

TC
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

**YENİ MEDYADA SAĞLIK İLETİŞİMİ VE SAĞLIK HABERCİLİĞİ: BEDEN
POLİTİKALARI ÜZERİNDEN KADIN SAĞLIĞI HABERLERİNİN
ANLAMBİLİMSEL İNCELEMESİ**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

HAZIRLAYAN
Zeliha KURBAN

DANIŞMAN
Doktor Öğretim Üyesi
Ayşe ÇATALCALI

JÜRİ ÜYELERİ
Dr. Öğretim Üyesi Ayşe Çatalcalı
Prof. Dr. Gülgün Erdoğan Tosun
Prof. Dr. Erol Özmen

İZMİR-2018



**T.C.EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**YÜKSEK LİSANS
TEZ SAVUNMA TUTANAĞI**

ÖĞRENCİNİN

Adı Soyadı : Zeliha Kurban

Numarası : 92160001492

Anabilim Dalı : Gazetecilik Anabilim Dalı

Tez Başlığı (Türkçe) : Yeni Medyada Sağlık İletişimi ve Sağlık Haberciliği: Beden Politikaları Üzerinden Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel İncelemesi

Tez Başlığı (İngilizce) : Health Communication And Health News Reporting In The New Media: Significance Analysis Of Women Health News On Body Politics

Tez Savunma Tarihi : 10.07.2018

Tez Başlığı Değişikliği Varsa Yeni Başlık:

JÜRİ ÜYELERİ

Jüri Başkanı

Unvan, Adı, Soyadı : Dr. Öğretim Üyesi Ayşe Çatalcalı

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

Jüri Üyesi

Unvan, Adı, Soyadı : Prof. Dr. Gülgün Erdoğan Tosun

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

Jüri Üyesi

Unvan, Adı, Soyadı : Prof. Dr. Erol Özmen

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

TEZ HAKKINDA JÜRİNİN GENEL GÖRÜŞÜ

(Jüri Başkanı Tarafından Doldurulacaktır)

Tez savunması sonucunda öğrenci tarafından hazırlanan çalışma;

Oybirliğiyle ☒

Oy çokluğuyla ☐

Başarılıdır

☒

Düzeltilmelidir

☐

Başarısızdır

☐

- Bu tutanak üç (3) işgünü içerisinde jüri üyelerinin raporlarıyla beraber Anabilim Dalı Başkanlığı üst yazısıyla Enstitü Müdürlüğüne gönderilmelidir.
- Tezli yüksek lisans programlarında düzeltme alan öğrencinin 3 (üç) ay içerisinde yeniden savunmaya girmesi zorunludur.

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne sunduğum “*Yeni Medyada Sağlık İletişimi ve Sağlık Haberciliği: Beden Politikaları Üzerinden Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel İncelemesi*” adlı yüksek lisans/doktora tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

Zeliha KURBAN

İmza

ÖNSÖZ

“Yeni Medyada Sağlık İletişimi ve Sağlık Haberciliği: Beden Politikaları Üzerinden Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel İncelemesi” başlığı altında çalıştığım Yüksek Lisans Tezimin konusu, beden sağlığı politikaları doğrultusunda, ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik bakımından günümüzde önemli konuma taşınan, “Yeni Medya’nın (New Media), kadın sağlığı haberlerini beden politikaları üzerinden nasıl inşa ettiğine odaklanmaktadır.

Araştırmada, Yeni medyada yer alan haberlerin üretim süreçleri ve haber yapıları, “başlık, spot ve ara başlık kullanımları” üzerinden ele alınarak incelenmekte ve haberde uygulanan dil stratejileri bağlamında, sağlık haberlerinin kadın bedeni tüketimi ve haberlerin tıbbileştirilmesi üzerinde durulmaktadır. Bu doğrultuda, kadın sağlığı sayfalarında, kadın ile ilişkilendirilen hangi kategorilerinin bulunduğu, sağlık haberleri ve sağlık iletişimi kuramları arasındaki kurulan olası bağların neler olduğu, sağlık haberlerinde dil yapıları, sağlık gazeteciliği ve muhabirliği konuları ön plana çıkarılmaktadır.

Araştırmada, sağlık iletişimin multidisipliner bir alan olduğu düşüncesinden yola çıkılmakta, bu doğrultuda sağlık haberlerinde kullanılan açık ve gizli(örtük) mesajların, tüketim ideolojisi ve Foucault’un biyo-iktidar yaklaşımları doğrultusunda, nasıl kullanıldığına dikkat çekilmektedir. Araştırmada üç haber sitesi “*hurriyet.com.tr*, *milliyet.com.tr*, *sabah.com.tr*” yer alan 2018 yılı Ocak ve Şubat ayları boyunca yayınlanan kadın sağlığı haberlerinin anlambilimsel analizi yapılmaktadır.

Araştırmanın evreni oluşturulurken, web sitelerinin araştırmaya konu olduğu tarih itibariyle elektronik ortamlarda en çok tıklanan(izlenen) siteler olmalarına önem verilmektedir. Haber içeriklerinde (metinsel yapıların incelenmesi olarak) özellikle “başlık, ara başlık, spot ve haber gövdesinde” yer alan anlam yapıları(mikro) ve ilişkileri, belirlenen kodlar doğrultusunda ilişkilendirilerek incelenmektedir. Bu doğrultuda, sağlık haberlerinin Yeni medyada, sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği kapsamında, kadın

sağlığı ve kadın bedenini nasıl şekillendirdiğine ve kadını nasıl yeniden inşa ettiğine odaklanılmaktadır.

Yüksel Lisans tezi çalışmam boyunca, beni yönlendiren ve yardımlarını, emeklerini esirgemeyen danışmanım Doktor Öğretim Üyesi Ayşe ÇATALCALI'ya öncelikli olarak teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Ayrıca aileme ve kızım Nisan KURBAN'a her zaman yanımda oldukları ve beni sürekli destekledikleri için gönülden teşekkür ederim.

Zeliha KURBAN



Tutanak 1	II
Tutanak 2.....	III
ÖNSÖZ.....	VI
İÇİNDEKİLER.....	V
GİRİŞ.....	VIII
I. BÖLÜM: SAĞLIK İLETİŞİMİ KAVRAMI VE SAĞLIK İLETİŞİMİ KURAMLARI	1
A. SAĞLIK İLETİŞİMİ KAVRAMINA GENEL BAKIŞ	1
B. SAĞLIK İLETİŞİMİNDE KULLANILAN DAVRANIŞSAL KURUMLAR VE MODELLER.....	4
1. Sağlık İnanç Modeli (<i>Health Belief Model</i>).....	5
2. Sosyal Öğrenme Kuramı (<i>Social Cognitive Theory</i>)	8
3. Nedene Dayalı Eylem Kuramı (<i>Theory of Reasoned Action</i>)	11
4. Precede-Proceed Modeli (<i>Precede-Proceed Model</i>)	13
5. Transteorik Model ya da Değişimin Evreleri Modeli (<i>Transtheoretical/Model Of Change Stage</i>)	15
6. Yeniliklerin Yayılması Kuramı (<i>Innovation Diffusion Theory</i>)	16
II. BÖLÜM: SAĞLIK İLETİŞİMİ ANLAYIŞININ GELİŞİMİNE TARİHSEL BİR BAKIŞ VE YENİ MEDYADA SAĞLIK HABERCİLİĞİ	20
A. SAĞLIK İLETİŞİMİ DİSİPLİNİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	20
B. SAĞLIK İLETİŞİMİNİN GELİŞİM AŞAMALARININ TÜRKİYE'YE ENTEGRESİ	22
C. YENİ MEDYA VE SAĞLIK HABERCİLİĞİ.....	28
1. Gelenekselin Değişimi: Yeni Medya.....	30
2. Yeni Medya Ortamında Gazetecilik	34
3. Yeni Medyada Sağlık Haberciliğinin Gelişimi.....	37
III. BÖLÜM: BEDEN POLİTİKALARI BAĞLAMINDA KADIN SAĞLIĞI	55
A. BEDEN POLİTİKALARI DOĞRULTUSUNDA KADIN SAĞLIĞINA GENEL BİR BAKIŞ	57
1. Sağlık ve Beden Sosyolojisinin Ortak Sorunsalı: Kadın	57

2. Kadın Sağlığı ve Tıbbileştirme kavramının Yeni Medyada Kullanımı	61
B. YENİ MEDYADA KADIN SAĞLIĞININ TEMSİLİ	64
IV. BÖLÜM: YENİ MEDYADA KADIN SAĞLIĞI HABERLERİNİN ANLAMBİLİMSEL İNCELEMESİ.....	68
A. ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ.....	68
B. ARAŞTIRMANIN TEMEL SORUNSALI	69
1. Araştırmanın Amacı	69
2. Araştırmanın Hipotezi	69
3. Araştırmanın Evreni	71
4. Araştırmanın Örneklemi.....	71
C. YENİ MEDYADA BEDEN POLİTİKALARI ÜZERİNDEN KADIN SAĞLIĞI HABERLERİNİN ANLAMBİLİMSEL İNCELEMESİ.....	78
1. “ <i>hurriyet.com.tr</i> ” Web Sayfasında Yer Alan Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel Analizi	78
2. “ <i>milliyet.com.tr</i> ” Web Sayfasında Yer Alan Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel Analizi	101
3. “ <i>sabah.com.tr</i> ” Web Sayfasında Yer Alan Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel Analizi	124
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	143
KAYNAKÇA.....	151
EKLER LİSTESİ	161
A. ARAŞTIRMADA KULLANILAN HABERLER	161
1. “HURRIYET.COM.TR” ADRESİNDE YER ALAN HABERLER.....	161
2. “MİLLİYET.COM.TR” ADRESİNDE YER ALAN HABERLER	162
3. “SABAH.COM.TR” ADRESİNDE YER ALAN HABERLER	164
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	166
ÖZET	167
SUMMARY	168
ÖZGEÇMİŞ.....	169

GİRİŞ

Sağlık iletişimi, sağlık konusu ile ilgili kişilerin, grupların veya sağlık profesyonellerinin hem kendi içlerinde, hem de ilgili oldukları hedef kitle ile gerçekleştirmiş oldukları iletişim şekli olarak ifade edilmektedir. Sağlık iletişimi Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) 1970'li yıllarda gelişmeye başlayan ve içerisinde farklı disiplinler barındıran multidisipliner bir alandır. Halk Sağlığı, Psikoloji, Sosyoloji, Ekonomi ve Politika gibi pek çok alandan disiplinden etkilenen sağlık iletişimi alanı, aynı zamanda sağlığın geliştirilmesi ve korunması çalışmaları çerçevesinde genişletilmektedir.

Araştırmanın birinci bölümünde, sağlık iletişimi kavramı ile sağlık iletişimde kullanılan davranışsal kuram ve modeller üzerinden ele alınmaktadır. Modellerin söz konusu alanı, farklı yönlerden nasıl şekillendirdiğine dair teorik bilginin aktarıldığı bu bölümde konu, “Sağlık İnanç Modeli, Sosyal Öğrenme Kuramı, Nedene Dayalı Eylem Kuramı, Precede-Proceed Modeli, Transteorik Model ya da Değişimin Evreleri Modeli ve Yeniliklerin Yayılması Kuramı” üzerinden tartışmaya açılmaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünde, sağlık iletişiminin gelişimine tarihsel olarak değinilmekte ve Türkiye’de söz konusu alanın gelişim süreçlerinin nasıl bir yol izlediği ele alınmaktadır. Ayrıca, sağlık iletişiminin Yeni medyada nasıl geliştiği ve sağlık haberciliği konuları üzerinde durulmaktadır. Web 2 teknolojilerinin gelişmesiyle hayatımıza dahil olan Yeni medya kavramı (bilgisayarların işlem gücü olmadan oluşturulamayacak her türlü ortam) erişilebilirlik ve ulaşılabilirlik bakımından öncelikli varsayıldığı araştırmada, Yeni medya ortamında gazetecilik, sağlık haberciliği ve sağlık muhabirliği üzerinden, sağlık haberlerinin kadın bedeni politikalarını nasıl uyguladıkları aktarılmaktadır. Sağlık haberciliği tanımı ve nitelikleri, Yeni medyada sağlık haberlerine yönelik dil kullanımı ve sağlık haberlerine yönelik tasarımın yönetilmesi konuları, bu doğrultuda kadın sağlığı haberlerine okuyucuların dikkatini nasıl yönlendirdikleri hususu üzerinden işlenmektedir. Araştırmada özellikle dil ve tasarım kullanımlarının, stratejik bir kılavuzluk görevi üstlendiği kabul edilmektedir.

Günümüzde sağlık haberciliğine, yaşanan dönemin şartları ve hastalık durumlarına göre farklılık gösterse de, giderek artan bir ilgi söz konusudur. 20. yüzyılda Tıp alanında yaşanan gelişmeler yaşam süresi beklentisinin ve yaşam kalitesinin artmasına olanak sağlamaktadır. Bireyler özellikle, kapitalist ideolojinin manipülasyonu doğrultusunda, daha sağlıklı bir yaşama kavuşmak istemekte, sağlıklı yaşam teşvik edilmekte ve sağlık bireyselleştirilerek, tıbbileştirilmektedir. Bu doğrultuda, bireylerin medyada yer alan sağlık haberlerini yakından takip etmeleri mümkün olmaktadır. İnternet teknolojilerinin bugünkü kadar gelişmediği dönemlerde, sağlık ile ilgili haber ve enformasyonlar yazılı basın araçları ve televizyon üzerinden aktarılmakta iken; günümüzde yeni medya teknolojileri sayesinde bireyler, aradıkları sağlık bilgisine kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Söz konusu araştırmada, sağlığın kamusal bir alan üzerinden ve politik olarak ele alınması gerektiği varsayılmaktadır. 1970'ler sonrası Dünya üzerinde uygulanan neoliberal politikaların Türkiye'de nasıl bir süreç izlediği ve özellikle 2002 sonrası "*Sağlıkta Dönüşüm*" reformunun en büyük hedefi olduğu düşünülen özelleştirmelerin sonuçları ayrıca tartışılmaktadır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, beden politikalar bağlamında kadın sağlığı konusu işlenmektedir. İkinci bölümde bahsedilen sağlık politikalarının, medyadaki kadın sağlığı algısını nasıl şekillendirdiği, haber incelemeleri doğrultusunda açıklanmaktadır.

Bireylerin toplumu algılamalarında, en büyük etkiye sahip olan araçlar arasında Yeni medya, bedenin denetimi üzerinde sorumluluk üstlenmektedir. Beden hem biyolojik denetlenen hem de toplumda kişinin kendisini temsil etmesine olanak veren bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla sağlık haberciliği, medyanın benimsediği tüketim algısına ters düşmektedir. Özünde sağlık haberciliği tanı ve tedavi yöntemleri, hastalıklarla baş edebilme, yeniliklerin aktarılması, kronik hastalıklar, aşılama vb. halk sağlığı konularında toplumu aydınlatmayı amaçlamaktadır. Ancak biyo-politik bakış açısıyla, sağlık içerisine dahil edilen diyet, estetik, güzellik, egzersiz gibi başlıklarla, gündelik yaşamın ve bedenlerin tıbbileştirildiği görülmektedir. Araştırmada, özellikle kadın beden

politikaları ve haberde oluşturulan tıbbileştirme uygulamalarının kapitalist ideoloji içinde öncelikle politika ve ekonomi çerçevesinde uygulandığı varsayılmaktadır.

Araştırmanın dördüncü ve son bölümünde, kadın sağlığı haberlerinde söz konusu tıbbileştirmenin çıktılarına ulaşabilmek ve beden politikalarının Yeni medyadaki kadın sağlığı haberlerini ne yönde etkilediğini ortaya çıkarmak adına, en çok tıklanan üç haber sitesinin 2018 yılı Ocak ve Şubat ayında yayınlanan toplam 97 kadın sağlığı haberi ele alınmaktadır. Araştırmada haber içeriklerinde (metinsel yapıların incelenmesi olarak) özellikle başlık, spot ve haber gövdesinde yer alan anlam yapıları ve ilişkileri ele alınmaktadır. Söz konusu haber yapılarının içinde sözcük ve cümleler doğrultusunda, yeni medyada sağlık iletişimi ve sağlık haberciliğinin kadın sağlığı içerikleriyle kadın bedenini nasıl şekillendirdiğine/bilgilendirdiğine odaklanılmaktadır.

Araştırmada, basit tesadüfi örnekleme ve tabakalı örnekleme yolu ile veriler sınıflandırılmaktadır. Konuları bakımından haberler “*genel sağlık, kronik hastalıklar, cinsellik ve kadın hastalıkları, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik*” olmak üzere 6 kategoriye ayrılmaktadır. Haberler erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla baş edebilme bilgisi, niyet, tutum, inanç ve davranış kararlarını etkileyen söylemler barındırma, okuyucuya kılavuzluk görevi üstlenme ve kadın sağlığının tıbbileştirilmesi başlıkları dikkate alınarak, anlambilimsel bir inceleme yapılmaktadır. Özellikle, kadın okuyucuların “*adet(regl-menstrüasyon), hamilelik, doğum, menopoz ve yaşlılık*” evreleri açısından sağlık haberlerinin nasıl tıbbileştirildiği ortaya konmaktadır.

Araştırmada, Yeni medyanın, yeni teknolojiler ve elektronik ortamlar içinde güç alan ve farklı editöryel süreçleri bulunan bir medya alanı olduğu varsayılmaktadır. Bu doğrultuda, Yeni medyanın haberciliğe kazandırdığı olanaklar üzerinden, haber yazım süreci editöryel ve dil/yapılarına vurgu yapılmaktadır. “*Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?, Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?, Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?, Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?, Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?*” sorularına örneklerle yanıt verilmektedir.

Aynı zamanda çalışmanın üzerinde durduğu bir diğer konu başlığı ise, “*Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri ve Sağlık iletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları*” dır. Elbette ki, web sitelerinde yer alan sağlık haberlerini düzenlenişinde tam olarak söz konusu kuramlara bağlılık beklenmemektedir. Ancak kuramlara ilişkin verilerin, sağlık haberlerini nasıl yönlendirdiği ayrıca veri oluşturacağı için, sağlık iletişimi alanına yeni bir odak noktası sağlaması ve daha sonraki çalışmalara nclk edebilmesi açısından önemli görülmektedir.



I. BÖLÜM: SAĞLIK İLETİŞİMİ KAVRAMI VE SAĞLIK İLETİŞİMİ KURAMLARI

A. SAĞLIK İLETİŞİMİ KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Bugüne dek sağlığın birçok farklı tanımlaması yapılmıştır. Yapılan sağlık tanımlamaları toplumların kültürel özelliklerine göre de değişiklikler göstermektedir. Değişen yaşam koşulları, kişisel ve sosyal faktörler ile sağlık sistemleri sağlığın tanımlanmasında etkilidir. Şimdiye kadar en geçerli tanımı Dünya Sağlık Örgütü'nün (*World Health Organization, WHO*) yaptığı kabul edilmektedir. “*Sağlık, sadece hasta ve sakat olmama durumu değil, aynı zamanda bedensel, ruhsal ve sosyal olarak tamamen rahat, iyilik içerisinde olma halidir.*”¹ şeklinde tanımlanmaktadır.

Yapılan tanımlamaya göre, sağlığın sosyal iyilik haline göre değerlendirmesi, son 30-40 yıldır süregelen postmodern gelişmelere paralel olarak sağlık bilimleri ve sosyal bilimler arasında yakınlaşmalara neden olmuştur. Sosyal iyilik sürecinin olmazlarından biri olan iletişim, sağlık ile bütünleştirildiğinde karşımıza “*sağlık iletişimi*” kavramı çıkmaktadır. Sağlık iletişimi kavramına bakıldığında, sağlık konusu ile ilgili kişilerin ve grupların, temel olarak sağlık davranışı değiştirmeye yönelik gerçekleştirmiş oldukları iletişim şekli olarak ifade edilmektedir.

Literatüre bakıldığında sağlık iletişimi ile ilgili birçok tanım ve açıklama bulunmaktadır. Yapılan tanımlamalar sağlık iletişimin multidisipliner bir alan olduğunu ve yalnızca hasta-doktor iletişimini kapsayan değil, aynı zamanda sağlıkla ilgilenen herkesin bu iletişime dahil olduğunu göstermektedir. Sağlıkla ilgili düşünce, sorun ya da çözümlerin farklı etkileşimler içerisinde ve farklı aktarım yolları kullanılarak ifade edilmesi tanımların ortak özelliklerindendir. Bir diğer ortak özellik ise, verilen bilgilerin kişilerin sağlık davranışlarını değiştirmeye yönelik yapılan birtakım çalışmalar bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır.

¹ Ayla Okay, **Sağlık İletişimi**, İstanbul: Derin Yayınları, 2008, s. 1.

Türkiye’de sağlık iletişimi konusunda öncü çalışmalarda bulunan Araştırmacı Okay sağlık iletişimini, ilgili hedef gruplara yönelik bir iletişim şekli olarak tanımlarken², Hurrelmann’a göre sağlık iletişimi, “*Sağlıkla ilgili bakım sürecine dahil olan ve ya vatandaş olarak sağlık ve hastalık konuları ile ilgili olan kişilerle; profesyonel hizmet sağlayıcıları ve hastalar arasında bilgi, görüş ve duyguların iletilmesini içermektedir.*”³ olarak ifade edilmektedir. Dünyanın önde gelen sağlık kuruluşlarından biri olan CDC (*Centers for Disease Control and Prevention - Hastalıkları Kontrol ve Önleme Merkezleri*) ise, sağlık iletişimini “*sağlığı geliştirmek, kişilerin ve toplumun sağlıkla ilgili kararları üzerinde etkili olmak ve bilgilendirmek için iletişim stratejilerinin incelenmesi ve kullanımı*” şeklinde tanımlamaktadır.

Sağlık iletişiminde süreçler önemlidir. Sağlık iletişiminin gerçekleşme süreci, genel olarak ilgili mesajların doğru kitleye yayılması ve hedef kitle tarafından yorumlanmasıdır. Donohew’a göre mesajı gönderen bir kişi, bir kuruluş ve bir kitle iletişim aracı olabilmektedir. Ve yorumlayan ise bir kişi, bir grup ya da ayırım yapılmamış bir kitle olabilmektedir.⁴ Buna göre iletişim sürecinin sağlığın iyileştirilmesi için uygulandığı söylenebilmektedir. Sağlık iletişimi; hastalıkların önlenmesi ve yaşam kalitesinin artırılmasına ek olarak, sağlığın geliştirilmesi, sağlık politikaları ve sağlık hizmetlerini de kapsamaktadır.⁵ Schiavo’ya göre, bu alan bireyi, toplumu, sağlık profesyonellerini ve politikacıları etkilemek amacıyla sağlıklı ilgili bilgileri iletmek, savunmak ve toplum sağlığını geliştirmek için çok geniş hedef kitlelere ulaşmayı hedefleyen çok yönlü ve multidisipliner bir alandır.⁶

²Ayla Okay, 2008, **a.g.e**, s. 11.

³Oskar G. Weinig vd., **Gesundheitskommunikation im Öffentlichen Gesundheitswesen Bewaeltigung von Risiken und Krisen**, s. 91, Akt. Okay, A. **a.g.e**, s. 11.

