliği üzerine etkileridir (Öğüt, 2013, s140).

Günümüzde de sağlık haberlerine verilen önem giderek artmaktadır. Bununla paralel olarak da sağlık haberlerini inceleyen bilimsel yayınlarda da artış yaşanmaktadır. Türkiye'de son yıllarda gündemde öne çıkan sağlık sorunları ve gerçek yaşamdaki sağlık konuları ayrı başlıklar altında anlatılmıştır.

1.1.6. Gündemde öne çıkan sağlık sorunları

Bu başlık altında öncelikle Türkiye'de medya gündeminde öne çıkan sağlık sorunlarının neler olduğu sorusuna yanıt verilmiştir. Ardından da Devlet İstatistik Kurumu'nun verilerine dayanarak ülkede yaşanan sağlık sorunlarının gerçek yaşamdaki boyutları ortaya konulmuştur. Son olarak ise araştırmaya konu edilecek olan sağlık sorunları ayrıca mercek altına alınmıştır.

1.1.6.1. Medya gündemindeki sağlık sorunları

Türkiye'de sağlık konulu yayınlara en çok konu olan temalar, Yüksel ve diğerleri (2014) tarafından yapılan 2010 yılındaki araştırmada ortaya konulmuştur. Bu çalışmada 1781 basın organı (yerel, bölgesel ve yaygın gazete, dergi ve ekleri), 52 televizyon kanalı ve 551 internet portalı içeriği sağlık konulu yayınlar bakımından takip edilmiştir. Medya takip şirketinden basın organlarından 274.222, internet portalından 72.103, televizyondan 51.291 sağlık konulu yayın temin edilmiştir. Bu yayınlardan sistematik rastsal örneklem tekniği ile içerikler seçilmiştir. İçerik analizine konu edinen içerik sayısı basın organlarından 39.652, internet portalından 9.004, televizyondan ise 2.162'dir. Bulgulara göre basında, televizyonda ve internette öne çıkan temalar; eş değişle ana konular Tablo 3'de sunulmaktadır.

Tablo 3: Sağlık konulu yayınlarda en çok değinilen temalar (Yüksel vd., 2014, s. 274-286).

Basın	(1) Beslenme (2) İç Hastalıkları/ Genel Cerrahi, (3) Onkoloji / Kanser, Kardiyoloji / (4) Kardiyoloji / Kalp Damar Cerrahisi (5) Sağlık Kurumları, Hastaneler vb. (6) Güzellik, Bakım, Zayıflama, Sağlıklı Yaşam (7) Sağlık Çalışanları ve Sorunları (8) Hasta ve Yakınları Sorunları (9) Sağlık Bakanlığı (10) Kadın Hastalıkları ve Doğum
İnternet	(1) Sağlık Bakanlığı (2) Sağlık Çalışanları ve Sorunları (3) Eczane / Farmakoloji / İlaç Sektörü (4) Sağlık Kurumları, Hastaneler vb. (5) İç Hastalıkları/ Genel Cerrahi (6) Onkoloji / Kanser (7) Hasta Yakınları Sorunları (8) Domuz Gribi (9) Acil Tıp (10) Beslenme
Televizyon	(1) Beslenme (2) İç Hastalıkları/ Genel Cerrahi, (3) Güzellik, Bakım, Zayıflama, Sağlıklı Yaşam (4) Onkoloji / Kanser, Kardiyoloji / (5) Sağlık Bakanlığı (6) Alternatif Tıp / Tamamlayıcı Tıp (7) Sağlık Çalışanları ve Sorunları (8) Ruh Sağlığı (9) Hasta ve Yakınları Sorunları (10) Kadın Hastalıkları ve Doğum

Araştırma bulgularına göre üç kategoride elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde medyada en çok öne çıkan konuların genel olarak; Beslenme, İç Hastalıkları / Genel Cerrahi, Onkoloji / Kanser, Kardiyoloji / Kardiyoloji / Kalp Damar Cerrahisi olduğu anlaşılmaktadır (Yüksel vd., 2014, s. 274-286).

Bulgulara göre “**Beslenme**” temasının alt temaları öncelik sırasına göre şunlardır (Yüksel vd., 2014, s. 289): Genel Bilgi (Tanıtıcı, Bilgilendirici anlatımlar), Besinlerin faydası / Faydalı besinler, Dengeli Beslenme / Sağlıklı beslenme, Beslenme / Diyet, Dengesiz / Sağlıksız beslenme /Zararlı besinler, Obezite, Bilimsel araştırma bulguları, Gıdaların üretimi / güvenliği, Ramazan’da beslenme, Teşhis / Tedavi, Kampanya / Etkinlik / Tanıtım / Faaliyetler’dir.

“**İç Hastalıkları/ Genel Cerrahi**” temasının altında ise sırasıyla; Diyabet (şeker), Göğüs / Akciğer Hastalıkları (Astım, Bronşit, Anjin Farenjit), Gastroenteroloji /

Sindirim Sistemi, Enfeksiyon hastalıkları, Alerji, Şişmanlık, Salgın hastalıklar (Domuz gribi dışındaki), Endokrinoloji (Guatr, Tiroit) alt konularına yer verilmektedir.

“Onkoloji/ Kanser” temasının altında ise en çok sırasıyla; Meme kanseri, Akciğer kanseri, Cilt Kanseri, Mide kanseri, Rahim ağzı kanseri, Lösemi / Kan kanseri, Kemoterapi ve Prostat kanseri konuları işlenmiştir.

“Kardiyoloji/ Kalp damar cerrahisi” kategorisinde en çok değinilen alt konu “Tansiyon” olarak saptanmıştır. Yazıların dörtte birden fazlasıyla “Kalp krizi” konu edilmiştir.

Sonuç olarak medyada en çok gündeme gelen hastalıkların başında “Obezite /Şişmanlık” , “Onkoloji/Kanser”, “Diyabet/Şeker” ve “Tansiyon” hastalıklarının geldiği anlaşılmaktadır.

1.1.6.2.Gerçek yaşamdaki sağlık sorunları

Bu başlık altında Türkiye’de görülen yaygın hastalıklar, sağlık sorunları ve ölüm nedenleri üzerinde durulmuştur. Ardından medyada sağlık konulu içeriklerde en çok üzerinde durulan temaların neler olduğu sorusuna literatürdeki çalışma ve belgeler eşliğinde yanıt verilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) mevcut en son verisi olarak, 2016 yılı Türkiye Sağlık Araştırması sonuçlarına göre 15 yaş ve üstü bireylerde en çok görülen hastalık türleri bel bölgesi problemleri (%27,1) boyun bölgesi problemleri (%18,1), hipertansiyon (%15,8), alerji (%10,8) ve şeker hastalığı (%9,1) şeklinde sıralanmaktadır. 15 yaş ve üstü obez bireylerin oranı 2016 yılında %19,6 olarak tespit edilmiştir⁷. Dolayısıyla geçmiş yıllarla kıyaslandığında en çok görülen hastalık oranlarında artış olduğu belirlenmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu 2016 yılı Türkiye ölüm nedeni araştırması sonuçlarına göre⁸, ölüm vakalarının %39,8’ini oluşturan dolaşım sistemi hastalıkları ilk sırada yer almıştır. Bunu %19,7 ile iyi ve kötü huylu tümörler, %11,9 ile solunum sistemi hastalıkları izlemiştir. Dolaşım sistemi hastalıkları nedeniyle gerçekleşen ölümlerin 2016 yılında %40,5’i iskemik kalp hastalığından, %23,6’sı ise serebro-vasküler (Beyin ve Damar hastalıkları) hastalıktan kaynaklanmıştır. 2014 ve 2015 yıllarında da ölüm nedenlerindeki sıralama değişmemiştir.

⁷ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24573> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

⁸ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24572> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

Sağlık Bakanlığı Ankara Numune Araştırma ve Uygulama Hastanesi, Serebrovasküler hastalığının (beyin ve damar hastalıklarının) değiştirilebilir risk faktörlerini hipertansiyon, hiperlipidemi (kan yağlarının yüksekliği), diabetes mellitus (kan şekerinin kontrolsüz olarak yüksek seyretmesi), obezite (şişmanlık), sigara ve alkol kullanımının sık olmasına bağlamaktadır.⁹

Türkiye Halk Sağlığı Kurumu verilerine göre Türkiye’de HIV virüsü görülme oranı ile AIDS hastalığına yakalanmış kişi sayısı 2015 yılı itibari ile toplam 2270 kişi, 2016’da ise bu rakam 2573 kişidir. Türkiye’de diğer hastalıklara göre az gözükmemektedir. Bulaşıcı olduğu ve ölüme sebebiyet verdiği için halk sağlığı açısından tehlikeli bir hastalıktır¹⁰.

Sonuç olarak, Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden de anlaşıldığı gibi Kanser (Kötü huylu tümör), obezite (şişmanlık), tansiyon hastalıkları ve şeker (diyabet) hastalığı halk sağlığı açısından önemli sorun olarak en başlarda yer almaktadır. HIV/AIDS ise Türkiye’de az gözükmesine karşı bulaşıcı ve ölüme sebebiyet verdiği için halk sağlığı açısından tehlike arz etmektedir. Bundan dolayı da araştırmaya bu beş hastalık konu edinmiştir. Araştırmaya konu olan bu sağlık sorunları ayrı başlık altında açıklanmıştır.

1.1.6.3.Araştırmaya konu olan sağlık sorunları

Bu çalışmada medyada öne çıkan ve gerçek yaşamda insanların sağlığını önemli ölçüde etkileyen sağlık sorunlarından hareketle yargısal olarak beş sağlık sorunu belirlenerek bunların medya gündemindeki bağlantıları ile kamunun zihnindeki bağlantıları arasındaki ilişki test edilmek istenmektedir. Bu bağlamda belirlenen beş sağlık sorunu; medya gündeminde öne çıkan ve Türkiye’de önemli sağlık sorunları arasında olduğu anlaşılan obezite, kanser, diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS’dir. Şimdi bu sorunlar üzerinde ayrı başlıklar halinde durulabilir.

1.1.6.3.1. Obezite (Şişmanlık)

Obezite konusu medya gündeminde Yüksel ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışmada “beslenme” temasının altında 6. sırada yer almış, “beslenme”

⁹http://anh.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=540:serebrovaskueler-hastalk-beyin-damar-hastalklar&catid=27:sa-ki (Erişim tarihi: 08.01.2018).

¹⁰<http://www.thsk.gov.tr/component/k2/353-istatistiksel-veriler/bulasici-hastaliklar-daire-baskanligi-istatistiksel-veriler.html> (Erişim tarihi: 26.02.2018)

teması da basın ve televizyonda en çok yer alan tema olmuştur. İnternette ise 10. sıradadır. Ayrıca önemli halk sağlığı sorunu olan obezite, TÜİK Sağlık Araştırması 2016 verilerine göre 15 yaş ve üstü bireylerde 5/1 oranına yakın olduğu ortaya çıkmıştır. Birçok ölümcül hastalığı da neden olan obezite, bu nedenlerden dolayı araştırmaya konu edinmiştir.

Obezite halk arasında aşırı şişmanlık olarak bilinmektedir. Yaşam kalitesini ve süresini olumsuz yönde etkileyerek, ölümcül bazı sistematik hastalıklara yol açmaktadır. Obezite, küresel boyutta kişiye yüklediği ek hastalıklar ve psikosozal sorunlar nedeniyle kronik, ilerleyici, mortalite ve morbiditesi yüksek bir hastalık olarak kabul edilmektedir (Güven, 2014, s. 3). Türkiye Halk Sağlığı Kurumu'na göre yetişkin erkeklerde vücut ağırlığının %15-18'i yağ dokusu oluşturmaktadır. Kadınlarda ise bu oran %20-25'dir. Yağ dokusunun erkeklerde %25, kadınlarda ise %30'un üstüne çıkması obezite anlamına gelmektedir. Günlük alınan enerjinin harcanan enerjiden fazla olması durumunda harcanamayan enerji vücutta yağ olarak depolanmakta ve obezite oluşumuna neden olmaktadır¹¹. DSÖ'ye göre ise vücut ağırlığının boy uzunluğunun karesine bölünmesiyle hesaplanan vücut kitle indeksi 25-29,9 arasında olanlar “fazla kilolu”, 30'un üzerinde olanlar ise “obez” olarak değerlendirilmektedir¹².

Obezite dünyada önemli bir halk sağlığı sorunudur. Hem gelişmekte olan ülkelerde hem de gelişmiş ülkelere obezite her geçen gün artış göstermektedir. DSÖ tarafından Avrupa, Asya ve Afrika'nın altı ayrı yöresinde yapılan ve 12 yıl süren MONICA çalışmasında on yılda obezite prevalansında¹³ %10-30 arasında bir artış saptandığı belirlenmiştir¹⁴.

Türkiye İstatistik Kurumu 2016 sağlık araştırması sonuçlarına göre Türkiye'de 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusun %19,6'si obezdir¹⁵. Cinsiyet ayrımında bakıldığında, 2016 yılında kadınların %23,9'unun obez, %30,1'inin ise obez öncesi olduğu belirlenmiştir. Erkeklerde ise bu oranların sırasıyla %15,2 ve %38,6 şeklindedir¹⁶.

¹¹ <http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=38?CHK=faa24fe77653b6d22b02892f4fa6288f> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

¹² <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/facts/en/index.html>. (Erişim tarihi: 09.01.2018)

¹³ Prevalans; belirli bir nüfusta, belirli bir zaman dilimi içerisinde, çalışma kapsamında yer alan, belirli bir hastalık veya hastalıklara sahip tüm olguların oranıdır.

¹⁴ <http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=39> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

¹⁵ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13490> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

¹⁶ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24573> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

Türkiye Halk Sağlığı Kurumu aşırı ve yanlış beslenmenin ve fiziksel aktivite yetersizliğinin obezitenin en önemli nedenleri olarak kabul etmektedir¹⁷. Karakoç'a (2017, s. 18) göre ise hem çevresel hem genetik (ırsi) etmenler obezite nedenleri arasında gösterilmiştir. Türkiye Halk Sağlığı Kurumu tarafından belirtilen obezitenin oluşmasında başlıca risk faktörleri aşağıda sıralanmıştır¹⁸:

- Aşırı ve yanlış beslenme alışkanlıkları
- Yetersiz fiziksel aktivite
- Yaş
- Cinsiyet
- Eğitim düzeyi
- Sosyo – kültürel etmenler
- Gelir durumu
- Hormonal ve metabolik etmenler
- Genetik etmenler
- Psikolojik problemler
- Sık aralıklarla çok düşük enerjili diyetler uygulama
- Sigara - alkol kullanma durumu
- Kullanılan bazı ilaçlar (antidepresanlar vb.)
- Doğum sayısı ve doğumlar arası süre

Karakoç'un (2017, s. 20) obezitenin önlenmesi için birincil amacın sağlıklı beslenmenin sağlanması ve fiziksel aktivitenin artırılması ve eşlik eden psikiyatrik rahatsızlık varsa tedavi edilmesinin önemli olduğunu söylemektedir.

Obezite konusu sağlık iletişimine daha önce de konu olmuştur. Adıyaman, (2015) sağlık iletişimi bağlamında obezitenin günlük yaygın gazetelerde nasıl sunulduğunun saptanması amaçlamıştır. Çalışmada, gazetelerde yer alan obezite ile ilgili haberlerde obezitenin sunumundaki nitel ve nicel değişimleri incelemiştir. Bu bağlamda 2006 yılında İstanbul'da düzenlenen "Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Obezite ile Mücadele Bakanlar Konferansı"ndan öncesi ve sonrasında haberlerde obezitenin sunumundaki nitel ve nicel değişimler ana tema olmuştur. Çalışmanın bulguları ışığında gazetelerin obezitenin nedenleri ve çözümlerinde obeziteyi bireysel bir sorun olarak ele aldıkları saptanmıştır. Obezitenin sonuçları noktasında ise biyolojik sonuçlar hâkim olmuştur.

¹⁷ <http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=41> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

¹⁸ <http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=41> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

Yıllara göre ise yazılarda 2002 ve 2014 arasında düşüşler olmasına rağmen nicel bir artış tespit edilmiştir. Nitel olarak ise obezitenin sunumu kimi yıllar dışında değişmemiştir. Başka bir ifadeyle “Avrupa Obezite ile Mücadele Bakanlar Konferansı” öncesinde ve sonrasında obezite gazete haberlerinde daha çok “bireyselleştirilmiş bir sağlık problemi” olarak sunulmuştur. Sistemik unsurlar ise arka planda kalmıştır.

1.1.6.3.2. Kanser

Kanser konusu medya gündeminde Yüksel ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışmada “Onkoloji / Kanser” teması, basında 3’üncü, internette 6’ncı, televizyon ise 4’üncü sırada yer almıştır. Ayrıca önemli halk sağlığı sorunu olan kanser, TÜİK Ölüm Nedenleri Araştırması 2016 verilerine göre en çok ölüm nedeni olan ikinci hastalık olmuştur. Ölümcül bir hastalık olan kanser hastalığı, bu nedenlerden dolayı araştırmaya konu edinmiştir.

Kanser, insan hayatını beklenmeyen şekilde kesintiye uğratan ölümcül bir hastalıktır. Günümüzde kardiyak (kalp ile ilgili olan) nedenli ölümlerden sonra en sık ölüm nedeni olarak bilinmektedir. Çoğu insanda kanser kelimesi ölüm ile bağdaştırılmaktadır (Bilgin vd., 2008, s. 22). Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı verilerine göre, ülkemizde bir günde yaklaşık 450 kişi kanser teşhisi almaktadır.¹⁹ Kanser, vücudun bir organ veya dokusunda beliren bazı anormal hücrelerin kontrolsüz ve düzensiz bir şekilde çoğalması sonucu ortaya çıkan kötü tabiatlı bir hastalıktır. Çoğalan bu hücreler (kansere hücreleri) bir araya gelir ve tümör olarak isimlendirilen bir kitle oluşturmaktadır²⁰. Kanser hücrelerinin çoğalarak oluşturdukları kitleye tümör denmektedir. Fakat kanser olmayan bazı iyi huylu hücreler de çoğalabilmektedir ve kitle oluşturabilmektedir. “Tümör” kelimesi, “kitle” anlamında kullanılmaktadır. Kanser hücrelerinden de iyi huylu hücrelerden de oluşabilmektedir. Tıp literatüründe kanser özellikleri taşıyan tümörler ise “malign” tümörler olarak adlandırılmaktadır²¹. Öte yandan halk arasında “kansere” ve “onkoloji” kelimeleri aynı anlamda kullanılsa da aslında onkoloji, tümörleri inceleyen tıp dalı anlamına gelmektedir. Oncos (şişlik) ve logos (bilim) Latince kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşturulmuş bir kavramdır.²²

¹⁹ <http://kanser.gov.tr/kanser/kanser-nedir/4-kanser-nedir.html> (Erişim tarihi: 11.01.2018)

²⁰ <http://www.kanservakfi.com/kanser-nedir--108.html> (Erişim tarihi: 11.01.2018)

²¹ <http://www.memekanseri.org.tr/meme-sagligi/kanser-nedir/> (Erişim tarihi: 11.01.2018)

²² <http://www.kanserdeerkenteshis.com/index.php/kanser/onkoloji-nedir> (Erişim tarihi: 11.01.2018)

Kanser, vücudun farklı hücre gruplarını içeren 100'den fazla hastalık grubunun genel adıdır. Türkiye Cumhuriyeti Halk Sağlığı Kurumu Başkanlığı tarafından, 2017 yılında yayınlanan tüm yaş gruplarında en sık görülen kanser türleri cinsiyetlere göre ayrı ayrı incelenerek rapor edilmiştir. Şu an için ulaşılabilen en güncel kanser istatistikleri 2014 yılına ait raporda yer almaktadır. Erkeklerde trakea-bronş-akciğer kanseri, prostat, kolorektal, mesane, mide, non-hodgkin lenfoma, böbrek, larinks, tiroid, beyin-sinir sistemi kanserleri; kadınlarda ise meme, tiroid, kolorektal, uterus-korpus, trakea-bronş-akciğer, mide, over, non-hodgkin lenfoma, uterus-serviks, beyin-sinir sistemi kanserleri ilk 10 kanser türü arasındadır.²³

Kanserden korunma, ancak ona neden olan faktörlerin ortaya konması ve bunlardan uzak bir yaşam ile mümkündür. Kanseri oluşturan nedenler, çevresel faktörler ve herediter (kalıtsal) nedenler olarak iki grup altında incelenebilir. Çevresel nedenlerde sigara, yenilen yiyecekler, şişmanlık, hormonlar, virüsler, fiziksel ve kimyasal ajanlar gösterilebilir. Ayrıca kanser, kronik iltihabi olaylarda ve iyi huylu tümörlerin zemininde daha sık olarak gözlenmektedir (Güran, 2005, s. 324).

Kanser konusunu sağlık iletişimde Karagöz (2012) ele almıştır. Karagöz çalışmasında, Dilovası'ndaki kanser vakalarını konu alan haberleri incelemiştir. Dilovası'ndaki kanser vakalarının yansıdığı beş gazete konuyu çoğu zaman kaynakların dilinden ele almıştır. Bazı zamanlar ise bölgede yaşayan insan hikâyeleri üzerinden bir anlatım benimsenerek okuru bilgilendirmek amaçlanmıştır. Fakat 2004 yılı ile yoğun olarak başlayan bölgedeki kanser vakalarına ilişkin haberlerin detayları ve süreçteki yeni gelişen durumlar yeterince gazetelerde yer bulamamıştır.

1.1.6.3.3. Diyabet (Şeker)

Diyabet konusu medya gündeminde Yüksel ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışmada “İç Hastalıkları / Genel Cerrahi” kategorisinde en çok değinilen alt konu olarak saptanmıştır. “İç Hastalıkları / Genel Cerrahi” teması da basında 2'inci, internet haberlerinde 5'inci, televizyonda ise en çok yer alan 2'inci tema olmuştur. Ayrıca önemli halk sağlığı sorunu olan diyabet, TÜİK Sağlık Araştırması 2016 verilerine göre en çok görülen hastalık türlerinde ikinci hastalık olmuştur. Birçok ölümcül hastalığı da neden olan diyabet hastalığı, bu nedenlerden dolayı araştırmaya konu edinmiştir.

²³ http://kanser.gov.tr/Dosya/ca_istatistik/2014-RAPOR._uzun.pdf (Erişim tarihi: 11.01.2018)

Şeker hastalığı tıp dilinde “diyabetes mellitus” olarak bilinmektedir. Diyabet, akut (çabuk ilerleyen) ve kronik yan etki (hastalıkla birlikte ortaya çıkan rahatsızlıklar) nedeniyle tıbbi bakım alma oranı ve bakım maliyeti yüksek, iş gücü kaybı nedeniyle sosyal ve ekonomik kayıplara yol açan ve dünya genelinde önemli bir sağlık sorunudur (Erdoğan ve Nahcivan 1999; Yılmaz 1999; Özcan 2001).

Şeker hastalığı pankreasın yeterli derecede insülin salgılayamamasından kaynaklanan ve ömür boyu devam eden kronik bir hastalıktır. İnsülin, kandaki glikozun (şekerin) enerji maddesi olarak hemen kullanılmasını veya karaciğerde depolanmasını kolaylaştırmaktadır. Sağlığımız için besinlerdeki enerjinin kullanılması gerekmektedir. Besinlerdeki karbonhidratlar glikoza dönüşerek parçalanmaktadır. Daha sonra bu glikoz kana karışmaktadır ve kandaki glikoz seviyesi yükselmeye başlamaktadır. Yükselen kan şekeri, pankreastan insülinin salınarak kana geçmesini arttırmaktadır. İnsülin, glikozun hücreye girişini kolaylaştırmaktadır. Hücreye giren glikoz enerjiye dönüşmektedir. Böylece kandaki glikoz seviyesi azalmaktadır. Eğer bu sistem işlemez ise kandaki glikoz seviyesi artmaktadır. Kan glikozunun düzenlenmesindeki bu bozukluk şeker hastalığını meydana getirmektedir (Aydın, 2006, s. 27).

Dört tip şeker hastalığı vardır. Bunlar: tip I şeker hastalığı, tip II şeker hastalığı, gebelik dönemi şeker hastalığı ve diğerdir (Güçlü ve vd., 2008, s. 7-8).

- **Tip I şeker hastalığı (insüline bağımlı şeker hastalığı):** Hastalığın bu tipinde hastaların pankreasları doğuştan insülin üretemediğinden insülinin enjeksiyon (iğne) yolu ile dışarıdan alınması gerekmektedir. Şeker hastalığı olan kişilerin %10’u bu gruptadır. 30 yaşından önce başlamaktadır.
- **Tip II şeker hastalığı:** İnsülin hormonu yeterli miktarda salınamaz veya gereken şekilde kullanılamaz. Şeker hastalarının %90’nı bu gruptadır. Bu hastalar genellikle şişmandırlar ve aktivite seviyeleri çok düşüktür. Ailede şeker hastalığı varsa bu durumun görülme sıklığı artar. İnsülin kullanmadan diyet yapılarak veya ağızdan alınan ilaçlar ile tedavi edilebilir. Çok ilerlemiş durumlarda insülin iğneleri kullanılabilir.
- **Gebelik dönemi şeker hastalığı:** Gebelerin %2–5’inde görülmektedir. Gebelik bitince düzeltilmektedir.
- **Diğer:** Özel genetik hastalıklar, ilaçlar, enfeksiyonlar ve bazı hastalıklar şeker hastalığı gelişimine sebep olabilmektedir.

Şeker hastalığının bulguları; ani kilo kayıpları, duyu kayıpları ve bacaklarda karıncalanma, iyileşmeyen yaralar, erkeklerde iktidarsızlık, cinsel problemler, aşırı acıkma, susama ve aşırı idrara çıkmadır (Güçlü vd., 2008, s. 8).

Şeker hastalığının kontrol edebilmek için kan şekeri her gün düzenli olarak takip edilmelidir. İlaçlar düzenli olarak alınmalıdır. Diyetisyenlerden yardım alınmalıdır. Fizyoterapistlerden yardım alınmalıdır. Aşırı stres kan şekerinin artmasına sebep olur. Stresle başa çıkabilmek için gevşeme egzersizleri yapılabilir. Kişi yeni uğraşlar edinebilir veya sevdiği uğraşlarla (resim yapmak, müzik dinlemek, kitap okumak vs.) rahatlayabilir (Güçlü vd., 2008, s. 8).

YÖK Ulusal Tez Merkezi²⁴ ve Dergi Park²⁵ makale sorgulama sayfalarında diyabet hastalığını konu alan medya ile ilgili çalışma bulunamamıştır.

1.1.6.3.4. Hipertansiyon (Yüksek Tansiyon)

Hipertansiyon konusu medya gündeminde Yüksel ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışmada “Kardiyoloji / Kalp Damar Cerrahisi” kategorisinde en çok değinilen alt konu olarak saptanmıştır. “Kardiyoloji / Kalp Damar Cerrahisi” teması da basında en çok yer alan 4’üncü tema olmuştur. Ayrıca önemli halk sağlığı sorunu olan hipertansiyon, TÜİK Sağlık Araştırması 2016 verilerine göre en çok görülen hastalık türlerinde üçüncü hastalık olmuştur. Birçok ölümcül hastalığı da neden olan hipertansiyon hastalığı, bu nedenlerden dolayı araştırmaya konu edilmiştir.

Tansiyon kısaca, kan basıncı olarak tanımlanmaktadır. Damarlardaki kan, dolaşım sırasında bir basınç oluşmaktadır. Bu basınç alınan gıda, yapılan iş ve harcanan güçle bağlantılı olarak gün içinde küçük değişiklikler gösterebilmektedir (Sağlam vd., 2008, s. 7). Tansiyonun belirli normal değerleri olmaktadır. Tansiyonun bu değerlerin üstüne çıktığında ya da belirli olan değerlerin altına inildiğinde sağlık için zarar oluşturmaktadır²⁶.

Kan akışına yataklık eden damarlar seri ve paralel bağlı karmaşık bir ağ oluşturmaktadır. Damarlar içindeki kan basıncı ise kalbin kasılması sırasında artmakta ve gevşemesi sırasında azalmaktadır. Kalbin sol karıncığı kasılma sırasında, kan aorta yolu ile sistemik dolaşıma pompalanarak arteriyel basınç en yüksek değerine ulaşmaktadır. Artmış olan bu kan basıncına “büyük tansiyon” ya da “sistolik basınç”

²⁴ <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Erişim tarihi: 12.03.2018).

²⁵ <http://dergipark.gov.tr/> (Erişim tarihi: 12.03.2018).

²⁶ <https://www.tansiyon.gen.tr/> (Erişim tarihi: 12.01.2018).

denmektedir. “Diyastolik kan basıncı” yani “küçük tansiyon” ise sağ kulakçığına sistemik dolaşımdan, sol kulakçığına da akciğer dolaşımından kan girerken var olan; yani kalbin gevşemesi sırasında azalmış olan kan basıncı olarak tanımlanmaktadır (Ay, 2007, s. 5).

Hipertansiyon gün içinde kan basıncının belirli bir süre yüksek olması olarak tanımlanmaktadır. Tansiyon, “mmHg (milimetre civa)” olarak gösterilmektedir. En uygun tansiyon değeri; büyük tansiyon 120 mmHg ve küçük tansiyon 80 mmHg şeklinde tanımlanmaktadır. Normal kan basıncı seviyesinin 120-129/80-84 mmHg aralıklarında olması beklenmektedir. 130-139/85-89 mmHg olması yüksek normal tansiyon olarak adlandırılmaktadır. Kan basıncının 140/90 mmHg’nın üzerinde olması hipertansiyondur (Sağlam vd., 2008, s. 7).

Türkiye’de hipertansiyon oldukça yaygın bir sorundur. Erişkin her 3 kişiden 1’inde hipertansiyon hastalığı vardır. Kadınlarda hipertansiyon, erkeklere oranla daha çoktur. Türkiye’de nüfus yapısının genç olduğu dikkate alındığında, 30 yaş altında hipertansiyon olan birey sıklığı % 12’dir. Yaşlı (60 yaşın üzerinde) insanlarda hipertansiyon hastası sıklığı % 60-80’lere kadar yükselmektedir. Orta yaş grubunda ise %53 sıklığını bulmaktadır. Türkiye’de, hipertansiyon hastası oranı yüksek olmasına rağmen, hastaların sadece %40’ı bunun farkına varmaktadır (Sağlam vd, 2008, s. 7).

Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre (2012, 2014, 2016), Türkiye’de yüksek tansiyon görülme sıklığı çok yüksek olduğu gibi aynı zamanda ölüm nedeni araştırmasında da (2015, 2016) ilk on ölüm nedeni arasındadır²⁷. Aynı zamanda yüksek tansiyon, kalp hastalığı, felç, boyun ve bacak damarlarında tıkanma, kalp yetmezliği, böbrek hastalığı, görme kaybına yol açmaktadır²⁸

Yüksek tansiyonla başa çıkabilmek için bütün hastalara yaşam tarzı ile ilgili değişiklikler önerilmektedir. Bu değişiklikler aşağıda verilmiştir (Güçlü vd., 2012:9-10):

- Kişi sağlıklı olduğu kiloyu bilmeli ve o kiloda kalmalıdır. Vücut kütle indeksi (vücut ağırlığı/boy²) 25 kg/m²’nin üzerinde ise kilo vermeniz gerekir (Vücut kütle indeksi, kilogram cinsinden vücut ağırlığının, metre cinsinden boyun karesine bölünmesi ile hesaplanır).
- Tuz tüketimi kısıtlanmalıdır.

²⁷ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21526> (Erişim tarihi: 08.01.2018)

²⁸ <http://ailehekimligi.gov.tr/kronik-hastaliklar/515-hipertansiyon.html> (Erişim tarihi: 08.03.2018)

- Alkol tüketiminden kaçınılmalıdır.
- Meyve ve sebze tüketimi artırılmalı, doymuş ve total yağ tüketimi azaltılmalıdır.
- İlaçlar düzenli alınmalıdır.
- Sigara kullanımına son verilmelidir.
- Düzenli fiziksel aktivite ve egzersiz yapılmalıdır.

YÖK Ulusal Tez Merkezi²⁹ ve Dergi Park³⁰ makale sorgulama sayfalarında diyabet hastalığını konu alan medya ile ilgili çalışma bulunamamıştır.

1.1.6.3.5. HIV/AIDS

HIV/AIDS konusu medya gündeminde Yüksel ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışmada hiçbir tema ya da alt temada yer almamıştır. Türkiye’de diğer hastalıklara göre daha az görülen bir hastalıktır. Fakat bulaşıcı bir hastalık olduğu ve ölüme sebebiyet verdiği için halk sağlığı açısından tehlikeli bir hastalıktır. HIV/AIDS hastalığının araştırmaya konu edinilmesinin nedeni, diğer hastalıklara göre hem medyada daha az yer alması hem de daha az rastlanan bir hastalık olmasından dolayıdır. Bu nedenle araştırma verilerinin diğer hastalıklara göre karşılaştırılmasının yapılabilmesi için HIV/AIDS hastalığı seçilmiştir.

Türkçesi İnsan Bağışıklık Yetersizliği Virüsü (Human immun deficiency virüs) HIV ile enfekte (bulaşmış) olan kişilerde görülen hastalığa, Türkçesi Edinilmiş Bağışıklık Yetersizliği Sendromu (Acquired İmmunodeficiency Syndrome) AIDS hastalığı denmektedir (Aksoy, 2008, s. 7). Başka bir deyişle AIDS, HIV adındaki virüsün neden olduğu bulaşan bir hastalıktır. HIV virüsü, vücuda girdiğinde hastalığa karşı direnç göstermemizi sağlayan bağışıklık sistemini yok etmektedir. Böylece başka hastalıklara yakalanma çok kolaylaşmaktadır. En basit bir soğuk algınlığına bile vücut direnç gösterememektedir. Vücutta, HIV virüsü olması, AIDS olduğu anlamına gelmemektedir. Kişiyi AIDS bulaşıp bulaşmadığı sadece yapılan kan testi ile anlaşılabilir³¹. HIV, enfekte olmuş kişilerin seksüel sıvılarında (sperm ve vajinada) ve kanda bulunmaktadır. Hastalık belirtilerinin ortaya çıkış süresi kişiden kişiye değişmektedir. Uzun süre kendini göstermeyebilmektedir (Aksoy, 2008, s. 7).

²⁹ <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Erişim tarihi: 12.03.2018).

³⁰ <http://dergipark.gov.tr/> (Erişim tarihi: 12.03.2018).

³¹ <http://www.mavilab.com.tr/aids-nedir.html> (Erişim Tarihi: 22.03.2018).

HIV vücuda girdikten sonra tedavi edilemez ise doğrudan bağışıklık sistemine zarar vermektedir. Bu durumda ortaya çıkan hastalıkların tümüne AIDS denmektedir. HIV virüsü ile enfekte olmuş ancak AIDS aşamasına gelmemiş kişilere ise “HIV pozitif” denilmektedir (Pozitif Yaşam Derneği , 2010, s. 22-23).

ABD’de ilk kez 1981 yılında tanımlanan AIDS o tarihten itibaren tüm dünyada önemli bir sağlık problemi olmaya devam etmektedir (Alp vd., 2011, s. 127). DSÖ’ye göre ilk görüldüğü tarih olan 1981 yılından 2018 yılına kadar 70 milyondan fazla insan HIV enfekte olmuştur. Dünya’da 35 milyona yakın insan HIV nedeniyle ölmüştür³².

Türkiye’de ise ilk HIV/AIDS olguları 1985 yılında başlamıştır. Olgu sayıları her yıl giderek artmıştır (Alp vd., 2011, s. 125). Türkiye Halk Sağlığı Kurumu verilerine göre³³ Türkiye’de HIV virüsü görülme oranı ile AIDS hastalığına yakalanmış kişi sayısı 2015 yılı itibari ile toplam 2270 kişi, 2016’da ise bu rakam 2573 kişidir.

HIV enfeksiyonunun en yaygın bulaşma yolu her tür cinsel ilişkidir. Virus, HIV-pozitif bireylerin kanında bulunmaktadır. İçinde HIV bulunan kan, kan ürünleri ve organ nakli ile bulaşabilmektedir. Ayrıca damar içi madde kullanan bağımlıların davranışları da büyük risk oluşturmaktadır. HIV anneden bebeğe hamilelik, doğum ve emzirme yoluyla geçebilmektedir. Ancak gerekli önlemlerin alınması ile bu risk düşmektedir. Vücut deldirme (piercing), dövme işlemleri, akupunktur, tıraş bıçağı, ustura ve benzeri aletler ile yapılan her uygulamada teorik olarak HIV bulaşabilir. Ancak risk diğer faktörler ile kıyaslandığında oldukça düşüktür (Pozitif Yaşam Derneği, 2010, s. 35). HIV, günlük yaşamda virusu taşıyan bireylerle aynı odada bulunmakla, aynı okulda okumakla, aynı havayı solumakla bulaşmamaktadır. Sağlam deriden geçmemektedir. HIV için engel sağlam ve sağlıklı deridir. (Hatipoğlu vd, 2016, s. 5).

HIV/AIDS konusu daha önce de medya çalışmalarına konu olmuştur. Bunlardan biri olan Yüksel (2009), Türkiye’de gerçek hayatta AIDS ile Türk basınında AIDS sorunu arasında bir bağlantı olup olmadığını araştırmıştır. Araştırma sonucunu göre AIDS gerçeği ile basın arasında anlamlı bir ilişki olmadığı araştırma sonuçları arasındadır. Yeğen (2013) çalışmasında ise gazetelerde yer alan HIV/AIDS hastalığı ile yaşayan bireylere yönelik nefret söylemini incelenmiştir. Diğer çalışmada ise Aksu (2013), HIV/AIDS derneklerinin sosyal medya faaliyetlerini araştırmıştır.

³² <http://www.who.int/gho/hiv/en/> (Erişim Tarihi: 27.02.2018).

³³ <http://www.thsk.gov.tr/component/k2/353-istatistiksel-veriler/bulasici-hastaliklar-daire-baskanligi-istatistiksel-veriler.html> (Erişim tarihi: 26.02.2018)

Sonuç olarak buraya kadar iletişim, medya ve etki araştırmaları kısaca tanımlanmıştır. Gündem belirleme araştırmaları üzerinde durulmuş, temel kavramları ayrıntılı şekilde açıklanmıştır. Araştırmanın temel konusu olan üçüncü aşama gündem belirleme araştırmaları şu ana kadar yapılan çalışmalar ile birlikte ortaya konulmuştur. Ayrıca çalışmanın ikinci alanı olan sağlık ve sağlık iletişimi ile ilgili kavramlar açıklanmış, sağlık haberciliği ve araştırmaya konu edilecek olan hastalıklar ve bu hastalıkların önemi tanımlanmıştır. Bu araştırmada medyanın üçüncü aşama gündem belirleme etkisi Türkiye’de test edilecektir. Bunun için seçilen araştırma konuları sağlık alanından seçilmiştir. Araştırmada yanıtı aranan en genel soru ise şudur: Kanser, obezite, diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS konularında medya üçüncü aşama gündem belirleme etkilerine sahip midir? Bu bağlamda sağlık haberleri özelinde üçüncü aşama gündem belirleme hipotezi çerçevesinde nasıl bir ilişkinin olduğu bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın genel amacı üçüncü aşama gündem belirlemenin ortaya koyduğu gündem belirleme ağı modelini Türkiye’de sağlık haberleri bağlamında; daha özelde ise kanser, obezite, diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS konuları çerçevesinde test etmektir. Bu bağlamda medya ve kamu gündemlerine yönelik olarak şu alt sorulara yanıt aranmıştır:

A) Medya gündemine yönelik olarak:

1. Kanser haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?
2. Obezite haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?
3. Diyabet (şeker) hastalığı haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?
4. Tansiyon hastalığı haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?
5. AIDS haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?

B) Kamu gündemine yönelik olarak:

1. Kamunun zihnindeki kanser konusuna yönelik bağlantılar nelerdir?
2. Kamunun zihnindeki obezite (şişmanlık) konusuna yönelik bağlantılar nelerdir?
3. Kamunun zihnindeki diyabet (şeker) hastalığı konusuna yönelik bağlantılar nelerdir?

4. Kamunun zihnindeki tansiyon hastalığı konusuna yönelik bağlantılar nelerdir?
5. Kamunun zihnindeki AIDS hastalığı konusuna yönelik bağlantılar nelerdir?

Çalışmada gündemler arasındaki bağlantıyı ortaya koymak üzere sınanacak hipotezler ise şunlardır:

I) Yaygın gazeteler ve kamu gündem bağlantılarına yönelik hipotezler

- H1: Kanser konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H2: Obezite konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H3: Diyabet hastalığı konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H4: Tansiyon hastalığı konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H5: AIDS konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

II) Yerel gazeteler ve kamu gündem bağlantılarına yönelik hipotezler

- H6: Kanser konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H7: Obezite konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H8: Diyabet hastalığı konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H9: Tansiyon hastalığı konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.
- H10: AIDS konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

III) Yaygın ve yerel gazeteler gündem bağlantılarına yönelik hipotezler

- H11: Kanser konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

H12: Obezite konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

H13: Diyabet hastalığı konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

H14: Tansiyon hastalığı konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

H15: AIDS konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır.

1.3. Önem

Öncelikle bu çalışma Türkiye’de daha önce test edilmemiş olan üçüncü aşama gündem belirleme hipotezinin test edilmiş olması anlamında öneme sahiptir. Bu bağlamda çalışmanın dünya genelinde sınırlı sayıda yapılmış olan üçüncü aşama gündem belirleme araştırmaları açısından literatüre önemli bir katkı sağladığı belirtilmelidir. Bu çalışmada ortaya konan bulgular dünyadaki üçüncü aşama gündem belirleme araştırmaları literatürüne Türkiye’nin katkısı olarak değerlendirilmektedir.

İkinci olarak çalışma, ele aldığı konu açısından özgün değer taşımaktadır. Dünyada sağlık konulu haberler üzerine gerçekleştirilmiş üçüncü aşama gündem belirleme araştırması mevcut değildir. Dolayısıyla çalışma ele aldığı konular bağlamında özgün değere sahiptir.

Çalışmanın gerçekleştirildiği analiz yöntemleri de çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Çalışmada Türkiye’de ilk kez sağlık haberi içerikleri ağ analizi yöntemiyle ve kamunun zihnindeki görüntüler de zihin haritalama yöntemiyle tanımlanarak her ikisi arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Bu da araştırma yöntemlerinin Türkiye’deki iletişim bilimi alanına katkısı olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan çalışma sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği alanına da sağlık haberlerinin kamuoyu üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi açısından da önemli bulunmaktadır. Medyanın yayımladığı sağlık konulu içeriklerin insanlar üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu sorusuna bu çalışmada üçüncü aşama gündem belirleme hipotezi çerçevesinde yanıt verilmiştir. Medyanın sağlık konulu içeriklerinin büyük ölçüde kamunun zihin haritalarını belirlediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın geleceğe dönük olarak ise bundan sonra yapılacak gündem belirleme çalışmalarına ışık tutması hedeflenmiştir.

1.4. Varsayımlar

Aşağıdaki noktalar çalışmada birer varsayım olarak değerlendirilmiştir:

- Yöntem bölümünde açıklanacağı gibi içerik analizi uygulamasına konu edilen inceleme dönemi içinde en fazla tiraja sahip 13 gazete (Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, HaberTürk, Türkiye, Milliyet, Takvim, Yeni Şafak, Güneş, Akşam, Star ve Vatan) kamuoyunu en çok bilgilendiren gazetelerdir. Dolayısıyla sağlık konusunda kamuoyunun en çok etkilendiği gazeteler bunlardır.
- Aydın yerelinde ise Basın İlan Kurumundan destek alan ilk 5 gazete (Denge, Ses, Hedef, Güzelhisar ve Yeni Kıroba) kamuoyunu en çok bilgilendiren gazetelerdir. Dolayısıyla sağlık konusunda aydın yerelinde kamuoyunun en çok etkilendiği gazeteler bunlardır.
- Sağlık konusunun son yıllarda basında nasıl bağlantı oluşturduğunu tanımlamak adına ülkenin en fazla tiraja sahip 13 gazetesinden örneklem alınması Türkiye’de yayımlanan yaygın gazeteleri; dolayısıyla yaygın basını temsil yeteneğine sahiptir.
- Sağlık konusunun son yıllarda Aydın yerel basınında nasıl bağlantı oluşturduğunu tanımlamak adına Aydın ilinin en fazla tiraja sahip 5 gazetesinden örneklem alınması Aydın’da yayımlanan yerel gazeteleri; dolayısıyla yerel basını temsil yeteneğine sahiptir.
- Son yıllardaki gazete içeriklerini ortaya koymak adına ele alınan 6 aylık zaman aralığı olarak gazetelerde günümüzde sağlık konusunda gündem bağlantılarını göstermek adına yeterlidir.
- Tirajı yüksek gazeteler kamuoyu tarafından daha çok takip edilmektedir. Dolayısıyla kamuoyunun daha çok bu gazeteleri okuduğu ve bu gazetelerden bilgi aldığı varsayılmaktadır.

- Çalışmada kanser, obezite, diyabet, tansiyon ve AIDS konuları, sağlık konulu yayın içeriklerini temsilen seçilmiştir. Bu bağlamda bu konuların sağlık konulu yayın içeriklerine ilişkin genellenebilirlik niteliğine sahip olduğu varsayılmıştır.
- Haberlerin niceliksel olarak çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi doğru ve güveniliridir.
- Araştırmanın veri toplama aşamasında hizmet alımı ile temin edilen medya takip ajansından temin edilen haberler doğru ve güveniliridir.
- Araştırmanın veri toplama aşamasında anket sorularına cevap veren kişilerin doğru ve güvenilir bilgi verdikleri varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

Çalışmada aşağıdaki noktalar birer sınırlılık olarak kabul edilmiştir:

- Çalışma içerik analizi uygulaması bağlamında kanser, obezite, diyabet, tansiyon ve AIDS konuları ve içerikleriyle sınırlıdır.
- Çalışma kamuoyunu en fazla bilgilendirdiği düşünülen en yüksek tiraja sahip ilk 13 yaygın gazete içeriğiyle sınırlıdır. Bu gazeteler şunlardır: Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, HaberTürk, Türkiye, Milliyet, Takvim, Yeni Şafak, Güneş, Akşam, Star ve Vatan gazeteleridir.
- Çalışma Aydın kamuoyunu en fazla bilgilendirdiği düşünülen en yüksek tiraja sahip ilk 5 yerel gazete içeriğiyle sınırlıdır. Bu gazeteler şunlardır: Denge, Ses, Hedef, Güzelhisar ve Yeni Kırba gazeteleridir.
- Öncelikli olarak bu çalışma doktora çalışmasının ilke ve süresiyle sınırlıdır.
- Ajans Press şirketinden alınan sağlık haberleri ile sınırlıdır.
- Aydın ilinde ankete katılan 400 kişi ile sınırlıdır.

