



Pınar AYRANCI

Öğr. Gör.

Abant İzzet Baysal Üniversitesi
BMO
payranci@hotmail.com



Ferihan ÖZMEN

Arş. Gör.
Anadolu Üniversitesi
İletişim Bilimleri Fakültesi
ferihanozmen@anadolu.edu.tr



Nur Efsan YAŞAR

Yüksek Lisans Öğrencisi
Yalova Üniversitesi
Fen Edebiyat Fakültesi
nrfsn16@gmail.com



Erkan YÜKSEL

Prof. Dr.
Anadolu Üniversitesi
İletişim Bilimleri Fakültesi
eyuksel@anadolu.edu.tr

SAĞLIK TURİZMİ İÇERİKLERİNİN GAZETELERDEKİ SUNUMU

ÖZ

Son zamanlarda giderek artan bir ilgiyle karşılaşan sağlık turizmi, “kendi ülkesinde ya da şehrinde bulunmayan sağlık hizmetini başka bir yerden almak için seyahat edilmesi” olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada sağlık turizminin Türkiye’de yayımlanan günlük, yerel, bölgesel ve yaygın nitelikteki gazetelerde nasıl yer bulduğu içerik analizi uygulamasına dayalı olarak incelenmiştir. Çalışmada 20 Ocak 2010 ve 20 Ağustos 2015 yılları arasında 172 gazetede konuyla ilgili 369 yazının yayımlandığı tespit edilmiştir. Bulgular konunun her geçen yıl gazetelerin bu konuya daha fazla yer ayırmaya başladığını, en çok Dünya gazetesinin konuya ilgi gösterdiğini, bu yazılara en çok iş adamları ve özel sektör temsilcilerinin kaynaklık ettiğini ortaya koymaktadır. Yazı içeriklerinde de en çok ekonomik yatırım ve pazarlama faaliyetleri işlenmiştir. Bu boyutlarıyla konunun daha çok ticari boyutunun dikkat çekici olduğu anlaşılmaktadır. Konunun daha çok bahar aylarında gazetelerde yer bulması tatil yapma isteğinin de sağlık turizmine rağbeti arttırdığını düşündürmektedir.

Anahtar kelimeler: Sağlık turizmi, sağlık konulu yayıncılık, sağlık haberciliği

ABSTRACT

Health tourism, which has recently become increasingly popular, is defined as "travel to get health care services that are not in their own country or city from another location". In this study, a daily published in Turkey, health tourism, local, how applications are evaluated based on the content analysis found that in the newspapers, regional and widespread. In this study, between January 20, 2010 and August 20, 2015, 172 articles were analysed by the related content analysis technique. The results show that most of the newspapers started to allocate more space to the issue year by year. Dünya has shown the greatest interest in the issue, and the contents about health journalism are mostly the source of businessmen and private sector representatives. The most popular subjects in the contents are related to economic investments and marketing activities. With these dimensions, it is understood that the commercial size of the subject is important. Finding more places in the newspapers in the spring months shows that the desire to make a holiday also increases the desire for health tourism.

Key words: Health tourism, health publishing, health news reporting

Giriş

Özellikle gelişmiş ülkelerde olmak üzere tüm dünyada hızla yaşanan nüfus yoğunluğuna bağlı olarak artan sağlık harcamaları ve bu ülkelerdeki sosyal güvenlik uygulamalarında yaşanan sıkıntılar, insanların tedavi amacıyla seyahat etmelerinin temel çıkış noktası olmuştur (Altın, Bektaş vd., 2012: 157). Bu çalışmada giderek önem kazanan bir kavram olan sağlık turizminin neleri içerdiği, yurt içinde ve yurt dışında bu alanda ne tür araştırmalar yapıldığı özetlenmiştir. Ayrıca sağlık turizmi kavramının gazetelerde nasıl yer bulduğuna ilişkin verilere ulaşılmış ve bu veriler yorumlanmıştır.

1. Literatür

Gelişmekte olan ülkelerde, 20. yüzyılın sonlarına kadar, özellikle maddi açıdan üst seviyede olan kesimler, kendi ülkelerinde bulunmayan tedavi yöntemlerini ve daha nitelikli sağlık hizmetlerini almak amacıyla gelişmiş ülkelerdeki sağlık tesislerine gitmişlerdir. 21. yüzyıla gelindiğinde ise tedavi amaçlı gidilen bu seyahatlerdeki hasta dolaşımının yön değiştirdiği görülmektedir. Özellikle son yıllarda, gelişmiş ülkelerde yaşayan insanlar, gelişmekte olan ülkelere, kaliteli ve daha ucuz sağlık hizmeti alabilmek amacıyla seyahat etmektedir (Kaya vd., 2013: 5). İnsanların tedavi olmak amacıyla ikamet ettikleri ülkeden, sağlık hizmeti alabilmek için başka ülkelere seyahat etmeleri anlamına gelen sağlık turizmi, giderek tüm ülkeler için önemli bir konuma gelmiştir. Sağlık turizminin yaygınlaşmaya başladığı ülkelere de Türkiye'dir.

Sağlık turizmi, ikamet edilen yerden başka bir yere (yurtiçi veya yurtdışı) herhangi bir sağlık sebebiyle hizmet almak için yapılan seyahat olarak tanımlanmaktadır. Tedavi amacıyla seyahat eden kişiye ise "sağlık turisti" adı verilmektedir (Baka, 2013:4).

Genel anlamda, sağlık turisti olarak değerlendirilen kişilerin bir başka bir şehri ya da ülkeyi tercih etmelerindeki başlıca nedenler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

1. Buldukları şehirde/ülkede sağlık hizmetlerindeki ileri teknoloji olanaklarının ve altında uzman insan kaynaklarının azlığı veya yokluğu,
2. Hastaların, almak istedikleri tedavi hizmetlerinin yanı sıra tatil yapma istekleri,
3. Buldukları ülkede, sağlık hizmetlerindeki ücretlerin yüksek olması,
4. Ülkelerinde, herhangi bir nedenden dolayı tedavilerinin bilinmesinin istenmemesi (Plastik ve Estetik Cerrahisi, infertilite tedavisi vb.),
5. Hayata tutunma ve yaşama isteği .

