

# Türkiye'de Gazete Manşetlerine Göre Pandeminin İlk 3 Ayı

## The First 3 Months of the Pandemic According to Newspaper Headlines in Türkiye

Neslişah Şiyve<sup>1</sup> , Ahmet Furkan Süner<sup>2</sup> , Salih Keskin<sup>1</sup> , Ahmet Can Bilgin<sup>3</sup> 

<sup>1</sup> Arş. Gör. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı

<sup>2</sup> Uzm. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı

<sup>3</sup> Öğr. Gör. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Tıp Fakültesi Tıp Tarihi ve Etik Anabilim Dalı

### Öz

**Giriş ve Amaç:** Bilginin sunulması ve saydamlık, salgın döneminde önemli halk sağlığı etik ilkelerindedir. Toplumun bilgilendirilmesinde en önemli araçlardan biri ise kitle iletişim araçlarından gazetelerdir. Gazeteler, kitleyi etkilemek ve dikkat çekmek istedikleri haberler için manşetleri kullanmaktadırlar. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de pandeminin duyurulduğu 11 Mart'tan başlayarak ilk üç ay içerisinde gazetelerin COVID-19 ile ilgili verdikleri haberlerin manşetlerinin içerik analizi yöntemiyle irdelenmesidir.

**Yöntem:** Bu çalışma tanımlayıcı bir çalışmadır. Tirağı 9 - 15 Mart 2020 haftasında 100.000 ve üzerinde bulunan 8 gazete değerlendirmeye alınmıştır. Bu gazetelerin 11 Mart - 1 Haziran 2020 arasındaki manşetleri içerik analizi yöntemiyle irdelenmiştir. Bu dönem Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart, sokağa çıkma yasağının duyurulduğu 10 Nisan, normalleşme ile ilgili ilk adımların atıldığı 11 Mayıs ve tam olarak normalleşmeye geçildiği 1 Haziran tarihleri temel alınarak 3 bölüme ayrılmıştır. Aynı gazeteyi ayrı ayrı iki kişi kodlamış, sonra araştırma grubu bu kodları gözden geçirip belirginleştirmişlerdir. Daha sonra bu kodlardan temalar oluşturulmuştur.

### Abstract

**Introduction:** Information delivery and transparency are important public health ethical principles during the pandemic period. One of the most important tools in informing the society is newspapers from the mass media. Newspapers use headlines for news that they want to influence the audience and attract attention. The aim of this study is to examine the headlines of the news about COVID-19 by content analysis method in the first three months starting from March 11 when the pandemic was announced in Türkiye.

**Methods:** This study is a descriptive study. 8 newspapers with a circulation of 100,000 and more were evaluated in the week of March 9 - 15, 2020. The headlines of these newspapers between 11 March and 1 June 2020 were examined by content analysis method. This period is divided into 3 sections: The first case was announced in Türkiye on March 11, the curfew was announced on April 10, the first steps related to normalization were taken on May 11, it fully transitioned to normalization on 1 June. Two people coded the same newspaper separately, then the research group reviewed and made these codes clear. Themes were then created from these codes.



**Bulgular:** Çalışmada toplam 749 manşet incelenmiştir. İçerik analiziyle çıkarılan kodlardan 16 tane tema elde edilmiştir. Bu temalardan en sık ortaya çıkanlar sırasıyla şunlardır: Koronavirüs bilgileri ve olguları, önlem ve yasaklar, normalleşme, Dünya'nın koronavirüsle mücadelesi, Türkiye'nin koronavirüsle mücadelesi, sağlık hizmeti, dayanışma, yurttaş davranışları, destek programları, çalışma yaşamı, eğitim. Pandeminin 11 Mart-10 Nisan 2020 döneminde gazetelerde koronavirüs ile ilgili bilgiler, mücadele yöntemleri, ekonomik destek paketleri, Türkiye'de ve Dünya'daki durum ele alınmıştır. 11 Nisan-10 Mayıs döneminde ise sokağa çıkma yasakları, kontrollü yaşam (maske, mesafe, hijyen), sağlık çalışanlarının özverileri, hastanelerin çalışması ve yeni hastanelerin açılması öne çıkmıştır. 11 Mayıs-1 Haziran döneminde ise "normalleşmeye geçiş", "yeni normal" üzerinde durulmuştur.

**Tartışma ve Sonuç:** Haberlerin okurlara aktarılması konusunda incelemiş olduğumuz gazetelerin tutumları birbirlerinden farklıdır. Yayın etiği açısından haberlerin doğru ve gerçekçi olması istenmektedir. Bu hususta tüm gazetelerin var olan COVID-19 ile ilgili haberleri şeffaf bir biçimde aktarmasının önemli olduğunun bilinmesi gerekir.

**Anahtar kelimeler:** Gazeteler, etik, COVID-19, Türkiye

**Results:** A total of 749 headlines were examined in the study. 16 themes were obtained from the codes extracted by content analysis. The most common ones that appear from these themes are respectively: Coronavirus information and cases, precautions and bans, normalization, struggle of the Earth with coronavirus, struggle of Türkiye with coronavirus, health care, solidarity, citizens' behaviors, support programs, working life, education. During the period of 11 March-10 April 2020, information about coronavirus, methods of struggle, economic support packages, the situation in Türkiye and the world were discussed in the newspapers. In the period 11 April-10 May, curfews, controlled life (mask, distance, hygiene), dedication of health workers, the work of hospitals and the opening of new hospitals are at the forefront. In the period 11 May-1 June, the "transition to normalization" and the "new normal" were emphasized.

**Discussion and Conclusion:** The attitudes of the newspapers we have examined about the transfer of news to readers are different from each other. In terms of broadcast ethics, it is desired that the news be accurate and realistic. In this regard, it should be known that it is important for all newspapers to transparently convey news about existing COVID-19.