- Bu çalışma ayrıca Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün tez yazım kuralları ile sınırlıdır.

Sonuç olarak her sosyal çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da doğasında insan ögesi bulunduğu için, sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda insanı konu alan tüm sınırlılıklar bu çalışma içinde geçerlidir.

1.6. Tanımlar

Çalışmada sıklıkla kullanılan bazı kavramlara ilişkin çalışmaya özgü tanımlar şu şekilde açıklanabilir:

Aktör: Grafik teorisinin temel birimidir. Sosyal ağlarda bunlar her zaman olmamakla beraber tipik olarak düğümler insanlardır. Sosyal ağlarda kişilere aktör de denir.

Bağlantı: İki element arasındaki ilişki, çizgi, ağ.

Derece Merkeziliyeti (Merkezilik): Merkezilik kavramı ağ içindeki önemli elementin tanımlanmasıdır. Bir element ne kadar çok bağlantı ile diğer elementlere bağlanıyorsa ağ içerisinde o element o kadar merkezdedir.

Düğüm: Ağ içindeki bireysel aktörler, kişiler veya şeyler.

Element: Haber içeriğinde veya insan zihninde yer alan konu, olay, obje gibi her türlü unsuru ifade etmektedir.

Enfekte olmak: Bulaşmak (Hastalık bulaşması, virüs bulaşması gibi).

Gündem belirleme ağı (Network agenda setting): Üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarında kullanılan medya gündemindeki ağ bağlantıları ile kamu gündemindeki ağ bağlantılarını ağ analizi ile karşılaştıran model.

Metaformoz: Başkalaşım, değişim.

Pew Project for Excellence in Journalism (PEJ): Amerika'da 48 farklı medya organından elde ettiği gündem haberlerini haftalık raporlar halinde yayınlayan bir haber kurumudur.

Regresyon: İki ya da daha çok değişken arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan analiz metodu.

Twit: Twitter, kullanıcıların 280 karakter ile sınırlandırılmış "tweet" adı verilen gönderiler yazabildiği bir sosyal ağıdır.

Quadratic Assignment Procedure (QAP): Bu test, iki matriste yer alan sayısal değerler arasındaki benzerlik ölçümünü ve korelasyonu hesaplamaktadır.

Üçüncü aşama gündem belirleme: İnsanların zihnindeki kişi yada olaylara ilişkin düşünce yapılarının (ağlarının) belirlenmesinde medyanın rolünü test eden hipotez.

Zihin haritalama anketi: Bir ilişkiden yola çıkarak merkezileşmeye doğru yönelen bir araştırma tekniğidir.

2. YÖNTEM

Bu bölümde öncelikle çalışmanın araştırma modeli ve veri toplama tekniği hakkında bilgi verilecektir. Çalışmada belirlenen evren ve örneklem çerçevesinde, verilerin toplanması ve analizi süreci de bu başlık altında açıklanmıştır.

2.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli, ekonomik ve çalışma amaçlarına uygun olarak verilerin toplanması ve çözümlere ulaşılabilmesi için koşulların düzenlenmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu koşulların düzenlenmesinde iki temel yaklaşım vardır. Bunlar; tarama ve deneme modelleridir. Bu araştırmada uygulanacak model ise tarama modelidir. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılmaktadır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmemektedir (Karasar, 2009, s. 76-77).

Sosyal bilimlerde genel olarak yapılan araştırmalarda ise araştırmaya yardımcı olacak yaklaşım türleri nicel, nitel ve karma araştırma türleridir (Karasar, 2009, s. 76). Nicel araştırma, var olan nesnel teorileri test etmek için değişkenler arasındaki durumu belirlenen boyutlarıyla inceleyen bir araç olarak tanımlanmaktadır. Bu değişkenler numaralı veriler, istatistiksel prosedürler kullanılarak analiz edilebilmektedir (Creswell, 2009, s. 4). Bu çalışmada da numaralı verilerden istatistiksel prosedürler kullanılarak oluşturulan nicel bir araştırmadır.

Bu araştırmada üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarında kullanılan gündem belirleme ağı modeli uygulanmıştır. Gündem belirleme ağı modeli, gündem bağlantılarını bir bütün olarak keşfetmenin yanı sıra, medyadaki ve halkın gündemindeki her bir elementin bu ilişkideki rolünü de ayrı ayrı incelemektedir. (Vargo vd., 2014, s. 5). Geleneksel gündem belirlemede uygulanan içerik analizi yöntemi ve anket yöntemi, gündem belirleme ağı modeline ampirik olarak veri desteği sağlamaktadır (Vargo vd, 2014, s. 5). Bundan dolayı bu araştırmanın problem ve amaçlarına ulaşılabilmesi için içerik analizi ve anket yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmada medya gündemi bağlantı verilerine ulaşmak için içerik analizi yöntemi, Kamu gündem bağlantılarını belirlemek için ise anket yöntemi kullanılmıştır. Daha sonra elde edilen veriler ile ağ analizleri yapılmıştır.

2.1.1. İçerik analizi

İçerik analizi, bir mesajın içindeki verilerden yinelenebilir ve anlamlı çıkarımlar yapabilen ve güvenilir sonuçlar vermesi beklenen bir araştırma yöntemidir (Gökçe, 1999, s. 101). İçerik analizi ilk kez 1952’de yayımladığı kitabında yer veren Berelson tarafından “iletişimin belirgin içeriğinin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği (Gökçe, 2006, s. 35)” olarak tanımlanmıştır. Merten’e göre içerik analizi, “sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarım yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir (Gökçe, 2006, s. 18)”. George (2003, s. 11) ise içerik analizini, “iletilerin içeriğinde yer alan göstergelerin belirgin, açık anlamlarından yola çıkararak içeriğe ilişkin değişkenler hakkında tanımlayıcı veriler elde etmek için kullanılan istatistiksel bir araştırma” şeklinde açıklamıştır. Gündem belirleme araştırmacıları genellikle Merten’in tanımlamasına paralel olarak içerik analizini “yöntem” olarak kabul etmektedirler. Bundan dolayı bu araştırmada da içerik analizi “yöntem” olarak kabul edilmiştir.

Tanımlar doğrultusunda içerik analizi yönteminin öncelikle iletişimin açık içeriğiyle, eş deyişle düz anlamsal düzeyi ile ilgilendiğini ifade etmek gereklidir. İkinci olarak nesnellik boyutu bir zorunluluktur. Nesnellik, araştırmayı kim ve ne zaman yaparsa yapsın aynı sonuca ulaşılması ve çalışmanın güvenilirliği ile ilgilidir. Dolayısı ile iletiinin açık içeriğinin nesnel ölçütlerle tanımlanmasından söz edilmektedir. Bir başka unsur ise sistematikliktir. zmlleme lğeinin ve lme biriminin belirlenmesi, sınıflandırma sisteminin oluşturulması, araştırma güvenilirliğinin ve geçerliliğinin kontrolü gibi konuların araştırma konusu ve sorunuyla ilişkili bir biçimde saptanması sistematikliği beraberinde getirmektedir. Dördüncü unsur ise analizin nicel, eş deyişle sayısal olması gerekliliğidir. Bir içerik analizi uygulamasının bu unsurları taşıması beklenmektedir (Gökçe, 2001, s. 8).

Hansen ve diğerlerine (1998, s. 98-99) göre içerik analizini altı basamakla uygulamayı tanımlamaktadırlar:

- Araştırma probleminin tanımlanması,
- İncelenecek içeriğin ya da örneklemenin belirlenmesi,
- Analitik kategorilerin belirlenmesi,
- Kodlama şablonunun oluşturulması,
- şablonun n denemesi ve güvenilirliğinin test edilmesi,
- Verilerin toplanması ve analiz edilmesi.

Holsti'ye göre (1981'den aktaran İnal, 1996, s. 78-79) içerik analizi, araştırmacının temel varsayımı çerçevesinde oluşturulan bir kategorileştirme işlemidir ve kategoriler oluşturulurken şu ilkelere uyulmaktadır.

- Kategorilerin kesişmemesi yani sınıflanacak birimlerin (sözcük, cümlecik, tema vb.) araştırma sorusu çerçevesinde hazırlanmış kategorilerden yalnızca birine girmesi,
- Kategorilerin konuya ilişkin incelenen tüm materyali kapsamaması,
- Kategorilerin birbirinden bağımsız olması yani herhangi bir birimin bir kategoriye sınıflanması diğer birimlerin sınıflama işlemini etkilememesi,
- Belirlenen tüm kategorilerin tek bir sınıflandırma prensibine dayanarak kurulması,
- Kategorilerin araştırmanın amacını yansıtmamasıdır.

Ele alınan araştırmada önce sorun-konu belirlenmiştir. Medya ve kamu gündemine ilişkin örneklemeler çıkarılmıştır. Araştırmaya konu olan her bir hastalık için kategoriler oluşturulmuştur. Kodlama kılavuzları hazırlanmıştır. Haber metninde her bir kategori hangi kategori ile beraber olduğu kodlama kılavuzlarına işaretlenmiştir. Elde edilen veriler ağ analizi için matrislere aktarılmıştır. Ağ analizinde, veri analizi yapılacak temel yapı bu matrislerdir. Çalışmaya N sayıda konu ya da objeyi dahil edildiğini varsayarsak $N \times N$ tane kolona sahip olan bir matris oluşturulması gerekmektedir. Ağ analizi matrisleri önceden belirlenmiş kategori sayısına (N) bağlı olarak N sayıda kolon ve N sayıda satırdan oluşmuştur. Kolonlara girilecek değerleri ise o kolona denk gelen satır ve sütunda yer alan konuların kaç kez bir arada kullanıldığı belirlenmiştir.

2.1.2. Anket

Kamu gündemi bağlantılarını ortaya çıkarmak için anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket, bir problemle ilgili olarak çeşitli kimselerin bilgi, deneyim ve düşüncelerini almak için bir soruşturma olarak tanımlanmaktadır (Cebeci, 1997, s. 93). Anket yöntemi ile insanlara soru sorarak, çok sayıda konuda bilgi edinmeyi mümkün kılmaktadır. Hatta bazı durumlarda, sistematik gözlem ile ulaşılamayacak veriler, soru cevap süreci ile toplanabilir (Baş, 2005, s. 11). Sosyal ve ekonomik alanlarda birçok

bilgi anket yöntemi ile elde edilmektedir (Arıkan, 2000, s. 97). Anket yönteminin bir diğer tercih sebebi ise ekonomik olmasıdır (Baş, 2005, s. 11).

Anket araştırmasının en önemli kısmı soru formunun oluşturmaktır (Baş, 2005, s. 57). Tutumların ölçülmesinde izlenen en yaygın yaklaşım, söz konusu tutuma ilişkin bir ölçeğin hazırlanarak uygulanmasıdır. Bir tutum ölçeği, ölçülmek istenen tutum konusu (bir grup, bir kurum ya da bir kavram vb.) ile ilgili bir dizi ifadeyi içerir (Tezbaşaran, 1996, s. 5).

Bu araştırma anketinde demografik soruların yanında likert tipi sorular ve zihin haritalama soruları yer almıştır. Likert tipi soruların amacı bir durum ya da olay hakkında kişilerin düşüncelerini sınıflandırmak ya da derecelendirmektir. Likert tipi sorulara 1'den 3'e, 1'den 5'e ya da 1'den 7'ye kadar numara verilebilir (Arıkan, 2000, s. 110). Bu çalışmada ise beşli likert tipi soru sorulmuştur. Zihin haritalama soruları araştırmanın problemine ve hipotezlerine uygun bir şekilde hazırlanıp, bireylerin gündem bağlantılarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Zihin haritalama soruları ile bireylere gündem ve sağlık haberleri hakkında akıllarına gelen beş konuyu yazmaları istenmiştir. Bu beş konu arasından en az bir tane olmak üzere ilişkili buldukları konular arasına çizgi çekmeleri belirtilmiştir.

2.1.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizi için öncelikle matrisler oluşturmak üzere UciNet programı kullanılmıştır. İçerik analizi ve anket ile elde edilen medya ve kamu gündemi verileri UciNet programına aktarılmıştır. Kamu gündemi bağlantıları arasındaki toplam ilişkiler ile medya gündemi bağlantısındaki toplam ilişkiler matrise dönüştürülerek ağ analizi yapılması amaçlanmaktadır. Bu matrisler QAP korelasyonu ile karşılaştırılıp, kamu gündem bağlantıları ile medya gündem bağlantısı arasında ilişkinin olup olmadığı ölçülmüştür. Ağ analizinin amacı olaylar ve davranışlar arasında gerçekleşen ilişkileri belirlemektir. Başka bir deyişle ağ analizi iki ana birimden oluşur: Elementler ve bu elementler arasındaki ilişkiler (Wasserman ve Faust, 1994'den aktaran Guo, 2012, s. 620). Belirlenen ikili elementleri kodlamak için araştırmacıların bu iki elementin yer aldığı bir haber akışı bulması gerekmektedir. Daha sonra hangi elementlerin birlikte yayınlandığını bulmak adına bütün obje ya da davranışları tek tek kodlamaları gerekir, böylece elementler arasındaki bağlantının derecesini bulabilirler (Guo, 2012, s. 620).

Ağ gündem bağlantıları ilişkileri UciNet programı ile matematiksel ölçümü gerçekleşmesi amaçlanmaktadır. NetDraw programı ile de görselleştirilmesi amaçlanmaktadır.

2.2. Evren Örneklem

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği eleman bütünüdür. Bu bütün ortak özellikleri olan canlı ve cansız her türlü elemanı içerebilmektedir. Her araştırmanın kendine özgü evreni, belli değişkenlere belli özelliklere sınıflandırılıp tanımlanmaktadır. Aslında iki tür evren vardır. Birisi genel evren öteki ise çalışma evrenidir. Genel evren soyut bir kavramdır; tanımlanması kolay fakat ulaşılması güç ve hatta çoğu zaman olanaksızdır. Çalışma evreni ise ulaşılabilen evrendir. Bu yönü ile somuttur. Araştırmacının, ya doğrudan gözleyerek ya da ondan seçilmiş bir örnek küme üzerinde yapılan gözlemlerden yararlanarak, hakkında görüş bildireceği evren çalışma evrenidir (Karasar, 2009, s. 109-110).

Örneklem ise üzerinde çalışılan bir kümeden örnek seçmek örnekleme yapmak demektir. Seçilen örneğe ait bilgiler kullanılarak küme konusunda doğru bilgilere veya kararlara ulaşılmaya çalışılmaktadır (Arıkan, 2000, s. 119).

Araştırmada iki farklı çalışma evreni ve örneklem alınmıştır. Bunlar kamu gündeminin ve medya gündeminin çalışma evreni ve örneklemeleridir.

2.2.1. Kamu gündemi evren ve örnekleme

Tufan'ın (2015) yapmış olduğu Türkiye gerontoloji atlası araştırmasına göre 60 yaş ve üstü 35 binin üzerinde kişinin yaşamı üzerine 2000 yılında başlayan ve 10 yılı aşkın süren araştırmasında en uzun ömürlü insanların Aydın'ın ilçelerinde yaşadığı sonucu ortaya çıkmıştır.³⁴ Ancak son yıllarda Aydın'da artmaya başlayan jeotermal enerji üretimi ile Türkiye'de en çok jeotermal elektrik santraline sahip il olma konumuna gelmiştir.³⁵ Bununla birlikte de bu santrallerin insanların sağlığına olumsuz etki yaptığına yönelik tartışmalar başlamıştır.³⁶ Yerel gazeteler son yıllarda jeotermal

³⁴ <https://www.haberler.com/yasilar-en-cok-dizi-izliyor-5348666-haberi/>

[http://www.milliyet.com.tr/100-yas-ustu-omur-nazilli-de-](http://www.milliyet.com.tr/100-yas-ustu-omur-nazilli-de-yasanir/pazar/haberdetay/18.11.2012/1628671/default.htm)

[yasanir/pazar/haberdetay/18.11.2012/1628671/default.htm](https://www.memurlar.net/haber/137576/turkiye-nin-en-uzun-omurlu-insanlari-nazilli-de-yasiyor.html)

<https://www.memurlar.net/haber/137576/turkiye-nin-en-uzun-omurlu-insanlari-nazilli-de-yasiyor.html> (Erişim tarihi:26.01.2018)

³⁵ <http://www.enerjiatlası.com/jeotermal/> (Erişim tarihi:26.01.2018)

³⁶ <https://www.birgun.net/haber-detay/aydin-i-yok-olusa-surukleyen-12-cevre-felaketi-efelerin-cigli-105116.html>

enerji santrallerinin sağlık açısından olumlu ve olumsuz etkilerini yapan haberler yayınlamaktadır³⁷. Bundan dolayı Aydın’da yaşıayan bireylerin son yıllarda sağlık haberlerini fazla takip ettiği öngörülmektedir. Jeotermal konusu sadece Aydın’da yaşıayan bireyleri ilgilendirdiği için araştırma bulgularında yerel ve yaygın basının gündem belirleme bağlantısının karşılaştırılması açısında da Aydın ili önemli görülmektedir. Ayrıca araştırmacının Aydın ili Adnan Menderes Üniversitesinde görev yapmasından dolayı Aydın ili çalışma evreni olarak belirlenmiştir.

Evren olarak seçilen aydın ilinde veri toplamak için Anket yöntemi uygulanmıştır. Anket yöntemi ile 400 kişi örneklem alınmıştır. Anketin 400 kişiyle yapılmasının sebebi ise 0.05 örneklem hatası ile 100 milyon kişi için 384 örneklemin yeterli olmasıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 50). Aydın İli Merkez (Efeler) nüfusu 2017 yılı itibari ile 287.518’dir. Bundan dolayı anket için 400 kişilik örneklem yeterli bulunmaktadır.

Anket 2018 Mayıs ayı içinde yapılmıştır. Çünkü McCombs ve diğlerleri (1995:285), medya gündemindeki bir konunun kamu gündemini etkilemesi için gereken sürenin genelde beş ile yedi hafta arasında olduğunu, Stone ve McCombs (1981’den aktaran Yüksel, 2001, s. 179) değişik veri grupları üzerinde yaptıkları medya ve kamu gündemini karşılaştıran araştırmalarda, bir konunun gündemini halkın gündemine geçmesi için iki aydan altı aya kadar bir sürenin geçmesi gerekli olduğu ve Salven de (1988’den aktaran Yüksel, 2001, s. 179) bu etkinin beş ile yedi hafta arası olduğunu belirtmektedir. Bu araştırmada medya gündemini belirlenmesi için alınan zaman dilimi aşıağıda açıklanacağı gibi 2018 yılı Mart ayında bitmektedir. Bundan dolayı anket, medya etkilerinin en etkili bulunacağı varsayılan 2018 yılı Mayıs ayı içerisinde yapılmıştır.

Anket yöntemi ile Aydın ili evrenini temsil etmesi açısından küme örneklemini alınmıştır. Evreni oluşturan birimlerin tam olarak listelenemediği hallerde küme örneklemesinden yararlanılmaktadır (Gökçe, 1999, s. 138). Küme örnekleme özellikle elemanlarının çok geniş bir alana yayılmış olması halinde fazlaca kullanılan bir örnekleme metodudur. Küme örnekleme, kümelere göre elemanların aynı özellikte olması kesinlikli gerekli değildir. Bu örneklemede kümeler gelişi güzel belirleneceği gibi bir kurala göre de kümeler oluşturabilmektedir (Bağırkan, 1993, s. 37). Küme

<http://www.milliyet.com.tr/tabip-odasi-aydin-da-artan-kanser-oranlarina-aydin-yerelhaber-652126/>

<https://www.yeniasir.com.tr/kenthaberleri/2015/08/20/jeotermal-kanser-yapmaz> (Erişim tarihi: 26.01.2018)

³⁷<http://www.aydindenge.com.tr/ekonomi/26/07/2017/aycepten-jeotermal-uyarisi> (Erişim tarihi: 24.03.2018)

örneklemede evrendeki kümeler listelenmektedir. Kümelerin tam sayımı yapılmaktadır. Sonra bu kümelerden birbirine benzemeyen kümeler seçilmektedir. Ardından tesadüfi örneklem alınmaktadır (Gökçe, 1999, s. 138).

Anketin evreni Aydın il merkezidir. Bunun için Aydın il merkezindeki (Efeler ilçesi) tüm mahalleler birer küme olarak düşünülmüştür. Kümeler nüfus sayılarına göre yüksek-orta-düşük nüfuslu olmak üzere üç gruba ayrılmıştır.

Efeler ilçesinin 2017 yılı itibari ile toplam nüfusu 287.516'dır. Toplam 83 mahalle vardır. Nüfusu 10.000 ve üzeri olan 10 Mahalle yüksek nüfuslu, 5000 ile 10000 arasında olan 13 mahalle orta nüfuslu, nüfusu 5000'e kadar olan 60 mahalle ise düşük nüfuslu olarak ayrılmıştır. Yüksek-orta-düşük nüfuslu üç gruptan ayrı ayrı 7 mahalle olasılıklı olarak seçilmiştir. Örneklem alınan 400 kişi seçilen grupların nüfuslarına göre orantılı dağıtılmıştır. Aynı şekilde seçilen gruplar içindeki mahallelerde yapılacak anket sayısı orantılı bir şekilde oluşturulmuştur. Tablo 4'de seçilen kümeler ve yapılan anket sayıları ayrıntılı bir şekilde verilmiştir.

Tablo 4: Seçilen kümeler(mahalleler) ve örneklem sayısına göre dağılımı

Nüfus yoğunluğu	Olasılıklı seçilen Mahalle ismi	Mahalle nüfusu	Alınan örneklem	Toplam Nüfus ve alınan örneklem
Yüksek 10 Mahalle Toplam Nüfus:157.967	Girne Mah.	22864	40	220
	Mimar Sinan Mah.	21263	35	
	Efeler Mah.	20305	35	
	Adnan Menderes Mah.	14222	30	
	Meşrutiyet Mah.	13834	30	
	Cumhuriyet Mah.	13397	30	
	Kurtuluş Mah.	10814	20	
Orta 13 Mahalle Toplam Nüfus:87.003	Güzelhisar	9860	20	120
	Ata Mah.	8305	20	
	Fatih Mah.	7286	20	
	Zafer Mah.	6878	20	
	Orta Mah.	6127	15	
	Mesudiye Mah.	5763	15	
	Cuma Mah.	5324	10	
Düşük 60 Mahalle Toplam Nüfus: 42.546	Tepecik Mah.	3802	10	60
	Işıklı Mah.	2764	10	
	Ilıcabaşı Mah.	1582	10	
	İmamköy Mah.	1143	10	
	Çayyüzü Mah.	306	10	
	Danişment Mah.	177	5	
	Yağcılar Mah.	37	5	

Anket formunda üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarında kullanılan zihin haritalama soruları kullanılmıştır. Literatürdeki çalışmalarda hareketle ifade edilecek olursa, bu anketin ilk aşamasında katılımcılardan ankette verilen kutucukları belirlenen

konu doğrultusunda doldurmaları istenmektedir. Listeler oluşturulduktan sonra katılımcıdan bu listedeki özellikleri -eğer aralarında bir bağlantı olduğunu düşünüyorsa- birbiriyle ilişkilendirmesi istenmektedir. Bu sayede haber organlarının etkisiyle katılımcıların gündem konuları arasında kurduğu ilişkiler öğrenilebilmektedir (Guo, 2012, s. 618).

2.2.2. Medya gündemi evren ve örnekleme

İçerik analizi uygulamasının maliyet, kontrol ve etik unsurlar çerçevesinde uygulamanın gerçekleştirileceği zaman aralığının ve incelenecek gazetelerin belirlenmesi anlamında evren ve örneklem tanımlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu araştırmada medyanın çalışma evreni, Aydın'da yaşayanları bilgilendirdiği varsayılan Türkiye'deki yaygın gazeteler ve Aydın ili yerel gazeteleri şeklinde tanımlanmıştır. Bu bağlamda söz konusu yayınlarda yer alan sağlık konularındaki haberler çalışma evreni olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada bir sınırlılık olarak kamuoyunun en çok okuduğu kabul edilen tirajı 100 binin üzerinde bulunan 13 yaygın gazete örneklem alınmıştır. Bunlar Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, HaberTürk, Türkiye, Milliyet, Takvim, Yeni Şafak, Güneş, Akşam, Star ve Vatan gazeteleridir.³⁸ Aydın yerel gazeteleri arasından ise son bir yılda Basın İlan Kurumu'ndan destek almaya hak kazanan 5 yerel gazete örneklem alınmıştır. Bunlar ise Denge, Ses, Hedef, Güzelhisar ve Yeni Kırba gazeteleridir.³⁹

Literatürde üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarının medyada yer alışı süreleri ile ilgili bir bilgi bulunamamaktadır. İlk çalışmalar eski çalışmaların veri setlerine dayanmaktadır. Bundan dolayı yapılan çalışmalar değişik zaman dilimlerine kapsamaktadır. Guo ve diğerleri (2012) 3 yıllık bir süreci ele almışlardır. Vu ve diğerleri (2014) geniş veri setleri kullanarak 5 yıllık bir süreci ele almışlardır. Vargo ve diğerleri (2014) 4 aylık bir zaman dilimi almışlardır. Cheng ve Chan (2015) ise 101 günü araştırmalarına konu etmişlerdir. Türkiye'de sağlık konulu yayınların en çok yayınlandığı zaman Yüksel ve diğerlerinin (2014) yapmış olduğu araştırma da sonbahar ve kış ayları olduğu ortaya konulmuştur. Bundan dolayı zamandan bir kesit olarak sonbahar ve kış ayları yayınlanan sağlık haberleri ele alınmıştır. Bu bağlamda yargısal

³⁸ www.medyatava.com/tiraj (Erişim tarihi: 11.12.2017)

³⁹ <http://www.bik.gov.tr/yerel-gazeteler/aydin/> (Erişim tarihi: 11.12.2017)

olarak söz konusu gazetelerdeki 2017 yılının Ekim, Kasım, Aralık ve 2018 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarında (toplam 6 aylık) yayımlanan sayıları örneklem alınmıştır.

2.3. Verilerin Toplanması

Sonuç çıkarmak, çıkarsama yapmak ya da bir incelemeyi sürdürmek için gerekli olaylara, ilişkilere ve sayısal ham bilgilere “veri” denmektedir. Bir araştırmada sorunun çözümünü sağlamak amacıyla derlenen bilgiler şeklinde de tanımlanmaktadır⁴⁰. Bir başka ifade ile veri, işlenmemiş kanıtlardır (Karasar, 2009, s. 132). Bu araştırmada da verilerini elde etmek için daha önce açıklandığı gibi içerik analizi ve anket yöntemlerinden faydalanılmıştır. Verilerin analizinde farklı istatistiksel programlar kullanılmıştır. Ağ analizi için UciNet programı ile derece merkezietli ölçümleri ve QAP korelasyon ölçümleri gerçekleştirilerek karşılaştırmalar alınmıştır.

2.3.1. Anket yöntemi ile veri toplama

Araştırmanın kamu gündemi boyutunda, öncelikle evren ve örneklem başlığı altında açıklandığı gibi Aydın ilinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Sosyal bilimlerde ve daha birçok alanda yaygın olarak kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri ankettir. Anket yöntemi, sosyal bilime ilişkin pozitivist yaklaşım içinde geliştirilmiş olan sosyal dünya hakkında nicel veriler üretmektedir ve insanların ya da sosyal dünyanın görünümelerini betimlemede kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2005, s. 68). Anket yönteminde soruların doğru bir şekilde hazırlanabilmesi için soruların araştırmanın amacına uygun olması gerekmektedir. Bununla birlikte araştırmanın örneklemini oluşturan bireyler açısından da soruların anlaşılır ve net olmasına, karışıklıktan kaçınmaya dikkat edilmelidir. Doğru hazırlanmış sorular, araştırmacıya geçerli ve güvenilir ölçümler sağlama konusunda kilit bir öneme sahiptir (Punch, 2005, s. 100).

Araştırma anketi, demografik, likert ölçekli ve zihin haritalama olmak üzere toplam 24 adet sorudan oluşmaktadır. Demografik sorular ile cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumuna göre anket katılımcıları orantılı olarak araştırmaya dâhil edilmiştir. Anket formunda gündemi gazetelerden takip etme tutumları likert tipi soru

⁴⁰http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a708410ef7056.27751047 (Erişim tarihi: 30.01.2018).

ile öğrenilmiştir. Demografik sorular ve likert tipi soru, sosyal bilimlerde istatistik programı olan SPSS’te işlenerek verilere ilişkin frekans analizleri alınmıştır.

Diğer sorular ise çalışmanın ana konusu ile ilgili zihin haritalama sorularıdır. Örneklem alınan hastalıklarla ilgili zihin haritalama sorusu sorulmadan önce o hastalıkla ilgili yakın çevresinden kişisel bir deneyim ile bir öğrenme olup olmadığının öğrenilmesi amaçlı “... hastası olan bir yakınınız oldu mu?” soruları sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevap ile kişinin zihin haritalama sorularına vermiş olduğu cevap arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Araştırmaya konu olan hastalıklar için katılımcılara şu soru kalıbı yöneltilmiştir: “(Hastalığın adı)..... hastalığı denilince aklınıza neler gelmektedir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen en az bir çizgi ile iki kelimeyi birbiriyle bağlayınız” ankette sorulmuştur.

Ankette yer alan zihin haritalama sorularının her birinde ilgili hastalık için verilen kelimeler tanımlanmıştır. Bu kelimelerden birbirine yakın olanlar kategorileştirilmiş, çok sayıda yazılan kelimeler ise ayrı kategori olarak verilmiştir.

Kanser zihin haritalama sorusuna 46 farklı kelime yazılmıştır. Bu kelimeler 11 kategori altında toplanmıştır. Tablo 5’de kanser konusunun alt kategorileri verilmiştir.

Tablo 5: *Kanser konusu kategorileri*

ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ	ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ
1-KANSER ÇEŞİTLERİ	-Prostat kanseri -Meme Kanseri -Akciğer Kanseri -Kan Kanseri -Böbrek Kanseri -Yumurtalık Kanseri -İlik Kanseri -Pankreas Kanseri -Doku Kanseri -Bağırsak Kanseri -Karaciğer Kanseri -Tiroit Kanseri -Kalınbağırsak Kanseri -Rahim ağzı Kanseri -Kolon Kanseri	7-KANSERDE TEKNOLOJİ KULLANIMI	-Yeni Tanı Sistemleri -Genomik Haritalama
2-ALKOL ve SİGARA KULLANIMI	-Alkol -Sigara	8-KANSERİN ETKİLERİ	-Organ Kaybı (Ameliyat) -Saç Dökülmesi -Kanama -Halsizlik -Sancı
3-BİLİNÇSİZ İLAÇ KULLANIMI	-Bilinçsiz ilaç kullanımı	9-KEMOTERAPİ	Kemoterapi
4-PSİKOLOJİK DESTEK	-Stres, Fazla çalışma -Psikolojik Destek -Halkı Bilgilendirme -Sosyal Hayat	10- TEDAVİ	-Aşı uygulaması -Kök Hücre -İlaç kullanımı
5-GIDA	-Sağlıksız Beslenme -Sıcak Gıda Tüketimi -Vitamin Eksikliği -Kanserojen Madde -Organik Beslenme (bitki çayları) -Anne sütü -Vitaminler	11. ÖLÜM	- Ölüm
6-KANSERDE ERKEN TEŞHİS	-Erken teşhis	12. ÇEVRE KİRLİLİĞİ	- Çevre Kirlenmesi - Sanayi Atıkları - Jeotermal Enerji Üretimi - Hava Kirliliği

Ankette yer alan obezite zihin haritalama sorusuna ise 25 farklı kelime yazılmıştır. Bu kelimeler 12 kategori altında toplanmıştır. Tablo 6’da obezite konusunun alt kategorileri verilmiştir.

Tablo 6: Obezite konusu kategorileri

ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ	ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ
1-FAZLA KİLO	-Fazla Kilo	7-GÖRÜLME SIKLIĞI ÇOCUKLAR	-Görülme Sıklığı Çocuklar
2-GIDA-BESLENME	-Gıda -Beslenme	8-GENETİK FAKTÖRLER	-Genetik Faktörler
3-FİZİKSEL AKTİVİTE-SPOR	-Fiziksel Aktivite-Spor	9-HORMONAL BOZUKLUKLAR	-Hormonal Bozukluklar
4-ALKOL-SİGARA KULLANIMI	-Alkol-Sigara Kullanımı	10-OBEZİTE İÇİN ÖNLEMLER	-İlaç -Diyetisyene Başvurma -İnsülin Tedavisi
5-DİYET	-Diyet	11-PSİKOLOJİK FAKTÖRLER	-Stres -Ruhsal Bunalım -Alay Konusu Olma -Özgüven Eksikliği -İçe Kapanma -Depresyon
6-AMELİYAT	-Ameliyat	12-OBEZİTENİN ETKİLERİ	- Nefes Darlığı - Karaciğer Yağlanması - Kalp Krizi - Hipertansiyon - Kanser

Ankette yer alan diyabet zihin haritalama sorusuna ise 32 farklı kelime yazılmıştır. Bu kelimeler 13 kategori altında toplanmıştır. Tablo 7’de diyabet konusunun alt kategorileri verilmiştir.

Tablo 7: Diyabet konusu kategorileri

ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ	ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ
1-GIDA	-Gıda	8-KALP-DAMAR HASTALIKLARI	-Kalp -Damar Hastalıkları
2-SPOR	-Spor	9-İNSÜLİN	-İnsülin
3-ALKOL SİGARA KULLANIMI	-Alkol -Sigara	10-KAN ŞEKERİ	-Kan Şekeri
4-HİPERTANSİYON	-Hipertansiyon	11-DİYABETİN BELİRTİLERİ	-Uyku- -ağız kuruluğu -İdrar kaçırma - Sık Acıkma -Görme bozukluğu -İşitme bozukluğu -Yara -Baygınlık -Ayak altı yanması -El titremesi -Kolestrol -Halsizlik - baş ağrısı
5-DİYET	-Diyet	12-DİYABETİN TEDAVİ YÖNTEMLERİ	-Amaliyet -İğne -İlaç
6-OBEZİTE	-Obezite	13-DİYABETİN SONUÇLARI	-Koma -Felç -Ölüm -Böbrek hastalıkları
7-PSİKOLOJİK FAKTÖRLER	-Psikolojik Faktörler		

Ankette yer alan tansiyon zihin haritalama sorusuna ise 36 farklı kelime yazılmıştır. Bu kelimeler 13 kategori altında toplanmıştır. Tablo 8’de tansiyon konusunun alt kategorileri verilmiştir.

Tablo 8: Tansiyon konusu kategorileri

ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ	ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ
1-HİPERTANSİYON BELİRTİLERİ	-Baş ağrısı - Mide bulantısı -Denge bozukluğu -Burun kanaması -Yorgunluk -Uykusuzluk -Kolesterol	8-PSİKOLOJİK FAKTÖRLER	- Stres
2- HİPERTANSİYON NEDENLERİ	-Hareketsiz Yaşam -Yaş faktörü -Genetik- DNA	9-KALP KRİZİ	-Kalp Krizi
3-BAŞ DÖNMESİ VE BAYILMA	-Gözlerde kararma -Dirençsizlik -Halsizlik -Nefes Darlığı -Bayılma	10-HİPERTANSİYONUN DİĞER ORGANLARA ETKİSİ	- Göz hastalıkları -Damar hastalıkları
4-ÇARPINTI	- Nefes Darlığı -Kalp artış hızının artması	11-SİĞARA-ALKOL KULLANIMI	-Sigara kullanımı -Alkol kullanımı
5-BESLENME-GIDA	-Hazır gıdalar	12-HİPERTANSİYONUN DİĞER SONUÇLARI	-Kalpte büyüme -Ölüm
6-FELÇ-İNME	-Felç -İNme	13-HİPERTANSİYONUN TEDAVİ YÖNTEMLERİ	-İlaç tedavisi -Hastanede yatmak - İğne -Tansiyon Ölçümü -Diyet
7-KAN BASINCININ YÜKSELMESİ	-Damar yolu hastalıkları -Kan basıncı		

Ankette yer alan AIDS zihin haritalama sorusuna ise 43 farklı kelime yazılmıştır. Bu kelimeler 13 kategori altında toplanmıştır. Tablo 9’da AIDS konusunun alt kategorileri verilmiştir.

Tablo 9: AIDS konusu kategorileri

ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ	ANA KATEGORİ	ALT KATEGORİ
1-CİNSELLİK	-Çok eşlilik -Eş cinsellik -Beden işçiliği -Cinsel birliktelik	6-AİDS'İN ETKİLERİ	-Ağızda yaraların çıkması -Diş eti hastalıkları -Enfeksiyona karşı dirençsizlik
2-BAĞIŞIKLIK SİSTEMİNDE ÇÖKÜŞ	-Halsizlik -Yorgunluk -Vücut savunma sisteminde zayıflama	7-AİDS VE ERKEN TEŞHİS	-Doktora gitmek -Kan tahlili yaptırmak -Taramadan geçmek -Bilinçli olmak -Yaşam biçimine önem vermek -Araştırmacı olmak -Aşı yaptırmak
3-BULAŞMA YOLLARI	-Kan verme -Açık iltihaplı kanamalı yara -Şırınga -Cerrahi müdahale -Kan yolu ile -Tükürük yolu ile	8-AİDS KORUNMA YÖNTEMLERİ	-Tedavi olma -Kontrol altında olma -Kan vermeme -Organ bağışında bulunmama -Sağlıklı beslenme -Prezervatif kullanma
4-MADDE BAĞIMLILIĞI	-Uyuşturucu kullanmak	9-AİDS'İN SONUÇLARI	-Psikolojik bunalım -İntihar eğilimi -Toplumdaki dışlanma -İşsiz kalmak -sosyal olamamak -İçe kapanmak -Ruh ve beden sağlığını kaybetmek -Aile kuramamak -Ölüm
5-SOSYAL SORUMLULUK	-AİDS projeleri -Sanatçıların farkındalık yaratması -Halka eğitimler verilmesi -Hastanın bilinçlendirilmesi -Toplumun duyarlılığı		

Yukarıdaki kategorilere göre zihin haritalama sorularında bağlantı kurulan her iki kategori Excel programında matrislere aktarılmıştır. Daha sonra matrisler Ucinet programı ile analiz edilmiştir. Ardından Ucinet programı içindeki NetDraw programı ile görselleştirilmiştir. Elde edilen bulgular “Bulgular ve Yorum” bölümünde alt başlıklar halinde verilmiştir..

2.3.2. İçerik analizi ile veri toplama

İkinci aşamada içerik analizi ile medya gündem bağlantı verileri elde edilmiştir. Bunun için örneklem alınan yaygın gazeteler ve yerel gazetelerde yer alan kanser,

obezite, diyabet, tansiyon, AIDS haberleri medya takip ajansından temin edilmesi için her bir hastalık için anahtar kelimeler oluşturulmuştur. Bu anahtar kelimeler şunlardır:

- ***Kanser hastalığı için anahtar kelimeler:*** Kanser, Tümör
- ***Obezite hastalığı için anahtar kelimeler:*** Obezite, şişmanlık
- ***Diyabet hastalığı ile ilgili anahtar kelimeler:*** Diyabet, Şeker Hastalığı
- ***Tansiyon hastalığı için anahtar kelimeler:*** Hipertansiyon, tansiyon, yüksek tansiyon
- ***AIDS/HIV hastalığı ile ilgili anahtar kelimeler:*** AIDS, HIV

Yukarıda belirtilen anahtar kelimeler ile her bir hastalık için medya takip şirketi olan Ajans Press'in sisteminde taratılmış, elde edilen haberler her bir hastalık için ayrı dosyalar halinde alınmıştır.

Daha sonra içerik analizinde kullanılmak üzere kodlama formu hazırlanmıştır (EK 4). Kodlama formları, yukarıda açıklanan kategoriler bağlamında örneklem alınan haberler incelenerek konu bağlantılarını ortaya koyacak şekilde doldurulmuştur. Bir haber içinde geçen her iki bağlantı Excel programı ile matrislere aktarılmıştır. Ardından matrisler UciNet programına aktararak analizleri yapılmıştır.

2.3.3. Verilerin karşılaştırılması ve QAP korelasyonu hesaplaması

Literatürde “Matrisin oluşturulması ve QAP korelasyon testi” başlığı altında geniş şekilde açıklandığı gibi üçüncü aşama gündem belirleme araştırmacıları, medya ve kamu gündemi arasındaki bağlantıları belirlemek için medya ve kamu gündemi bağlantılarını ayrı ayrı test etmeye yarayan QAP (Quadratic Assignment Procedure) korelasyon testini kullanmaktadır. Bu araştırmada da QAP korelasyon testi UciNet programı ile ölçülmüştür.

Daha önce de belirtildiği gibi çalışmada ağ analizi oluşturmak amacıyla her bir kodlama formunda yer alan her bir konu ile alakalı kodlama verileri, Excel programı ile matrislere dönüştürülmüştür. Ardından Ucinet Programı ile analiz edilmiş ve NetDraw programı ile görselleştirilmesi sağlanmıştır. Örnek olarak obezite haberindeki bağlantı için aynı haberde “Gıda” ve “Spor” sözcükleri birlikte yer almışsa, bu durum Excel programındaki “Gıda-Spor” matrisine +1 olarak kaydedilmiştir. Ardından matrisler UciNet Programına aktararak derece merkeziet, QAP analizleri ve matrislerislerin

görselleştirilmesi yapılmıştır. Ne kadar çok haberde bu iki konu bağlantılı şekilde verilmişse, UciNet programı içindeki NetDraw programı aracılığı ile görselleştirilen iki konu arasındaki bağlantı çizgisi o kadar kalın olmaktadır.

Daha önce yapılan üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarında QAP korelasyonu %70 - %100 ($p = 0.70 - 1.00$, $p < 0.05$) arasında ise anlamlı (yüksek) bir benzerlik olduğu kabul edilmiştir (Guo ve McCombs, 2011a, 2011b; Guo, 2012; Guo vd, 2012; Vargo vd., 2014; Vu vd., 2014; Cheng ve Chang, 2015; Guo vd, 2015; İspir ve Kılıç, 2017). Ayrıca araştırma öncesi UciNet programı ile deneme ölçümler gerçekleştirilmiştir. Bu ölçümlerde örnek matrisler oluşturulmuştur. Örnek matrislere aynı değerler girilmiş ve deneme sonucu alınmıştır. Bu sonuçlarda aynı verilere ait matrislerde ölçülen değer 1.00 çıkmış olup matrislerde yapılan değişikliğe göre bu sonuç 0.98, 0.91. 0.70 gibi değerler göstererek azalmaktadır.

Bu çalışmada, Tablo 10’da gösterildiği gibi QAP korelasyonu 0.00 – 0.49 arası benzerlik olmadığı, 0.50 – 0.69 arası az bir benzerlik olduğu, 0.70 – 1.00 anlamlı (yüksek) benzerlik olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Tablo 10: QAP Korelasyonu yorumlanması

Anlamlı benzerlik yok	Az benzerlik var	Anlamlı (yüksek) benzerlik var
QAP ($P=0.00 - 0.49$, $P<0.05$)	QAP ($P=0.50 - 0.69$, $P<0.05$)	QAP ($P=0.70 - 0.100$, $P<0.05$)

Tüm bu veriler ile araştırmanın problem ve hipotezlerine yönelik sonuçlar elde edilmiştir.

2.4. Güvenirlilik

Aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılığa “güvenirlilik” denir. Ölçülmek istenen belli bir şeyin, sürekli olarak aynı sembolleri almasıdır; aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınmasıdır (Karasar, 2009, s. 148). Araştırmada kullanılan iki yöntemin güvenilirliği ayrı ayrı alt başlıklar halinde verilmiştir.

2.4.1. İçerik analizi güvenilirliği

İçerik analizinde güvenilirlik büyük oranda kodlama işleminde bağlanmaktadır. Bu durum ise kodlayıcının ve kodlama kategorilerinin güvenilirliğiyle bağlantılıdır. Kodlayıcı güvenilirliği, farklı kodlayıcıların aynı metni aynı şekilde kodlamalarını veya

aynı metni farklı zamanlarda aynı şekilde kodlamasını gerektirmektedir (Bilgin, 2006, s. 16). Bu araştırmada içerik analizi kodlaması araştırmacı tarafından hazırlanan kodlama formu doğrultusunda araştırmacı ve iki yüksek lisans öğrencisi tarafından yapılmıştır. İçerik analizinde yer alan kategoriler ve alt kategorilerin tutarlılığının; kodlamanın yansız olduğunun sınanması için güvenilirlik testi bu aşamada uygulanmıştır. Bu noktada Yüksel (2009, s. 55), sınıflanan 100 üzerindeki haberin 1/3'ünde, hatta 1/5'inde uyumsuzluk tespit edilirse, araştırma sonuçlarının tutarsız kabul edileceğini belirtmektedir. Poindexter ve McCombs (1999'dan aktaran Yüksel, 2009, s. 55) ise kodlayıcılar arasında %80'lik bir uyumun üzerine çıkılması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Yapılan ön testte üç kodlayıcının ayrı ayrı yaptığı testlerin sonucunun %85'in üzerinde çıkması hedeflenmiş ve bu hedefin çalışmanın güvenilirliğini arttıracığı düşünülmüştür.