Sağlık turizmi üç kategoride sınıflandırılmaktadır :

- i) Medikal turizm, uluslararası hastaların tedavi ve rehabilitasyon amaçlı sağlık kurumlarından hizmet alması şeklinde olan sağlık turizmi çeşididir.
- ii) Termal turizm ve medikal SPA, kaplıca suları veya otelcilik hizmetleriyle birlikte medikal masaj, peloid gibi bazı tanımlayıcı tıp uygulamalarının yapıldığı sağlık turizmidir.
- iii) Yaşlı ve engelli turizmi ise yaşlı ve engellilerin bakım, rehabilitasyon ve medikal tedavilerinin bir arada olduğu sağlık turizmi türüdür.

Sağlık turizminin en önemli basamağını medikal turizm oluşturmaktadır. Bu seyahatlerin en önemli sebepleri diş, plastik ve estetik cerrahisi, kalp- damar, eklem ve infertilite tedavileri ve cerrahi girişimlerdir. Hem fiyat ucuzluğu hem de başarı bakımından özellikle Güney Avrupa,

Güney Asya ve Güney Amerika'da yer alan ülkeler ise bu tedaviler için başlıca cazibe merkezleridir (Aydın, 2012: 93). Ülke sıralamasında en üst sırada Hindistan, ardından Tayland, Singapur, ABD, Malezya, Almanya, Meksika, Türkiye, Brezilya ve Kosta Rica öne çıkmektedir .

Sağlık turistlerinin listede sekizinci sırada bulunan Türkiye'yi tercih etmelerinin başlıca nedenleri şöyle sıralanabilir :

- i) Türkiye'nin sağlık alanında ve sağlık turizmi hizmetini sunan ülkeler arasında dünyada ilk sıralarda yer alması,
- ii) Sağlık hizmetleri talebini olumlu yönde etkileyecek çok ve çeşitli sayıda turizm imkânlarının (örneğin kültür turizmi, inanç turizmi, deniz turizmi, doğa turizmi, sağlık-kaplıca turizmi vs.) bulunması,
- iii) Hizmet sektöründe genel anlamda iyi bir konumda olması ve bununla birlikte hizmet sektörünün konumunun, sağlık turizmine olumlu etkisinin yüksek olması,
- iv) Sağlık hizmeti sunan ülkeler arasında, tedavi ücretlerinin ucuz olması ve bu konuda çeşitli yasal düzenleme ve devlet desteğinin olması.

Türkiye'de sağlık ve turizm ile ilgili planlanma ve teşvik çalışmalarını Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı yürütmektedir. Bununla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı, konaklama ve seyahat alanında, turizm sektörüne hizmet sunan işletmeler için gerekli yönetmelikleri ve kuralları belirleyen, bu işletmelere yol gösteren ve işletmeleri denetleyen bir kurumdur (Çiçek ve Avderen, 2013: 26).

Literatürde Türkiye'deki sağlık turizmi üzerine yapılan çalışmalar genellikle mevcut durumun ortaya konmasını amaçlayan, Türkiye'yi diğer ülkelerle kıyaslayan ve bu alanda nasıl bir gelişme kaydettiğini ortaya koymaya çalışan eserlerdir.

Altın vd. (2012, 162-163) Türkiye'nin sağlık turizmi pazarındaki mevcut durumunu ortaya koymayı amaçlamışlardır. Sağlık turizminin 2011 yılı verilerine göre dünyadaki pazar payının yaklaşık 400 milyar dolar olduğunu belirten Altın vd. çalışmalarında Sağlık Bakanlığı ve Kültür Bakanlığı'nın resmi sitelerinden aldıkları bilgileri kullanmışlardır. Çalışmada sağlık turizminde sağlık kuruluşlarının tanıtımlarının önemli olduğu, Türkiye'nin rakiplerinden farklı özelliklerini ortaya çıkaracak pazarlama stratejileri geliştirmesi gerektiğini vurgulanarak, tanıtım görevinin yalnızca bağlı buldukları hastanelerin sorumluluğunda değil, üst kuruluşların da koordinasyonu ve işbirliği ile yürütülmesi gerektiğini önerilmiştir.

Diğer taraftan Türkiye'deki alternatif turizm alanlarından biri olan sağlık turizmi ile ilgili yapılan bir araştırmada Aydın (2012: 91), sağlık turizminin Türkiye'de giderek gelişen bir alan olduğunun altını çizmiştir. Bu turizm faaliyeti ile ilgili Türkiye'de sağlık turizminin gelir sağlayıcı bir sektör olabilmesi için Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile TURSAB gibi kurum ve kuruluşların katkı sağlama gerektiğini vurgulamıştır. Özellikle termal turizm ve kaplıca turizmi konusunda yatırımların ağırlık kazanması gerektiğine vurgu yapmıştır.

BAKA'nın (2013:32), hazırlamış olduğu Sağlık Turizmi Sektör Raporu'nda, sağlık turizmi konusunda Türkiye'nin de tercih edilen ülkeler arasında olduğu ve bu konunun yatırımcılar açısından yakından değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Yine 2011'deki sağlık turizmi verilerinin değerlendirildiği raporda ileri yaş, engelli ve SPA turizminde gelişme sağlanması gerektiği vurgulanmıştır. Sağlık turizminin gelişimi için üzerinde durulması gereken diğer bir konunun dil bilen sağlık personelinin yetiştirilmesi olduğu da eklenmiştir.

TÜRSAB tarafından hazırlanan 2014 Sağlık Turizmi Raporu'nda ise Türkiye'de tedavi olmanın birçok Avrupa ülkesine göre yüzde 60'a varan oranlarda daha ucuz olduğuna vurgu yapılmıştır. Aynı raporda Türkiye'nin 2023 yılında 2 milyon uluslararası hastayı tedavi etmeyi hedeflediği ve aynı yıl sağlık turizminden 20-25 milyar dolar gelir beklentisi içinde olduğuna işaret edilmiştir.

Gülmez (2012) Türkiye'de ve Dünyada Sağlık Turizmi ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması" başlıklı yüksek lisans tezinde Türkiye'deki ve diğer bazı ülkelerdeki sağlık turizmi profilini inceleyerek karşılaştırma yapmak ve sağlık turizminin gelişme olanaklarını araştırmayı amaçlamıştır.