**Keywords:** Newspapers, ethics, COVID-19, Türkiye

---

**Geliş Tarihi / Received:** 08.04.2024 **Kabul Tarihi / Accepted:** 26.05.2024 **Yayın Tarihi / Published:** 30.05.2024

**Sorumlu Yazar:** Neslişah Şiyve, Eposta: n.siyve@hotmail.com

**Atf için:** Şiyve N, Süner AF, Keskin S, Bilgin AC. Türkiye'de gazete manşetlerine göre pandeminin ilk 3 ayı. Sosyal Bilimler ve Sağlık Bülteni (SoSa). 2024;Bahar(10):30-45

## Giriş

Gazeteler, kamunun bilgilendirilmesinde en önemli medya araçlarından biridir. Aynı zamanda gazeteler gündemi belirlemeye çalışırlar. Bunun için bazı haberleri öne çıkartırlar, bazı haberleri daha geri planda sunabilirler (1). Gazeteler, önemli gördükleri haberleri birinci sayfada ve manşet ya da sürmanşetlerle vermektedirler. Manşetlerin ve sürmanşetlerin de dikkat çekici ve kolay okunabilir hazırlanmasına önem verilmektedir (2). Manşet, gazete adının ve logosunun hemen altında, iri puntolu harflerle yazılmış haber başlığıdır. Sürmanşet ise, gazetenin logosunun ve adının üzerine başlığı iri puntolu harflerle yerleştirilen haber başlığıdır (3). Gazetelerde yer alan sürmanşet, daha çok son anda gelen önemli bir haber veya haberlerin atlanılmadan verilebilmesi amacıyla uygulanan bir yöntemdir (4)

Sağlık konusunda gazetelerde birçok haber yer almaktadır ve gazeteler sağlık konulu haberlerin halka aktarılmasında önemini korumaktadır. Zaman içinde daha fazla sağlık haberinin okurlara aktarıldığı görülmüştür. Sağlık haberciliği insanlara sağlıkla ilgili bilgi aktarılması, farkındalık yaratılması ve sağlık okuryazarlığının artmasına katkıda bulunmaktadır (5). Günümüzde medya, sağlıkla ilgili söylemleri şekillendirmede oldukça önemlidir. Bu sebeple gazetelerin toplum sağlığını ve refahını gözetmesi beklenmektedir. Verilen sağlık mesajlarının

içeriği özenle hazırlanmalıdır. Gazeteler, toplumun önceliklerinden olan sağlık için doğru kullanıldığında son derece yararlı bir araçtır.

Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi, Türk Tabipleri Birliği ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu iş birliği ile 1999 yılında düzenlenmiş Sağlık Bilinci ve Medya toplantısında 'Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi' yayınlanmıştır. Bu bildirmede de değinildiği gibi sağlık haberciliği alanında önemli sorunlar barınmaktadır. Türkiye'de, özellikle haber oluşturma kararı, haberin kaynağı, medyada yer alması ve halkın haberden yararlanması alanlarında sorunlar vardır (6). Ayrıca aynı bildirinin üçüncü maddesine göre;

*“Sağlık habercisinin haberyapma özgürlüğüne yönelik hiçbir baskıya izin verilmemelidir. Hangi konunun haber yapılacağına sağlık muhabiri karar vermektedir. Bu konuda habercinin bağımsızlığını etkileyecek hiçbir girişime olanak verilmemelidir. Ancak haberin önceliği konusunda haber kaynağının da görüşü önemsenmelidir. Halkla ilişkiler firmaları da sağlık habercileriyle olan ilişkilerinde hem gazetecilik hem de halkla ilişkiler etik kurallarına saygılı davranmalıdırlar.”*

Bilginin sunulması ve saydamlık, salgın döneminde önemli halk sağlığı etik ilkelerindedir. Günümüzde bireylerin sağlık

hakkında daha bilinçli olup kendi sağlıkları ile ilgili kararları alabilmeleri önem kazanmıştır. Sağlık okuryazarlığı kavramından da bu yüzden daha sık bahsedilir olmuştur (7). Sağlık okuryazarlığının geliştirilmesinde gazete, televizyon gibi medya araçlarının önemi büyüktür. Sağlıkla ilgili konularda güvenilir bilgi kaynaklarına ulaşamayan bireyler; internet, televizyon ve gazete gibi güvenilir olmayan kaynaklara yönelmektedirler (8).

Gazetecilerin rolü, çeşitli toplumsal olaylarla ilgili bilgileri halkla paylaşmaktır. COVID-19 gibi halk sağlığını ilgilendiren salgın süreçlerinde gazetecilik faaliyetleri daha da önemli hale gelmektedir. COVID-19 gibi kriz durumlarında toplum için doğru ve güvenilir haber aktarım misyonu devam etmektedir (9). Pandemi sürecinde çok sayıda sağlık haberi salgının farklı yönlerini aktarmak amacıyla okurlarla paylaşılmıştır. Ancak bu süreç uygulamaların doğru olup olmadığı gibi etik ikilemleri de beraberinde getirmiştir. Salgının tüm dünyaya yayılmasıyla eşzamanlı olarak medyada dezenformasyon görülmüştür (10). Yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkanlarla okuyucuya, dinleyiciye ve takipçilere daha etkin bir biçimde ulaşma imkanı doğmuştur. Gazetelerin okurlar tarafından bizzat alınmasının sorunlu olduğu dönemlerde gazetelerin çeşitli platformlar aracılığıyla haber alma ve haber yayma süreçlerindeki etkin rolü devam etmiştir (11).

Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde nedeni bilinmeyen pnömoni vakaları görülmeye

başlamıştır. Etken 7 Ocak 2020'de tespit edilmiştir ve yeni tip bir koronavirüs olarak belirtilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 31 Ocak 2020'de "Uluslararası kamu sağlığı acil durumu", 11 Mart 2020'de de koronavirus salgınına pandemi olarak duyurmuştur (12). Ülkemizde de ilk vaka bu tarihte ilan edilmiştir. Bunu takiben tüm medyada, COVID-19 pandemisi ile ilgili haberler öncelikli olarak yer almaya başlamıştır. Bu süreçte her gazete konuyu kendi standartlarıyla ele almış ve pandemiye halka farklı yöntemlerle aktarmıştır. Öne çıkan olaylar şunlardır: İlk vakanın açıklanması, bağış kampanyaları, sokağa çıkma yasağı ilanı ve ardından İçişleri Bakanı'nın istifası, 65 yaş üstü yurttaşlara sürekli sokağa çıkma yasağı, normalleşme süreci, İsveç'ten gelen hasta...