⁴Lewis Donohew, Eileen Berlin Ray, **Introduction: System Perspectives on Health Communication, Communication and Health: Systems and Applications**, Hillside: Lawrence Erlbaum, s. 4

⁵U.S Department of Health and Human Services, **Office of Disease Prevention and Health Promotion, Healty People 2010**. Volumes 1-2, Chapt. 11, 2010, ss. 11-20.

⁶Renata Schiavo, **Health Communication: From Theory to Practice**, San Francisco: Jossey Bass, 2007, p. 37.

Araştırmacı Donohew Castello'nun üzerinde durduğu sağlık iletişimi kavramını ilgili bilgileri elde edip, doğru davranışları hayata geçirme süreci olarak açıklamaktadır.⁷

Sağlık iletişimi, geniş popülasyonların sağlık uygulamalarını pozitif yönde etkilemek için geliştirilen sistematik bir girişimdir. Sağlık iletişiminin birincil amacı sağlıkla ilgili uygulamalarda ve bunun sonucunda da sağlık durumunda ilerleme kaydetmektir.⁸ Bu sebeple yapılan çalışmalarda sağlık durumunda pozitif yönlü değişimlerin hangi yöntemler kullanılarak sağlanacağını öğrenmek amacıyla birtakım çalışmalar yapılmaktadır. Birçok araştırmacı, gelişebilecek değişimleri farklı bakış açıları ile ele almaktadır.

Reardon (1988) da iletişimin nasıl ve hangi şartlarda insanları daha sağlıklı yaşam biçimlerine ve davranışlarına yöneltmek için ikna ve motive edeceğini bir sağlığın geliştirilmesi ve hastalığın önlenmesi sorunu olarak ele alan bu disiplinin rolünü incelemektedir. Pettgrew, sağlıkla ilgili iletişimin bağlamının önemini tartışmakta, alanın “kurumsal çoğulculuğundan” bahsetmekte ve sağlık iletişimi dinamiklerinin sadece iknaya karşı enformasyon perspektifleriyle yeterince temsil edilmediği üzerinde durmaktadır.⁹ Rosenstock, Hochbum ve Kegeles, kişilerin sağlık davranışlarını neden değiştirmediklerini açıklamak için araştırmalar yapmaktadır. Becker ve Bandura'da sağlık davranışının dayandığı bilişsel temeller üzerinden incelemeler yaparak, tutum değişikliği için öneriler sunmaktadır. Yine Fisbein, Ajzen, Lawrance Green, Prochaska, DiClemente ve Rogers' da sağlığın geliştirilmesi adına birtakım çalışmalar yapmaktadır.

Tüm bu tanımlamalardan ve araştırılan konulardan yola çıkılarak içerisinde sağlık olan her türlü iletişimin sağlık iletişimi alanına dahil olduğunu söylemek mümkündür. Her tanımlamada öne çıkan temel özelliğin sağlıkla ilgili davranış değişikliği yaratmak

⁷ Donohew, Lewis., Eileen Berlin Ray, **a.g.e**, pp 3-6

⁸ Elayne Clift, Vicki Freimuth, **Health Communication: What it is and What it can do for you?**, Journal of health education, vol 26, no2, 1995 ss. 68-74.

⁹ Donohew, L., Ray, E. B., **a.g.e**, pp 3-6

olduğu görülmektedir. Sağlık alanında davranış değişikliklerini tetikleyen birtakım kurum ve modeller bulunmaktadır.

B. SAĞLIK İLETİŞİMİNDE KULLANILAN DAVRANIŞSAL KURUMLAR VE MODELLER

Bireylerin sağlık davranışlarını benimsemesi ve uygulamasıyla ilgili birtakım teoriler ve modeller geliştirilmiştir. Davranış, insanın başka bir insan ya da deneyici tarafından gözlemlenebilen ya da kendince değişik yöntemlerle anlatılabilen bilinçli etkinliklerdir. Sağlık konusunda davranış değişiklikleri sağlamak amacıyla araştırmacılar öncelikle kişilerin davranışları üzerinde birtakım çalışmalar yapmıştır. Bunların sonucunda insan davranışını etkileyen etkinlikler bilişsel, devinimsel ve duygusal olmak üzere 3 başlık altından toplanmaktadır. Bilişsel etkinlikler: düşünme, sorun çözme, kavram ve ilke öğrenme vb.; devinimsel etkinlikler: yürüme, konuşma gibi tüm kasal etkinlikler;; duygusal etkinlikler: tutumlar, coşkular, değerler, ilgiler, güdüler vb. şeklinde ifade edilmektedir.¹⁰

Sağlık davranışını değiştirmek için kullanılan modeller de yukarıda sayılan bilişsel, devinimsel ve duygusal etkinliklerin tümü göz önünde bulundurularak geliştirilmektedir. Sağlık iletişiminde yer alan teorilerin ortak özelliği sağlığı biyolojik, psikolojik ve sosyal yaklaşımlarla ele alıyor olmasıdır.

Sağlık iletişiminde davranış değişikliklerini anlamlandırmak ve değiştirmek üzerine 6 temel modelden bahsetmek mümkündür. Bu modeller Sağlık İnanç Modeli, Soysal Öğrenme Kuramı, Nedene Dayalı Eylem Kuramı, Precede-Proceed Modeli, Transteorik Model ve Yeniliklerin Yayılması Kuramı olarak sıralanmaktadır.

Sağlık inanç modelinde temel amaç; davranış değişikliğinde bireylerin inançları ile ilişkilerini ortaya koymaktır. Soysal öğrenme kuramı, etkisini birçok alanda gösterirken, sağlık üzerindeki etkisi kişinin duygu, düşünce, istek ve davranışlarını etkileyen bilişsel mekanizmayı anlamaya dayanmaktadır. Nedene dayalı eylem

¹⁰ Başaran, İ. E., **Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü**, Ankara: Siyasal Kitapevi, 1991, s. 28

kuramında ise, davranışın niyeti takip ettiğini ve bireylerin kararlarında toplam edindikleri bilginin ve niyetin önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Precede-Proceed modelinde ise sağlığı etkileyen çevresel faktörlerin önemi ile birlikte davranış değişikliği oluşturmak için 9 etabın varlığından söz edilmektedir. Bu 9 etap; sosyal tanı, epidemiyolojik tanı, davranışsal ve çevresel tanı, eğitimsel ve ekolojik tanı, yönetsel ve politik tanı, uygulama, süreç ve değerlendirme, etki değerlendirmesi ve sonuç değerlendirmesi olarak sıralanmaktadır.

Transteorik modelde de, davranış değişikliğinde değişimin aşamalarını 5 başlık altında toplayan ve değişimi bir etkinlikten öte bir süreç olarak tanımlanmaktadır.

Son olarak yeniliklerin toplumda nasıl karşılandığını ölçmek amacıyla geliştirilen modele ise yeniliklerin yayılması kuramı denilmektedir. Yukarıda sayılan 6 model, bir diğer bölümde ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

1. Sağlık İnanç Modeli (*Health Belief Model*)

Bu model ile bireyin inanç ve davranışları arasındaki ilişki ile sağlık davranışı üzerindeki etkisi açıklanmaya çalışılmaktadır. Sağlık İnanç Modeli, 1950 yılında Becker, Rosenstock, Hochbaum ve Kegeles tarafından ortaya çıkarılan bir davranış modelidir. Rohleder de sağlık inanç modeli ile ilgili birçok çalışma yapmıştır. Nahcivan'ın aktardığına göre Rosenstock sağlık inanç modelini şöyle tanımlamaktadır: “*Model kişinin inanç ve davranışları arasındaki ilişkiyi ve bireysel motivasyonun etkisini açıklarken, kişiyi sağlığa ilişkin eylemleri yapmaya veya yapmamaya neyin motive ettiğini ve özellikle sağlık davranışlarının sergilenmesinde etkili olan tutumları ortaya koymaktadır.*”¹¹

¹¹ Nursen Ö. Nahcivan, Selda Seçginli, **Meme Kanseri Erken Tanıya Yönelik Tutum ve Davranışlar: Bir Rehber Olarak Sağlık İnanç Modelinin Kullanımı**, Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 7(1), 2003, ss. 33-38

Sağlık İnanç Modeli aslında kişilerin neden hastalıklardan korunma veya onları saptama programlarına katılmadıklarına dair bir açıklama getirmek için geliştirilmiştir.¹²

Modelin geliştirilmesinde, ABD’de 1959 yılında gerçekleştirilen Tüberküloz Tarama Programı (*TB Screening Study*) öncü olmuştur. Bu program, ilk sağlığın geliştirilmesi kampanyası olarak ele alınabilir. US Public Health Service (*USPHS-Amerikan Kamu Sağlığı Hizmeti*) fabrikada çalışan işçilerin tüberküloz taramasına katılım oranını yükseltmeyi hedeflemiştir. Belirli bir fabrikadaki işçiler hedef kitle olarak seçilmiş ve araştırmacılar (*Hochbaum ve arkadaşları*) işçilerin tüberküloz hastalığı hakkındaki inanç ve algılamalarının, para gibi dış etkenlerin tarama oranlarının düşük olmasına neden olduğunu ileri sürmüşlerdir.¹³

Araştırmacılar, tüberkülozun ciddi bir hastalık olduğu konusunda işçilerin eğitilmesi için medyayı kullanarak bir kampanya başlatmışlardır. Kuramsal olarak kampanya sonucunda tarama yaptıranların sayısının artması beklenirken, işçilerin yalnızca 1/3’ü tarama yaptırmıştır. Bu başarısız sonucun nedenleri araştırılarak, Sağlık İnanç Modeli geliştirilmiştir.¹⁴

Sağlık inanç modelinin “*bireysel özellikler, algılar ve eylem*” olmak üzere 3 bileşeni bulunmaktadır. Bu bileşenler kişilerin sağlık bilgileri ve bu bilgilerin sağlık davranışını oluşturmaya ya da değiştirme konusunda sonucuna etki etmektedir. Bireysel özelliklerin içerisinde yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi gibi sosyo-demografik veriler bulunmaktadır.

Algılar; sağlık davranışı belirlemede etkili olan güçlü faktörleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Son olarak eylem bileşeni de, sağlık davranışını tetikleyen öğeler olarak tarif edilmektedir.

SİM (*Sağlık İnanç Modeli*), bireyin sağlık davranışını etkileyen faktörleri, medikal davranışları ve semptom yöntemini anlamak için kullanılan en eski, belki de en

¹² Ayla Okay, **Sağlık İletişimi**, 2008, s. 84.

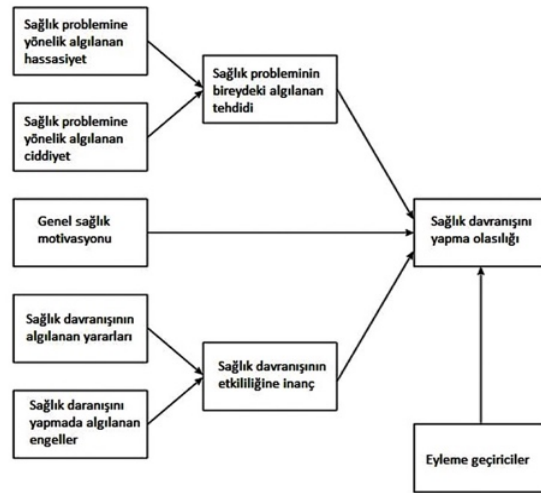
¹³ İnci Çınarlı, **Sağlık İletişimi ve Medya**, Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım, 2008, s. 129.

¹⁴ İnci Çınarlı, **a.g.e.**, s.129.

çok kullanılan modeldir.¹⁵ Bireyler bir sağlık sorunun kendilerine ciddi düzeyde zarar vereceğine yönelik hassas/duyarlı iseler, eyleme geçtikleri zaman kendilerine gelecek zararların azalacağını düşünürler. Eyleme geçilmez ise, engel algısı oluşturan faktörlerin (*muayene olma, taramaya katılma, diyeti düzenleme gibi*) külfetinden (*maliyet, zaman vs.*) daha ağır sonuçlar doğabileceğine inanmaktadır. Daha somut bir örnek ile açıklamak gerekirse, kanser olma hassasiyeti olan birisi, kanserin kötü sonuçlarına maruz kalmaktansa zamansızlık, parasızlık, doktora ve sağlık kuruluşlarına ulaşamama gibi engelleri aşarak sağlık taramalarını yaptırmayı tercih edeceklerdir.¹⁶

Sağlık İnanç Modeli denince çalışmalarıyla aklan gelen bir diğer isim ise Rohleder'dir. Rohleder'e göre sağlık inanç modelinin, sağlık problemine yönelik algılanan hassasiyet ve ciddiyet, sağlık davranışının algılanan yararları ve sağlık davranışını yapmada algılanan engeller olmak üzere 4 bileşenden oluştuğunu ifade etmektedir.

Aşağıdaki şekilde (*Bknz. Şekil 4*) Rohleder'in sağlık inanç modelini ele aldığı 4 boyut gösterilmektedir:



Şekil 1: Rohleder, Sağlık İnanç Modeli, 2012

¹⁵ Paul Rohleder, **Critical Issues in Clinical and Health Psychology**. London: Sage Publications, 2012, s.93.

¹⁶ Victorial Champion, Celette Sugg Skinner, **The Health Belief Model. Health Behavior And Health Education: Theory, Research And Practice**. San Francisco: Jossey Bass, 2008.

Sağlık problemine yönelik algılanan hassasiyet, kişinin sübjektif algılamalarını içermektedir. Kişinin yaşanmışlıkları ve deneyimleri karşılaşılan sağlık problemi karşısındaki tutumunu değiştirmektedir. Örneğin, ailesinde şeker hastalığı olan kişilerin, şeker hastalığına yatkınlık bilincinin daha yüksek olması algılanan duyarlılığı ifade etmektedir. Örnek üzerinden devam edilecek olursa, şeker hastalığının önemini kavrama yetisi, sağlık problemine yönelik algılanan ciddiyeti göstermektedir. Birey karşılaştığı problemle ilgili ne kadar bilgi sahibi olursa, ciddiyet seviyesi de bir o kadar artmaktadır.

Rohleder'e göre, sağlık davranışının algılanan yararları, karşılaşılan sorunlara göre değişiklik göstermektedir. Şeker hastalığı örneğindeki gibi, hastaya şeker hastalığı teşhisi konulduktan sonra uzmanlar tarafından yaşam kalitesinde bir düşüş yaşanmayacağına söylenmesi, kişiyi doğru davranışı yapması için tetiklemektedir. Ancak bu durumda sağlık davranışını yapmada algılanan engeller faktörü ise, bazı zamanlarda davranış değişikliğini negatif yönde etkilemektedir. Şeker hastası bireyin uygulayacağı diyet ve sürekli olarak insülin kullanma zorunluluğu, algılanan yarardan daha az etkiye sahipse davranış değişikliği gerçekleşmeyebileceği ifade edilmektedir.

Yukarıda belirtildiği şekilde, kişinin demografik değişkenleri ve psikolojik karakteristikleri de sağlık inancı davranışının şekillendirilmesinde etkin olmaktadır.¹⁷ Hedeflenen davranış değişikliğine ulaşmak için, detaylı bir sınıflandırma yapılması gerekmektedir.

2. Sosyal Öğrenme Kuramı (*Social Cognitive Theory*)

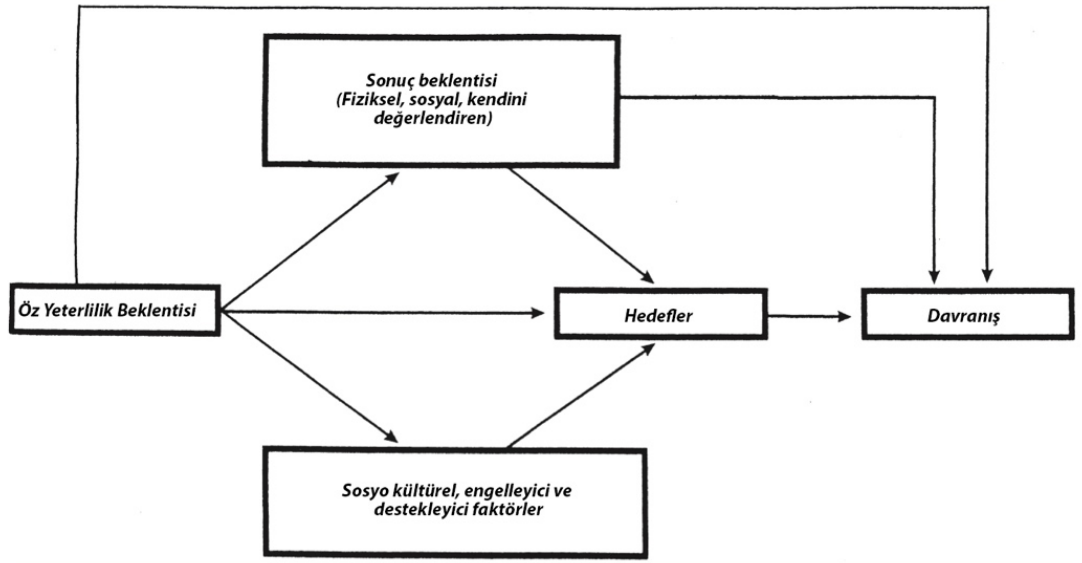
Alber Bandura'nın 1977'de ileri sürdüğü kuram^{*}, kişinin duygu, düşünce, istek ve davranışlarını etkileyen bilişsel mekanizmayı anlamlandırmaktadır. Erol Mutlu'da sosyal öğrenme kuramının davranışın içsel süreçlerle, dışsal ya da çevresel etmenlerin arasındaki etkileşimin bir işlevi olduğunu öne sürmektedir.¹⁸

¹⁷ Ayla Okay, **Sağlık İletişimi**, s:86

^{*} *Sosyal bilişsel teori olarakta adlandırılır.*

¹⁸ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ark Yayınevi, 1998, s 45.

Sosyal öğrenme kuramı, karşılıklı determinizm modeline yapılandırılmıştır. Young araştırmasında karşılıklı determinizmin üçlü bir model olduğunu belirtmekte ve bu modelde davranış, kişisel faktörler* ve çevresel faktörler birbirlerini etkileyen determinantlardan** bahsetmektedir. Zamanın değişik noktalarında, bir determinant diğerine baskın gelmeye çabalayarak kişi düşünce, arzu ve davranışlarını farklı şekillerde uyarmaya izin verir.¹⁹



Şekil 2: Bandura Sosyal Öğrenme Kuramı, 2004

Yukarıda (Bknz. Şekil 2) Bandura'nın sosyal öğrenme kuramını anlatan şekli verilmektedir. Buna göre davranışa etki eden 4 kategori bulunmaktadır: Bu dört kategori Öz yeterlilik beklentisi, sonuç beklentisi, engelleyici ve destekleyici faktörler ve hedefler olarak sıralanmaktadır.

* Buna biliş de dahildir.

** Birkaç bilinmeyenli birinci dereceden eşitlik dizgelerini çözmekte kullanılan yardımcı cebirsel anlatım, sosyal bilimlerde belirleyici faktör, belirtken vb. olarak tanımlanmaktadır. Bknz: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=90497, Erişim Tarihi: 05.03.2018

¹⁹ Henry Young vd., **Using Social Cognitive Theory To Explain Consumers Behavioral Intentions In Response To-Direct-To Consumer Prescription Drug Adversiting. Research In Social And Administrative Pharmacy**, 2005, ss. 270-288

Bandura sayılan dört kategorinin davranışını nasıl etkilediğini şöyle açıklamaktadır:

“Etkinin yapısal yolları, burada algılanan öz yeterlilik sağlık alışkanlıklarını doğrudan ve hedefler üzerindeki etkileriyle, sonuç beklentileri ve sosyo kültürel aracının düşüncelerini ve sağlığı destekleyici davranışın engellenmesi etkilemektedir. İçinde algılanan öz yeterliliğin olduğu etkinin yapısal yolları, hem hedefler üzerindeki etkisi, nihai beklentiler hem de sosyo-yapısal kolaylaştırıcıların algılanması ve sağlık promosyonu davranışına engel olanlar aracılığıyla doğrudan doğruya sağlık alışkanlıklarını etkiler.”²⁰

Bandura’nın modelini destekleyen ve eklemelerde bulunan Çınarlı’ya göre, davranışı yönlendiren; bir davranışın sonucunda beklenen sonuçlardır. Bu sonuçlar ne kadar olumlu olursa, davranış o kadar kabul görmektedir. Pek çok olumsuz davranışın ise, olumsuz sonuçları görüldüğü halde devam ettiği ileri sürülmektedir. Bu paradoksun açıklamalarının ilki, davranış sonucunda kısa dönemli doyumun uzun dönemli zarar görmekten daha motive edici olduğudur. Örneğin, sigara içenlerin kısa dönemde sigaradan alacakları keyfi, uzun dönemde sigaradan görecekleri zarara tercih etmelerinde olduğu gibi.²¹

Sosyal öğrenme kuramı, sağlık davranışının oluşmasında kişinin bilişsel yapısını ve dış etmenlerin davranış üzerindeki etkisini ortaya koyduğunu hatırlarsak, bireylerin davranışın yarar ve engellerini, kendi sübjektif algıları ile birleştirdikleri varsayılabilir. Bu durumda sağlık davranışı sosyo kültürel anlamda destekleyiciler ve engelleyicilerden etkilenmektedir.

Sosyal öğrenme kuramı ve sağlık inanç modeli davranış etkinlikleri kendi içlerinde gruplandırmaları ve davranışın değişebilmesinde sosyal yönlerin etkili olması bakımından birbirlerini desteklemektedir. Sosyal Öğrenme Kuramı (Bandura 1977-1986) ve Sağlık İnanç Modeli (Becker 1974) tutum değişikliğinin olabilmesi için şunları önermektedir:

- “İstenilen davranışların örneklerle, deneylerle açıklanması ya da modellenmesi,
- İstenilen amaçlara ulaşabilmek için özellikle de acil olanlar için (iyi hissetme ve iyi görünme gibi) davranışın etkili tanımı,

²⁰ Albert Bandura, **Health Promotion by Social Cognitive Means**, Health Education & Behavior, Vol:31, 2004, ss. 143-164

²¹ İnci Çınarlı, **a.g.e**, ss. 130-131

- Davranışın kavramsal olarak hayat şartların uygun olduğunun belirtilmesi. Bunu yaparken davranışın amacının ve değerinin yükseltilmesi, (hastalık riskinden korumak için)
- Hastalık riskini önlemek için belli bir davranış biçiminin telkin edilmesi. Hastalığın zararından korunmak ve uzun dönemde yaşam kalitesini yükseltmek için belli bir davranışın empoze edilmesi,
- Toplumun desteğini almış davranış biçiminin sunulması,
- Kişinin kendi kendine eski davranışlarını değiştirmesi için yeni davranışa yönelik rehberlik hizmeti verilmesi,
- İstenilen davranış değişikliğinin başarılabilmesi için kişiler arası sosyal desteğin geliştirilmesi,
- İstenilen davranış değişikliğinin başarılabilmesi için, bir altyapı desteğinin verilmesi, bu da var olan alt yapının kullanılmasının desteklenmesi veya değişikliğe neden olacak eylemlerin hedef kitleye, devlete veya sivil toplum örgütlerine yapılacak baskı ile desteklenmesi,
- Gerekli davranış değişikliğini baltalamaya yönelik herhangi bir sosyal hizmet kuruluşundan gelen engellemelere karşı kamu desteğini alarak aktivitenin gerçekleştirilmesi.”²²

Söz konusu önerilere göre, toplumun desteğini alarak, davranışın amaç ve değerinin yükseltilmesi ile hastalık riskini önlemek, kişiyi hastalığın zararlarından korumak ve uzun dönemde yaşam kalitesini yükseltmek için belirli bir davranışın manipüle edilmesi amaçlanmaktadır. Bunları yaparken de kişilerarası sosyal desteğin geliştirilmesi önemli bir aşama olarak görülmektedir. Öneriler doğrultusunda bir davranış değişikliği yaratılmak isteniyorsa; bireylere davranışın sonuçlarının deney ya da örnekler ile gösterilmesinin önemli olduğu, tüm bu süreçte toplumun kabul görürlüğünü almanın olumlu sonuçlar getireceği ifade edilmektedir. Davranış değişikliğinde rehberlik hizmetlerinin ve sosyal desteğinde önemli bir payı bulunmaktadır.