Edinsel ve Adıgüzel de (2014) "Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri" başlıklı makalelerinde Türkiye'nin sağlık turizmi açısından kaydettiği gelişmeleri SWOT analizi yaparak değerlendirmiştir. Türkiye'nin coğrafi konumu itibarıyla avantaja sahip olduğu, sağlık alanında üstün teknolojisinin ve nitelikli insan gücünün bulunduğu, Avrupa'dan daha ucuz sağlık hizmeti verildiği belirtilmiştir. Ayrıca sağlık turizminin Sağlık Bakanlığı'nın stratejik eylem planında ve 10. Kalkınma Planı'nda ayrıntılı olarak yer aldığına değinilmiş, etkili bir reklam ve pazarlama faaliyeti yapılması gerektiğine işaret edilmiştir. Aynı şekilde Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki güçlü ve zayıf yönlerine odaklanan Özsarı ve Karatana (2013) özel sağlık kurumlarının çoğunun Batı ile yarışabilecek seviyeye gelmiş olması, Türkiye'nin JCI ile akredite olmuş hastane sayısı (42 hastane) açısından dünyada 2. sırada olması, nitelikli insan kaynaklarının varlığı bakımından güçlü olduğunu belirtmiştir. Yazarlara göre Türkiye'nin zayıf yönleri sağlık personelinin mevzuat konusunda yetersiz olması, yabancı dil bilen sağlık personelinin azlığı, tanıtım yetersizliği, Türkiye ile ilgili bazı ülkelerde olumsuz imajın bulunmasıdır.

Sağlık turizmi alanını detayları ile irdeleyen Tontuş (2014), ise hem diğer yazarlar gibi sağlık turizminin Türkiye'deki durumuna değinmiş hem de hekimin hukuki sorumluluğuna dikkat çekmiştir. Tontuş, sağlık turizm özelinde, hukuki bir değerlendirme yapılabilmesi bakımından öncelikle ülkemizde, hekimin hukuki sorumlulukları hakkındaki bilgilerin doğru bir şekilde aktarılmasının yerinde olacağına değinmiştir. Bununla birlikte, hekimin sorumluluğunun söz konusu olduğu durumlarda değerlendirilecek ilk noktanın, hekimin mesleki ahlakına ve hekimin vicdanına uygun olup olmadığını belirtmiştir.

Doğaner (2013), sağlık turizminin, Türkiye'nin düşük katma değerli ekonomik modelden yüksek katma değerli bilgi ekonomisine dönüşmesinde olumlu bir etki yapabileceğini, bununla birlikte, bilgi ekonomisinde, henüz önemli mesafeler almamış olan Türkiye'nin, sağlık turizmini stratejik sektör olarak ilan ederek ve bu doğrultudaki çabalarını artırarak önde gelen ülkelere biri olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin hem sağlık hem de turizm alanında dünyanın sayılı ülkeleri arasında yer aldığını ve yetkinliği olan bu iki sektörün entegrasyonundan oluşan sağlık turizminde lider olma potansiyeline sahip olduğunu vurgulamıştır. Türkiye'nin sağlık turizmi konusunda mevcut durumunu artırarak sektörde lider ülke haline gelebilmesi için durumunu sürdürebilmesi, bununla birlikte diğer ülkelere karşı rekabet gücünü arttırabilmesi için birçok sektörde de atılım yapılması ve sektörler arası entegrasyonun sağlanması gerektiği önerisinde bulunmuştur.

Söz konusu alanda yapılan uluslararası literatüre bakıldığında özellikle medikal turizm alanına odaklanan çalışmaların varlığı dikkat çekicidir. Lee (2001) Costa Rica'da medikal turizm endüstrisini incelemiş ve bu alanda yaşanan gelişimin sosyal, etik ve ideolojik boyutları üzerinde durmuştur. Yine medikal turizme odaklanan Herrick (2007) medikal turizm ve sağlık alanındaki global yarış derinlemesine irdelemiş ve bir rapor sunmuştur. Medikal turizmin Hindistan'daki yerel halkı nasıl etkilediğini belirlemeye çalışan Rutherford (2009)'un çalışması medikal turizme

daha sınırlı bir bakış açısıyla yaklaşırken Johnston, Crooks, Snyder ve Kingsbury (2010) medikal turizm alanında nelerin bilindiğini ortaya koymak amacıyla geniş bir literatür çalışması yapmıştır. Hangi ülkelerde medikal turizmin, hangi ülkelerde sağlık turizminin ön plana çıktığını şematize etmişlerdir. Yine medikal turizm konusuna eğilen Eissler (2010) medikal ve dış sağlığı nedeniyle Alaska'ya gelen hastaların deneyimlerini irdelemiştir.

Uluslararası literatürde termal turizm de dikkat çeken alanlardan biridir. Lee ve King (2008) Tayvan'daki kaplıca turizmini inceledikleri makalelerinde sağlık turizmi sektöründeki yarıışı hangi faktörlerin belirlediğini ortaya koymuşlardır. Yine termal turizm konusunda daha kapsamlı bir çalışma yapan Mueller ve Kaufmann (2001) sağlık turizminin otel endüstrisi açısından önemine değinmiş ve bir alan araştırması yapmıştır. İsviçre'deki sağlık turizmi pazarı ile ilgili araştırma yapan çalışmacılar 3-5 yıldızlı otelleri seçmişlerdir. Yapılan incelemede 400'den fazla sağlık turisti ile 8 farklı sağlık otelinde geniş kapsamlı çalışma yapmışlardır. Katılımcıların %40'ı wellnes kavramının önemli olduğunu düşünürken, %44'ü önemli olmadığını belirtmiştir.

Kozmetik ve plastik cerrahi alanı da sağlık turizmi literatüründe değinilen alanlardan biridir. Gimlin (2014) kozmetik/plastik cerrahi alanının sağlık turizminde ön plana çıktığını vurgulamış ve hangi dil bilimsel kodlarla bu hizmetin sunulduğunun gelen turisti etkilediğine vurgu yapmışlardır.

Farklı spor alanlarına yönelen turistler de başka bir çalışma alanıdır. Kastenholz, Rodrigues ve Rodrigues (2010) Portekiz'de yürüyüş (Hiking) yapmak için gelen turistler ile görüşmüşler ve bu sporu yapan turistlerin yerel turizm ile ilgili neler düşündüğünü ortaya koymayı amaçlamışlardır.

