

**Atıf Bilgisi:** Kazaz, M., Pala, S. ve Kazaz, A. (2021). Covid-19 aşı haberlerinde çerçeveleme: Haber sitelerinde aşı haberlerinin sunumu. *İNİF E- Dergi*, 6(1), 343-361.

## COVID-19 AŞI HABERLERİNDE ÇERÇEVELEME: HABER SİTELERİNDE AŞI HABERLERİNİN SUNUMU

*Doç. Dr. Mete KAZAZ\**  
*Öğr. Gör. Saibe PALA\*\**  
*Öğr. Gör. Dr. Arzu KAZAZ\*\*\**  
*DOI: 10.47107/inifedergi.880181*

### Arastırma Makalesi\*\*\*\*

Başvuru Tarihi: 15.02.2021

Kabul Tarihi: 23.04.2021

### Öz

Tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi süreci, sağlık haberciliğinin önemini de gözler önüne sermiştir. Bu süreçte, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de gündem konusunu aşilar oluşturmaktadır. Covid-19 sürecinde haberlerin dezenformasyon yaratmayacak şekilde sunulması planlanırken, aynı dikkatin aşı haberlerine de gösterilmesi gerekmektedir. Bu sebeple virüse karşı yapılan bilimsel çalışmalar kadar, bunların kamuoyuna aktarılması da önemli bir husustur. Aşı haberlerinin nasıl çerçvelendiğinin ortaya konması, haber kaynakları, haber-inşa stratejileri ile haberlerde ön plana çıkan ideolojinin ortaya konması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Haberde kullanılan çerçeveler, toplumsal yapının içinde şekillenmekte ve güç ilişkilerinden bağımsız var olmamaktadır. Bu durum haberlerin ideolojik yanlılığını da ortaya koymaktadır. Bu çalışma ile hem ulusal hem de uluslararası medyada aşı haberlerinin nasıl sunulduğu ortaya konmak istenmiş ve Sputnik, Independent, DW, BBC, Hürriyet, Sabah, HaberTürk, Sözcü, T24 ve Dokuz8 Haber’in internet sitelerinde yer alan aşı haberleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma, Türkiye’de koronavirüse karşı Faz 3 çalışmalarının başladığı 16.09.2020 tarihinden itibaren 16.10.2020’ye kadar olan aşı haberleri ile sınırlandırılmıştır. Bu süreçte koronavirüse karşı geliştirilen aşiları konu edinen 199 haber tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; aşı haberlerine en çok Sabah’ın internet sitesinde rastlanmıştır. Uluslararası medyanın haber kaynaklarını daha çok politikacılar oluştururken, ulusal medyada haber kaynağını sağlık çalışanları oluşturmaktadır. 11 farklı haber çerçevesi bağlamında değerlendirilen haberlerde, en çok kullanılan çerçeveler sırasıyla; sorumluluk yükleme, bilgi verme, tedbir ve kontrol, sayılarla belirtme ve bilimsel gelişme şeklinde yer aldığı görülmüştür. En çok kullanılan haber-inşa stratejisi ise birleştirme olmuştur. Bu durum haberlerde iyimser bir tablonun çizildiğini, hem ulusal hem de uluslararası medyanın kendi politikaları doğrultusunda haberlere şekil verdiğini göstermiştir. Eleştirel haber dili yerine birleştirici anlayış ön plana çıkmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Sağlık Haberciliği, Covid-19, Haber Siteleri, Çerçeveleme Kuramı, İçerik Analizi

## FRAMIG IN COVID-19 VACCIE NEWS: AN EXAMPLE OF NEWS WEBSITE

### Abstract

The pandemic process of, which affected the entire world, also demonstrated the importance of health journalism. In this process, vaccines are on the agenda in Turkey, as in other countries. During the Covid-19 process, it is planned that the news will be presented in a way that does not create disinformation, while the same attention must be paid to the vaccine news. For this reason, as well as scientific studies against the virus, it is important to transfer them to the public. The aim of this study is to determine how vaccine news is framed, the content of news sources, the news-building strategies used and the ideology that comes to the fore in the news. The frames used in news are formed within the social structure and do not exist independently of power relations. This also reveals the ideological bias of the news. This study revealed

\* Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, E-mail: mkazaz@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0367-1091

\*\*İskenderun Teknik Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Gazetecilik ve Habercilik Bölümü, E-mail: saibe.pala@iste.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-2032-7313

\*\*\*Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, E-mail: akazaz@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1076-4234

\*\*\*\* Yazar / yazarlar, makalede araştırma ve yayın etiğine uyulduğuna ve kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine riayet edildiğine yönelik beyanda bulunmuştur.

how both national and international media presented vaccine news and examined vaccine news on the websites of Sputnik, Independent, DW, BBC, Hürriyet, Sabah, HaberTürk, Sözcü, T24 and Dokuz8 News by content analysis method. The study was limited to vaccine news from 16.09.2020, when the first vaccination against coronavirus began in Turkey, to 16.10.2020. During this process, 199 news stories were identified that were the subject of vaccines developed against coronavirus. According to the results obtained; vaccine news was most often found on Sabah's website. Politicians make up the news sources of the international media, while health workers make up the news sources of the national media. 11 in News evaluated in the context of different news frameworks, the most commonly used frameworks were in the form of responsibility loading, providing information, measures and control, specifying numbers and scientific development, respectively. The most commonly used news-building strategy has been merging. This has shown that an optimistic picture is drawn in the news, and that both national and international media shape the news in accordance with their own policies. Instead of critical news language, unifying language been made.

*Keywords: Health Journalism, Covid-19, News Website, Framing Theory, Content Analysis*

## Giriş

Bir habercilik pratiği olarak kökleri 19. yüzyıla kadar uzanan sağlık haberciliği *Takvim-i Vekayi* gazetesi ile başlamıştır. Zaman içinde değişim yaşayan medya sağlık konusunu her geçen gün zaman ve alanı artırarak işlemeye devam etmiştir. Medya, diğer her konuda olduğu gibi sağlık alanında da bireylerin algısını değiştirmekte ya da yönlendirmektedir (Maden, 2020, s. 205).

Sağlık haberciliği bireyleri sağlık konusunda bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Hastalıklardan tedavi yöntemlerine kadar, ilaçlar ve insan sağlığına etki eden pek çok konunun medyada işlenmesi sağlık haberciliği kapsamında değerlendirilmektedir. Son dönemde tüm dünyayı saran küresel pandemiye karşı başlatılan aşı çalışmaları ve bunların kamuoyuna aktarılması da sağlık haberciliği konusu çerçevesinde ele alınmaktadır. Buradan hareketle çalışma literatürünü sağlık haberciliği ve haber çerçeveleme oluşturmaktadır.

İnsanların algı ve tutumları üzerinde medyanın önemli bir etkisi bulunmaktadır. Medya, insanlara ne hakkında düşünmesi gerektiğini söylerken gündem kurmadan yararlanırken, özellikle haberlerde ne şekilde düşünceğinin yönlendirilmesi çerçeveleme kuramı ile açıklanmaktadır (Özçetin, 2019, s. 120-121).

Bir kavramın, yorumun, sunum ve seçilmenin, bir düşünceyi vurgulamanın veya dışlamanın örneklerini sunan haber çerçevesi, söylemi düzenli olarak üreten gazeteciler aracılığıyla sağlanmaktadır (Erdoğan, 2011, s. 57) Bu sebeple, aşı haberlerinin medyada nasıl sunulduğu çerçeveleme kuramı açısından ele alınmıştır.

Koronavirüse (Covid-19) karşı başlatılan aşı çalışmaları, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de medyanın önemli gündem konusunu oluşturmaktadır. Covid-19 sürecinde haber dilinin salgın dezenformasyonuna neden olmayacak şekilde sunulması planlanırken, aynı dikkatin aşı haberleri ile ilgili olarak da sağlanması gerekmektedir. Virüse karşı etkili bir aşının beklendiği bu günlerde, halkı yanlış yönlendirmemek adına yapılan çalışmaların sınırları, süresi ve yan etkileri kamuoyuna doğru şekilde aktarılmalıdır. Bu da aşı haberlerinin nasıl çerçvelendiği sorusunu gündeme getirmektedir.

Medya kuruluşları, kamuoyu için önem arz eden ve haber değeri taşıyan aşı çalışmalarına hem Türkiye hem de dünya genelinden yoğun ilgi göstermiştir. Gelişen internet teknolojisiyle birlikte, haberlere erişimin daha kolay ve hızlı olması internet haberciliğine olan ilgiyi arttırmıştır. İnternetin, toplum için önemli bir bilgi kaynağı haline gelmesi nedeniyle, çalışma haber siteleri ile sınırlandırılmıştır.

Bu çalışmada Covid-19 aşı haberlerinin internet haber sitelerinde nasıl çerçvelendiği sorusuna yanıt aranmıştır. Buradan hareketle aşı haberlerinde ideolojinin ortaya çıkartılması hedeflenmiştir. Klinik denemeleri tamamlanarak, insanlar üzerinde denenmeye başlanan aşilar ve bunlara dair haberler seçilmiştir. 25 farklı merkezde yürütülmesi planlanan ve Türkiye’de Faz 3 denemelerinin başladığı tarih olan 16.09.2020’den başlanarak 16.10.2020’e kadar olan bir aylık süreçteki aşı haberlerine bakılmıştır. Covid-19 aşı haberleri dışında yer alan aşı çalışmaları ve diğer coronavirüs haberleri çalışmaya dâhil edilmemiştir.