Araştırmacı ve kodlayıcılar arasındaki uyum her bir kategori için Yüksel ve diğerlerinin (2009, s. 56) güvenilirlik değerlendirmesinde kullanılan formüle göre hesaplanmıştır. Tablo 11'de içerik analizi uygulamasında kodlayıcılar arası uyum hesaplaması tablosudur.

Tablo 11: *İçerik analizi uygulamasında kodlayıcılar arası uyum hesaplaması* (Yüksel vd., 2009, s. 56)

$\text{Kodlayıcılar arası uyum} = 2 (\text{Üzerinde uzlaşılan kodlama sayısı}) /$ $\text{Birinci kodlayıcı tarafından yapılan kodlama sayısı} +$ $\text{İkinci kodlayıcı tarafından yapılan kodlama sayısı}$
--

Araştırmacı ve kodlayıcılar arasındaki uyum her gün ayrı ayrı hesaplanmıştır. İlk gün için aynı 20 haberi her kodlayıcı kodlamıştır. İlk gün sonunda hesaplandığında uyum %71 çıkmıştır. Araştırmacı tarafından yeterli bulunmayan bu oranın ardından araştırmacı ve kodlayıcılar kategorileri tekrar gözden geçirmiş ve kategoriler revize edilmiştir. İkinci gün yine rastsal seçilen 20 haber için ön test uygulanmıştır. İkinci ön testte %87'lik bir sonuca ulaşılmıştır. Bu sonuç haber kategorilerin uygunluğuna ve kodlayıcılar arasında uyum olduğuna karar verilmiştir. İlk kodlamadan itibaren 10 gün boyunca toplam 200 haber ortak kodlanmıştır. Kodlayıcılar arasındaki uyum %91 olarak hesaplanmıştır.

2.4.2. Soru formu güvenilirliği

Anket soruları hazırlandıktan sonra ön teste tabi tutulmuştur. Anket 20 kişiye uygulanmıştır. Bu ön test sonucunda anlaşılmayan sorular ve cevap alınamayan sorular tekrar revize edilmiş, tekrar 20 farklı kişiye ön teste tabi tutulmuştur. İkinci ön teste zihin haritalama soruları haricindekiler eksiksiz doldurulmuştur. Zihin haritalama sorularında kişiler, bazı soruları tam doldurmadığı anlaşılmıştır. Bunun üzerine araştırmacı soruları kendisi sözlü olarak sorarak birebir 20 kişiye anket yapmıştır. Bu şekilde soruların eksiksiz doldurulduğu anlaşılmış ve daha sağlıklı veriler elde edilmiştir. Bundan dolayı anket araştırmacı tarafından kamuya açık yerlerde kişilerle yüzyüze yapılmıştır.

Anket yapılmadan önce anket formu Anadolu Üniversitesi Etik Kuruluna sunulmuştur. Kurul uygunluk raporu (EK1) alındıkdıktan sonra gönüllü katılım formu (EK2) ile birlikte ankete başlanmıştır.

Anket sorularında kullanılan likert tipi ölçek sorularının güvenilirliğinde ölçekte yer alan maddeler arasındaki korelasyon değerini dikkate alan içsel tutarlılık analizi tercih edilmektedir. Cronbach α katsayısı ölçek maddelerinin iç tutarlılığının ve güvenilirliğinin bir ölçüsüdür (Tezbaşaran, 1996, s. 46). Ancak bu araştırmada tek likert soru olduğu için Cronbach alfa kat sayısı ölçülmemiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmada elde edilen verilerin çözümlemelerine ve bunlara ilişkin yorumlara yer verilmiştir. İlk alt başlıkta anket bulguları, ikinci alt başlıkta içerik analizi bulguları, üçüncü alt başlıkta ise karşılaştırmalardan elde edilen bulgular yer almaktadır.

3.1. Anket Bulguları ve Yorumu

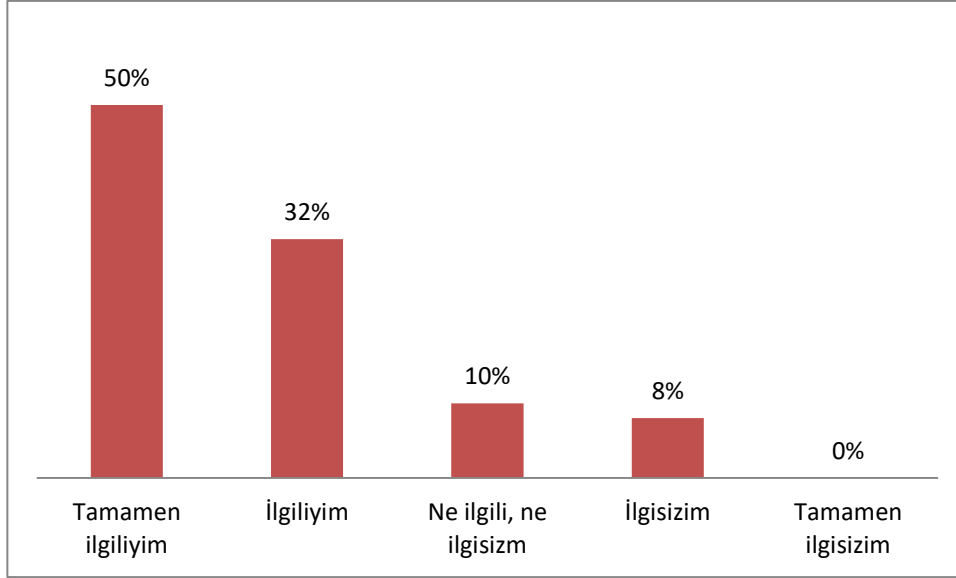
Araştırmada sağlık konulu yayınları okuyanlar konumundaki kişiler daha doğrusu medya içeriklerine maruz kalan kamuoyunun bu yayınlardan ne derece etkilendiğinin değerlendirilmesi için zihin haritalama anketleri uygulanmıştır.

Anket Aydın il merkezinde 400 kişiye küme örneklem alınarak yapılmıştır. Ankete katılanların %51'i Erkek, %49'u Kadın'dır. Ankete 18 yaş üstü her yaş grubundan katılım olmuştur. Ankete katılanların eğitim durumu %38'i lisans, %19'u lise, %13'ü ön lisans, %13'u ise ilköğretim mezunudur. Ankete katılanların gelir durumu dağılımı %27'si asgari ücret altında, %49'u 1601-3200 TL, %21'i 3201 – 5600 TL, %3'ü ise 5600 TL üzerindedir. Tablo 12'de demografik özellikler ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 12: Demografik özellikler

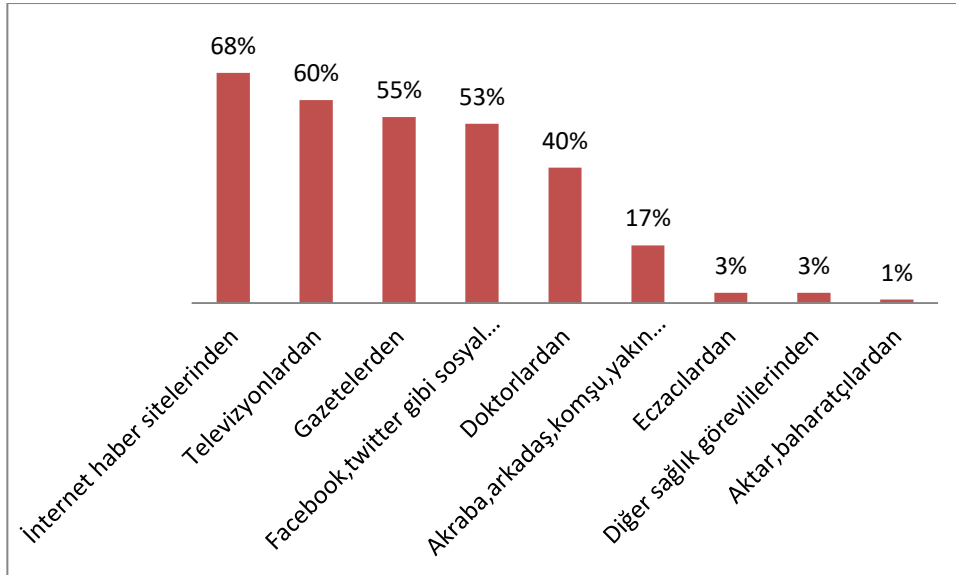
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER		% Yüzde
CİNSİYET	ERKEK	51%
	KADIN	49%
YAŞ	18-34	34%
	35-44	21%
	45-54	24%
	55-64	14%
	65 ve üzeri	7%
EĞİTİM DURUMU	Okur-Yazar	4%
	Okur-Yazar Değilim	3%
	İlköğretim-Ortaöğretim	13%
	Lise	19%
	Ön Lisans	13%
	Lisans	38%
	Lisans Üstü	10%
GELİR	0-1600	27%
	1601-3200	49%
	3201-5600	21%
	5601-10.000	2%
	10.001 ve Üzeri	1%

Ülkede yaşanan siyasi, ekonomik, hukuksal, kültürel, toplumsal her türlü gelişme hakkında kendinizi hangi düzeyde ilgili buluyorsunuz sorusuna verilen yanıtlardan çıkan sonuçlara göre katılımcıların %50'si tamamen ilgiliyim, %32'si ilgiliyim, %10'u ne ilgili ne ilgisizim, %8'i ise ilgisiz olduğunu belirtirmiştir. Grafik 1'de ankete katılanların siyasi, ekonomik, hukuksal, kültürel, toplumsal her türlü ilgi düzeyine ilişkin oranlar verilmiştir.



Grafik1: Kamunun gündem takibi

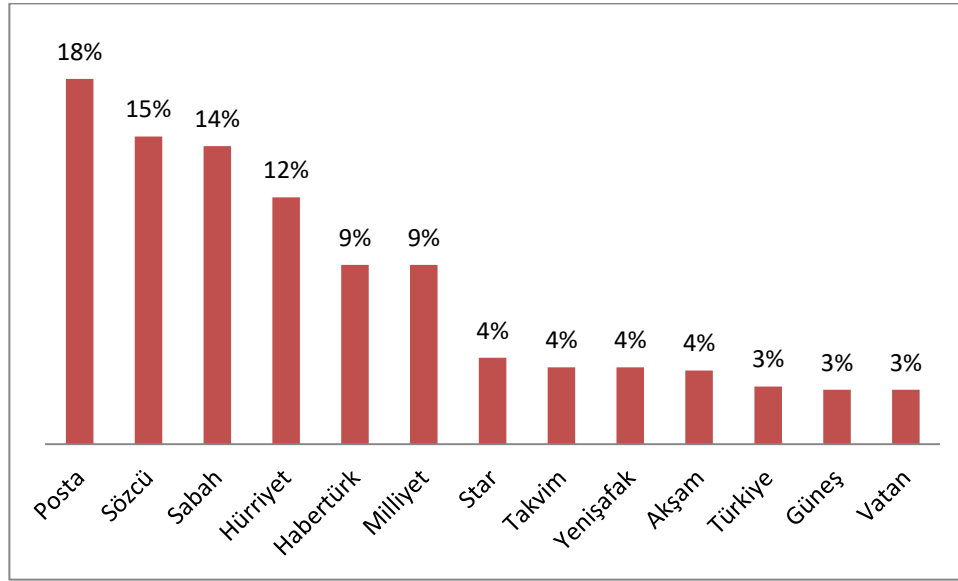
Ankete katılanlardan sağlık ile ilgili konuları genellikle nerelerden öğrendikleri sorulmuş, üç seçenek işaretlemeleri istenmiştir. En yüksek oran % 68 ile İnternet Haber siteleridir, ardından %60 ile Televizyon, %55'i Gazetelerden, %53'ü Sosyal medyadan, % 40'ı ise doktorlardan sağlık ile ilgili bilgilerini öğrendiğini belirtmiştir. Grafik 2'de ankete katılanların sağlık ile ilgili konuların öğrenme yerleri yüzdelikleri verilmiştir.



Grafik2: Sağlık ile ilgili konuları öğrenme yeri

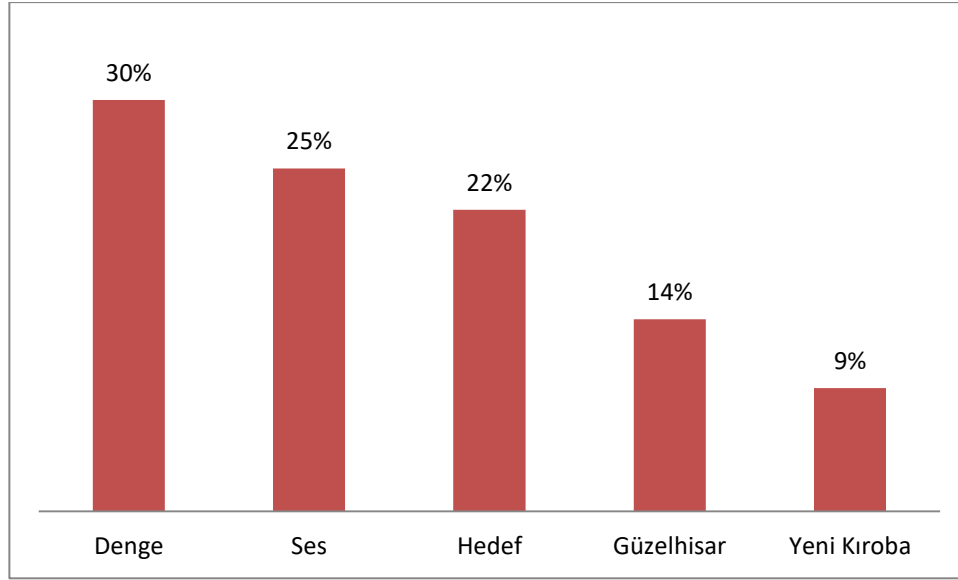
Ankete katılanlara en çok okudukları gazeteler sorulmuştur. En çok okudukları gazeteler sırasıyla Posta, Sözcü, Sabah, Hürriyet, Milliyet, HaberTürk, Takvim,

Yenişafak, Star, Akşam, Güneş, Türkiye ve Vatan gazeteleridir. Çalışmada içerik analizi için tirajı 100 binin üzerindeki gazeteler örneklem alınmıştır. Dolayısıyla çalışmada örneklem alınan yerel gazeteler ile ankette katılımcıların en çok okuduklarını söyledikleri gazeteler aynı gazetelerdir. Bu da örneklemin doğruluğuna işaret etmektedir. Grafik 3'te ankete katılanların en çok okudukları yaygın gazetelerin yüzdelik dağılımları gösterilmektedir.



Grafik 3: En çok okunan yaygın gazeteler

Ankete katılanların en çok okudukları yerel gazeteler sırasıyla Denge, Ses, Hedef, Güzelhisar ve Yeni Kiroba'dır. Dolayısıyla çalışmada örneklem alınan yerel gazeteler ile ankette katılımcıların en çok okuduklarını söyledikleri gazeteler aynı gazetelerdir. Bu da örneklemin doğruluğuna işaret etmektedir. Grafik 4'de ankete katılanların en çok okudukları yerel gazetelerin yüzdelik dağılımları gösterilmektedir.

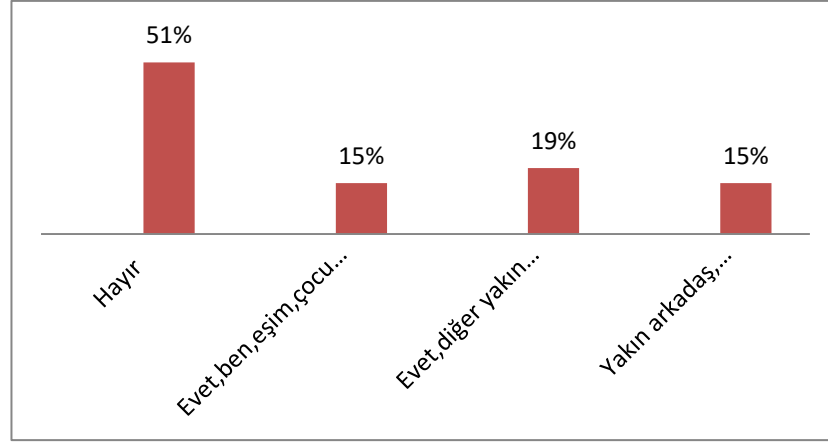


Grafik 4: *En çok okunan yerel gazeteler*

Araştırmanın ana konusu olan örneklem alınan hastalıklarla ilgili zihin haritalama sorularının bulguları ayrı alt başlıklarda verilmiştir.

3.1.1. Kanser zihin haritalama soruları bulguları

Zihin haritalama sorularından hastalıklar ile ilgili yakınlığı ölçmek amaçlı soru sorulmuştur. Bu sorulardan kanser hastalığı ile ilgili olanı “Hayatınızda kanser hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da tanıdığınız oldu mu?” sorusudur. Bu soruya verilen cevapların oranı Grafik 5’de gösterilmiştir. Ankete katılanların %51’i “Hayır” cevabını vermiştir. %15’i ise birinci derece akrabalarından kanser hastası olduğunu belirtmiştir. İkinci derece akrabalarında kanser hastası olduğunu işaretleyen kişi oranı %19’dur. %15’i ise diğer yakın arkadaş, komşu ve tanıdık gibi yakınlarında kanser hastası olduğunu söylemiştir.



Grafik 5: *Kanser konusuna yakınlık*

Veri toplama sürecinin anket aşamasında elde edilen veri simetrik matrislere dönüştürülmüştür. Ağ analizinde, veri analizi yapılacak temel yapı bu matrislerdir. Ağ analizi matrisleri önceden belirlenmiş kategori sayısına (N) bağlı olarak N sayıda kolon ve N sayıda satırdan oluşmaktadır. Kanser konusu 12 kategoriden oluşmaktadır. Bundan dolayı oluşturulan matrisler 12 kolon ve 12 satır içermektedir. Örneğin zihin haritalama anketi kanser sorusu sonucunda gıda ve kanser çeşitleri arasında 30 bağlantı işaretlendi ise bu sayı matristeki ilgili hücreye yazılmıştır. Kanser konusunun bağlantı matrisi Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13: *Kanser konusu bağlantı matrisi*

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	0	28	12	42	30	58	35	30	12	65	35	16
B	28	0	5	2	0	2	0	0	0	2	0	0
C	12	5	0	9	2	17	0	0	0	6	0	0
D	42	2	9	0	20	1	4	33	0	0	1	0
E	30	0	2	20	0	40	9	9	0	30	0	30
F	58	2	17	1	40	0	30	1	5	24	0	0
G	35	0	0	4	9	30	0	0	10	48	0	0
H	30	0	0	33	9	1	0	0	10	12	1	0
I	12	0	0	0	0	5	10	10	0	15	1	0
J	65	2	6	0	30	24	48	12	15	0	4	0
K	35	0	0	1	0	0	0	1	1	4	0	4
L	16	0	0	0	30	0	0	0	0	0	4	0

Not: A: Kanser Çeşitleri B: Alkol-Sigara Kullanımı C: Bilinçsiz İlaç Kullanımı D: Psikolojik Faktör
E: Gıda F: Kanserde Erken Teşhis G: Kanserde Teknoloji Kullanımı H: Kanser Etkileri I: Kemoterapi
J: Tedavi K: Ölüm L: Çevre Kirliliği

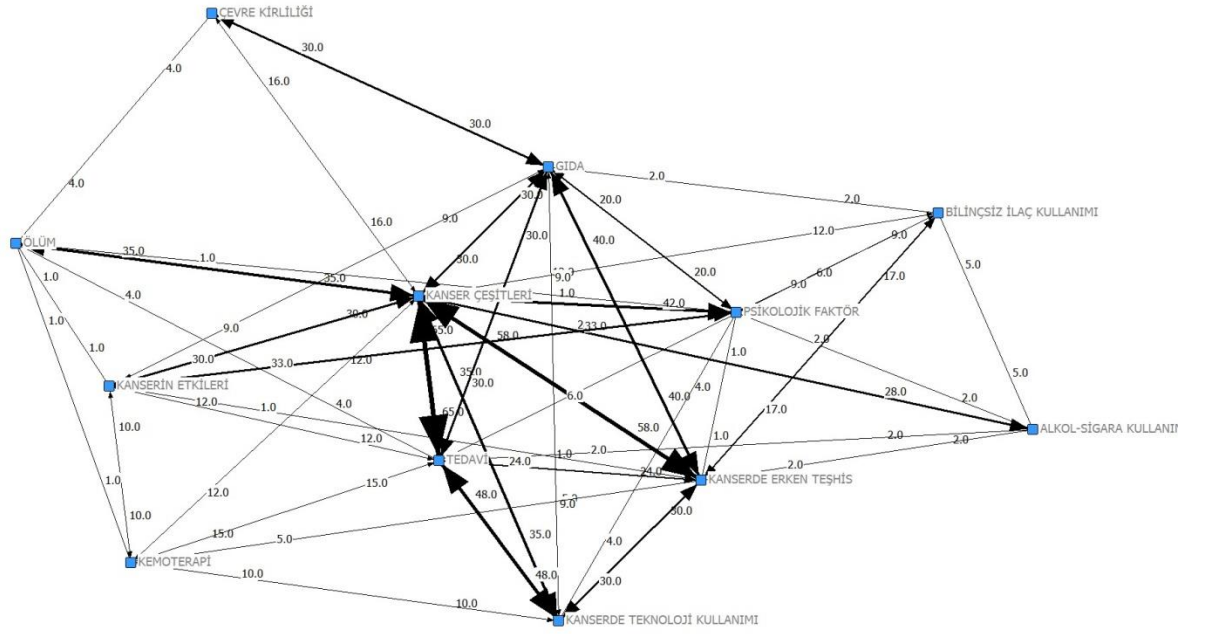
Merkezlilik ağ analizinde kullanılan önemli bir ölçüm kavramıdır. Derece merkeziliği ağ içinde en çok etkileşimi alan düğümü; yani en merkezdeki düğümü göstermektedir. Kanser konusu zihin haritalama sorusuna verilen cevaplar sonucunda en

merkezdeki kategori 360 derece merkeziyeti ile “Kanser çeşitleri”dir. Ardından 206 derece merkeziyeti ile “Tedavi” kategorisi gelmektedir. Kategorilerin derece merkeziyeti Tablo 14’de gösterilmiştir.

Tablo 14: *Kanser Konusu Derece Merkeziyeti*

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Kanser Çeşitleri	360
Alkol-Sigara Kullanımı	39
Bilinçsiz İlaç Kullanımı	51
Psikolojik Faktör	112
Gıda	170
Kanserde Erken Teşhis	178
Kanserde Teknoloji Kullanımı	136
Kanserin Etkileri	96
Kemoterapi	53
Tedavi	206
Ölüm	46
Çevre Kirliliği	50

Ağın daha iyi anlaşılabilmesi için görsel sunum önemlidir. Ağ verisinin görselleştirilmesi ağın neye benzediği hakkında daha iyi bir fikir vermektedir. Ağın görselleştirilmesi için NetDraw programı kullanılmıştır. Kanser konusu zihin haritalama ağı görseli Şekil 5’te gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Tedavi” ve “Kanser Çeşitleri”dir. En çok ikinci bağlantı ise “Kanserde erken teşhis” ve “Kanser çeşitleri” arasındadır. Şekil 5’te görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.

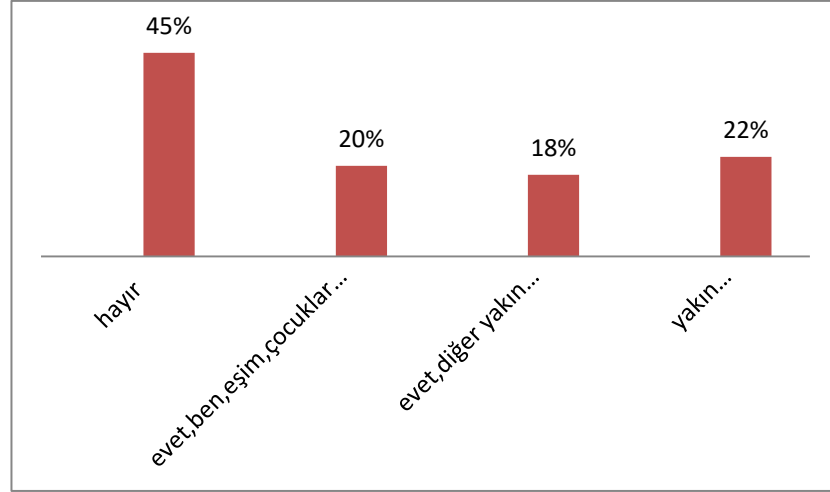


Şekil 5: Kanser konusu zihin haritalama ağı

Sonuç olarak zihin haritalama anketinden kanser konusu ile ilgili kamunun zihninde yer alan kanser konusuna yakınlığı ve zihnindeki kanser konusundaki bağlantılar ortaya çıkarılmıştır. Alt amaç soruları arasında yer alan “Kamunun zihnindeki kanser konusuna yönelik bağlantılar nelerdir?” sorusu bu bulgularla ortaya konulmaktadır.

3.1.2. Obezite zihin haritalama sorusu bulguları

Örneklem alınan diğer hastalıklarda olduğu gibi obezite ile ilgili ankete katılan kişilerin hastalığa olan yakınlıklarını ölçmek için sorulan soru: “Hayatınızda obezite hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da tanıdığınız oldu mu?” sorusudur. Bu soruya verilen cevapların oranı Grafik 6’da gösterilmiştir. Ankete katılanların %45’i “Hayır” cevabını vermiştir. %20’si ise birinci derece akrabalarından bir ya da bir kaçının obezite hastası olduğunu belirtmiştir. İkinci derece akrabalarında bu hastalığın olduğunu işaretleyen kişi oranı %18’dir. %22’si ise diğer yakın arkadaş, komşu ve tanıdık gibi yakınlarında bu hastalığın olduğunu söylemiştir.



Grafik 6: Obezite konusuna yakınlık

Obezite konusu 12 kategoriden oluşmaktadır. Bundan dolayı oluşturulan matrisler 12 kolon ve 12 satır içermektedir. Obezite konu bağlantı matrisi Tablo 15’de gösterilmiştir.

Tablo 15: Obezite konusu bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	0	34	30	0	0	10	32	22	7	28	33	25
B	34	0	36	7	26	1	29	7	27	26	20	15
C	30	36	0	7	13	4	2	0	3	17	4	25
D	0	7	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E	0	26	13	0	0	7	0	18	0	13	3	0
F	10	1	4	0	7	0	2	0	3	2	11	16
G	32	29	2	0	0	2	0	15	2	20	10	0
H	22	7	0	0	18	0	15	0	0	8	1	0
I	7	27	3	0	0	3	2	0	0	1	0	8
J	28	26	17	0	13	2	20	8	1	0	5	0
K	33	20	4	0	3	11	10	1	0	5	0	0
L	25	15	25	0	0	16	0	0	8	0	0	0

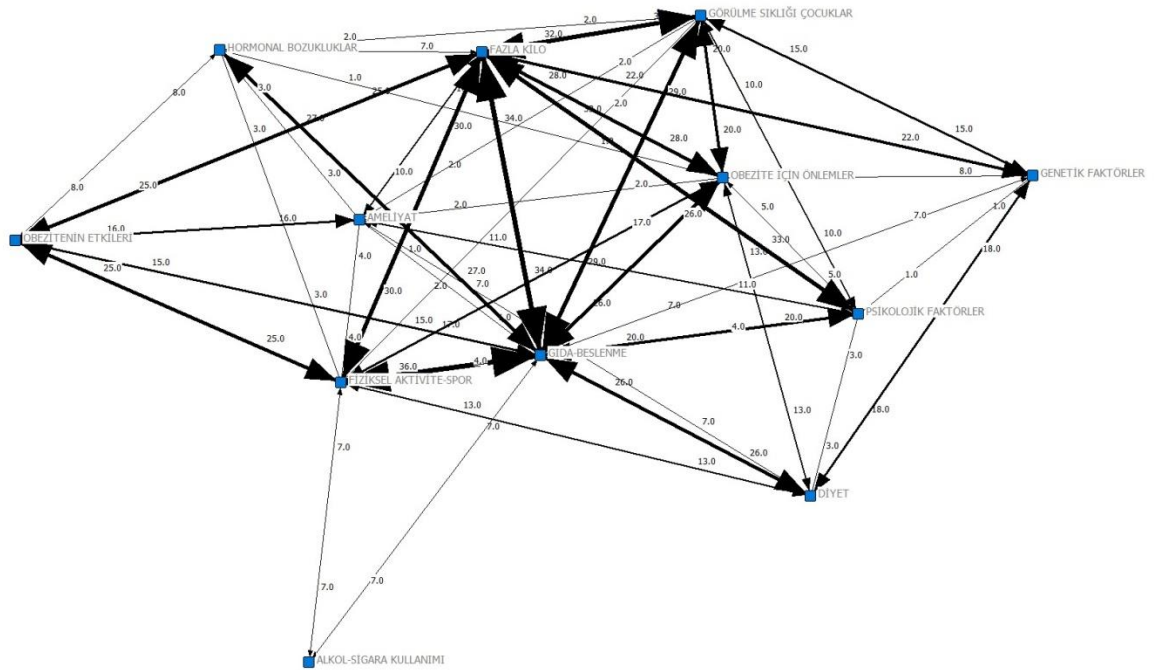
Not: A: Fazla Kilo B:Gıda-Beslenme C: Fiziksel Aktivite-Spor D: Alkol-Sigara Kullanımı E: Diyet F: Ameliyat G: Görülme Sıklığı Çocuklar H:Genetik Faktörler I: Hormonal Bozukluklar J: Obezite İçin Önlemler K: Psikolojik Faktörler L:Obezitenin Etkileri

Obezite hastalığı ile ilgili zihin haritalama sorusuna verilen cevaplar sonucunda en merkezdeki kategori 228 derece merkezietiyi ile “Beslenme”dir. Ardından 221 derece merkezietiyi ile “Fazla kilo” kategorisi gelmektedir. Kategorilerin derece merkezietiyi Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo16: Obezite konusu derece merkeziyeti

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Fazla Kilo	221
Beslenme	228
Fiziksel Aktivite-Spor	141
Alkol-Sigara Kullanımı	14
Diyet	80
Ameliyat	56
Görülme Sıklığı Çocuklar	112
Genetik Faktörler	71
Hormonal Bozukluklar	51
Obezite İçin Önlemler	120
Psikolojik Faktörler	87
Obezitenin Etkileri	89

Obezite hastalığı ile ilgili zihin haritalama ağı görseli Şekil 6’da gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor” arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Fazla kilo” ve “Gıda beslenme” arasındadır. Şekil 6’da görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.

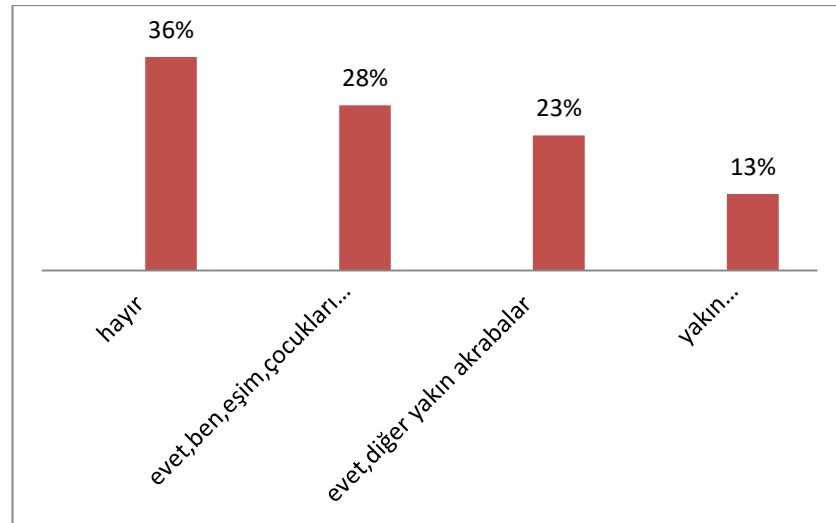


Şekil 6: Obezite konusu zihin haritalama ağı

Sonuç olarak zihin haritalama anketinden kamunun zihnindeki obezite hastalığı ile ilgili olarak obeziteye yakınlık ve obezite konusundaki bağlantılar ortaya çıkarılmıştır. Alt amaç soruları arasında yer alan “Kamunun zihnindeki obezite hastalığına yönelik bağlantılar nelerdir?” sorusunun cevabı ortaya koyulmaktadır.

3.1.3. Diyabet (şeker) zihin haritalama soruları bulguları

Bir diğer zihin haritalama sorumuz ise diyabet hastalığı ile ilgilidir. Diyabet konusuna yakınlığı ölçen “Hayatınızda diyabet hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da tanıdığınız oldu mu?” sorusuna verilen cevaplarda ankete katılanların %36’sı “Hayır” cevabını vermiştir. %28’i ise birinci derece akrabalarından bu hastalığa yakalananları olduğunu belirtmiştir. İkinci derece akrabalarında bu hastalığın olduğunu işaretleyen kişi oranı %23’dür. %13’ü ise diğer yakın arkadaş, komşu ve tanıdık gibi yakınlarında bu hastalığın olduğunu söylemiştir. Bu soruya verilen cevapların oranı Grafik 7’de gösterilmiştir.



Grafik 7: Diyabet konusuna yakınlık

Diyabet konusu 13 kategoriden oluşmaktadır. Bundan dolayı oluşturulan matrisler 13 kolon ve 13 satır içermektedir. Diyabet konu bağlantı matrisi Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17: Diyabet konusu bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	0	30	17	6	29	31	25	17	28	25	19	11	11
B	30	0	3	1	26	29	10	1	1	0	0	0	6
C	17	3	0	6	5	9	22	9	8	23	8	0	0
D	6	1	6	0	3	13	7	1	12	16	7	0	1
E	29	26	5	3	0	2	16	15	20	2	18	20	0
F	31	29	9	13	2	0	0	13	10	7	1	21	0
G	25	10	22	7	16	0	0	15	0	24	4	2	3
H	17	1	9	1	15	13	15	0	4	1	5	2	0
I	28	1	8	12	20	10	0	4	0	10	15	0	1
J	25	0	23	16	2	7	24	1	10	0	22	2	0
K	19	0	8	7	18	1	4	5	15	22	0	0	0
L	11	0	0	0	20	21	2	2	0	2	0	0	4
M	11	6	0	1	0	0	3	0	1	0	0	4	0

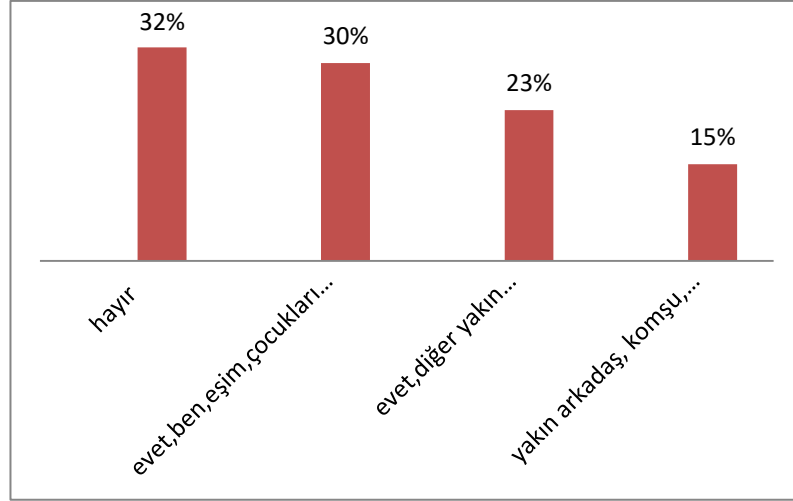
Not: A: Gıda B: Spor C: Alkol Sigara Kullanımı D: Hipertansiyon E: Diyet F: Obezite G:Psikolojik Faktörler H: Kalp-Damar Hastalıkları I: İnsülin J: Kan Şekeri K: Diyabetin Belirtileri L: Diyabetin Tedavi Yöntemleri M: Diyabetin Sonuçları

Diyabet hastalığı ile ilgili zihin haritalama sorusuna verilen cevaplar sonucunda en merkezdeki kategori 249 derece merkezietiyi ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 156 derece merkezietiyi ile “Diyet”dir. Kategorilerin derece merkezietiyi Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo18: Diyabet konusu derece merkezietiyi

Düğüm	Derece Merkezietiyi
Gıda	249
Spor	107
Alkol Sigara Kullanımı	110
Hipertansiyon	73
Diyet	156
Obezite	136
Psikolojik Faktörler	128
Kalp-Damar Hastalıkları	83
İnsülin	109
Kan Şekeri	132
Diyabetin Belirtileri	99
Diyabetin Tedavi Yöntemle	62
Diyabetin Sonuçları	26

Diyabet hastalığı ile ilgili zihin haritalama ağı görseli Şekil 7’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda” ve “Obezite”dir. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Gıda” ve “Spor” arasındadır. Şekil 7’de görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.



Grafik 8: Tansiyon konusuna yakınlık

Tansiyon konusu 13 kategoriden oluşmaktadır. Bundan dolayı oluşturulan matrisler 13 kolon ve 13 satır içermektedir. Tansiyon konu bağlantı matrisi Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19: Tansiyon konusu bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	0	0	47	0	20	30	33	12	0	52	0	0	6
B	0	0	0	0	45	0	27	38	0	4	0	0	0
C	47	0	0	0	40	0	1	0	2	36	0	0	0
D	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E	20	45	40	0	0	1	1	3	5	23	43	8	0
F	30	0	0	0	1	0	15	0	0	0	0	0	0
G	33	27	1	0	1	15	0	0	17	50	9	0	0
H	12	38	0	0	3	0	0	0	0	0	0	35	0
I	0	0	2	0	5	0	17	0	0	10	0	0	0
J	52	4	36	0	23	0	50	0	10	0	0	0	0
K	0	0	0	0	43	0	9	0	0	0	0	0	0
L	0	0	0	0	8	0	0	35	0	0	0	0	0
M	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Not: A: Tansiyon Belirtileri B: Tansiyon Nedenleri C: Baş Dönmesi ve Bayılma D: Çarpıntı

E: Beslenme-Gıda F: Felç-İnme G: Kan Basıncının Yükselmesi H: Psikolojik Faktörler I: Kalp Krizi

J: Tansiyonun Diğer Organlara Etkisi K: Sigara-Alkol Kullanımı L: Tansiyonun Diğer Sonuçları

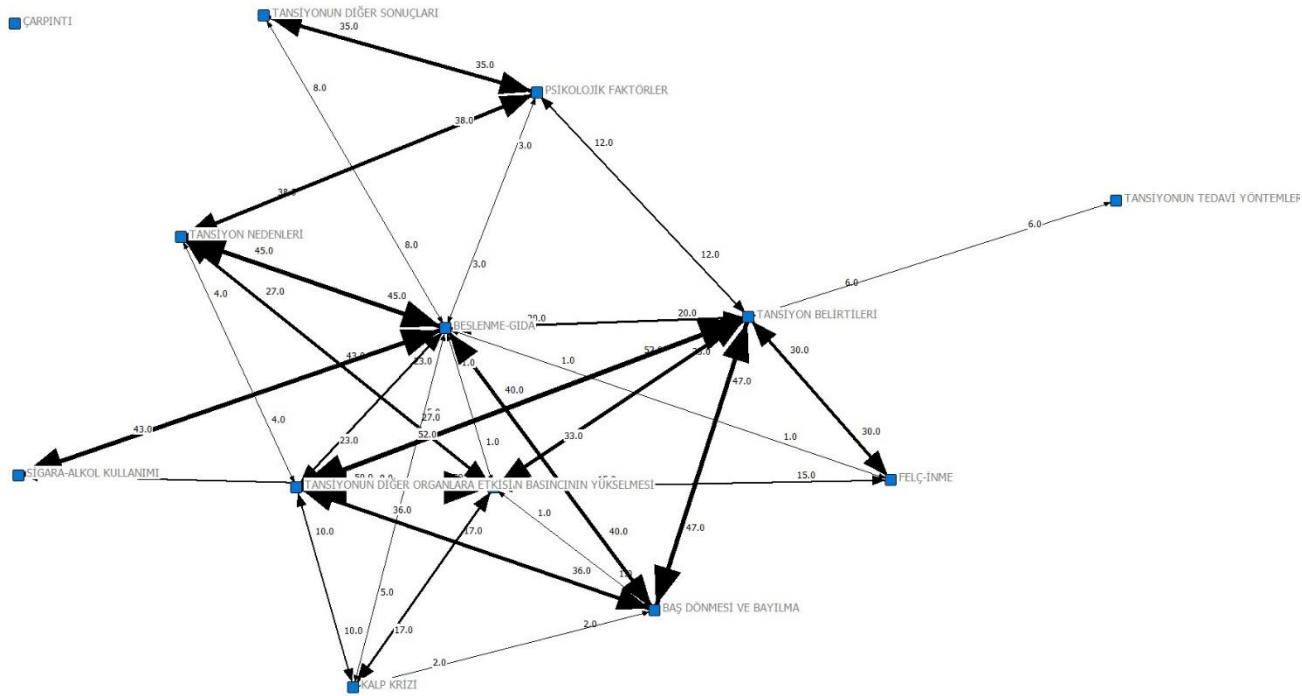
M: Tansiyonun Tedavi Yöntemleri

Tansiyon hastalığı ile ilgili zihin haritalama sorusuna verilen cevaplar sonucunda en merkezdeki kategori 200 derece merkeziyeti ile “Tansiyon belirtileri”dir. Sonraki kategori ise 189 derece merkeziyeti ile “Beslenme-gıda”dır. Kategorilerin derece merkeziyeti Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo:20 Tansiyon konusu derece merkeziyeti

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Tansiyon Belirtileri	200
Tansiyon Nedenleri	114
Baş Dönmesi ve Bayılma	126
Çarpıntı	0
Beslenme-Gıda	189
Felç-İnme	46
Kan Basıncının Yükselmesi	153
Psikolojik Faktörler	88
Kalp Krizi	34
Tansiyonun Diğer Organlara Etkisi	175
Sigara-Alkol Kullanımı	52
Tansiyonun Diğer Sonuçları	43
Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	6

Tansiyon hastalığı ile ilgili zihin haritalama ağı görseli Şekil 8’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Tansiyon belirtileri” ve “Tansiyonun diğer organlara etkisi” arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Tansiyonun diğer organlara etkisi” ve “Kan basıncının yükselmesi” arasındadır. Şekil 8’de görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.



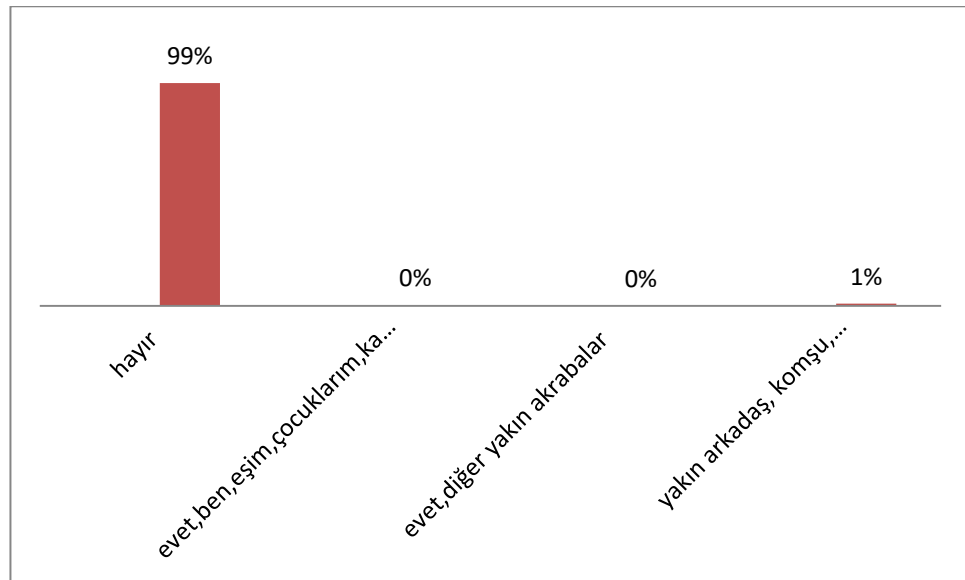
Şekil 8: Tansiyon konusu zihin haritalama ağı

Sonuç olarak zihin haritalama anketinden kamunun zihnindeki tansiyon hastalığı ile ilgili olarak tansiyona yakınlık ve tansiyon konusundaki bağlantılar ortaya

çıkarılmıştır. Alt amaç soruları arasında yer alan “Kamunun zihnindeki tansiyon hastalığına yönelik bağlantılar nelerdir?” sorusunun cevabı bulgularla ortaya koyulmaktadır.

3.1.5. AIDS zihin haritalama soruları bulguları

AIDS hastalığı zihin haritalama sorusundan önce sorulan “Hayatınız AIDS hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da tanıdığınız oldu mu?” sorusuna verilen cevaplarda ankete katılanların %99’u “Hayır” cevabını vermiştir. Sadece iki kişi, yakın arkadaş, komsu ve tanıdıklarının bu hastalığa yakalandığını belirtmiştir. Bu soruya verilen cevapların oranı Grafik 9’da gösterilmiştir.



Grafik 9: AIDS konusuna yakınlık

AIDS konusu 9 kategoriden oluşmaktadır. Bundan dolayı oluşturulan matrisler 9 kolon ve 9 satır içermektedir. AIDS konu bağlantı matrisi Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21: AIDS konusu bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	0	30	38	0	23	29	22	0	28
B	30	0	27	0	0	0	0	21	20
C	38	27	0	24	19	33	0	26	35
D	0	0	24	0	0	0	0	0	0
E	23	0	19	0	0	18	0	25	17
F	29	0	33	0	18	0	0	16	15
G	22	0	0	0	0	0	0	0	0
H	0	21	26	0	25	16	0	0	0
I	28	20	35	0	17	15	0	0	0

Not: A: Cinsellik B: Bağışıklık Sisteminde Çöküş C: Bulaşma Yolları D: Madde Bağımlılığı
E: Sosyal Sorumluluk F: AIDS'in Etkileri G: Erken Teşhis H: Korunma Yöntemleri
I: AIDS'in Sonuçları

AIDS hastalığı ile ilgili zihin haritalama sorusuna verilen cevaplar sonucunda en merkezdeki kategori 202 derece merkezietiyi ile “Bulaşma yolları”dır. Sonraki kategori ise 170 derece merkezietiyi ile “Cinsellik”dir. Kategorilerin derece merkezietiyi Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22: AIDS konusu derece merkezietiyi

Düğüm	Derece Merkezietiyi
Cinsellik	170
Bağışıklık Sisteminde Çökme	98
Bulaşma Yolları	202
Madde Bağımlılığı	24
Sosyal Sorumluluk	102
AIDS'in Etkileri	111
Erken Teşhis	22
Korunma Yöntemleri	88
AIDS'in Sonuçları	115

AIDS hastalığı ile ilgili zihin haritalama ağı görseli Şekil 9’da gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları” arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Bulaşma yolları” ve “AIDS’in sonuçları” arasındadır. Şekil 9’da görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.