Medikal turizm, termal turizm, kozmetik/plastik cerrahi, spor alanları gibi konular üzerine yapılan çalışmaların yanında sağlık turizmi kavramının ne olduğu, risklerin neler olduğu, turizm organizasyonları ve etik gibi konular da uluslararası alanyazında yer almaktadır. Örneğin Bauer (2001) sağlık turizminin riskleri üzerine odaklanmış, turizmin çevreye verdiği zararın nasıl en aza indirileceğine dair bir bakış açısı kazandırmak istemiştir. Bununla birlikte Bauer fiziksel, biyolojik, kimyasal/biyolojik, coğrafi tehlikelere dikkat çekmiş bu tehlikeler arasında yüksek rakım, hava yolcuğu, güneş, su, depremler, volkan patlamaları, hava/su kirliliği, taşıyıcı hastalığa sahip olan hayvanlarla ilgili tehlikelere değinmiştir. Sağlık risklerinden korunmak için yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duyulduğuna işaret etmektedir.

Henderson (2004) ise uluslararası turizm organizasyonlarının değişen rolleri üzerinde durmuş ve sağlık turizminin ülkelere yeni sorumluluklar yüklediğinin altını çizmiştir. Diğer taraftan Yeoman, Schanzel ve Smith (2013) Yeni Zelanda'daki turizm faaliyetlerini irdelemiş ve gelecekte stratejik bir plan için hükümetin, ekonominin ve iş çevrelerinin rolünü ele almıştır. Hofer, Honegger ve Hubeli (2015) de İsviçre pazarına odaklanarak "sağlık turizmi" kavramının nasıl tanımlandığını ve sağlıklı olmanın nasıl kavramsallaştırıldığını irdelemiştir. Etik konusuna ağırlık veren Jackson ve Barber (2015) sağlık turizminin etik ve yeterli bir şekilde nasıl geliştirilebileceğini sorgulamış ve bu alandaki literatürü özetlemiştir.

Sonuç olarak ulusal alanyazında Türkiye'de sağlık turizminin gelişimi üzerine odaklanılırken, uluslararası alanyazında özellikle medikal turizm olmak üzere, sağlık turizminin ne olduğu, etik ilkeleri, termal turizm, kozmetik/plastik turizm, sağlık turizminin çevresel riskleri gibi konular ön plana çıkmaktadır.

2. Amaç

Bu çalışmanın genel amacı Türkiye’de sağlık turizmi haberlerinin sunumunu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda araştırma sorusunu “Türkiye’deki gazetelerde sağlık turizmi nasıl sunulmaktadır?” sorusu oluşturmaktadır. Bu bağlamda şu alt sorulara yanıt aranacaktır:

1. Sağlık turizmi konusunun gazetelerdeki önemi nedir?
2. Yazıların yazı türü nedir, menşei ve bilgi/haber kaynakları kimlerdir?
3. Yazılarda işlenen tema ve alt konular nelerdir?
4. Görsel malzemelerin sunumu nasıldır?

Çalışma, sağlık turizmi gibi yükselişte olan bir alanın basında ne kadar yer bulduğunu ortaya koyması açısından önemlidir. Bu sayede medya mensuplarının konuya ne kadar önem verdikleri ortaya konmuş olacaktır. Yatırımcılar açısından içerikler hakkında genel bir bilgi edinmek ve bu alanda hangi kategorilerin daha az hangilerinin daha fazla göz önünde bulunduğunu görmeleri ve buna göre kendi rotalarını çizmeleri açısından önemlidir. Politikacılar açısından söz konusu alanın kimler tarafından kuşatıldığına görülmesi ve ülkenin gelişimi adına bu alanda neler yapılabileceği üzerinde düşünülmesini sağlaması bakımından önemlidir. Söz konusu alanda çalışan akademisyenler açısından eksik olan bilgilerin tamamlanması ve literatürün zenginleştirilmesi bağlamında önemlidir.

3. Metodoloji

Çalışmada sağlık turizmi konusunun gazetelerde nasıl yer aldığı belirlenmesi amacıyla içerik analizi uygulaması gerçekleştirilmiştir. Buna göre öncelikle incelenecek zaman aralığı belirlenmiştir. Çalışmada araştırmaya başlandığı tarihten itibaren (20 Ağustos 2015) geriye doğru gidilerek 20 Ocak 2010 tarihine dek yayımlanmış olan 5 yıllık bir sürede yayımlanmış içerikler inceleme kapsamına alınmıştır. Bu bağlamda PRNet medya takip şirketinin elektronik veri arşivinden yararlanarak MSuit programı üzerinden “sağlık turizmi” anahtar sözcüğü ile yapılan taramada, “ulusal gazeteler” kategorisi içinde yer alan ülke çapındaki yerel, bölgesel ve yaygın tüm gazeteler ve ekleri (2800 yayın) yıllık bazda incelenmiştir. Toplam 371 sayıda yazıya ulaşılmıştır. Bunlardan konuyla doğrudan ilgili olduğu belirlenen 369 kadarına içerik analizi uygulaması gerçekleştirilmiştir. Kodlamada 15 ana kategori ve 222 alt kategoriden yararlanılmıştır. Kodlamalar birbirinden bağımsız iki araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve kodlayıcılar arası uyum hesaplaması yüzde 95 olarak belirlenmiştir.

4. Bulgular

Çalışmanın alt amaç soruları bağlamında içerik analizi uygulamasında elde edilen veriler aşağıda ayrı başlıklar halinde sunulmuştur.

4.1. Konunun Önemi

Sağlık turizmi konusunun gazetelerdeki önemi yıllar itibarıyla gazetelerde yayımlanan yazı sayısı, bu yazıların yayımlandığı ay ve mevsimlerin belirlenmesi, yazıların yayımlandığı sayfa ve konunun belirlenmesi, daha çok yazı yayımlayan yayın organlarının belirlenmesi çerçevesinde tanımlanmıştır.

Tablo 1. Yıllar İtibarıyla Sağlık Turizmi Konulu Yazı Sayısı

Yayın Yılı	Yayın Sayısı	Frekans (f)	Yüzde (%)
2010	21	27	7,3
2011	22	31	8,4
2012	32	49	13,3
2013	54	82	22,2
2014	94	118	32,0
2015	45	62	16,8
Toplam	172	369	100,0

Türkiye çapında günlük olarak yayımlanan gazetelerdeki sağlık turizmi konusundaki yazıların sayısı, PRNet verilere göre, yıllar içerisinde giderek artmıştır. Tablo 1'deki verilere göre 2010 yılında yalnızca 27 yazı yayımlanmışken bu sayı zamanla artmış ve 2014 yılında yıl içinde yayımlanan yazı sayısı 118'e ulaşmıştır.