Hem ulusal hem de uluslararası medyanın farklı yayın kriterlerine sahip olan; Independent, Sputnik, DW, BBC, Hürriyet, Sabah, HaberTürk, Sözcü, T24, Dokuz8 Haber çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışmada içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Kodlama formunda, 2018 yılında Duygu Çeliker Saraç tarafından ele alınan ‘*Domuz Gribi Haberlerinde Çerçeveleme: Hürriyet Gazetesi Örneği*’ adlı çalışmanın haber çerçeveleri çalışmaya uyarlanmıştır. Ayrıca kodlama formunda; haber kaynakları, haber giriş ve başlıkları, uzman ve kaynak açıklamaları, kullanılan haber-inşa stratejileri ile aşı haberlerinin nasıl çerçvelendiğine yönelik kodlamaları içermektedir.

### 1. Sağlık Haberciliği

Kamuoyunu ilgilendiren, sağlık alanına dair enformasyonun haber haline getirilerek kitle iletişim araçları aracılığı ile topluma iletilmesi sağlık haberciliği olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle, sağlık haberciliği, medya araçlarından yararlanılarak halkın sağlık konularında bilgilendirilmesi, bilimsel gelişmelerin doğru, ulaşılabilir ve kullanılabilir şekilde aktarılması eğilimi taşımaktadır (Çınarlı ve Şimşek, 2013, s. 9-10). Burada dikkat edilmesi gereken, sağlık haberlerine dair üretimin sadece bir uzmanlık alanı değil, siyasal, ekonomik ve toplumsal dinamikleri de ilgilendiren ve bu alanlarla birlikte değerlendirilmesi gereken bir alan olduğu hususudur (Yıldırım, 2013, s. 389).

Sağlıkla ilgili kavramların halkın zihninde doğru ya da yanlış biçimde kodlanması konusunda medya önemli bir güç olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda medya, bireylerin doğru sağlık davranışına yönelmesinde veya yanlış bilinen bilgilerini değiştirmesinde onları ikna etme ve tedavi süreçlerinde karar almalarında etkili olmaya kadar geniş bir çerçeveyi içermektedir (Yıldırım, 2013, s. 383).

Sağlık konusu, kamuoyunun ilgi gösterdiği bir alan olarak kitle iletişim araçlarının gelişim sırasına uygun olarak ilerlemiş ve öncelikle gazetelerde kendine yer etmiştir. Zamanla radyolar, sonrasında televizyonlar sağlık konusunda çeşitli yayınlar sunmaya başlamıştır. TRT döneminden başlayarak sağlık konuları önce haber programlarında yayınlanmış, zamanla sağlık konulu özel programların yayınına başlanmıştır (Atabek, Atabek ve Bilge, 2014).

Özel televizyonların 1980 sonrası yayın hayatına girmesiyle birlikte, sağlık konusu özellikle sabah kuşaklarında geniş yer tutmaya başlamıştır. Özellikle 2000 sonrası sağlık haberleri değerlendirildiğinde hem görsel hem de yazılı medyanın sağlık konusuna daha fazla yöneldiği görülmektedir (Sungur, Yücel, Metintaş vd., 2020, s. 47). Gündem yaratma gücünü kullanan medyanın kamu sağlığı ve sorunlarını ilgilendiren konularda insanların dikkatini daha kolay çekmesi, insan hayatıyla birlikte yaşam kalitesini etkileyen sonuçlara yer vermesinden ötürü sağlık konusu her daim kitle iletişim araçlarında geniş yer bulmuştur (Çınarlı ve Şimşek, 2013, s. 5). Pek çok konuda olduğu gibi sağlık konularında da medya, gündemi oluşturma ve yön vermede etkili bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler haber ve habercilik alanını da etkilemiştir. Çoklu haber alma yetisine olanak tanıyan teknik alt yapısı, bireylerin

enformasyon edinme süreçlerinde zaman-mekân sınırını ortadan kaldırması ve çeşitlendirilmiş medya içeriğini kullanıcılara daha kolay aktarabilmesi internet gazeteciliğinin geleneksel medyaya karşı tercih edilebilirliğini arttırmıştır (Öztunç, 2020, s. 2827-2728). Özellikle kriz ve olağanüstü durumlarda ortaya çıkan bilgi ihtiyacı, daha çok internet teknolojisi ve haberciliği ile giderilmeye başlanmıştır. Özellikle erişim kolaylığı ve hızlı olmasından dolayı, bilgi ve haber alma kaynağı olarak internetin tercih edilmeye başlanması, kitlesel mesajların da yeni medya araçları üzerinden aktarımına olanak sağlamıştır (Sungur, Yücel, Metintaş vd., 2020, s. 48).

## 2. Çerçeveleme Kuramı

Medya, kamuoyu oluşturma ve bilgilendirme işleviyle ortak bir topluluk üzerinde genel bir bilinç, ortak bir görüş yaratabilmektedir. Bu özelliği, onu gündem konularını aktaran bir araç olmasının çok ötesinde, yaygın kanaatleri inşa eden bir araca dönüştürmektedir (Öztunç, 2020, s. 2829). Bu açıdan değerlendirildiğinde kullanılan haber çerçevelerinin de bir anlamlandırma pratiği olarak ele alınması gerekmektedir (Durur, 2011, s. 22).

Gündem belirleme ve saptama araştırmaları kamusal algı doğrultusunda haber konusunun seçimi üzerine odaklanırken, ikinci aşama olarak çerçeveleme, konu ve olayların belirli sunum biçimlerini dikkate almaktadır (Erdoğan, 2011, s. 55). Diğer bir deyişle medyada sunulan mesajların etkisi içeriksel farklılıklardan ziyade, sunum şekillerindeki farklılıkların bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Denilebilir ki, çerçevelemede önemli olan husus, konuların hangi bağlamda değerlendirileceğidir (Sönmez, 2018).

Robert Entman, çerçevelemeyi, bir metin içinde gerçekliğin belli yönlerini ele alarak önemli hale getirilmesi olarak tanımlamaktadır. Ona göre, çerçeveleme (Durur, 2011, s.24-25; Saraç, 2018, s.163); bir probleme yönelik neden-sonuç ilişkilerinin seçme ve dışarda bırakma yoluyla tanım, yorum, ahlaki değerlendirme veya çözüm önerilerinin algılanış biçimlerinde ortak bir bilinç yaratılarak, daha önemli hale getirilmesidir. Bu sebeple, sosyal inşa sürecinde doğallaşmış normalleşen çerçeveler, ideoloji taşıyan temel araçlar olarak değerlendirilmelidir.

Kamusal tartışmaları şekillendirmesinin yanında, okurların bilgi seviyeleri etkileyerek, onlara siyasi sorumluluklar yükleyerek belli tutumların değiştirilmesinde önemli rol üstlenen çerçeveler (Erdoğan, 2011, s. 58), Entman'a göre dört yerde ortaya çıkmaktadır (Akt. Özarslan ve Güran, 2015, s. 33-34):

**-Kaynak:** Bilinçli ya da bilinçsiz olarak üretilen çerçevedir.

**-Metin:** Belli anahtar kelimelerin, bilgi kaynaklarının, büyük lafların ve klişeleşmiş imajların kullanılmasıyla tematik destek sağlayan anlam kalıplarının varlığı ya da yokluğu ile çerçeveler kendini metin içinde gösterir.

**-İzleyici:** Kaynaktan gelen her türlü çerçevenin yorumlanması izleyicinin kendi çerçeveleri tarafından yönlendirilir.

**-Kültür:** Toplumların ortak kültürü büyük ölçüde ortak harekete geçen çerçeveler deposu olarak nitelenir.

Çerçeveler, hem sunum hem de özetleme için şemalar olarak düşünülmelidir. Algılanan bir gerçekliğin bazı yönlerini seçmek olarak ortaya çıkan çerçeveleme, daha çok medya ve bireysel olmak üzere iki farklı şekilde işlenmektedir. Buna göre, medya çerçeveleri tartışmanın ne hakkında olacağını belirlerken, bireysel çerçeveler zihinsel olarak saklanan bilginin işlenmesine rehberlik etmektedir. Medya çerçevelerinde siyasi

söylem belirgin rol oynarken, bireysel çerçevelerde zihnin içyapıları ile haber nitelikleri yorumlanmaktadır. Makro düzeyde izleyicinin sahip olduğu şemalara uygun olarak medyada haber çerçevelenmektedir. Mikro düzey çerçevelenmede ise bireysel özellikler ön plana çıkarak bireylerin bir olayla ilgili izlenimlerini oluştururken bilgi ve sunum özelliklerini nasıl kullandığı tanımlanmaktadır (Scheufele, 1999, s. 106-107).