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de pandeminin duyurulduğu 11 Mart'tan başlayarak ilk üç ay içerisinde gazetelerin COVID-19 ile ilgili verdikleri haberlerin manşetlerinin ve sürmanşetlerinin içerik analizi yöntemiyle irdelenmesidir.

## Yöntem

Bu çalışma tanımlayıcı bir çalışmadır. Çalışmaya, 09.03-15.03 2020 haftasında triajı 100.000 ve üzeri olan 8 gazete alındı. Bunlar şunlardır: Milliyet, Sözcü, Türkiye, Yeni Şafak, Sabah, Takvim, Hürriyet, Posta. Bu gazetelerin Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü 11.03.2020 tarihinden pandeminin "yeni normal"inin

başlangıcı olan 01.06.2020 tarihi aralığında manşet ve sürmanşetlerinde yer alan COVID-19 ile ilgili haberler içerik analizi ile incelendi. Gazete adının ve logosunun altında, iri puntolu harflerle yazılmış haber başlıkları manşet olarak kabul edildi. Gazetenin logosunun ve adının üzerine başlığı iri puntolu harflerle yerleştirilen haber başlıkları sürmanşet olarak değerlendirildi.

Bu dönem üç bölüm halinde değerlendirildi. Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart, sokağa çıkma yasağının duyurulduğu 10 Nisan, normalleşme ile ilgili ilk adımların atıldığı 11 Mayıs ve tam olarak normalleşmeye geçildiği 1 Haziran tarihleri temel alınarak üç bölüme ayrıldı.

Gazete manşetleri günlük olarak gazetelere ait web sitesinden tıpkı basımları indirilerek takip edildi. Eğer gazete manşetlerine ulaşılmadıysa veya geçmişe yönelik bir arama yapılacaksa ‘gazeteoku.com’ web sitesinden geçmişe yönelik tarama yapıldı. Gazetelerin temalarını belirlemek için dört araştırmacı birlikte çalıştı. Öncelikle, her gazete ikişer araştırmacı tarafından manuel olarak kodlanmıştır. Değerlendirme sırasında ilk olarak gazete manşetlerinin COVID-19 ile ilgili olup olmadığı belirlendi. Eğer manşet COVID-19 ile ilgili değilse manşet incelemiden çıkarıldı. COVID-19 ile ilgili olan haberler ise araştırmacılar tarafından kodlandı. Son aşamada, tüm araştırmacılar bir araya gelerek, kodlar ortaklaştırıldı ve ortaklaştırılan kodlar incelenerek ortak temalar belirlendi. Kodlardan 16 tema oluşturuldu. Her bir gazetenin COVID-19’a yaklaşımı ve vurguladığı noktalar üç dönem içinde en çok öne çıkan temalar ve en çok tekrarlanan kodlar göz önüne alınarak yorumlandı.

## **Bulgular**

Çalışmada toplam 749 manşet incelendi ve bunların 118’i COVID-19 ilişkisiz bulundu. 631 manşet kodlandı. Elde edilen kodlardan 16 tema belirlendi (Tablo 1).