Yayın Ayı	Frekans (f)	Yüzde (%)
Ocak	28	7,6
Şubat	16	4,3
Mart	42	11,4
Nisan	72	19,5
Mayıs	57	15,4
Haziran	45	12,2
Temmuz	20	5,4
Ağustos	12	3,3
Eylül	14	3,8
Ekim	10	2,7
Kasım	32	8,7
Aralık	21	5,7
Toplam	369	100,0

Yazıların hangi aylarda daha çok yayımlandığına bakıldığında ise genelde bahar aylarının öne çıktığı anlaşılmaktadır. Mart, Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında haber sayısı diğer aylara oranla daha fazladır (Tablo 2).

Tablo 3. Yazıların Yayımlanma Organına Göre Dağılımı

Yayın Adı	Frekans (f)	Yüzde (%)
Dünya	25	6.9
Hürses	17	4.6
Yeni Asır	15	4.1
Yeni Şafak	9	2.4
Türkiye Antalya	8	2.2
Diğer	295	79.8
Toplam	369	100

Sağlık turizmi konusunda en çok hangi yayın organlarının yayımlanmasında bulunduğu bakıldığında Tablo 3'e göre Dünya gazetesinin adının ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. İncelenen süre içerisinde Dünya'da toplam 25 yazı yer bulurken, ardından Hürses ve Yeni Asır'ın geldiği görülmektedir.

Tablo 4. Yazıların Tirajı En Yüksek Gazetelere Dağılımı

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Toplam
SABAH	2	1	1	5	3	1	13
HÜRRİYET	3	2	1	1	1	1	9
ZAMAN	2	0	2	3	1	0	8
POSTA	2	0	1	3	1	0	7
MİLLİYET	0	0	1	0	2	1	4
Toplam	9	3	6	12	8	3	41

Yazıların tirajı en yüksek gazetelere dağılımı değerlendirildiğinde en çok Sabah gazetesinin (f=13) ön plana çıktığı söylenebilir. Ancak 5 yılda 13 haberin yayınlanmış olması konuya yeterince önem verilmediğinin işaretidir.

Tablo 5. Yazıların Gazete Sayfasındaki Konumları

Konum	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sürmanşet	4	1.1
Manşet	20	5.4
Üst Kısım	132	35,8
Orta Kısım	81	22
Alt Kısım	98	26,6
Tam Sayfa	34	9,2
Toplam	369	100

Yazıların gazete içerisinde nerede yayımlandığının belirlenmesi de konuya gösterilen önemin anlaşılması anlamında değer taşımaktadır. Bu bağlamda bir konunun gazetenin vitrin sayfası olan birinci sayfasında yayımlanmasının o konuya gösterilen önemin büyüklüğüne işaret ettiği varsayılmaktadır. Sağlık turizmi konusunda yayımlanan yazıların yayımlandığı sayfaya göre dağılımı burada geniş yer tutması açısından tablo ile verilmemiştir. Ancak yazıların en çok ekonomi ve yurttan haberler sayfaları olarak değerlendirilebilecek 5'inci sayfada yer aldığı tespit edilmiştir (f=39, %10.6). Bunu 4'üncü (f=35, %9.5), 8'inci (f=31, %8.4) ve 7'nci sayfalar (f=29, %7.9) izlemektedir. Gazetelerin vitrin ya da en önemli konulara yer verdikleri sayfası olan birinci sayfasında sağlık turizmi konusuna yer verme oranı hiç de azımsanmayacak bir düzeydedir (f=23, %6.2).

Bir konunun gazetede önemli derecesine ilişkin bir başka gösterge de o konunun sayfanın neresinde yayımlandığıdır. Genel olarak sayfanın sürmanşetinde yer alan konu normalin üstünde bir öneme işaret etmektedir. Manşet ise en önemli habere karşılık gelmektedir. Sayfanın üst yarısında yer alan haberler, alt yarısında yer alan haberlerden daha değerlidir. Bu varsayımlarla değerlendirilecek olursa, yazıların 4'ünün sürmanşet, 20'sinin manşet ve 132'sinin (%35,8) de sayfanın üst kısmında yer bulduğu belirtilmelidir. Yazıların %22'si orta kısımda, %26,6'sı da alt kısımda yer bulmuştur. Tablo 5'te sunulan verilere göre 34 yazı da tam sayfa yayımlanmıştır. Bu bağlamda sağlık turizmi konusuna gazetelerin –bu yazıları yayımladıkları zaman- önemli bir şekilde değer verdikleri söylenebilmektedir.

4.2.Yazı türü, menşei ve bilgi/haber kaynakları

İncelenen yazıların türüne ilişkin dağılım Tablo 6'da sunulmaktadır. Buna göre yazıların %81,5'i haber türündeki yazılardır. Konuyla ilgili incelenen dönem içinde toplam 33 köşe yazısı, 24 röportaj, bir ansiklopedik bilgi yayımlanmıştır.

Tablo 6. Sağlık Turizmi Konulu Yazıların Türü

Yazı Türü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Haber	311	81,5
Köşe Yazısı	33	9
Röportaj	24	6,5
Ansiklopedik Bilgi	1	3
Toplam	369	100

Yazıların menşei Tablo 7'deki verilere göre incelenirse, yazıların neredeyse yarısında kurumun kendisi haberin menşeidir (f=177, %47,9). Çünkü haberlerin menşei belirtilmemiştir. Yazıların

dörtte birinde muhabirin adı belirtilmiştir (f=80, %21,7). 39 yazı ise köşe yazarlarınca kaleme alınmıştır. Haber ajansları arasında ise en çok Anadolu Ajansı'nın haberlerinin mahreciyle birlikte gazetelerde yer bulduğu belirlenmiştir (f=22, %5,9). Diğer kategorisinde ise 5 haberin menşei dış haberler, 4 haberin menşei DHA 4 ve 1 haberin menşei ajanslar şeklindedir.