3. Nedene Dayalı Eylem Kuramı (*Theory of Reasoned Action*)

“Rasyonel Adam” hipotezi olarakta anılan bu model, 1975 yılında araştırmacılar Fisbein ve Ajzen tarafından geliştirilmiştir. Bireylerin kararlarında, toplam edindikleri bilginin ve niyetin önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Kuram davranışın genellikle niyeti takip ettiğini ve davranışın onsuz meydana gelmeyeceğini içermektedir. Kişilerin niyetleri aynı zamanda, davranışın önemli

²² Brian Flay, Dee Burton, **Effective Mass Communications Strategies for Health Campaigns**, Mass Media and Public Health: Complexities and Conflicts, ss. 132-146

olduğunun hissedilmesi gibi davranış ile ilgili diğer tutumlarca da belirlenir.²³ Davranışsal bir niyetin gücü, kişinin buna ilişkin davranışı gerçekleştirme olasılığına bağlıdır.²⁴

Bu modeldeki amaçların, niyetlerin iki geçmişi vardır. Birincisi, davranışa yönelik kişisel yatkınlıktır. İkincisi ise, karar vericinin önemli gördüğü kişilerce davranışın nasıl algılandığıdır. Örnek verilecek olursa, obezite ile mücadele eden bireyler, söz konusu hastalığın sağlıklarını tehdit ettiğini düşünerek bir sağlık kuruluşuna başvurmaya niyetleniyorsa bu kişisel yatkınlıktır. Eğer önem verdiği eşik bekçileri de (*aile, arkadaşlar, meslektaşlar vb.*) karar vericinin bu niyetini destekliyor ve sağlık kuruluşuna gitmesi için baskı yapıyorsa, bireylerin niyetlerini davranışa dönüştüreceği öngörülmektedir.

Bu teori Zuhul Baltaş tarafından “*akla dayalı eylem kuramı*” olarak ifade edilmektedir ve araştırmacıya göre, bu teori karar verme süreçlerinin yer aldığı davranışları anlamaya yardımcı olmaktadır. Teori, kişinin psikolojik özelliklerini yansıtan inanç, niyet, tutum ve davranışları arasındaki sebep sonuç ilişkilerini incelemektedir.²⁵ Baltaş’a göre, davranışlarının kararlarına olumlu sonuçlar getireceğine inanan bireyler, bu davranışları benimsemek konusunda olumlu bir tutum içinde olurken, belirli kişi veya grupların koruyucu davranışın geliştirilmesi hakkında pekiştirici mesajlar vermesi, inancı ve buna bağlı olarak iyi niyeti arttırmaktadır.²⁶

Dolayısıyla Baltaş, araştırmacı Okay’ı destekleyerek bireylerin kişisel niyet ve tutumlarını ele alan kuram, sosyal çevreden etkilenerak karar mekanizmasında olumlu davranış gerçekleştirme adına bir pekiştirici rolü olduğu öne sürülmektedir.

²³ Graeff Judith A., **Communication for Health and Behavior Change: A Developing Country Perspective**, San Fransisco: Josey-Bass Publishers, 1993, s. 27.

²⁴ Mahmut Oktay, **Davranış Bilimlerine Giriş**, İstanbul: Der Yayınları, 1996, s. 45.

²⁵ Ayla Okay, **a.g.e.**, s.78.

²⁶ Zuhul Baltaş, **Sağlık Psikolojisi**, İstanbul: Remzi Kitapevi, 2007, s. 40.

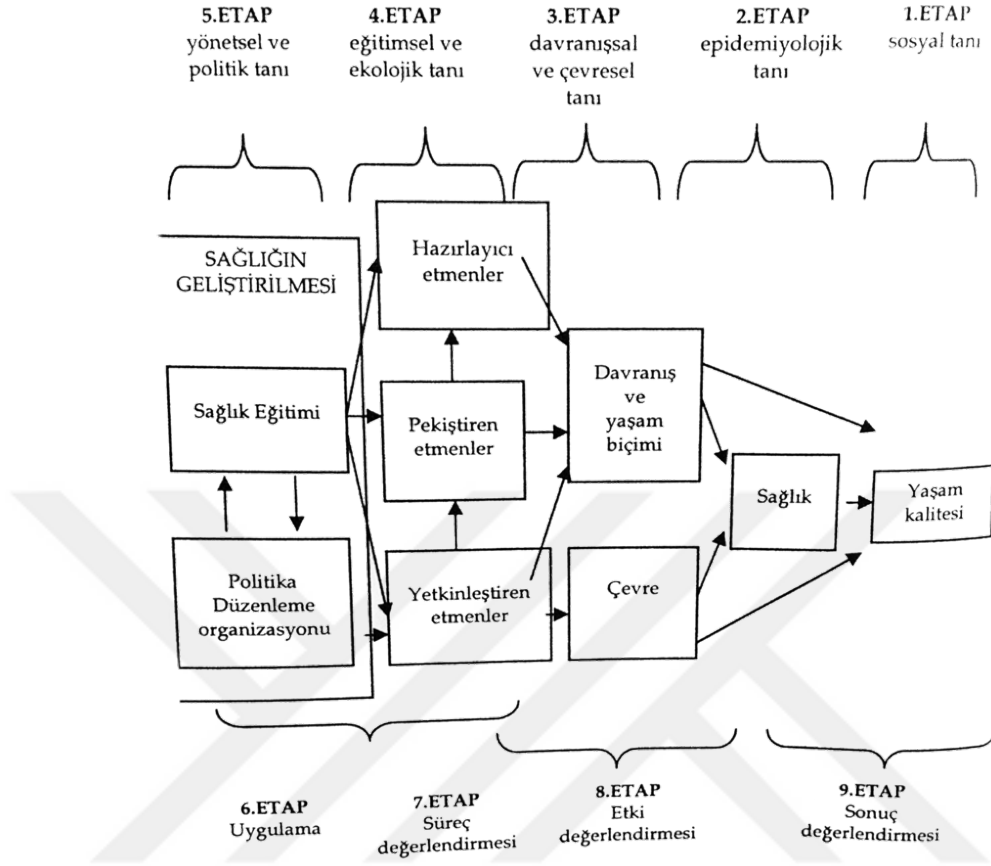
4. Precede-Proceed Modeli (*Precede-Proceed Model*)

Precede modeli, Lawrence W. Green ve Marshall Kreuter tarafından 1970’li yıllarda geliştirilmiştir. Model incelendiğinde, sağlığı etkileyen çevresel belirleyicilerin kapsam dışı bırakarak, doğrudan bireyin davranışları üzerinde durulmaktadır. 1980’li yıllara gelindiğinde modelde çevresel faktörlerin eksikliğinin fark edilmesiyle; sağlığın geliştirilmesine yarar sağlamak amacıyla model üzerinde birtakım değişikliklere gidilmiştir.

Precede modeli incelendiğinde, daha çok planlamaya odaklanıldığı ve yanlış davranışlarda bulunan kişilerin karşılaşacağı olumsuz sağlık sonuçlarını; çevresel koşullar üzerinde durulmaksızın, doğrudan bireyi davranışlarıyla ilişkilendirdiği görülmektedir. Sağlıklı olmak konusundaki sorumluluk, doğrudan bireyin sağlıklı davranışlarıyla bağlantılandırılmaktadır. Precede modeli aynı zamanda, farklı programların uygulanabilmesi için, politik, örgütsel ve düzenleyici koşulları da ihmal etmektedir. Model çevresinde sağlığın geliştirmede yarar sağlaması için geliştirilen yeni politikalarla, sağlık eğitimi daha çok örgütsel ve düzenleyici müdahalelerle birlikte bir bütün olarak ele alınmaya başlamıştır. Böylece politik, politik ve örgütsel düzenlemelerle desteklenen sağlık eğitimi müdahaleleri, değişimi hazırlayıcı faktörlere ve çevresel engellere yönelmiştir.²⁷ Precede modeli geliştirilerek içerisinde planlama ve değerlendirme aşamaları olan proceed modeline geçilmiştir. Proceed modeli plandan çok uygulamaya odaklandığından ilerleyen süreçte bu iki model birleştirilerek “*Precede-Proceed modeli*” olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Precede-Proceed modeli, halk sağlığı programlarını geliştirmek için 20 yıldan uzun süredir kullanılmaktadır. Kuram sağlık davranışı ile ilgili pek çok değişkeni dikkate alarak, toplum sağlığının geliştirilmesinde izlenecek adımları göstermektedir. Model aşağıdaki tabloda gösterileceği üzere 9 etaptan oluşmaktadır (*Bknz. Şekil 3*):

²⁷ Lawrence W. Green, **Prevention and Health Education in Clinical, School and Community Settings**, Stamford: Connecticut, 1998.



Şekil 3: Precede-Proceed Modeli

Modele göre ilk etap, sosyal tanıdır. Bu adımda birey ya da toplumların sorunları ile ilgili analiz yapılmaktadır. İkinci adımda (*epidemiyolojik tanı*) söz konusu sorunların sağlığı etkileyen yönleri ortaya koyulmaktadır. Davranış ve çevresel tanı etabında, her bir sağlık sorunu için davranışsal belirleyicilerin analizi yapılmaktadır. Eğitimsel ve ekolojik tanı etabında ise, belirlenen sorunlara yönelik verilecek olan eğitimlerde değişebilme potansiyeli en yüksek olan sağlık davranışlarının analizleri yapılmaktadır. Planlama da son adım olan yönetsel ve politik tanı etabında da, hedeflenen sağlık davranışları için gerekli müdahale ve eğitim planlarını belirlenmektedir.

6. etap uygulama etabıdır. Belirlenen eğitimler, yönetsel ve yasal düzenlemeler hayata geçirilmektedir. Uygulama sonrası değerlendirme aşamasına geçilmektedir. Yapılan müdahaleler ardından da hedeflenen sağlık davranışlarına etki eden faktör ve süreçlerin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Değerlendirme etkileri olarak adlandırılan 8.

etapta ise, hedeflenen sağlık davranışların çevresel faktörlere etkisi değerlendirilmektedir. Ve son adımda değerlendirme çıktısı olarak, müdahalelerin uzun dönemdeki etkilerini ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Bu noktada sağlığın geliştirilmesinin yapılan politik düzenlemeler doğrultusunda, yön alacağı varsayılmaktadır. Sağlık eğitimi hazırlayıcı, pekiştirici ve yatkınlaştırıcı etmenler doğrultusunda güçlenecektir. Söz konusu etmenler çevre, davranış ve yaşam biçimini etkileyecektir. Düzenlenmiş bir çevre ve yaşam, dolayısıyla sağlıklı ve yaşam kalitesi yükseltilmiş bir sonuca doğru bizi götürecektir.

5. Transteorik Model ya da Değerişimin Evreleri Modeli (*Transtheoretical/Model Of Change Stage*)

Transteorik model ya da diğer adıyla Değerişimin Evreleri modeli, Prochaska ve DiClemente tarafından geliştirilmiştir. Bu modelde davranış değerikliği bir etkinlikten öte bir süreç olarak ele alınmaktadır.

Model 1980'lerden itibaren ABD, Avustralya ve İngiltere'de sağlığı geliştirme çalışmalarında özellikle sigara bıraktırmada yaygın bir şekilde kullanılmıştır.²⁸ Yapılan çalışmalar sonrası, değerişim süreçlerini daha iyi değerlendirebilmek adına, değerişim aşamaları 5 başlık altında toplanmaktadır:

- 1. Ön Tasarım:** Bu basamakta kişinin davranışını değerştirmek konusunda herhangi bir niyeti bulunmamaktadır. Bir problemi birey daha ziyade ya problemin farkında değerildir ya da fazla ciddiye almamaktadır. Kişinin yakınları, ailesi, kişiden daha fazla problemin farkındadır ve kişiye bu konuda etki etmeye çalışmaktadırlar.
- 2. Tasarlama:** Bu aşamada birey sorunun varlığından haberdar ve bu konuda değerşiklik yapmayı ciddi olarak düşünmektedir. Ancak bireyin değerşiklik konusunda henüz kesin bir karar vermediği görölmektedir. Sorunla ilgili olarak çözümler düşünölmekte ve artı/eksileri tartılmaya çalışılmaktadır.

²⁸ Kevin Lucas, Barbara Bloom Lloyd, **Health Promotion, Evidence and Experience**, London: Sage Publications, 2005, ss. 85-103.

3. **Karar:** Birey arzu edilen veya hedeflenen davranış değişikliği araştırmalarını tamamlar ve başlamak için planlama yapmaktadır.
4. **Eylem:** Birey arzu edilen ve planlanan davranış değişikliği için harekete geçmektedir.
5. **Sürdürme:** Birey değişen davranışı korur ve alışkanlık haline getirmektedir.

Aşamaları bir örnek üzerinden açıklamak yararlı olacaktır. Sigara bağımlısı bireylerin, sigara içmeyi bir problem olarak görmediği ya da bağımlılıktan kurtulmayı hiç düşünmediği dönem ön tasarım olarak adlandırılmaktadır. Bireyin sigara bağımlısı olduğunun farkına varıp, bu konu ile neler yapabileceğini düşünmesi tasarlama aşamasına örnektir. Birey sigarayı bırakmaya karar verip, bunun için bir tarih belirledi ise karar aşamasına geçmiş bulunmaktadır. Planlanan zamanda sigara içme alışkanlığını sonlandıran kişi, eylem aşamasındadır. Ve son olarak sürdürme aşaması gelmektedir. Sürdürme aşamasında kişinin değişen davranışını bir alışkanlık haline getirmesi beklenmektedir.

Morisky, müdahale programının başarılı olabilmesi için uygun basamağın hedeflenmesi gerektiğini söylemektedir.²⁹ Transteorik modelde davranış değişiklikleri planlanırken, kişilerin hangi aşamalarda olduklarını tespit etmek, olumlu davranışı pekiştirmek ve gündelik rutin haline getirmek bakımından önemli sayılmaktadır.

6. Yeniliklerin Yayılması Kuramı (*Innovation Diffusion Theory*)

Yeniliklerin yayılması teorisi, 1983 yılında Everett M. Rogers tarafından geliştirilen ve yeniliklerin (*yeni fikir, uygulama vb.*) bir toplum tarafından nasıl benimsendiğini ya da reddedildiğini açıklamaya çalışan bir iletişim araştırmaları alanıdır.

Araştırmacı Tekinalp ve Uzun'un Rogers'dan aktardığına göre mesajın kabul görmesi (*ya da davranışın, yeniliğin benimsenmesi*) hedef kitlenin yeniliği kendisi için faydalı, ihtiyaçları ve değerleri ile uyumlu, anlaşılması ve benimsenmesi kolay olarak

²⁹ Donald E. Morisky, **Communication Assessment of Behavior**, Chapter 7.4, Oxford Textbook of Public Health, R. Detels, J. McEwen, R. Beaglehole and H. Tanaka (eds) Oxford Textbook of Public Health, Oxford University Press, 2002, ss 45-53.

görmesine, ayrıca davranışın denenebilir ve denemenin sonuçlarının akranlarınca olumlu bulunmasına bağlıdır.³⁰

Yeniliklerin yayılması teorisi; yeni fikirlerin, ürünlerin ve sosyal uygulamaların nasıl bir toplumdan, diğerine atladığını açıklamaktadır. Yayılmanın meydana okuyuculuğu sadece bireylere veya küçük gruplara odaklanan yaklaşımlardan farklı yaklaşımlar gerektirmektedir. Bu yaklaşım yeniliğe yeni bir fikir, ürün, uygulama veya teknoloji ve ayrıca iletişim kanalları ve sosyal sistemlere (*üyeleri olan ağlar, normlar ve sosyal yapılar*) yönelik dikkat istemektedir.³¹ Arnould, teorisinin çok sayıda sosyal bilim disiplininin, yeni fikirlerin, uygulamaların ve hizmetlerin yaygınlaşmasını açıklamaya yönelik olduğunu söylemektedir.³²

Tüm bu fikirlerin, uygulama ve hizmetler yaygınlaşırken, toplum ya da gruplar tarafından kabul görmeleri için belli bir motivasyona ihtiyaç duyulduğu varsayılmaktadır. Yeni fikir ve uygulamaların başlangıçta biraz yavaş kabul gördüğünü söyleyen Araştırmacı Green, yeniliklere öncü kişilerin sürece dahil olmasıyla kabul görme sürecinin kolaylaşacağını ifade etmektedir.³³

Yeniliklerin karakteristiklerine yönelik yapılan söz konusu odaklanma ile, yayılma sürecinde hem hedef kitleye ulaşma hem de kabul sürecini hızlandırmak bağlamında model 5 aşama üzerinden incelenmektedir. Bu 5 aşama “*bilgi, ikna, karar, uygulama ve doğrulama*” olarak sıralanmaktadır.

İlk aşamada (*bilgi aşaması*) birey yenilik ve işlevleri hakkında bilgi edinmektedir. İkna olma aşamasında, yeniliğin kendisi için avantaj ve dezavantajlarını değerlendirerek, yeniliğe tutumunu biçimlendirmektedir. Karar aşamasında birey, yenilik hakkında ek bilgiler edinmekte ve yeniliği kabul veya red kararı vermektedir. Bu aşamada birey

³⁰ Şermin Tekinalp, Ruhdan Uzun, **İletişim Araştırmaları Kuramları**, İstanbul: Derin Yayınları, 2004.

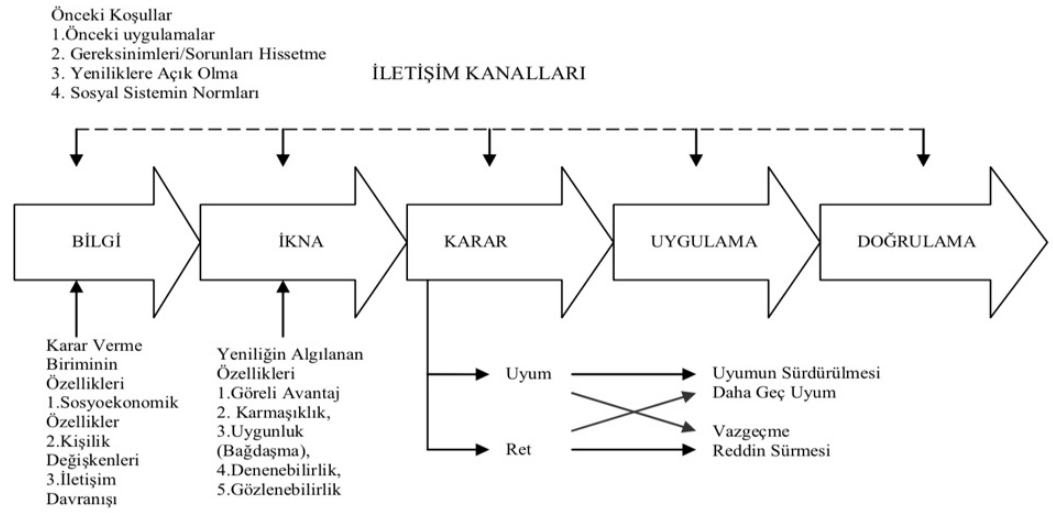
³¹ Richard K. Thomas, **Health Communication**, New York: Springer Science, Business Media Inc. 2006, s. 70.

³² Eric Arnold, **Toward a Broadened Theory of Preference Formation and the Diffusion of Innovations: Cases from Zinder Province**, Niger Republic, Journal of Consumer Research, Vol 16, 1989, s. 240.

³³ Jackie Green, **Key Concepts for Public Health Practice: Evaluation**, Buckingham: Open University Press. 2006, s.198.

özellikle çevresindeki bireylerin değerlendirmelerinden etkilenmektedir. Dördüncü aşama olan uygulama sürecinde ise, yeniliğe uyum kararı verildiğinde gerçekleşmektedir. Son aşamada da birey uyum kararını doğrulamakta ve güçlendirmektedir.³⁴

Karar sürecinde uyum ve ret kararları her zaman kesin sonuçlar vermek zorunda değildir. Bazen daha geç uyum söz konusu iken, bazen ret kararından vazgeçme gibi davranış değişiklikleri de görülmektedir. Aşağıdaki şekilde Rogers'ın Yeniliklerin Yayılması Modeli, 5 aşamada ayrıntılı olarak aktarılmaktadır (Bknz. Şekil 4):



Şekil 4: Yeniliklerin Yayılması Modeli; Rogers, 1995

Şekil üzerinden değerlendirme yapılacak olursa, bireyin yeniliklerle karşılaşması durumunda var olan öncesi koşulları da (*önceki deneyimler, gereksinim, yeniliğe açık olma, normlar vb.*) karar verme aşamasında etkili olmaktadır. Örneğin, obezite ile mücadele eden birisi, obezite cerrahisi ile ilgili karşılaştığı bir yenilik durumunda; eğer geçmişe dönük negatif bir deneyimi yoksa uyum evresini kolaylıkla geçebilir, yine tam tersi durumda negatif bir deneyimi varsa ret kararı vermeyi kolaylaştırabilir.

Karar veren bireyin sosyo-ekonomik özellikleri, kişiliği ve iletişim davranışları ve yeniliklerle başa çıkma konusundaki tutumları bu aşamada devreye girmektedir. Yeniliğe

³⁴ Kamile Demir, **Rogers'ın yeniliğin yayılması teorisi ve internetten ders kaydı**, 367-392, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Yaz 2006, Sayı 47, ss 367-392.

sahip olabilecek ekonomik güç, uyum sürecini hızlandırabilmektedir. Yenilikle ilgili karar sürecine geçmek için bir diğer önemli adım ise yenilik hakkında detaylı bilgiye sahip olmaktır. Yeniliğin avantajları, bireye sağlayacağı yarar, başkaları tarafından denenebilir ve gözlemlenebilir oluşunun bilgisine sahip bir birey, karar alma aşamasına daha hızlı adapte olabilmektedir.

Sonuç olarak söz konusu aşamaları geçen birey toplumun norm ve değerlerine uyum sağlamalıdır. Bireye bilgi aşamasında yüklenen enformasyonlar, ikna süreci için tek başına yeterli değildir. İkna sürecinin başarılı olabilmesi ve bireyin davranış değişikliği için ret kararı vermemesi adına, sürece kararı pozitif yönde destekleyecek öncü kişi ya da kurumların da katılması gerekmektedir.