**Tablo 1.** Temalar ve İlişkili Kodların Dağılımı

Sayı	Tema	Kodlar
1	<b>Koronavirüs bilgileri ve olguları</b>	İlk vaka, test, COVID-19 belirtileri, hastalık kapmak, hasta, salgın, koronavirüs, enfeksiyon, risk, vaka sayısı, virüsün yayılma hızı, vaka artış hızı, bulaşmak, ikinci dalga, taşıyıcı, toplum bağışıklık oranı, 14 gün, pik noktası, kritik eşik, temas, iyileşmek, pandemi, bulaş zincirini kırmak, ölüm oranı, filyasyon ekibi, pozitif vaka
2	<b>Virüs fırsatçıları</b>	Koronavirüs fırsatçılığı, tüketici mağduriyeti, dolandırmak, fiyat artışı, zam, fahiş fiyat, maske dağıtımı yok, vatandaşı soymak, parayla maske satışı
3	<b>Önlem ve yasaklar</b>	Temaslı takibi, dezenfeksiyon, tedbir, sokağa çıkma uyarısı, maske, karantina, şehirler arası seyahat yasağı, evden çıkma yasağı, izolasyon, sosyal mesafe, hijyen, evde hayat var, sokağa çıkma yasağı, 65 yaş üstü, 20 yaş altı, okullarda eğitime ara, uzaktan eğitim, evde kal, toplu taşıma, önlem almak, korona önlemleri, kapalı mekanlar, sıkı denetim, hes kodu, ceza, yasak
4	<b>Normalleşme</b>	Yeni normal, seyahat yasağı kalktı, avmler açıldı, okullar açıldı, camide namaz, kontrollü sosyal hayat, izin, yasakların kaldırılması, tedbirlerde kademeli gevşeme, restoran ve kafelerin açılması
5	<b>Dünya'nın salgın ile mücadelesi</b>	Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) pandemi ilanı, avrupa, italya, çin'den abd'yi suçlama, Avrupa Birliği (AB) kapılarını kapattı, Çin'in seferberliği, dünyada önlemler, avrupa dökülüyor, dünya başaramadı, morglar doldu, toplu mezarlar, sağlık sistemlerinin çökmesi, yardım talebi, avrupa çıkış arıyor
6	<b>Türkiye'nin salgın ile mücadelesi</b>	Koronayı yenmek, Türkiye destek verdi, koronavirüsle mücadele, üstesinden gelmek, başarı, zor sınava geçtik, dünyaya örnek, hep birlikte, rehabet yok, bizbize yeteriz, virüsü yenmek, salgın kontrol altında, sıkı denetim, panik yok, Türkiye'nin gücü, kontrollü sosyal hayat, gurur veren haber, güvenilir ülke
7	<b>Sağlık hizmeti</b>	Corona testi, pandemi hastaneleri, hızlı test kiti, yerli solunum cihazı, cerrahpaşa tıp fakültesi, hastane açılışı, plazma tedavisi, pcr testi, aids ve sıtma ilaçları, sgk, rahat erişim, sağlık sektörü, filyasyon ekipleri, kendi tedavi algoritmamız, hidrosiklorokin, filyasyon sistemi, şehir hastaneleri açılışı, ücretsiz hizmet, sağlık yardımı, hasta kabulü başlıyor, sağlık turizmi, bilim kurulu
8	<b>Sağlık çalışanı</b>	Alkışlar onlara, doktora saygı, hastane evleri oldu, 601 sağlık çalışanı hasta, beyaz ordu, sağlık ordusu gece gündüz çalışmak, sağlık çalışanı anneler, fedakarlık, görünmez kahramanlar, sağlık personeli, sağlık çalışanına teşekkür, sağlıkçı anne, hayat kurtarma nöbeti, izin iptali, sağlıkçıya şiddet, sağlıkçıya sahip çıkmak
9	<b>Dayanışma</b>	Milli dayanışma kampanyası, maaş bağışlama, bizbize yeteriz, bireysel destek, milli egemenlik, seferberlik, destek almak, sosyal yardımlaşma, yardım, kenetlenmek
10	<b>Yurttaş davranışları</b>	İnsan duyarısızlığı, riske aldırılmamak, panik yapmamak, virüs korkusu, bayram ziyareti, önlemlere uymadı, sorumsuzluk, rehabet, hasta ziyareti, kurallara uymak, yasaklara uymamak, sosyal mesafeyi yok saydı, avm kuyruğu, karantinaya uymamak, ev partisi, isyan etmek, psikolojik harp, dikkatsizlik, toplu etkinlik
11	<b>Hükümet</b>	Sağlık bakanı, Fahrettin Koca, cumhurbaşkanı, bakan soylu, içişleri bakanı, istifa kabul etmeme, bakanlar kurulu, berat albayrak, AKP, MHP, MEB bakanı, ticaret bakanı, turizm bakanı, hükümet, yardım kesintisi, oy hesabı, meral akşener, başkan erdoğan,
12	<b>Muhalefet</b>	Bahçeli, CHP, İBB, CHP zihniyeti, karalama çalışmaları, ekrem imamoğlu, algı yapmak, şov yapmak, İyi parti
13	<b>Destek programları</b>	Destek paketi, ekonomik tedbir paketi, kredi vermek, ekonomik istikrar kalkanı, , işe devam desteği, 6 ay vergi ötelenmesi, kısa çalışma ödeneği, işten çıkarmak yasak, vefa koordinasyon grubu, polisten market servisi, kampanya, bedava maske kolonya, emekliye ikramiye, yardım kolisi, infaz indirimi
14	<b>Çalışma yaşamı ve ekonomi</b>	İhracatçıya destek, borçlara öteleme, vergi erteleme, kısa çalışma ödeneği, bakkallara izin, ücretsiz izin, iflas etmek, ekonomi, perakende, sektör, istihdam, korona paketi, geçim sıkıntısı, ekonomik seferberlik, iş kaybetmek, ekonomik kriz, korona işsizleri, salgında fırsat kapıları, kesintisiz tedarik, güçlü üretim, hızlı lojistik, esnek çalışma
15	<b>Eğitim</b>	Uzaktan eğitim, EBA, okul ücretleri, LGS ve YKS tarihleri, sınıfta kalmak yok, sınav ertelenmesi, internet, veli, psikososyal destek,
16	<b>Bilimsel çalışmalar</b>	Aşı için çalışmalar, çinden ilaç, ilaç çalışması, favipravir, coronavirüs aşısı, araştırma desteği, plazma tedavisi

Gazeteler söz edilen üç dönemi şöyle görmüşlerdir:

### **Milliyet gazetesi**

Milliyet gazetesinde Türkiye'deki salgının birinci döneminde daha çok evde kal uyarısının okurlara aktarıldığı; eğitim ve ekonomi haberlerine sıklıkla yer verildiği görülmüştür. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “Çin”, “milli eğitim”, “salgın”, “cumhurbaşkanı”, “bilim kurulu” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde de her şey kontrol altında mesajı verilmiştir. “Eski Dünya yine olur” gibi manşetlere yer verilmiş ve sıkça umutlu olunması gerektiği aktarılmıştır. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “sağlık bakanı”, “cumhurbaşkanı”, “destek”, “maske”, “normalleşme”, “dezenfektan” gösterilebilir.

Salgının üçüncü döneminde COVID-19'a daha az yer verilmiş ve sosyal devlet örneği benzetmeleri yapılmıştır. Bunun dışında Türkiye'deki mücadeleyle ilgili örnekler paylaşılmıştır. “Mücadele”, “alışveriş merkezi” kodları tekrar etmektedir. 10 Mayıs Pazar günü sağlık çalışanı anneleri manşeti dikkat çekmiştir.

### **Hürriyet gazetesi**

Türkiye'deki salgının birinci döneminde koronavirüs önlemlerine sıkça yer verilmiştir. Zaman zaman da sağlık çalışanlarının bu mücadeledeki rolü “Minnettarız” gibi manşetlerle anlatılmıştır. Bilim Kurulu'nun “26 kahraman” olarak gösterildiği ve Sağlık Bakanı ile ilgili “Fahrettin Bey'in 24 saati” gibi manşetler dikkat çekicidir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “sağlık bakanı”, “önlem”, “vaka”, “cumhurbaşkanı”, “bilim kurulu” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde normalleşmeye dair haberlerin sıkça yer aldığı görülmektedir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “sağlık bakanı”, “cumhurbaşkanı”, “önlem” gösterilebilir. Bu dönemde Halk Sağlığı uzmanlarının bilim kurulunda yer almasına dair habere yer verilmiştir.