İçerik analizi verilerinden elde edilen bulgular örneklem alınan her hastalık için ayrı alt başlıklarda verilmiştir. Bu alt başlıklarda hem yaygın gazete haberleri bulguları hem de yerel gazete haberi bulguları yer almıştır. Ayrıca yaygın ve yerel gazete bulgularının karşılaştırmaları daha önce “Sağlık haberleri medya ve kamu gündemi ağı karşılaştırmalı analizleri - QAP korelasyon” başlığının altında “Yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırmaları” alt başlığı altında açıklanmıştır.

3.2.1. Kanser haberleri içerik analizi verileri

Ajans Press’ten 1 Ekim 2017- 30 Mart 2018 tarihleri arasında yaygın medyada yer alan 1800 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerin 614’ü kanser haberi olarak değerlendirilmiştir.

Örneklem alınan yaygın gazete haberlerinde yer alan kanser konusundaki haberlerin bağlantı matrisi Tablo 23’de verilmiştir.

Tablo23: *Yaygın gazete haberleri kanser konusu bağlantı matrisi*

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	0	20	6	26	42	64	28	48	18	108	34	14
B	20	0	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0
C	6	0	0	4	2	0	2	0	0	12	0	0
D	26	2	4	0	8	2	2	10	0	0	2	0
E	42	0	2	8	0	35	14	2	0	26	0	10
F	64	2	0	2	35	0	0	2	6	4	0	0
G	28	0	2	2	14	0	0	0	0	50	0	0
H	48	0	0	10	2	2	0	0	6	4	0	0
I	18	0	0	0	0	6	0	6	0	8	4	0
J	108	2	12	0	26	4	50	4	8	0	4	0
K	34	0	0	2	0	0	0	0	4	4	0	0
L	14	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0

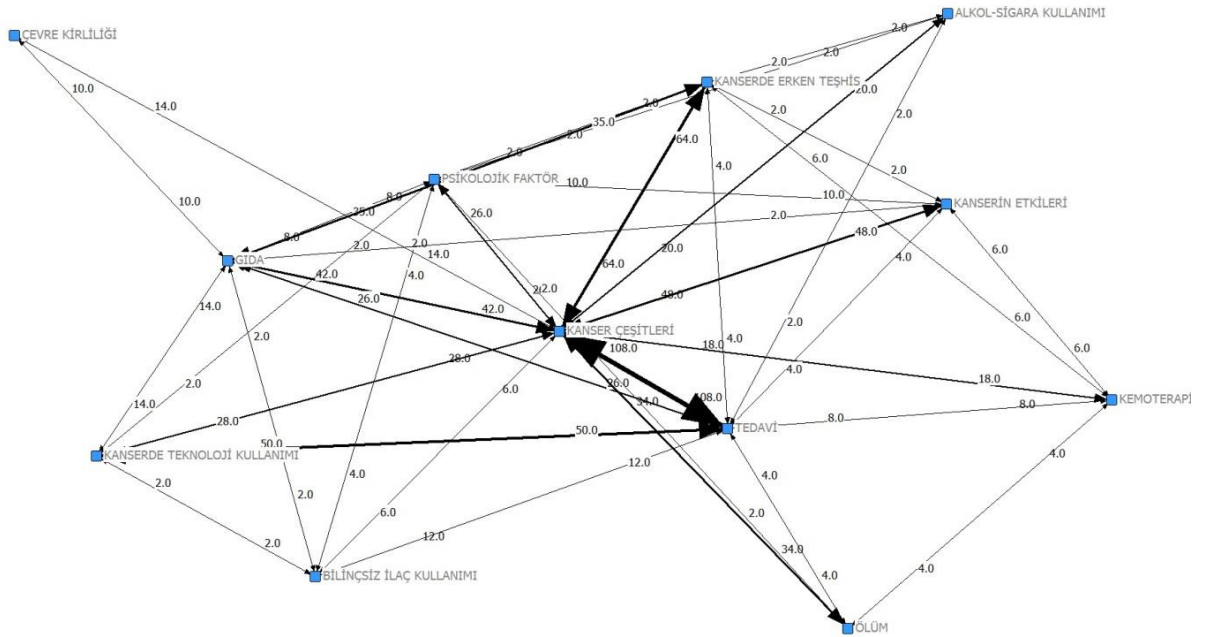
Not: A: Kanser Çeşitleri B: Alkol-Sigara Kullanımı C: Bilinçsiz İlaç Kullanımı D: Psikolojik Faktör E: Gıda F: Kanserde Erken Teşhis G: Kanserde Teknoloji Kullanımı H: Kanser Etkileri I: Kemoterapi J: Tedavi K: Ölüm L: Çevre Kirliliği

Kanser hastalığı ile ilgili haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 409 derece merkezliyeti ile “Kanser çeşitleri”dir. Sonraki kategori ise 218 derece merkezliyeti ile “Tedavi” kategorisi olmuştur. Kategorilerin derece merkezliyeti Tablo 24’de gösterilmiştir

Tablo 24: Yaygın gazete haberleri kanser konusu derece merkeziyeti

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Kanser Çeşitleri	408
Alkol-Sigara Kullanımı	26
Bilinçsiz İlaç Kullanımı	26
Psikolojik Faktör	56
Gıda	139
Kanserde Erken Teşhis	115
Kanserde Teknoloji Kullanımı	96
Kanserin Etkileri	72
Kemoterapi	42
Tedavi	218
Ölüm	44
Çevre Kirliliği	24

Kanser hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 10’da gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Kanser çeşitleri” ve “Tedavi”dir. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Kanserde erken teşhis” ve “Kanser çeşitleri”dir. Şekil 10’da görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.



Şekil 10: Yaygın gazetelerde kanser konusu bağlantı ağı

Aydın ilinde örneklem alınan yerel gazetelerde kanser konusunda 55 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerin 48’i kanser haberi olarak değerlendirilmiştir. Bu haberlerin konu bağlantı matrisleri Tablo 25’de gösterilmiştir.

Tablo 25: Yerel gazete haberleri kanser konusu bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	0	2	1	5	3	2	3	4	0	5	6	3
B	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D	5	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0
E	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
F	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
G	3	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0
H	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
I	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
J	5	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
K	6	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
L	3	0	0	0	6	0	0	0	0	0	1	0

Not: A: Kanser Çeşitleri B: Alkol-Sigara Kullanımı C: Bilinçsiz İlaç Kullanımı D: Psikolojik Faktör
E: Gıda F: Kanserde Erken Teşhis G: Kanserde Teknoloji Kullanımı H: Kanserin Etkileri I: Kemoterapi
J: Tedavi K: Ölüm L: Çevre Kirliliği

Yerel gazetelerde yayınlanan kanser hastalığı ile ilgili haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 34 derece merkeziyeti ile “Kanser çeşitleri”dir. Sonraki kategori ise 10 derece merkeziyeti ile “Psikolojik faktör” ve aynı derece merkeziyetini alan “Çevre kirliliği” olmuştur. Kategorilerin derece merkeziyeti Tablo 26’da gösterilmiştir

Tablo 26: Yerel gazete haberleri kanser konusu derece merkeziyeti

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Kanser Çeşitleri	34
Alkol-Sigara Kullanımı	4
Bilinçsiz İlaç Kullanımı	3
Psikolojik Faktör	10
Gıda	9
Kanserde Erken Teşhis	3
Kanserde Teknoloji Kullanımı	6
Kanserin Etkileri	6
Kemoterapi	1
Tedavi	7
Ölüm	9
Çevre Kirliliği	10

Yerel gazetelerde ise kanser konusunda en çok bağlantı kurulan kategoriler “Çevre kirliliği” - “Gıda” ve aynı değeri alan “Kanser çeşitleri” - “Ölüm”dür. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Kanser çeşitleri” - “Psikolojik faktör” ve yine aynı değeri alan “Kanser çeşitleri” - “tedavi”dir. Şekil 11’de görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir

Tablo 27: Yaygın gazete haberleri obezite hastalığı bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	0	16	8	0	0	3	9	3	5	13	8	13
B	16	0	17	1	4	1	6	1	4	4	3	2
C	8	17	0	1	1	3	1	0	1	3	1	4
D	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E	0	4	1	0	0	2	1	4	0	2	1	0
F	3	1	3	0	2	0	1	0	2	2	2	3
G	9	6	1	0	1	1	0	3	1	4	2	0
H	3	1	0	0	4	0	3	0	0	2	2	0
I	5	4	1	0	0	2	1	0	0	1	0	1
J	13	4	3	0	2	2	4	2	1	0	1	0
K	8	3	1	0	1	2	2	2	0	1	0	0
L	13	2	4	0	0	3	0	0	1	0	0	0

Not: A: Fazla Kilo B: Gıda-Beslenme C: Fiziksel Aktivite-Spor D: Alkol-Sigara Kullanımı E: Diyet F: Ameliyat E: F: Görülme Sıklığı Çocuklar G: Genetik Faktörler I: Hormonal Bozukluklar J: Obezite İçin Önlemler K: Psikolojik Faktörler L: Obezitenin Etkileri

Obezite hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 97 derece merkezियeti ile “Fazla kilo”dur. Sonraki kategori ise 67 derece merkezियeti ile “Gıda-beslenme” kategorisi olmuştur. Kategorilerin derece merkezियeti Tablo 28’de gösterilmiştir.

Tablo 28: Yaygın gazete haberleri obezite hastalığı derece merkezियeti

Düğüm	Derece Merkezियeti
Fazla Kilo	97
Gıda-Beslenme	67
Fiziksel Aktivite-Spor	44
Alkol-Sigara Kullanımı	2
Diyet	15
Ameliyat	19
Görülme Sıklığı Çocuklar	32
Genetik Faktörler	16
Hormonal Bozukluklar	17
Obezite İçin Önlemler	36
Psikolojik Faktörler	22
Obezitenin Etkileri	29

Yaygın gazetelerde ki obezite hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 12’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor”dur. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Fazla kilo” ve “Gıda-beslenme” arasındadır. Şekil 12’de görüldüğü gibi kalın çizgi ile gösterilenler en çok bağlantı kurulan kategorilerdir.

“Obezite haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?” sorusunun cevabı yaygın ve yerel gazeteler olarak ayrı ayrı bu bölümde cevabını bulmuştur.

3.2.3. Diyabet haberleri içerik analizi verileri

Ajans Press’ten 1 Ekim 2017- 30 Mart 2018 tarihleri arasında yaygın medyada yer alan 904 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerin 320’si diyabet haberi olarak değerlendirilmiştir.

Örnekleme alınan yaygın gazete haberlerinde yer alan diyabet konusundaki haberlerin bağlantı matrisi Tablo 31’de verilmiştir.

Tablo31: Yaygın gazete haberleri diyabet hastalığı bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	0	20	6	4	10	22	9	6	10	10	4	4	4
B	20	0	1	2	8	16	4	2	2	0	0	0	1
C	6	1	0	1	1	1	5	1	1	5	1	0	0
D	4	2	1	0	4	3	1	1	3	2	5	0	1
E	10	8	1	4	0	4	2	2	5	3	5	5	0
F	22	16	1	3	4	0	0	4	7	5	2	24	0
G	9	4	5	1	2	0	0	2	0	8	1	3	2
H	6	2	1	1	2	4	2	0	2	1	1	1	0
I	10	2	1	3	5	7	0	2	0	10	3	0	3
J	10	0	5	2	3	5	8	1	10	0	6	3	0
K	4	0	1	5	5	2	1	1	3	6	0	0	0
L	4	0	0	0	5	24	3	1	0	3	0	0	1
M	4	1	0	1	0	0	2	0	3	0	0	1	0

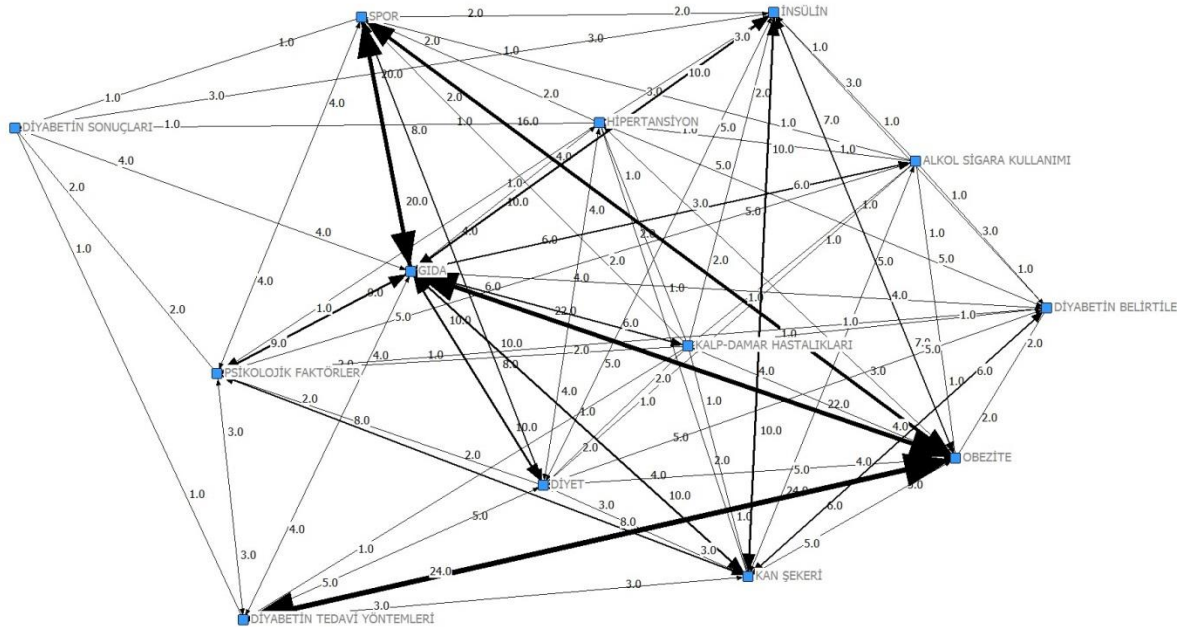
Not: A: Gıda B: Spor C: Alkol Sigara Kullanımı D: Hipertansiyon E: Diyet F: Obezite G:Psikolojik Faktörler H: Kalp-Damar Hastalıkları I: İnsülin J: Kan Şekeri K: Diyabetin Belirtileri L:Diyabetin Tedavi Yöntemleri M: Diyabetin Sonuçları

Diyabet hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 109 derece merkezliyeti ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 88 derece merkezliyeti ile “Obezite” kategorisi olmuştur. Kategorilerin derece merkezliyeti Tablo 32’de gösterilmiştir.

Tablo 32: Yerel gazete haberleri diyabet hastalığı derece merkeziet

Düğüm	Derece Merkeziet
Gıda	109
Spor	56
Alkol Sigara Kullanımı	23
Hipertansiyon	27
Diyet	49
Obezite	88
Psikolojik Faktörler	37
Kalp-Damar Hastalıkları	23
İnsülin	46
Kan Şekeri	53
Diyabetin Belirtileri	28
Diyabetin Tedavi Yöntemleri	41
Diyabetin Sonuçları	12

Yaygın gazetelerde diyabet hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı ağı görseli Şekil 14’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Diyabetin tedavi yöntemleri” ve “Obezite”dir. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Gıda” ve “Obezite” arasındadır. Şekil 14’de görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.



Şekil 14: Yaygın gazetelerde diyabet hastalığı bağlantı ağı

Aydın ilinde örneklem alınan yerel gazetelerde diyabet hastalığı ile ilgili 102 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerin 69'u diyabet haberi olarak değerlendirilmiştir. Bu haberlerin konu bağlantı matrisleri Tablo 33'de gösterilmiştir.

Tablo 33: Yerel gazete haberleri diyabet hastalığı bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	0	9	1	0	5	7	0	1	0	0	3	0	0
B	9	0	1	0	4	2	1	0	2	1	0	2	0
C	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	2	0	1
E	5	4	0	1	0	1	0	1	1	2	1	1	0
F	7	2	0	1	1	0	1	2	1	0	2	0	1
G	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
H	1	0	0	2	1	2	0	0	1	0	0	0	1
I	0	2	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0
J	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0
K	3	0	0	2	1	2	1	0	1	2	0	0	1
L	0	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
M	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0

Not: A: Gıda B: Spor C: Alkol Sigara Kullanımı D: Hipertansiyon E: Diyet F: Obezite G:Psikolojik Faktörler H: Kalp-Damar Hastalıkları I: İnsülin J: Kan Şekeri K: Diyabetin Belirtileri L:Diyabetin Tedavi Yöntemleri M: Diyabetin Sonuçları

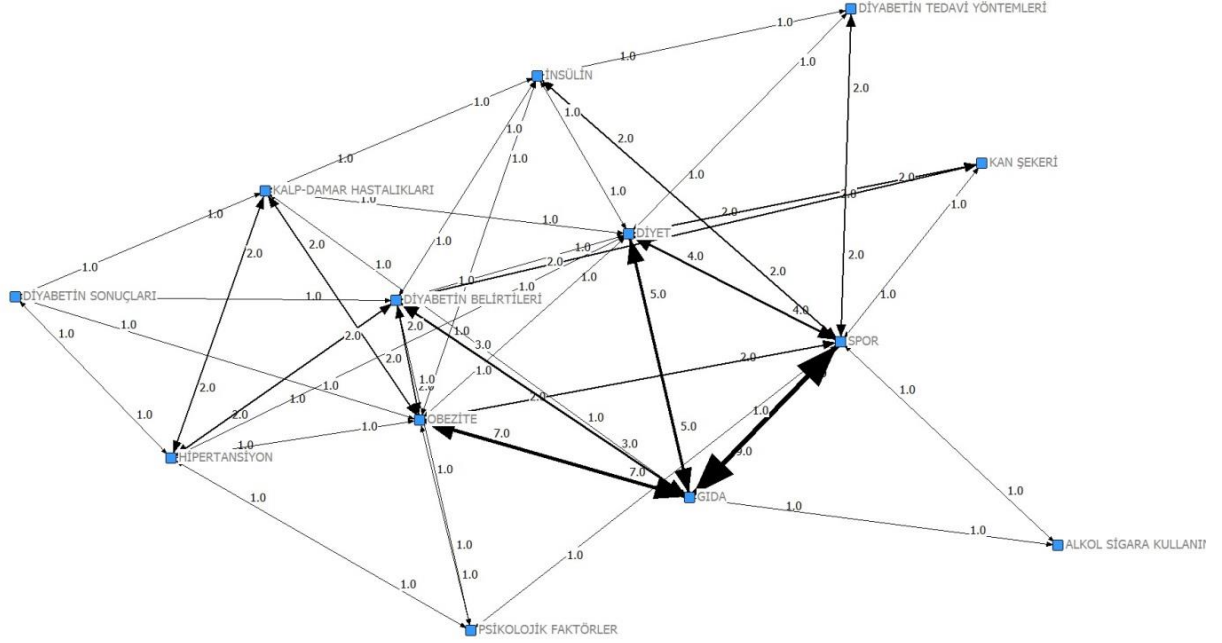
Yerel gazetelerde çıkan diyabet hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 26 derece merkezियeti ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 22 derece merkezियeti ile “Spor” olmuştur. Kategorilerin derece merkezियeti Tablo 34’de gösterilmiştir.

Tablo 34: Yerel gazete haberleri diyabet hastalığı derece merkezियeti

Düğüm	Derece Merkezियeti
Gıda	26
Spor	22
Alkol Sigara Kullanımı	2
Hipertansiyon	8
Diyet	17
Obezite	18
Psikolojik Faktörler	4
Kalp-Damar Hastalıkları	8
İnsülin	7
Kan Şekeri	5
Diyabetin Belirtileri	13
Diyabetin Tedavi Yöntemleri	4
Diyabetin Sonuçları	4

Yerel gazetelerde diyabet hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 15’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan kategori “Gıda” ve “Spor”dur. İkinci en çok

bağlantı alan kategori “Gıda” ve “Obezite”dir. Şekil 15’de görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir



Şekil 15: Yerel gazetelerde diyabet hastalığı bağlantı ağı

Sonuç olarak örneklem alınan yaygın ve yerel gazetelerde diyabet hastalıkları haber bağlantıları ortaya çıkarılmıştır. Alt amaç soruları arasında yer alan “Diyabet haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?” sorusunun cevabı yaygın ve yerel gazeteler olarak ayrı ayrı bu bölümde belirtilmiştir.

3.2.4. Tansiyon haberleri içerik analizi verileri

Ajans Press’ten 1 Ekim 2017- 30 Mart 2018 tarihleri arasında yaygın medyada yer alan 390 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerden 116’sı tansiyon haberi olarak değerlendirilmiştir.

Örneklem alınan yaygın gazete haberlerinde yer alan tansiyon konusundaki haberlerin bağlantı matrisi Tablo 35’de verilmiştir.

Tablo 35: Yaygın gazete haberleri tansiyon hastalığı bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	0	0	8	8	2	2	8	2	0	10	0	0	2
B	0	0	0	0	6	0	2	2	0	2	0	0	0
C	8	0	0	0	2	0	8	0	2	2	0	0	0
D	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E	2	6	2	0	0	2	8	2	2	4	6	2	0
F	2	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0
G	8	2	8	0	8	2	0	0	4	10	2	0	0
H	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0
I	0	0	2	0	2	0	4	0	0	2	0	0	0
J	10	2	2	0	4	0	10	0	2	0	0	0	0
K	0	0	0	0	6	0	2	0	0	0	0	0	0
L	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0
M	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

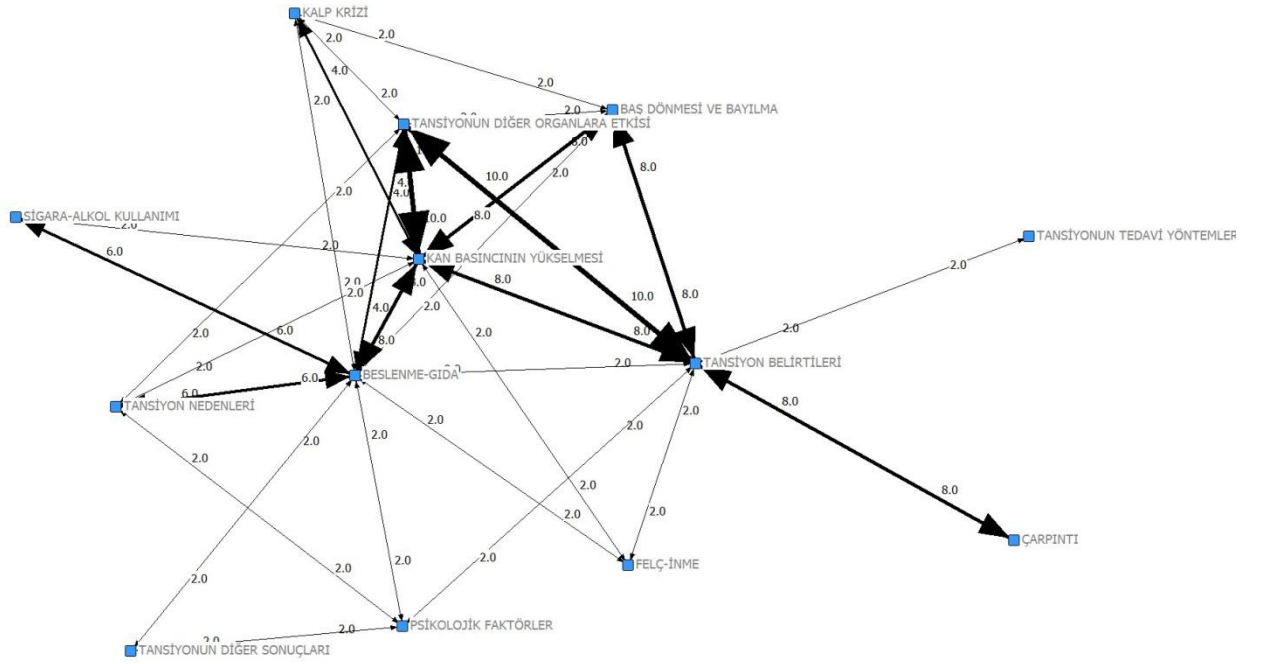
Not: A: Tansiyon Belirtileri B: Tansiyon Nedenleri C: Baş Dönmesi ve Bayılma D: Çarpıntı
E: Beslenme-Gıda F: Felç-İnme G: Kan Basıncının Yükselmesi H: Psikolojik Faktörler I: Kalp Krizi
J: Tansiyonun Diğer Organlara Etkisi K: Sigara-Alkol Kullanımı L: Tansiyonun Diğer Sonuçları M:
Tansiyonun Tedavi Yöntemleri

Tansiyon hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 44 derece merkeziyeti ile “Kan basıncının yükselmesi”dir. Sonraki kategori ise 42 derece merkeziyeti ile “Tansiyon Belirtileri” kategorisi olmuştur. Kategorilerin derece merkeziyeti Tablo 36’da gösterilmiştir.

Tablo 36: Yaygın gazete haberleri tansiyon hastalığı derece merkeziyeti

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Tansiyon Belirtileri	42
Tansiyon Nedenleri	12
Baş Dönmesi ve Bayılma	22
Çarpıntı	8
Beslenme-Gıda	36
Felç-İnme	6
Kan Basıncının Yükselmesi	44
Psikolojik Faktörler	8
Kalp Krizi	10
Tansiyonun Diğer Organlara etkisi	30
Sigara-Alkol Kullanımı	8
Tansiyonun Diğer Sonuçları	4
Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	2

Yaygın gazetelerde tansiyon hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 16’da gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Tansiyonun diğer organlara etkisi” ve “Tansiyon Belirtileri”dir. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Baş dönmesi-bayılma” ve “Tansiyon belirtileri” aynı değerleri alan “Çarpıntı” ve “Tansiyon belirtileri” yine aynı değere sahip “Kan basıncının yükselmesi” ve “Tansiyon belirtileri”dir. Şekil 16’da görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir



Şekil 16: Yaygın gazetelerde tansiyon hastalığı bağlantı ağı

Aydın ilinde örneklem alınan yerel gazetelerde tansiyon hastalığı ile ilgili 27 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerin 22'si tansiyon haberi olarak değerlendirilmiştir. Bu haberlerin konu bağlantı matrisleri Tablo 37'de gösterilmiştir

Tablo 37: Yerel gazete haberleri tansiyon hastalığı bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
B	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C	2	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0
D	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	2	1
F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	2	0	8	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
H	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
I	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0
J	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
K	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
L	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
M	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

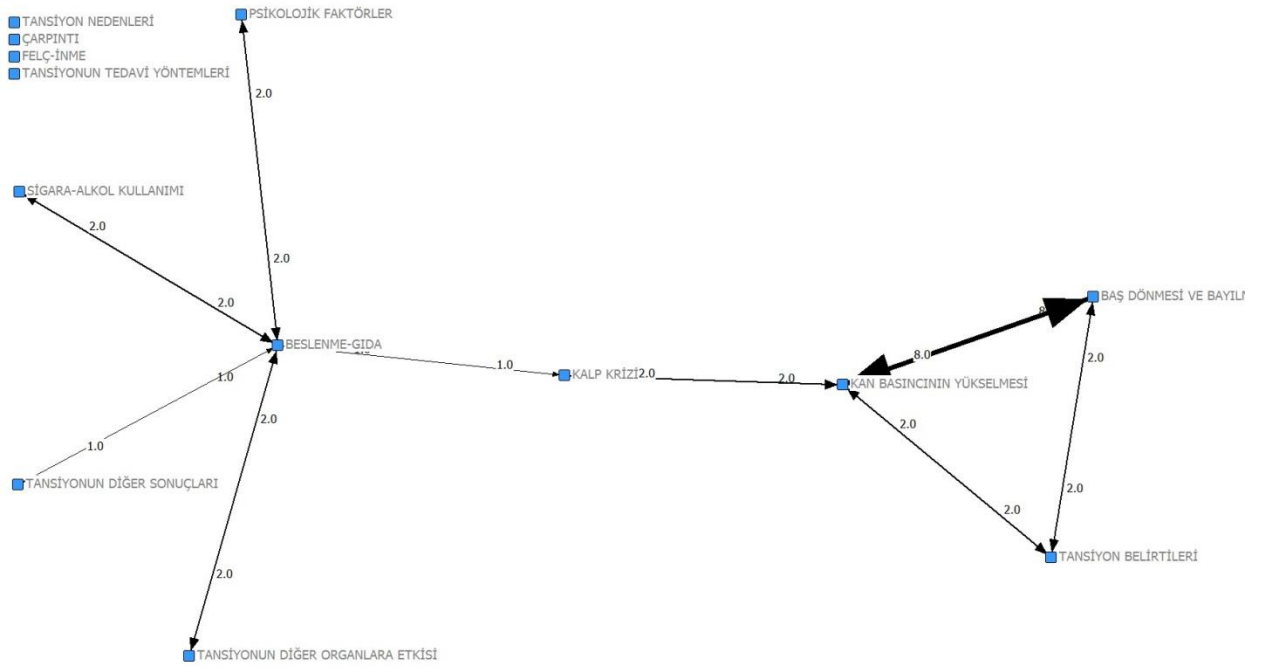
Not: A: Tansiyon Belirtileri B: Tansiyon Nedenleri C: Baş Dönmesi ve Bayılma D: Çarpıntı E: Beslenme-Gıda F: Felç-İnme G: Kan Basıncının Yükselmesi H: Psikolojik Faktörler I: Kalp Krizi J: Tansiyonun Diğer Organlara Etkisi K: Sigara-Alkol Kullanımı L: Tansiyonun Diğer Sonuçları M: Tansiyonun Tedavi Yöntemleri

Yerel gazetelerde çıkan tansiyon hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 12 derece merkeziyeti ile “Kan basıncının yükselmesi”dir. Sonraki kategori ise 10 derece merkeziyeti ile “Baş dönmesi ve bayılma” olmuştur. Kategorilerin derece merkeziyeti Tablo 38’de gösterilmiştir.

Tablo 38: Yerel gazete haberleri tansiyon hastalığı derece merkeziyeti

Düğüm	Derece Merkeziyeti
Tansiyon Belirtileri	4
Tansiyon Nedenleri	0
Baş Dönmesi ve Bayılma	10
Çarpıntı	0
Beslenme-Gıda	8
Felç-İnme	0
Kan Basıncının Yükselmesi	12
Psikolojik Faktörler	2
Kalp Krizi	3
Tansiyonun Diğer Organlara etkisi	2
Sigara-Alkol Kullanımı	2
Tansiyonun Diğer Sonuçları	1
Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	0

Yerel gazetelerde tansiyon hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 17’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan kategori “Baş dönmesi ve bayılma” ve “Kan basıncının yükselmesi”dir. Diğer bağlantıya benzer değerler almışlardır. Şekil 17’de görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategori daha kalın çizgi ile gösterilmiştir.



Şekil17: Yerel gazetelerde tansiyon hastalığı bağlantı ağı

Sonuç olarak örneklem alınan yaygın ve yerel gazetelerde tansiyon hastalıklarındaki bağlantılar ortaya çıkarılmıştır. Alt amaç soruları arasında yer alan “Tansiyon haberleri içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?” sorusunun cevabı yaygın ve yerel gazeteler olarak ayrı ayrı verilmiştir.

3.2.5. AIDS haberleri içerik analizi verileri

Ajans Press’ten 1 Ekim 2017- 30 Mart 2018 tarihleri arasında yaygın medyada yer alan 182 haber temin edilmiştir. Ancak bu haberlerin 118’i AIDS haberi olarak değerlendirilmiştir.

Örneklem alınan yaygın gazete haberlerinde yer alan AIDS konusundaki haberlerin bağlantı matrisi Tablo 39’da verilmiştir.

Tablo 39: Yaygın gazete haberleri AIDS hastalığı bağlantı matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	0	10	13	0	6	9	5	0	9
B	10	0	8	0	0	0	0	4	2
C	13	8	0	6	2	11	0	8	12
D	0	0	6	0	0	0	0	0	0
E	6	0	2	0	0	2	0	8	2
F	9	0	11	0	2	0	0	1	1
G	5	0	0	0	0	0	0	0	0
H	0	4	8	0	8	1	0	0	0
I	9	2	12	0	2	1	0	0	0

Not: A: Cinsellik B: Bağışıklık Sisteminde Çöküş C: Bulaşma Yolları D: Madde Bağımlılığı E: Sosyal Sorumluluk F: AIDS'in Etkileri G: Erken Teşhis H: Korunma Yöntemleri I: AIDS'in Sonuçları

AIDS hastalığı ile ilgili haberlerin bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 60 derece merkezियeti ile “Bulaşma yolları”dır. Sonraki kategori ise 52 derece merkezियeti ile “Cinsellik” kategorisi olmuştur. Kategorilerin derece merkezियeti Tablo 40’da gösterilmiştir.

Tablo 40: Yaygın gazete haberleri AIDS hastalığı derece merkezियeti

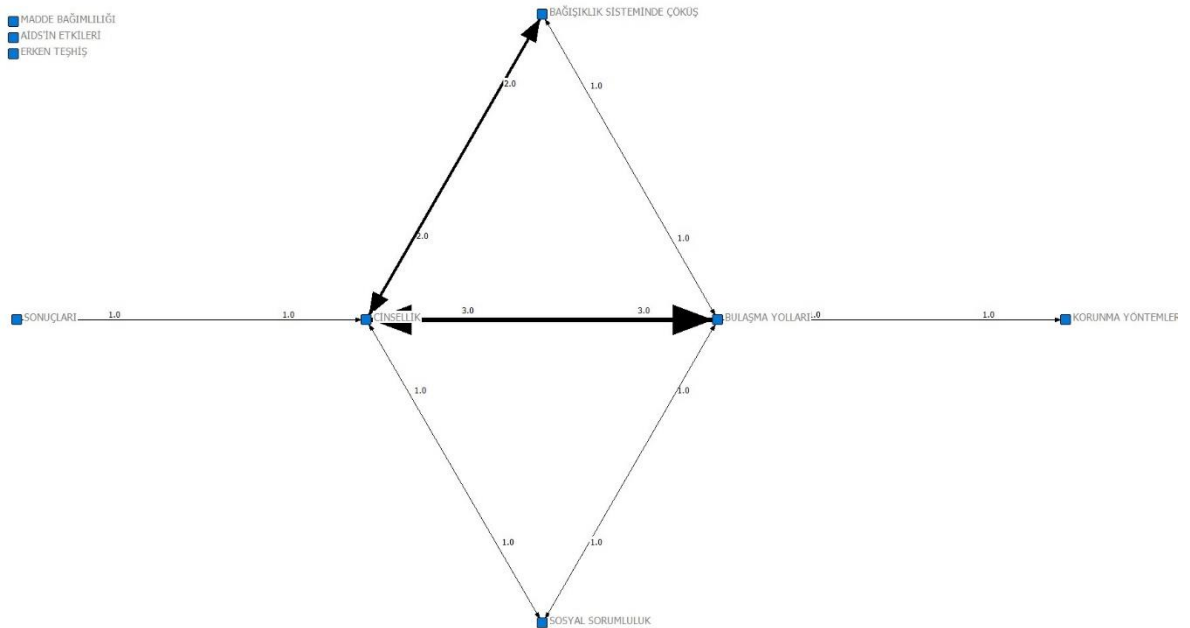
Düğüm	Derece Merkezियeti
Cinsellik	52
Bağışıklık Sisteminde Çökme	24
Bulaşma Yolları	60
Madde Bağımlılığı	6
Sosyal Sorumluluk	20
AIDS'in Etkileri	24
Erken Teşhis	5
Korunma Yöntemleri	21
Sonuçları	26

Yaygın haberlerde AIDS hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 18’de gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları”dır. En fazla bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Bulaşma yolları” ve “AIDS’in sonuçları” arasındadır. Şekil 18’de görüldüğü gibi daha kalın çizgi ile gösterilen kategoriler en çok bağlantı kurulanlardır.

Tablo 42: Yerel gazete haberleri AIDS hastalığı derece merkezitesi

Düğüm	Derece Merkezitesi
Cinsellik	7
Bağışıklık Sisteminde Çökme	3
Bulaşma Yolları	6
Madde Bağımlılığı	0
Sosyal Sorumluluk	2
AIDS'in Etkileri	0
Erken Teşhis	0
Korunma Yöntemleri	1
Sonuçları	1

Yerel gazetelerde AIDS hastalığı ile ilgili bağlantı ağı görseli Şekil 19'da gösterilmiştir. En çok bağlantı kurulan kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları”dır. İkinci en fazla bağlantı alan kategori “Cinsellik” ve “Bağışıklık sisteminde çöküş”dür. Şekil 19'da görüldüğü gibi en çok bağlantı alan kategorileri daha kalın çizgi ile gösterilmiştir



Şekil 19: Yerel gazetelerde AIDS hastalığı bağlantı ağı

Sonuç olarak örneklem alınan yaygın ve yerel gazetelerde AIDS hastalıklarındaki bağlantılar ortaya çıkarılmıştır. Alt amaç soruları arasında yer alan AIDS haberleri

içeriğindeki konu bağlantıları nelerdir?” sorusunun cevabı yaygın ve yerel gazeteler olarak verilmiştir.

3.3. Sağlık haberleri medya ve kamu gündemi ağı karşılaştırmalı analizleri (QAP korelasyon)

Bu bölümde elde edilen veriler UciNet programı sayesinde QAP korelasyon analizine tabi tutulmuştur. “Yaygın gazeteler ve kamu”, “yerel gazeteler ve kamu”, “yaygın ve yerel gazeteler” gündem bağlantıları aralarında benzerlik olup olmadığı QAP korelasyon analizi ile verilmiştir.

Literatürde belirtildiği gibi QAP korelasyonu “0.00 – 0.49” arası anlamlı bir benzerlik olmadığı, “0.50 – 0.69” arası az bir benzerlik olduğu, “0.70 – 1.00” arası anlamlı (yüksek) benzerlik olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Aynı zamanda derece merkezieteti benzerlikleri de bu bölümde karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalar başlıklar halinde verilmiştir.

3.3.1. Yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırmaları

Yaygın gazeteler ile kamu gündemi karşılaştırmaları (QAP korelasyonu) ve derece merkezieteti karşılaştırmaları bu bölümde örneklem alınan her bir hastalık için alt başlıklar halinde verilmiştir.

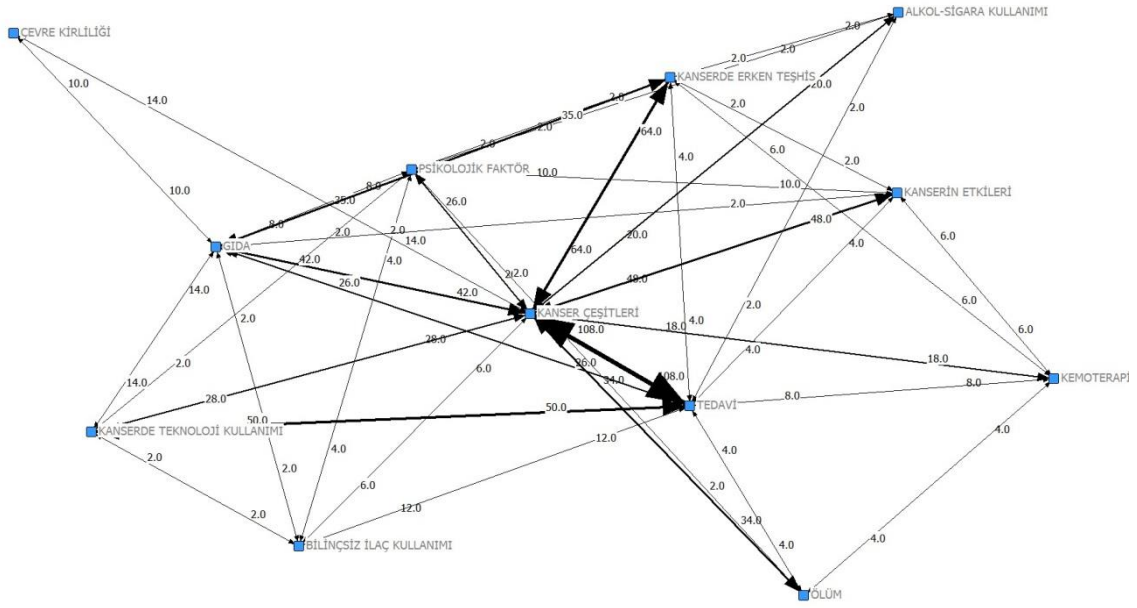
3.3.1.1. *Kanser konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması*

Kanser hastalığı konusunda yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 409 derece merkezieteti ile “Kanser çeşitleri”dir. Sonraki kategori ise 218 derece merkezieteti ile “Tedavi” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezietetinde ilk iki sıra 360 derece merkezieteti ile “Kanser çeşitleri”, sonraki kategori ise 206 derece merkezieteti ile “Tedavi”dir. Yaygın gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkezietetinin ilk iki sıralaması aynı olmuştur. Diğer derece merkezieteti sıralamalarında da benzerlik vardır. Tablo 43’de yaygın gazeteler derece merkezieteti ile kamu gündemi derece merkezieteti sıralaması yer almaktadır.

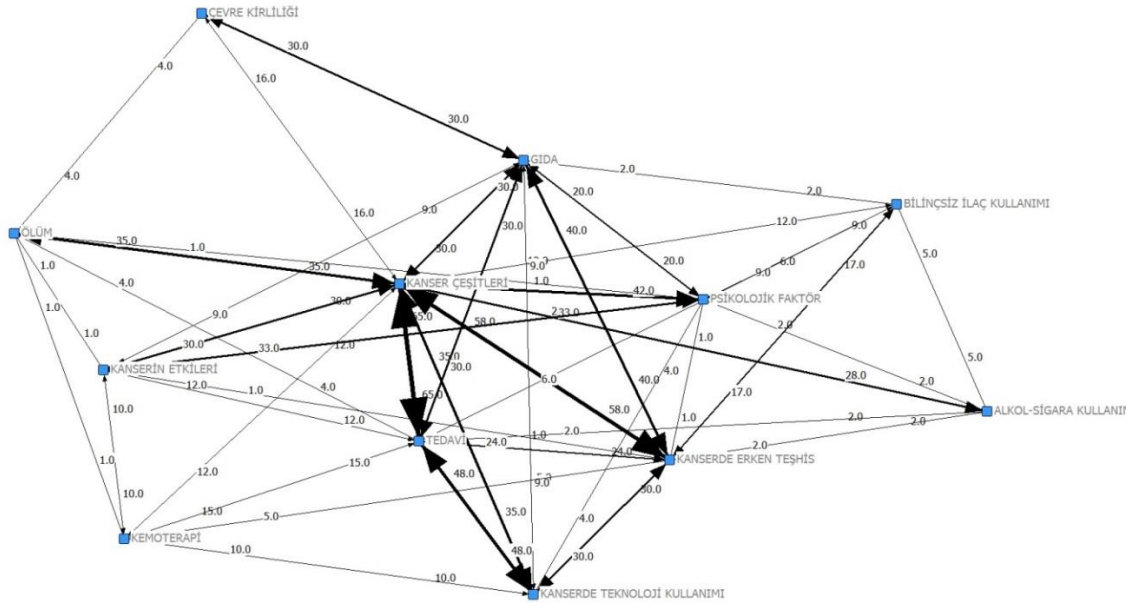
Tablo 43: *Kanser konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezietesi sıralamaları*

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğümter	Derece Merkezietesi	Düğümter	Derece Merkezietesi
1-Kanser Çeşitleri	408	Kanser Çeşitleri	360
2-Tedavi	218	Tedavi	206
3-Gıda	139	Kanserde Erken Teşhis	178
4-Kanserde Erken Teşhis	115	Gıda	170
5-Kanserde Teknoloji Kullanımı	96	Kanserde Teknoloji Kullanımı	136
6-Kanserin Etkileri	72	Psikolojik Faktör	112
7-Psikolojik Faktör	56	Kanserin Etkileri	96
8-Ölüm	44	Kemoterapi	53
9-Kemoterapi	42	Bilinçsiz İlaç Kullanımı	51
10-Alkol-Sigara Kullanımı	26	Çevre Kirliliği	50
11-Bilinçsiz İlaç Kullanımı	26	Ölüm	46
12-Çevre Kirliliği	24	Alkol-Sigara Kullanımı	39

Yaygın gazeteler gündem ağında kanser konusu ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Tedavi” ve “Kanser Çeşitleri” arasındadır. En çok ikinci bağlantı ise “Kanserde erken teşhis” ve “Kanser çeşitleri” arasındadır. Kamu gündeminde de ilk iki sıralama aynı bağlantılardan oluşmaktadır. Diğer bağlantıların sıralaması da benzerlik göstermektedir. Şekil 20’de kanser konusu yaygın medya ağı ve Şekil 21’de kanser konusu kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır. İki görseldeki bağlantılar arasındaki çizgilerin kalınlığı birbirine benzemektedir.



Şekil 20: Kanser konusu yaygın gazeteler gündem ağı



Şekil 21: Kanser konusu kamu gündem ağı

Yaygın gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Kanser konusunda yaygın gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.87 ($p = 0.87$, $p < 0.05$) çıkmıştır.

Sonuç olarak, QAP korelasyon analizinin yüksek çıkması nedeniyle Kanser konusundaki yaygın gazeteler ve kamu ağı arasında anlamlı benzerlik vardır. Ayrıca

kanser konusu yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama ile benzerlik göstermektedir. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %51'i herhangi bir yakınlarında kanser hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durumda kanser konusundaki bilgilerin yüksek seviyede medyadan alındığı söylenebilir. Bundan dolayı kanser konusunda yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağının yüksek oranda çıktığı söylenebilir. Kısacası çalışmanın “Kanser konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile medyadaki konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi, yapılan analiz sonucunda yaygın medyada kanser konusunda doğrulanmıştır.