Tablo 7. Yazıların Menşei

Menşei	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kurumun Kendisi/Belirtilmemiş	177	47,9
Muhabirin Adı	80	21,7
Köşe Yazarı	39	10,6
Anadolu Ajansı	22	5,9
İhlas Haber Ajansı	24	6,6
Cihan Haber Ajansı	9	2,4
Yerli Yayınlar	8	2,2
Diğer	10	2,7
Toplam	369	100

Bilgi/haber kaynaklarına ilişkin veriler Tablo 8'de incelendiğinde, sağlık turizmi haberlerine daha çok yerel yönetim temsilcileri (f=92, %13,8), Sağlık, Tarım, Çalışma ve Sanayi Bakanlığı dışındaki STK temsilcileri (f=85, %12,7), işadamları ve yöneticiler (f=75, %11,2), yerli akademisyen ve bilim adamları (f=51, %7,7), sağlık dışı alandaki STK'lar-turizm dernekleri/belirli iş alanlarında aktif olan örgütler- (f=49, %7,4) ve sağlık alanındaki STK'lar (f=38, %5) haber kaynaklığı yapmıştır. Diğer kategorisinde diğer devlet daireleri temsilcileri (Sağlık, tarım, çalışma ve sanayi dışındaki) 6, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı/lığı yetkilisi 5, yerli yayınlar 4, yerli araştırma kurumu temsilcisi 4, kaynağı belirtilmemiş 4, alternatif tıpcı 3, Başbakan/lık, Bakanlar Kurulu/Hükümet 3, yabancı sağlık kurumu 2, Cumhurbaşkanlığı 2, haberi yazan dışındaki muhabir 2, diğer yayın kuruluşları 2, ilaç/tıbbi ürün/cihaz firması yetkilisi 2, mahkeme/hukukçular 2, sağlık görevlisi/tıp doktoru 2, Sanayi ve Ticaret Bakanı/Bakanlığı yetkilisi 1, ünlü/sanatçı 1, yabancı yayınlar 1, Yeşilay 1, askeri kurum ve kuruluş temsilcileri 1, özel sağlık sigortası kurumları temsilcileri 1, yabancı araştırma kurumu temsilcisi 1, yabancı akademik/bilimsel çalışmalar 1, yabancı sağlık görevlisi/doktor 1 yayında kaynak olarak yer almıştır.

Tablo 8. Sağlık Turizmi Yazılarının Haber/Bilgi Kaynakları

Haber Kaynakları	Frekans (f)	Yüzde (%)
Yerel Yönetim Temsilcileri	92	13,8
Sağlık Dışı Alandaki STK'lar (Turizm, sanayi vb.)	85	12,7
İş Adamları, Yönetici	75	11,2
Yerli Akademisyen/Bilim Adamları	51	7,7
Sağlık, Tarım, Çalışma ve Sanayi Bakanlığı Dışındaki Bakanlık Temsilcileri	49	7,4
Yabancı Ülke Yöneticileri	39	5,8

Sağlık Alanındaki STK (TTB, Sağlık Sen, Türk Sağlık Sen vb.)	38	5,6
Sağlık Bakanı/Yetkilisi	30	4,4
Kurum/Şirket Adına İsimsiz Açıklama	28	4,2
Yabancı Kurum ve Örgüt Temsilcileri	27	4,1
Milletvekili, Politikacı	26	3,8
Yerli, Akademik, Bilimsel Çalışmalar	24	3,5
Köşe Yazarının Kendisi	22	3,3
İl Sağlık Müdürlüğü Temsilcisi	12	1,7
Vatandaş	10	1,5
Kamu Görevlisi/bürokrat	10	1,5
Diğer	52	7,8
Toplam	670	100

4.3.Anlatım dili ve üslup

İncelenen yazıların neredeyse tamamının “halk dili ve anlaşılır” bir anlatım biçimine sahip olduğu belirlenmiştir (f=359, %97,3). Sekiz yazı “teknik-bilimsel”, iki yazı da “öyküleyici, hikaye” şeklinde anlatım diline sahip bulunmuştur.

Tablo 9’da sunulan yazıların üslubuna ilişkin veriler, yazıların 37,4’ünde “bilgilendirici” üslubun kullanıldığını göstermektedir (f=308, %37,4). Yazıların 30,6’sında “umut verici”, %19,4’ünde ise “takdir edici/övcü” üslup kullanılmıştır. 37 yazıda kullanılan dil magazinél, 27 yazıda “endişelendirici/kaygı uyandırıcı”, 23 yazıda “eleştirel”, 13 yazıda “abartılı” üslup belirlenmiştir. Diğer kategorisinde panik uyandırıcı/sansasyonel (f=4), kafa karıştırıcı/çelişkili (f=3) tehditkar (f=8) bulunmaktadır.

Tablo 9.Yazıların Üslubu

Üslup	Frekans (n)	Yüzde (%)
Bilgilendirici	308	30,8
Umut Verici	255	25,5
Takdir Edici / Övcü	162	16,2
Tavsiye veren	65	6,5
Reklam	43	4,4
Magazinél	37	3,8
Uyarıcı	28	2,8
Endişelendirici, Kaygı Uyandırıcı	27	2,7
Eleştirel	23	2,4
Yargılayıcı/suçlayıcı	21	2,1
Abartılı	13	1,3
Diğer	15	1,5
Toplam	997	100

4.4. Yazılarda işlenen tema ve alt konular

Yazılarda işlenen temalar Tablo 10’da sunulmuştur. Buna göre yazıların başlıca konusu olan “sağlık turizmi” temasının genel olarak yazıların beşte dörde yakınında işlendiği anlaşılmaktadır (f=318, %68). Bunun yanında 63 yazıda “sağlık kurumları, hastaneler, sağlık ocakları vs.” teması, 19 yazıda da “sağlık çalışanları ve sorunları” teması ele alınmıştır. Diğer temalar arasında fizik tedavi ve iyileştirme (f=4), beslenme (f=3), Sağlık Bakanlığı (f=3), estetik/plastik cerrahi (f=2) ve 9 ayrı tema (12) daha bulunmaktadır.

Tablo 10. Yazılarda İşlenen Temalar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sağlık Turizmi	318	68
Sağlık Kurumları, Hastaneler, Sağlık Ocakları v.s.	63	13,3
Sağlık Çalışanları ve Sorunları	19	4
Çevre ve Sağlık	10	2
Bebek Bakımı ve Sağlığı	10	2
Onkoloji/kanser	8	1,6
Göz Sağlığı	8	1,6
Acil Tıp	7	1,5
Hasta ve Yakınlarının Sorunları	6	1,2
Diğer	24	4,8
Toplam	462	100

Alt konular bağlamında değerlendirildiğinde ise Tablo 11’de sunulduğu gibi en çok işlenen konunun “ekonomik, yatırımlar, pazarlama faaliyetleri” olduğu belirlenmiştir (f=269, %32,1). Dolayısıyla yazıların yarıya yakınına ekonomi ağırlıklı olduğu anlaşılmaktadır. Yazıların dörtte bire yakınına da “tıbbi yatırım, yenilik ve iyileştirmeler”i konu aldığı (f=234, %27,9) tespit edilmiştir. SPA/termal turizm alanında 49, medikal turizm alanında ise 18 yazının olması sağlık turizmi alanlarında Türkiye’de en dikkati çeken alanların bu alanlar olduğunu düşündürmektedir.