Çerçeveleme, olayların sınıflandırılması, yorumlanması ve kısa sürede anlaşılır hale getirilmesi için uygulanan değişiklikleri ifade etmektedir (Atabek ve Uztuğ, 1998, s. 99). Buradan hareketle kullanılan haber çerçeveleri, haber anlatılarının kitleler üzerinde belli bir algı yaratacak şekilde oluşturulması için kullanılmakta ve okur veya izler kitlenin haberi alımında önemli rol üstlenmektedir (Yüksel, Adıyaman, Keçeli vd., 2014, s. 159). Başka bir ifade ile bir metin içindeki gerçekliğin belli yönlerinin ön plana çıkartılması, önemli hale getirilmesi veya dışarda bırakılarak belli bir problem tanımının, neden-sonuç bağlamının, ahlaki değerlendirme sonucunda çözüm önerisinin desteklenmesidir (Saraç, 2018, s. 163). Bu durumda medya, içeriklerin bazı yönlerini seçerek veya eleyerek toplumsal anlamın sınırlarını da belirlemektedir.

Kabul görmüş bir çerçeve olarak haber, toplumsal olay ve olguları şeyleştirerek günlük yaşam pratiği şeklinde algılanmasını sağlamaktadır. Bunun nedeni, insanların günlük yaşamlarında olaylara verdiği tepkilerin bir benzerini uzlaşıya dayalı haber çerçeveleri karşısında da vermesidir. Böylece üzerinde fikir birliği sağlanmış olan anlamlar beraberinde toplumsal gerçeği de inşa etmektedir (Durur, 2011, s. 24).

Haberde kullanılan çerçevelenmeler, tıpkı duvardaki resim çerçevesinin diğer nesnelere ayrılması gibi haberlerde de ele alınan konunun farklı tanımlamalar ve yorumlamalar sonucunda farklılaşması ve meselenin nasıl tartışılması hususunda okura yol göstermektedir (Yüksel, Adıyaman, Keçeli vd., 2014, s. 160). Bir şeyin hem kendisini hem de algılanma şeklinin belirlenmesinde önemli rol oynayarak (Durur, 2011, s. 24), bireylerin konu ve olayları algılama, tanımlama ve adlandırmasına olanak sağlamaktadır (Yüksel, Adıyaman, Keçeli vd., 2014, s. 160). Burada öne çıkan, bir nesnenin, konunun ya da kişinin medyadan alıcısına nasıl aktarıldığı hususudur (Erdoğan, 2011, s. 55).

Medya içeriklerinin üretim, dağıtım ve tüketim aşamaları, mevcut ekonomik ve siyasal sistemden bağımsız değildir. Medya içeriklerinin belirlenmesinde aktif rol oynayan güç ilişkilerinin yanında, reklamverenler, güçlü haber kaynakları, siyasi kurum ve kuruluşlar da haber içeriklerine müdahale edebilmektedir. Bu durumda haber çerçevelerini sadece gazetecilerin bilişsel bilgi birikimi ve yeteneği değil, aynı zamanda kapitalist sistemin üretim ve dağıtım ilişkileri belirlemektedir (Saraç, 2018, s. 164). Bu durumda sağlık haberciliğinin de ekonomik ya da politik gücün etkisi altında olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü sağlık haberlerinin dili, çerçevelenmesi, muhabirlerin yeteneği gibi sorunların temel kaynağı mevcut mülkiyet yapısı ile ilişkilendirilmektedir (Yıldırım, 2013, s. 389).

Eleştirel medya çalışmalarında sıkça yer verilen çerçeveleme, genel olarak medya metinlerinde olay ve konuların nasıl yapılandırıldığı, söylemin yapısı ile anlamın bireysel ve toplumsal düzeyde nasıl kurulduğu ile ilgilenmektedir (Durur, 2011, s. 25). Burada, kamunun konu veya olaylar hakkında neyi ve nasıl düşündüğü sorusu ön plana çıkmaktadır (Erdoğan, 2011, s. 55). Todd Gitlin'e göre, habercilerin görsel ve sözlü haber metinlerinde rutin olarak kullandığı seçme, vurgulama ve dışlama kalıplarının, medyayı kontrol eden seçkinler tarafından toplum üzerinde bir güç olarak kullanıldığı kabul edilmektedir. Bu durumda çerçeveler güç ve iktidar göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Akt. Özarslan ve Güran, 2015, s. 35). Çerçeveler bilinçli ya da bilinçsiz şekilde ideolojik niteliği olan bir süreci ifade etmektedir. Bu süreç gazetecinin, editörün veya medya

kuruluşunun kökeni, sınıfı veya yayın ilkelerine göre değişebilmektedir (Sönmez, 2018). Çoğu kez de medyada yer alan haberlerin çerçevesini sağlık endüstrisinin belirlediği görülmektedir (Yıldırım, 2013, s. 386).

### 3. Haber Sitelerinde Covid-19 Aşı Haberlerinin Çerçevesi

Aşı haberlerine yönelik internette sunulan haberlerin ideolojik analizlerine odaklanan bu çalışmada, araştırmaya dâhil edilen haberlere internet haber sitesi arşivlerinden ulaşılmıştır. Aşı haberleri dışında kalan Covid-19 haberleri incelemenin dışında bırakılmıştır. Çalışmada Faz-3 aşısının Türkiye'deki ilk uygulama tarihi olan 16.09.2020 ile 16.10.2020 tarihleri arasındaki Covid-19'a yönelik geliştirilen aşı haberleri seçilmiştir. Faz-3, aşının işe yarayıp yaramadığının kanıtlanması açısından önemlidir.

Sağlık haberlerinin çerçevesine yönelik yapılan araştırmalarda ekonomik sonuçlar, sorumluluk yüklemesi, insan ilgisi, ahlak ve çatışma çerçevesinin sıklıkla kullanıldığını göstermektedir. Genel olarak kullanılan bu çerçevelere ek olarak Saraç'ın *Domuz Gribi Haberlerinde Çerçeveleme: Hürriyet Gazetesi Örneği* çalışmasında kullandığı özel haber çerçeveleri; tedbir ve kontrol çerçevesi, sayılarla belirtme çerçevesi, riskli gruplar ve bilgi verme çerçevesi, alarm-uyarı çerçevesi, bilimsel gelişme ve son olarak da magazinleşme çerçevesi çalışmaya dâhil edilmiştir. İnceleme için belirlenen çerçeveler şu şekildedir:

**-Ekonomik Sonuçlar Çerçevesi:** Salgının ekonomik boyutlarıyla birlikte salgına karşı geliştirilen aşılardan maliyetlerine değinen haberleri içermektedir.

**-İnsan İlgisi Çerçevesi:** Geliştirilen aşılardan salgına karşı etkileri ve beklentilere yönelik haberlerin yer aldığı çerçevedir.

**-Çatışma Çerçevesi:** Covid-19 salgını ve salgına yönelik geliştirilen aşılardan birbirleriyle çatışan yorumlarını içermektedir.

**-Sorumluluk Yüklemesi Çerçevesi:** Aşı çalışmalarına yönelik gelişmelerin uzman ve kaynak açıklamalarına yükleyen haber çerçevesidir. Sorumluluk kişi ya da kurumlara yüklenmektedir.

**-Ahlak Çerçevesi:** Aşılardan tüm dünyaya eşit şekilde dağıtılması gerektiği yönünde açıklamaların yer aldığı haber çerçevesidir. Aşı karşıtlığına yönelik haberler de bu başlık altında değerlendirilmiştir.

**-Tedbir ve Kontrol Çerçevesi:** Aşılardan deneklere uygulanması, varsa yan etkileri ve bu süreci kapsayan haber çerçevesidir. Ek olarak hükümetlerin ve diğer kurum ve kuruluşların salgına karşı aldığı tedbirleri de içermektedir.

**-Bilgi Verme Çerçevesi:** Salgının seyri ve aşılara yönelik beklentilerin genel çerçevede sunulmasıdır.

**-Sayılarla Belirtme Çerçevesi:** Vaka sayıları, aşı grupları, aşılardan üretim dozları gibi her türlü rakamsal verilerin yer aldığı çerçevedir.

**-Alarm-Uyarı Çerçevesi:** Salgına karşı devam etmesi gereken önlem, uyarı ve tedbirlerin hükümetler ya da sağlık çalışanları tarafından verildiği haberler bu çerçeve altında değerlendirilmiştir.

**-Magazinleşme Çerçevesi:** Ünlü kişilerin veya siyasilerin aşı çalışmalarına yönelik yorumlarının yer aldığı çerçeve değildir. Özellikle haber başlık ve girişlerinde söylemin magazinleştirilmesi de dâhil edilmiştir.

**-Bilimsel Gelişme Çerçevesi:** Aşı çalışmaları ile birlikte salgını önlemeye yönelik her türlü bilimsel gelişmenin yer aldığı çerçevedir.

Haber çalışmalarında dikkat edilmesi gereken diğer bir husus, onun gerçeği olduğu gibi yansıtmadığı, yeniden inşa edildiğidir. Bu nedenle asla basit ve saf olgulardan ibaret değildir. Haber metinleri, cümle yapıları, haberin dili ve sunumu, kurgu gibi pek çok faktör haberi yeniden inşa etmekte ve yeni bir gerçeklik tanımı ortaya koymaktadır. Bu sebeple haberin kendisi bir seçme ve inşa etme sürecinin bir sonucudur ve her inşa aynı zamanda bir yönlendirme olarak değerlendirilmektedir (Dursun, 2001, s. 124; Orhon, 2004, s. 50).