Salgının üçüncü döneminde COVID-19'a çok az değinilmiş ve daha çok normalleşmeye ait haberlere yer verilmiştir. “Feriha Hoca da görebilseydi” gibi manşetlerle hayatını kaybeden sağlık çalışanlarına değinilmiştir. Bu dönemde “cumhurbaşkanı”, “bilim kurulu”, “sağlık bakanı” kodları tekrar etmiştir.

### **Sabah gazetesi**

Türkiye'deki salgının birinci döneminde daha çok koronavirus önlemlerine yer verilmiştir.



Türkiye'nin süreci iyi yönettiğine dair manşetlere bolca yer ayırmıştır. “Avrupa’dan en az iki kat iyiyiz” gibi manşetlerle de Avrupa ve Türkiye’yi süreç yönetimi konusunda kıyaslamıştır. Dayanışma, kurallara uyulması gibi haberlerin yanı sıra “Bilim Kurulu ne diyorsa o” gibi manşetlerle bilim kuruluna desteğini dile getirmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “mücadele”, “koronavirüs önlemleri”, “tedbir”, “Erdoğan”, “salgın”, “destek” ve “vatandaş” gösterilebilir.

Salgının ikinci döneminde daha çok sağlık hizmeti sunumu ile ilgili haberlere yer verilmiş, aynı zamanda Türkiye'nin koronavirüsle başarılı mücadelesi aktarılmıştır. Bu bölümde “2020 model skandal” gibi manşetler kullanarak muhalefete eleştirilerde bulunulmuştur. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “Erdoğan”, “mücadele”, “Türkiye” ve “şehir hastanesi” sayılabilir.

Salgının üçüncü döneminde koronavirüse dair haberlere çok az yer vermekle birlikte daha çok Türkiye'nin süreç yönetimindeki başarıları yinelenmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında da “Erdoğan”, “yeni”, “mücadele” ve “normalleşme” sayılabilir. Bu dönemde koronavirüsle ilgili haberlere daha az yer verildiği görülmektedir.

### **Posta gazetesi**

Türkiye'deki salgının birinci döneminde daha çok Türkiye'nin koronavirüs mücadelesini ön plana çıkarmıştır. “Savaş”, “kalkan”, “operasyon”, “seferberlik” gibi kelimelere manşetlerde sıklıkla yer verilmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “cumhurbaşkanı”, “bilim kurulu”, “sağlık

bakanı” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde de Türkiye'nin koronavirüsle mücadelesinde kişisel deneyimlere daha çok yer verilmiştir. Sağlık çalışanlarından bahsedilen haberlere bolca yer verilmiş olup, yurttaş davranışlarına da değinilmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “sağlık bakanı”, “cumhurbaşkanı” sayılabilir.

Salgının üçüncü döneminde COVID-19'a daha az haberle yer verilmiş ve daha çok Türkiye'nin başarısına değinilmiştir. Bu dönemde “normalleşme”, “kontrollü sosyal hayat” kodları tekrar etmiştir.

### **Takvim gazetesi**

Türkiye'deki salgının ilk döneminde sözcük oyunları manşetlerde sıkça kullanılmıştır. “Ne beachim iş”, “Korona belden aşağı vuruyor” gibi cümleler buna örnek gösterilebilir. Bu dönemin on gününde spor haberlerine yer ayırmış olup futbol, magazin gibi konulara ağırlık verildiği gözlenmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “cumhurbaşkanı”, “maske”, “Fatih Terim”, “emekli” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde de daha sık Dünya'nın süreçle olan mücadelesi üzerinden haberler aktarılmıştır. Sağlık çalışanlarıyla ilgili “İyi ki varsınız”, “Çocuklarım size emanet” gibi manşetlere sıkça yer vermiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kod “cumhurbaşkanı” olmuştur.

Salgının son döneminde COVID-19'a daha az haberle değinildiği ve daha çok önlemlere uyma konusunda haberlerin aktarıldığı görülmüştür. Üçüncü dönemdeki haberlerde tekrar eden



“cumhurbaşkanı”, “normalleşme” kodları bulunmaktadır.

### **Türkiye gazetesi**

Türkiye'deki salgının birinci döneminde okurlara seslenirken paternalist bir yaklaşımı tercih etmiştir. “Sözle olmadı zorla” bunun örneklerinden biridir. Süreci Türkiye'nin başarısı şeklinde aktarmıştır. Destek paketlerinden ve alınan önlemlerden bahseden haberlere de sıkça yer verilmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “tedbir”, “hastane”, “izolasyon”, “sağlık bakanı”, “fırsatçılık” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde de devletçi yaklaşımın ön plana çıktığı görülmektedir. Bakan Soylu'ya yaşanan olayda sahip çıktığı söylenebilir. Normalleşme sürecinden bu dönemde bahsedilmeye başlanmıştır. Türkiye'nin başarısına da yer ayrılmıştır. “Türkler başarıyor”, “Dünya'nın yeni üssü Türkiye” gibi manşetlere yer verilmiştir. En çok gözlenen kodlar arasında “tedbir”, “hastane”, “cumhurbaşkanı”, “normalleşme” sıralanabilir.