Tablo 11. Yazılarda İşlenen Alt Konular

Alt Kategoriler	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ekonomik, yatırımlar, pazarlama faaliyetleri	269	32,1
Tıbbi Yatırım, Yenilik ve İyileştirmeler	234	27,9
Genel Bilgi	96	11,5
Kampanya, etkinlik, tanıtım, faaliyetler	52	6,3
SPA/Termal	49	5,9
Teşhis ve Tedavi	38	4,5
Buluş, keşif, teknik ve teknolojik gelişmeler	37	4,4
Bilimsel Araştırma Bulguları	34	4
Medikal Turizm	18	2,1
Diğer	10	1,1
Toplam	837	100

Diğer kategorisinde ise “hukuk, yasa, yönetmelik ve yeni düzenlemeler”e ilişkin bulguların 6, “yanlış teşhis ve tedavi” bulgularının 3 ve “etik/hak tartışmaları”nın da bir yazıda konu edildiği belirlenmiştir.

4.5. Görsel malzemelerin sunumu

Sağlık turizmi yazılarına eşlik eden görsel malzemeler ayrı bir şekilde değerlendirilmiştir. Buna göre hiçbir görsel unsura yer verilmeyen yalnızca 62 yazı tespit edilmiştir. Onun dışında, 195 yazıya, yani yazıların yarısından fazlasına (%52,8) en az bir fotoğrafın eşlik ettiği belirlenmiştir. 65 yazıda 2 fotoğraf, 22 yazıda da 3 ayrı fotoğraf kullanılmıştır. En fazla fotoğrafın yer aldığı bir yazıda ise toplam 19 ayrı fotoğraf bulunmuştur.

Tablo 12. Görsel Malzemeler

Foto sayısı	Frekans (n)	Yüzde (%)
0	62	16,8
1	195	52,8
2	65	17,6
3	22	6,0
4	8	2,2
5	5	1,4
Diğer	12	3,2
Toplam	369	100

Görsel malzemelerdeki unsurlar Tablo 13’te yer almaktadır. Buna göre 369 yazıda toplam 824 fotoğraf yer almaktadır. Bu fotoğraflardan 517’sinde (%62,74) “gerçek olay/kişi görüntüsü” yer almaktadır. 96 illüstrasyon, 23 arşiv/mizansen, 55 amblem/logo, 13 tablo/grafik kullanılmıştır. 62 yazıda görsel malzeme kullanılmamıştır.

Tablo 13. Görsel Malzemelerde Yer Verilen Unsurlar

Nitelik	Frekans (n)	Yüzde (%)
Gerçek olay, kişi görüntüsü	517	62,74
Arşiv- mizansen	23	2,79
Tablo, grafik	37	4,49
İllüstrasyon	96	11,65
Karikatür	19	2,31
Amblem, logo	55	6,67
Maket	13	1,58
Diğer (Gazete kupürü, afiş)	2	0,24
Yok, görsel unsur bulunmuyor	62	7,53
Toplam	824	100

İncelenen görsel malzemelerde en çok işlenen konu ya da gösterilen unsur kaynak ya da yazıda bilgi veren, adı geçen kişinin görüntüsüdür (f=495, %51,5). Bunun dışında Tablo 14'te sunulduğu gibi en fazla logo, grafik, kupür, karikatür vs. yazılara eşlik etmiştir (f=101). Toplu fotoğraf (67), bina, tesis görüntüsü (71), doğa, bitki, manzara görüntüsü ve doktor görüntüsü 35'er kez kullanılmıştır. Diğer kategorisinde hastane görüntüsü 7, erkek görüntüsü 7, hasta görüntüsü 5, üçüncü kişi görüntüsü 5, milletvekili görüntüsü 4, bebek görüntüsü 4, ünlü kişi görüntüsü 3, miting görüntüsü 2, hasta/doktor bir arada 2, kadın görüntüsü ve vatandaş görüntüsü ise 1'er kez kullanılmıştır.

Tablo 14. Görsel Malzemelerde İşlenen Konular

İşlenen Konu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kaynak kişinin görüntüsü	495	51,5
Logo, grafik, kupür, karikatür vs.	101	10,5
Bina, tesis görüntüsü	71	7,4
Toplu fotoğraf	67	6,9
Doğa, bitki, manzara görüntüsü	35	3,7
Doktor görüntüsü	35	3,7
Doktor Dışı Sağlık Görevlisi	18	1,8
Etkinlik Görüntüsü	14	1,4
Vücudun Bir Bölümünün Görüntüsü	12	1,2
Çalışan Görüntüsü	11	1,1
Diğer	41	4,3
Yok, bulunmuyor	62	6,5
Toplam	962	100

Sonuç

Bu çalışmada Türkiye’de yayımlanan gazetelerin sağlık turizmi konusuna nasıl yer verdikleri sorusuna yanıt aranmıştır. Bu bağlamda PRNet medya takip şirketinin elektronik veri tarama programı üzerinden “ulusal gazeteler” kategorisi içerisinde yayın yapan yerel, bölgesel ve yaygın nitelikteki tüm gazete içerikleri, 20 Ocak 2010 – 20 Ağustos 2015 tarihleri arasında, “sağlık turizmi” anahtar kelimesiyle taranmış ve elde edilen 369 yazı içerik analizi uygulamasına konu edilmiştir.

Özetle ifade edilecek olursa 2010 yılında 27 olan sağlık turizmi konulu içerik sayısının 2014 yılına gelindiğinde yıllık bazda 118’e çıktığı belirlenmiştir. Ülke çapında yayın yapan gazete sayısı (Eklerle birlikte 2800) dikkate alındığında bu sayının oldukça az olduğu ifade edilebilir. Ancak giderek artan bir ilgi de söz konusudur. Ayrıca 2800 gazete ve ekinden sadece 172 gazetede sağlık turizmi haberlerinin yer bulması konuya verilen önemin az olduğunu gösteren başka bir veridir.

Konunun daha çok bahar aylarında gündeme gelmesi dikkat çekicidir. Yazıların en çok yayımlandığı mecranın bir ekonomi gazetesi olan Dünya olması da önemlidir. Ayrıca bilgi ya da haber kaynaklarına bakıldığında bunların daha çok iş adamı, yönetici, bakanlık ya da yerel yönetim temsilcileri olması da konunun ekonomik boyutunun daha ön planda tutulduğunu göstermektedir. İçeriklerin büyük çoğunluğu da ekonomik yatırımlar ve pazarlama faaliyetlerini konu almaktadır.