Kitle iletişim araçlarında var olan ideolojinin işleyişi ve sürdürülmesi için sembolik inşa stratejileri yer almaktadır. John B. Thompson'ın değerlendirmesine göre, ideolojinin işleyişinde geçerli olan beş genel yöntem ve bu yöntemlere karşılık gelen inşa stratejileri şu şekilde yer almaktadır (Dursun, 2001, s. 76; Kazancı, 2002, s. 74-76; Orhon, 2004, s. 38);

**-Birleştirme:** Birlik olgusunun sembolleştirilmesi ve standartlaşması ile ideolojinin işlemesidir. Herhangi bir soruna karşı, aralarında hiçbir bağ ve çıkar ilişkisi bulunmayan insanların bir amaç doğrultusunda bir araya gelerek ortak bir düşünce ve eylem gerçekleştirilmesidir. Daha çok 'Biz' bilinci ile hareket edilmektedir.

**-Parçasallaştırma:** Yerine geçme ve farklı olanın tasfiye edilmesi ile ideolojinin işlemesidir. Genellikle birleştirmenin tersi bir yol izlenmektedir. Belirli bir ideoloji etrafında toplananlar merkezi oluştururken bunun dışında kalanlar ötekileştirilmekte ve yabancı, hain, düşman gibi sıfatlarla anılmaktadır.

**-Meşrulaştırma:** Toplumda haksız oluşumların, eşitsizliklerin doğallaştırılması ve bunun benimsetilmesi amaçlanmaktadır. Anlatısallaştırma, evrenselleştirme ve rasyonalizasyon ile ideolojiye işlerlik kazandırılmaktadır. Özellikle rızanın üretimi üzerine kurulan, uyulmadığı takdirde yaptırım uygulanmasını haklı gösteren kurallar bütünü kapsayan hukuk sistemine dayanmaktadır ve muhakkak bir egemenin varlığına işaret etmektedir.

**-Gizleme/Gizemleştirme:** Mecaz kullanımı (eğretileme), mistikleştirme ve yer değiştirme yapılarak ideolojinin işlemesidir. Burada bir sorun veya olayın gerçek nedeninin saklanarak ya da görmezden gelinerek ilginin başka bir alana yöneltilmesi söz konusudur. Egemenin ideolojik düşüncesinin gerçekleşmesi, bunun doğal kabul edilmesi ve toplumun yasaklara ve yaptırımlara karşı olumsuz tavır sergilemesinin önlenmesi amaçlanmaktadır.

**-Şeyleştirme:** Var olanın doğallaştırılması, sonsuzlaştırma ve yalınlaştırma ile ideolojinin işlemesidir. Burada geçici olan tarihi durumların doğallığı iddia edilerek bu durumun sürekli devam edeceği etkisi yaratılır.

### 3.1. Metodoloji

Bu başlık altında; araştırmanın amacı ve önemi, araştırma soruları, evren ve örnekleme, araştırma yöntemi ile verilerin toplanması ve çalışmanın sınırlılıkları yer almaktadır.

#### 3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Coronavirüs aşı haberleri, küresel salgının tüm dünyada yayılmasından itibaren herkes için odak konusu haline gelmiştir. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu birçok ülkede aşı çalışmalarında sona yaklaşıldıkça da medyada aşı haberleri daha sık yer almaya başlamıştır.

Bu çalışmada, Covid-19 aşı haberlerinin internet haberlerinde nasıl çerçvelendiğinin gösterilmesi amaçlanmıştır. Tüm dünyayı tehdit eden pandemiye karşı

toplumun haber alma kanalı medyadır. Bu durum Covid-19 ile ilgili haber içeriklerinin toplum sağlığı açısından her zamankinden daha önemli olduğu göstermektedir. Dünya kamuoyunun Covid-19'a karşı etkili bir aşı beklediği bugünlerde, aşı çalışmalarına yönelik gelişmelerin bilimsel yayınlar yerine basın bültenleri ile duyurulması, olayı farklı bir açıdan değerlendirilmesini de gerekli kılmıştır. Aşının bulunması konusunun devlet başkanları arasında bir otorite ve güç gösterisine dönüşmesiyle, aşı haberleri de medya kuruluşlarının ideolojik çerçeveleriyle birlikte verilmiştir.

### 3.1.2. Araştırma Soruları

- 1) İnternet haber sitelerinde kullanılan haber çerçevelerinin dağılımı nasıldır?
- 2) Haber başlıklarında kullanılan aktarma yüklemelerinin dağılımı nasıldır?
  - 3) Covid-19 aşı haberlerinde haber veya bilgi kaynağı dağılımı nasıldır?
  - 4) Aşı haberlerinin yurtiçi ve yurtdışı olarak dağılımı nasıldır?
  - 5) Haberlerde kullanılan haber-inşa stratejileri dağılımı nasıldır?
  - 6) Haber-görsel uyumu dağılımı nasıldır?
  - 7) Haber sitelerinde aşı haberlerine karşı söylem nasıldır?

### 3.1.3. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Çalışmanın evrenini internet haber siteleri oluşturmaktadır. Öncelikle internet haber sitelerinin çalışmada temsil yeteneklerini ortaya koyabilmek için tesadüfi olarak Independent, Sputnik, DW ve BBC, Hürriyet, HaberTürk, Sabah, Sözcü, T24 ve Dokuz8 Haber çalışmanın örnekleme olarak seçilmiş ve çalışmaya dahil edilmiştir.

### 3.1.4. Araştırma Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Çerçeveleme çalışmalarında kullanılan yöntem içerik analizidir (Yüksel, Adıyaman, Keçeli vd., 2014, s. 160). İçerik çözümlemesi, iletişim sürecinde var olan kayıtlı metinlerin analizine yönelik bir yöntemdir ve sunulan içeriğin tarafsız, sistematik ve niceliksel olarak tanımlanmasına olanak sağlamaktadır. İletişim araştırmalarında en fazla kullanılan veri toplama tekniği olarak, metin içeriklerinin gerçeklik boyutunun çözümlenmesi ve çıkarımlar yapılmasında olanak sağlamaktadır (Yıldırım, 2015, s. 105).

Kullanılan içerik analizinde temel olarak literatürde yer alan çalışmalardan hareket edilmiş; fakat araştırmaya özgü yeni kategoriler de oluşturularak kodlamaya geçilmiştir. Çalışmada aşı haberlerinin kaynağı, haber başlığı ve girişi, uzman ve kaynak açıklamalarının verilmesi, kullanılan inşâ stratejilerinin belirlenmesi ve Faz-3 seviyedeki Covid-19 aşılara yönelik tutumun çerçevesi kodlanmış ve niceliksel olarak çözümlenmiştir. Özellikle başlık ve haber girişleri olmak üzere, haber metinlerinde egemen ideolojinin nasıl çerçvelendiğinin ortaya konması adına içerik analizinden yararlanılmıştır.

### 3.1.5. Sınırlılıklar

Araştırmanın konu sınırlılığını çerçeveleme kuramı üzerinden Covid-19 aşı haberleri oluşturmaktadır. Çalışmanın bir diğer sınırlılığını içerik analizi için seçilen haber siteleri oluşturmaktadır. Bunun için geleneksel medyanın dijitaldeki haber siteleri, alternatif medyanın haber siteleri ve yabancı menşeli haber siteleri olmak üzere toplam 10 farklı haber sitesi ile çalışma sınırlandırılmıştır. Son sınırlılığı ise zaman aralığı oluşturmaktadır. Faz-3 aşı çalışmalarının Türkiye'de ilk uygulandığı tarih olan 16.09.2020'den 16.10.2020'e kadar bir aylık zaman diliminde yer alan Covid-19 aşı haberleri incelenmiştir.



### 3.2.Bulgular ve Yorum

Bu başlık altında çalışmada elde edilen bulguların tabloları ve yorumları yer almaktadır.

**Tablo 1. İnternet Sitelerinde Haber Dağılımı**

		n	%
<b>Haber Sitesi</b>	SPUTNIK	23	11,6
	DW	10	5,0
	INDEPENDENT	22	11,1
	BBC	9	4,5
	HÜRRİYET	26	13,1
	SABAH	44	22,1
	HABERTURK	13	6,5
	SÖZCÜ	25	12,6
	T24	18	9,0
	DOKUZ8 HABER	9	4,5
Toplam	199	100,0	

Tablo 1’de sonuçları görülen analize göre, Covid-19 aşısı haberlerinin dağılımı incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre aşısı haberlerine en fazla Sabah’ın internet sitesinde rastlanmıştır. Faz-3 aşısı haberleri ve aşılama sürecine dair bilgiler aktarılırken Türkiye’nin süreci ne kadar başarılı yönettiği ve aşılama sürecine dair olumlu aktarımlar yapılmıştır. Uluslararası medyadan konuya dair en fazla ilgiyi Independent (% 11,1) ve Sputnik (11,6) göstermiştir. Rusya’nın Covid-19’a karşı kendi geliştirdiği Sputnik-V aşısına karşı olumlu bir söylem yarattığı görülmüştür.