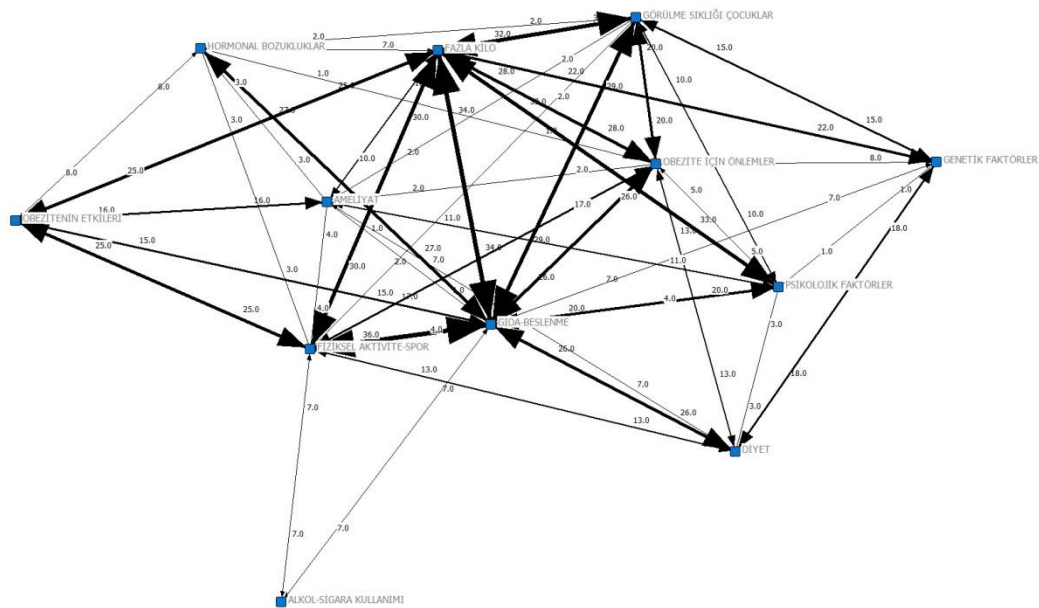
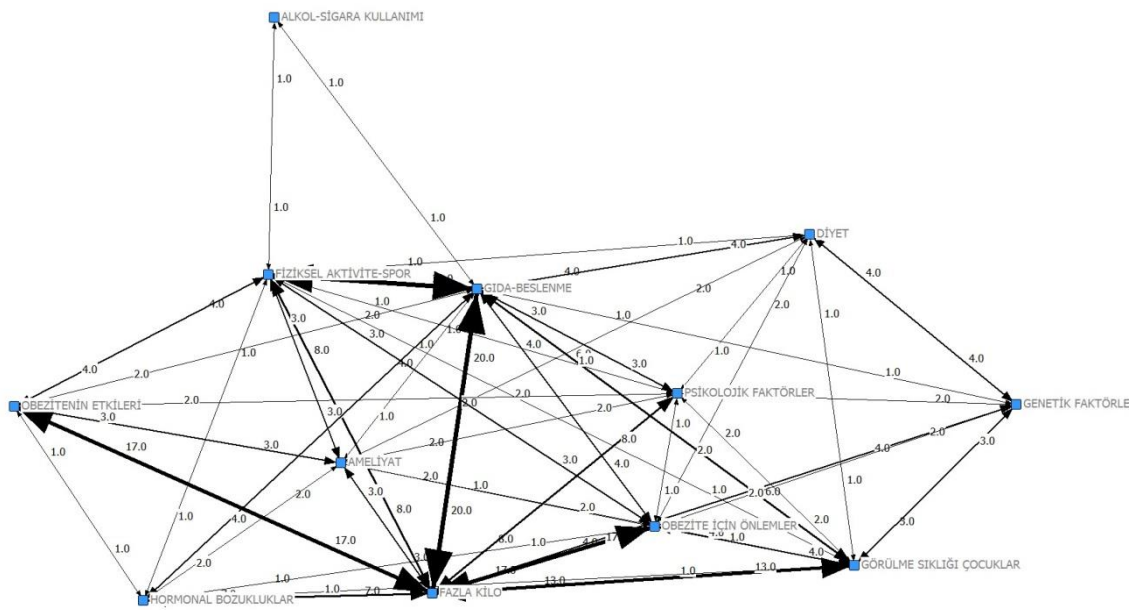
3.3.1.2. Obezite konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

Obezite hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 97 derece merkezieti ile “Fazla kilo”dur. Sonraki kategori ise 67 derece merkezieti ile “Gıda-beslenme” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezietinde ilk sırada 228 derece merkezieti ile “Beslenme”, sonraki kategori ise 221 derece merkezieti ile “Fazla kilo”dur. Yaygın gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkezietinin sıralaması aynı olmasa bile haberlerin ilk iki sıralamasında “Beslenme” ve “Fazla kilo” kategorilerinin olması nedeniyle benzerlik olduğunu söylemek mümkündür. Diğer derece merkezieti sıralamalarında da benzerlik vardır. Tablo 44’de yaygın gazeteler derece merkezieti ile kamu gündemi derece merkezieti sıralaması yer almaktadır.

Tablo 44: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkeziyeti sıralamaları karşılaştırması

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkeziyeti	Düğüm	Derece Merkeziyeti
1-Fazla Kilo	97	Beslenme	228
2-Gıda-Beslenme	67	Fazla Kilo	221
3-Fiziksel Aktivite-Spor	44	Fiziksel Aktivite-Spor	141
4-Obezite İçin Önlemler	36	Obezite İçin Önlemler	120
5-Görülme Sıklığı Çocuklar	32	Görülme Sıklığı Çocuklar	112
6-Obezitenin Etkileri	29	Obezitenin Etkileri	89
7-Psikolojik Faktörler	22	Psikolojik Faktörler	87
8-Ameliyat	19	Diyet	80
9-Hormonal Bozukluklar	17	Genetik Faktörler	71
10-Genetik Faktörler	16	Ameliyat	56
11-Diyet	15	Hormonal Bozukluklar	51
12-Alkol-Sigara Kullanımı	2	Alkol-Sigara Kullanımı	14

Yaygın gazeteler gündem ağında obezite hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor” arasındadır. En çok ikinci bağlantı ise “Fazla kilo” ve “Gıda-beslenme” arasındadır. Kamu gündeminde de ilk iki sıralama aynı bağlantılardan oluşmaktadır. Diğer bağlantıların sıralaması da benzerlik göstermektedir. Şekil 22’de obezite hastalığı yaygın gazeteler ağı ve Şekil 23’de obezite hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı kurulan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır. İki görseldeki bağlantılar arasındaki çizgilerin kalınlığı birbirine benzediği görülmektedir.



Yaygın gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Obezite konusunda yaygın gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.79 ($p= 0.79$, $p<0.05$) çıkmıştır. Obezite hastalığındaki medya ve kamu ağı arasında yüksek oranda benzerlik vardır.

Sonuç olarak, obezite hastalığındaki yaygın gazeteler ve kamu ağı arasında QAP analiz sonucuna göre anlamlı benzerlik vardır. Obezite hastalığı yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama benzerlik göstermemekle beraber “gıda-beslenme” kategorisinin üst sıralarda olduğunu söylemek mümkündür. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %45’i herhangi bir yakınlarının obezite hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durumda obezite hastalığı hakkındaki bilgilerin kansere oranla daha düşük olsa da yüksek seviyede medyadan alındığı ve bu nedenle obezite hastalığı medya ve kamu gündemi ağı yüksek oranda çıkmış olduğunu söylemek mümkündür. Kısaca amaç bölümünde yer alan “Obezite konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu verilerle doğrulanmıştır.

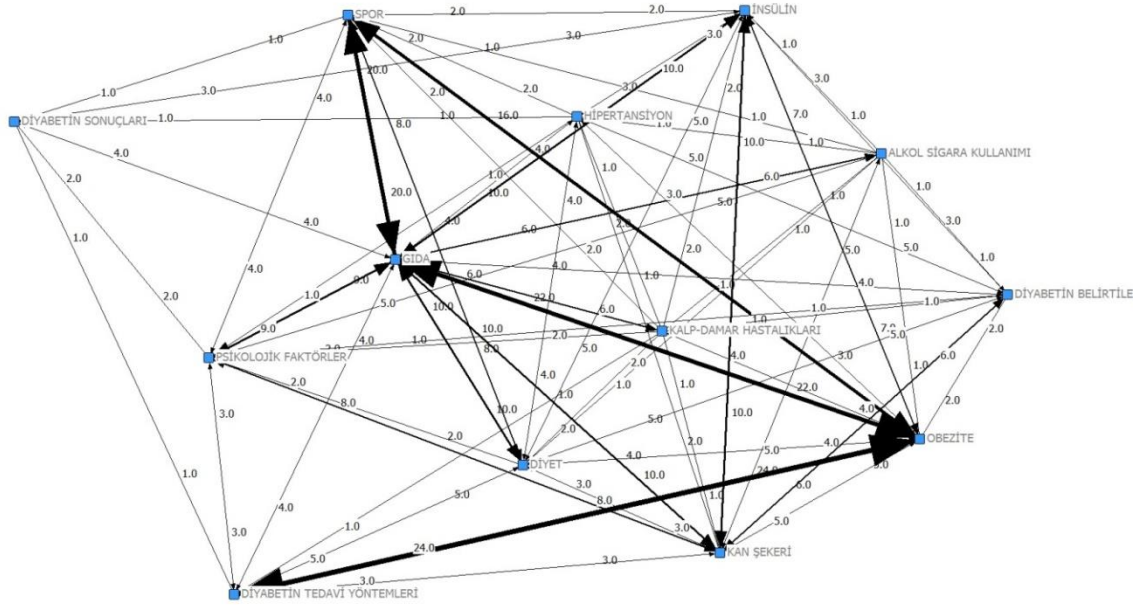
3.3.1.3. Diyabet konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

Diyabet hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 109 derece merkezietiyi ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 88 derece merkezietiyi ile “Obezite” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezietinde ilk sırada 249 derece merkezietiyi ile “Gıda”, sonraki kategori ise 156 derece merkezietiyi ile “Diyet”dir. Yaygın gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkezietinin en merkezdeki kategoriler aynıdır. Tablo 45’de yaygın gazeteler derece merkezietiyi ile kamu gündemi derece merkezietiyi sıralaması yer almaktadır.

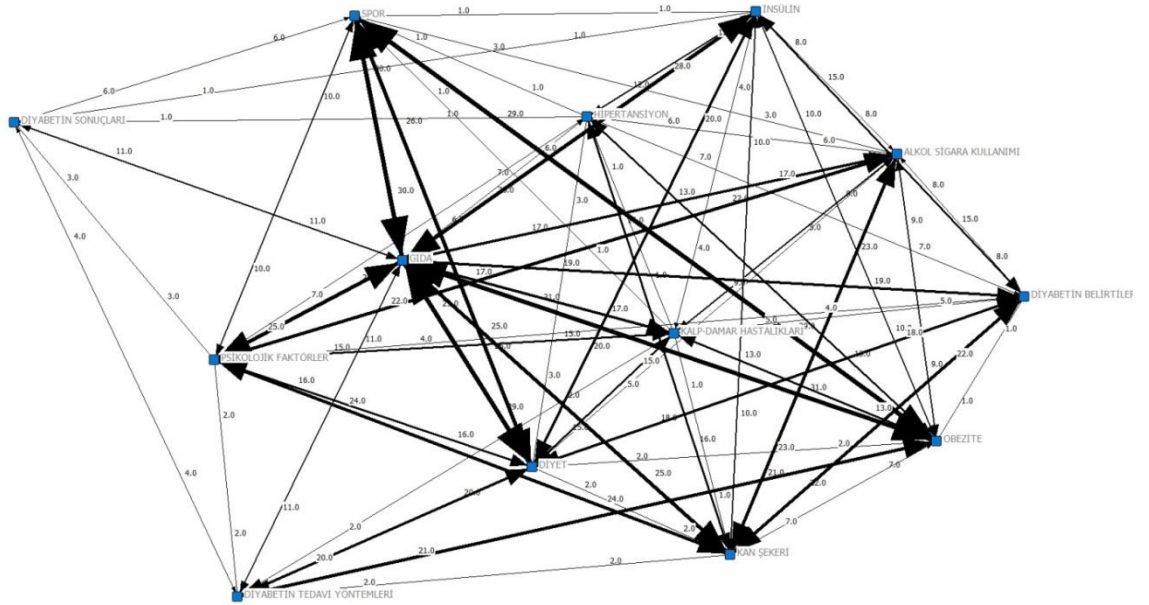
Tablo 45: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezietli sıralamaları karşılaştırması

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğümter	Derece Merkezietli	Düğümter	Derece Merkezietli
1-Gıda	109	Gıda	249
2-Obezite	88	Diyet	156
3-Spor	56	Obezite	136
4-Kan Şekeri	53	Kan Şekeri	132
5-Diyet	49	Psikolojik Faktörler	128
6-İnsülin	46	Alkol Sigara Kullanımı	110
7-Diyabetin Tedavi Yöntemleri	41	İnsülin	109
8-Psikolojik Faktörler	37	Spor	107
9-Diyabetin Belirtileri	28	Diyabetin Belirtileri	99
10-Hipertansiyon	27	Kalp-Damar Hastalıkları	83
11-Alkol Sigara Kullanımı	23	Hipertansiyon	73
12-Kalp-Damar Hastalıkları	23	Diyabetin Tedavi Yöntemle	62
13-Diyabetin Sonuçları	12	Diyabetin Sonuçları	26

Yaygın gazeteler gündem ağında diyabet hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda” ve “Obezite”dir. En çok kurulan ikinci bağlantı ise “Diyabetin tedavi yöntemleri” ve “Obezite”dir. Kamu gündeminde ilk sıralama “Gıda” ve “Obezite” kategorileri arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Gıda” ve “Spor” dur. Şekil 24’de obezite hastalığı yaygın gazeteler ağı ve şekil 25’te obezite hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı kurulan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır. İki görseldeki bağlantılar arasındaki çizgilerde benzerlik olduğu görülmektedir.



Şekil 24: Diyabet konusu yaygın gazeteler gündem ağı



Şekil 25: Diyabet konusu kamu gündem ağı

Yaygın gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Diyabet konusunda yaygın gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.76 ($p= 0.76$, $p<0.05$) çıkmıştır. Diyabet konusunda yaygın gazeteleler ve kamu gündem ağı arasında anlamlı bir benzerlik vardır.

Sonuç olarak diyabet hastalığı yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama ile benzerlik göstermektedir. Diyabet hastalığında yaygın gazeteler ve kamu ağı arasında anlamlı benzerlik vardır. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %36'sı herhangi bir yakınlarının diyabet hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durum kansere ve obeziteye oranla daha düşüktür. Kısaca “Diyabet konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu verilerle doğrulanmıştır.

3.3.1.4. Tansiyon konusu yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

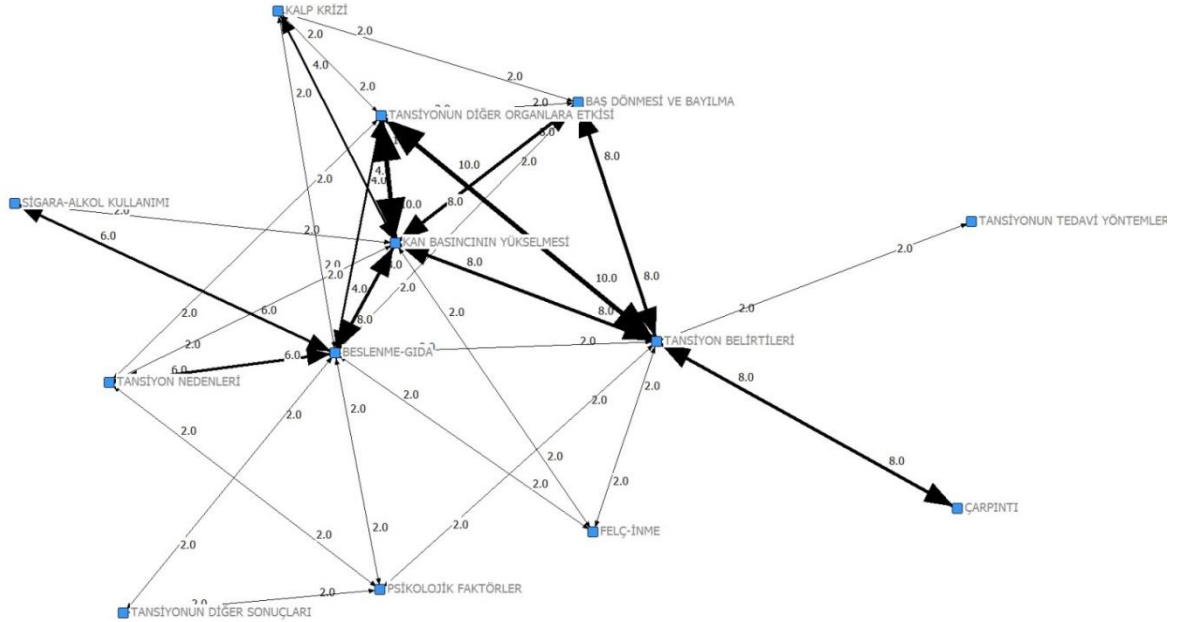
Tansiyon hastalığı hakkındaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 44 derece merkezieti ile “Kan basıncının yükselmesi”dir. Sonraki kategori ise 42 derece merkezieti ile “Tansiyon belirtileri” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezietinde ilk sırada 200 derece merkezieti ile “Tansiyon belirtileri”, sonraki kategori ise 189 derece merkezieti ile “Beslenme-gıda”dır. Yaygın gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkezietinin en merkezdeki kategorileri ve ikinci kategorilerin Tablo 46’da sunulduğu gibi farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 46: Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezieti sıralamaları karşılaştırması

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkezieti	Düğüm	Derece Merkezieti
Kan Basıncının Yükselmesi	44	Tansiyon Belirtileri	200
Tansiyon Belirtileri	42	Beslenme-Gıda	189
Beslenme-Gıda	36	Tan. Diğer Organlara Etkisi	175
Tan. Diğer Organlara Etkisi	30	Kan Basıncının Yükselmesi	153
Baş Dönmesi ve Bayılma	22	Baş Dönmesi ve Bayılma	126
Tansiyon Nedenleri	12	Tansiyon Nedenleri	114
Kalp Krizi	10	Psikolojik Faktörler	88
Çarpıntı	8	Sigara-Alkol Kullanımı	52
Psikolojik Faktörler	8	Felç-İnme	46
Sigara-Alkol Kullanımı	8	Tansiyonun Diğer Sonuçları	43
Felç-İnme	6	Kalp Krizi	34
Tansiyonun Diğer Sonuçları	4	Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	6
Tan. Tedavi Yöntemleri	2	Çarpıntı	0

Yaygın gazeteler gündem ağında tansiyon hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Tansiyon belirtileri” ve “Tansiyonun diğer organlara etkisi” aynı

değere sahip “Kan basıncının yükselmesi” ve “Tansiyonun diğer organlara etkisi”dir. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Baş dönmesi - bayılma” ve “Tansiyon belirtileri” aynı değere sahip “Çarpıntı” ve “Tansiyon belirtileri” yine aynı değere sahip “Kan Basıncının yükselmesi” ve “Tansiyon Belirtileri”dir. Kamu gündeminde ilk sıralama “Tanisyon belirtileri” ve “Tansiyonun diğer organlara etkisi” kategorileri arasındadır. Şekil 26’da tansiyon hastalığı yaygın gazeteler ağı ve şekil 27’de tansiyon hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı kurulan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır. İki görseldeki bağlantılar arasındaki çizgilerde benzerlik olduğu anlaşılmaktadır.



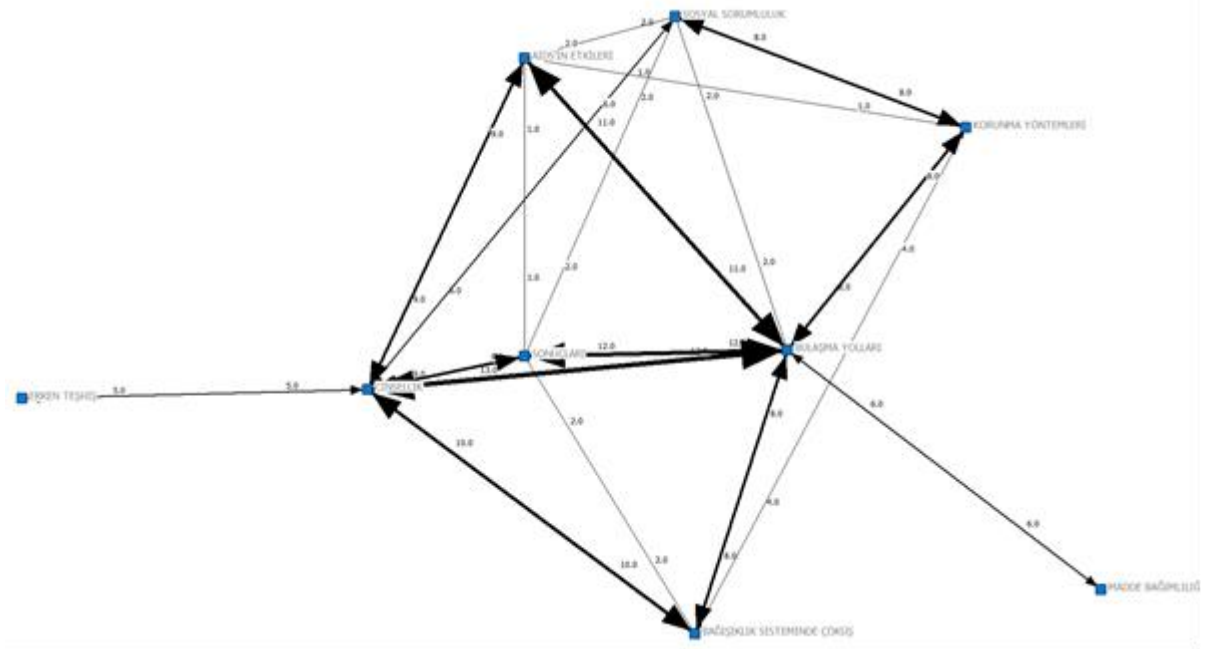
Şekil 26: Tansiyon konusu yaygın gazeteler gündem ağı

Sonraki kategori ise 52 derece merkezîyeti ile “Cinsellik” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezîyetinde ilk sırada 202 derece merkezîyeti ile “Bulaşma yolları”, sonraki kategori ise 170 derece merkezîyeti ile “Cinsellik” dir. Yaygın gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkezîyetinin en merkezdeki kategori ve ikinci kategori benzerlik göstermektedir. Tablo 47’de yaygın gazeteler derece merkezîyeti ile kamu gündemi derece merkezîyeti sıralaması yer almaktadır.

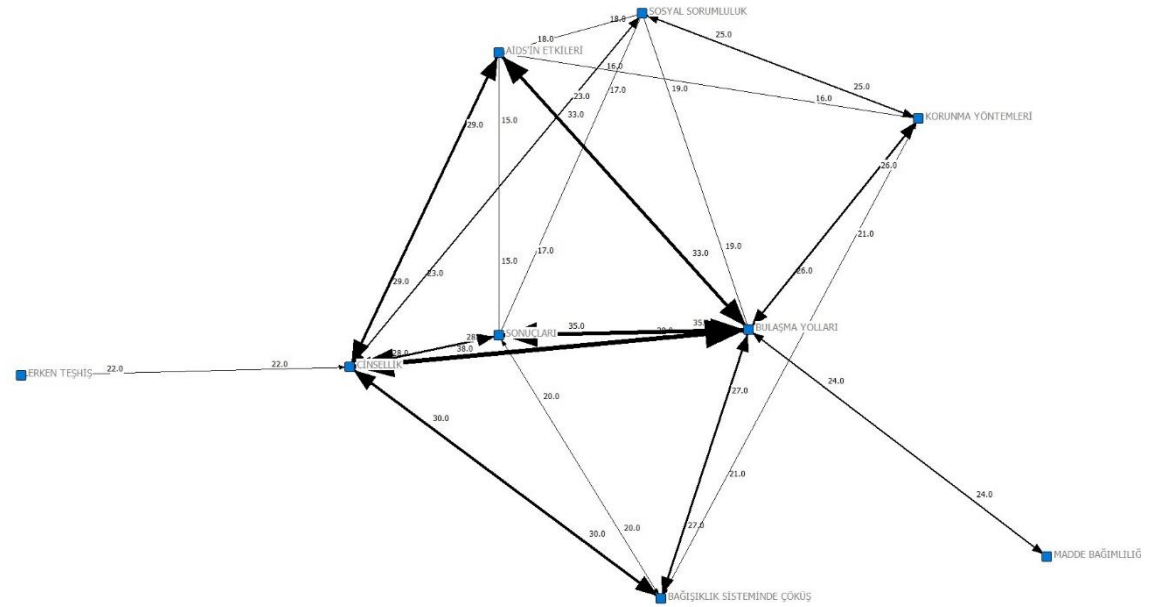
Tablo 47: *Yaygın gazeteler ve kamu gündemi derece merkezîyeti sıralamaları karşılaştırması*

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkezîyeti	Düğüm	Derece Merkezîyeti
1-Bulaşma Yolları	60	Bulaşma Yolları	202
2-Cinsellik	52	Cinsellik	170
3-Sonuçları	26	AIDS’in Sonuçları	115
4-Bağışıklık Sisteminde Çökme	24	AIDS’in Etkileri	111
5-AIDS’in Etkileri	24	Sosyal Sorumluluk	102
6-Korunma Yöntemleri	21	Bağışıklık Sisteminde Çökme	98
7-Sosyal Sorumluluk	20	Korunma Yöntemleri	88
8-Madde Bağımlılığı	6	Madde Bağımlılığı	24
9-Erken Teşhis	5	Erken Teşhis	22

Yaygın gazeteler gündem ağında AIDS hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yollarıdır. En fazla bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Bulaşma yolları” ve “AIDS’in sonuçları”dır. Kamu gündeminde En çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları” arasındadır. Şekil 28’de AIDS hastalığı yaygın medya ağı ve Şekil 29’da AIDS hastalığı gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı kurulan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır. İki görseldeki bağlantılar arasındaki çizgilerde benzerlik tespit edilmektedir.



Şekil 28: AIDS konusu yaygın gazeteler gündem ağı



Şekil 29: AIDS konusu kamu gündem ağı

Yaygın gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Yaygın gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.93 ($p = 0.93$, $p < 0.05$) çıkmıştır. AIDS konusunda medya ve kamu ağı arasında anlamlı benzerlik vardır. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %99'u herhangi bir yakınlarının AIDS hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durumda AIDS hastalığı

hakkındaki bilgilerin diğer hastalıklara göre en yüksek seviyede medyadan alındığı ve bu nedenle AIDS hastalığı yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı yüksek oranda çıkmış olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Bir başka şekilde açıklanacak olursa; literatürde de belirtildiği gibi, kamu çevresinde olan bitenleri doğrudan öğrenemediği zamanlarda konularla ilgili zihin haritalarını dolaylı olarak medyadan almaktadır. AIDS konusunda da doğrudan öğrenemedikleri için dolaylı yoldan medyadan aldıkları düşünülebilir. Bundan dolayı da gündem bağlantıları diğer hastalıklara göre en yüksek çıkmış olabilir.

Sonuç olarak, AIDS hastalığında medya ve kamu ağı arasında anlamlı benzerlik vardır. AIDS hastalığı yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama ile benzerlik göstermektedir. “AIDS konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu verilerle doğrulanmıştır.

Kısaca özetlenirse, örneklem alınan tüm hastalıklarla ilgili haberlerde yaygın gazeteler ve kamu gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik vardır. En çok benzerlik çoktan aza doğru; AIDS, kanser, obezite, diyabet ve tansiyon şeklinde sıralanmıştır. Hastalığa yakınlık sorusunda ise herhangi bir yakınının ilgili hastalıkla ilişkisinin olmadığı belirtilen hastalıklar ise çoktan aza doğru; AIDS, kanser, obezite, diyabet ve tansiyon şeklinde sıralanmıştır. Bu durum da göstermektedir ki hastalıklarla ilgili yaygın gazeteler gündemi ve kamu gündemi arasındaki bağlantı benzerliği kamunun hastalığa yakınlık derecesine göre doğru orantılı değişmektedir. Bir başka değişle, kamunun çoğunluğunun ilgili hastalık ile bir yakının maruz kalmaması yaygın gazeteler gündemi ve kamu gündemi arasındaki bağlantı benzerliliğini arttırmaktadır.

3.3.2. Yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırmaları

Bu bölümde yerel gazeteler ile kamu gündem ağı arasında anlamlı bir benzerlik olup olmadığı merkeziet derecesi ve QAP korelasyon ile karşılaştırılmıştır. Örneklem alınan hastalıkların karşılaştırma verileri ve yorumu alt başlıklar halinde verilmiştir.

3.3.2.1. Kanser konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

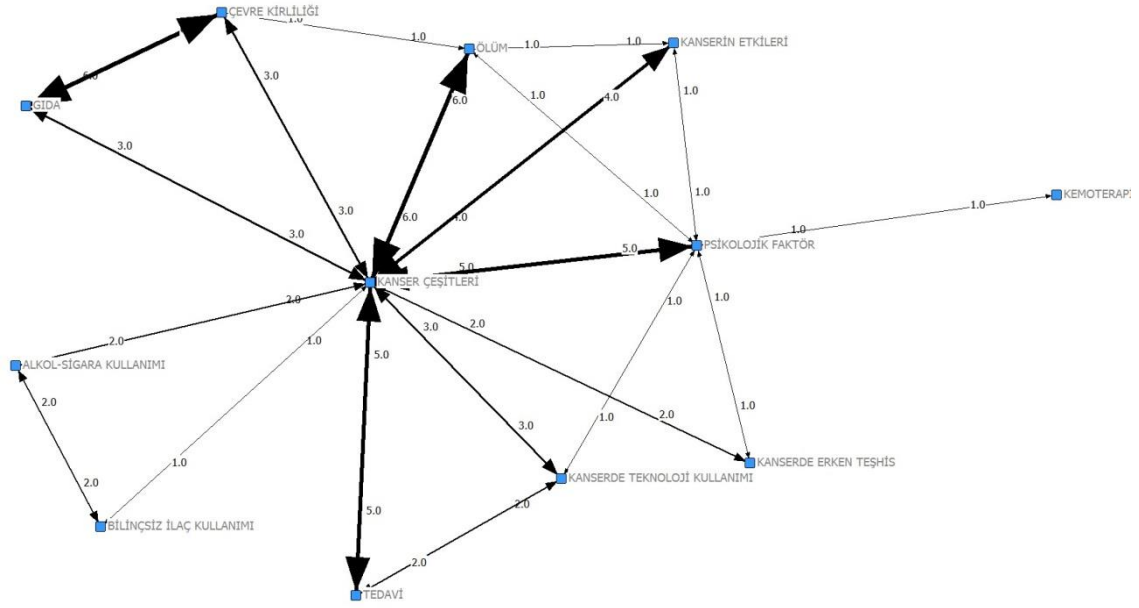
Kanser hastalığı konusundaki yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 34 derece merkezieti ile “Kanser çeşitleri”dir. Sonraki kategori ise 10 derece merkezieti ile “Çevre Kirliliği” ve “Psikolojik Faktör”

kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezietinde ilk iki sıra 360 derece merkezieti ile “Kanser çeşitleri”, sonraki kategori ise 206 derece merkezieti ile “Tedavi”dir. Yerel gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkezietinin ilk sırası aynı olmuştur. “Çevre kirliliği” kategorisi derece merkezieti yaygın gazetelerde sonuncu sırada olmasına rağmen, yerel basında ikinci sırada yer almıştır. Kamu gündeminde ise 10. sırada yer almaktadır. Tablo 48’de yaygın gazeteler derece merkezieti ile kamu gündemi derece merkezieti sıralaması yer almaktadır.

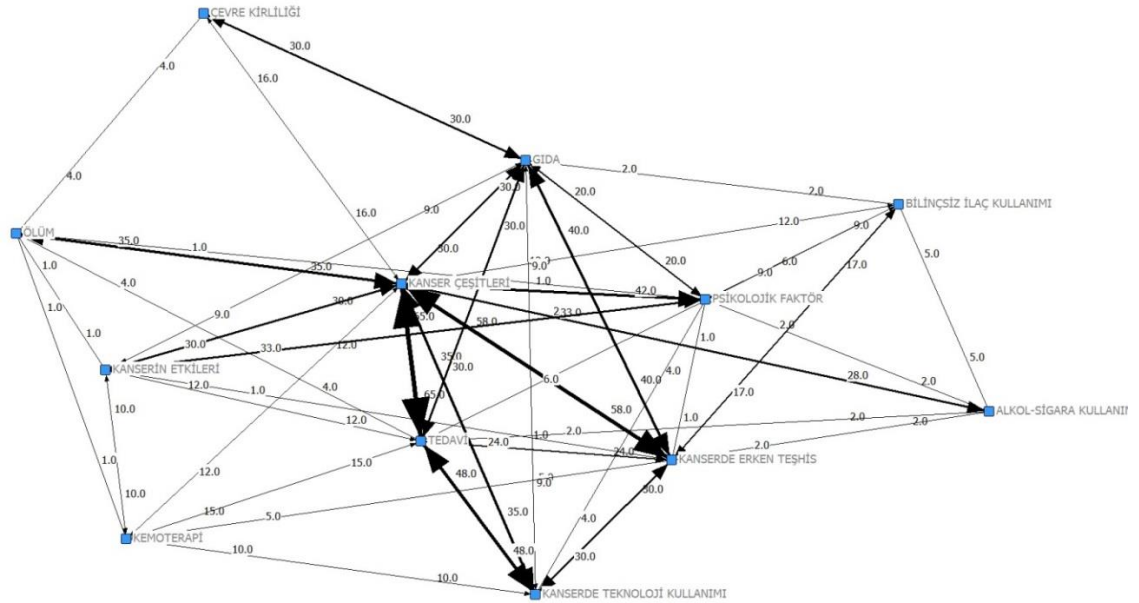
Tablo 48: Kanser konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezieti sıralamaları

YEREL GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkezieti	Düğüm	Derece Merkezieti
1-Kanser Çeşitleri	34	Kanser Çeşitleri	360
2- Çevre Kirliliği	10	Tedavi	206
3- Psikolojik Faktör	10	Kanserde Erken Teşhis	178
4-Gıda	9	Gıda	170
5-Ölüm	9	Kanserde Teknoloji Kullanımı	136
6-Tedavi	7	Psikolojik Faktör	112
7-Kanserde Teknoloji Kullanımı	6	Kanser Etkileri	96
8-Kanser Etkileri	6	Kemoterapi	53
9-Alkol-Sigara Kullanımı	4	Bilinçsiz İlaç Kullanımı	51
10-Bilinçsiz İlaç Kullanımı	3	Çevre Kirliliği	50
11-Kanserde Erken Teşhis	3	Ölüm	46
12-Kemoterapi	1	Alkol-Sigara Kullanımı	39

Yerel gazeteler gündem ağında kanser konusu ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Çevre Kirliliği”-“Gıda” ve “Kanser Çeşitleri”-“Ölüm” arasındadır. Kamu gündeminde de ilk iki sıralama “Tedavi” - “Kanser çeşitleri” ve “Kanserde Erken Teşhis” - “Kanser çeşitleri” bağlantılardan oluşmaktadır. Yerel gazetelerde en üst sıralamada olan “Çevre Kirliliği” – “Gıda” bağlantısı kamu gündeminde de üst sıralarda yer almaktadır. Şekil 30’da kanser konusu yerel medya ağı ve Şekil 31’de kanser konusu kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 30: Kanser konusu yerel gazeteler gündem ağı



Şekil 31: Kanser konusu kamu gündem ağı

Yerel gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.68 ($p=0.68$, $p<0.05$) çıkmıştır. Kanser konusunda yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasında az da olsa benzerlik vardır. Kanser konusundaki yerel gazeteler ve kamu ağı arasında, yaygın gazeteler ile kamu ağı arasındakinden düşükte olsa benzerlik göstermektedir. Yaygın gazeteler ve yerel

gazeteler arasındaki farklılık “Çevre kirliliği” kategorisinde gözükmemektedir. Hatta Yerel gazetelerde “Çevre Kirliliği” kategorisi ile “Gıda” kategorisi arasındaki bağlantı en yüksek çıkmıştır. Kamu gündeminde de bu bağlantı üst sıralardadır. Bunun nedeni Aydın ilinde son yıllarda yaygınlaşan jeotermal enerji üretiminden kaynaklanan gazların, gıdalar üzerinden insanları kanser yaptığı, tartışmaları üzerine olabilir. Yerel medya yerel sorunları daha çok vermesinden dolayı kamunun da habere yakınlık ilkesinden dolayı bu tür konuları yerel basından takip ettiği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, kanser hastalığı ile ilgili yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı arasında azda olsa benzerlik vardır. Ancak bu benzerlik yaygın gazeteler ile kamu gündem açısından daha düşüktür. Kanser konusunda bölgeyi ilgilendiren bazı özel konularda ise yaygın gazetelerden daha çok benzerlik gösterdiği söylenebilmektedir. Kısacası “Kanser konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu bulgularla doğrulanmıştır.

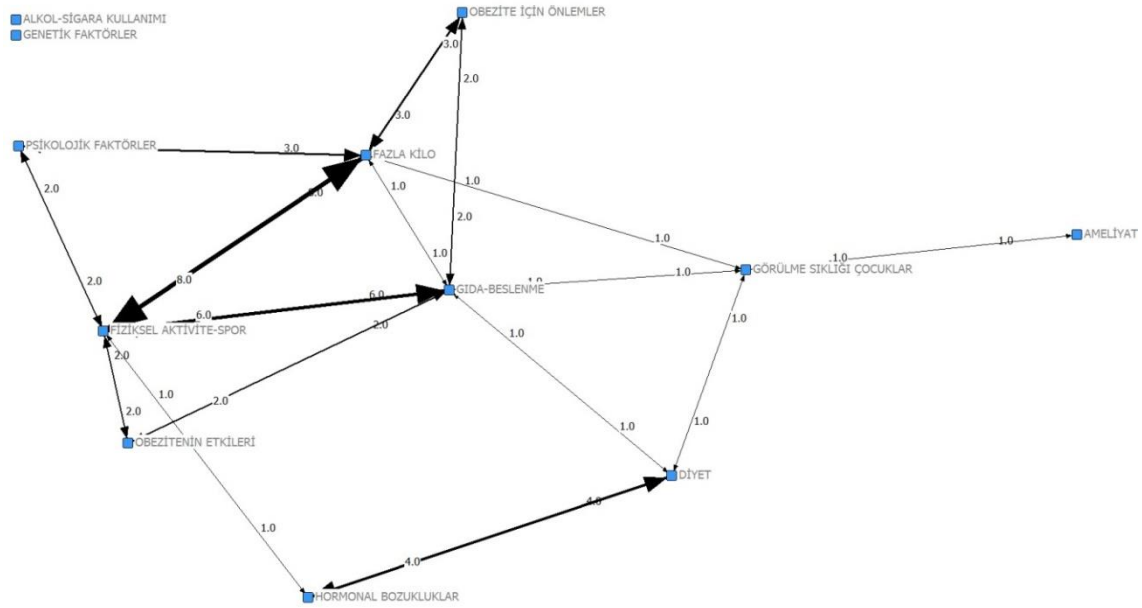
3.3.2.2. Obezite konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

Yerel gazetelerde obezite konusunda çıkan haber sayısı oldukça azdır. Dolayısıyla yerel gazetelerin genel olarak bu konuya ilgi göstermediği söylenebilir. Obezite hastalığı konusundaki yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 19 derece merkezियeti ile “Fizksel aktivite-spor”dur. Sonraki kategori ise 16 derece merkeziyeti ile “Fazla kilo” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkeziyetinde ilk sırada 228 derece merkeziyeti ile “Beslenme”, sonraki kategori ise 221 derece merkeziyeti ile “Fazla kilo”dur. Yerel gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkeziyetinin ilk sırası aynı olmasa da ikinci sıradaki kategori sıralamasının aynı olduğu görülmektedir. Tablo 49’da yaygın gazeteler derece merkeziyeti ile kamu gündemi derece merkeziyeti sıralaması yer almaktadır.

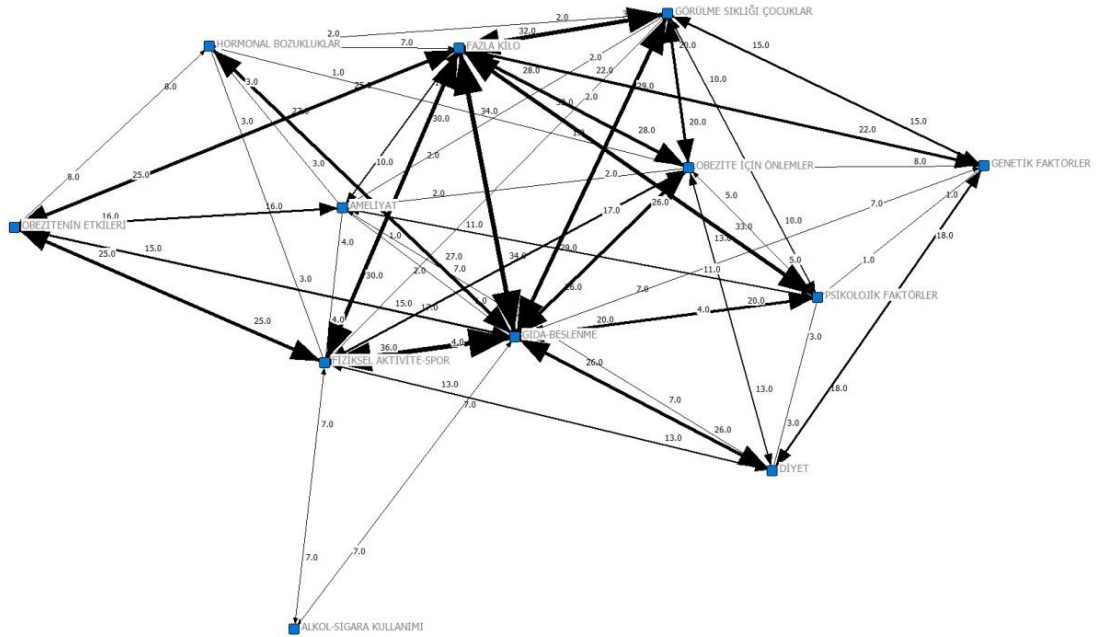
Tablo 49: Obezite hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezियeti sıralamaları

YEREL GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğümler	Derece Merkezियeti	Düğümler	Derece Merkezियeti
1-Fiziksel Aktivite-Spor	19	Beslenme	228
2-Fazla Kilo	16	Fazla Kilo	221
3-Gıda-Beslenme	13	Fiziksel Aktivite-Spor	141
4-Diyet	6	Obezite İçin Önlemler	120
5-Hormonal Bozukluklar	5	Görölme Sıklığı Çocuklar	112
6-Obezite İçin Önlemler	5	Obezitenin Etkileri	89
7-Psikolojik Faktörler	5	Psikolojik Faktörler	87
8-Görölme Sıklığı Çocuklar	4	Diyet	80
9-Obezitenin Etkileri	4	Genetik Faktörler	71
10-Ameliyat	1	Ameliyat	56
11-Alkol-Sigara Kullanımı	0	Hormonal Bozukluklar	51
12-Genetik Faktörler	0	Alkol-Sigara Kullanımı	14

Yerel gazeteler gündem ayında obezite hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Fazla kilo” ve “Fiziksel aktivite-spor”dur. İkinci en fazla bağlantı kurulan kategori ise “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor”dur. Kamu gündeminde en çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor”dur. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Fazla kilo” ve “Gıda-beslenme”dir. Şekil 32’de obezite hastalığı yerel gazeteler gündem ağı ve Şekil 33’de obezite hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 32: Obezite hastalığı yerel gazeteler gündem ağı



Şekil 33: Obezite hastalığı kamu gündem ağı

Yerel gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.51 ($p=0.51$, $p<0.05$) çıkmıştır. Yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasında az bir benzerlik vardır. Obezite hastalığında yerel gazeteler ve kamu ağı arasında, yaygın gazeteler ile kamu ağı arasındakinden düşüğe olsa bir benzerlik vardır.

Sonuç olarak, obezite hastalığında yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı arasında az bir benzerlik vardır. Bu benzerlik yaygın gazeteler ile kamu gündem açısından daha düşüktür. Bunun nedeni kamunun, obezite ile ilgili haberleri yaygın medyadan daha çok takip etmesi olabilir. Bu duruma karşın “Obezite konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu bulgularla doğrulanmıştır.

