

ALKOL VE MADDE İLE İLGİLİ İNTERNET HABERLERİNİN TÜRKİYE’DE SUNUM ŞEKLİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Halil İbrahim Yamaç², Güneş Devrim Kıcalı², Meltem Derya Şahin¹, Mahmut Selçuk¹

¹Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Tıp Fakültesi, Psikiyatri Anabilim Dalı, Muğla

²Muğla Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Psikiyatri Bölümü, Muğla

Giriş: Medya, alkol ve madde kullanımı gibi halk sağlığı sorunlarına yönelik toplumsal algıyı şekillendirmede önemli bir role sahiptir. Haberin sunuluş biçimi damgalamayı pekiştirebilir veya tedaviye erişimi teşvik edebilir. Bu çalışmanın amacı Türkiye’deki alkol ve madde konulu internet haberlerinin sunum şeklinin değerlendirilmesidir.

Yöntemler: Araştırmamızda 01.01.2015-25.07.2025 tarihleri arasında Google arama motorunda “Alkol, Madde, Uyuşturucu, Alkol bağımlılığı, Madde bağımlılığı, Uyuşturucu bağımlılığı” anahtar kelimeleri kullanılarak arama yapıldı ve Google haberler sekmesinden rastgele 109 haber seçildi. Alkol ve madde kelimeleri yer alan ancak alkol ve madde ile ilgili olmayan haberler çalışmaya dahil edilmedi. Bu çalışma, halka açık erişim verilerini içerdiğinden ve denek kullanılmadığından etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Sonuçlar: Haberlerin ana teması incelendiğinde, en sık bilgilendirme/farkındalık (n=33, %30.3) ve asayiş/suç (n=27, %24.8) temalarının işlendiği görülmüştür. Kullanılan dilin yaklaşık yarısı nötr (n=54, %49.5) iken, damgalayıcı dil (n=27, %24.8) ve sansasyonel dil (n=18, %16.5) de önemli bir yer tutmaktadır. Haberlerin %31.2’sinde (n=34) uzman görüşüne, %23.9’unda (n=26) yardım bilgisine yer verilmiştir. Gerçekleştirilen istatistiksel analizler, habirin ana

teması ile kullanılan dil arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur ($\chi^2(18, N=109)=67.01$, $p<0.001$, Cramer’s $V=0.453$). Bilgilendirme/farkındalık temalı haberlerde nötr ve bilimsel dil baskınken; asayiş/suç teması damgalayıcı, sağlık ve adli süreç temaları ise sansasyonel dille ilişkilendirilmiştir. Uzman görüşü kullanımı da benzer şekilde haberin temasına bağlıdır ($\chi^2(6, N=109)=48.05$, $p<0.001$, Cramer’s $V=0.664$). Uzman görüşleri büyük oranda (%75.8) bilgilendirme temalı haberlerde yer alırken, asayiş ve adli süreç haberlerinde neredeyse hiç yer almamaktadır. Uzman görüşü içeren haberlerde damgalayıcı dil kullanımı (%5.9) anlamlı düzeyde azalırken, uzman görüşü bulunmayan haberlerde bu oran (%33.3) artmaktadır ($\chi^2(3, N=109)=39.63$, $p<0.001$, Cramer’s $V=0.603$). Yardım bilgisi sunan haberler, çoğunlukla (%69.2) kişiyi ifşa etmeyen temsili fotoğrafları tercih etmektedir ($\chi^2(22, N=109)=46.54$, $p=0.002$).

Tartışma ve Sonuç: Bu çalışma, ülkemizde medyada yer alan alkol ve madde ile ilgili haberlerde sorumlu haberciliğin geliştirilmesi, damgalayıcı dilden uzaklaşılması, uzman görüşlerinin ve yardım bilgilerinin yer aldığı bilimsel ve kapsayıcı bir dilin kullanımına ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Alkol, madde, medya, damgalayıcı dil, haber