**Tablo 2. Haber Kaynaklarının Dağılımı**

		n	%
<b>Haber Kaynakları</b>	Siyaset Politika	56	28,1%
	Türk Tabipler Birliği	2	1,0%
	Covid Bilim Kurulu Üyesi	9	4,5%
	Dünya Sağlık Örgütü	23	11,6%
	Sağlık Çalışanları	86	43,2%
	Yatırımcı-İş Adanı	8	4,0%
	İlaç firmaları	34	17,1%
	Vatandaş	1	,5%
	Muhabir-Ajans	50	25,1%
	Diğer	3	1,5%

Tablo 2’de sonuçları görülen analize göre, haber kaynaklarının dağılımı incelenmiştir. Buna göre, haber kaynaklarının sağlık çalışanları ve siyaset-politika üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Özellikle 25 merkezde denenmesi planlanan Faz-3 aşısının ilk sağlıkçılar üzerinde uygulanması ve haberlerde konuya dair görüşlerine yer verilmesi nedeniyle uzman ve kaynak açıklamalarının daha çok sağlıkçılar üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Buna ek olarak konuya dair açıklama ve yorumların siyasiler açısından da verilmesi kaynak açıklamalarında siyaset-politika kaynağını ön plana çıkarmıştır. Özellikle virüse karşı geliştirilen aşılara yönelik olumlu gelişmeler hem Türkiye hem de diğer ülkelerde ‘müjde’ başlığı altında devlet yöneticileri tarafından açıklanmıştır.

**Tablo 3. Uzman ve Kaynak Açıklaması Dağılımı**

		n	%
<b>Uzman veya Kaynağın Açıklaması</b>	Tahmini yorum	94	47,2%
	Sansasyonel	30	15,1%
	Sayısal verilerden yararlanma (istatistik, şema, grafik)	101	50,8%
	Örneklendirme	71	35,7%
	Tanık gösterme	99	49,7%
	Diğer	1	,5%

Bu başlık altında sorgulanan haberlerde yer alan uzman ve kaynak açıklamalarının dağılımı incelenmiştir. Buna göre haber içeriklerinin sayısal verilerden yararlanılarak temellendirildiği görülmüştür. Bu şekliyle aşı haberlerinde somut verilerden sıklıkla yararlanıldığı ve tanık göstermelerle de bu durumun desteklendiği görülmüştür. Tahmini yorumlar ise aşya dair umut verici gelişmeleri destekler niteliktedir. Genel bir değerlendirme yapıldığında uzman ve kaynak açıklamalarının yapmış oldukları açıklamalar doğrultusunda haberlerde aşya yönelik pozitif gelişmelere yer verilmiştir.

**Tablo 4. Kullanılan Haber Çerçevesinin Dağılımı**

		n	%
<b>Kullanılan Haber Çerçevesi</b>	Ekonomik Sonuçlar	19	9,5%
	İnsan İlgisi	51	25,6%
	Çatışma	20	10,1%
	Sorumluluk Yükleme	111	55,8%
	Ahlak	7	3,5%
	Tedbir ve Kontrol	92	46,2%
	Bilgi Verme	105	52,8%
	Sayılarla Belirtme	72	36,2%
	Alarm/Uyarı	19	9,5%
	Magazinleşme	3	1,5%
Bilimsel Gelişme	71	35,7%	

Kullanılan haber çerçevelerinin dağılımı incelendiğinde, sorumluluk yükleme % 55,8, bilgi verme %52,8, tedbir ve kontrol %46,2 şeklinde yoğunlaştığı görülmüştür. Faz-3 aşlarına yönelik aktarılan gelişmeler uzman ve kaynak açıklamalarına dayandırılarak sorumluluk kişi ve kurumlara yüklenmiştir. Bilgi verme ile kurulan haber çerçevesinde, salgının seyri ve aşı çalışmalarından elde edilecek beklentilere yer verilmiştir. Bu beklentiler tahmini yorumlar şeklinde verilmiştir. Tedbir ve kontrol çerçevesi ile haberlerde hükümetin ve diğer kurumların salgına yönelik almış olduğu tedbirler konu edinmiştir. Kullanılan haber çerçeveleri genel olarak değerlendirildiğinde haberlerde ahlak (%3,5) ve magazinleşme (%1,5) olgusunun en düşük seviyede olduğu görülmüştür. Haberlerde basitleştirme ve magazinleştirme en düşük yüzdededir. Buna ek olarak aşı karşıtlığına dair habere rastlanmamıştır. Aşıların tüm dünyaya eşit dağılması gerektiği tüm haber içeriklerinde vurgulanmıştır. Ancak hangi aşının daha etkin bir koruma sağladığı ve tüm dünyaya uygulanacak aşı konusu hala belirsizdir. Ülkeler bu konuda yarış halindedir ve her ülke başkanı da kendi ülkesinin geliştirdiği aşyayı öne çıkarmaktadır.

**Tablo 5. Haberlerde Kullanılan İnşa Stratejileri Dağılımı**

		n	%
<b>Haber-İnşa Stratejileri</b>	Birleştirme	146	73,4%
	Parçasallaştırma	38	19,1%
	Şeyleştirme	6	3,0%
	Meşrulaştırma	35	17,6%
	Gizleme/Gizemleştirme	0	0,0%

Bu başlık altında sorgulanan haberlere bakıldığında en fazla birleştirme inşa stratejisinin kullanıldığı (%73,4) görülmüştür. Birleştirmede öne çıkan ‘biz’ bilincidir. Covid-19’a karşı tüm insanlığın birlikte hareket etmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Ancak buradaki bizi kimin temsil ettiği önemlidir. Haberlerde öne çıkan, aşı geliştiren ülkelerin medya kanalları yoluyla kendi söylemlerini yaratmalarıdır. Buna ek olarak olayın ve sorunun gerçek nedeninin saklanması ile ideolojinin işlediği gizemleştirme inşa stratejisi hiç kullanılmamıştır.

**Tablo 6. İç ve Dış Haberlerin Dağılımı**

		N	%
<b>Haber Kaynağının Menşei</b>	Türkiye	129	65,2%
	Dünya	87	43,9%

Haberlerin yurtiçi ve yurtdışı bağlamında değerlendirildiği haber kaynağı menşei dağılımına göre; Türkiye’de yer alan haberler %65,2 iken, dünya geneli % 43,9 şeklinde yer almıştır. Uluslararası medyanın Türkçe yayın yapan haber sitelerinde haberlerinin Türkiye ağırlıklı olduğu görülmüştür.

**Tablo 7. Haber Başlığında Kullanılan Aktarma Yüklemelerinin Dağılımı**

		n	%
<b>Haber Başlığında Kullanılan Aktarma Yüklemeleri</b>	Olumlu (Belirtti, açıkladı, ifade etti, anlattı, dile getirdi... vs..)	126	63,3
	Olumsuz (Savundu, iddia etti, ileri sürdü, uyardı, suçladı... vs..)	23	11,6
	Tahmin-Olasılık Cümlesi	22	11,1
	Eksilteli-Merak Uyandıran Cümle (tık tuzağı)	28	14,1
	Toplam	199	100,0

Haber başlıklarında yer alan aktarma yüklemelerinin dağılımı incelendiğinde, olumlu ifadelerin %63,3 ile en üst seviyede yer aldığı görülmüştür. Aşılama sürecine dair beklentiler ve gelişmeler umut verici şekilde olumlu aktarılmıştır. Eksilteli-merak uyandıran ifadelerle oluşturulan haberler (%14,1) dağılımda ikinci konumdadır. Eksik ve merak uyandıran ifadelerle yer verilerek “tık haberciliğinin” de yapıldığı görülmüştür. Bu durum, insan sağlığını ilgilendiren çok önemli bir meselenin bile haber medyası için “pazarlanabilen bir ürün” kategorisinde olduğunu farketmemizi kolaylaştırmaktadır. Özellikle ulusal medya kanallarında bu durumun daha yoğun olduğu görülmüştür. Buna karşın uluslararası medyanın haber sitelerinde tıklanma maksatlı oluşturulan haber başlıklarının oldukça az olduğu görülmüştür.

**Tablo 8. Haberlerde Kullanılan Başlık ve Girişlerin Anlatı Dağılımı**

		n	%
<b>Haber Başlığı ve Girişi</b>	Abartılı	8	4,0%
	Bilgilendirici	116	58,3%
	Eleştirel	11	5,5%
	Kaygı uyandıran, korkutucu	20	10,1%
	Kafa karıştırıcı	11	5,5%
	Magazinsel	4	2,0%
	Sansasyonel	6	3,0%
	Takdir edici, övücü	6	3,0%

	Tavsiye veren, öneri getiren	2	1,0%
	Umut verici	131	65,8%
	Uyarıcı	3	1,5%
	Yargılayıcı, suçlayıcı	4	2,0%
	Örnekleyici	2	1,0%
	Öyküleyici	1	,5%
	Şüpheli-Merak Uyandıran	47	23,6%

Haber başlık ve girişinde kullanılan anlatım tarzlarına bakıldığında umut verici haberlerin %65,8 ile ilk sırada olduğu görülmüştür. Haber başlıklarında kullanılan aktarma yüklemelerinin de çoğunlukla olumlu yönde olması, aşı haberlerinde umut verici anlatım tarzına daha çok yer verildiğini desteklemektedir. Şüpheli-merak uyandıran anlatım tarzı (%23,6) yine tık haberciliği ile ilişkilidir. Burada haberin dikkat çekici başlık ve sorulu girişle verilmesi ile okur tarafından tıklanması amaçlanmıştır. Tıklanma sayısı, okurun ilgisini haber ve haber sitesine yöneldiğini göstermektedir. Ortaya çıkan okur ilgisi haber sitelerinin görünürlüğünü arttıracak ve bu durum siteye daha fazla reklam alınmasında da etkili olacaktır. Kaygı uyandıran, korkutucu (%10,1) haberlere bakıldığında ise, bu haberlerin aşılara karşı değil, genel olarak salgının seyrine yönelik olduğu görülmüştür. Buna ek olarak tedbirin elden bırakılmaması yönünde uyarılarda bulunmaktadır. Buna karşın öyküleyici (%1,0) ve örnekleyici (%0,5) neredeyse hiç tercih edilmemiştir.