3.3.2.3. Diyabet konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

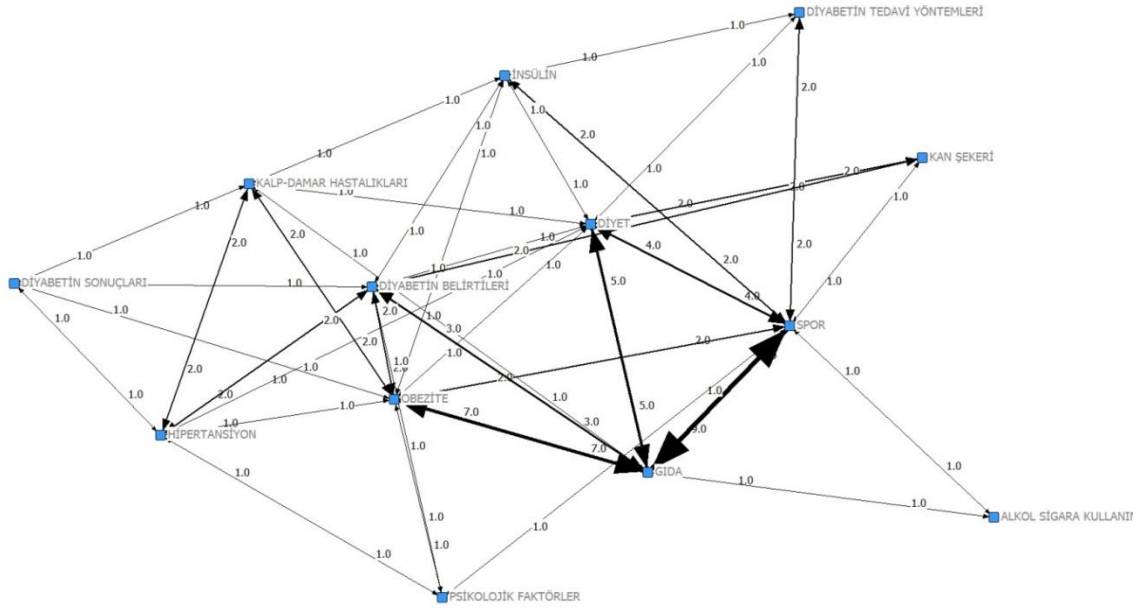
Diyabet hastalığı konusundaki yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 26 derece merkeziyeti ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 22 derece merkeziyeti ile “Spor” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkeziyetinde ilk sırada 249 derece merkeziyeti ile “Gıda”, sonraki kategori ise 156 derece merkeziyeti ile “Diyet”dir. Yerel gazetelerin gündemi ve kamu gündemi derece merkeziyetinin ilk sıralamasının aynı olduğu görülmektedir. Tablo 50’de yaygın gazeteler derece merkeziyeti ile kamu gündemi derece merkeziyeti sıralaması yer almaktadır.

Tablo 50: Diyabet hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkeziyeti sıralamaları

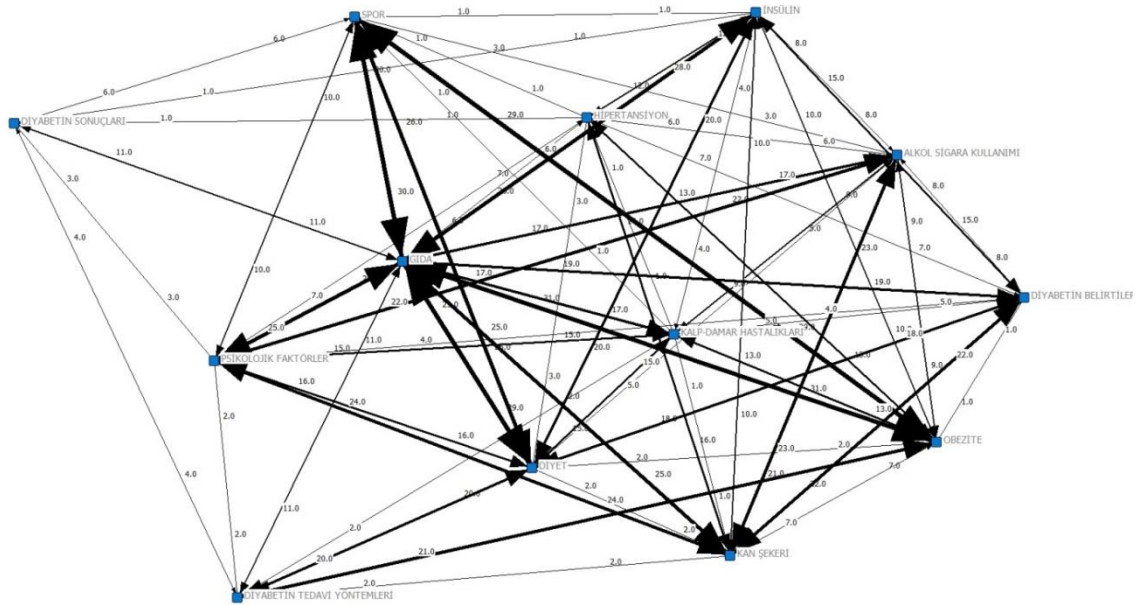
YEREL GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkeziyeti	Düğüm	Derece Merkeziyeti
1-Gıda	26	Gıda	249
2-Spor	22	Diyet	156
3-Obezite	18	Obezite	136
4-Diyet	17	Kan Şekeri	132
5-Diyabetin Belirtileri	13	Psikolojik Faktörler	128
6-Hipertansiyon	8	Alkol Sigara Kullanımı	110
7-Kalp-Damar Hastalıkları	8	İnsülin	109
8-İnsülin	7	Spor	107
9-Kan Şekeri	5	Diyabetin Belirtileri	99
10-Psikolojik Faktörler	4	Kalp-Damar Hastalıkları	83
11-Diyabetin Tedavi Yöntemleri	4	Hipertansiyon	73
12-Diyabetin Sonuçları	4	Diyabetin Tedavi Yöntemle	62
13-Alkol Sigara Kullanımı	2	Diyabetin Sonuçları	26

Yerel gazeteler gündem ağında diyabet hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda” ve “Spor”dur. İkinci en çok bağlantı alan kategori “Gıda” ve “Obezite”dir. İkinci en fazla bağlantı kurulan kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor” dur. Kamu gündeminde en çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda” ve

“Obezite” arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Gıda” ve “Spor” arasındadır. Şekil 34’de diyabet hastalığı yerel gazeteler ağı ve Şekil 35’de diyabet hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 34: Diyabet hastalığı yerel gazeteler gündem ağı



Şekil 35: Diyabet hastalığı kamu gündem ağı

Yerel gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.43 ($p= 0.43$, $p<0.05$) olmuştur. Diyabet konusunda yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. Bunun nedeni kamunun diyabet haberlerini daha çok yaygın gazetelerden öğrenmesi olabilir. Ayrıca yerel gazetelerin diyabet haberlerine az yer verdiğide belirtilmelidir.

Sonuç olarak, “Diyabet konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu bulgularla doğrulanmamıştır.

3.3.2.4. Tansiyon konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

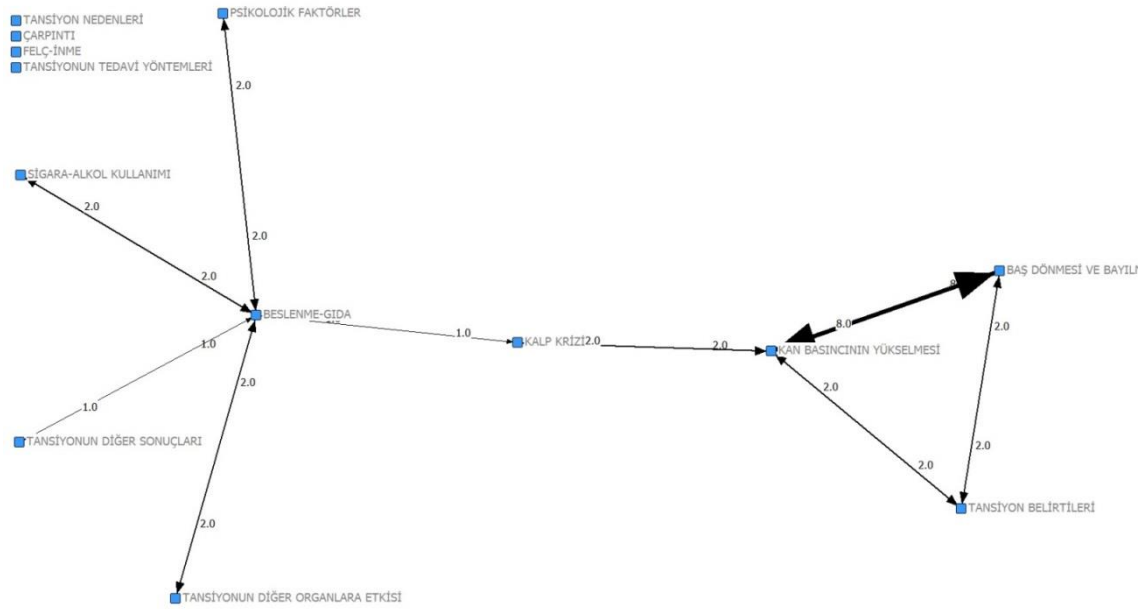
Tansiyon hastalığı konusundaki yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 12 derece merkezliyeti ile “Kan basıncının yükselmesi”dir. Sonraki kategori ise 10 derece merkezliyeti ile “Baş dönmesi ve bayılma” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezliyetinde ilk sırada 200 derece merkezliyeti ile “Tansiyon belirtileri”, sonraki kategori ise 189 derece merkezliyeti ile “Beslenme-gıda”dır. Tablo 51’de yaygın gazeteler derece merkezliyeti ile kamu gündemi derece merkezliyeti sıralaması yer almaktadır.

Tablo 51: Tansiyon hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezliyeti sıralamaları

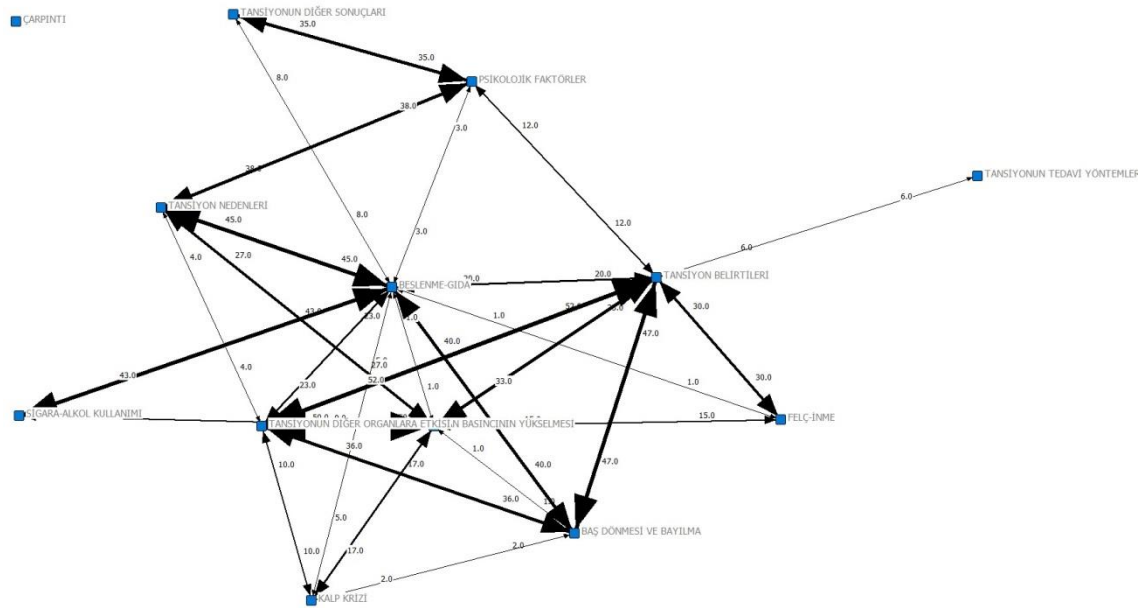
YEREL GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğümleler	Derece Merkezliyeti	Düğümleler	Derece Merkezliyeti
1-Kan Basıncının Yükselmesi	12	Tansiyon Belirtileri	200
2-Baş Dönmesi ve Bayılma	10	Beslenme-Gıda	189
3-Beslenme-Gıda	8	Tan. Diğer Organlara Etkisi	175
4-Tansiyon Belirtileri	4	Kan Basıncının Yükselmesi	153
5-Kalp Krizi	3	Baş Dönmesi ve Bayılma	126
6-Psikolojik Faktörleler	2	Tansiyon Nedenleri	114
7-Tan. Diğer Organlara etkisi	2	Psikolojik Faktörleler	88
8-Sigara-Alkol Kullanımı	2	Sigara-Alkol Kullanımı	52
9-Tansiyonun Diğer Sonuçları	1	Felç-İnme	46
10-Tansiyon Nedenleri	0	Tansiyonun Diğer Sonuçları	43
11-Çarpıntı	0	Kalp Krizi	34
12-Felç-İnme	0	Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	6
13-Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	0	Çarpıntı	0

Yerel gazeteler gündem ağında tansiyon hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Baş dönmesi ve bayılma” ve “Kan basıncının yükselmesi”dir. Diğer

kategoriler arasındaki bağlantı değeri benzerlik göstermektedir. Kamu gündeminde en çok bağlantı kurulan iki kategori “Tansiyon belirtileri” ve “Tansiyonun diğer organlara etkisi”dir. Yerel gazetelerde ve kamu gündemi ağında sıralamada benzerlik yoktur. Şekil 36’da tansiyon hastalığı yerel gazeteler gündem ağı ve Şekil 37’de tansiyon hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 36: Tansiyon hastalığı yerel gazeteler gündem ağı



Şekil 37: Tansiyon hastalığı kamu gündem ağı

Yerel gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantılarındaki benzerlik QAP korelasyonu ile teste tabi tutulmuştur. Yerel gazeteleler ve kamu gündem ağı arasındaki QAP korelasyonu 0.47 ($p= 0.47$, $p<0.05$) çıkmıştır. Tansiyon hastalığında yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. Bunun nedeni kamunun diyabet haberlerini daha çok yaygın gazetelerden öğrenmesi olabilir. Ayrıca yerel gazetelerin tansiyon haberlerine az yer verdiğide belirtilmelidir. Bir diğer taraftan da ankete katılanların büyük bir bölümü yakınlarında tansiyon hastası olduğunu belirtmiştir. Bununla bağlantılı olarak konuyu doğrudan öğrenme yolu ile öğrendikleri söylenebilir. Bundan dolayı medyadan daha az bilgi aldığı da düşünülebilir.

Sonuç olarak, “Tansiyon konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi bu bulgularla doğrulanmamıştır.

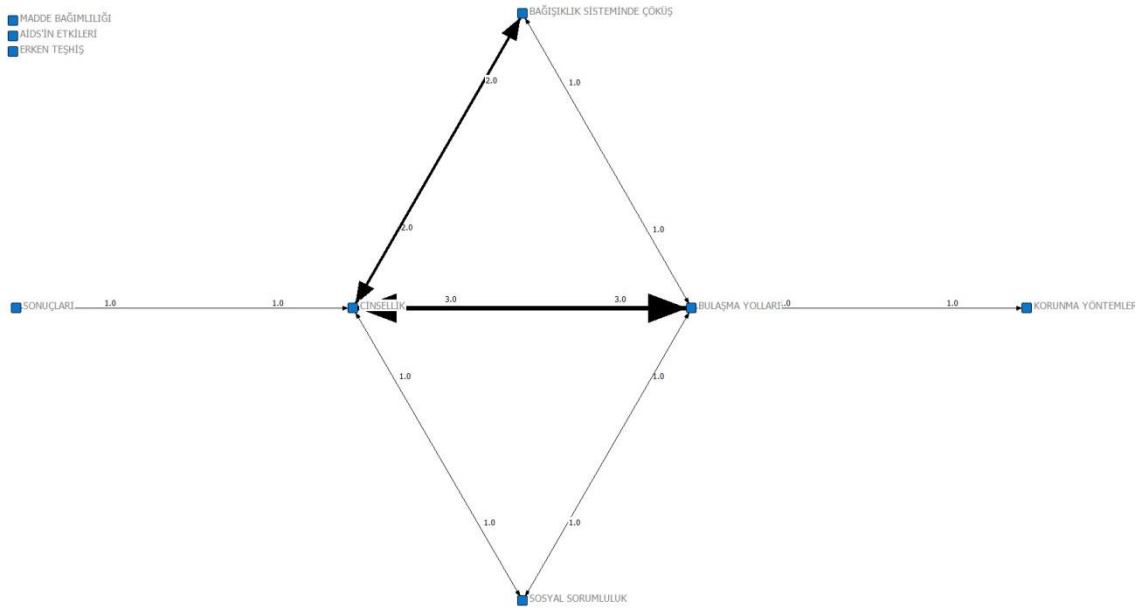
3.3.2.5. AIDS konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

AIDS hastalığı konusundaki yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 7 derece merkezieti ile “Cinsellik”dir. Sonraki kategori ise 6 derece merkezieti ile “Bulaşma yolları” kategorisi olmuştur. Kamu gündeminde ise derece merkezietinde ilk sırada 202 derece merkezieti ile “Bulaşma yolları”, sonraki kategori ise 170 derece merkezieti ile “Cinsellik” dir. Tablo 52’de yaygın gazeteler derece merkezieti ile kamu gündemi derece merkezieti sıralaması yer almaktadır.

Tablo 52: AIDS hastalığı yerel gazeteler ve kamu gündemi derece merkezieti sıralamaları

YEREL GAZETELER GÜNDEMİ		KAMU GÜNDEMİ	
Düğümleler	Derece Merkezieti	Düğümleler	Derece Merkezieti
1-Cinsellik	7	Bulaşma Yolları	202
2-Bulaşma Yolları	6	Cinsellik	170
3-Bağışıklık Sisteminde Çökme	3	AIDS’in Sonuçları	115
4-Sosyal Sorumluluk	2	AIDS'in Etkileri	111
5-Korunma Yöntemleri	1	Sosyal Sorumluluk	102
6-AIDS’in Sonuçları	1	Bağışıklık Sisteminde Çökme	98
7-Madde Bağımlılığı	0	Korunma Yöntemleri	88
8-AIDS'in Etkileri	0	Madde Bağımlılığı	24
9-Erken Teşhis	0	Erken Teşhis	22

Yerel gazeteler gündem ağında tansiyon hastalığı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları”dır. En fazla bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Bulaşma yolları” ve “AIDS’in sonuçları”dır. Kamu gündeminde en çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları”dır Yerel gazetelerde ve kamu gündemindeki sıralamanın aynı olduğu görülmektedir. Şekil 38’de AIDS hastalığı yerel gazeteler gündem ağı ve Şekil 39’da AIDS hastalığı kamu gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasında kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 38: AIDS hastalığı yerel gazeteler gündem ağı

3.3.3. Yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırmaları

Yaygın gazeteler ile yerel gazeteler karşılatırmaları (QAP korelasyonu) ve derece merkezieteti karşılaştırmaları bu bölümde örneklem alınan her bir hastalık için alt başlıklar halinde verilmiştir.

3.3.3.1. Kanser konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırması

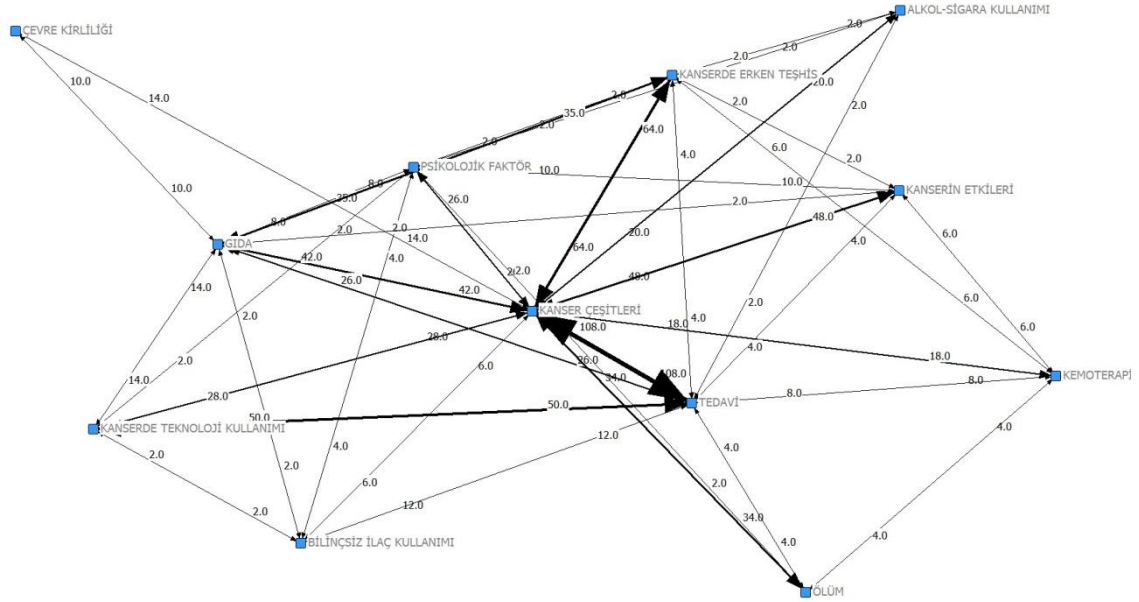
Kanser hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 409 derece merkezieteti ile “Kanser çeşitleri”dir. Sonraki kategori ise 218 derece merkezieteti ile “Tedavi” kategorisi olmuştur. Yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde ise en merkezdeki kategori 34 derece merkezieteti ile “Kanser çeşitleri”dir. Sonraki kategori ise 10 derece merkezieteti ile “Çevre Kirliliği” ve “Psikolojik Faktör” kategorisi olmuştur. “Çevre kirliliği” kategorisi derece merkezieteti yaygın gazetelerde sonuncu sırada olmasına rağmen, yerel gazetelerde ikinci sırada yer almıştır. Yangın ve yerel gazetelerde en merkezdeki konu “Kanser çeşitleri” olmuştur. Ancak diğer derece merkezieteti sıralamaları benzerlik göstermektedir. Tablo 53’de Yaygın ve Yerel gazeteler derece merkezietetleri karşılaştırmaları gösterilmektedir.

Tablo 53: Kanser konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezieteti sıralamaları

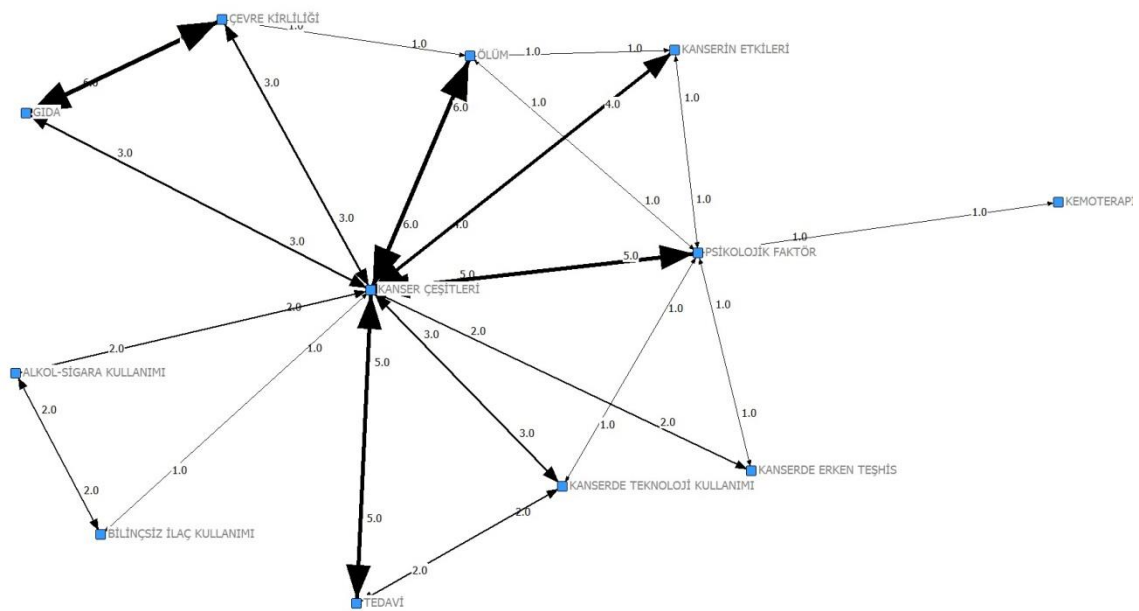
YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		YEREL GAZETELER GÜNDEMİ	
Düğümter	Derece Merkezieteti	Düğümter	Derece Merkezieteti
1-Kanser Çeşitleri	408	Kanser Çeşitleri	34
2-Tedavi	218	Çevre Kirliliği	10
3-Gıda	139	Psikolojik Faktör	10
4-Kanserde Erken Teşhis	115	Gıda	9
5-Kanserde Teknoloji Kullanımı	96	Ölüm	9
6-Kanserin Etkileri	72	Tedavi	7
7-Psikolojik Faktör	56	Kanserde Teknoloji Kullanımı	6
8-Ölüm	44	Kanserin Etkileri	6
9-Kemoterapi	42	Alkol-Sigara Kullanımı	4
10-Alkol-Sigara Kullanımı	26	Bilinçsiz İlaç Kullanımı	3
11-Bilinçsiz İlaç Kullanımı	26	Kanserde Erken Teşhis	3
12-Çevre Kirliliği	24	Kemoterapi	1

Kanser konusu yaygın gazeteler ağı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Tedavi” ve “Kanser Çeşitleri”dir. En çok ikinci bağlantı ise “Kanserde erken teşhis” ve “Kanser çeşitleri” arasındadır. Yerel gazeteler de ise en çok bağlantı kurulan iki

kategori “Çevre Kirliliği”-“Gıda” ve “Kanser Çeşitleri”-“Ölüm”dür. Ardından gelen bağlantılar ise “Tedavi” - “Kanser Çeşitleri” ve “Psikolojik Faktör” -“Kanser çeşitleri”dir. Şekil 40’da kanser hastalığı yaygın gazeteler gündem ağı ve Şekil 41’de kanser hastalığı yerel gazeteler gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasında kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 40: Kanser hastalığı yaygın gazeteler gündem ağı



Şekil 41: Kanser hastalığı yerel gazeteler gündem ağı

Yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasındaki benzerlik QAP korelasyonu 0.64 ($p=0.64$, $p<0.05$) olmuştur. Kanser konusunda yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasında az bir benzerlik vardır.

Sonuç olarak, kanser konusu yaygın ve yerel gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralama da sadece en merkezdeki kategori aynıdır. Fakat diğer kategoriler sıralamasında benzerlik yoktur. Kategoriler arasındaki bağlantılarda ise QAP korelasyonuna göre az da olsa benzerlik bulunmaktadır. Özellikle yerel gazetelerde “Çevre Kirliliği” kategorisi ile “Gıda” kategorisi arasındaki bağlantı en yüksek çıkmıştır. Yaygın gazetelerde ise bu kategori alt sıralardadır. Bunun nedeni Aydın ilinde son yıllarda yaygınlaşan jeotermal enerji üretiminden kaynaklanan gazların, gıdalar üzerinden kanser yaptığı tartışmaları üzerine olabilir. Yerel medya yerel sorunları daha çok vermesinden dolayı bu kategoride yaygın gazeteye göre daha üst sıralamalarda yer almış olabilir. Kısaca kanser hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında anlamlı bir benzerlik vardır. Fakat bu bağlantılarda bazı kategorilerde özellikle o ili ilgilendiren sorunlarla ilgili farklılık göstermektedir. Kanser konusunda bölgeyi ilgilendiren jeotermal gibi bazı özel konularda ise yaygın gazetelerden daha çok yerel gazetelerin bağlantıları benzerlik gösterdiği söylenebilmektedir. Bu bağlamda “Kanser konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

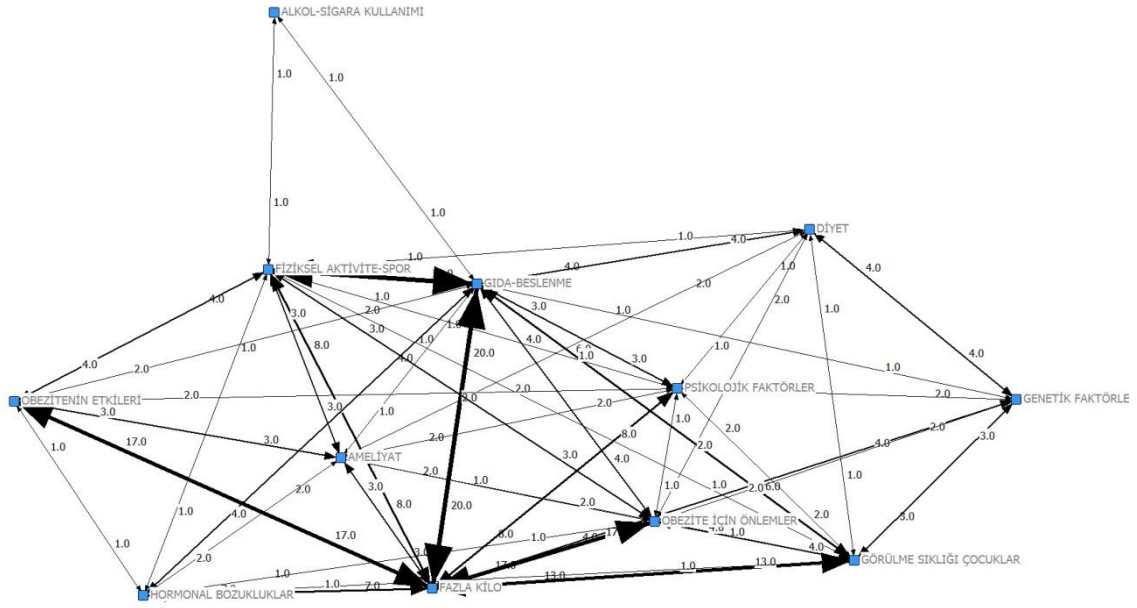
3.3.3.2. Obezite konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırması

Obezite hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 97 derece merkezieti ile “Fazla kilo”dur. Sonraki kategori ise 67 derece merkezieti ile “Gıda-beslenme” kategorisi olmuştur. Yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde ise en merkezdeki kategori 19 derece merkezieti ile “Fiziksel aktivite-spor”dur. Sonraki kategori ise 16 derece merkezieti ile “Fazla kilo” kategorisi olmuştur. “Fazla kilo” kategorisi derece merkezieti yaygın gazetelerde birinci sırada olmasına rağmen, yerel basında ikinci sırada yer almıştır. Tablo 54’de Yaygın ve Yerel gazeteler derece merkezietleri karşılaştırmaları gösterilmektedir.

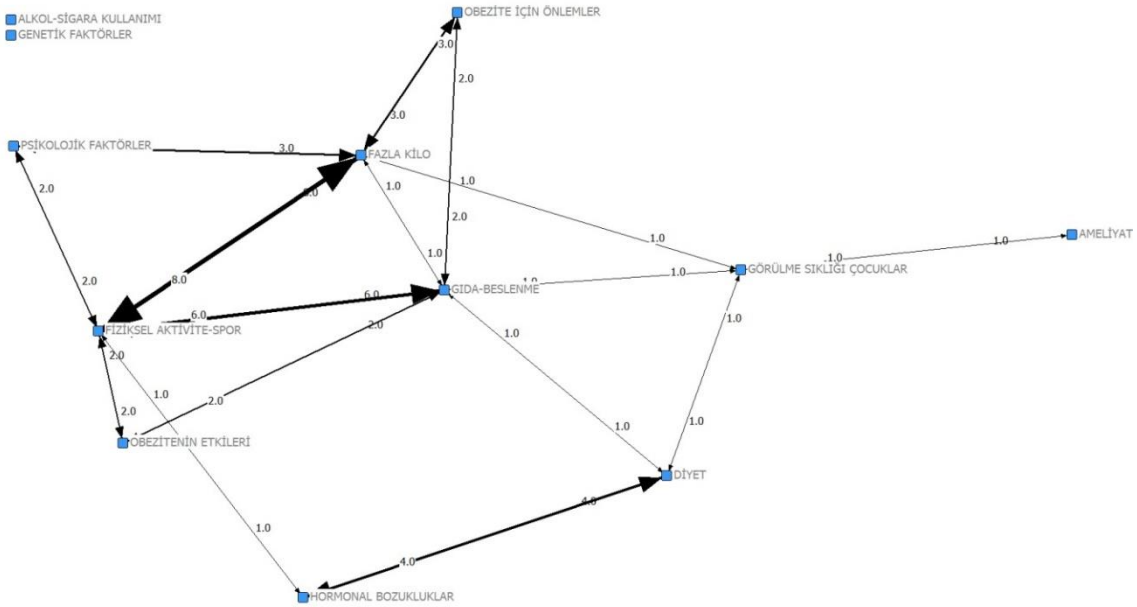
Tablo 54: Obezite konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkeziyeti sıralamaları

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		YEREL GAZETELER GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkeziyeti	Düğüm	Derece Merkeziyeti
1-Fazla Kilo	97	Fiziksel Aktivite-Spor	19
2-Gıda-Beslenme	67	Fazla Kilo	16
3-Fiziksel Aktivite-Spor	44	Gıda-Beslenme	13
4-Obezite İçin Önlemler	36	Diyet	6
5-Görülme Sıklığı Çocuklar	32	Hormonal Bozukluklar	5
6-Obezitenin Etkileri	29	Obezite İçin Önlemler	5
7-Psikolojik Faktörler	22	Psikolojik Faktörler	5
8-Ameliyat	19	Görülme Sıklığı Çocuklar	4
9-Hormonal Bozukluklar	17	Obezitenin Etkileri	4
10-Genetik Faktörler	16	Ameliyat	1
11-Diyet	15	Alkol-Sigara Kullanımı	0
12-Alkol-Sigara Kullanımı	2	Genetik Faktörler	0

Obezite hastalığı ile ilgili yaygın gazeteler ağı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor” arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Fazla kilo” ve “Gıda-beslenme” arasındadır. Yerel gazeteler de En çok bağlantı kurulan kategori “Fazla kilo” ve “Fiziksel aktivite-spor”dur. İkinci en fazla bağlantı kurulan kategori “Gıda-beslenme” ve “Fiziksel aktivite-spor”dur. Şekil 42’de obezite hastalığı yaygın gazeteler gündem ağı ve Şekil 43’de obezite hastalığı yerel gazeteler gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 42: Obezite konusu gazeteler medya gündem ağı



Şekil 43: Obezite konusu yerel gazeteler gündem ağı

Yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasındaki benzerlik QAP korelasyonu 0.54 ($p = 0.54$, $p < 0.05$) çıkmıştır. Obezite konusunda yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasındaki az bir benzerlik vardır.

Sonuç olarak, obezite hastalığında yaygın gazetelerde en çok bağlantı kurulan kategoriyle yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan ikinci kategorinin aynı olduğu

görülmektedir. Fakat diğer kategorilerin sıralamasında benzerlik yoktur. Kategoriler arasındaki bağlantılarda ise QAP korelasyonuna göre kanser hastalığından daha az da olsa benzerlik bulunmaktadır. Bundan dolayı “Obezite hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

3.3.3.3. Diyabet konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırması

Diyabet hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 109 derece merkezietiyi ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 88 derece merkezietiyi ile “Obezite” kategorisi olmuştur. Yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde ise en merkezdeki kategori 26 derece merkezietiyi ile “Gıda”dır. Sonraki kategori ise 22 derece merkezietiyi ile “Spor” kategorisi olmuştur. “Gıda” kategorisi yerel ve yaygın gazetelerde derece merkezietiyi sıralamasında birinci sırada yer almaktadır. Diğer kategorilerin derece merkezietiyi sıralaması benzerlik göstermemektedir. Tablo 55’de Yaygın ve Yerel gazeteler derece merkezietileri karşılaştırmaları gösterilmektedir.

Tablo 55: *Diyabet konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezietiyi sıralamaları*

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		YEREL GAZETELER GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkezietiyi	Düğüm	Derece Merkezietiyi
1-Gıda	109	Gıda	26
2-Obezite	88	Spor	22
3-Spor	56	Obezite	18
4-Kan Şekeri	53	Diyet	17
5-Diyet	49	Diyabetin Belirtileri	13
6-İnsülin	46	Hipertansiyon	8
7-Diyabetin Tedavi Yöntemleri	41	Kalp-Damar Hastalıkları	8
8-Psikolojik Faktörler	37	İnsülin	7
9-Diyabetin Belirtileri	28	Kan Şekeri	5
10-Hipertansiyon	27	Psikolojik Faktörler	4
11-Alkol Sigara Kullanımı	23	Diyabetin Tedavi Yöntemleri	4
12-Kalp-Damar Hastalıkları	23	Diyabetin Sonuçları	4
13-Diyabetin Sonuçları	12	Alkol Sigara Kullanımı	2

Diyabet hastalığı ile ilgili yaygın gazeteler ağı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Diyabetin tedavi yöntemleri” ve “Obezite” arasındadır. En çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Gıda” ve “Obezite” arasındadır. Yerel gazeteler de en çok bağlantı kurulan kategori “Gıda” ve “Spor”dur. İkinci en çok bağlantı kurulan kategori “Gıda” ve “Obezite”dir. En çok bağlantı kurulan ikinci kategorilerde benzerlik

178

Yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasındaki benzerlik QAP korelasyonu 0.54 ($p= 0.54$, $p<0.05$) olmuştur. Diyabet konusunda yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasında az benzerlik vardır.

Sonuç olarak diyabet hastalığında ile ilgili yaygın gazetelerde en çok bağlantı kurulan kategoriyle yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan ikinci kategorinin aynı olduğu görülmektedir. Fakat diğer kategorilerin sıralamasında benzerlik yoktur. Kategoriler arasındaki bağlantılarda ise QAP korelasyonuna göre kanser hastalığından daha az olsa da obezite hastalığında da benzerlik bulunmaktadır. Kısaca diyabet hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında az bir benzerlik vardır. Bu nedenle “Diyabet konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

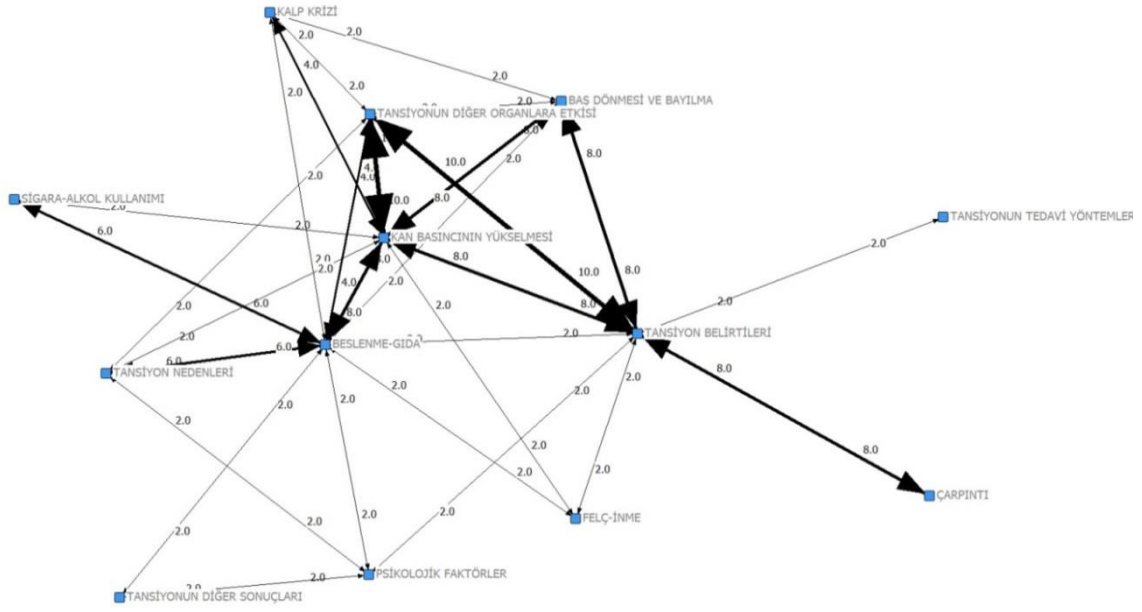
3.3.3.4. Tansiyon konusu yaygın ve yerel gazeteler ağı karşılaştırması

Tansiyon hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 44 derece merkezियeti ile “Kan basıncının yükselmesi”dir. Sonraki kategori ise 42 derece merkezियeti ile “Tansiyon belirtileri” kategorisi olmuştur. Yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde ise en merkezdeki kategori 12 derece merkezियeti ile “Kan basıncının yükselmesi”dir. Sonraki kategori ise 10 derece merkezियeti ile “Baş dönmesi ve bayılma” kategorisi olmuştur. “Kan basıncının yükselmesi” kategorisi yerel ve yaygın gazetelerde derece merkezियeti sıralamasında birinci sırada yer almaktadır. Diğer kategorilerin derece merkezियeti sıralaması benzerlik göstermemektedir. Tablo 56’da yaygın ve yerel gazeteler derece merkezियetleri karşılaştırmaları gösterilmektedir.

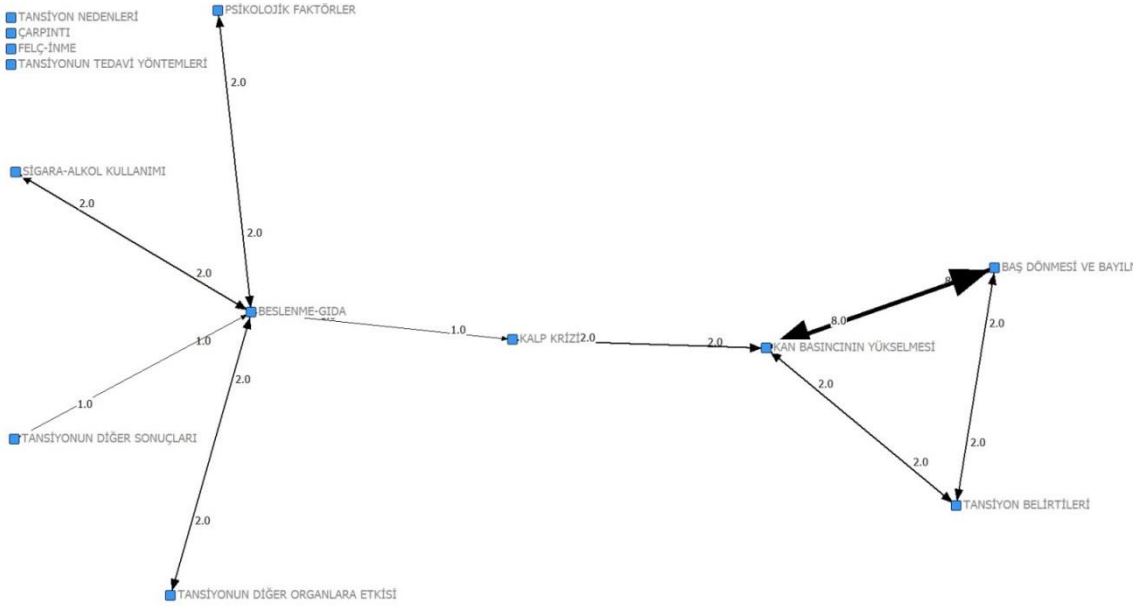
Tablo 56: *Tansiyon konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezietti sıralamaları*

YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		YEREL GAZETELER GÜNDEMİ	
Düğümler	Derece Merkezietti	Düğümler	Derece Merkezietti
1-Kan Basıncının Yükselmesi	44	Kan Basıncının Yükselmesi	12
2-Tansiyon Belirtileri	42	Baş Dönmesi ve Bayılma	10
3-Beslenme-Gıda	36	Beslenme-Gıda	8
4-Tan. Diğer Organlara Etkisi	30	Tansiyon Belirtileri	4
5-Baş Dönmesi ve Bayılma	22	Kalp Krizi	3
6-Tansiyon Nedenleri	12	Psikolojik Faktörler	2
7-Kalp Krizi	10	Tansiyonun Diğer Organlara etkisi	2
8-Çarpıntı	8	Sigara-Alkol Kullanımı	2
9-Psikolojik Faktörler	8	Tansiyonun Diğer Sonuçları	1
10-Sigara-Alkol Kullanımı	8	Tansiyon Nedenleri	0
11-Felç-İnme	6	Çarpıntı	0
12-Tansiyonun Diğer Sonuçları	4	Felç-İnme	0
13-Tan. Tedavi Yöntemleri	2	Tansiyonun Tedavi Yöntemleri	0

Tansiyon hastalığı ile ilgili yaygın gazeteler ağı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Tansiyonun diğer organlara etkisi” ve “Tansiyon Belirtileri” aynı değeri alan “Kan basıncının yükselmesi” ve “Tansiyonun diğer organlara etkisi” kategorileri arasındadır. Diğer kategoriler ise benzer değerler almışlardır. Yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan kategori “Baş dönmesi ve bayılma” ve “Kan basıncının yükselmesi” dir. Yerel gazetelerde de diğer kategoriler benzer değerleri almışlardır. Yaygın gazeteler ve yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan ikinci kategorilerin benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Şekil 46’da tansiyon hastalığı yaygın gazeteler gündem ağı ve Şekil 47’de tansiyon hastalığı yerel gazeteler gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasından kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 46: Tansiyon konusu yaygın gazeteler gündem ağı



Şekil 47: Tansiyon konusu yerel gazeteler gündem ağı

Yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasındaki benzerlik QAP korelasyonu 0.47 ($p=0.47$, $p<0.05$) olmuştur. Tansiyon konusunda yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasında benzerlik yoktur.

Sonuç olarak tansiyon hastalığında yaygın gazetelerde en çok bağlantı kurulan kategoriyle yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan ikinci kategoriler aynıdır. Fakat diğer kategorilerin sıralamasında benzerlik yoktur. Kısaca tansiyon hastalığı

haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. Bu sebeple “Tansiyon konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmamıştır.