Salgının üçüncü döneminde COVID-19 ile ilişkili az haber bulunmaktadır. Bu haberlerde Türkiye'nin koronavirüsle mücadelesine çokça yer verilmiştir. Bu dönemde “Türk tedavisi örnek oluyor” şeklinde manşetler atılmıştır. Öne çıkan bir kod bulunamamıştır. Muhalefete ilişkin haberlerin neredeyse hiç yer almadığı söylenebilir. Sürmanşetlerinde farklı tonlar kullanarak bazı kelimelere dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

### **Sözcü gazetesi**

Türkiye'deki salgının birinci döneminde çalışma yaşamının ve ekonominin bu süreçten nasıl etkilendiğine daha çok değinmiştir. “Evde kal da, nasıl kalalım Türkiyem” gibi manşetlere yer vererek tepkisini göstermiştir. Bunun dışında hükümet ve muhalefet eksenindeki tartışmalarla haberler şekillendirilmiştir. Ayrıca koronavirüs önlemlerinden de bahsedilmiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “önlem”, “yardım”, “mücadele”, “muhalefet” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde de hükümet ve muhalefet temaları ön plana çıkmıştır. “Yeni pandeminin adı kutuplaşma virüsü” şeklindeki manşetlere yer verdikleri görülmüştür. Koronavirüsle ilgili yasakları ve düzenlemeleri içeren haberlerin bu dönemde yine fazlasıyla yer aldığı gözlenmektedir. Nisan ayının ortasından sonra koronavirüsle ilgili haberlere daha az verilmeye başlanmıştır. 10 Nisan'daki ilk sokağa çıkma yasağının uygunsuzluğunu eleştirmiştir. “Bütün emekler iki saatte boşa gitti.” şeklindeki bir sürmanşetle bu tepki dile getirilmiştir ve İçişleri Bakanı Süleyman Soylu ile ilgili haberlere birkaç gün boyunca yer verilmiştir. Süleyman Soylu'nun istifasının kabul etmemesinden sonra sarf ettiği “Aziz milletimiz ve hayatımın sonuna kadar sadık olacağım cumhurbaşkanımız beni bağışlasın.” cümlesine de yer verilmiştir. Bilim kurulundan hemen hemen hiç bahsedilmediği dikkat çekmektedir. Halk Sağlığı kavramına yeterince yer verilmemiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “siyaset”, “Ekrem İmamoğlu”, “AKP”, “CHP” ve “65 yaş üstü”

gösterilebilir.

Salgının üçüncü döneminde COVID-19'a çok az haberle değinilmiştir. Bu dönemdeki haberlerde tekrar eden kodlar olduğu gözlenmemiştir. Hükümetin, muhalif belediyeler tarafından yapılan yardımları engellemesi eleştirilmiştir. Vatandaşın tepkilerine ve hükümete olan eleştirilerine üç dönem boyunca da yer vermeye devam etmiştir. “Ne önlem varsa alınsın, 15-20 gün dişimizi sıkıp virüs belasından kurtulalım.” şeklinde cümlelerin haberlerin içinde geçtiği görülmüştür.

### **Yeni Şafak gazetesi**

Türkiye'deki salgının birinci döneminde Dünya'nın koronavirüsle olan mücadelesine büyük bir yer ayırmıştır. Türkiye'nin de süreci iyi yönetimine dair manşetlere sıkça yer vermiştir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodlar arasında “cumhurbaşkanı”, “sağlık bakanı”, “İtalya” sayılabilir.

Salgının ikinci döneminde de Türkiye'nin başarısını ön plana çıkardığı ve normalleşmeye dair haberlere yer verildiği görülmüştür. Dünya'nın koronavirüsle olan mücadelesi haberleri sürdürülmüştür. Sağlık hizmeti ile ilgili haberler dikkati çekmektedir. Bu bölümde en çok karşılaşılan kodun “cumhurbaşkanı” olduğu söylenebilir.

Salgının üçüncü döneminde COVID-19'a ilişkin haberler azdır. Muhalefete eleştiriler dikkat çekicidir. Üçüncü dönemdeki haberlerde “cumhurbaşkanı” kodu sıkça yinelenmiştir. “Yeni hayat”, “yeni normal” gibi kodlar bulunmuştur. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nin başarıları manşetlere taşınmıştır. Sürmanşetlerde Türkiye ve diğer ülkelerin durumu karşılaştırılmış, Türkiye'nin üstünlüğü gösterilmiştir.



**Tablo 2. Gazetelerde Dönemlere Göre Temaların Dağılımı**

Gazete Adı	1. Dönem (11 Mart-10 Nisan)	2. Dönem (11 Nisan-11 Mayıs)	3.Dönem (12 Mayıs-1 Haziran)
Milliyet	Koronavirüs bilgileri ve önlemleri, Dünya'nın koronavirüs ile mücadelesi	Koronavirüs bilgileri ve önlemleri, Dünya'nın koronavirüs ile mücadelesi, Türkiye'nin koronavirüs ile mücadelesi	Normalleşme
Hürriyet	Önlemler ve yasaklar, hükümet	Önlemler ve yasaklar, hükümet, Türkiye'nin koronavirüs ile mücadelesi	Normalleşme
Sabah	Önlemler ve yasaklar, hükümet	Türkiye'nin koronavirüs ile mücadelesi, sağlık hizmetleri	Normalleşme
Posta	Önlemler ve yasaklar, hükümet	Türkiye'nin koronavirüsle mücadelesi çoğunlukla Sağlık Bakanı ve sağlık emekçileri üzerinden görülmüştür	Normalleşme
Takvim	Hükümet, destek programları, magazin	Dünya'nın koronavirüs ile mücadelesi	Normalleşme, uyumsuzluk tedbirsizlik
Türkiye	Koronavirüs bilgileri ve önlemleri, Türkiye'nin koronavirüsle mücadelesi, yurttaş davranışları	Normalleşme, sağlık hizmeti, çalışma yaşamı	Türkiye'nin koronavirüs ile mücadelesi
Sözcü	Koronavirüs önlemleri, ekonomi ve çalışma hayatı	Hükümet, muhalefet	Turizm
Yeni Şafak	Dünya'nın koronavirüs ile mücadelesi	Dünya'nın ve Türkiye'nin mücadelesi, koronavirüs yasakları, hükümet	Normalleşme, Dünya'nın koronavirüs ile mücadelesi, hükümet

## Tartışma

Bu çalışmada COVID-19 pandemisinin ilk 3 ayının Türkiye'deki önde gelen gazetelerin manşetleri ve sürmanşetlerine nasıl yansıdığı araştırılmıştır. Gazeteler bu süreci farklı biçimlerde değerlendirmişlerdir, okuyucularına farklı mesaj vermeyi amaçlamışlardır. Ana akım medyanın haberleri aktarım konusunda benzer tutumlara sahip olduğu bulunmuştur.