**Tablo 9. Haberlere Konu Edilen Aşıların Dağılımı**

		n	%
<b>Aşı Menşei</b>	Sputnik-V (Rusya)	15	7,5%
	Astra Zeneca (İng.)	14	7,0%
	BionTech- Pfizer (Almanya-ABD)	18	9,0%
	CoronaVac-Çin Aşısı	76	38,2%
	Diğer (Yerli, Moderna...)	60	30,2%
	Yok	37	18,6%

Haberlerde konu edilen aşıların dağılımını bakıldığında, CoronaVac (Çin) aşısının %38,2, (Yerli, Moderna) aşıların %30,2, Pfizer (Almanya-ABD) %9, Sputnik-V (Rusya) aşısının %7,5, AstraZeneca'nın (İng.) %7 şeklinde dağılım göstermiştir. Buna karşın herhangi bir aşı adının geçmediği ama aşılardan bahsedilen haberlerin oranı %18,6 şeklinde yer almıştır. 16 Eylül tarihinde Çin aşısının Faz 3 denemelerine pek çok ülke ile birlikte Türkiye de dâhil olmuştur. Bu sebeple aşı haberlerinin çoğunluğu Çin aşısı üzerinde yoğunlaşmıştır. Diğer dikkat çeken husus ise, özellikle de ulusal medyanın yerli aşı konusuna daha fazla yer verdiği görülmüştür. Buna ek olarak konuyla ilgili gelişmeler hükümet yetkilileri tarafından açıklanmıştır. Sputnik Rusya'nın geliştirmiş olduğu Sputnik-V aşısının güvenilirliğine vurgu yaparken diğer uluslararası medya kuruluşları bu aşuya karşı eleştirel bir söylem geliştirmişlerdir. Diğer bir ifade ile haber söylemleri haber mecrasına göre değişmekte ve aşı konusu üzerinde politik bir söylem etkili olmaktadır.

**Tablo 10. Haberlerde Görsel Kullanımı**

		n	%
<b>Görsel Kullanımı</b>	Sağlık	151	74,8
	Politikacı	40	19,8
	İş Dünyası-İş Adamı	6	3,0
	İlaç Firmaları	5	2,5
	Toplam	202	100,0

Haberlerde görsel kullanımlarının dağılımına bakıldığında, sağlık %74,8, politikacı %19,8, ilaç firmaları %5, iş dünyası-iş adamı %3, şeklinde yer almıştır. En çok sağlık konuları ile bağlantılı ve özellikle aşı görseli kullanılmıştır. Görsel anlatılan konunun tamamlayıcısıdır. Özellikle Türkiye’de başlatılan aşı çalışmalarına dair haberlerin hepsinde gerçek görsel kullanılmıştır. Gerçek bir görselin kullanılması, habere olan ilgiyi ve güveni de arttırmaktadır. Ulusal medyanın haberlerinde aşının yapıldığı ana dair videolar canlı bir görsellikle sunulmuş, konuya dair röportajlara da yer verilmiştir. Türkiye Faz-3 aşı uygulamasında gönüllü olan ülkelerden biridir. Gerçek görsellerin kullanılmasıyla aşya dair okur veya izleyici üzerinde olumlu etki yaratılması amaçlanmıştır.

**Tablo 11. Haber Sitelerinin-Haber-İnşa Stratejilerine Göre Dağılımı**

		Haber İnşa Stratejileri				Toplam
		Birleştirme	Parçasallaştırma	Şeyleştirme	Meşrulaştırma	
<b>SPUTNIK</b>	n	18	2	0	8	23
	%	78,3%	8,7%	0,0%	34,8%	
<b>DW</b>	n	2	5	0	3	10
	%	20,0%	50,0%	0,0%	30,0%	
<b>INDEPENDENT</b>	n	12	7	1	3	22
	%	54,5%	31,8%	4,5%	13,6%	
<b>BBC</b>	n	4	4	1	1	9
	%	44,4%	44,4%	11,1%	11,1%	
<b>HÜRRIYET</b>	n	23	4	0	4	26
	%	88,5%	15,4%	0,0%	15,4%	
<b>SABAH</b>	n	41	2	0	7	44
	%	93,2%	4,5%	0,0%	15,9%	
<b>HABERTÜRK</b>	n	9	1	2	3	13
	%	69,2%	7,7%	15,4%	23,1%	
<b>SÖZCÜ</b>	N	17	7	1	3	25
	%	68,0%	28,0%	4,0%	12,0%	
<b>T24</b>	N	16	2	0	2	18
	%	88,9%	11,1%	0,0%	11,1%	
<b>DOKUZ8 HABER</b>	N	4	4	1	1	9
	%	44,4%	44,4%	11,1%	11,1%	

Haber sitelerinin haber-inşa stratejilerine göre dağılımına bakıldığında, birleştirme hem ulusal hem de uluslararası medyanın haber sitelerinde ön plana çıkmaktadır. Sabah % 93,2, T24 % 88,9 ve Hürriyet %88,5, ile birleştirmeyi en fazla kullanan ulusal medya kanalları olmuştur. Özellikle Sabah ve Hürriyet’in aşı haberlerindeki söylemi yerli aşı üzerinde toplanmaktadır.

Parçasallaştırma DW (%50), BBC (%44,4) ve Dokuz8 Haber (%44,4) tarafından en fazla kullanılan inşa stratejisi olmuştur. Bunu sırasıyla Independent (%31,8), Sözcü (%28), Hürriyet (%15,4), Sputnik (%8,7), T24 (%11,1), HaberTürk (11,1) ve Sabah (%4,5) şeklinde dağılım göstermiştir.

Şeyleştirme sırasıyla HaberTürk (%15,4), Dokuz8 Haber ve BBC (%11,1), Independent (%4,5), Sözcü (%4) şeklinde yer almıştır. Buna karşın Sputnik, DW, Hürriyet, Sabah ve T24’ün hiçbir haberinde yalınlaştırma yapılarak bu durum doğal bir süreç olarak yansıtılmamıştır.

Meşrulaştırma inşa stratejisi en çok Sputnik (%34,8) ve DW(%30) tarafından kullanılmıştır. Bunu sırasıyla HaberTürk (%23,1), Sabah (15,9), Hürriyet (%15,4), Independent (%13,6), Sözcü (%12), T24, Dokuz8 Haber ve BBC (%11,1) şeklinde dağılım göstermiştir. Egemen söylemin Sputnik ve DW’nin haberlerinde sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.

Tablo 11'deki genel durum değerlendirildiğinde, uluslararası medyadan Sputnik ve Independent'in birleştirme, DW'nin parçasallaştırma, BBC'nin hem birleştirme hem de parçasallaştırmayı aynı oranda kullandığı belirlenmiştir. DW haber dilinde daha çok ötekileştirme ve farklılaştırma yapmıştır. Ulusal medyanın haber dağılımına baktığımızda, Hürriyet, Sabah, HaberTürk, Sözcü ve T24'ün farklı derecelerde de olsa en çok birleştirme inşa stratejisini kullandığı belirlenmiştir. Buna karşın yalnızca Dokuz8 Haber sitesinde hem birleştirme hem de parçasallaştırma aynı oranda kullanılmıştır. Haber sitelerinin hiçbiri gizleme/gizemleştirme inşasını kullanmamıştır. Diğer bir değişle, haberlerde mistikleştirme ve mecaz kullanımı yoktur.

**Tablo 12. Haber Başlıklarında Kullanılan Aktarma Yüklemelerinin Haber Sitelerine Göre Dağılımı**

		Haber Başlığında Kullanılan Aktarma Yüklemeleri				Total
		Olumlu (Belirtti, açıkladı, ifade etti, anlattı, dile getirdi... vs..)	Olumsuz (Savundu, iddia etti, ileri sürdü, uyardı, suçladı... vs..)	Tahmin-Olasılık Cümlesi	Eksiltili-Merak Uyandıran Cümle (tık tuzağı)	
<b>SPUTNIK</b>	n	19	2	2	0	23
	%	82,6%	8,7%	8,7%	0,0%	100,0%
<b>DW</b>	n	4	1	5	0	10
	%	40,0%	10,0%	50,0%	0,0%	100,0%
<b>INDEPENDENT</b>	n	10	6	4	2	22
	%	45,5%	27,3%	18,2%	9,1%	100,0%
<b>BBC</b>	n	3	3	3	0	9
	%	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	100,0%
<b>HÜRRİYET</b>	n	13	1	3	9	26
	%	50,0%	3,8%	11,5%	34,6%	100,0%
<b>SABAH</b>	n	31	2	0	10	44
	%	70,5%	4,5%	0,0%	22,7%	100,0%
<b>HABERTÜRK</b>	n	9	0	1	3	13
	%	69,2%	0,0%	7,7%	23,1%	100,0%
<b>SÖZCÜ</b>	n	15	4	2	4	25
	%	60,0%	16,0%	8,0%	16,0%	100,0%
<b>T24</b>	n	15	1	2	0	18
	%	83,3%	5,6%	11,1%	0,0%	100,0%
<b>DOKUZ8 HABER</b>	n	6	3	0	0	9
	%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Toplam</b>	n	125	23	22	28	199
	%	62,8%	11,6%	11,1%	14,1%	100,0%
<b>p=0,000</b>						

Uluslararası medyaya ait haber sitelerinden Sputnik ve Independent'in olumlu, DW tahmin-olasılık cümleleri kullanarak haber başlıklarını oluşturduğu görülmüştür. BBC ise olumlu-olumsuz-tahmin ve olasılık cümlelerini eşit derecede kullanarak haberlerini servis etmiştir. Uluslararası medyanın haberlerinde tık haberciliği ya da tık tuzağına hemen hemen hiç rastlanmamıştır. Haber başlıklarında net ifadeler kullanmışlardır.