II. BÖLÜM: SAĞLIK İLETİŞİMİ ANLAYIŞININ GELİŞİMİNE TARİHSEL BİR BAKIŞ VE YENİ MEDYADA SAĞLIK HABERCİLİĞİ

A. SAĞLIK İLETİŞİMİ DİSİPLİNİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Sağlık iletişimi kavramı üzerine ilk çalışmalar 1970’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) başlamıştır. Ancak sağlıkla ilgili bilgilerin paylaşılması ve sağlığın öneminin anlatılması çok daha eskilere dayanmaktadır.

1960-1970’li yıllar arasında gelişen yeni tıbbi model ile hastalar geri plana itilmekte, yapılan çalışmalar laboratuvarı yürütölmekte; hasta ile iletişim kurmanın önemi geri planda bırakılmaktaydı. Hasta ve hastalığı bir bütün olarak ele almak yerine, doktorlar hastalarına karşı mesafeli davranıyordu. Hasta ile kurdukları iletişimde ise doktorlar Tıp jargonu üzerinden bir dil kullanmaları sonucu iletişimin verimli olarak sonlanması mümkün olmamaktaydı. 1970’li yıllarda hasta-doktor arasında doğan iletişim sorunlarına tepki olarak “*hasta eğitim hareketi*”nin ortaya çıktığı görölmektedir. Bu hareket sonrasında, hastaların ve sağlık hizmeti alanların, sağlığın doğası ve hastalıklar ile ilgili bilgi sahibi olmadığı ve dolayısıyla sorunlar karşısında nasıl davranacaklarını bilmedikleri sonucu ortaya atılmıştır. Süreç içerisinde temel problemin hasta ve hekim arasındaki ilişki olduğu ve hastaların doktorlara soru sormaya çekindikleri ifade edilmiştir.

Thomas’a göre, İkinci Dünya Savaşı’na kadar sağlık bilgisi Amerikalılar tarafından bir değer olarak algılanmamaktaydı; fakat iyi halde, durumda olmanın diğer unsurları arasında belli belirsiz olarak dikkate alınmaktaydı. Savaşı takip eden dönemde kişisel sağlık gittikçe büyüyen bir konu haline gelmeye başlamış ve Amerikan halkının zihninde sağlık hizmetlerinin uygun bir biçimde uygulanması önemli husus haline gelmiştir.³⁵

Bu doğrultuda ABD’de bazı önemli kuruluşların öncölük ettikleri kimi girişimlere rastlanmaktadır. Söz konusu yaklaşımlardan hareketle, 1971’deki Ulusal Kanseri

³⁵ Richard K. Thomas, **Health Communication New York**, Springer Science, business media inc., 2006. s. 71.

Hareketinin başlamasına dayandırılan Ulusal Kanser Enstitüsü'ne bağlı Kanser Enformasyon Servisi (CIS-*Cancer Information Service*) kanser hastalığının nedenlerinin ortaya çıkarılması, hastalığın önlenmesi ve tedavisi için ABD'nin en uzun süre devam eden sağlık iletişimi programlarından biri olan Ulusal Kanser Hareketi'ni kullanarak, iletişim bilimleri aracılığı ile sırasıyla toplumu, bilim insanlarını, doktorları, akademisyenleri ve diğer sağlık personelini bilgilendirmeyi hedeflemiştir. Uzun yıllar devam eden çalışmalar CIS'ı öyle bir noktaya getirmiştir ki 2010 yılı hedef alınarak hazırlanan “*US Healty People 2010*” programının vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Bu öncü kurumda kendi içinde yeniden yapılanmaya gitmiş ve 1980'lerin sonunda Ulusal Kanser Enstitüsü Kanser Enformasyon Servisi kullanılarak 1971'de başlatılan çalışmalar günümüzde bu uzmanlık bürosu aracılığı ile sürdürülmektedir.³⁶

1975 yılında ABD'de “*Uluslararası İletişim Derneği*” kurulduktan sonra bünyesine sağlık iletişimi bölümünün eklendiği görülmektedir. Akabinde 1979 yılında Amerikan Akademisi'nde de sağlık iletişimi bölümü kurulmuştur. Açılan bu bölümlerin ana teması hasta ve doktor arasındaki iletişimin geliştirilmesidir. İlerleyen yıllarda sağlık iletişimi ile ilgili kitaplar basılmaya başlanmış, Kreps ve Thornton ile Sharf bu kitapların yazılmasında öncülük etmişlerdir.

1979 yılında Araştırmacı Castello yayınladığı bir makalesinde sağlık iletişimin öneminden şu şekilde bahsetmektedir:

*“Sağlık ve hastalık ile ilgili iletişim, insan deneyiminin en yaşamsal deneyimlerini oluşturur. Başka hiçbir insani olgu sağlık ve hastalık kadar asal değildir, insan yaşamıyla da bu kadar ilgili değildir, bizi isteklerimize bu denli bağlayamaz ve bizi sınırlarımızla bu kadar açıkça karşı karşıya getiremez. Üstelik insan yaşamıyla doğrudan ilgili tecrübelerin dinamikleri ve özellikle bunların insan vücudu, ruhu ve toplumun üzerindeki etkilerini ele aldığımızda sağlık iletişimi, akademik araştırma sahaları içinde topluma en faydalı olan, yapılması en zor olan ve en karmaşık akademik daldır.”*³⁷

Castello'nun da bahsettiği üzere, sağlık iletişiminin insan sağlığı ile olan doğrudan ilişkisi, sağlık iletişimi ile ilgili kaynakların çoğalması ve sağlık iletişimi çalışmalarının gelişim göstermesine neden olmaktadır. İçerisinde Sosyoloji, Tıp, Antropoloji, İletişim

³⁶ Scott C. Ratzon, “*Preface*” *Journal of Health Communacation, Supplemental Issue*, Vol 1998, s.3

³⁷ Austin Babrow, Marifran Mattson, *Theorizing About Health Communication*, Handbook of Health Communication, 2003, s.39

vb. disiplinleri barındıran bu alanda, sağlının geliştirilmesi adına önemli adımlar atılmıştır. Önceleri salt hasta doktor iletişiminin daha profesyonel boyuta taşınması için uğraşılsa da, zamanla sağlık iletişimine dahil olan konular artış göstermektedir. Toplumun değer, norm, sosyo ekonomik ve kültürel özellikler, politik görüşlerinden etkilenen sağlık davranışları, ülkelerin sağlık sistemlerinin ülke refahına ve ekonomisine etkisi, bireysel ve toplumsal sağlının geliştirilmesi gibi pek çok konuda sağlık iletişimine dahil edilmiştir.

20. yüzyılın son çeyreğinde, küreselleştirme ve özelleştirme süreçlerinin etkisiyle, sağlık alanında Pazar dinamiklerinin işletilmesi çabaları, sağlık iletişimi çalışmalarının eylem planında birtakım değişiklikler meydana getirdiği görölmektedir. Küreselleşme tüm dünyayı erken dönemler de etkilemiş, ardından özelleştirmelerin gereği birtakım değişiklikler gözlemlenmiştir. 1980’li yıllarda tüm dünyada başlayan özelleştirme süreci, yapılan anlaşmalarla hız kazanırken* sağlının piyasalaştırılmasına ve ticarileştirilmesine neden olduğu söylenmektedir. Sağlının satın alınabilir hale gelmesiyle, bireylerin en iyi sağlık hizmetine sahip olabilme arzusu tetiklenmekte ve söz konusu tetikleme sağlık iletişimi çalışmaları aracılığı ile yapılmaktadır.

Sağlık iletişimi, hastanelerin medya reklam ve halkla ilişkiler departmanlarının hazırladığı kampanyalar ile medya araçlarınca yayınlanan sağlık enformasyonları arasında kısır bir döngüde hareket eden mekanizmaya dönüştürölmektedir.

B. SAĞLIK İLETİŞİMİNİN GELİŞİM AŞAMALARININ TÜRKİYE’YE ENTEGRESİ

Sağlık iletişimde 40-50 yıl önce ABD’de başlayan sürecin, Türkiye’ye entegre edildiğinde, sağlık politikaları, sağlının geliştirilmesi adına yapılan çalışmalar, sağlık haberciliği konusunda atılan adımlar bakımından kronolojik olarak benzer süreçlerin işlediğini söylemek mümkündür. Türkiye’de 1961 yılında çıkan 224 sayılı yasa ve yasada geçen sağlık hizmetlerinin sosyalleştirilmesi kavramı ve daha sonrasında 1970’ler

* Bknz: Şafak Taner, Feride Aksu, **Sağlık Hizmetlerinde Piyasa Dinamikleri**, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 40, Sayı 3, 2007, ss. 63-64.

başlayarak günümüze dek gündemde kalan “*Sağlığın Korunması ve Esenlendirilmesi*” çalışmaları, sağlık reformlarının temelini oluşturmaktadır. Bu reform hareketleri de Türkiye’de sağlık iletişimi çalışmalarının temelini oluşturmaktadır.

1985 yılında Sağlık Bakanlığı’nın Dünya Bankası ile sağlık reformlarını gerçekleştirmek üzere görüşmeye başladığı, 1987 yılında piyasalaşma yolunda ilk girişim olan Temel Sağlık Hizmetleri Kanunu’nun çıkarıldığı ve 1990 yılında Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı Sağlık Master Planı’nın hazırlandığı görülmektedir.³⁸ Öte yandan Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından 1988 yılında açıklanan Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nin eki olarak yayımlanan “*Gazeteciliğin Doğru Davranış Kuralları*” bölümünde sağlık iletişimi ayrı bir konu olarak ele alınmış ve böylece sağlık iletişimine ilişkin ilkeler medya ve meslek kuruluşlarının gündemine girmiştir.³⁹

Türkiye’de sağlık iletişimi konusunda 1989 yılında Sağlık Bakanlığı, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT), Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) ve birçok üniversitenin katılımıyla birlikte bir toplantı gerçekleştirmiştir. Toplantının amacı, televizyon için hazırlanan sağlık programlarının yapım aşamasında dikkat edilmesi ve ele alınması gereken noktaları belirlemek olarak açıklanmıştır.

Ve sonrasında Türkiye’de sağlık alanındaki en büyük reform 2002 yılında “*Sağlıkta Dönüşüm*” adıyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Gerçekleştiren reform paketinin içeriğinde sağlık iletişiminin konu başlıkları altında değerlendirilebilecek birçok konu bulunmaktadır. Araştırmacı Hamzaoğlu reform paketinin içeriği şöyle açıklamaktadır:

“Reform paketinde; sosyal güvenlik kurumlarının tek çatı altında toplanarak yeniden yapılandırılması, sağlık hizmetlerinin sunumuyla finansmanın birbirinden ayrılması, sağlık sektöründe kamu kurumlarının varlığını olabildiğince sınırlayıp, kamu dışı aktörlerin sağlık sektörüne girişinin sağlanması, piyasa mekanizmalarının çok daha yoğun kullanılması ile sağlık bakanlıklarının hizmet sunan işlevlerinden arındırılıp yalnızca

³⁸ Mehmet Top, Bayram Şahin, **Hastane Endüstrisinde Değişen Sınırlar: Avrupa Ülkelerinde Yaşanan Son Yirmi Yıllık Süreç**, Sağlık İdaresi Dergisi, Sayı 1, Cilt 7, 2004, s. 8.

³⁹ Ümit Atabek vd., **Televizyon Sağlık Programlarında İdeolojik Söylemler**, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Özel Sayı: 3, 2013, ss. 11-30

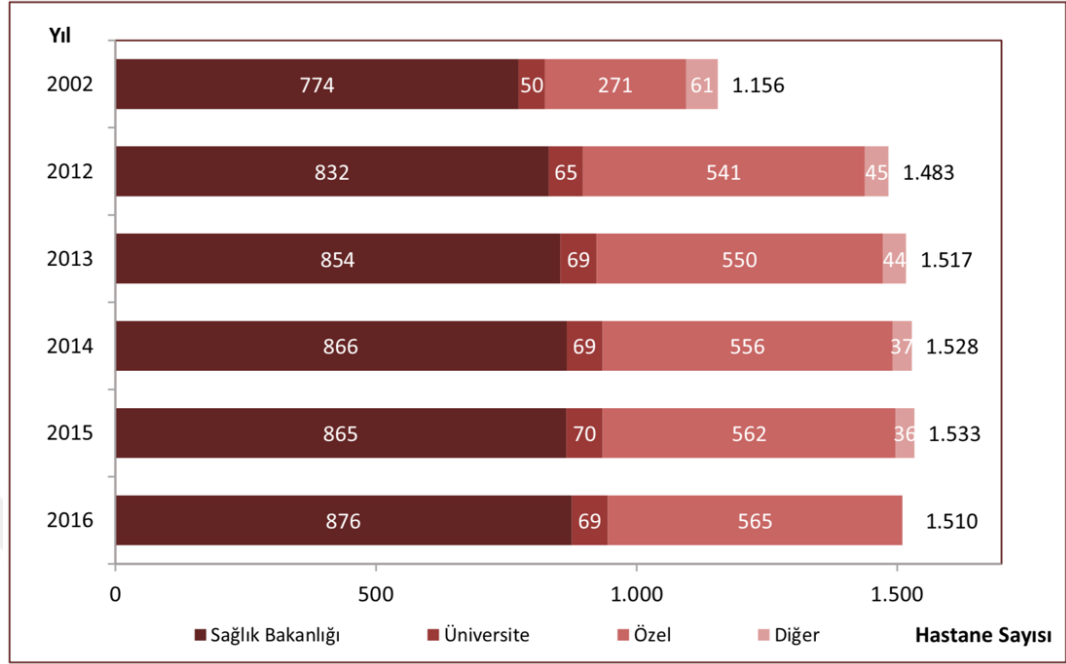
düzenleyici kurumlara dönüştürülmesi, birinci basamak sağlık hizmetlerinin kişilere yönelik ve hekim temelli olarak sunulmasını sağlayacak aile hekimliği sisteminin kurulması, ve yerinden yönetime dayanan bir sistem kurulması bulunuyordu. Bütün paketlerin içeriği her şeyin olduğu gibi sağlık hizmetlerinin de bir maliyeti olduğu bu nedenle hizmeti kullanacak olanların bu maliyeti paylaşması gerektiği gerekçe gösterilerek herkesin sağlık primi ödemesi, hizmetin gereksiz kullanımının engellenmesi gerektiği gerekçe gösterilerek katılım ve katkı payı ödemelerinin düzenlenmesini de kapsıyordu. Bunların yanı sıra, sağlık emek-gücü istihdamında esnek çalışma biçimleri ile özellikle hekim ve hemşirelik hizmetleri sunumunda ara emek-gücü kullanımının yaygınlaştırılması da yer almaktaydı.”⁴⁰

Hamzaoglu’nun açıkladığı reform paketinde, sağlık iletişimi çalışmaları ile ilişkilendirilebilecek konu başlıkları bulunmaktadır. Öncelikle sağlık iletişimi çalışmalarının; temel halk sağlığı konuları, hasta-hekim iletişimi, sağlık davranış değişikliği, sağlığın geliştirilmesi ve hastalıklardan korunma, sağlık okuryazarlığı gibi konu başlıkları üzerinde durduğunu hatırlatmak gerekmektedir.

Reform paketinde belirtilen aile hekimliği sistemi hem hasta-hekim ilişkinin iyileşebilmesi, hem de sağlığın korunabilmesi için bireyleri bir kontrol mekanizmasında sürekli takip edebilmek adına sağlık iletişimine katkı sağlamaktadır. Ancak, çalışmanın sağlık iletişiminin tarihsel gelişim süreçlerinin anlatıldığı bölümünde de aktarıldığı üzere, küreselleşme ve özelleştirmelerin etkilerinin Türkiye sağlık sisteminde de görülmeye başlandığını söylemek mümkündür. Reform paketinde yer alan kamu dışı aktörlerin sağlık sektörüne girişinin sağlanması, ekonomik ve sosyolojik olarak sağlık anlayışında birtakım değişiklikler meydana getirmektedir. Bu değişiklikler istatistiksel veriler üzerinden örneklendirilecek olursak;

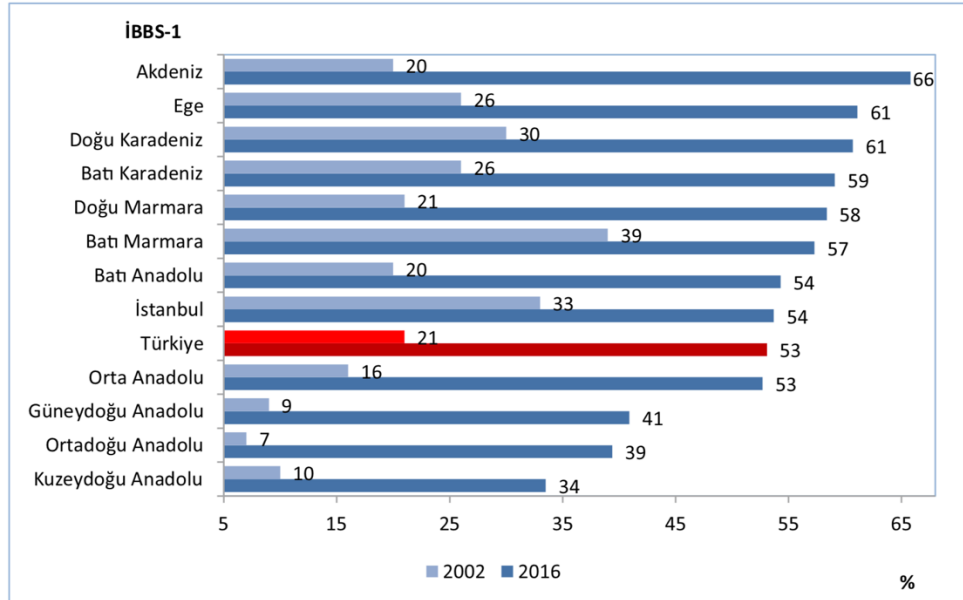
Türkiye Sağlık İstatistikler Yıllığı’ndan alınan verilere göre 2002 yılından bu yana (*sağlıkta dönüşüm reformunun yayınlanıp uygulanmaya başlanması*) yıllara ve sektörlerle göre hastane sayısı verilerinde özel hastanelerin sayısında ciddi bir artışın yaşandığı görülmektedir. Aşağıdaki tabloda hastane sayıları gösterilmektedir.

⁴⁰ Onur Hamzaoglu, Cavit Işık Yavuz, **Sağlıkta AKP’li Dönemin Bilançosu Üzerine**, Mülkiye Dergisi, Sayı 252, Cilt 30, 2006, s 281.



Şekil 5: Yıllara ve Sektörlere Göre Hastane Sayısı

Şekil 5 incelendiğinde 2002 yılında 271 olan özel hastane sayısının 2016 yılına gelindiğinde 565 olduğu görülmektedir.



Şekil 6: Sezaryen Doğumların Tüm Doğumlar İçinde Oranları

Şekil 6’da 2002 ve 2016 yılları arasında sezaryen doğumların tüm doğumlar içindeki oranlarına bakıldığında, 2002 yılında %21 iken 2016 yılına gelindiğinde % 32 oranında arttığı görülmektedir. Son dönemlerde, Sağlık Bakanlığı’nın herhangi bir istenmeyen durum görülmedikçe ve annenin psikolojik durumunda bir sıkıntı yok ise, devlet hastanelerinde normal doğum tercih edilmesi ile ilgili çalışmalar yaptığı bilinmektedir.* Bu bilgidен hareketle artan sezaryen sayılarında özel hastanelerin reklam çalışmalarının büyük rol oynadığını söylemek mümkün görünmektedir.

Sağlık iletişimi, Türkiye’de özellikle son dönemlerde özel hastanelerin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyeti olarak veya tıbbi iletişim (*ki bu tanımlama tıbbi teçhizatların tanıtımını da içermektedir*) veya sağlık hizmetleri pazarlaması olarak; yanlış bir tanımlama çerçevesinde kullanılmaktadır. Sağlık iletişimi, ülke genelinde, sağlıkla ilgili haberlerin (*sağlık haberciliği*) ve enformasyonların iletilmesi, sağlık kampanyalarının yürütülmesi, sağlık eğitimi faaliyetleri dahilinde yürütülmekte, ancak uygulama da iletişim uzmanlarıyla iş birliğine çok ender olarak gidilmektedir.

Türkiye’de sağlık konusu, kitle iletişim araçlarının toplumsal yapıya girmesi, web 2.0 teknolojisiyle sosyal medya ile tanışılması ve sonrasında geleneksel medyadan “*Yeni medya*” denen yeni bir kitle iletişim evrenine geçilmesi ile birlikte, her geçen gün daha çok konuşulan bir platform haline gelmektedir. Bu sebeple sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği kavramları giderek önem kazanmaktadır.

1991 yılında kurulan Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği (*ESAMDER*) ve 2013 yılında kurulan Sağlık İletişimi Derneği (*SİLDER*) sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği

* Genel olarak sezaryen; vajinal doğumun güvenle tamamlanmasının mümkün olmadığı durumlar söz konusu ise veya vajinal doğum ile birlikte maternal ve/veya fetal morbidite ve mortalitede belirgin artış riski varsa uygulanır. Sezaryen ile doğum cerrahi bir girişim olup tıbbi gerekçelerle yapılması esastır ve vajinal doğumun alternatifi değildir. Sezaryen planlanırken, gebeye ve gebeliğe özgü yararları ve riskleri göz önüne alınmalıdır. Annenin istemi, sezaryen için tek başına yeterli bir neden olmamakla beraber, kişiye ait aşırı korku, endişe, panik gibi psikolojik durumların varlığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durumlarda yeterli ve doğru danışmanlık verilmelidir. Sezaryen kararı, her hastanın bulguları bireyselleştirilerek verilmelidir. Tüm tıbbi müdahalelerde olduğu gibi, sezaryen olgularında da bilgilendirilmiş rıza formu alınmalıdır. Bknz: **Doğum ve Sezaryen Eylemi Yönetim Rehberi**, T.C. Sağlık Bakanlığı Ana Çocuk Sağlığı ve Aile Planlaması Genel Müdürlüğü, Ankara, 2010

konusunda çalışmalar yaparak, sağlık haberciliği konusunda meslek ilkelerini düzenlemişlerdir.

Sağlık iletişimini ve medyada profesyonel bir uygulama alanı olarak ele alınan sağlık haberciliği kavramı, Türkiye’de Sağlık Bakanlığı ve medya meslek kuruluşlarının girişimleriyle adından söz ettirmeye başlamıştır.

Toplumu sağlık konuları ile ilgili bilgilendirmek ve sağlık davranışlarında pozitif değişiklik sağlamak, sağlık iletişiminin temel amaçları arasında gösterilmektedir. Günümüz gelişen kitle iletişim araçları ve artan sosyal medya kullanımları ile; sağlık iletişiminin tanımlarında belirtildiği üzere *(bir kişi, kurum ya da kitle iletişim araçları tarafından sağlıkla ilgili mesajların yayılması)* yayınlanacak mesajların doğru bilgiler olarak sunulması oldukça önemlidir.

Türkiye’de sağlık iletişiminin eğitimine *(dersler, seminer, sempozyumlar vb.)* bazı üniversitelerde temel etkinlikler olarak adımlar atıldığı izlenmektedir. İstanbul Üniversitesi (İÜ) İletişim Fakültesi’nde 2000-2002 yıllarında sağlık iletişimi seçmeli ders olarak konulmuş ve daha sonra kaldırılmıştır.