Gazeteler kendi anlayışlarını COVID-19 sürecine yansıtmışlardır. Takvim, magazin öğelerini öne çıkartmış, manşetleri sözcük oyunları ile sunmuştur. Sabah, Takvim, Türkiye ve Yeni Şafak gazeteleri bu süreci açık biçimde cumhurbaşkanı ve hükümetin başarısı olarak görmüştür. Türkiye'nin başarısı ve Dünya'nın başarısızlığı bu gazetelerde sıklıkla

işlenmiştir. Yeni Şafak gazetesi Türkiye'nin süreci Dünya'dan daha iyi yönettiği konusunda çok sayıda haberle manşetlerini şekillendirmiştir: "Avrupa'dan en az 2 kat iyiyiz", "Tek bir devlet yapabilirdi o da Türkiye". Hürriyet, Milliyet ve Posta gazetelerinde süreç Sağlık Bakanlığı ve sağlık hizmetleri açısından görülmüştür. Sözcü gazetesi ise "muhalif" bir tutum sergilemiştir. COVID-19 süreci hükümetin başarısızlıkları üzerinden ele alınmıştır. Diğer gazetelerde muhalefetten neredeyse hiç söz edilmemiştir. Muhalefetten bahsedildiği zamanda eleştiri niteliği taşıyan haberlere yer verdikleri görülmüştür. Bu gazetelerde hükümetin çabaları övülmüş, olumsuzluklardan ise uyarılara uymayan yurttaşlar sorumlu tutulmuştur. "Geze Geze Yaydılar", "Okyanusu Geçip Derede Boğulma", "Taziye Kabusu" gibi manşetler örnektir.

Gazetelerdeki farklılıklar 3 görsel üzerinden tartışılmıştır;

İlk görsel pandeminin Türkiye'de ilan edildiği günün ertesi gün (12 Mart 2020) çıkan gazeteleri göstermektedir. Milliyet, Takvim, Sabah, Türkiye, Yeni Şafak gazetelerinde ise birbirlerine benzer olarak "Sakin Ol", "Panik Yok", "Endişeye Yer Yok", "Tebdir Alındı, Bu Panik Gereksiz", "Kirliliği Bilgiye Kanmayın Her Şey Kontrol Altında" gibi manşetler kullanılmıştır. Bu gazeteler her şeyin kontrol altında olduğu imajını vermiştir. Sözcü gazetesi ise "Virüs Fırsatçıları" şeklinde bir manşeti yeğlemiştir.

Görsel 1. 8 Gazetenin 12 Mart Tarihli Manşetlerinin Karşılaştırılması



İkinci görsel sokağa çıkma yasağının duyurusunun tartışmaları sonucu Bakan Süleyman Soylu'nun istifasının ertesi günü (12 Nisan 2020) çıkan gazeteleri göstermektedir. 10 Nisan tarihinde sokağa çıkma yasağı haberinin halka son anda verilmesi, izdihama neden olmuştur. Bu karar nedeniyle Bakan Soylu istifasını bildirmiştir. Milliyet, Posta, Sabah, Takvim, Yeni Şafak gazetelerinde izdiham ve Soylu'ya değinilmemiş, sokağa çıkma yasağı işlenmiştir. Sözcü gazetesi "Bütün emekler 2 saatte boşa gitti" manşetiyle hükümeti eleştirirken Türkiye gazetesi "Erken duyursak yağma olurdu" manşetiyle hükümeti savunmuştur.

Görsel 2. 8 Gazetenin 12 Nisan Tarihli Manşetlerinin Karşılaştırılması



Üçüncü görsel normalleşmenin başladığının duyurulmasının ve 65 yaş üstü vatandaşlara sokağa çıkma izni verilmesinin ertesi günündeki (11 Mayıs 2020) gazetelerin manşetlerini göstermektedir. Hürriyet, Milliyet, Posta, Takvim ve Yeni Şafak gazeteleri aynı görsellerle 65 yaş üstü vatandaşların sokağa çıkma iznini aktarmışlardır. Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri şehir hastaneleri ilgi haberi manşet yapmıştır. Sözcü gazetesi ise manşetinde işsizlik kuyruğuna değinmiştir.

Görsel 3. 8 Gazetenin 11 Mayıs Tarihli Manşetlerinin Karşılaştırılması



Kimi gazetelerin değişik kaygılarla gündemi kendi isteklerine göre manipüle ettikleri, kamuyu bilgilendirme, kamu adına ve yararına devleti denetleme gibi rollerinden uzaklaştıkları bilinmektedir (13,14). Gündem belirleme kuramına göre olaylar önem sırasıyla dizilerek hangi olayların önemseneceği, hangilerinin önemsenmeyeceği belirlenir. Böylece insanların tutum ve davranışlarının, gazete manşetlerinde verilen haberler ya da gazete yazarlarının yaptığı yönlendirici yorumlar çerçevesinde şekillendirilmesine çalışılır (15). Bu çalışmada pandemi sürecinde yaşanan somut olaylara rağmen gazeteler kendi bakış açılarıyla gündemi belirlemeye çalışmışlardır.

Toplum açısından önemli olan medyanın özellikle haberlerin güvenilirliği günümüzde, geçmişten daha önemli hale gelmiştir. Türkiye’de özellikle son dönemde gerçekleşen siyasal ve toplumsal birçok olayın neticesinde zaten problemi olan medyaya güven daha da azalmıştır. Yapılan çalışmalarda, toplumda en az güvenilen kurumlar arasında medya gelmektedir. Yeni ortaya çıkan alternatif medyaya rağmen aktarılan haberler sıkça güvenilirlik tartışmalarına konu olmaktadır (16). Çalışmamızda görüldüğü gibi toplumun bütün kesimlerini ilgilendiren sağlıkla ilgili olayların aktarılmasında kitlelerin güvenini azaltacak cinsten manipülasyonlara yer vererek haberler manşetler ve sürmanşetler aracılığıyla okurlara aktarılmıştır.