Yazıların önemlilik durumuna bakıldığında en çok iç sayfalarda yayımlandıkları, ancak birinci sayfada görülme sıklığının da önemli bulunduğu, genelde sayfanın üst kısmında yer verildiği, daha çok haber şeklinde yer buldukları anlaşılmaktadır. Yazıların muhabirlerin adıyla birlikte çoğunlukla yer bulması da konuya verilen önemin bir başka göstergesi olarak yorumlanabilir.

Bu haliyle sağlık turizmi konusunun gazetelerde gereken önemi bulunduğunu ya da konunun farklı boyutlarıyla ortaya konulduğunu söylemek pek de mümkün görünmemektedir. Gazetelerin konuya farklı açılardan bakarak yer vermelerinin sağlanması bundan sonraki hedefler arasında gösterilebilir.

Öte yandan çalışmaya yönelik öneriler sıralanacak olursa, farklı anahtar sözcükler üzerinden yapılacak bir taramayla “sağlık turizmi” sözcüğünü kullanmadan bu alanda yapılan daha farklı yazılar da tespit edilerek imalı yola da olsa bu alana hizmet eden farklı haberler incelemeye konu edilebilir. Tanıtıma yönelik daha özel haberlere ulaşılabilir. Dolaylı yoldan sağlık turizmini etkilediği söylenebilecek içerikler ele alınabilir. Ancak “sağlık turizmi” adıyla gazetelerde yer bulan yazılar yukarıda incelenmiştir.

KAYNAKÇA

ALTIN, U., BEKTAŞ, G., ANTEP, Z., İRBAN, A., (Temmuz 2012). Sağlık Turizmi ve Uluslar arası Hastalar için Türkiye Pazarı. Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi. 3(3).

AYDIN, O., (2012) Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 14 (23), s. 91-96.

BAUER I. L. (2001). Tourism and The Environment, The Other Side Of The Coin- Environmental Impact On Tourists’ Health. Tourist Studies, 1(3), s. 297-314.

Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), (Mayıs 2013) Sağlık Turizmi Sektör Raporu.

ÇİÇEK, R., AVDEREN, S., (2013) Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi’ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 15 (25), s. 25-35.

DOĞANER I. (2013), Sağlık Turizminin Gelişimi ve Türkiye <http://www.milliyet.com.tr/saglik-turizminin-gelisimive/gundem/ydetay/1747974/default.htm>, Erişim Tarihi: 24.10.2015.

EDİNSEL S. ve ADIGÜZEL O. (2014). “Türkiye’nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri”. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 4 (2), s. 167-190

EİSSLER L. A. (2010). A Dissertation Submitted To The Graduate Division Of The University Of Hawai’I At Manoa in Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy in Nursing. UMI Dissertation Publishing.

GİMLİN D. (2014). National Healthcare Rhetoric Beyond The Nation: The Materiality of Narrative in Cosmetic Surgery Tourism. Tourist Studies. 14 (3), s. 302-318.

GÜLMEZ, Z. (2012). “Türkiye’de ve Dünyada Sağlık Turizmi ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması”. Yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/Hastane ve Sağlık Kuruluşlarında Yönetim Bilim Dalı: İstanbul.

HERRİCK. D. M. (Kasım 2007). Medical Tourism: Global Competition in Health Care. NCPA Policy Report No: 304.

HENDERSON J. C. (2004). Paradigm Shifts: National Tourism Organisations And Education And Healthcare Tourism. The Case Of Singapore. Tourism and Hospitality Research. 5 (2), s. 170-180.

HOFER S., HONEGGER F. ve J. HUBELİ (2015). Health Tourism: Definition Focused on the Swiss Market and Conceptualisation of Healh(i)ness. Journal of Health Organization and Management. 26(1), s. 60-80.

JACKSON L. A. ve BARBER D. S. (2015). Ethical And Sustainable Healthcare Tourism Development: A Primer. Tourism and Hospitality Research. 15 (1), s.19-26

JOHNSTON R., CROOKS W. A., SNYDER J. ve KİNGSBURY P. (2010). What Is Known About The Effects Of Medical Tourism İn Destination And Departure Countries? A Scoping Review. International Journal for Equity in Health. 9(24)

KAYA, S. ,YILDIRIM, H.H., KARASAVURAN, S. , ÖZER, O., (2013). Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu. T.C. Sağlık Bakanlığı.

LEE C. A. (2001). Health care at a crossroads: Medical tourism and the dismantling of Costa Rican exceptionalism. PhD Thesis. University of Colorado at Boulder.

LEE C. F. ve B. King (2008). A determination of destination competitiveness for Taiwan's hot springs tourism sector using the Delphi technique

H. MUELLER VE E. L. KAUFMANN (2001). Wellness Tourism: Market Analysis Of A Special Health Tourism Segment And Implications For The Hotel Industry. Erişim adresi: file:///C:/Users/ASUS/Downloads/HEALTH%20TOURISM%20SEGMENT.pdf, Erişim Tarihi: 23.10.2013.

ÖZSARI S. H. ve KARATANA Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. J Kartal TR, 24 (2), s. 136-144.

RODRIGUES A., KASTENHOLZ E. ve RODRIGUES A. (2010). Hiking As A Wellness Activity - An Exploratory Study Of Hiking Tourists In Portugal. Journal of Vacation Marketing. 16(4), s. 331-343.

RUTHERFORD A. S. (2009). India health: Impact of medical tourism facilities on state health and economy. Master of Arts thesis. Iowa State University. Political Science Department.

TONTUŞ, H. Ö. (2014). Sağlık Turizmi Hukuku <http://saturk.gov.tr/images/pdf/tyst/12.pdf>-, Erişim Tarihi: 24.10.2015.

YEOMAN I., SCHANZEL H. ve SMITH K. (2013). A Sclerosis Of Demography: How Ageing Populations Lead To The Incremental Decline Of New Zealand Tourism. Journal of Vacation Marketing. 19 (2), s. 91-103.

<http://www.saglikturizmi.org.tr/tr/saglik-turizmi/genel-bilgi>, Erişim Tarihi: 08. 10. 2015.

<http://www.saglik-turizminde-surecler-ve-araci-kuruluslar-raporu.pdf>, Erişim tarihi: 8.10.2015.