Galatasaray Üniversitesi (GSÜ) İletişim Fakültesi’nde ise, sağlık iletişimi dersi 2000 yılından beri lisans dersi olarak verilmekte, 2005 yılından bu yana da GSÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Stratejik İletişim Yönetimi Tezli Yüksek Lisans programında yer almaktadır. 2015 yılında Ege Üniversitesi (EÜ) Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından açılan Sağlık İletişimi Yüksek Lisans programı da halen devam etmektedir. Bu doğrultuda, temel ders ve programların yanı sıra Sağlık İletişimi ile ilgili sempozyum ve kongrelere de önem vermeye başlandığı görülmektedir. 2015 yılından itibaren her yıl düzenlenen “*Sağlık İletişimi Sempozyumu*” ile Tıp dünyası ile iletişim dünyasından akademisyen, çalışanlar ve öğrenciler bir araya getirilmekte, sağlık iletişimi konusu ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

Sağlık iletişimi kavramının medya üzerinde de desteklendiği görülmektedir. Sağlık iletişimi ve özellikle sağlık haberciliği ilk olarak geleneksel medya denilen yazılı ve görsel basında kullanılmaya başlanmıştır. Ancak özellikle Yeni medyanın sağlık

haberciliğinde son dönemlerde etkin olduğunu söylemek mümkündür. Araştırma çerçevesinde Yeni medya ve sağlık haberciliği ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

C. YENİ MEDYA VE SAĞLIK HABERCİLİĞİ

Yeni medya, insanlara düşüncelerini, duygularını paylaşma olanağı veren ve etkileşimlerin esas olduğu bir ortam sunmaktadır. Hızlı teknolojik gelişmeler ile geleneksel kitle iletişim araçları, yeni olana uyum sağlamak amacıyla hızlı bir dönüşüm sürecinden geçmiştir. Önceleri medya denince akla gelen mecralar televizyon ve gazeteler iken, günümüzde e-gazete ve e-dergiler, sosyal medya platformları ve bloglar da mesajların yayılıp paylaşılması adına sıklıkla kullanılmaktadır.

Yeni medya kavramı 1970’lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda; sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 1970’lerde değinilen anlam, 90’larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır. Yeni medyaya ilişkin tanımların bir kısmı belli bir teknoloji grubuna yöneldiği üzerinde yoğunlaşırken, diğer bir kısmı da geleneksel medya çerçevesinde süreç olarak açıklanması gerektiği görüşünde birleşmektedir.⁴¹

Kannampallil’e göre “İnsanlar, bilgi tüketici özellikleri ile karakterizedir. Bilgiyi aktif olarak araştırır, toplar, tüketir ve gerektiğinde paylaşırlar.”⁴² Yeni medya araçları söz konusu sorgulama, araştırma ve edinilen bilgilerin paylaşılması konusunda efektif bir araç konumunda görülmektedir. Sağlık konusunda da kişilerin kendi sağlıkları ile ilgili daha çok araştırma yapabilmesi ve sağlık konuları ile ilgili mesaj paylaşan kişi, kurum ya da kitle iletişim kaynakları ile daha fazla etkileşim içerisinde olabilmelerine fırsat tanınması bakımından Yeni medya sıklıkla kullanılmaktadır.

⁴¹ Çiğdem Aytekin, **Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği**, (Ed.) Deniz Yengin, İstanbul, 2012, s. 103.

⁴² Thomas G. Kannampallil vd., **Understanding the nature of information seeking behavior in critical care: Implications for the design of health information technology**, *Artificial Intelligence in Medicine*, 57(1), 2013, s. 21

Günümüzde hasta ile hekimin ortak karar aldığı, modern hasta-hekim iletişimine doğru bir eğilim vardır. Bu iletişim şekli çerçevesinde, hastanın aktif katılımının sağlanması ve bilinçli olması önemlidir.⁴³

Modern hasta-doktor iletişimi modeline göre, kişinin sağlığıyla ilgili katılımı yalnızca doktor muayenelerinde değil aynı zamanda muayene öncesi ve sonrasında hastalığı ve tedavisi ile ilgili bilinçlenerek daha başarılı sonuçlar alabileceği öngörülmektedir. Aynı zamanda gerek sağlık politikaları gerekse davranış değişikliği yaratmaya yönelik hazırlanan sağlık iletişimi kampanyalarında, birey kendi sağlığından sorumlu tutularak, önlem almanın tedavi üzerindeki pozitif etkileri öne çıkarılmaktadır. Bu durumda kişiler sağlık bilgilerini edinebilecekleri kaynaklara ihtiyaç duymaktadırlar. Günümüzde Yeni medya araçları erişilebilirlik ve ulaşılabilirlik bakımından (*diğer kitle iletişim araçları ile karşılaştırıldığında*), sağlık bilgisi ediniminde en önemli araçlar arasında görülmektedir.*

Günümüz çağında, bireylerin sağlıklarını korumak ve modern hasta-hekim iletişim modeline katkı sağlamak amacıyla Yeni medya araçlarını sıklıkla kullandığı anlaşılmaktadır. Bireylerin sağlıkla ilgili bilgi edinme ihtiyaçları literatürde “*sağlık bilgisi arama davranışı*” olarak vurgulanmaktadır.

Jung sağlık bilgisi arama davranışını şöyle tanımlamaktadır: “*İhtiyaç duyulan sağlık bilgisi alımı amacına yönelik aktivitedir ve medya gibi çeşitli kaynaklardan elde edilen sağlık bilgisiyle, aktif ihtiyacı tatmin eden bir davranıştır.*”⁴⁴ Sağlık bilgisi arama davranışı, sağlıkla ilgili belli bir olay karşısında, endişe veya ihtiyaçtan kaynaklanan, aktif olarak spesifik bilgi toplama süreci olarak da tanımlanabilir.⁴⁵ Her iki tanımda da vurgulandığı gibi, aktif (*güncel*) ve spesifik (*yalnız bir türe özgü olan/uzmanlaşmış*) bilgiyi arama davranışları söz konusudur. Ulaşılan ve doğru kullanılan sağlık bilgisi, sağlığı

⁴³ Amber Anger vd., a.e.g, 2011

* Tüik, Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, **İnternette Sağlık Bilgisi Arama Oranı**, 2016. <http://www.tuik.gov.tr/Start.do> Erişim Tarihi:19.03.2018.

⁴⁴ Minsoo Jung, **Determinants of Health Information-Seeking Behavior: Implications for Post-Treatment Cancer Patients**, Asian Pac J Cancer Prev, 2014, s.6499-6504

⁴⁵ Amber Anger vd., **Health information seeking: A review of measures and methods**, Patient Education and Counseling , 82(3), 2011, s. 346–354.

etkileyen yaşam tarzı faktörleri, erken tanı ve tarama, hastalıklarla baş edebilme, semptomların(*belirti/bulgu*) yönetimi, aktif tıbbi karar vermeye katılma, farklı tedavi seçeneklerini anlama ve son olarak da hayatın sonuyla karşı karşıya geldiğinde bunun üstesinden gelebilme son derece faydalıdır.⁴⁶

Bireylere sunulan sağlık mesajlarının büyük bir çoğunluğunu sağlık haberleri oluşturmaktadır. Gazetelerin sağlık eklerinde yer alan haberler, sağlık dergilerinde yer alan yazılar ve sosyal medya platformlarında yer alan kişi, kurum ve kuruluşların sağlık haberi niteliği taşıyan paylaşımları, bireylerin sağlık haberlerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bu durumun bireylerin sağlık davranışını değiştirmesinde etkin rol oynayacağı düşünülmektedir.

Yeni medya, haberlerin kolay ulaşılabilir olması ve birçok kaynağa aynı anda erişebilmek bakımından bireyler için oldukça efektiftir. Uzman kişilerin görüşleriyle desteklenen birçok sağlık haberi, toplum sağlığının geliştirilmesi ve sağlık okuryazarlığı bakımında önemli hale dönüşmektedir. Ancak insan hayatında sağlık bilgisi ve eğitiminin doğru kullanılıp kullanılmaması son derece önemlidir. Yeni medya sağlık haberlerini sunarken gerçekte birçok olumlu ve olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, Yeni medyada sağlık haberciliği olgusu daha ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

1. Gelenekselin Değişimi: Yeni Medya

1970'li yıllardan itibaren, elektronik iletişim teknolojilerinin hızlı değişimi ile Yeni medya (*New Media*) kavramından bahsedilmeye başlandığı görülmektedir. Yeni medya ses, metin, görüntü vb. gibi birçok bileşenin aynı ortamda bulunmasına olanak tanıyan ve interaktif bir iletişim şeklini benimseyen medya biçimi olarak tanımlanmaktadır.

Yeni medyanın birçok farklı tanımı bulunmaktadır. Williams vd. Yeni medyanın, var olan sistemi geliştiren ya da yeni hizmetler sunan telekomünikasyon ve bilgisayar

⁴⁶ Ezequiel M. Galarce, **Health Information Seeking**, Thompson TL, Parrott R, Nussbaum JF(der), The Routledge handbook of health communication Newyork, Routledge, 2011, s.167-180.

uygulamaları olduğunu söylemektedir.⁴⁷ Van Dijk ise, Yeni medyanın “*iletim linkleri ile metin, veri, görüntü ve/veya ses gibi içeriklerin yüklenmiş olduğu farklı aygıtlara monte edilebilen yapay belleklerin bir bileşimi*” olduğunu ifade etmektedir.⁴⁸ Araştırmacı Törenli, Yeni medyanın bir bölümünün bilgisayarlar bir bölümünün ise iletişim araçlarına özgü araçları barındıran iki yönlü “*melez*” bir medya olduğunu belirtmektedir.⁴⁹

Yeni medya gelenekselin aksine, mesajın iletildiği kitle ile eş zamanlı bir etkileşim şansı sunmaktadır. Örneğin çıkan bir haber üzerine, okuyucular fikirlerini ya da hatalı gördükleri yeri kaynak ile kolaylıkla paylaşabilmektedir. Aynı zamanda okuyucu diğer okuyucuların görüşlerine de bir aracıya ihtiyaç duymaksızın ulaşabilmektedir.

Araştırmacı Geray’ın Rogers’dan aktardığına göre Yeni medyanın üç özelliği bulunmaktadır:

“1. Etkileşim (interactive) : İletişim sürecinde etkileşimin varlığı gereklidir. Alıcı ve verici tarafların eş zamanlı iletişimidir.

2. Kitlesizleştirme (demassification) : Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir.

3. Eşzamansız (Asekron) Olabilme: Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırırlar.”⁵⁰

Bu üç özellik üzerinde duracak olursak, Yeni medyanın sunduğu teknolojik olanakların kaynak ile alıcıyı eş zamanlı olarak bir araya getirme özelliğinin bulunduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda gönderici ile alıcının anda bir arada olmasalar da, coğrafi uzaklık, zaman gibi engelleyici kavramların aşılmasında Yeni medyanın önemli olduğu varsayılmaktadır. Kaynak büyük bir hedef kitleye seslense dahi mesajı alan her okuyucu ile ayrı olarak iletişime geçebilme olasılığının yüksek olduğu görülmektedir.

⁴⁷ Frederich Williams vd., **Research Methods and the New Media**. New York: Free Press. 1994, s. 37.

⁴⁸ Van Dijk, J. **The Network Society: Social Aspects of New Media**. London: Sage Publications. 1999, s. 74.

⁴⁹ Nurcan Törenli, **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s. 88.

⁵⁰ Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji**, Ankara: Ütopya Yayıncılık, 2003. ss. 18-19

Söz konusu özelliklerin ekonomik, siyasal ve toplumsal alanlarda da değişikliğe neden olduğu farklı çalışmalarda belirtilmektedir. Araştırmacı Timisi'nin yeni enformasyon teknolojilerinin, ekonomik, siyasal ve toplumsal alanlarda yol açtığı önemli değişiklikleri araştırmacılar Abramson, Arterton vd. altı başlık altında sıralamaktadır:

“1. Elde Edilebilen Enformasyon Miktarında Artış: Yeni iletişim kanallarının ortaya çıkması, önceden var olan bilgi ve enformasyona ulaşmanın yeni araçlarını yaratmıştır. Bilgisayar iletişimi, örneğin bireylerin kamu sektörünün depoladığı bilgiye ya da kütüphane olanaklarına ulaşmasını kolaylaştırmıştır.

2. İletişimde Hızlanma: Yeni iletişim teknolojileri enformasyon ve bilgiye ulaşmada, zaman ve mekanın sınırlamalarını ortadan kaldırmıştır.

3. Alıcı Kontrolü: “Enformasyonun Demokratikleşmesi” : Kullanıcının enformasyon kanalları ve sunulan enformasyon üzerinde özgür seçim şansını arttırmıştır. Tüketici mesajın ilercisi haline gelmiştir.

4. Kitlel Yayıcılıktan Dar Yayıcılığa: Mesajın kitlel değil, izleyici gruplarının özellik ve ihtiyaçlarına göre dağıtımı esastır.

5. Medyanın Ademi-Merkezileşmesi, Sahiplik Kontrol Sorunu: Geleneksel iletişim araçları, hem iletişim araçlarının sahipliğinde hem de iletişimde içeriğın belirlenmesinde merkezietçi bir yapıya sahiptir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile medyada belirli tekellerin hegemonyası yıkılabilecektir. Yeni teknolojiler internet gibi, kullanıcının kendi elektronik gazetesini oluşturmaya izin vermektedir.

6. Etkileşim Kapasitesinin Artışı: Yeni iletişim teknolojilerinin iletişim sürecine kazandırdığı en önemli unsur, karşılıklı iletişim kapasitesini arttırmasıdır.”⁵¹

Sürekli olarak enformasyon üretebilmek ve diğer birey, topluluk ya da kurumların ürettiğı enformasyonlara ulaşabilmek Yeni medyaya özgü bir davranış şekli olduğu varsayılmakta ve Yeni medya teknolojilerinin sınırsız bir depolama alanına sahip olduğu ileri sürölmektedir. Üretilen veya ulaşılan bilgi, iletişimin hızlanmasını sağlayıp zaman ve mekan sınırlamalarını ortadan kaldırmaktadır. Bu noktada birçok yayın kuruluşu için maliyetlerin kısılması ve tam güçlü yayıncılık için oldukça elverişli durumdadır. Ve yayın kuruluşları mesajların ulaşacağı hedef kitleleri de kendileri seçebilmektedir.

Söz konusu özelliklerin yanı sıra Yeni medya teknolojilerinin herkesin kullanımına ve içerik üretmesine olanak sağladığından karşılıklı iletişim kapasitesini

⁵¹ Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003, s. 83.

arttırarak, geleneksel medyanın merkeziyetçi yapısına karşı farklı bir duruş sergilemektedir.

Yeni medya anlık içerik üretmek ve kitlelere daha hızlı erişebilmek bakımından önemlidir. Ancak üretim kaynaklarını denetleyen mekanizmaların yeterli olmaması sebebiyle beraberinde yanlış bilgilendirme ve yönlendirme, tüketime özendirme gibi birtakım sorunlar getirmektedir.

Günümüzde medya kuruluşları hem kamuoyunu bilgilendiren hem de bu bilgilendirmeden ciddi kazanç sağlayan kurumlardır. Bu durumda mesajı alan kişi ve toplumların aynı zamanda birer müşteri oldukları düşünüldüğünde, üretilen ve hazırlanan içeriklerinde belirli bir pazarlama stratejisine göre sunulduğunu ifade etmek mümkündür. Söz konusu stratejilerin yayın yapan kurumun ekonomik çıkar dengesine ve içinde bulunulan dönemin ekonomik, politik şartlarına göre değiştiği görülmektedir. Konuyu bir örnek üzerinden açıklamanın daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Örneğin, estetik üzerine çalışmalar yapan bir doktorun reklam ajansları ile gazeteye sunduğu burun estetiği haberinde, sunulan ameliyat yöntemi ön plana çıkartılıp, o yöntemin bir nevi pazarlaması yapılmaktadır. Ancak kullanılan tekniğin tedavi üzerindeki rolü veya hasta ekonomisi üzerindeki etkisi arka planda bırakılmaktadır.

Yeni medya teknolojileri incelendiğinde özellikle transmedya kavramı çerçevesinde en çok üç kavram üzerinde durulduğu görülmektedir. Bu üç kavram “*Yakınsama, katılım kültürü ve ağızdan ağıza pazarlama*” olarak sıralanmaktadır.

Hery Jenkins’in sıklıkla bahsettiği “*Yakınsama (convergence)*” kavramı, içerik akışının birçok farklı medyadan eş zamanda sağlanması olarak tanımlanmaktadır.⁵² Yakınsamayı, içeriğin çoklu medya ortamlarında akışı olarak tanımlayan Jenkins aynı zamanda terime izleyici çerçevesinden bakarak, eğlence deneyimi sağlamak için istedikleri her yere gidecek olan medya izleyicilerinin davranışları olduğunu

⁵² Henry Jenkins, **Converange Culture: Where Old New Media Collide**, Us: New York Univ. Press, 2006, s. 3, Akt: Dönmez, M., Güler, Ş., **Transmedya Hikayeciliği “Doritos Akademi”Örneği İncelemesi**, Süleyman Demirel Üniversitesi, Vizyoner Dergisi, Cilt 7, Sayı 16, ss. 155-175.

aktarmaktadır.⁵³ Yeni medyada bireylerin katılımcı olarak ürettikleri içerikler, medya araçlarının bir bütün olarak hareket etmesine ve etkileşimlerin artmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda üreten tüketicinin var olduğu paylaşım siteleri, bloglar gibi çevrimiçi ağlar üzerinden yayınlanan enformasyonlar ile eylem kolektifleştirilerek katılım kültürüne de olanaklı kılmaktadır.

Katılım kültüründe, birey tarafından üretilen ve paylaşılan içerik, bir şekilde diğer kullanıcıları da etkilemekte ve içerik üretimi bu döngüde etkileşimli olarak devam etmektedir. Bu durumda devreye ağızdan ağıza pazarlama kavramı çıkmaktadır.

Bir markaya ait ürün veya hizmetin, doğal olarak markanın hiçbir müdahalesi olmadan tavsiye edilerek yayılmasına “*organik ağızdan ağıza pazarlama*” adı verilmektedir. Marka tarafından tanıtım çalışmalarında bulunularak ortaya çıkan ağızdan ağıza pazarlama durumunda ise, markaların bir kampanya başlatarak tüketicilerin kendilerinden bahsetmesini sağlaması olarak tanımlanmaktadır.⁵⁴ Yeni medya aracılığı ile markalar ve kişiler kendi ürün ve düşüncelerini, organik ve/veya inorganik şekilde etkileşime girerek, bir nevi ağızdan ağıza pazarlamaktadır. Bu noktada, Yeni Medyada değişen yanlarıyla gazetecilik kavramına bakmakta yarar bulunmaktadır.

2. Yeni Medya Ortamında Gazetecilik

İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmeler ile birlikte Yeni medyalar olarak adlandırdığımız ortamlar, kişilerin gündelik yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir. İnternet teknolojisine sağladığı olanaklar ile metin ve görsel üzerinden haberleşme, Facebook, Skype, Whatsapp gibi uygulamalarla diğer kişilerle sohbet edebilmek, e-ticaret sitelerinden alışveriş yapabilmek, istenilen bilgiye arama motorları sayesinde ulaşabilmek gibi pek çok edim ortaya çıkmaktadır.

⁵³ Henry Jenkins, a.g.e.

⁵⁴ Damian Ryan, **Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation**, London and Philadelphia: Kogan Page, 2009, s. 4.

Var olan internet teknolojilerinin mobil cihazlarla uyumlu hale getirilmesi, kişiye her daim bu edimlere erişebilir bir pozisyon vermekte ve dünya genelinde yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır.

Yeni medya gelişen internet teknolojilerinin bir ürünü olmakla birlikte, hem kişilere siyaset, sanat, spor, ticaret, sağlık vb. ortamlarda sanal bir kimlik kazandırmakta hem de bu sanal kimlikleri diğer kişi, kurum ve topluluklarla aktif bir iletişime sokmaktadır.

Yeni medya gündelik yaşam pratiklerini köklü bir biçimde dönüştüren, toplumsal yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğunun giderek artan, beden bir uzantısı/parçası haline gelmektedir.⁵⁵ Yeni medyanın kavramsallaştırılması ile geleneksel medyadan (*gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema*) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasite de, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı iletişimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir.⁵⁶

İnternet teknolojisinin kitle iletişim araçlarına entegre edilmesi ile geleneksel medya anlayışında da değişiklikler yaşanmaya başlanmıştır. Yeni medyanın bilgi, görüntü ve metni depolanabilir ve taşınabilir hale getirmesiyle geleneksel medya karşısında büyük avantaj sahibi konuma gelmektedir.

Geleneksel medyanın en önemli mali sorunu olarak dağıtım problemi olmayan Yeni medya ses, veri ve kitle iletişimini bir araya toplayabildiği için diğer ortamlar karşısında ciddi bir ticari üstünlük sağlamaktadır.⁵⁷ Yeni medya üzerine çalışmaları olan araştırmacı Kurt, Yeni medya ortamlarının geleneksel medyada yarattığı dönüşümü şöyle açıklamaktadır:

“Yeni veya sosyal medyanın, eşik bekçileri tarafından içeriği belirli merkezlerde (haber odalarında) yapılandırılan ve tek yönlü bir iletişim sürecine uygun yapılandırılmış olan klasik

⁵⁵ Mutlu Binark, **Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu**, Yeni Medya Çalışmaları, Ankara, 2007, s 21.

⁵⁶ Mutlu Binark, **Yeni Medya Çalışmaları**, Ankara, 2007. s 5.

⁵⁷ Oya Şakı Aydın, **Teknoloji, Haber, Nesnellik- Yeni Medya Üzerine: Tartışma Notları**, İstanbul, 2011, s 105.

kitle medyasının tek yönlü iletişim sürecini yerinden ettiği ifade edilebilir. Geleneksel medyatik ortamın iletişim biçiminde köktenci değişimler yaratan sosyal medya sayesinde daha önce tüketici olan bireylerin/okuyucuların/izleyicilerin, istedikleri anda üretici konuma geçmelerine zemin hazırlamıştır. Tek yönlü iletişim süreci, sosyal medya ile birlikte interaktif ve etkileşimli bir iletişim biçimine evrilmiştir. Geleneksel medya döneminde, sadece habere ve enformasyona maruz kalan okuyucu, dinleyici, izleyici artık üretilen herhangi bir haber malzemesini veya enformasyonu eleştirebilir, ona karşı argüman kanıt geliştirebilir, katkı (yorum, görüntü vb.) sağlayabilir hale gelmiştir. Böylelikle haber malzemesinin daha fazla zenginleşmesine, farklı perspektifler kazanmasına yardımcı olacak bir konum kazanmıştır.”⁵⁸

Etkileşimli ve interaktif olan Yeni medya kanalları, bir iletişim aracı olarak gazetecilikte önemli değişimler yaratmakta ve gündelik olarak mesleğini icra eden gazetecilerinde iş akışında farkındalıklar meydana getirmektedir.

Yeni medya öncelikle haber oluşturma sürecinde gazeteciye önemli bir kaynak görevi üstlenmektedir. Gazetecilerin Yeni medya ortamlarında ulaştıkları bilgileri kullanarak hazırladıkları haberleri, yine Yeni medya araçları ile tüketici ile buluşturma olanakları bulunmaktadır.