Manipülasyon, kitlelerin hedefe uyum sağlamaları amacıyla psikolojik süreçlerin kullanıldığı bir iletişim tekniğidir. Tek tarafı olan bu etkinlikte çeşitli bilgiler ve düşünce kalıpları kitlelere aktarılmaktadır. Manipülasyonda istenen düşünce, duygu ve davranışın oluşabilmesi için aktarılacak istenen bilgiler çarpıtılmakta, eksiltilmekte, çoğaltılmakta ya da abartılmaktadır (14). Manipülasyon günümüzde özellikle bireysel özgürlüğün ön planda olduğu ve demokrasiyle yönetilen toplumlarda geçerlidir. Bu toplumlarda rıza üretiminin gerçekleşmesi için gerekli en önemli yol kitle iletişim araçlarının kullanılmasından geçer (17). Kitle iletişim araçlarıyla toplumu etkilemek dışında karşılıklı bir etkileşim ortamı da kurulur. Siyasal sistem yapılanması ve toplumsal hayatta kitle iletişim olayları önemli bir rol üstlenir (18). Çalışmamızda, manşetler ve sürmanşetlerde haberler aktarılırken gazetelerin sıkça manipülasyona yer verdikleri görülmektedir.

Medya kuruluşlarının toplumu bilgilendirme, organize etme ve harekete geçirme gibi kamu yönetim unsurlarının sürdürülmesinde önemi vardır. Ancak birçok basın organı günümüzde belirli ideolojileri temsil etmektedir. Bu durum olağan durumlarda yayın organlarının yayın politikalarının şekillendirirken, toplumsal önemi büyük olan doğal afet gibi durumlarda da devam etmektedir. Bu durum, Yalçın'ın çalışmasında Kahramanmaraş depremlerindeki örnekler üzerinden aktarılmaktadır. Çalışmada afetten sonraki günlerde haberlerin aktarım şekillerinin gazeteler arasındaki farklılığı dikkat çekmektedir (19). Çalışmamızda benzer şekilde, haberler gazetelerin temsil ettiği ideolojiler etrafında şekillendirilmiştir. Bu durum, izleyen dönemlerde değişmekle beraber gazeteler arasındaki farklılığın korunduğu dikkat çekmektedir.

Görüldüğü gibi haberlerin okurlara aktarılması konusunda gazetelerin tutumları birbirlerinden farklıdır. Sağlık haberlerinin doğru ve zamanında, özenle verilmesi habercilik etiği açısından önemlidir. Pandeminin saydam, güvenilir ve katılımcı biçimde yönetilmesi açısından bilginin sağlanması ve bunun zamanında topluma sunulması gereklidir. Bunun için de gazetelerin habercilik anlayışı büyük önem taşımaktadır.

Çalışma 4. Uluslararası 22. Ulusal Halk Sağlığı Kongresinde (13-19 Aralık 2020) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

## Kaynaklar

1. Yüksel E. Medyanın gündem belirleme gücü. Çizgi Kitabevi Yayınları; 2001.
2. Scheineder W, Raue J. Gazetecinin El Kitabı [İnternet]. Ankara: Konrad Adenauer Vakfı; 2002 [a.yer 16 Mayıs 2024]. 276 s. Erişim adresi: <https://www.nadirkitap.com/gazetecinin-el-kitabi-wolf-schneider-paul-josef-raue-kitap27497497.html>
3. Rıdvan B. Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar: Ankara: Nobel Yayın. 2001;
4. Yağbasan M. Basın Dili ve Gazete Manşetlerinin Dilbilimsel Analizi. Humanities Sciences. 2008;3(1):114-27.
5. Ögüt P. Türkiye’de Sağlık Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi. Atatürk İletişim Dergisi. 2017;(14):5-26.
6. Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği. Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi [İnternet]. 2005. Erişim adresi: <http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>
7. Nutbeam D. Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. Health promotion international. 2000;15(3):259-67.
8. Ilgaz A, Gözüm S. Tamamlayıcı sağlık yaklaşımlarının güvenilir kullanımı için sağlık okuryazarlığının önemi. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi. 2016;9(2):67-77.
9. Ulaş T, Gör A, Yılmaz T, Gör Ö. Pandemi ve Gazetecilik: Covid-19 Sürecinde Türkiye’deki Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir İnceleme. 2022;
10. Maden S. Covid-19 salgını ve sağlık haberciliği: Prof. Dr. Erkan Yüksel ile söyleşi. Etkileşim. Ekim 2020;3(6):205-13.
11. Gemlik N, Pektaş A, Arslanoğlu A. COVID-19 Salgını Sürecinde Twitter Haberciliği Üzerine Nitel Bir Araştırma. J Health Pro Res. 15 Şubat 2021;3(1):15-24.
12. WHO. WHO Director-General’s opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020 [İnternet]. 2020 [a.yer 16 Mayıs 2024]. Erişim adresi: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
13. Akveran S. Ana Akım Medya Alternatif Medya İhtiyacı Ve Etik. Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi. 2018;1(1):10-31.
14. Özer NP. Gazete Haberlerinde Manipülasyon 28 Şubat Örneği. Medeniyet ve Toplum Dergisi. 31 Aralık 2019;3(2):213-36.
15. Vatandaş S. Covid-19 Pandemisi ve “Gündem Belirleme” İşlevi Açısından Gazete Manşetleri. Sosyal Bilimler Metinleri. 2020;2020(1):61-78.
16. Olkun EO. Medya haberlerinin güven algısı üzerinde etkili olan faktörler: Konya örneği. 2017 [a.yer 15 Mayıs 2024]; Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/20.500.12395/7456>
17. Schiller H. Zihin Yönlendirenler. Pınar Yayınları; 1993. 307 s.
18. Güz N. Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları. Ankara: Nobel Yayınevi. 2005;
19. Yalçın E. Doğal afetlerin doğal olmayan sonuçları: Gazetelerin deprem haberciliği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2023;(78):188-210.