Ulusal medyanın haber siteleri değerlendirildiğinde, tüm sitelerin haber başlıklarında olumlu aktarma yüklemelerini kullandığı görülmüştür. T24 ve Dokuz8 Haber dışında, Hürriyet, Sabah, HaberTurk ve Sözcü'nün haber başlıklarında merak uyandıran-eksilti cümleleri kullanarak okuru tık tuzağına çektiği görülmüştür. Burada amaç okurun haberi tıklamasını sağlamaktır. En fazla tık tuzağını kullanan haber sitesi Hürriyet olmuştur.

Tablo 13. Haber Sitelerinde Kullanılan Çerçevelerin Dağılımı

		B.Kullanılan Haber Çerçevesi											Toplam	
		Ekono- mik Sonuçlar	İnsan İlgisi	Çatışma	Sorumluluk Yükleme	Ahlak	Tedbir ve Kontrol	Riskli Gruplar ve Bilgi Verme	Sayılarla Belirtme	Alarm/ Uyarı	Magazinsel	Bilimsel Gelişme		
A. Haber Sitesi	Sputnik	N	2	3	2	9	0	0	2	17	3	1	17	23
		%	8,7%	13,0%	8,7%	39,1%	0,0%	0,0%	8,7%	73,9%	13,0%	4,3%	73,9%	
	DW	N	3	0	1	2	0	2	2	2	5	0	5	10
		%	30,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	20,0%	20,0%	20,0%	50,0%	0,0%	50,0%	
	Independent	N	1	16	4	17	1	5	12	12	2	1	14	22
		%	4,5%	72,7%	18,2%	77,3%	4,5%	22,7%	54,5%	54,5%	9,1%	4,5%	63,6%	
	BBC	N	2	3	3	7	0	5	2	5	1	0	4	9
		%	22,2%	33,3%	33,3%	77,8%	0,0%	55,6%	22,2%	55,6%	11,1%	0,0%	44,4%	
	Hürriyet	N	2	4	4	16	0	18	9	15	1	0	10	26
		%	7,7%	15,4%	15,4%	61,5%	0,0%	69,2%	34,6%	57,7%	3,8%	0,0%	38,5%	
	Sabah	N	3	2	2	22	1	29	36	7	0	0	8	44
		%	6,8%	4,5%	4,5%	50,0%	2,3%	65,9%	81,8%	15,9%	0,0%	0,0%	18,2%	
	HaberTürk	N	1	5	0	8	0	8	9	2	1	0	4	13
		%	7,7%	38,5%	0,0%	61,5%	0,0%	61,5%	69,2%	15,4%	7,7%	0,0%	30,8%	
	Sözcü	N	2	9	1	15	0	10	13	9	3	1	2	25
		%	8,0%	36,0%	4,0%	60,0%	0,0%	40,0%	52,0%	36,0%	12,0%	4,0%	8,0%	
	T24	N	1	6	2	11	3	11	15	1	1	0	5	18
		%	5,6%	33,3%	11,1%	61,1%	16,7%	61,1%	83,3%	5,6%	5,6%	0,0%	27,8%	
	Dokuz8 Haber	N	2	3	1	4	2	4	5	2	2	0	2	9
		%	22,2%	33,3%	11,1%	44,4%	22,2%	44,4%	55,6%	22,2%	22,2%	0,0%	22,2%	
Total			19	51	20	111	7	92	105	72	19	3	71	199

Haber sitelerinde kullanılan çerçevelere uluslararası medya açısından bakıldığında Sputnik; sayılarla belirtme (%73,9) ile bilimsel gelişme (%73,9) çerçevelerini ağırlıklı şekilde kullanmıştır. DW; alarm/uyarı (%50) ile bilimsel gelişme (%50) çerçeveleri haberlerde eşit şekilde öne çıkmıştır. Bunu ekonomik sonuçlar (%30) çerçevesi izlemiştir. Independent'in haber dağılımına bakıldığında haberlerin sorumluluk yükleme (%77,3) ve insan ilgisi (%72,7) çerçeveleri ile bilimsel gelişme (%63,6) üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Son olarak BBC'ye bakıldığında haberlerin sorumluluk yükleme (%77,8), sayılarla belirtme (%55,6) ve bilimsel gelişme (%44,4) çerçeveleri üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür.

Haber sitelerinde kullanılan çerçevelere ulusal medya açısından bakıldığında, Hürriyet'in haberlerinde tedbir ve kontrol (%69,2) ile sorumluluk yükleme (%61,5) çerçevelerinin ön plana çıktığı görülmüştür. Bunu sayılarla belirtme çerçevesi (%57,7) takip etmiştir. Sabah'ın haberlerinde bilgi verme (%81,8) çerçevesi oldukça fazla kullanılmıştır. Bunu tedbir ve kontrol (%65,9) çerçevesi takip etmiştir. Haber Türk'te yer alan haberlerin dağılımına bakıldığında, bilgi verme (%69,2) ve sorumluluk yükleme (%61,5) ile tedbir ve kontrol (%61,5) çerçeveleri ön plandadır. Sözcü sorumluluk yükleme (%60) ile bilgi verme (%52) çerçevelerini ağırlıklı kullanmıştır. T24'ün haberlerinde sorumluluk yükleme (%61,1) ile tedbir ve kontrol (%61,1) çerçevelerinin öne çıktığı görülmüştür. Dokuz8 Haber ise bilgi verme (%55,6), sorumluluk yükleme (%44,4) ve tedbir ve kontrol (%44,4) çerçeveleri haberlerde öne çıkmıştır.

Elde edilen bulgulara göre Sputnik ve DW; bilimsel gelişme, Independent ve BBC; sorumluluk yükleme, Hürriyet; tedbir ve kontrol, Sabah, HaberTürk, T24 ve Dokuz8 Haber; bilgi verme, son olarak da Sözcü; sorumluluk yükleme çerçevelerini en fazla kullanmıştır. Bilgi verme çerçevesinin haberlerde daha fazla kullanılması ile hem salgının seyri hem de aşılara yönelik beklentilerin genel çerçevede sunulduğu sonucuna varılmıştır. Buna ilave olarak, aşı çalışmaları ile birlikte salgını önlemeye yönelik her türlü bilimsel gelişmenin uzman ve kaynak açıklamalarına yükleyen haber çerçevelerinden yararlandığı ve sorumluluğun kişi ya da kurumlara yüklendiği sonucu elde edilmiştir.

### Sonuç ve Değerlendirme

Toplumun haber alma kaynaklarının çeşitlendiği günümüzde internet teknolojisinde yaşanan gelişmelerle internet gazeteciliğinin de önemi artmıştır. Farklı ekonomi-politik yapıları doğrultusunda medya kuruluşları da haberleri kendi internet siteleri aracılığı ile kamuoyuna duyurmaktadır. Hem erişim kolaylığı hem de hızlı olması dolayısıyla haber siteleri geleneksel medya karşısında toplumun alternatif bilgi kanalını oluşturmaktadır. Sağlık konulu haberlerin sıkça yer aldığı haber sitelerinde Covid-19 pandemisi ile alakalı haberlere de geniş yer verildiği görülmektedir. Tüm dünyayı ilgilendiren aşı haberlerine yönelik tutumun ulusal ve uluslararası medyada nasıl ortaya konduğu, haberlerin nasıl çerçvelendiği ve hangi haber-inşa stratejilerinin kullanıldığı bu çalışma ile ortaya konmuştur.

Tüm dünyada aşı geliştirme çalışmaları ile başlayan bir yarış söz konusudur. Dünya kamuoyu Covid-19'a karşı etkili bir aşı beklemektedir. Bu sebeple toplumun virüse karşı geliştirilen aşı haberlerine karşı merak ve ilgisi de söz konusudur. Aşı denemelerinin sonuçlarının bilimsel yayınlar yerine basın bültenleri ile duyurulmaya başlanması bilginin nasıl çerçvelendiği hususunun da önemli olduğunu göstermiştir.