Yeni medyanın internet üzerinden çeşitli biçimlerde bilgi paylaşma olanağı verebilen, çeşitli interaktif araç bileşiminden oluştuğu ifade eden araştırmacı Acharya ve arkadaşları; gazeteciler için kaynak bulmak, kamuoyunun nabzını tutmak, haber üretmek ve çeşitli gazetecilik faaliyetlerini yerine getirebilmek için Yeni medya araçlarının hayati bir rol oynadıklarını söylemektedir.⁵⁹

Yeni medyada gazeteci olmak ve özellikle sağlık muhabirliğine konusu ileriki bölümlerde değinilse de, gazetecilikte haberin aktarımında, doğru, nesnel, anlaşılır, kesin olması vb. gibi belirleyici kuralları bulunmaktadır. Elbette ki, sağlık muhabirliğinin Yeni medyada işleyişinde söz konusu ilkelerden taviz vermesi beklenmemelidir. Gazetecilik faaliyetlerinin, sağlık alanında geniş konu içeriğine sahip olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, habercilerin konu içeriklerine ulaşmak için kullandıkları haber kaynaklarını nasıl değerlendireceklerini bilmeleri ve nesnel olabilmeleri çok önemlidir. Zira yapılan

⁵⁸ Hanifi Kurt, **Gazetecilik Mesleğine Bir İmkan Olarak Yeni/Sosyal Medya Ortamları, Değişen Dünyada Gazetecilik**, Ankara, 2016, s 31.

⁵⁹ Ujjwal Acharya vd., 2011 **National Survey on Nepali Journalist**, 2012, Akt. Kurt, H. Değişen Dünyada Gazetecilik, Ankara: Orion Kitabevi, 2016, s 33.

haber, okuyucular tarafından uygulanabilme ihtimali, okuyucuyu ve belki de toplumu telafisi mümkün olmayan sonuçlara götürebilecektir. Bu nedenler, haberlerin ciddi, açık, net ve gerçekçi boyutuyla ele alınması gerektirmektedir.

3. Yeni Medyada Sağlık Haberciliğinin Gelişimi

Sağlık haberciliği, genel olarak sağlıklı ilgili bilgi, görüş ve enformasyonların kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulması olarak ifade edilmektedir. Temelde insan sağlığını ve yaşam kalitesini ilgilendiren her türlü haber, sağlık haberciliği kapsamındadır. Sağlık konusuyla ilgili üretilen haberler, okurların çokça ilgisini çektiği kabul edilmektedir.

Sağlık haberciliğine artan ilgi, yaşanan dönemin şartları ve hastalık durumlarına göre farklılık göstermektedir. 20. yüzyılda Tıp alanında yaşanan gelişmeler yaşam süresi beklentisinin ve yaşam kalitesinin artmasına olanak sağlamaktadır. Kişiler daha sağlıklı bir yaşama kavuşmak istediklerinden, medyada yer alan sağlık haberlerini yakından takip etmektedir. İnternet teknolojilerinin bugünkü kadar gelişmediği dönemlerde, sağlık ile ilgili haber ve enformasyonlar yazılı basım araçları ve televizyondaki sağlık ile aktarılırken; günümüzde Yeni medya teknolojileri sayesinde kişiler aradıkları sağlık bilgisine kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Yeni medya, son yıllarda sağlık bilgisi arayan kişiler için en önemli başvuru kaynağı haline gelmiştir. Çevrimiçi sağlık bilgisi klasik web sayfalarından, sosyal medya, bloglar ve çevrimiçi topluluklara kadar uzanan çok geniş bir yelpazede yer almaktadır.⁶⁰ Sağlıkla ilgili çevrimiçi bilgiye erişim ve iletişim, hastanın doktor ile olan uyumunu da artırır.⁶¹ Çünkü kişilerin Yeni medya aracılığı ile sadece sağlık çalışanlarına ve resmi kurumlara ulaşmakla kalmaz, aynı zamanda benzer sağlık sorunları yaşayan insanlarla da bir araya gelme şansı yakaladığı varsayılmaktadır. Örneğin diyabet hastaları, Yeni medya ortamlarında hastalıklarının tedavisi, beslenme şekilleri ve egzersiz programları hakkında

⁶⁰ Kadriye Avcı, Zakir Avşar, **Sağlık İletişimi ve Yeni Medya**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 39, 2014, s 23

⁶¹ Gustavo Mesch vd., **Minority Status and Health Information Search: A Test Of The Social Diversification Hypothesis**, Socail Science&Medicine, ss 854-858.

birçok bilgiye ulaşabilmektedir. Bunun yanı sıra bu hastalıktan muzdarip diğer kişilerle iletişime geçerek, sosyal dayanışma içerisine girip, toplumsal destek alabilmektedirler. Söz konusu hastalık konusunda çalışmalar yapan doktorlar ile ilgili bireyler, o doktorlara muayene olan hastalarıyla birebir iletişime geçebilmekte ve tedavi seçenekleri konusunda kendi doktorundan aldığı bilgiyi pekiştirebilmektedir.

Günümüzde neredeyse tüm haber kaynakları, gündelik olarak sağlık bilgisi içeren haberler paylaşmaktadır. Kronik hastalıklar, anne-çocuk sağlığı, cinsellik, kadın sağlığı, erkek sağlığı, beslenme ve diyet, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik gibi birçok başlık sağlık haberi çerçevesinde hazırlanmaktadır.

Yeni medyada artan sağlık haberleri, beraberinde bazı risk ve etik sorunları getirmektedir. Araştırmacı Berland ve arkadaşları, halka yönelik sağlık bilgisinin kalitesi ve anlaşılabilirliği hakkında Tıp uzmanlarının ve internet kullanıcılarının kaygılarını sıkça gündeme getirmiştir.⁶² Hastalar için çok kez elektronik kaynaklar ile elde edilen iyi, sağlam bilgileri, dolaşan asılsız, yanlış bilgilerden ayırt etmek çok kez zor olabilmektedir.⁶³

Aynı konu ile ilgili birçok farklı kaynaktan, birçok farklı görüşün olması bilgiyi tüketenlerin kafasını karıştırmaktadır. Bu sebeple okunan haberlerin doğruluğunu sorgulamak bakımından kaynağın bilinirliğine ve güvenilirliğine bakmak, içerikte yer alan bilgilerin uzman görüşüne dayanıp dayanmadığını sorgulamak gibi kriterler, sağlık haberciliğinde oldukça önemlidir.

a. Sağlık Haberciliğinin Tanımı ve Nitelikleri

Sağlık haberciliği, sağlık ile ilgili her türlü konu ve bilgi paylaşımının yapıldığı bir haber türü olarak tanımlanmaktadır. Literatür tarandığında sağlık haberciliğinin, *“sağlık profesyonellerine yönelik ve halka yönelik olmak”* üzere iki şekilde

⁶² Gretchen K. Berland vd., **Health Information On The Internet, Accessibility, Quality, And Readability In English And Spanish**, JAMA, 2011, ss. 2612–2621.

⁶³ Birthe Lehmann, Robert A.C. Ruiter, Gerjo Kok, **A Qualitative Study Of The Coverage Of In Uenza Vaccination On Dutch News Sites And Social Media Websites**, BMC Public Health, 2013, s. 547.

gerçekleştirildiği görülmektedir. Sağlık profesyonellerine yönelik habercilikte, sağlık ekonomisi, sağlık politikası ve sağlıkla ilgili güncel gelişmelerin yer aldığı ve Tıp literatürünün fazlaca kullanıldığı bir haber üretimi yapıldığı görülmektedir. Halka yönelik olan sağlık haberciliğinde ise, okuyucuları sağlık konuları ile ilgili herkesin anlayabileceği bir dilde bilgilendiren; kişilerin sağlık davranışlarını değiştirmek, hastalıklardan korumak ve önlem almak, anne-çocuk sağlığı, güzellik, estetik, beslenme ve cinsellik gibi konularda yoğunlaştığı gözlemlenmektedir.

Araştırmacı Kocabıyık'a göre sağlık profesyonellerine yönelik habercilik, medikal dergi ve gazeteler aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve bu yayınlar belirli kriterlere göre yayın yapan bilimsel dergilerin yanı sıra güncel olayların ve sağlık alanının yeniliklerinin sunulduğu popüler medikal dergileri de kapsamaktadır.⁶⁴

Sağlık profesyonellerine yönelik yayınlanan gazete ve dergilere örnek verilecek olursa, Tabipler Birliği tarafından yayınlanan “*Tıp Dünyası Gazetesi*”, Sağlık ve Sosyal Hizmet Çalışanları Sendikası tarafından yayınlanan “*Sağlık-SEN*” dergi ve gazetesi, Türkiye Sağlık ve Sosyal Hizmetler Kolu Kamu Çalışanları Sendikası tarafından yayınlanan “*Türk Sağlık-SEN*” dergisi, 1999 yılında kurulan “*Medi-magazin*” haftalık tıp gazetesi, Acil Tıp Uzmanları Derneği tarafından yayınlanan “*Gazete Acil*” sağlık profesyonellerine yönelik habercilik yapan yayınlar arasında bulunmaktadır.

Halka yönelik sağlık haberciliğinde ise sağlık haberciliği yapan gazete ve dergi ve televizyon programlarının sayısı oldukça fazladır. Günlük olarak yayınlanan (*basılı ve e-gazete olarak*) ulusal gazetelerin hemen hemen hepsinde sağlık köşesi bulunmakta; kadın, erkek, aile, spor dergilerinin hepsinde sağlık haberleriyle karşılaşılmaktadır. Türkiye’de ulusal yayıncılık yapan gazete ve kuruluşlar içerisinde, Milliyet gazetesinin “*Pembe nar*” eki, Hürriyet gazetesinin “*Kelebek*” eki, Ntv yayıncılığın sağlık köşesi,

⁶⁴ Ziyne Kocabıyık, **Türkiye’de Sağlık Konulu Yayıncılık İlkelerinin Belirlenmesi**, İstanbul, 2011, Akt. Öğüt P. Türkiye’de Sağlık Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi ve Hürriyet Gazetesi Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 2013, s. 36.

Habertürk gazetesinin “*HT Sağlık*” eki gibi pek çok kaynakta gündelik olarak sağlık haberleri paylaşılmaktadır.

Verilen örneklerden görüldüğü üzere, sağlık haberciliğinin yayın sıklığı bakımından medyanın vazgeçilmez öğelerinden biri konumuna geldiğini söylemek mümkündür. Spor haberciliği, magazin haberciliği, polis adliye haberciliği vb. birçok habercilik türünde olduğu gibi sağlık haberciliğinde de uyulması gereken birtakım kurallar ve haber değerini yansıtan nitelikler bulunmaktadır.

1999 yılında ESAMDER, Tabipler Birliği (TB) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu’nun (TUBİTAK) düzenlediği “*Sağlık Bilinci ve Medya*” toplantısında yayınlanan “*Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi’nde*” sağlık haberciliği tartışılmış ve aşağıdaki sonuçlara varılmıştır:

“1. Sağlık haberciliği alanında önemli sorunlar yaşanmaktadır. Türkiye’de haber oluşturma kararı, haberin kaynağı, medyada yer alması ve halkın haberden yararlanmasında sorunlar vardır. Ajans, dergi, TV ve gazetelerde çalışan haberciler sağlık haberlerini yaparken farklı sorunlar yaşamaktadır.

2. Sağlıkta uzmanlaşma desteklenmelidir Sansasyondan uzak doğru sağlık haberciliği için tüm yayın kuruluşlarında alanında uzman sağlık muhabiri istihdam edilmelidir. Sağlık haberlerinin yer aldığı sayfaların editörleri de sağlık haberleri konusunda ilgili meslek kuruluşları tarafından bilgilendirilmelidir.

3. Sağlık habercisinin haber yapma 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 davranmalıdır.

4. Sağlık haberinin sorumluluğunu sağlık habercisi taşımaktadır. Sağlık haberlerinin basında yer alması aşamasında haberci dışındakilerin etkin olması engellenmelidir. Bunun için en iyi yöntem bir sağlık sayfası veya (tv için) sağlık saati bölümlerinin ayrılması ve sorumluluğun sağlık habercisine verilmesidir.

5. Sağlık habercileri yalnız haber üretmekle sorumludurlar. Sağlık habercileri çalıştıkları yayın kuruluşlarında “bağımsız haber üretme” görevlerini etkileyecek hiçbir konuda görevlendirilmemeli ve bu konuda baskı altına alınmamalıdır.

6. Sağlık habercileri için bir bilimsel danışma havuzu oluşturulmalıdır. Haberin oluşturulması hazırlayanın sorumluluğu altındadır. Ancak bu aşamada haberci-bilim adamı-hekim işbirliğini sağlayacak mekanizmalar geliştirilmelidir. Türk Tabipleri Birliği, uzmanlık derneklerinde sağlık muhabirlerinin danışabileceği birimler oluşturulmalıdır.

7. Sağlık alanındaki haber kaynakları da eğitilmelidir. Haber kaynağı olabilecek bilim adamları ve hekimler de bu haberi oluşturacak kişilere en doğru, en yetkin şekilde katkıda

bulunmak üzere eğitilmelidir. Bu eğitim mezuniyet öncesi dönemde verilmeli, mezuniyet sonrası için sürekli eğitim olanakları TTB (ESAM ve İletişim Fakülteleri işbirliği ile) tarafından sağlanmalıdır.

8. Sağlık muhabirliği iletişim fakültelerinde ayrı bir ders olarak kabul edilmelidir. Sağlık haberciliği ayrı bir alan olarak tanınmalı, gazetecilik eğitimi sırasında iletişim fakültelerinde bu eğitim verilmelidir. Bu konuda meslek birliklerinden yararlanılabilir.

9. Sağlık muhabirlerine sürekli eğitim olanağı yaratılmalıdır. Sağlık haberciliği alanında çalışan gazetecilerin "sağlıkta öncelikli gelişmeler, eğilimler" gibi konularda eğitimleri ESAM (TTB ve iletişim fakülteleri katkısıyla) tarafından yapılmalıdır.

10. Tıbbi dergilerdeki araştırmaların haber kaynağı olarak kullanılması sağlanmalıdır. Haber kaynağı olarak yöneticiler, hekimler, bilimsel dergiler ve çoğunluğu dış basından olmak üzere çeviri yayınlarla internet kullanılmaktadır. Yazıları denetlenmiş tıbbi dergiler en doğru haber kaynağı olabilir. Bu amaçla Türkiye'de çıkan pek çok tıbbi dergideki bilimsel yayınların halkın yararına kullanılması için basın bültenleri hazırlanması (TTB, TÜBİTAK tarafından) sağlanmalıdır. Bu bültenler halk sağlığı açısından öncelikli, gerçekten güncel ve en fazla sayıda kişiyi ilgilendirecek konular hakkında olmalıdır.

11. Sanayi Bakanlığı Tüketiciyi Koruma ve Reklam Kurulu'nun etik ilkelerine uymayanlara verilen cezalarla ilgili yapılacak haberler caydırıcılık taşıyabilir.

12. Sağlık habercisi ile haber kaynağı alanlarındaki etik kuralları düzenleyen bildirgeleri dikkate almakla yükümlüdür. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, TTB Tıp Meslek Ahlak Kuralları ve Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği (ESAM) Etik İlkeleri sağlık haberlerindeki etik sorunların önlenmesi için önemli belgelerdir. Bunların uygulanması herkesin sorumluluğu ve ödevidir. Bu kuralları ihlal edenler meslek kuruluşları ve birliklerince kamuoyuna açıklanmalıdır.”⁶⁵

1999 yılında yayınlanan bildiri sonrası sağlık haberciliğinin literatürde 6 nitelik üzerinden değerlendirildiği görülmektedir. Bu nitelikler “yayın türü, yazı türü, muhabirin imzası, haber konuları, konu türü, haber kaynakları” olarak sıralanmaktadır:

1. Yayın yeri: Bir haberin sağlık haberi olarak değerlendirilebilmesi için yayınlandığı yerin dikkate alınması gerekmektedir.

2. Yazı türü: Sağlık haberleri yazı türleri bakımından 5N1K kriterlerine sahip haberler, bilgilendirici metin haberleri (*haberlin öğelerinde eksiklikler bulunmaktadır*) ve köşe yazısı sağlık haberleri olarak üç türde incelenmektedir. 5N1K olarak formüle edilen habercilikte “ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim” sorularına karşılık verecek

⁶⁵Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı, 18-20 Haziran 1999, <http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>. Erişim Tarihi: 19.03.2018

şekilde bir habercilik yapılmaktadır. Bilgilendirici kısa metinleri haberden ayıran nokta bazı öğelerinin eksik olmasıdır.

3. Muhabirin imzası: Haberi yazan muhabirin sağlık haberciliği konusunda bir uzmanlığa sahip olması gerekmektedir.

4. Haber konuları: İçerisinde insan sağlığının yer aldığı her türlü haber, sağlık haberi olarak nitelendirilmemektedir. Bir haberin sağlık haberi olabilmesi için içerisinde halk sağlığı, hastalıkların tanısı ve tedavisi, sağlık politikaları, sağlık ekonomisi, sağlığın geliştirilmesi, sağlık konusunda yeniliklerin duyurulması vb. konuları barındırması gerekmektedir.

5. Konu Türü: Sağlık haberlerinin konu türleri genel-sağlık, sağlık-magazin, sağlık-ekonomi, sağlık-hukuk, sağlık-adliye ve tanıtım içerikli sağlık haberleri olarak sıralanmaktadır.

6. Haber kaynakları: Sağlık alanında uzman kişilerin haberde görüş bildirmesi ve haberin içeriğini bilimsel olarak desteklemesi haberin değerini arttırmaktadır.

Sağlık haberciliğinin literatürdeki yeri saptanılmalıdır ve sağlık haberi yapılırken dikkat edilmesi gereken hususlar belirlenmelidir. Sağlık muhabirliğine ilişkin bir sitede⁶⁶, muhabir Neslihan Can ile yapılan söyleşide, söz konusu soruya şu cevap verilmektedir.

“Sağlık muhabiri umut taciri olmamalı. Kalemimizden çıkan haberle bir hastanın doğru tedaviye ulaşmasına aracı olabilir veya yoktan yere ümitlenmesine ve hayal kırıklığına uğramasına neden olabiliriz. Sağlık muhabirliğinde mesleki hırslara yer yok. Bizler önce haber değil, önce insan sağlığı demek zorundayız.”

Röportajda “Umut taciri olmamak ve doğru bilgi vermek” üzerinde durulmaktadır. Muhabir Seda Gök⁶⁷ ise, “Tarafsızlık, rakamları doğru analiz etme, gerektiğinde haber için 2. hatta 3. kişiye mikrofon uzatmak. Sansasyonel haberlerle toplum sağlığını olumsuz etkileyecek haberlerden uzak durmak gerekiyor” demektedir.

⁶⁶ <http://saglikmuhabiri.com/insanlarin-sagliga-iliskin-dogrulari-dogru-kaynaklardan-ogrenmeye-ihtiyaci-var/>, Neslihan Can Röportajı, Erişim tarihi: 27.04.2018

⁶⁷ <http://saglikmuhabiri.com/saglik-haberleri-toplumsal-habercilikte-kilit-noktalardan-birisi/>, Seda Gök Röportajı, Erişim tarihi: 27.04.2018,

b) Yeni Medyada Sağlık Haberlerine Yönelik Dil Kullanımı

Anlama, anlam üretme ve paylaşma alanı olarak “*dil*” sosyal bir varlık olan insanoğlunun doğayı, olay ve durumları anlamasını sağlayan, bu yolla bildiklerini başkalarına aktarıp geri dönüşler alabilmek amacıyla kullanılan kaçınılmaz bir araçtır. Kişilerin bireysel iletişimlerinin yanı sıra grupların, toplumların veya kurum ve kuruluşların birbirlerini anlayıp, haberdar olma ihtiyaçlarını giderebilmek adına medya ortamlarında “*televizyon, gazete, radyo vb.*” gelişen teknoloji ile Yeni medya araçlarının sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Söz konusu araçların, özellikle haber yapım süreçlerinde dil kullanımlarında farklılıklar olduğu bilinmektedir.

Haber yazımı ve dil kullanımı konusu, literatürde sıkça karşımıza çıkmaktadır. Haberlerde dil kullanımları sosyolojik, kültürel, ideolojik, semantik vb. biçimlerde ele alınmaktadır.

Araştırmacı Özerkan’a göre haber dili tek taraflı değil, çok boyutlu bir oluşum göstermektedir. Bu oluşum ani değil, bir süreç şeklinde karşımıza çıkmakta ve oldukça karmaşık bir iletişim sürecinin bir parçası olarak görülmektedir.⁶⁸ Özerkan’ın tanımından hareketle haberde dil kullanımının iki başlık altında incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Birinci başlık “*haberi oluşturan kişi veya kurumun habere kattığı sosyal değer olarak haber dili*” ve ikinci olarak geleneksel iletişim modelinde anlambilimsel olarak (*haberin anlaşılabilirliği etkileyebilecek sözcük ve tümce kullanımı, haberde açıklık, doğruluk, sadelik, keskinlik, dil bilgisi kuralları gibi*) “*teknik haber dili*”dir.

Geleneksel iletişim modelinde temel ögeler kaynak, alıcı ve mesaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberi oluşturan kişi veya kurumun habere kattığı sosyal değer bakımından haber dilinde ise, gazetecinin bir mesaj gönderici konumunda, içinde yaşadığı toplumun bir üyesi olarak; kültürel özellikleri, anlama süreçleri, grup etkinlikleri

⁶⁸ Şengül A. Özerkan, **Medya, Dil ve İletişim**, İstanbul: Martı Yayınları, 2001, ss 132-135.

gibi sosyal etkenlerin hepsi medya metinleri üzerinde bazen açık bazen de örtük olarak yer almaktadır.⁶⁹

Bu durumda sorulması gereken sorunun “Sağlık haberlerinde kullanılan dil ile haber dili konusunda yapılan genel yorumlar ortak bir noktada buluşmakta mıdır?” olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın “Sağlık Haberciliğinin Tanımı ve Nitelikleri” bölümünde bahsedilen sağlık haberleri türlerinden* yola çıkılarak, haberi oluşturan kişinin sosyal etkenlerinin haber diline yansıdığı düşüncesini tümüyle sağlık haberlerine uyarlamak mümkün görünmemektedir. Sebebi ise şöyle açıklanabilir; 5N1K sağlık haberlerinde ve köşe yazısı sağlık haberlerinde yazarın konu ile ilgili subjektif görüşü haber diline yansıyabilmektedir. Ancak bilgilendirici sağlık haberleri, uzman görüşü olarak desteklendiğinden yoruma kapalı bir dil kullanılmaktadır. Konunun daha net anlaşılabilmesi için bir örnek üzerinde gitmenin yararlı olabileceği düşünülmektedir.

“Günlük vajinal akıntı normal mi?”

Vajinal akıntı genellikle kadınları endişelendiren bir durumdur. Peki günlük vajinal akıntı normal mi? Jinekolog Op. Dr. Ebru Zülfikaroğlu vajinal akıntı hakkında bilgi verdi.