3.3.3.5. AIDS konusu yerel gazeteler ve kamu gündemi ağı karşılaştırması

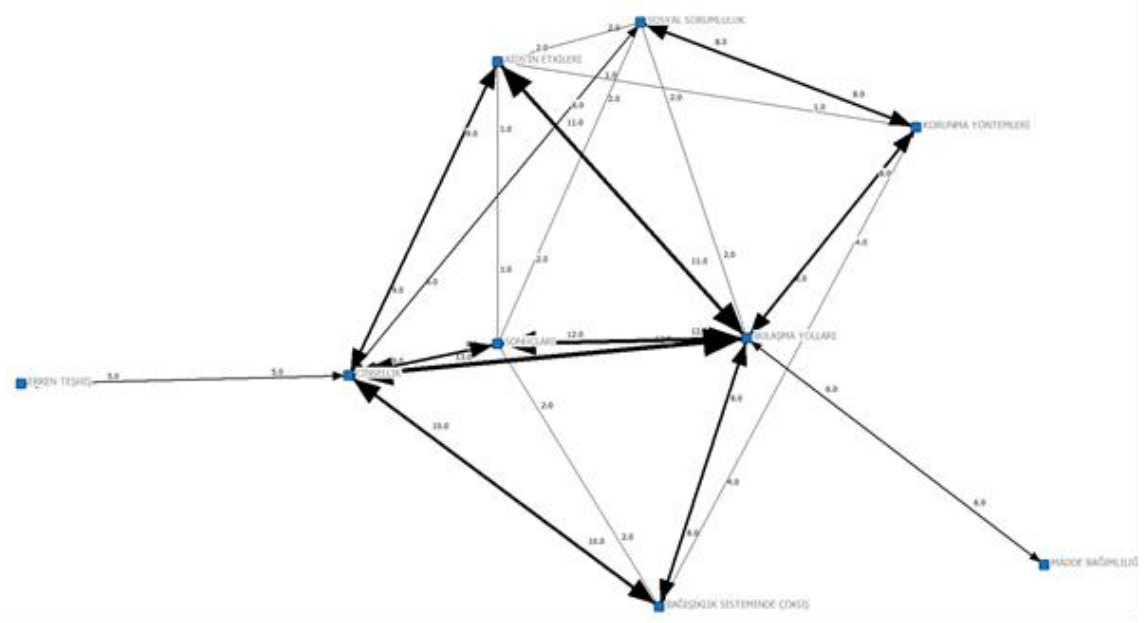
AIDS hastalığı konusundaki yaygın gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde en merkezdeki kategori 60 derece merkezieteti ile “Bulaşma yolları”dır. Sonraki kategori ise 52 derece merkezieteti ile “Cinsellik” kategorisi olmuştur. Yerel gazetelerde çıkan haberlerin konu bağlantı matrisinde ise en merkezdeki kategori 7 derece merkezieteti ile “Cinsellik”dir. Sonraki kategori ise 6 derece merkezieteti ile “Bulaşma yolları” kategorisi olmuştur. Yaygın ve yerel gazetelerde “Bulaşma yolları” ve “Cinsellik” kategorilerinin derece merkezietetleri sıralamaları aynı olmasa da iki kategorinin de ilk iki sıralamada olduğunu söylemek mümkündür. Tablo 57’de yaygın ve yerel gazeteler derece merkezietetleri karşılaştırmaları gösterilmektedir.

Tablo 57: AIDS konusu yaygın ve yerel gazeteler derece merkezieteti sıralamaları

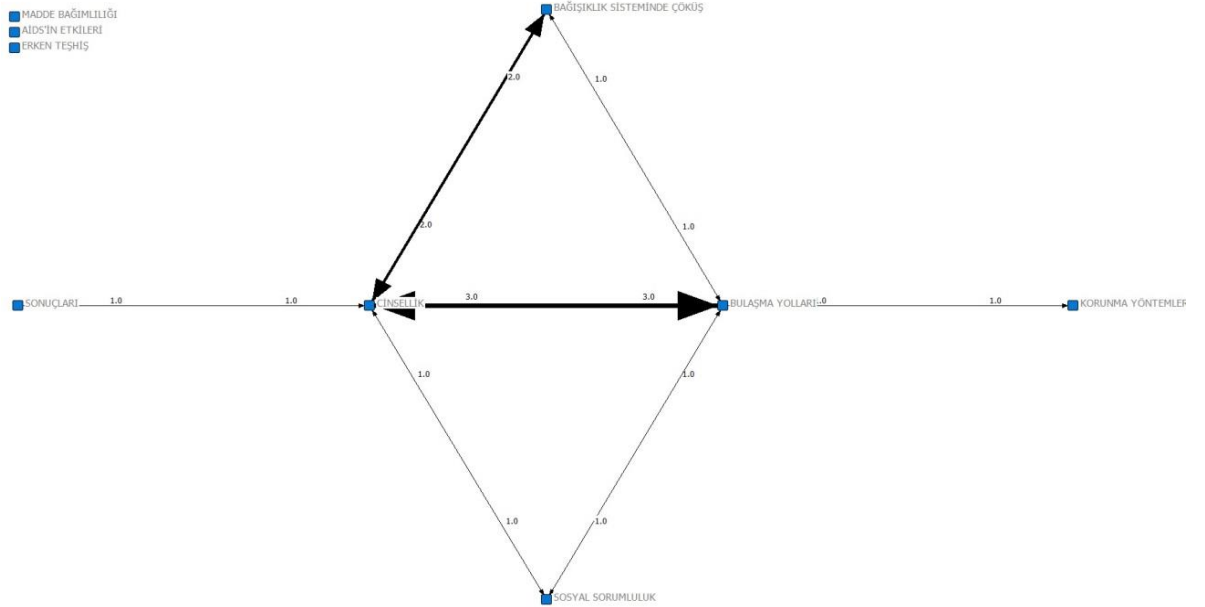
YAYGIN GAZETELER GÜNDEMİ		YEREL GAZETELER GÜNDEMİ	
Düğüm	Derece Merkezieteti	Düğüm	Derece Merkezieteti
1-Bulaşma Yolları	60	Cinsellik	7
2-Cinsellik	52	Bulaşma Yolları	6
3-Sonuçları	26	Bağışıklık Sisteminde Çökme	3
4-Bağışıklık Sisteminde Çökme	24	Sosyal Sorumluluk	2
5-AIDS'in Etkileri	24	Korunma Yöntemleri	1
6-Korunma Yöntemleri	21	AIDS'in Sonuçları	1
7-Sosyal Sorumluluk	20	Madde Bağımlılığı	0
8-Madde Bağımlılığı	6	AIDS'in Etkileri	0
9-Erken Teşhis	5	Erken Teşhis	0

AIDS hastalığı ile ilgili yaygın gazeteler ağı ile ilgili en çok bağlantı kurulan iki kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları”dır. En fazla bağlantı kurulan ikinci kategoriler ise “Bulaşma yolları” ve “AIDS'in sonuçları”dır. Yerel gazeteler de en çok bağlantı kurulan kategori “Cinsellik” ve “Bulaşma yolları”dır. İkinci en fazla bağlantı kurulan kategori “Cinsellik” ve “Bağışıklık sisteminde çöküş”dür. Yaygın ve yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan merkez kategorilerin aynı olduğu görülmektedir. Şekil 48’de AIDS hastalığı yaygın gazeteler gündem ağı ve Şekil 49’da AIDS hastalığı

yerel gazeteler gündem ağı görselleri verilmiştir. Görsellerde çizgilerin kalınlığı en çok bağlantı alan kategoriler arasında kalından inceye doğru azalmaktadır.



Şekil 48: AIDS konusu yaygın gazeteler gündem ağı



Şekil 49: AIDS konusu yerel gazeteler gündem ağı

Yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasındaki benzerlik QAP korelasyonu 0.60 ($p= 0.60$, $p<0.05$) çıkmıştır. AIDS konusunda yaygın ve yerel gazetelerdeki konu bağlantıları arasında az benzerlik vardır.

Sonuç olarak, AIDS hastalığında yaygın gazetelerde en çok bağlantı kurulan kategoriyle yerel gazetelerde en çok bağlantı kurulan kategoriler aynıdır. Kategoriler arasındaki bağlantılarda ise QAP korelasyonuna göre kanser hastalığından daha az obezite ve diyabet hastalığından daha yüksek oranda benzerlik bulunmaktadır. Kısaca AIDS hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında az bir benzerlik vardır. “AIDS konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır

Kısaca özetlenirse, örneklem alınan kanser, obezite, diyabet ve AIDS hastalıkları ile ilgili yaygın gazeteler ve yerel gazeteler bağlantısı arasında az bir benzerlik vardır. Fakat tansiyon hastalıkları ilgili yaygın gazeteler ve yerel gazeteler gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. Bu durumun nedenleri arasında yerel basının sağlık haberlerine az yer vermesi olabilir. Ayrıca yerel sorunlarla ilgili haberlerde yaygın gazeteler ve yerel gazeteler gündem bağlantısı arasında farklılık gösterebilmektedir. Sonuç olarak, yaygın ve yerel gazeteler gündem bağlantı benzerlikleri ile ilgili hipotezlerden kanser, obezite, diyabet ve AIDS ile ilgili hipotezler (H11, H12, H13, H15) doğrulanmıştır. Yalnızca tansiyon hastalığı ile ilgili yaygın gazeteler ve yerel gazeteler gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. Bundan dolayı yaygın ve yerel gazeteler gündem bağlantı benzerlikleri ile ilgili hipotezlerden tansiyon ile ilgili (H14) hipotez doğrulanmamıştır.

4. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde giriş ve bulgular bölümünden çıkarımlar yapılarak araştırma problemi sonuca bağlanmıştır. Ayrıca çalışmaya yönelik tartışma ve öneriler de bu bölümde sıralanmıştır.

4.1. Sonuç

İletişim biliminin yanıt aradığı belki de en önemli soru “Medya insanlar üzerinde ne kadar etkilidir?” sorusudur. Bu etki 1920’lerden günümüze kadar çeşitli araştırmalar ile açıklanmaya çalışılmıştır. Medyanın etkileri; farkındalık yaratma ve bilgilendirme (bilişsel), tutum ya da kanaatleri etkileme (duygusal) ve davranış değişikliği yaratma bağlamında üç farklı düzeyde tanımlanmıştır. Medyanın etkilerini farkındalık yaratma düzeyinde ispatlamaya çalışan araştırma yaklaşımlarından biri de gündem belirleme olmuştur. Medyada yer alan konuların önemlilik düzeylerinin şu ya da bu şekilde insanların o konulara ilişkin algıladıkları önemlilik düzeyini etkilediğini savunan gündem belirleme yaklaşımı, pek çok farklı araştırma düzeneğiyle dünyanın farklı coğrafyalarında test edilmiş ve ispatlanmıştır. 1990 yılından sonra gündem belirleme araştırmalarında bundan daha da fazlası test edilmeye başlanmıştır. İkinci aşama gündem belirleme adı verilen bu araştırmalarda tutumlara ilişkin önemlilik düzeyinin belirlenmesinde medyanın rolü sorgulanmıştır. Son yıllarda ise bir adım daha ileri gidilerek üçüncü aşama gündem belirleme adı altında insanların kişi ya da olaylara ilişkin düşünce yapılarının (ağlarının) belirlenmesinde medyanın rolü test edilmeye başlanmıştır.

Bu araştırmada medyanın üçüncü aşama gündem belirleme etkisi Türkiye’de test edilmiştir. Bunun için seçilen araştırma konuları sağlık alanından seçilmiştir. Toplumun sağlık konularında doğru bir şekilde bilgilendirilmesi, bireysel anlamda daha sağlıklı bir hayatın sürdürülmesi ve yaşam kalitesinin artırılması anlamında sağlık haberleri artık geçmişe göre daha fazla okunmakta ve medya içeriklerinde daha fazla yer bulmaktadır. Bu ilgi çekici durum akademik ilginin de bu alana kaymasına neden olmuştur. Genel olarak sağlık iletişiminin her boyutunda gerek eğitim programlarının sayısında, gerek derslerde ve gerekse yapılan akademik araştırmalarda artış gözlemlenmektedir. Bundan dolayı bu araştırmada son yılların yine dikkati çeken yeni araştırma yaklaşımlarından

biri olan üçüncü aşama gündem belirleme hipotezi çerçevesinde sağlık konulu yayınların toplum üzerindeki etkileri irdelenmeye çalışılmıştır.

Üçüncü aşama gündem belirleme, gündem belirlemenin önceki yaklaşımlarından farklı olarak daha çok şu soruya yanıt aramaktadır: “Kafamızın içindeki resim nedir? (Guo vd., 2012:56)”. Geleneksel gündem belirleme araştırması bu resmin “ne hakkında” olduğunu yanıtlamaya çalışırken üçüncü aşamada bu resmin daha net bir görüntüsü ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Üçüncü aşama gündem belirlemenin temeli, insanların sosyal gerçekliği mantıklı kılmak için farklı elementler arasında bir ilişki kurmaya meyilli olduğunu savunan hafıza bağlantılı bir ağ modeline dayanmaktadır. Bu modelin İngilizce karşılığı “Network agenda setting”dir. Gündem belirleme ağı modeli, birbirleriyle bağlantılı olan konuların ve davranışların önemlilik derecesinin medya organları tarafından kamuya benimsettirilebileceğini savunmaktadır.

Geleneksel ve ikinci aşama gündem belirleme araştırmalarında medya gündemini ölçmek için içerik analizi, kamu gündemini ölçmek için de tek soruluk anket uygulaması gerçekleştirilmektedir. Üçüncü aşama çalışmalarda ise çok daha farklı ve özel teknik ve programların kullanıldığı belirtilmelidir. Üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarında içerik analizi ve anket veri desteği sağlamaktadır. Üçüncü aşama gündem belirleme araştırmalarını farklı kılan ağ analizleri ve zihin haritalama anketleridir. Ağ analizi, ortaya konulan elementlerin birbirleri ile olan ilişkilerini bağlantılar(ties) aracılığı ile gösteren bir yapı olarak adlandırılmaktadır (Kadry ve Al-Taie 2014, s. 8). Zihin haritalama ise bir ilişkiden yola çıkarak merkezileşmeye doğru yönelen, yeni bir araştırma yöntemidir (Buzan ve Buzan, 1996; Mento ve Martinelli, 1999; Paxman, 2011’den aktaran Guo, 2012, s. 618).

Ağ analizlerinin içerik analizi ve anketten sonraki aşaması matris oluşturmaktır. Anket ve içerik analizi verilerini matrislere aktarıldıktan sonra QAP korelasyonu ile aralarında benzerlik olup olmadığının ölçülmektedir. Ağ analizinde bir başka ölçüm kavramı ise Merkezilik (Centrality) ölçümleridir. Merkezilik kavramı ağ içindeki önemli elementin tanımlanmasıdır (Guo, 2012, s. 626).

Bu çalışmada medyanın üçüncü aşama gündem belirleme etkisi Türkiye’de test edilmiştir. Bunun için seçilen araştırma konuları sağlık alanından seçilmiştir. Araştırmanın problemi: Obezite, kanser, diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS

konularında medya Üçüncü Aşama Gündem Belirleme etkilerine sahip midir? sorusudur.

Kamuoyunun en çok okuduğu kabul edilen tirajı 100 bin ve üzeri olan 13 yaygın gazete ve Aydın yerel gazetelerinde ise son bir yılda Basın İlan Kurumu'ndan destek almaya hak kazanan 5 yerel gazete yargısal olarak örneklem alınmıştır. Medyadan yargısal olarak örneklem alınacağı aylar, 2017 yılının Ekim, Kasım, Aralık ve 2018 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarıdır. Kamu gündemi için Aydın ili çalışma evreni kabul edilmiştir. Aydın ilinde küme örneklem alınarak 400 kişiye anket uygulanmıştır.

Ankete katılanların kadın erkek oranı yarı yarıyadır. Ankete 18 yaş üstü her yaş grubundan katılım olmuştur. Ankete her eğitim grubundan ve her gelir grubundan katılım olmuştur. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu gündem takibi konusunda kendilerini ilgili bulmaktadır.

Ankete katılanlar sağlık ile ilgili konuları en çok internet haber siteleri, televizyon ve gazetelerden öğrenmektedir. Ankete katılanlara en çok okudukları yaygın ve yerel gazeteler örneklem alınan gazetelerle birebir uyum göstermektedir.

Ankete katılanların her hangi bir yakınlarında kanser hastası olmadığını söyleyenlerin oranı %51'dir. Diğer hastalıklarda ise; obezite %45, diyabet %36, tansiyon %32, AIDS %99'dur.

Örneklem alınan gazetelerin sağlık haberleri Ajans Press isimli medya takip ajansından temin edilmiştir. Toplam alınan yaygın gazete haber sayısı 5697 adettir. Bu haberlerden 1468 âdeti sağlık haberi olarak değerlendirilmiştir. Yerel basında alınan haber sayısı ise 250 adettir. Bu haberlerden 214 tanesi sağlık haberi olarak değerlendirilmiştir.

Yaygın gazeteler ve kamu, yerel gazeteler ve kamu, yaygın ve yerel gazeteler gündem bağlantıları arasında benzerlik ölçümü UciNet programı ile QAP korelasyon analizi ile sağlanmıştır. QAP korelasyonu 0.00 – 0.49 arasın anlamlı bir benzerlik olmadığı, 0.50 – 0.69 arası az bir benzerlik olduğu, 0.70 – 1.00 anlamlı (yüksek) benzerlik olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Yaygın gazeteler kamu gündem ağı karşılaştırmaları

Yaygın gazeteler ve kamu gündem ağı karşılaştırmasında **kanser** hastalığı ile ilgili anlamlı benzerlik vardır. Ayrıca kanser konusu yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama

ile benzerlik göstermektedir. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %51'i herhangi bir yakınlarında kanser hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durumda kanser konusundaki bilgilerin yüksek seviyede medyadan alındığı söylenebilir. Bundan dolayı kanser konusunda yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı yüksek oranda çıkmış olabilir. Kısacası amaç bölümünde yer alan “Kanser konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile medyadaki konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi yaygın gazeteler ve kanser konusunda doğrulanmıştır.

Obezite hastalığında ise yaygın gazeteler ve kamu ağı arasında QAP analiz sonucuna göre anlamlı benzerlik vardır. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %45'i herhangi bir yakınlarının obezite hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durumda obezite hastalığı hakkındaki bilgilerin kansere oranla daha düşük olsa da yüksek seviyede medyadan alındığı ve bu nedenle obezite hastalığı yaygın gazeteler ve kamu gündemi ağı yüksek oranda çıkmış olduğunu söylemek mümkündür. Kısaca amaç bölümünde yer alan “Obezite konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Diyabet hastalığı yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama ile benzerlik göstermektedir. Diyabet hastalığında medya ve kamu ağı arasında anlamlı benzerlik vardır. Zihin haritalama anketlerinden önce konuya yakınlık sorusunda ankete katılanların %36'sı herhangi bir yakınlarının diyabet hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durum kansere ve obeziteye oranla daha düşüktür. Kısaca amaç bölümünde yer alan “Diyabet konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Tansiyon hastalığında yaygın gazetelerdeki konu bağlantıları ile kamu gündem konu bağlantıları arasında anlamlı bir benzerlik vardır. Ancak bu benzerlik diğer hastalıklara göre daha düşüktür. Ankete katılanların %32'si herhangi bir yakınının tansiyon hastası olmadığını belirtmiştir. Bu durum diğer hastalıkların en düşük oranıdır. Kısaca amaç bölümünde yer alan “Tansiyon konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

AIDS hastalığında medya ve kamu ağı arasında anlamlı benzerlik vardır. AIDS hastalığı yaygın gazetelerdeki derece merkezietindeki sıralaması ile kamu gündemindeki derece merkezietindeki sıralama ile benzerlik göstermektedir. “AIDS konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yaygın gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Kısaca özetlenirse, örneklem alınan tüm hastalıklarla ilgili haberlerde yaygın gazeteler ve kamu gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik vardır. Yaygın gazeteler ve kamu gündemi ile ilgili (H1, H2, H3, H4, H5) tüm hipotezler doğrulanmıştır. En çok benzerlik çoktan aza doğru; AIDS, kanser, obezite, diyabet ve tansiyon şeklinde sıralanmıştır. Hastalığa yakınlık sorusunda ise herhangi bir yakınının ilgili hastalıkla ilişkisinin olmadığı belirtilen hastalıklar ise çoktan aza doğru; AIDS, kanser, obezite, diyabet ve tansiyon şeklinde sıralanmıştır. Bu da göstermektedir ki hastalıklarla ilgili yaygın gazeteler gündemi ve kamu gündemi arasındaki bağlantı benzerliği kamunun hastalığa yakınlık derecesine göre doğru orantılı değişmektedir. Bir başka deyişle, kamunun çoğunluğunun ilgili hastalık ile bir yakının maruz kalmaması yaygın gazeteler gündemi ve kamu gündemi arasındaki bağlantı benzerliliğini arttırmaktadır. Bu durumuda Lipmann’a (1922’den aktaran McCombs vd., 1997, s. 703) atıfta bulunarak şu şekilde açıklanabilir: “Kamu, çevresinde olan bitenleri doğrudan öğrenemediği zamanlarda konularla ilgili zihin haritalarını dolaylı olarak medyadan almaktadır.”

Yerel gazeteler kamu gündem ağı karşılaştırmaları

Yerel gazeteler ile kamu gündem ağı karşılaştırmalarında ise **kanser** hastalığı ile ilgili yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı arasında az bir benzerlik vardır. Bu benzerlik yaygın gazeteler ile kamu gündem ağından daha düşüktür. Kanser konusunda bölgeyi ilgilendiren bazı özel konularda ise yaygın gazetelerden daha çok benzerlik gösterdiği söylenebilmektedir. “Kanser konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Obezite hastalığında yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı arasında az bir benzerlik vardır. Bu benzerlik de yaygın gazeteler ile kamu gündem ağından daha düşüktür. “Obezite konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Diyabet hastalığında yerel gazeteler ve kamu ağı arasında anlamlı bir benzerlik bulunamamıştır. “Diyabet konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanamamıştır.

Tansiyon hastalığında da yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. “Tansiyon konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanamamıştır.

AIDS hastalığında yerel gazeteler ve kamu ağı arasında az bir benzerlik vardır. “AIDS konusuna yönelik kamunun zihnindeki konu bağlantıları ile yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Kısaca özetlenirse, örneklem alınan kanser, obezite ve AIDS hastalıklarıyla ilgili yerel gazeteler ve kamu gündem bağlantısı arasında az bir benzerlik vardır. Diyabet ve tansiyon hastalıklarında yerel gazeteler ve kamu gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik bulunamamıştır. Literatürde belirtildiği gibi daha önce yapılan gündem belirleme çalışmalarında da yerel gazetelerin gündem belirlemede sınırlı etkiye sahip olduğu; hatta kimi araştırmalarda yetersiz kaldığı şeklinde sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu araştırma sonucunda da benzer bir sonuçla şöyle söylenebilir: Doğrudan bölge insanlarını ilgilendiren konularda yaygın gazetelerin güçlü etkilerine karşın az da olsa yerel gazetelerin sınırlı bir etki gösterdiği anlaşılmaktadır. Öte yandan kamuoyunun doğrudan deneyimlediği konularda ise yerel gazetelerin etkisinin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum da yerel gazetelerin tirajlarının düşük olması ve haber sayısının azlığı ile açıklanabilmektedir.

Yaygın ve yerel gazeteler gündem ağı karşılaştırmaları

Yaygın ve yerel gazetelerin gündem ağı benzerlikleri **kanser** konusunda az bir benzerlik vardır. Ayrıca derece merkezietindeki sıralamada sadece en merkezdeki kategori aynıdır. Diğer kategoriler sıralamasında benzerlik yoktur. Özellikle yerel gazetelerde “Çevre Kirliliği” kategorisi ile “Gıda” kategorisi arasındaki bağlantı en yüksek çıkmıştır. Yaygın gazetelerde ise bu kategori alt sıralardadır. Bunun nedeni Aydın ilinde son yıllarda yaygınlaşan jeotermal enerji üretiminin gazlarının gıdalar üzerinden kanser yaptığı tartışmaları üzerine olabilir. Yerel medya yerel sorunları daha çok vermesinden dolayı bu kategoride yaygın gazeteye göre daha üst sıralamalarda yer almış olabilir. Kısaca Kanser hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler

bağlantıları arasında az bir benzerlik vardır. Fakat bu bağlantılarda bazı kategorilerde özellikle o ili ilgilendiren sorunlarla ilgili farklılık göstermektedir. “Kanser konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır.

Obezite hastalığında ise haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında az bir benzerlik vardır. Bundan dolayı “Obezite konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır

Diyabet hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında da az bir benzerlik vardır. Bunun sonucunda “Diyabet konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır

Tansiyon hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında anlamlı bir benzerlik bulunamamıştır. Bu nedenle “Tansiyon konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanamamıştır

AIDS hastalığı haberlerinde yaygın ve yerel gazeteler bağlantıları arasında az bir benzerlik vardır. Bu benzerlik obezite ve diyabet QAP korelasyonundan daha yüksek çıkmıştır. Bundan dolayı “AIDS konusuna yönelik yaygın ve yerel gazeteler konu bağlantıları arasında ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır

Kısaca özetlenirse, örneklem alınan kanser, obezite, diyabet ve AIDS hastalıkları ile ilgili yaygın gazeteler ve yerel gazeteler bağlantısı arasında az bir benzerlik vardır. Fakat tansiyon hastalıkları ilgili yaygın gazeteler ve yerel gazeteler gündem bağlantısı arasında anlamlı bir benzerlik yoktur. Ayrıca yerel sorunlarla ilgili haberlerde yaygın gazeteler ve yerel gazeteler gündem bağlantısı arasında farklılık gösterebilmektedir. Sonuç olarak, Yaygın gazeteler ve yerel gazetelerde gündem ağı ile ilgili hipotezlerden, kanser, obezite, diyabet ve AIDS hastalıkları ile ilgili olan hipotezler doğrulanmıştır. Yalnızca tansiyon hastalığı ile ilgili yaygın gazeteler ve yerel gazeteler gündem bağlantısı ile ilgili hipotez doğrulanamamıştır.

Sonuç olarak araştırmada yanıtı aranan en genel soru: Kanser, obezite, diyabet, hipertansiyon ve HIV/AIDS konularında medya üçüncü aşama gündem belirleme etkilerine sahip midir? Sorusudur. Araştırma bulgularına göre yaygın gazeteler ve kamu gündem ağı arasında örneklem alınan tüm hastalıklarla ilgili anlamlı bir benzerlik bulunmaktadır. En çok benzerlik çoktan aza doğru; AIDS, kanser, obezite, diyabet ve tansiyon şeklinde sıralanmıştır. Hastalığa yakınlık sorusunda ise herhangi bir yakınının ilgili hastalıkla ilişkisinin olmadığı belirtilen hastalıklar ise çoktan aza doğru; AIDS,

kanser, obezite, diyabet ve tansiyon şeklinde sıralanmıştır. Bu durum da göstermektedir ki hastalıklarla ilgili yaygın gazeteler gündemi ve kamu gündemi arasındaki bağlantı benzerliği kamunun hastalığa yakınlık derecesine göre doğru orantılı değişmektedir. Yerel gazeteler ve kamu gündem ağı arasında ise kanser, obezite ve AIDS haberleri ile ilgili az bir benzerlik bulunmuştur. Diyabet ve tansiyon haberlerinde anlamlı benzerlik bulunamamıştır. Yaygın ve yerel gazeteler gündem ağı arasında ise kanser, obezite, diyabet ve AIDS hastalıklarda az bir benzerlik bulunmuştur. Sadece tansiyon hastalığında anlamlı bir benzerlik yoktur. Bu sonuçlar göstermektedir ki araştırmanın hipotezlerinden H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8, H11, H12, H13 ve H15 doğrulanmıştır. Sadece H9, H10 ve H14 doğrulanmamıştır.

Örneklem alınan sağlık haberlerinin yaygın gazeteler ve kamu gündem ağının benzerliğinin yüksek olması kamunun sağlıkla ilgili haberleri daha çok yaygın gazetelerden takip etmesi ile ilişkilendirilebilir. Ayrıca kamuoyunun doğrudan deneyimlediği hastalıklarda da yaygın ve yerel gazeteler ile kamu gündem bağlantısı düşük çıkmıştır. Bu durumda kamunun doğrudan deneyimlediği konularda medyanın etkisi düşmektedir.

Yerel basın ve kamu gündem bağlantılarının düşük olması, kamunun daha çok sağlık haberlerini yaygın gazetelerden öğrendiği, sadece bazı bölgeyi ilgilendiren konularda (kanser hastalığında jeotermal örneği gibi) yerel basını takip ettiği düşüncesini akla getirmektedir.

Yaygın ve yerel basın arasında gündem bağlantısının düşük çıkması ise yerel basının sağlık haberlerine çok önem vermemesi ile ilişkilendirilebilir. Bu durum sağlık haberlerinin az olması ile de açıklanabilir.

Bu bağlamda araştırma sonucuna göre Türkiye’de sağlık haberlerinde gazeteler ve kamu arasında gündem belirleme ağı modeline göre üçüncü aşama gündem belirleme etkisi vardır.

4.2. Tartışma

Gündem belirleme kuramının düşünsel temeli Walter Lippmann’ın (1922) Puplic Opinion (Gündem belirleme kuramının düşünsel temeli Walter Lippmann’ın (1922) Puplic Opinion (Kamuoyu) isimli kitabıyla başlamaktadır. Kitapta yer alan “Kafamızın içindeki resim nedir?” sorusuna geleneksel gündem belirlemede ‘bu resmin ne ile ilgili olduğu’, ikinci aşama gündem belirlemede ise ‘bu resmin baskın karakterlerinin ne

olduğu' boyutlarıyla yanıt verilmiştir. Üçüncü aşama gündem belirlemede de bu resmin daha net bir görüntüsüne ulaşmada yeni bağlantı analizleriyle bir boyut daha kazanılmaktadır.

Bu araştırmada sağlık haberlerinin kamu gündemini belirlemede, konuları birbirine bağlayarak kamu zihnini nasıl etkilediği sorusuna üçüncü aşama gündem belirleme araştırma yaklaşımı çerçevesinde yanıt aranmıştır. Daha ötede ise medyanın çizdiği resmin, kamu zihninde önemli benzerliklere sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Lippmann (1922'den Akt, McCombs vd., 1997, s. 703) insanların kendi yakın çevreleri dışında olup bitenleri anlayabilmeleri, doğrudan gözlem yapabilme olanağı bulunmayan dış dünyayı kendileri için anlamlı hale getirebilmeleri için belli "anlam haritalarına" gereksinim duyduklarını, bu anlam haritalarının kitle iletişim araçları sayesinde dolaylı yollarla kazanıldığı bilgiler doğrultusunda oluşturulduğunu ifade etmektedir. Bu araştırmada Lippmann'ın söylediklerine doğrular bir şekilde, kamu, dolaylı yoldan öğrendikleri hastalıklarda o hastalıkla ilgili zihin haritaları ile medya gündem ağı yüksek benzerlikte çıkmıştır.

Üçüncü aşama gündem belirlemede henüz yeni bir araştırma yaklaşımının kullanıldığı söylenebilir. Dünya genelinde yapılmış az sayıda araştırma vardır. Geniş veri setleri ile genel gündem konuları üzerine Guo ve diğerlerinin (2012) yapmış oldukları çalışmada medya gündem bağlantıları ile kamu gündem bağlantıları arasında yüksek benzerlik çıkmıştır. Vu ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışmada genel gündem konuları araştırmaya konu edilmiştir. Bu araştırmada da geniş veri setleri kullanılmış olup, gazete, televizyon, haber sitesi ve radyo gündemleri incelemeye alınmıştır. Araştırma sonucunda da üçüncü aşama gündem belirleme doğrulanmış medya ve kamu gündemleri arasında yüksek benzerlik çıkmıştır. Guo ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu bir başka çalışmada üçüncü aşama gündem belirleme etkisini farklı devlet ve kültürlerde incelenmiş ve sonuç olarak yüksek benzerlik çıkmıştır. Cheng ve Chan'ın (2015) çalışması diğer araştırmalardan farklı olarak genel gündem yerine özel bir konu olan Çin'deki MNE ile ilgili gazete haberlerini incelemiş ve sonuçta gazeteler ve kamu gündem ağındaki ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Türkiye'de ise ilk üçüncü aşama gündem belirleme araştırması olan bu çalışmada diğer araştırmalardan farklı olarak sağlık haberleri özelinde üçüncü aşama gündem belirlemenin etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda gazeteler gündem bağlantısı ve kamu gündem bağlantısı arasında yüksek ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Geleneksel gündem belirlemede olduğu gibi üçüncü aşama gündem belirlemede de sosyal medyanın etkisi tartışılmaktadır. Bu konuda yapılmış bir üçüncü aşama gündem belirleme araştırması bulunmamaktadır. Ancak Vargo ve diğerleri (2014) gündem belirleme ağı modelini sosyal medya aracı olan twitter üzerinde denemiştir. Twitterda, gazetelerin, gazetecilerin ve seçmenlerin attıkları twitler incelenmiştir. Araştırmada seçmenlerin twitlerinin dikey ve yatay medya bağlantılarına benzerliği ölçülmüştür. İspir ve Kılıç'da (2017) çalışmalarında ağ analizini sosyal medya paylaşımlarında uygulamışlardır.

Bu çalışmaya özgü olarak tartışmalı olabileceği düşünülen bazı noktalara da değinilebilir. İlk olarak araştırmanın ele aldığı medya evreninin neden gazeteler olarak sınırlandırıldığı sorulabilir. Türkiye'de gazetelerin az okunduğu, televizyonların daha çok izlendiği, bundan dolayı araştırmanın televizyon üzerinde yapılması gerektiği ileri sürülebilir. Bu çalışmada araştırma sınırlılıkları açısından zaman, maliyet ve erişilebilirlik unsurları dikkate alınarak çalışma evreni olarak gazeteler ele alınmıştır. Televizyon içerikleri üzerine araştırma yapmak gazete taramaktan çok daha fazla zaman alacaktır. Televizyon içerikleri üzerine geçmişe yönelik arşive ulaşmak ve bu arşivden incelemede bulunmak oldukça büyük maliyet gerektirecektir. Medya takip şirketleri bu türde hizmetler vermektedir ya da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'ndan haber arşivleri satın alınabilmektedir. Ancak bu hizmetin maliyeti; tezin bir projeye dönüştürülmesini, proje önerisinin kabulünü ve bütçenin onaylanmasını, ardından da içeriklerin teminini gerektirecek uzun ve masraflı bir sürece işaret etmektedir. Türkiye'deki medya kuruluşları haber içeriklerini genellikle haber ajanslarından almaktadır ve medyalar arası etki ile televizyon haberleri içerikleri ve gazete haberleri içerikleri benzer olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle aynı medya grubunun şirketleri olmaları, aynı ajanslardan haber almaları ve özel haber sayısının azlığı gibi unsurlar dikkate alındığında konu ve konu bağlantıları bağlamında gazete ve televizyon içeriklerinin birbirine yakın olacağı ileri sürülebilir. Vargo ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları üçüncü aşama gündem belirleme çalışmasında gazete, televizyon, haber sitesi ve radyo gündem bağlantıları incelenmiş ve medya ve kamu bağlantıları yüksek benzerlikte çıkmıştır. Geleneksel gündem belirleme araştırmalarında da çoğunluklu gazeteler ele alınmıştır. Bu bağlamda bu çalışma gazetelerde sınırlı tutulmuştur. Bundan sonra, ileride yapılacak üçüncü aşama çalışmalarda ayrıca televizyon haberleri, belki de televizyon ve gazete haberleri birlikte ele alınabilir. Dolayısıyla televizyonların da ele

alındığı bir çalışma geleceğe yönelik başka bir çalışmanın konusu olabilir diye düşünülmüştür.

Bir başka tartışma konusu ise eğitim seviyesi ve ekonomik düzey arttıkça üçüncü aşama gündem belirleme etkisinin değişip değişmediği ile alakalıdır. Eğitim ve ekonomik düzeyleri karşılaştıran üçüncü aşama gündem belirleme araştırması bulunmamaktadır. Bununla ilgili olarak, bu çalışmada kamu gündemine yönelik küme örnekleme ile anket uygulanmıştır. Her eğitim ve ekonomik seviyede bireye ulaşılmıştır. Araştırmada ayrı ayrı sonuçlar alınmamıştır. Bundan dolayı araştırma genel toplam sonucu vermektedir. Eğitim ve ekonomik düzeye yönelik örneklem alınarak başka araştırmalarda üçüncü aşama gündem belirlemenin etkisi ayrı ayrı ölçülebilir.

Diğer bir tartışma, üçüncü aşama gündem belirlemenin, geleneksel gündem belirleme ile benzer olduğu sadece yönteminde değişiklik olduğu ile ilgilidir. Bu konu hakkından araştırmacıların beklentisi üçüncü aşamada gündem belirlemenin davranışlara etki etmesi şeklindedir. Çünkü geleneksel gündem belirlemenin bilişsel bir etki yaptığı, ikinci aşama gündem belirlemenin tutumlara yönelik etki yaptığı, üçüncü aşama gündem belirlemenin ise davranışlara yönelik bir etki yaptığına yönelik araştırma beklentisinden söz edilebilir. Üçüncü aşama gündem belirleme araştırmasının yönteminde bir değişiklik olduğu doğrudur. Ancak üçüncü aşama gündem belirlemede geleneksel ve ikinci aşama gündem belirlemeye göre frekans analizinden öte kişi ya da olaylara ilişkin düşünce yapılarının (ağlarının) belirlenmesinde medyanın rolü sorgulanmaktadır. Başka bir deyişle medyanın, kamuya yalnızca ne hakkında düşünmesi gerektiğini ya da onlar hakkında nasıl düşünmesi gerektiğini söylemediği; aynı zamanda medyadaki haber öbekleri arasındaki ilişkiler hakkında ne düşünmesi gerektiğini de söylediği ifade edilmektedir. Davranış değişikliği konusunda ise üçüncü aşama araştırmalarının doğrudan bir ispatı bulunmamaktadır.

Farklı bir tartışma konusu da araştırmanın sağlık haberleri üzerine uygulanmış olmasıdır. Araştırma sonucu sağlık haberlerinin kamuoyunu etkilediği, bu durumunda kamunun, doktorlardan ya da sağlık görevlilerden öğrenmesi gereken konuların medyadan öğrendiği ve medyanın güçlü bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçların bu şekilde güçlü çıkmasının nedeni kamunun sağlıkla ilgili konulara daha ilgili olduğu bir şekilde kamuoyunun bildiği sağlık bilgisinde medyada yer aldığı şeklindedir. Ancak araştırma da seçilen hastalıklardan kanser, obezite, diyabet ve tansiyon hem medyada çok yer alan hem de çok görülen hastalık olmasına karşın AIDS hastalığı çok

yaygın görülmeyen ama tehlikeli bir hastalık olduğu için konu edinilmiştir. AIDS hastalığı buna rağmen gazeteler ve kamu bağlantıları arasında en çok benzer hastalık çıkmıştır. Zaten geleneksel gündem belirleme araştırmalarında ortaya çıkan sonuçlardan biri de budur. Kamu bir konuda ne kadar doğrudan deneyime sahip değilse; yani dolaylı olarak olaylar ya da konular hakkındaki gelişmeleri medya aracılığıyla öğreniyorsa, o oranda medya içeriklerinden etkilenmektedir. Bu dış politika haberleri bağlamında da daha önce ispatlanmıştır. Yabancı bir ülkedeki; eş deyişle kimsenin kendi gözleriyle görmediği, duymadığı, deneyimlemediği bir yerdeki gelişmeleri insanlar medyadan öğrenmekte ve medyanın söylediği şekliyle doğru kabul etmektedirler.

Ayrıca araştırmada kamunun hastalığa yakınlık durumları da ölçülmüş ve çıkan benzerliklerle karşılaştırılmıştır. Farklı konular üzerinde çalışılan üçüncü aşama gündem belirleme araştırmaları da literatürde ilgili bölümde tanımlandığı şekilde mevcuttur.

Araştırmanın “öneriler” başlığı altında çalışmaya ve geleceğe yönelik öneriler sıralanmıştır.

4.3. Öneriler

Çalışmaya ve bundan sonra yapılacak geleceğe yönelik çalışmalara yönelik öneriler aşağıda alt başlıklar halinde sıralanmıştır.

4.3.1. Çalışmaya yönelik öneriler

Bu çalışma bugün yeni baştan düzenlenecek olsa çalışmaya yönelik öneriler aşağıdaki noktalar sıralabilir:

- Çalışmada kamu örnekleme olarak Aydın ilinden 400 kişiye anket uygulanmıştır. Türkiye geneli daha fazla kişiye anket uygulanarak daha büyük örnekleme elde edilecek bulguların daha genellenebilir olması açısından önemli olabilir.
- Çalışmada gazete haberlerinde 6 aylık bir süre ele alınmıştır. Daha fazla bir sürede yeni bir incelemede bulunulabilir. Bu durum daha fazla haber anlamına gelir ve daha fazla örnekleme incelenmesi önemli olabilir. İncelenen örnekleme özellikle yerel gazetelerdeki haber sayısının azlığı böylece artırılmış ve daha geniş bir ölçekte durum değerlendirilmiş olabilir.

- Çalışmada örneklem olarak tirajı yüksek 11 yaygın 5 yerel gazete incelenmiştir. İncelenen gazete yıllarına ek olarak gazete sayısı arttırılarak araştırma genişletilebilir ve bu sayede daha büyük örneklemle elde edilecek bulguların nasıl bir fark yaratacağı sorusuna cevap verilebilir.
- Çalışmada kullanılan bazı kategorilerin ayrılmasının yararlı olabileceği önerisi de getirilebilir. Örneğin birden fazla kavramı içinde barındıran kategorilerin her biri ayrı ayrı incelenerek daha detaylı bulgulara erişilebilir.
- Daha farklı zaman aralıkları incelenerek bu çalışmada elde edilen bulgularla arasındaki farklar karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilir. Farklı mevsimlerde üzerinden elde edilecek bulguların nasıl fark yaratacağı sorusuna cevap verilebilir.

4.3.2. Geleceğe yönelik öneriler

Bu çalışmadan sonra yapılabilecek daha sonraki çalışmalar için ise şu önerilerde bulunulabilir:

- Çalışmada kamu örneklemi olarak Aydın ili seçilmiştir. Bir sonraki çalışmada farklı bir il örneklem seçilip bu araştırmanın sonucu ile karşılaştırılabilir. Çünkü araştırma sonuçlarının her ilde farklılık gösterip göstermediğinin yanıtı aranabilir.
- Bu çalışmada yaygın ve yerel gazetelerde çıkan sağlık haberleri örneklem alınmıştır. Yeni çalışmada ise televizyon, haber siteleri gibi farklı medya seçilip bu araştırma ile karşılaştırılabilir. Çünkü hangi medyanın üçüncü aşama gündem belirlemede daha etkili olduğunun öğrenilmesi açısından önemli olabilir.
- Farklı haber konularından da üçüncü aşama gündem belirleme analizi yapılabilir ve çıkan sonuçlar bu araştırmayla karşılaştırılabilir.
- Bu araştırmanın benzeri farklı bir ülkede denenebilir. Çıkan sonuçlar karşılaştırılabilir. Çünkü üçüncü aşama gündem belirleme aynı konuda farklı ülkelerde geçerliliğinin ispatlanması bakımından önemli olabilir.

- Farklı eğitim ve ekonomik düzeylerine yönelik örneklem alınarak üçüncü aşama gündem belirmenin etkisindeki değişimler ölçülebilir.

KAYNAKÇA

- Abak, E. (2006). *Gündem belirleme modeli ışığında Türkiye'nin Avrupa Birliğine giriş sürecinin haber analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Adak, N. Ö. (2002). *Sağlık sosyolojisi kadın ve kentleşme*. İstanbul: Birey Yayınları.
- Adıyaman, F. (2015). *Obezitenin gazetelerde sunumu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akar, E. (2011). *Sosyal medya pazarlaması*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Aksoy, M. (2008). *HIV/AIDS ve beslenme*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Aksu, O. (2013). *Türkiye'de sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanım analizi: HIV/AIDS konusunda bir durum çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alp, E., Bozkurt, i. ve Doğanay, M. (2011). Kapadokya bölgesinde takip edilen HIV/AIDS hastalarının epidemiyolojik ve klinik özellikleri: 18 yıllık deneyim. *Mikrobiyoloji Bülteni*, 45, (1), 125-136
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SSPS uygulamalı*. (4. baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anık, C. (1994). Kamuoyunu Oluşturan Araçlar. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1-2, 83-110.
- Arıkan, R. (2000). *Araştırma teknikleri ve rapor yazma*. (3. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.

- Aslan, Ş. E. (2014). *Marka 2.0 stratejileri bağlamında global markaların sosyal medyada gündem belirlemesi: Markaların 2.0 gündemi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Asp, K. (1983). The struggle for the agenda party agenda, media agenda, and voter agenda in that 1979 Swedish election campaign, *Communication research*, 10 (3), July, 333-355.
- Atabek, N. (1997). *Gündem belirleme modeli ve enflasyon, trafik ve sosyal güvenlik konularındaki gerçeklerle medya ve kamu gündemlerinin karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve iletişim*, Eskişehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, medya ve demokrasi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi Kurgu*, 19, 223-238.
- Ay, A. (2007). *Hipertansiyonlu hastalarda anjiyotensinojen m235t/t174m gen polimorfizminin araştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Aydın, İ. (2006). Şeker ve diyabet. *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 25.
- Aygün, D. (2017). *Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımı ve sağlık okuryazarlığına etkisi; Beyoğlu örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aziz, A. (2003). Siyasal iletişim. (1. Baskı), Ankara: Nobel Yayıncılık
- Bağırkan, Ş. (1993). İstatistiksel analiz. (3. Baskı), İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Baş, T. (2005). *Anket*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution and epistemology*. Chicago: Chicago University Press.

Becerikli, S. Y. (2013). Türkiye’de sağlık iletişimi üzerine yazılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi: eleştirel bir bakış. *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (12), 25-36.

Bekçi, N. (2016). “İlaç sektöründeki iletişim uzmanlarının gözünden, yeni rtük kanunuyla değişen iletişim faaliyetlerinin sağlık iletişimine etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, iletişim ve demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Bel, A. (2014). *Gündem kurma kuramı çerçevesinde sosyal medyanın gündem belirlemedeki rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bilgin, G., Öztürk, G. ve Şirin, S. (2008). Kanser tanısı konan hastalarda kötü haber verme: hekime düşen görev. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 71, 22 – 26.

Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi, teknikler ve örnek çalışmalar*. (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Bilgili, C. ve Özpınar, Ş. B. (2010). Sağlık İletişimi Bilincinin Yaygınlaştırılması ve Kapasite Geliştirme Üzerine Yaklaşım Belgesi. *Sağlık İletişiminde Stratejik Yaklaşımı Dergisi*

- Borgatti, S. P., Everett, M. G. ve Freeman, L. C. (2002). Ucinet for Windows: Software for social network analysis. Harvard, MA: Analytic Technologies. (www.analytictech.com)
- Bozkanat, E. (2013). *Gündem kurma perspektifinden algı yönlendirme: Alkol düzenlemesi yasası örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulduklu, Y. (2010). *Televizyonda yayınlanan sağlık programları ve izleyicileri üzerine ampirik bir çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulut, G. (2008). *Bir halkla ilişkiler aracı olarak televizyon haberlerinin gündem kurmadaki rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çağırıcı, S. ve Yeğenoğlu, S. (2007). Genel iletişim bilgileri perspektifinden hasta eczacı iletişimi. *Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Dergisi*. 36, 31-46.
- Çağlar Ş. (2005). Sağlık haberciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 23. 111-117.
- Cameron, G. T., Sallot, L. M. ve Curtin, P. A. (1997). Public Relations and the Production of News: A Critical Review and Theoretical Framework. *Communication Yearbook* 20, 111-155.
- Cebeci, S. (1997). *Bilimsel araştırma ve yazma teknikleri*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Cheng, Y. ve Chan, C. M. (2015). The third level of agenda setting in contemporary China: Tracking descriptions of Moral and National Education in media coverage and people's minds. *International Journal of Communication*, 9, 1090–1107.

- Chomsky, N., Herman, E. S., Peterson, D. ve Podor, J. (2004). *Medyanın Kamuoyu imalatı*, (Çev. H. Alpman, Ö. İnciler, A. Köymen ve E. Kalak). İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi,
- Cirhinlioğlu, Z. (2002). *Sağlık sosyolojisi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Cobb, R. W. ve Elder, C. D. (1972). *Participation in American politics: The Dynamics of agenda-setting*. Boston: Allyn & Bacon.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*, New Jersey: Princeton University Press,
- Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R. ve Molotch, H. L. (1983). Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, Policy Makers and Policy. *Public Opinion Quarterly*. 47, 16-35.
- Cook, F. Y. ve Skogan, W. G. (1991). Convergent and divergent voice models of the rise and fall of policy issues. D. Protess, ve M. McCombs, (Ed.). *Agenda setting reading on media, public opinion, and policymaking* içinde, (s.189-206). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, J. W. (2009). *Research desing qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. (3. Baskı). London: Sage Publication.
- Çanak, T. (2015). *Sağlık İletişiminde kullanılan kamu spotlarının halkla ilişkiler açısından incelenmesi: Sağlık Bakanlığı örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelebi, A. (1990). *Söylem çözümlemesi: gazetelerin “Haber” oluşturma ve “Gündem” belirleme işlevlerine eleştirel bir yaklaşım*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çınarlı, İ. (2004). *Sağlığın geliştirilmesinde sağlık iletişimi yöntemleri olarak sosyal pazarlama, medyada savunuculuk ve halkla ilişkilerin etkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Çınarlı, İ. (2008). *Sağlık iletişimi ve medya*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Çubukçu, S. (2016). *Gümüşhane yerel basınının gündem kurma kuramı bağlamında değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Daver, B. (1993). *Siyaset bilimine giriş*. (5. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi
- De Vreese, C. H., Peter, J. ve Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: A cross national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18, 107-122.
- Dearing, J. ve Rogers, E. M. (1996). *Communication Concepts: 6 Agenda setting*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Demir, M. (2008). *Yazılı basında yayınlanan sağlık haberlerinin kamuoyuna etkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Demir, M. (2010). *Sağlık haberleri ve medya gerçeği*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Demiroğlu, H. (2012). *Kriz haberciliği bağlamında domuz gribi haberlerindeki panik unsurların belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dinç, G. (2007). *Sağlık bilimleri alanında süreli yayıncılığın gelişimi ve bu alanda Arap harfleri ile Türkçe yayınlanan süreli yayınlar üzerine bir değerlendirme. Anadolu'nun ilk tıp gazetelerinden Hekim* (Çev: M. Çulfaz). Trabzon: Tabip Odası Yayınları.

- Dingil, A. E. (2014). *Türkiye’de haber sitelerinin görsel tasarım – ergonomi düzeyleri ve etkinliği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erbring, L., Goldenberg, E. N. ve Miller, A. H. (1980). Front-Page news and real world cues: A new look at agenda-setting by the media. *American Journal of Political Science*, 24 (1), February, 16-49.
- Erdoğan, İ. (2009). *Türkiye’de gündem belirlemede baskı gruplarının rolü: avrupa birliği müzakere süreci örneğinde siyaset-medya-kamuoyu ilişkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2002). *Öteki kuram kitle iletişim kuram yaklaşımlarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirilmesi*. Ankara: Erk Yayınları
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki kuram kitle iletişim kuram araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirilmesi*. (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınevi.
- Erdoğan, S. ve Nahcivan, N. (1999). İnsüline bağımlı olmayan diabetes mellitus (NIDDM) risk faktörlerinin belirlenmesi. *Hemşirelik Forumu Dergisi*, 2 (2), 47-52.
- Erözalp, H. A. A. (2012). *Gündem belirleme kuramı açısından Türk basınında wikileaks etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erzi, Ç. (2012). *Gündem belirleme ve günlük yazılı basının siyasal söylemi; Türkiye’de 2007 genel seçimleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Ettema, J. S., Whitney, D. C. ve Wackman, D. B. (1997). Professional mass communicators. D. Berkowitz (Ed.), *Social Meanings of News* içinde (s. 31-50). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Gandy, O. (1991). Beyond Agenda Setting. D. L. Protes, ve M. McCombs (Ed.). *Agenda Setting Reading on Media, Public Opinion, and Policymaking* içinde (s. 263-275). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates,
- Gencer, Z. T. (2012). *Medyanın gündem oluşturma sürecinde sosyal entropinin rolü üzerine uygulamalı bir çalışma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- George, A. L. (2003). İçerik çözümlemesinde nicel ve nitel yaklaşımlar. (Çev: M. S. Çebi). *İletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi*, Ankara: Alternatif Yayınları.
- Gerbner, G. (1998). Kitle iletişim araçları ve iletişim kuramı. E. Mutlu (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* içinde. Ankara: Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi.
- Ghanem, S. (1997). Filling in the Tapestry: The second level of agenda setting. M. E. McCombs., D. L. Shaw ve D. H. Weaver (Ed.), *Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda setting teory* içinde (s. 3-14). London: Lawrence Erlbaum Associates Puplichers.
- Giddens, A. (2005). *Sosyoloji*. (Çev: C. Güzel). (2. Baskı). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gökalp, O. (2011). *Medyanın gündem kurma ve çerçeveleme yoluyla Türkiye'nin Avrupa Birliğine üyeliğine dair kamuoyu oluşturmaya etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: İzmir Ekonomi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gökçe, B. (1999). *Toplumsal bilimlerde araştırma*. (3. Basım) Ankara: Savaş Yayınevi.

- Gökçe, O. (1996). Kamuoyu kavramının anlamı ve kapsamı. *Kurgu Dergisi*. 14, 211-227.
- Gökçe, O. (2001). *İçerik çözümlemesi*. (3. Baskı). Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Gökçe, O. (2002). *İletişim bilimine giriş*. (4. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi kuramsal ve pratik bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Graber, A. D. (1993). *Mass Media and American Politics*. (4. Baskı). Washington: CQ Press
- Guo, L. ve McCombs, M. (2011a). *Network agenda setting: a third level of media effects*. Boston: Paper presented at the ICA.,.
- Guo, L. ve McCombs, M. (2011b). *Toward the third level of Agenda Setting theory: A Network Agenda Setting Model*. St. Louis: Paper presented at the AEJMC.
- Guo, L. (2012). The application of social network analysis in agenda setting research: a methodological exploration. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 614 - 631.
- Guo, L., Vu, H. T. ve McCombs, M. (2012). An expanded perspective on agenda setting effects. exploring the third level of agenda setting. *revista de Comunicación*, 51 - 68.
- Guo, L., Chen, Y. K., Vu, H., Wang, Q., Aksamit, R., Guzek, D., Jachimowski, M. ve McCombs, M. (2015). Coverage of the iraq war in the united states, mainland China, Taiwan and Poland: A transnational network agenda-setting study. *Journalism Studies*, 16 (3), 343–362.

- Güçlü, M. B., Sağlam, M., İnce, D. İ., Savcı, S. ve Arıkan, H. (2008). *Şeker hastalığı ve egzersiz*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Güçlü, M. B., Sağlam, M., İnce, D. İ., Arıkan, H. ve Savcı, S. (2012). *Hipertansiyon ve egzersiz*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Gülner, M. (2017). Gündem belirlemede yeni alanlar ve yaklaşımlar. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Günaydın, O. (2014). *Taksim Gezi Parkı olaylarının medyanın gündem belirleme kuramına göre değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gür, E. G. (2009). *Tüketim kültürü bağlamında sağlık haberleri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güran, Ş. (2005). Kanserden korunma. *Gülhane Tıp Dergisi*, 47, 324-326.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora Yayınları.
- Gürsoy, A. (2001). Sağlık ve sosyal antropoloji: Çocuk sağlığının kültürel boyutları. *Toplumbilim Dergisi Sağlık Sosyolojisi Özel Sayısı*, 11.
- Güven, S. P. (2014). *Obezitenin temel boyutları, diyarbakır'da obezite ve obeziteye karşı alınması gereken önlemler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzeller, C. O., Eser, M. T. ve Aksu, G. (2016). *UciNet ile sosyal ağ analizi*. Ankara: Maya Akademi
- Hatipoğlu, Ç. A., Deveci, A., Gök, Ş. E., Çelikbaş, A. K., Kutlu, S. S. ve Fışgın, N. T. (2016). *HIV bilgilendirme kitabı*. İstanbul: Türk Klinik Mikrobiyoloji Ve Enfeksiyon Hastalıkları Derneği.

- Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R. ve Newbold, C. (1998). *Mass communication research methods*. London: MacMillian Press.
- Hazar, Ç. M. (1996). *Kitle iletişiminin etkileri ve sosyolojik işlevlerinden gündem kurma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Illich, I. (1995). *Sağlığın gaspı*. (Çev: S. Sertabipoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Iyengar, S. ve Kinder, D. (1987). *News That Matters*, Chicago: The University of Chicago Press,
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press,
- Iyengar, S. (1996). Framing Responsibility for Political Issues. *The Annals of the Media and Politics*, ANNALS, AAPSS, 546, 59-70
- Iyengar, S. (2002). *Siyasette erişim yanlılığı: Televizyon haberleri ve kamuoyu, medya kültür siyaset*. (2. Baskı). S. İrvan (Ed.), Ankara: Alp Yayınevi.
- İnal, M. A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İrvan, S. (1997). *Dış politika ve basın: Türk basınındaki dış politika haberlerinin gündem belirleme yaklaşımı açısından çözümlenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İrvan, S. (2001). Gündem belirleme yaklaşımının genel bir değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 69-106.
- İrvan, S. (2008). Gündem belirleme yaklaşımının genel bir değerlendirmesi. C. Yaşın (Ed.), *Ankara: Gündem Belirleme Araştırmaları Dergisi* içinde. Ankara: Yargı Yayınevi.

- İspir, N. B. ve Kılıç, D. (2017). Kasım 2015 genel seçimlerinde köşe yazarlarının Twitter gündemine yönelik bir sosyal ağ analizi uygulaması. *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli dergisi-ekurgu*, 25 (1), 77-83.
- İşak, K. B. (2008). *Hürriyet gazetesi 'nde sağlık haberciliği konusunda bir içerik analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kadry, S. ve Al-Taie, M. Z. (2014). *Social Network Analysis: An Introduction with an Extensive Implementation to a Large-Scale Online Network Using Pajek*. E-book: Bentham.
- Kalem, M. (2010). *Sağlık Çalışanlarının Medyadaki Sağlık Haberlerine Karşı Tutum ve Davranışları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kalender, A. (2000). *Siyasal İletişim*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kanber, R. (2003). *Medya ve sağlık*. Ankara: Türk Sağlık Sen Yayınları.
- Kapani, M. (1989). *Politika Bilimine Giriş*. (5. Baskı). Ankara: Bilgi Yayınevi
- Karagöz, K. (2012). *Sağlık haberlerinin kamuoyunu yönlendirme işlevi: dilovası 'ndaki kanser vakalarının Türk yazılı basınına yansımaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karagöz, D. ve Kozak, D. (2014). *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi*. *Türk Kütüphaneciliği* 28, (1) 47-61

- Karahan, S. (2002). *Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri örnekleminde Türkiye`de gündem belirleme gücüne sahip gazetelerin ideolojik konumlanışına dair bir değerlendirme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karakoç, S. (2017). Obeziteye bir de psikiyatrik yönüyle bakın. *Adnan Menderes Üniversitesi Akademik Haber Dergisi*, 123 (22), 18-21.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (19. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Kılıç, Ç. (2015). *Gündem belirleme kuramı çerçevesinde siyasal karar verme sürecine sosyal medya etkisinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, D. ve İspir, B. N. (2018). Futbol Kulüplerinde Marka Çağrışımları. *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli dergisi-ekurgu*, 26 (1), 16-25.
- Kışlalı, A. T. (1991). *Siyasal sistemler*. Ankara: İmge Kitabevi
- King, P. (1997). The press, candidade images and voter perceptions. M. E. McCombs., D. L. Shaw ve D. H. Weaver (Ed)., *Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda setting teory* içinde (s. 29-40). London: Lawrence Erlbaum Associates Puplishers.
- Koch, E. ve Turgut, T. (2004). Hasta-Hekim İlişkisinin Güncel Sorunları ve Kültürlerarası Yönleri: Bir Bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi*. 15(1):64-69
- Koç, E. (2014). *Aile hekimliğinde hasta-hekim iletişiminde güven unsurunun hastanın hekime bağlılığı üzerine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Koloğlu, O. (1997). *Halka doğru bilim: Türkiye’de bilim gazeteciliği*. İstanbul: Türk Bilim Tarihi Kurumu.
- Kolonkaya, T. (2002). *Sağlık kurumlarında iletişim sorunları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kopan, K. (2010). *Basının gündem belirleme işlevi üzerine ampirik bir çalışma; yazılı basının 2009 yerel seçimlerine bakışının değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, E. (2015). *Kamusal alan olarak sosyal medyanın gündem belirleme gücü: 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, İ. D. (2017). *Sağlık iletişimi: Kanseri hastaları ile hekim ilişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kosicki, G. M. (1993). Problems and opportunities in agenda setting research. *Journal of Communication*, 43 (2), 100-127.
- Kumbasar, B. (2006). *İstanbul’da yayımlanan gazetelerde sağlık haberleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lang, K. ve Lang, G.E. (1966). The Mass Media and Voting. B Berelson ve Janowitz (Ed). *Reader In Puplic Opinion and Commnication*. (2. Baskı). New York: Free Press

- Lang, G. E. ve Lang, K. (1991). Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process. Protes, D. L. ve McCombs, M. (Ed.). *Agenda Setting Reading on Media, Public Opinion, and Policymaking içinde* (s. 277-289). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Lazarsfeld, P. F. ve Merton, R. K. (1969). Mass communication, popular taste and organized social action. W. Schramm (Ed). *Mass Communications*, (2. Baskı). Chicago: Urbana University of Illinois Press,.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Macmillan.
- Long, N. E. (1958). The local community as an ecology of games. *American Journal of Sociology*, 64, 251-261.
- McCombs, M. E. ve Shaw, D. L. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. E. ve Gilbert, S. (1986). News influence on our media pictures of the World. J. Bryant ve D. Zillmann (Ed.), *Perspectives on Media Effects içinde* (s. 1-18). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M., Danielian, L. ve Wanta, W. (1995). Issues in the News and the Public Agenda: The Agenda-Setting Tradition. T. L. Glasser, ve C. T. Salmon (Ed.). *Public Opinion and the Communication of Concept içinde* (281-300). New York: The Guilford Press
- McCombs, M. E. ve Bell, T. (1996). The Agenda Setting Role of Mass Communication. Salwen, M. B. ve Stacks, D.W. (Ed.). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research içinde* (93-110). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

- McCombs, M. E., Shaw, D. L. ve Weaver, D. (1997). *Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda setting theory*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- McCombs, M. E., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E. ve Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: Second level agenda setting effects. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74 (4), 703-717.
- McCombs, M. E., Lopez-Escobar, E. ve Llamas, J. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. *Journal of Communication*, Spring, 50 (2), 77-92.
- McCombs, M. E. ve Yüksel, E. (2001). The economic privatization issue in turkey a four-part investigation of agenda setting theory. *Uluslararası İletişim Sempozyumu "Medyanın Manipülasyon Gücü"* içinde (s. 148-161). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion* Cambridge: Polity Press.
- McCombs, M. E. (2005). A Look at Agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*. 6. (4). 543-557
- McCombs, M. E. (2014). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. (2. Baskı). Cambridge: Polity Press.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L. ve Weaver, D. (2014). New directions in agenda setting theory and research. *Mass Communication and Society*, 17 (6), 781-802.
- McQuail, D. (1994). *Kitle iletişim kuramı*. (Çev: A. H. Yüksel). Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.

- McQuail, D. ve Windahl, S. (2010). *İletişim modelleri kitle iletişim çalışmalarında*. (3.Baskı). (Çev: K. Yumlu). Ankara: İmge Kitapevi.
- Melek, G. (2015). *Medya arası gündem belirleme kuramı çerçevesinde Hürriyet ve Twitter üzerine bir çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- MEB, (2011). *Aile ve tüketici hizmetleri çocukların temel ihtiyaçları II*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları
- Okay, A. (2009). *Sağlık iletişimi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Onayemi, A. (2010). *Medyanın gündem belirleme gücü ve mart 2009 yerel seçimleri; trabzon merkez örnekleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öğüt, P. (2013). *Türkiye’de sağlık haberciliğinin tarihsel gelişimi ve hürriyet gazetesi örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Önder, Y. (2007). *AB sürecinde Kıbrıs sorunu ve medyanın gündem belirlemedeki etkinliği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özcan, S. (2001). Diabetes mellituslu hastanın yönetimi ve hemşirelik. M. Yenigün (Ed.), *Her yönüyle diabetes mellitus* içinde (s. 969-996). İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi.
- Özer, Ö. (2013). Medyanın etkilerine yönelik yaklaşımlar. E. Yüksel (Ed.), *İletişim Kuramları* içinde (s. 60-84). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Özkavcı, S. (2009). *Gündem belirleme kuramı çerçevesinde Türkiye'de 29 Mart 2009 yerel seçim öncesi iç politika haber analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, Ş.Y. (2008). Sağlık Sektöründe İnsan Odaklı İlişkilerin Değişimi. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*. 142 42-48
- Özpınar, B. (2006). *Geleneksel medyanın gündem belirlemede sosyal medyanın etkisi: Soma örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özsali, A. (2017). *Sosyal medyada medyalar arası gündem belirleme: ABD ve Türkiye'de twitter örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztekin, Z. (2001). Sağlıkta kavramlar. *Yeni Türkiye Sağlık Özel Sayısı*, 294.
- Peiser, W. (2000). Setting the Journalist Agenda: Influences from Journalists' Individual Characteristics and from Media Factors. *J&MC Quarterly*, 77 (2), Summer, 243-257.
- Pozitif Yaşam Derneği. (2010). *Türkiye'de HIV pozitiflerin yaşadıkları hak ihlalleri raporu*. İstanbul: Pozitif Yaşam Derneği
- Price, V. ve Tewksbury, D. (1997). News Values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. G. A. Barnett ve F. J. Boster (Ed.), *Progress in Communication Sciences: Advances in Persuasion* içinde (s. 173-212). Greenwich: Ablex Publication.
- Punch. K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş: nicel ve nitel yaklaşımlar*. (Çev: D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Aköz). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Ragas, M. W. ve Roberts, M. S. (2009). Agenda setting and agenda melding in an age of horizontal and vertical media: A new theoretical lens for virtual brand Communities. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86 (1), 45-64.
- Rogers, E. M. ve Dearing, J.W. (1988). Agenda Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?. *Communication Yearbook*, 11, 555-594.
- Rogers, E. M., Hart, W. B. ve Dearing, J. W. (1997). A Paradigmatic History of Agend Setting Research. S. Iyengar ve R. Reeves (Ed.), *Do The Media Govern? Politicians, Voters and Reporters in America* içinde (s. 225-236). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Rogers, E. M. (2000). Reflections on News Event Diffusion Research. *Journalism ve Mass Communication Quarterly*, 77 (3), 561-576.
- Sağlam, M., Boşnak-Güçlü, M., İnce D. İ., Savcı, S. ve Arıkan, H. (2008). *Hipertansiyon ve egzersiz*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Daire Başkanlığı. (2011). *Toplum Sağlığı Merkezi çalışanlarına yönelik sağlığın geliştirilmesi Eğitimi Rehberi*, Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Saraçoğlu, U. (2017). *Ankara Atatürk Eğitim ve Araştırma Hastanesi poliklinik başvurularında hasta-hekim iletişimi niteliğinin hasta ve hekim bakış açısıyla değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Tıpta Uzmanlık Tezi. Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Tıp Fakültesi
- Schmeling, D. G. ve Wotring, C. E. (1976). Agenda setting effects of drug abuse public service ads. *Journalism Quarterl*, 53 (4), 743-746.

- Semetko, H. A. ve Valkenburg P. M. (2000). Framing European Politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2), 93-109.
- Severin, W. J. ve Tankard, J. W. (1994). *İletişim kuramları*. (Çev: A. A. Bir ve S. Sever). Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.
- Sezgin, D. (2010), *Sağlık iletişimi paradigmalar ve Türkiye: Medyada sağlık haberlerinin analizi*. Yayımlanmamış doktora tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Sezgin, D. (2011), *Tıbbileştirilen yaşam, bireyselleştirilen sağlık*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shaw, D. L., Hamm, B.J. ve Knott D. L. (2001). Decline of public agendas: How individuals meld with media to form new communities. *Uluslararası İletişim Sempozyumu "Medyanın Manipülasyon Gücü" içinde* (s. 132-147). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Shaw, D. L., McCombs, M., Tran. H. ve McKeever, P. (2010). *Imagining community: Media agenda setting, social melding, and mediamorphosis, a meta analysis*. Communication in the Millennium Sempozyumu'nda sunulan bildiri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Shaw, D. ve Weaver, D. (2014). Media agenda-setting and audience agenda-melding. In M. E. M. McCombs (Ed.), *Setting the agenda: The mass media and public opinion* içinde (s. 145-150). England, Cambridge: Polity Press.
- Shoemaker, P. ve Reese, S. (2002). İdeolojinin medya içeriği üzerindeki etkisi. S. İrvan (Ed.), *Medya Kültür Siyaset Dergisi* içinde (2. Baskı). Ankara: Alp Yayınevi.

- Simpson, W. (2001). QAP: The quadratic assignment procedure. Paper presented at the North American Stata Users' Group Meeting.
(www.stata.com/meeting/1nasug/simpson.pdf)
- SİS. (2017). *III. Uluslararası Sağlık İletişimi Sempozyumu*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, 2-3 Kasım 2017 (CD).
- Soroka, S. N. (2002). Issue attributes and agenda-setting by media, the public and policymakers in Canada. *International Journal of Public Opinion Research*. 14 (3), 264-285.
- Streeter, C. L. ve Gillespie, D. F. (1992). Social network analysis. D. F. Gillespie ve C. Glisson (Ed.), *Quantitative methods in social work: State of the art* içinde (s. 201-222). ABD: Haworth Press.
- Sütlaş, M. (2007). *Medya için sağlık, sağlık için medya*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (Bas-Haş)Yayınları.
- Şimşek, S. (2002). *İnternet sitelerindeki haberlerin gündem belirlemedeki etkileri üzerine uygulamalı bir çalışma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tabak, R. S. (1999). *Sağlık iletişimi*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Takeshita, T. (1997). Exploring the media's roles in defining reality: From issue - agenda setting to attribute - agende setting. M. McCombs., D. Lewis Shaw, ve D. H. Weaver (Ed.), *Communication and democracy exploring the intellectual frontiers in agenda setting theory* içinde (s. 15-27). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tankard, J., (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing, S. D. Reese, O.H. Gandy Jr ve A. E. Grant (Ed.), *Framing Public Life* içinde (s. 95-106). London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers,

- Tanrıverdi, H. (2014). Sağlık yönetiminde iletişim. *Sağlık kurumları yönetimi içinde* (s. 1-23). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi
- Terkan, B. (2005). *Türkiye’de basın ve siyaset ilişkisi: Basın gündemi ve siyasal gündemin karşılaştırılmasına yönelik bir gündem belirleme çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Terkan, B. (2007). Basın ve siyaset ilişkisinin gündem belirleme modeli çerçevesinde bir analizi. *Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17.
- Tekin, A. (2007). *Sağlık-Hastalık olgusu ve toplumsal kökenleri (Burdur örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2004). *İletişim araştırmaları ve kuramları*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Tezbaşaran, (1996). *Likert tipi ölçek hazırlama kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Tılıç, D. (2004). *Türk medyasında bir mayın tarlası sağlık haberciliği*. 116
Erişim adresi: <http://www.ttb.org.tr/TD/TD116/20.php>
- Tosun, G. (2013). *Sosyal medyanın yazılı basında gündem oluşturmadaki rolü (Örnek çalışma twitter)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tosun, Ş. M. (2001). *Gündem belirleme ve örnek olay Adalet Bakanlığı’nın halkla ilişkiler çalışmaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Tufan İ.(2015). Kadın ve yaşlılık: türkiye gerontoloji atlası araştırması. *Kimlik Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Dergisi*. 1(1), 10-16
- Turan, E. (2004). *Türkiye'de televizyon ana haber bültenlerinde gündem oluşturma süreçleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uçak, O. (2007). *Günden haber ilişkisi bağlamında Türkiye'de basının gündem belirlemedeki rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Usluata, A. (1994). *İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Utma, S. (2010). *Yazılı basında sağlık haberleri ve kamuoyuna etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Ünal, Ö. (2016). *Hasta hekim iletişiminin hastanın hekim bağlılığına ve hastane bağlılığına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vargo, C. J., Guo, L., McCombs, M., ve Shaw, D. L. (2014). Network issue agendas on Twitter during the 2012 U.S. Presidential Election. *Journal of Communication*, 64 (2), 296-316.
- Velioğlu, P. (1999). *Hemşirelikte Kavram ve Kuramlar*. İstanbul: Alaş Ofset.
- Vu, H. T., Guo, L., and McCombs, M. (2014). Exploring “the World Outside and the Pictures in Our Heads” : A Network Agenda-Setting Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(4), 669-686.
- Vural, A. M. (1999). *Yerel basın ve kamuoyu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Yakubu, B. A. (2015). *İkinci aşama gündem belirleme çalışması: 2012 Gana genel seçimlerdeki siyasal kampanyaların gazete haberlerinde çerçevelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yalçıntaş, A. (2017). *Yazılı basının gündem belirleme işlevi bağlamında 2014 Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. (3. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeğen, C. (2013). *Yazılı basında HIV/AIDS ile yaşayan bireylere yönelik nefret söylemi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeşilşerit, T. (2012). *Sağlık Kültürünün Oluşumunda Sağlık Haberlerinin Yeri: Sağlık Muhabirleri Ve İstanbul'da İki Farklı Sosyo-Ekonomik Yapıdaki Mahallede Yaşayanlarla Yapılan Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, N. (2002). *Türkiye'de siyasetin yeni biçimi liderler imajlar medya*. (1. Baskı). Ankara: Phoenix Yayınevi
- Yıldız, H. (2006). *Medya ve Sağlık: Türk Basınında sağlık içerikli haberlerin bilgilendirme potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Yılmaz, T. (1999). Global bir sağlık sorunu: Diyabetes mellitus. *Hemşirelik Forumu Dergisi*, 2 (2), 73-74.
- Yılmaz, A. (2016). *Hasta hekim iletişimindeki problemler ve bu problemlere yönelik çözüm önerileri; nitel araştırma*. Yayınlanmamış Tıpta Uzmanlık Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Tıp Fakültesi
- Yumlu, K. (1994). *Kitle iletişim kuram ve araştırmaları*. İzmir: Nam Basım.
- Yüksel, E. (1999). *Türkiye’de ekonomi basını gündemi ve siyasal gündem ilişkisi: Özelleştirme örneğinde bir gündem belirleme çalışması*. Yayınlanmamış doktora tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın gündem belirleme gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Yüksel, E. (2007). “Kamuoyu Oluşturma” ve “Gündem Belirleme” Kavramları nerede kesişmekte, nerede ayrılmaktadır?. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 571-586.
- Yüksel, E. (2009). How important is the AIDS issue for turkish press. *7th International Symposium Communication in the Millennium Hosted By University of Texas at Austin, içinde (s. 120-132.)*. Ankara: Güngörler Matbaacılık,
- Yüksel, E., Ceyhan , Ç., Ögüt, P., Bekiroğlu, O., Altunlu, H., Zerman, S. Ayhan, B. (2009). Cumhuriyet mitinglerinin yaygın gazetelerde yer alış biçimi üzerine içerik analizine dayalı bir değerlendirme. E. Yüksel (Ed.), *Sihirli aynanın sırları içinde (s. 53-56)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, E. (2013). İletişim kuramlarına giriş. E. Yüksel (Ed.), *İletişim Kuramları İçinde (s. 2-34)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, E., Kaya, A. Y., Koçak, A. ve Aydın, S. (2014). *Check up sağlık iletişimi; Kaynak, ileti ve hedef kitle bağlamında sağlık konulu yayınların analizi*. Konya: Literatürk Academia.

- Yüksel, E. (2015). Sağlık iletişiminin anatomisi. A. Z. Özgür ve A. İşman (Ed.), *İletişim çalışmaları 2015* içinde (s. 249-260).S akarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, H. (2016). İletişimin tanımı ve temel birleşenleri. U. Demiray (Ed.), *Etkili İletişim İçinde* (8. Baskı), (s. 2-41). Ankara: Pegem Akademi
- Yüksel, E. (2017). Ne demek lazım; uyuşturucu mu madde bağımlılığı mı? uyuşturucuyla mücadelenin temel kavramlarına yönelik uygulama ve tartışmalar. *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli dergisi-ekurgu sağlık iletişimi sempozyumu özel sayısı*, 25 (2), 39-64.
- Waldahl, R. (1994). Siyasal tutumlar ve kamuoyu. (Çev: S. İrvan). Ankara: Gazi Üniversitesi İletisim Fakültesi Dergisi, 57-82.
- Wanta, W. ve Wu, Y. C. (1992). İnterpersonal Communication and the Agenda Setting Process. *Journalism Quarterly*, 69 (4). 847-855.
- Wanta, W. (1997). *The public and the nationol agenda: How people learn about important issues*, Mahwah: LEA Publisher.
- Weaver, D. H., McCombs, M. E. ve Spellman, C. (1975). Watergate and the Media A Case Study of Agenda Setting. *American Politics Quarterly*. 3 (4). 458-472.
- Weaver, D., Graber, D., McCombs, M. ve Eyal, C. (1981). *Media Agenda-Setting in a presidential election: Issues, images, and interest*. New York: Praeger.
- Weaver, D. H. (1991). Political Issues and Voter Need For Orientation. D. L. Proress, ve M. McCombs (Ed.). *Agenda Setting Reading on Media, Public Opinion, and Policymaking içinde* (131-139). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates,
- Wilcox, D. L., ve Glen, T. C. (2003). *Public Relations: Strategies and Tactics*. Boston: Pearson Education.

Zhu, J. (1992). Issue competition and attention distraction: A zero-sum theory of agenda setting. *Journalism Quarterly*, 69(4), 825-836.

İnternet kaynakları

Dünya Sağlık Örgütü

<https://www.who.int/about/mission/en/> (Erişim tarihi: 24.12.2017)

<http://www.who.int/features/factfiles/obesity/facts/en/index.html>. (Erişim tarihi: 09.01.2018)

www.who.int/gho/hiv/en/ (Erişim Tarihi: 27.02.2018).

Sağlık Bakanlığı

http://anh.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=540:serebrovaskueler-hastalk-beyin-damar-hastalklar&catid=27:sa-ki (Erişim tarihi: 08.01.2018)

<http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=38?CHK=faa24fe77653b6d22b02892f4fa6288f> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

<http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=39> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

<http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=41> (Erişim tarihi: 09.01.2018)

<http://kanser.gov.tr/kanser/kanser-nedir/4-kanser-nedir.html> (Erişim tarihi: 11.01.2018)

http://kanser.gov.tr/Dosya/ca_istatistik/2014-RAPOR._uzun.pdf (Erişim tarihi: 11.01.2018)

<http://ailehekimligi.gov.tr/kronik-hastalklar/515-hipertansiyon.html> (Erişim tarihi: 08.03.2018)

Türk Dil Kurumu

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a708410ef7056.27751047 (Erişim tarihi: 30.01.2018).

www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 24.12.2017)

www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.590f2004a7a588.92416518 (Erişim Tarihi: 07.05.2017)

www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=179814 (Erişim tarihi: 18.01.2018)

Türk Halk Sağlığı Kurumu

www.thsk.gov.tr/component/k2/353-istatiksel-veriler/bulasici-hastaliklar-daire-baskanligi-istatiksel-veriler.html (Erişim tarihi: 26.02.2018)

Türk Kanser Vakfı

www.kanservakfi.com/kanser-nedir--108.html (Erişim tarihi: 11.01.2018)

Türkiye İstatistik Kurumu

www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13490 (Erişim tarihi: 08.01.2018)

www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18854 (Erişim tarihi: 08.01.2018)

www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24573 (Erişim tarihi: 09.01.2018)

www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21526 (Erişim tarihi: 08.01.2018)

YÖK Ulusal Tez Merkezi

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Erişim tarihi: 12.03.2018).

Diğer internet kaynakları

www.memekanseri.org.tr/meme-sagligi/kanser-nedir/ (Erişim tarihi: 11.01.2018)

www.kanserdeerkenteshis.com/index.php/kanser/onkoloji-nedir (Erişim tarihi: 11.01.2018)

www.tansiyon.gen.tr/ (Erişim tarihi: 12.01.2018).

www.medyatava.com/tiraj (Erişim tarihi: 11.12.2017)

www.birgun.net/haber-detay/aydin-i-yok-olusa-surukleyen-12-cevre-felaketi-efelerin-cigli-105116.html (Erişim tarihi:26.01.2018)

www.milliyet.com.tr/tabip-odasi-aydin-da-artan-kanser-oranlarina-aydin-yerelhaber-652126/ (Erişim tarihi:26.01.2018)

www.yeniasir.com.tr/kenthaberleri/2015/08/20/jeotermal-kanser-yapmaz (Erişim tarihi: 26.01.2018)

www.haberler.com/yaslilar-en-cok-dizi-izliyor-5348666-haberi/ (Erişim tarihi: 26.01.2018)

www.milliyet.com.tr/100-yas-ustu-omur-nazilli-de-yasanir/pazar/haberdetay/18.11.2012/1628671/default.htm (Erişim tarihi:26.01.2018)

www.memurlar.net/haber/137576/turkiye-nin-en-uzun-omurlu-insanlari-nazilli-de-yasiyor.html (Erişim tarihi:26.01.2018)

www.enerjiatlası.com/jeotermal/ (Erişim tarihi:26.01.2018)

www.reytingsonuclari.com/2017/10/aylik-reyting-sonuclari-eylul-2017-h2779.html (Erişim tarihi: 29.01.2018)

<http://www.mavilab.com.tr/aids-nedir.html> (Erişim Tarihi: 22.03.2018).

<http://www.aydindenge.com.tr/ekonomi/26/07/2017/aycepten-jeotermal-uyarisi> (Erişim tarihi: 24.03.2018)

EKLER

EK – 1. Etik Kurul Onayı

EK – 2. Araştırma Gönüllü Katılım Formu

EK – 3. Anket Formu

EK – 4. İçerik Analizi Formu

EK – 1. Etik Kurul Onayı

Ana. Üni. Evrak Tarih ve Sayısı: 30/04/2018-E.43576

 T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü


BEL556U0Y

Sayı : 66166206-050.99
Konu : Etik Kurulu Kararı hk.

Sayın Ali Emre DİNGİL

Dilekçeniz ile istenilen, "Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Araştırması: Sağlık Haberleri Özelinde Medya ve Kamuoyu Bağlantısı" başlıklı doktora tez çalışmasına ilişkin talebiniz Etik Kurulu tarafından değerlendirilmiş olup konuya ilişkin karar yazımız ekinde gönderilmektedir. Bilgilerinizi rica ederim.

e-imzalıdır
Prof. Dr. Emel ŞIKLAR
Müdür

Ek:Etik Kurulu Kararı

Evrakı Doğrulamak İçin: <http://belgedogrulama.anadolu.edu.tr/enVision-Sorgula/BelgeDogrulama.aspx?V=BEL556U0Y> Pin Kodu: 32802
Yunus Emre Kampüsü Tepebaşı/Eskişehir
Telefon No: +90 222 335 08 95/3243/1261 Faks No: +90 222 335 05 95
E-Posta: sosens@anadolu.edu.tr İnternet Adresi: www.sosbilens.anadolu.edu.tr

Bilgi İçin: Gülsu YÜCEL
Unvan: Büro Personeli



Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.

Evrak Kayıt Tarihi: 12.04.2018 Protokol No: 42967

Tarih: 26.04.2018



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Araştırması: Sağlık Haberleri Özelinde Medya ve Kamuoyu Bağlantısı
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Erkan YÜKSEL
TEZ YAZARI:	Ali Emre DİNGİL
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu
Prof.Dr. Cbskun BAYRAK (Başkan Eğitim Fak.)	
Prof.Dr. Volkan YÜZER (Başkan Yafdımcısı-Açıköğretim Fak.)	Prof.Dr. Esra CEYHAN (Eğitim Fak.)
Prof.Dr. Münevver ÇAKI (Güzel Sanatlar Fak.)	Prof.Dr. M. Etkan UYUMEZ (İkt. ve İdari Bil. Fak.)
Prof.Dr. Handan DEVECİ (Eğitim Fak.)	Prof.Dr. Emel ŞIKLAR (İkt. ve İdari Bil. Fak.)

EK – 2. Araştırma Gönüllü Katılım Formu

ÜÇÜNCÜ AŞAMA GÜNDEM BELİRLEME ARAŞTIRMASI - DOKTORA TEZİ ANKETİ

ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu anket Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Doktora Programı'nda hazırlanmakta olan “Üçüncü aşama gündem belirleme araştırması: Sağlık haberleri özelinde medya ve kamuoyu bağlantısı” başlıklı tez kapsamında düzenlenmektedir. Çalışmadan elde edilen veriler tez kapsamında değerlendirilecektir.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda yüz yüze görüşme, anket yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/ araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler proje yöneticisinin gözetimi ve denetimi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın bölümünden Prof. Dr. Erkan YÜKSEL’e (mail/tel) yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı: Doktora tez öğrencisi: Ali Emre DİNGİL

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Erkan YÜKSEL

Adres : Adnan Menderes Üniversitesi

İletişim Fakültesi /Aydın

İş Tel : (256) 2182000

Cep Tel : (544) 3922724

e-posta : emredingil@gmail.com

**Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabilceğimi bilerek
verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.**

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

ÜÇÜNCÜ AŞAMA GÜNDEM BELİRLEME ARAŞTIRMASI - DOKTORA TEZİ ANKETİ

1. Anketin gerçekleştirildiği mahalle/semte/cadde		
2. Cinsiyetiniz?	☐ 1. Erkek	☐ 2. Kadın
3. Yaşınız (Lütfen yazınız):		
4. Eğitim durumunuz?	☐ 1. Okur-yazar ☐ 2. Okur-yazar değilim ☐ 3. İlköğretim-ortaöğretim ☐ 4. Lise ☐ 5. Ön lisans (2 yıllık) ☐ 6. Lisans (4 yıllık) ☐ 7. Lisans üstü	
5. Aylık geliriniz yaklaşık olarak kaç liradır? (Lütfen TL olarak yazınız)		

6. Bugün ülkenin karşı karşıya olduğu en önemli problemler sizce nelerdir? (Lütfen yazınız)

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. ☐ | 4. ☐ |
| 2. ☐ | 5. ☐ |
| 3. ☐ | 6. ☐ |

7. Ülkede yaşanan siyasi, ekonomik, hukuksal, kültürel, toplumsal her türlü gelişme hakkında kendinizi hangi düzeyde ilgili buluyorsunuz?

1. ☐ Tamamen ilgiliiyim
2. ☐ İlgiliyim
3. ☐ Ne ilgili, ne ilgisizim
4. ☐ İlgisizim
5. ☐ Tamamen ilgisizim

8. Ülkede yaşanan gelişmeleri genellikle nereden öğreniyorsunuz?

(En önemli ya da ilk üç seçeneği işaretleyiniz)

1. ☐ Arkadaş, akraba, komşu, yakınlarımdan
2. ☐ Gazetelerden
3. ☐ Televizyonlardan
4. ☐ İnternet haber sitelerinden
5. ☐ Facebook, Twitter gibi sosyal medyadan
6. ☐ Diğer (Lütfen yazınız):

9. Genellikle okumayı tercih ettiğiniz ilk üç yaygın gazete hangileridir?

(Lütfen yazınız. Yoksa soruyu boş bırakınız)

1. ☐
2. ☐
3. ☐

10. Genellikle haberlerini izlemeyi tercih ettiğiniz ilk üç televizyon kanalı hangileridir?

(Lütfen yazınız. Yoksa soruyu boş bırakınız)

1. ☐
2. ☐
3. ☐

11. Yerel gazete okuyorsanız, en çok okumayı tercih ettiğiniz yerel gazete hangisidir?

(Lütfen yazınız. Yoksa soruyu boş bırakınız):

12. Bugünlerde ülkeyi ilgilendirdiğini düşündüğünüz en önemli sorunlar sizce nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet sorun olarak gördüğünüz konuları yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz sorunlar arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen en az bir çizgi ile iki konuyu birbiriyle bağlantılayınız.

13. Sağlıkla ilgili konularda genellikle nerelerden bilgi edirsiniz?

(En önemli ya da ilk üç seçeneği işaretleyiniz)

1. ☐ Arkadaş, akraba, komşu, yakınlarımdan
2. ☐ Gazetelerden
3. ☐ Televizyonlardan
4. ☐ İnternet haber sitelerinden
5. ☐ Facebook, Twitter gibi sosyal medyadan
6. ☐ Doktorlardan
7. ☐ Eczacılar
8. ☐ Diğer sağlık görevlilerinden (Hemşire, ebe, diyetisyen vb)
9. ☐ Aktar, baharatçılardan
10. ☐ Diğer (Lütfen yazınız):

14. Sağlık denilince aklınıza gelenler nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen en az bir çizgi ile iki kelimeyi birbiriyle bağlantılayınız.

15. Hayatınızda kanser hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da bir tanıdığınız oldu mu?

- 1. ☐ Hayır
- 2. ☐ Evet, ben, eşim, çocuklarım, kardeşim, annem, babam, kayınvalide, kayınpeder
- 3. ☐ Evet, diğer yakın akrabalar (Amca, dede, nine, teyze, dayı, hala, yenge, kuzen vb)
- 4. ☐ Yakın arkadaş/komşu/tanıdıklar

16. Kanser hastalığı denilince aklınıza gelenler nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen **en az bir çizgi** ile iki kelimeyi birbiriyle bağlantılayınız.

17. Hayatınızda obezite hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da bir tanıdığınız oldu mu?

- 1. ☐ Hayır
- 2. ☐ Evet, ben, eşim, çocuklarım, kardeşim, annem, babam, kayınvalide, kayınpeder
- 3. ☐ Evet, diğer yakın akrabalar (Amca, dede, nine, teyze, dayı, hala, yenge, kuzen vb)
- 4. ☐ Yakın arkadaş/komşu/tanıdıklar

18. Obezite hastalığı denilince aklınıza gelenler nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen **en az bir çizgi** ile iki kelimeyi birbiriyle bağlantılayınız.

19. Hayatınızda diyabet (şeker) hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da bir tanıdığınız oldu mu?

- 1. ☐ Hayır
- 2. ☐ Evet, ben, eşim, çocuklarım, kardeşim, annem, babam, kayınvalide, kayınpeder
- 3. ☐ Evet, diğer yakın akrabalar (Amca, dede, nine, teyze, dayı, hala, yenge, kuzen vb)
- 4. ☐ Yakın arkadaş/komşu/tanıdıklar

20. Diyabet (Şeker) hastalığı denilince aklınıza gelenler nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen **en az bir çizgi** ile iki kelimeyi birbiriyle bağlantılayınız.

21. Hayatınızda düşük tansiyon ya da yüksek tansiyon hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da bir tanıdığınız oldu mu?

- 1. ☐ Hayır
- 2. ☐ Evet, ben, eşim, çocuklarım, kardeşim, annem, babam, kayınvalide, kayınpeder
- 3. ☐ Evet, diğer yakın akrabalar (Amca, dede, nine, teyze, dayı, hala, yenge, kuzen vb)
- 4. ☐ Yakın arkadaş/komşu/tanıdıklar

22. Tansiyon hastalığı denilince aklınıza gelenler nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen **en az bir çizgi** ile iki kelimeyi birbiriyle bağlantılayınız.

23. Hayatınızda AIDS hastası olan biri; siz, eşiniz, yakın bir akrabanız ya da bir tanıdığınız oldu mu?

- 1. ☐ Hayır
- 2. ☐ Evet, ben, eşim, çocuklarım, kardeşim, annem, babam, kayınvalide, kayınpeder
- 3. ☐ Evet, diğer yakın akrabalar (Amca, dede, nine, teyze, dayı, hala, yenge, kuzen vb)
- 4. ☐ Yakın arkadaş/komşu/tanıdıklar

24. AIDS hastalığı denilince aklınıza gelenler nelerdir? Lütfen aşağıdaki kutulara birer adet yazıp doldurunuz. Ardından birbiri ile ilişkili olduğunu düşündüğünüz kelimeler arasına bu ilişkiyi göstermek üzere çizgi çizerek kutuları birleştiriniz. Lütfen **en az bir çizgi** ile iki kelimeyi birbiriyle bağlantılayınız.

Ankete katıldığınız için teşekkür ederiz.

EK – 4. İçerik Analizi Formu

Sayı	Gazete	Yayın Türü	Tarih	Konu Bağlantıları					
				1. Bağlantı		2. Bağlantı		3. Bağlantı	
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									

18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									