Yapılan çalışmada elde edilen bulgulara göre; haber dağılımına bakıldığında uluslararası medyadan aşı haberlerine en yoğun ilgiyi Rusya'nın haber sitesi Sputnik göstermiştir. Türkiye'de 16 Eylül'de başlayan Çin aşısı, genel olarak haberlerin büyük bölümünü oluşturmaktadır. Sputnik kanalında, aşı haberlerine yönelik bilimsel gelişmelerin daha çok devlet başkanları aracılığı ile verildiği görülmüştür. Bu durum aşının siyasileştirildiği bir durumu da göstermektedir. Aşı konusu, siyasi propaganda haline gelmiştir. Uluslararası medyadan aşı haberlerine en az ilgiyi ise BBC'nin gösterdiği görülmüştür. Bu durumda, Sputnik aşı haberlerinde daha çok öne çıkarmalar yapıp konuyu güncel tutarken, BBC konuyu geri plana itmiştir. Haber sitesinde Türkiye'nin dâhil olduğu sadece tek bir aşı haberi yer almaktadır.

Haber dağılımına ulusal medya açısından bakıldığında, aşı haberlerinin yoğunlaştığı haber sitesi Sabah olmuştur. 44 haberin yer aldığı sitede, özellikle yerli aşı çalışmalarına yönelik olumlu gelişmeler aktarılmaktadır. Haber başlıklarında 'müjde',



'*tünelin sonu görüldü*', '*yerli aşı müjdesi*', '*tarihi gün*' gibi ifadelerin sıkça kullanıldığı belirlenmiştir. Bu durum, haberlerde daha çok umut verici haber anlatım tarzının kullanıldığını göstermektedir. Özellikle yerli aşı konusu haberlerde sıkça yinelenmekte, benzer haber içerikleri farklı başlıklar altında tekrar sunulmaktadır. Buna karşın Dokuz8 Haber ulusal medya kanalları içerisinde aşı haberlerine ez az yer veren internet sitesi olmuştur. Burada da Sabah, aşı haberlerini siyasi söylem ile birleştirerek ön plana çıkartırken, Dokuz8 Haber konuyu geri plana itmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, haber kaynaklarının uluslararası medyada politikacılar, ulusal medyada ise sağlık çalışanları, özellikle de doktorlardan oluştuğu görülmüştür. Bunun nedeni Türkiye'de 25 merkezde 1300 gönüllü üzerinde başlanan aşılamanın özellikle sağlık personeline yapıyor olmasıdır. Konuyla alakalı bilgilendirme, tanık göstermeler ve örneklemeler yapılarak sağlık çalışanları birinci derecede haber kaynağı olmaktadır. Kitlesel aşılamanın henüz başlamaması dolayısıyla vatandaşın haber kaynağı olduğu bir durum hemen hemen hiç yoktur. Haber kaynakları, sağlık çalışanları, politikacılar ve muhabir-ajans üzerinde yoğunlaşmıştır. Uzman ve kaynak açıklamaları da sayısal verilerden yararlanma, tanık gösterme ve tahmini yorumlar şeklinde yer almaktadır. Tahmini yorumlarla aşya yönelik olumlu beklentiler verilmektedir.

Haber çerçeveleri açısından değerlendirildiğinde, en çok kullanılan çerçeveler sırasıyla; sorumluluk yükleme, bilgi verme, tedbir ve kontrol, sayılarla belirtme ve bilimsel gelişme şeklinde yer almaktadır. Sorumluluk yükleme daha çok haber kaynağına yöneliktir, dolayısıyla daha çok sağlık çalışanları üzerinde toplanmaktadır. Aşı hususunda haber içeriklerinde sayısal verilerden yararlanılarak, niceliksel ve bilgilendirici ifadelerin yer alması, haberin kamuoyu gözünde güvenilirliğini de arttırmaktadır.

Haberde ideoloji söylemini açıklayan haber-inşa stratejileri açısından aşı haberlerinin dağılımına bakıldığından daha çok 'birleştirici' inşa stratejisinin kullanıldığı görülmüştür. Haber içeriklerine bakıldığında tüm dünyanın coronavirüse karşı ortak bir mücadelede olduğu, bu sebeple virüse karşı geliştirilen aşılamanın insanlığın kurtarıcısı olacağı yönündedir. Ancak birleştirmenin kullanıldığı durumlarda yapılan çalışmalara en uygun yöntemin propaganda olduğu ifade edilmektedir (Kazaz ve Çoban, 2010, s.195). Bu durumda coronavirüse karşı aşiyı bulmak aynı zamanda gücü ve iktidarı ele geçirmek olarak da düşünülmelidir. Devlet başkanlarının aşı konusunu siyasi söylem ve propaganda amaçlı kullanması bu durumu desteklemektedir. Bu sebeple de 'şeyleştirme' yani doğallaştırma en az kullanılan inşa stratejisi olmuştur. Gizleme/gizemleştirme inşası ise hiçbir haberde yer almamıştır. Başka bir ifadeyle, haberlerde mecaz kullanımı ve mistikleştirme yapılmamıştır.

Haberler daha çok Türkiye kaynaklıdır. Haber başlıklarında kullanılan aktarma yüklemelerinin daha çok olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. İnternet haberciliğinde sık kullanılan ve tıklanma amacına yönelik eksik- merak uyandıran haber başlıklarının da kullanıldığı görülmüştür. Buna karşın haber başlıklarında olumsuz ifadelere daha az yer verildiği görülmüştür. Bu durum, haberlere olan güven ve umudu arttırırken, halkın korku ve paniğe sürüklenmesini de engellemektedir.

Covid-19'a yönelik geliştirilen aşılamanın nasıl çerçeveslendiği hususunun ele alındığı bu çalışmada, genel olarak bilimsel gelişmelerle haberlerin umut verici şekilde sunulduğu görülmektedir. Oldukça iyimser bir tablonun çizildiği haberlerde hem ulusal hem de uluslararası medya kendi politikaları doğrultusunda bu iyimser tabloya şekil vermiştir. Eleştirel haber dili yerine birleştirici söylem ve anlayışın ön plana çıktığı görülmektedir.

**Kaynakça**

- Atabek, G., Atabek, Ü. ve Bilge, D. (2014). Sağlık haberlerinde dönüşüm:1970-2010 yılları arasında Hürriyet gazetesinde sağlık haberleri. <https://www.academia.edu/>. Erişim Tarihi: 15.11.2020.
- Atabek, N. ve Uztuğ, F. (1998). Haberde çerçeveleme ve öne çıkarma. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi: Kurgu*, (15), 96-105.
- Çınarlı, İ. ve Şimşek, Z. (2013). Doğru ve etkili sağlık iletişimi için 'sağlık haberciliği-programcılığı rehberi. *Tarımda İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları*, (4), 9-10.
- Dursun, Ç. (2001). *Televizyon haberlerinde ideoloji*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Durur, E. (2011). İnşacı yaklaşım içinde çerçeveleme kuramı ve haberin çerçevesi. *Atatürk İletişim Dergisi*, (2), 21-31.
- Erdoğan, İ. (2011). Gündem koyma ve saptama yaklaşımında bir araştırma geleneği ve tasarımı olarak çerçeveleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 48-62.
- Kazancı, M. (2002). Althusser, ideoloji ve iletişimin dayanılmaz ağırlığı. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 57(1), 66-81.
- Kazaz, M. ve Çoban, M. (2010). Televizyon haberleri ve egemen söylemin yeniden üretimi sürecinde ideoloji inşa stratejilerinin kullanımı. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(2), 195.
- Maden, S. (2020). Covid-19 Salgını ve sağlık haberciliği: Prof. Dr. Erkan Yüksel ile söyleşi. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(6), 205-210.
- Orhon, N. (2004). Değişim değeri açısından televizyon haberi-teknolojik ve ideolojik boyutlarıyla metalaşan televizyon haberleri. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları* (1537), 38-50.
- Özarlan, H. ve Güran, M. S. (2015). İletişim araştırmalarında çerçeveleme paradigması: Son döneme ait bir inceleme. *Selçuk İletişim*, 8(4), 32-48.
- Özçetin, B. (2019). *Kitle iletişim kuramları-kavramlar,okullar-modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Öztunç, M. (2020). İnternet haberciliğinde koronavirüs salgınının sunum biçimi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 2825-2840.
- Saraç, D. (2018). Domuz gribi haberlerinde çerçeveleme: Hürriyet gazetesi örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 161-185.
- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 106-107.
- Sönmez, B. (2018). <http://yenimedya.info/2018/10/01/cerceveleme>. Erişim Tarihi: 22.11.2020
- Sungur, S., Yücel, E., Metintaş, S. ve Önsüz, M. F. (2020). Yüksek tiraj yapan yerli ve yabancı internet gazetelerinin koronavirüs hastalığı ile ilgili haber içeriklerinin incelenmesi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, (5), 47-60.
- Yıldırım, B. (2013). Sağlık endüstrisinin yeniden üretimi: sağlık gazeteciliği (temel eğilimler ve yapısal sorunlar). Ş. Çağlar (Ed.), *Şövalyelik mesleği gazeteciliğinin uzmanlık alanları*. (s. 379-389). Konya: Literatürk Yayınları.
- Yıldırım, B. (2015). *İletişim araştırmalarında yöntemler*. Konya: Literatürk Yayınları.

Yüksel, E., Adıyaman, F., Keçeli, D., Doruk, Ö., Yavuz, Ö. ve Kasdemir, B. (2014). Obezite konusu basında nasıl çerçevenmektedir?. *Selçuk İletişim Dergisi*, 8(2), 149-176.