Çoğu kadında görülen vajinal akıntı çok normal bir durum olsa da kimi zaman kadınlarda endişeye neden oluyor. Bu akıntının bir hastalığın habercisi olabileceğini düşünenler ya da bu durumdan rahatsız olanlar doktorların kapısını çalıyor. Jinekolog Op. Dr. Ebru Zülfikaroğlu, beyaz, şeffaf akıntının her kadında görülen normal bir durum olduğunu altını çiziyor. Vajinal akıntıların floranın normal ve sağlıklı olduğunun bir işareti olduğunu belirten Op. Dr. Zülfikaroğlu, “Genellikle kadınlarda vajinal akıntı normal ve düzenli olarak meydana gelir. Beyaz veya şeffaf renkte olabilir. Vajinal akıntı genital organlar tarafından üretilen bir sıvıdır ve vajinayı temizleyip nemlendirme özelliğine sahiptir. Aynı zamanda vajinal enjeksiyonlara karşı koruyucu özelliği vardır. Vajinal şeffaf akıntının şekli normal adet döngüsünün hormonal değişikliklerine bağlı olarak değişebilir. Örneğin yumurtlama döneminde veya adet öncesi ve sonrası günlerde akıntı miktarında artış olması normaldir. Ancak akıntının her zamanki görüntüsü ve kokusu farklılaşırsa mutlaka doktora başvurulmalıdır” diyor.

Op. Dr. Zülfikaroğlu, vajinal hijyeni sağlamak için genital bölgenin kuru ve temiz tutulması gerektiğini ancak günlük akıntıların iç çamaşırında ıslaklığa neden olduğunu hatırlatıyor. Op. Dr. Zülfikaroğlu, bu nedenle günlük akıntısı yoğun olan kadınlar iç çamaşırlarını gün içinde değiştirmesi gerektiğinin altını çiziyor. Kadınların yoğun günlük tempoları dolayısıyla iç çamaşırlarını değiştirmelerinin kolay olmadığını söyleyen Op. Dr. Zülfikaroğlu, pamuksu yüzeyiyle nefes alan günlük pedlerin de pratik bir çözüm sağlayabileceğini belirtiyor.

⁶⁹ A.g.e, 2001, s 64.

* 5n1k sağlık haberleri, bilgilendirici sağlık haberleri, köşe yazısı sağlık haberleri.

Günlük pedlerin genital bölgenin kuru ve temiz kalmasını sağladığının altını çizen Jinekolog Op. Dr. Ebru Zülfikaroğlu, şöyle devam ediyor: “Günlük pedler nefes alan bir yapıda oldukları ve pamuk oranı yüksek olarak üretildikleri için vajinanın florasını bozmazlar. Günlük ped değiştirme sıklığı kişiden kişiye göre değişebilir. Ancak ortalama 3-4 saat içinde değiştirilmelidir. Günlük pedler dermatolojik testlerden geçtiği için günlük kullanım için de son derece güvenlidir. Bu pedler doğru kullanıldığında herhangi bir yan etkiye neden olmaz.”⁷⁰

Haber metni incelendiğinde sağlık muhabirinin içeriğe uzman görüşünü aktarmak dışında bir işlevinin olmadığı görülmektedir. Bu noktada habercinin yorumu bulunmamaktadır. Nesnel bir tutum sergilememektedir. Bilgilendirici sağlık haberlerinde genellikle sağlık ve hastalık ile ilgili konularda uzman görüşü alınarak sadeleştirilmiş Tıp bilgisinin okuyucu ile buluşturulması söz konusudur.

Sağlık haberlerinde dil kullanımında öne çıkan ikinci başlığın ise teknik haber dili olduğu görülmektedir. Teknik haber dili konusu içerisinde “*haberde açıklık, sadelik, doğruluk ve keskinlik kuralları, haber kaynaklarının doğru kullanımları, yazım ve anlam hataları*” konuları ele alınmaktadır.

Söz konusu örnek teknik haber dili kurallarının da özellikle uzman görüşüne dayalı olarak desteklendiği anlaşılmaktadır. Zira doğruluk ve keskinlik kurallarının, uzman bilgisine dayandırılan yanı ile uygulandığı ve bu doğrultuda yazım, anlam hatalarının da en aza indirildiği görülmektedir. Örnek haberde, uzmanın alanı ile ilgili bilgiyi kesin olarak aktarmakta olduğu ve habercinin nesnel bir şekilde haberini yapılandığı anlaşılmaktadır.

Bu durumda sağlık haberlerinin bilgilendirici uzman görüşüne dayalı olarak okuyucuya kılavuzluk görevi üstlendiği ileri sürülebilmektedir.

Araştırmacı Rıdvan Bülbül, haberde dil kullanımının değişmeyen kuralları olduğundan bahsetmektedir. Bülbül’e göre, gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarının nitelik ve nicelik bakımından çoğalması, teknolojik gelişmeler habercilik anlayışını etkilemiş ancak çağdaş gazeteciliğe geçişte ilkeleri hiç değiştirmemiştir. Haberde dil

⁷⁰ <http://www.milliyet.com.tr/gunluk-vajinal-akinti-normal-mi--pembenar-detay-kadinsagligi-2634831/>, Erişim Tarihi: 29.03.2018

kullanımının değişmeyen kuralları açıklık, sadelik, doğruluk ve keskinlik olarak sıralanmaktadır.⁷¹

Sağlık haberciliğinde de söz konusu dört kuralın, insanların yalnızca doğru bilgilendirilmesi değil aynı zamanda sağlıklı bir yaşam sürmeleri içinde gerekli olduğu varsayılmaktadır. Okuyucular sağlık haberlerinden edindikleri bilgiler ile sağlık davranışlarında değişiklikler yaparak kendilerine yarar sağlayabilmektedirler. Haberin açık ve sade olması, kolay anlaşılabilir olması bakımından okuyucuya katkı sağlamaktadır. Özellikle Yeni medyada dolaşan sağlık haberlerinin, okuyucu için anlaşılır olması, bilgilerin tazeliği ve açık olmasıyla ilişkilidir.

Bu doğrultuda sağlık haberciliğinde doğruluk ve keskinlik kuralı da yukarıda bahsedildiği gibi haberlerin insan yaşamını doğrudan/dolaylı etkileyebilmesi sebebiyle haberciler tarafından ivedilikle üstünde durulması gereken bir konu olarak görülmektedir. Doğruluk ve keskinlik kuralına uyulmadığından karşılaşılabilecek sonuçlar, okuyucuların zarar görmesi sonucunu karşımıza çıkarabilecektir. Türk basınında 1998 yılında haberi yapılan kansere bitkisel tedavi haberi birçok okuyucu tarafından ilgi ile karşılandı. Ancak bilimsel olarak geçerliliği kanıtlanmamış kanser hastalığı ile ilgili bitkisel tedavi yöntemi TRT haber bülteninde flaş haber olarak 28 dakika boyunca yayınlanarak, birçok hastanın zarar görmesine neden oldu ve birçok kurumada zarar verdi.*

⁷¹ Rıdvan Bülbül, **Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar**, Ankara: Nobel Yayın Evi, 2001, s 195.

* Sağlık haberciliğine “damgasını vuran” en önemli gelişme ise “zakkum olayı”dır. Henüz özel televizyon kanallarının yayına başlamadığı, yayın yapma tekelinin TRT’nin elinde bulunduğu dönemde, 11 Şubat 1988 Perşembe günü ana haber bültenlerinde bir Türk hekimi olan Dr. Ziya Özel’in zakkum ekstreli kanser ilacını bulduğu haberi “*flaş haber*” olarak 28 dakika boyunca yayımlanmıştır. 15 yıllık meslek hayatı boyunca 1500 hastayı ilaçla tedavi ettiğini söyleyen Özel’in sözlerinin ardından “Türkiye’nin farklı kentlerindeki kanser hastalarının tedavilerini yarım bırakarak Özel’in İstanbul’daki özel muayenehanesine gelmeye başlamaları üzerine yeni bir boyut kazanmıştır. “Mucize ilaç: Zakkum” haberleri üzerine Türk Tabipleri Birliği başta olmak üzere pek çok sağlık meslek örgütü ve doktor “henüz bilimsel olarak tedavi ediciliği kanıtlanmamış bir maddenin ve mucidin ekrandan reklamının yapılmasını” etik olarak eleştirmiştir. TTB, yayımladığı haber bülteninde TRT’nin söz konusu yayınının “kanseri hastaların sağlığı için ciddi bir tehlike” yarattığına vurgu yaparak Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı’nı kovuşturmaya açmaya ve yöntemin denemesine izin verilmesi durumunda da bir kurula görev verilmesini istemiştir. Olayın kamuoyunda “sahte umut” yaratan boyutuyla en trajik sonucu ise belki de astım hastası İzzet Şakacı’nın bahçesindeki zakkum bitkisinin yapraklarını kaynatarak içmesi sonucu ölümüdür. Soruşturmalar sonrasında da Dr. Özel’e “meslekten men cezası” verilmiştir. Bknz: Ögüt, P., **Türkiye’de Sağlık Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi ve Hürriyet Gazetesi Örneği**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Üniversitesi, 2013, s. 135-137.

Söz konusu örnekten yola çıkarak, özellikle Yeni medyada yer alan sağlık haberlerinin ve danışılan uzmanların alanlarındaki yetkinlikleri önemli hale gelmektedir. Sağlık haberlerinin içeriklerinde ve uzman görüşlerinde açıklama bilgi ya da görüşün yayınlanmadan önce doğruluğunun araştırılması ayrıca gerekmektedir.

Yeni medyada tıpkı geleneksel medyada olduğu gibi haberlerin başlık, spot, ara başlık ve haber metninde habercilik yazım süreçlerine ve ilkelerine uymak önemlidir. Araştırmada, söz konusu alanlar veri değeri bulabilmek amacıyla araştırıldığında, haber ve dil konusunda, kullanılan dil yapılarına bakmakta fayda bulunmaktadır. Zira haberin dil stratejisi ile Yeni medyada sunulan mecranın (*site sağlık haberleri*) genel yayın politikasına ilişkin bilgileri bulabilmek mümkün olmaktadır.

Haberlerin başlıklarına bakıldığında, bildirimli, soru, nida, cümleleriyle kurulduğu görülmektedir. Söz konusu haberlerde hangi cümle tiplerini kurarak, okuyucu da neyi yaratmak istenildiği bu noktada önemli olmaktadır. Haber başlıklarında araştırmacılar Olgundeniz ve Çatalcalı'ya göre⁷², bildirimli cümle tiplerine ilişkin şu bilgi verilmektedir:

“Haber başlıklarında yüklem, bildirimli cümle halinden çıkmakta, okuyucunun yüklemi tamamlaması beklenmektedir. Cümle yapılarında, cümlenin “*kurallı (düz) ve kuralsız (devrik)*” olduğu bilinmektedir. Eğer yüklem cümlenin sonunda ise kurallı, yüklemi sonda değil ise kuralsız yani devriktir. Ancak cümlede yüklem bulunmadığı zamanlarda olmaktadır. Bu yapılara ise; “*eksiltili/kesik cümle*” denilmektedir. Yüklem, eylem ya da adların kullanımı ile “*eylem cümlesi ve ad cümlesi*” olmaktadır. Ayrıca cümleler, anlamlarına göre, “*olumlu ve olumsuz cümle*” olarak adlandırılmaktadırlar. Yine cümlenin yüklem sayısına ve durumuna göre, “*basit, birleşik, sıralı ve bağlı*” cümleler oluşturulmaktadır.

Basit cümleler, tek yüklemlidir. Birleşik cümleler, birden çok yargıyı bildirmekte ve yüklem yine tektir. Ancak temel cümlenin anlamını güçlendirmek için yan cümlecik taşımaktadırlar. Sıralı cümleler, birden çok cümlenin (,) veya (:) işaretleri ile bağlanmasıyla oluşmakta ve bağlı cümleler ise, sıralı cümlelerden yüklem dışındaki diğer öğelerin ortak kullanılmasından meydana gelmektedirler. Eğer ortak öğeler olmamasına rağmen (,) veya (:) işaretleri ile ardı ardına geliyorsa, bağımsız sıralı cümle oluşmaktadır.”

⁷² Seda S. Olgundeniz, Ayşe Çatalcalı, **Dergi Kapaklarında Kullanılan Haber Başlıklarının Dili ve Söylemi: Diyet ve Moda Haberleri Aracılığıyla Oluşturulan Kadın Kimlikleri**, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 7 (1), 2011, 174-191.

Yeni medyada yer alan haberlerde, haber yapılarında kullanılan ve sitelerin uzmanlaşma alanlarına göre sıklıkla tercih edilen dilsel kullanımların, “*kısa, ve eksiltili cümleler*” olarak tercih edildiği anlaşılmaktadır. Başlık yapılarının ise, “*bildirimli, soru, nida ve emir*” cümleleri ile hazırlandığı görülmektedir. Bildirimli cümlelerin özellikle haberin nesnel yanını ortaya koymak amacıyla yapıldığı görülmektedir. Başlıklarda, uzman görüşlerinin ön plana çıkardıkları hususlar, bildirimli cümleler aracılığıyla fazlaca haber başlıklarına taşınmaktadır.

Haber başlıklarında yapılan stratejik bir yaklaşım da ayrıca bulunmaktadır. Bildirimli cümlelerin başlıklarda, yüklemi kullanmadan yani “*eksiltili*” olarak tercih edildiği de anlaşılmaktadır. Böylelikle yüklem, okuyucunun zihinsel tamamlanmasına bırakılarak, sunulmaktadır. Bu durum, okuyucunun habere odaklanmasına ve haberi merak etmesine neden olacaktır.

Ayrıca haber başlıklarında soru ve emir cümlelerine de rastlanılmaktadır. Olgundeniz ve Çatalcalı’ya göre⁷³, haber başlıklarında soru cümle kullanım nedenleri şunlardır: “*Soru cümleleri, anlamlarında soru yönelten cümlelerdir. Sonlarında kesinlikler soru işareti taşımaktadır. Haber başlıkları kurulurken de içinde soru bulunan, bir konuda bilgi edinmek, okuyucun şüphelerini gidermek ve düşüncelerini onaylatmak için soru cümlelerinden yararlanılmaktadır.*” Emir cümleleri de, yüklem yapılarını emreden yapılardır. Bir kişiden bir şey yapmasını veya yapmamasını isterken emir cümleleri kullanılmaktadır. Kullanım alanları sıklıkla,

- a) *Talimat verirken:* örneğin: Köşeden sağa dön!, Hazırlan! gibi
- b) *Uyarıda bulunurken:* örneğin: Dikkatli ol!.
- c) *Tavsiyede bulunurken:* örneğin: Dinlen! Yorgun görünüyorsun gibi.
- d) *Teklifte bulunurken:* örneğin: bir çay daha al.
- e) *Bir şey dilerken:* örneğin: İyi yolculuklar.

Yeni medyada haber başlıkları oluşturulurken söz konusu haber cümlelerinin, sıklıkla tavsiye, uyarı ve talimat yaklaşımı oldukları görülmektedir. Nida cümleleri ise,

⁷³ Seda S. Olgundeniz, Ayşe Çatalcalı, **Dergi Kapaklarında Kullanılan Haber Başlıklarının Dili ve Söylemi: Diyet ve Moda Haberleri Aracılığıyla Oluşturulan Kadın Kimlikleri**, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 7 (1), 2011, 174-191.

cümle sonunda sıklıkla ünlem işareti taşıyan, Sevgi, korku, şaşma, hayret, seslenme, coşkunluk, heyecan ve sitem ifadelerinde sıklıkla kullanılan yapılardır.

Sonuç olarak, medyada türlere bağlı olarak dil kullanımında farklılıklar görülmektedir. Ancak haberciliğin yazım ilkeleri değişmemektedir. Yeni medyanın hızlı bilgi akışı sunması, bir yandan olumlu öte yandan olumsuz bir durum oluşturabilmektedir. Hız, muhabirin haber yapımında doğruluk ve keskinlik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmaktadır. Bu durum, birtakım hataların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Haber yazım sürecinde hata yapma olasılığını en aza indirgeyebilmek için kısa ve anlaşılır cümleler seçilmektedir. Yazılı basının sıklıkla kullandığı gibi Yeni Medya haberciliğinde de, redaktör/editörlerden faydalanılmalı, uzman görüşlerine dayalı haberler yapılmalı, haberin doğruluk ve gerçekçilik payı artırılmalı, sağlık bilgileri yenilenerek sağlık siteleri güncellenmeli, sağlık muhabirinin de alanda bilgili ve etkili olması gerekmektedir.

Yeni medya ortamları her ne kadar metin üzerinde sonsuz düzeltme hakkı vermiş olsa dahi, anlam kargaşası yaratmamak adına dil bilgisi kuralları iyi bilinmeli ve anlaşılabilirlik seviyesinin en üst noktaya çıkarılması gerekmektedir.

c) Yeni Medyada Sağlık Haberlerine Yönelik Tasarımın Yönetilmesi

Tasarım, basılı medyada olduğu gibi Yeni medya haber mecralarında da hedef kitlenin beğenisini ve ilgisini kazanmaya yönelik estetik (*tasarımsal*) öğelerin öne çıkarıldığı önem bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Online haber siteleri, haber sitelerinde görsel kullanımının yanı sıra video ve ses kullanımı da yapabildiklerinden geleneksel medyadan daha avantajlı bir konumda yer almaktadırlar.

Online gazetelerdeki haberlerin tasarım süreçlerinde, siteye erişim rahatlığı, sayfanın yüklenme süresi, sayfanın genel görünüşü, sayfalarda renk kullanımı, zemin rengi, sayfalar arası uyum, sayfa kenar boşlukları, haberlerde fotoğraf ve video kullanımı, sayfalardaki butonların işlerliği, başlıkların ve haber akışının sunumu gibi birtakım kriterlerin olduğu görülmektedir. Söz konusu kriterler okurun algısını yönetebilme ve habere olan ilgisini etkileyebilmektedir.

Araştırmacı Rosales online gazeteciliğin tasarımındaki öğeleri 8 başlık altında toplamaktadır:

1. Gereksiz Çoklu Medya Araçlarını Kullanmamak: Haber ile ilgili olmayan, habere hiçbir katkı sağlayamayan video, ses, grafik ve animasyonların etkilenmemesi gerekmektedir. Her bir elementin sayfaya konması için geçerli bir gerekçe olmalıdır.

2. Metaforların Kullanılması: Haber siteleri, haber sayfasının tamamına bakmak ve anlamak için rehber olarak metaforlar kullanılmalıdır. Örneğin, haber sitesi suç araştırmaları ile ilgili ise, tasarımcı sayfanın ortasına bir görsel koyarak, bu görselin birçok yönünden ziyaret edenler için farklı bağlantılar ekleyebilir.

3. Kolay Arama ve Dolaşım: Ziyaret edenler için basit ve dolaşımı kolay olan site tasarlanmalıdır. Haber sayfasının ana sayfası ziyaretçiler için her zaman açılabilir ancak yazılan haberler sınırlı olmalı, sadece 3-5 satır giriş paragrafı ekleyerek haberin geri kalanı diğer sayfaya bağlanmalıdır. Her sitenin önde gelen özelliği site içindeki dolaşımın etkili olmasıdır.

4. Takip Edilecek Yol: Sayfanın solunda ve altında her zaman ziyaretçinin ana sayfa ve sitedeki diğer sayfalarda erişebilecekleri sürekli bir menü olması gerekmektedir.

5. Biçim, Yazı ve Renk: Haber sitelerinde kullanılan biçim ve renklerin sayısı sınırlandırılmalıdır. Böylece sayfada tutarlılık sağlanacak ve göze hoş gelecektir. Mavi en çok kullanılan zemin rengi olarak çıkmaktadır. Ancak kararsız kalındığında beyaz zemin kullanılmasının daha doğru olacağı düşünülmektedir. En sık kullanılan yazı tipini sırasıyla Arial, Times New Roman ve Verdana olduğu görülmektedir.

6. Bağlantı ve Gruplama: Sayfaya çok fazla bağlantı koymaktan kaçınılması gerekmektedir. Ziyaretçilerin alt kategorileri ve alt bağlantıları görebilecekleri hiyerarşik bağlantılar olmalıdır.

7. Bloglar, Sohbetler ve Mesaj Panoları: Haber siteleri, okuyucunun bazı konu ve içeriklerle ilgili yorum yazabilecekleri, geri bildirimde bulunabilecekleri mesaj panolarının olması gerekmektedir.

8. Haber Metnini Uzatmamak: Okuyucunun sıkılacağı uzun metinler koymaktan kaçınılması istenmektedir.⁷⁴

Yukarıda sayılan söz konusu öğelerin sağlık haberciliği alanında online gazetecilik haber sitelerinin tasarımında kullanıldığı varsayılmaktadır. Türkiye’de ulusal yayıncılık yapan internet gazeteleri arasından örnek verilecek olursak* “*Milliyet*”

⁷⁴ Rosales, R.G., *The Elements Of Online Journalism*, iUniverse, <http://books.google.com.tr>, Akt. Aydoğdu, K. İ., *Online Gazetecilik ve Haber Sitelerinin Tasarımı*, Değişen Dünyada Gazetecilik, Ed: Gülgün Erdoğan Tosun ve Hanifi Kurt, Ankara: Orion Kitapevi, 2016, ss. 87-88.

* Çalışmaya katkı sağlaması bakımından, örneklem içerisinden seçim sağlanmaktadır.

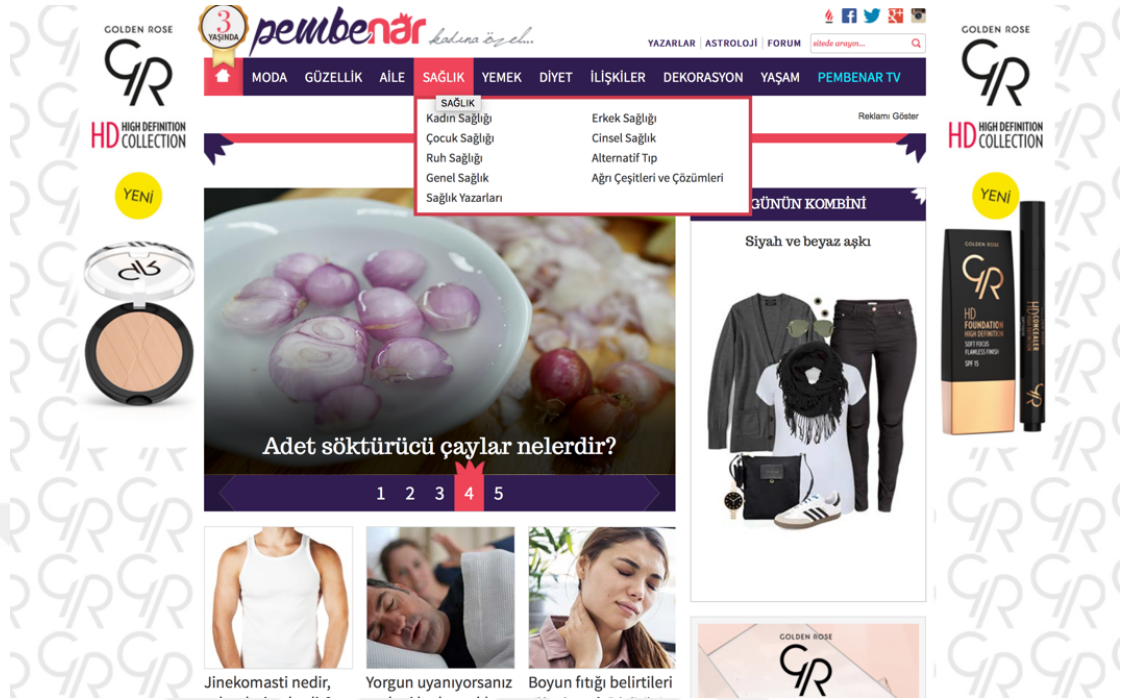
gazetesinde tüm haberlerin kategorilendirildiği ve sağlık haberlerinin tek başlık altında toplandığı görülmektedir.⁷⁵ Bu tasarım okurların site ziyaretlerinde sağlık haberlerine kolayca ulaşabilmesini sağlamaktadır. Aşağıda *milliyet.com.tr*'nin ana sayfa görseli ve kategorileri yer almaktadır.(Bknz. Şekil 7)



Şekil: 7 Milliyet.com.tr Ana Sayfa Haber Kategorileri

Haberlerin günlük olarak değişen slayt gösterisi şablonu üzerinde tek görsel ve açıklayıcı kısa metin verilerek aktarıldığı görülmektedir. Ana sayfada çoklu gereksiz medya kullanımından kaçınılması, tasarım öğelerinin doğru kullanımını desteklemektedir. Bu noktada “sağlık” kelimesi tıklandığında sağlık bilgilerinin ve haberlerinin sunulduğu sağlık ana sayfasına ulaşılmaktadır. (Bknz. Şekil 8)

⁷⁵ <http://www.milliyet.com.tr>, Erişim Tarihi: 28.03.2018



Şekil 8: Milliyet.com.tr Sağlık Sayfası Genel Görünümü ve Alt Kategoriler

Yukarıdaki görseller incelendiğinde hem ana sayfa, hem de sağlık kategorisinde sitenin sağ üst köşesinde bulunan arama butonu sayesinde site kullanımı kolaylaşmakta ve okuyucu yönlendirilmektedir.

Rosales'in belirttiği gibi renk ve tipografinin sınırlı tutulduğu görülmektedir. Sitede beyaz arka plan kullanıldığı ve "Arial" yazı fontunun kullanıldığı anlaşılmaktadır. Sağlık ana sayfasındaki herhangi bir habere tıklandığında ise açılan sayfada görsel ve video sayısının artmaktadır. Ancak haber sayfasında sosyal medya mecralarında paylaşım butonları dışında, okuyucunun katılım sağlayabileceği bir mesaj panosunun bulunmaması göze çarpmaktadır.

Genel olarak online gazetecilik doğru tasarım öğelerini kullanmak, gelişen teknolojiye ayak uydurmak ve rakipleri takip vb. hususlar önem arz etmektedir. Zira okuyucular için kaliteli haber sunmak dil ve tasarımı doğru kullanmayı zorunluluk haline getirmektedir. Yayıncı kuruluşları yüksek baskı maliyetlerinden kurtaran yeni medya ortamları, içeriklerin çoklu medya araç ve imkanlarını kullanarak zenginleştirilmesi ile içerik ve tasarım birlikteliğinin gücü tartışmasız hale dönüşmektedir.

Sağlık haberleri okuyucuya aktarılması en zor haberler arasında yer almaktadır. Çünkü sağlık muhabirleri haberleri oluştururken genellikle uzman görüşü almak için konusunda uzman kişilere başvurumaktadırlar. Ancak uzman kişiler yoğunlukla Tıp jargonu kullandıklarından, hastalıklar, tedaviler yahut önlemler ile ilgili verilen uyarı ve tavsiyeler okuyucuların zor anlamasına hatta bazen hiç anlamamasına neden olduğu varsayılmaktadır. Bu sebeple sağlık muhabirlerinin içeriği okuyucunun anlayacağı seviyeye dönüştürmesi gerekmektedir. Bu aşamada görsel, grafik veya video kullanımı hem içeriği zenginleştirmekte, hem de okuyucunun konuyu daha iyi anlayabilmesine olanak sağlamaktadır.

Haber sitelerinde içerik ve tasarıma yönelik değerlendirme ölçütleri ile ilgili bir diğer konu ise, haber sitelerindeki kavramsal modeli oluşturan unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmacı Gürcan'ın haber siteleri üzerinden çalışmaları bulunan Eriksek ve Ihlström'den aktardığı üzere bu unsurlar “*başlıklar, haber akışı*” olarak sıralanmaktadır.

Haber başlıkları haberin en çok ilgi gören ve okuyucunun haberin tamamını okumasına yön veren ve demirleme yapan bölüm olarak görülmektedir. Haber başlıkları önem sırasına göre, yazılı basın olarak gazetelerde ana sayfanın üst (manşet/sürmanşet) bölümlerinden alt bölümlerine ve yanlara doğru sıralanmaktadır. Okuyucuların sağlık haberlerinde başlıklardan etkilenme durumları, sosyo-demografik özelliklere, hastalık geçmişlerine ve sağlık algılarına göre değişebilmektedir. Örneğin, sık idrar yaşama şikayeti olan bir kadın okuyucu gazetede rastladığı idrar kaçırmadan kurtulma yöntemleri haberine bir erkek okuyucudan daha ilgili olabilmektedir. Ancak Yeni medyada haber sitesinin yatay ya da dikey hazırlanmasına bağlı olarak, önem sırası da değişmektedir. Tıklanma oranına göre, haber değeri belirlenebilmektedir.

Yine haber akışı da, bir haberin önem derecesini belirlemede okuyucuya yön vermektedir. Yeni gelen haberler önem ve haberin akış zamanına göre bir sıra içine dizilerek sunulması gerekmektedir. Örneğin, meme kanseri farkındalık haftasında yapılan çalışmalar gün içerisinde diğer haberlerden daha üst sıraya çıkarılmaktadır.

Aynı zamanda özellikle spot ve ara başlıkların, Yeni medya haberleri içerisinde sıklıkla kullanıldıkları görülmektedir. Spotlar, başlığı destekleyen ya da konuyu küçük ayrıntılar açan metinler olarak kullanılırlar. Söz konusu spotlarda, serbest konuşma dili emir, nida ve soru cümleleri ile ya da uzman görüşü ön plana çıkarılmak istendiğinde bildirim cümleleri ile yazılmaktadır. Ara başlıkların kullanımı ise, haberin genişletilmesinde rol oynamaktadır. Zira ara başlıklar, uzun haberlerde adeta temel başlıklar gibi işlev görmektedirler. Haberlerin kadın sağlığına ilişkin veriliş tarzında, dil stratejilerinin kullanıldığı ve beden politikaları doğrultusunda şekillendirildiği anlaşılmaktadır.



III. BÖLÜM: BEDEN POLİTİKALARI BAĞLAMINDA KADIN SAĞLIĞI

Dünya’da ve Türkiye’de, küresel neo-liberalizmin etkisiyle birlikte sağlık anlayışının da giderek değiştiği görülmektedir. Gelişen halk sağlığı ve politikalar ile artık sağlıkta “*önlem tedaviden üstündür*” anlayışı benimsenmektedir. Günümüzde sağlığın geliştirilmesi ve esenlendirilmesi çalışmaları bağlamında, bireylerin kendi sağlıklarından kendilerinin sorumlu tutulduğu bir anlayış sergilendiği görülmektedir.

Vincente Navarro ve Wallact bireyselleştirilmiş sağlık anlayışını, hastalığın ortaya çıkmasında etkili olan nedenlerin (*gerekli yeme alışkanlıklarına, egzersizlere ve kişisel temizliğe dikkat etmeme vb.*) sadece bireyin sorumluluğundaymış gibi hissettiren kapitalist bir yapı olarak tanımlamaktadır.⁷⁶ “*Sağlıklı birey, sağlıklı yaşam tarzı*” kavramları da bu sorumluluğun bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin sağlıklı olabilmesi için, pek çok farklı kanaldan verilen sağlık mesajlarını dinlemesi ve bu mesajlar doğrultusunda bedenini sürekli olarak kontrol etmesi gerekmektedir. Bedenin fiziksel gelişimi doğanın bir parçası iken, kültürün bir parçası haline gelmiş ve böylece hem sağlığın hem de tüketimin ortak bir noktada buluşmasını sağlamıştır. Nitekim çağdaş toplumlarda beden, en önemli tüketim alanlarından biri olarak görülmektedir.

Bedeni bir tüketim nesnesine dönüştüren bu Yeni sağlık anlayışının özellikle kadınlara daha uygun olduğu gerçeği kaçınılmazdır. Tarih boyunca, geleneksel ya da modern toplumlarda kadının bedeni hakkındaki tartışmalar sürekli olarak var olmuş ve kadın bedeni bir sorunsala dönüşmüştür.

Erkek egemen ideolojideki geleneksel toplumda zayıf kadınlar dışlanmakta, modern toplumlarda kilolu kadınlar eleştirilir ve ideal vücut ölçüsüne ulaşmak için kadınlar sürekli olarak uyarılmaktadır. Geleneksel toplumda kadının görevi çocukların bakımı ve ev işleri iken, modern toplum da iş hayatına atılan kadının sorumlulukları

⁷⁶ Deniz Akgün, **Kapitalizm Hasta Eder**, *Toplumcu Tıp*, Ankara: Nota Bene Yayınları, 2014, s. 102.

değişkenlik göstermektedir. Gelenekselden moderne sürekli olarak, onu her zaman tetikte tutan bir toplumsal cinsiyet baskısı var olduğu düşünülmektedir.

Doane'ye göre kadından bahsetmek ya da onu düşünmek kaçınılmaz bir şekilde bedeni anımsatmaktadır. Kadın ve beden konusu bu kadar iç içe iken, sağlık konusunda da toplumsal cinsiyet ile şekillenen bir inşa sürecinde olduğunu düşünmek mümkündür. Kadınların hastalıkları ve hastalıkları ile ilgili toplumda oluşan sosyal temsillerin, sağlığın kadınsılaştırılmasında basamak görevi gördüğü varsayılmaktadır. Bu noktada karşımıza çıkan “*sağlığın kadınsılaştırılması*” kavramının akademik ortamlarda özellikle son yıllarda sıkça tartışıldığı görülmektedir.

Günümüzde sağlık mesajları genellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla bireylere aktarılmaktadır. Yazılı ve görsel basında sıkça yer verilen sağlık ve sağlıklı olma konulu içerikler, hastalıklardan korunma, sağlıklı beslenme, sağlıklı vücut kavramları üzerinde durulmaktadır. Tüm bu içeriklerinde aslında yine daha çok kadınlara hitap ettiğini söylemek mümkündür. Televizyondaki birçok sağlık programı sabah kuşağında yer almaktadır ve açıkça ev hanımlarına hitap etmektedir. Yine gazetelerde yayınlanan sağlık haberleri genellikle magazin ekinin içerisinde yer almaktadır. Medya kanallarında yayınlanan sağlık mesajları ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında daha çok diyet, beslenme, spor, egzersiz ve estetik konuları üzerinde durulduğu görülmektedir. İşte bu noktada yukarıda bahsedilen toplumsal cinsiyet baskısının sağlık bilgisi üzerindeki yansımaları görülmektedir. Kendi bedenleri üzerinde kontrole sahip olamayan kadınlar çözümü medyada sunulan öneri ve tavsiyelerde aramaktadır. Bu durum kadın sağlığını sürekli olarak pazarlanabilen bir mekanizmaya dönüştürmektedir.

Gelişen teknoloji ile geleneksel medyanın yerini alan Yeni medya hem ulaşılabilirlik hem de erişilebilirlik bakımından önemli bir alandır. Sağlıklı yaşam tarzının benimsenmesinde Yeni medyanın bilgiye ulaşmada kolaylaştırıcı etkisi yadsınamayacak kadar büyüktür.

A. BEDEN POLİTİKALARI DOĞRULTUSUNDA KADIN SAĞLIĞINA GENEL BİR BAKIŞ

1. Sağlık ve Beden Sosyolojisinin Ortak Sorunsalı: Kadın

Sosyal olayların bilimsel olarak incelenmesi ve toplumsal sorunlara çözüm arayışı, sosyoloji bilimini doğurmuştur.* Sosyoloji alanında yaşanan gelişmeler, zaman içerisinde sosyolojinin kendi içerisinde dallara ayrılmasına neden olmuştur.

1950'ler sonrası sağlığın toplumsal açıdan ele alınmasını amaçlayan sağlık sosyolojisi ortaya çıkmıştır. Sağlık sosyolojisinin gelişimine bakıldığında, Avrupa'da sağlık ve hastalığın sosyal görünümünün halk sağlığı ve antropoloji gibi disiplinler içerisinde çalışıldığı bilinmektedir. Parsons'un 1951'de yayınlanan "*Sosyal Sistem*" adlı çalışmasında sağlık sosyolojisinin bir disiplin olarak ilk defa ele alındığı görülmektedir.⁷⁷ Adak'a göre sağlık sosyolojisi; hastalıkların toplumsal yapısı ile ilişkisini, hastalıkların dağılımını, hastalıklara karşı insanların tutumlarını, hastalıkların sosyo-ekonomik ve kültürel nedenlerini, sağlık-hastalık ve sosyal sınıf ilişkilerini, yoksulluk, işsizlik, boşanma ve ölüm gibi sosyal olguların sağlık ve hastalığa etkilerini, çevre, yaşanan konut, aile ve meslek faktörlerinin sağlık ve hastalıktaki rolünü incelemektedir.⁷⁸

Sağlık alanında yaşanan gelişmeler ve sağlığın içerisine dahil edilen diyet, beslenme, güzellik, estetik konuları, sağlık sosyolojisini ve beden sosyolojisini ortak bir noktada buluşturmaktadır.

Beden, 1980'li yıllardan başlayarak önemli bir sosyolojik tartışma konusuna dönüşmüştür. Öncesinde bedene ilişkin tartışmaların ve beden sosyolojisi çalışmalarının uzun bir geçmişe dayandığı söylenemez. Foucault'a göre, 1980'li yıllara değin bedenin değersiz ve ikincil statüde görülmesinin nedeni sosyolojinin yaşanan çağın bilgi ve

* Sosyolojinin tanımı için, Bkz. İrfan Kaya, **Klasik Sosyolojide Beden Problemi Ve Birer Bedensel Deneyim Olarak Sağlık-Hastalık Çözümlemeleri**, G.O.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi 2013, Cilt: I, Sayı:1, s. 117-131

⁷⁷ Nurşen Özçelik Adak, **Sağlık Sosyolojisi**, Kadın ve Kentleşme, İstanbul: Birey Yayınları, 2002, s. 18.

⁷⁸ Nurşen Özçelik Adak, **Sağlık Sosyolojisi, Kadın ve Kentleşme**, İstanbul: Birey Yayınları, 2002, sf. 18. Akt: İrfan Kaya, **Klasik Sosyolojide Beden Problemi Ve Birer Bedensel Deneyim Olarak Sağlık-Hastalık Çözümlemeleri**, G.O.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi 2013, Cilt: I, Sayı:1, s. 117-131

iktidar yapılarının yarattığı anlam ve algılayış tarzından etkilenmesidir.⁷⁹ Kapitalizm öncesi ve erken kapitalist dönemlerde sosyoloji daha çok düzen problemine öncelik verir. Örneğin, Emile Durkheim için beden, bayağı olanı, kutsanmışın dışında kalanı akla getirmektedir.⁸⁰

Ancak günümüz sosyolojisinde, beden ile ilgili düşüncelerin değiştiği, bedenin fizyolojiden öte toplumsal bir tanımlayıcı rolünü üstlendiği görülmektedir. Sosyolojinin yaklaşımı kuşkusuz Tıp gibi yalnızca anatomiye ve fizyolojiye değil, bedenin sosyal eylemler icra etme, anlamlandırma kapasitesine odaklanmaktadır.⁸¹ Giddens'e göre de, beden sadece fiziksel değildir, o aynı zamanda bedene toplumsal bir nitelik kazandırır.⁸² Bu durumda bedenin sosyal bir nesne olduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda yine Giddens'in ifadesiyle beden, *"Bize özel veya kendisine mahkum olduğumuz, içinde yaşadığımız bir nesne, huzur ve haz duygularının kaynağı, ancak aynı zamanda rahatsızlıklar ve gerilim alanıdır."*⁸³

Beden sadece sahip olduğumuz bir nesne, fiziksel varlık değildir. Aksine geniş anlamlar taşıyan bir eylem sistemi ya da praksis tarzıdır. Beden hem bireysel bir yatırım, hem de toplumsal ve kültürel bir üretilimdir.⁸⁴

Küreselleşme, iletişim teknolojilerinin gelişmesi, yaşam biçimi ve Yeni tüketim biçimlerinin ortaya çıkması ile beden düzen probleminin merkezine yerleştirilmiştir. Küreselleşme, yaşanan somut değişimlerle birlikte tüketim kültürünü doğurmuş ve dolayısıyla artık bedene yüklenen anlamlarda değişmiştir. *"Maddi ve biyolojik bir nesne olmaktan uzaklaşan beden, merkezinde aklın yer aldığı karşılıklı etkileşimlerin kontrolü altında cansız bir kitleye indirgenmiştir."*⁸⁵ Tüketim kültürünün iyi işleyen bir tüketim

⁷⁹ Michel Foucault, **Hapishanenin Doğuşu**, Çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge Kitabevi, 6. Baskı, 2015, s. 123

⁸⁰ Emre Işık, **Beden ve Toplum Kuramı**, İstanbul: Bağlam Yayınları, 1998, s. 124.

⁸¹ Kadir Canatan **Beden Sosyolojisi**, İstanbul: Açılım Kitap, 2011, s. 62.

⁸² Anthony Giddens, **Sosyoloji**, Ankara: Ayraç Yayınevi, 2000, s. 126.

⁸³ Anthony Giddens, **Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum**, Çev: Ü. Tatlıcan, İstanbul: Say Yayınları, Aktaran: Egin, A., **Beden Sosyolojisi Açısından Popüler Kültür ve Kadın**, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, Özel Sayı, Cilt:1, 2011, s. 670.

⁸⁴ Dennis Waskul, Philip Vannini, **İntroduction: The Body in Symbolic İnteraction, Body-Embodiment Symbolic İnteraction And The Sociology Of Body**, Hampshire: Ashgate Publishing, s. 1.

⁸⁵ Ruth Wallange, Alison Wolf, **Çağdaş Sosyoloji Kuramları**, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2012, s. 436.

toplumunda sürekli olarak bir baştan çıkarma girişimi içerisinde olduğu varsayılmaktadır. Bunu yaparken de kitle iletişim araçlarından büyük destek almaktadır.

Günümüz toplumda kitle iletişim araçları kültürün gösterge ve imajlarının gerçek ve hayal arasındaki ayırımı silikleştirerek bir simülasyon yaratmaktadır. Beden algısı ve ahlaki değerlerin değiştirilip dönüştürülmesi; tüketici davranışlarının şekillenmesine, ideal yaşam biçimlerinin belirlenmesine kadar pek çok alanda etkilidir.⁸⁶ Baudrillard beden ile tüketim ilişkisini şöyle açıklamaktadır: “*Beden tüketilen şeyler arasında diğer nesnelerden daha güzel, daha kıymetli ve daha eşsiz olan tek nesnedir. İnsanlığın uzun tarihi boyunca yok sayılan beden, günümüzde fiziksel ve cinsel özgürleşme biçimi altında yeniden şekillenmektedir.*”⁸⁷

Tüketim kültürü ve beden ilişkisine dair “*kadın bedeni*” üzerine çıkarımlar yapmakta mümkündür. Riley’e göre doğanın düzenine uğratarak bedenleşmiş biçimi olarak kadınlar, bedene ilişkin sorunları daha fazla yaşamakta ve kimliklerini cinsiyetlendirilme yoluyla kazanmaktadırlar.⁸⁸

Diprose, kadın bedenini eril beden deneyim alanı olarak ifade etmektedir.⁸⁹ Kadın bedeni biyolojik yapısından dolayı hem fizyolojik hem de toplumsal birçok açıdan mağduriyete uğramaktadır. Baudrillard’ a göre geçmişte cinsiyet olarak köleleştirilen kadın, bugün cinsiyet olarak özgürleştirilmektedir. Ancak bu özgürleşme, kadın bedeninin yeniden ele geçirilmesinin dolayısıyla onun tüketim kültürünün bir nesnesi haline getirilişinin araçsallaştırılmış biçimi olarak görülmektedir.⁹⁰

⁸⁶ Neil Postman, **Televizyon Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Çev: Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 4. Baskı, 2016, s. 82.

⁸⁷ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, Çev: Keskin, F., Tural, N., İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 8. Baskı, 2016, s. 163.

⁸⁸ Denise Riley, **Am I that name? Feminism and the Category of ‘Women’ in History**, MN: University of Minnesota Press, 1988, Aktaran: Öztürk, N., **Bir Beden Sosyolojisi Problemi Olarak Namus Kavramı ve Kadın Bedeni**, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karaman, 2012, s. 65.

⁸⁹ Rosalyn Diprose, **The Bodies of Women: Ethics, Embodiment and Sexual Difference**, London and New York: Routledge. 1994, s 36.

⁹⁰ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, Çeviren: Ferda Keskin, Nilgün Tural, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 8. Baskı, 2016, s 173.

Bu noktada, kapitalist ideolojinin Foucault'un belirttiği “biyo-iktidar” kavramı ön plana çıkmaktadır. Araştırmacı Sezgin⁹¹, bilimsel sağlık kurumlarının yükselişine, zihinsel ve fiziksel hastalığın birbirinden ayrılması, geleneksel tedavilerin yerini bilimsel uygulamalara bırakması ile sağlığın yükselen bir değer olduğuna işaret etmektedir. Sağlık artık “*değişen anlamlar içeren, kendi içinde somut; aynı zamanda sembolik, ahlaki ve sürekli testlere tabi tutulan bir imgeye dönüşmektedir*” demektedir.

Dolayısıyla beden politikaları ve beden kavramı ön plana çıkmakta ve özellikle cinsiyet ele alınmaktadır. Cinsiyet ayrımı doğrultusunda bile, beden, düzenin korunması ve devam edebilmesi için gerekli görülmektedir. Ancak ön plana çıkarılan beden, dişil bedendir. Kadın bedeninin yeniden sunumu ile kadın ikincil konumda bırakılmaktadır. Kadın, akıl/zihin doğrultusunda rasyonellikte geride bırakılmakta, kendisine irrasyonellik, doğa ve duygusallık teslim edilmektedir. Bu durum bir iktidar sorunudur. Foucault da bu noktaya temas etmektedir.

Günümüz kapitalist ideoloji ve ekonomisi içinde, kadın bedeninin tüketim nesnesi haline dönüşmesi bilinçli bir eylemdir. Tüketim işleviyle beden, iktidarlar için önemli hale gelmektedir. Yeni medyada sağlık haberlerinde de sağlık, kişisel bakım, diyet, egzersiz, genç kalma, formda kalma vb. yaklaşımlar, tüketim ekonomisinin öncüllerinden olmakta ve tüketim alanında özellikle kadın bedeni kullanılır olmaktadır.

Günümüz toplumunda kadınların biyolojik ve toplumsal olarak yaşadıkları sorunlar; sağlık alanında yaşanan gelişmeler, değişen sağlık anlayışları, sağlık politikaları, kapital aktörlerin politikaları ve medyanın gücü çerçevesinde de şekillendiği görülmektedir. Daha önce bahsedilen “*sağlığın kadınsılaştırılması*” kavramı da tüm bu etkenler ile kadın bedenini ötekileştirerek, tüketim kültürünün amaçlarına hizmet ettiği görülmektedir. Gelişen sağlık uygulamaları ile kadın bedenine müdahale edebilen teknolojiler, metalaşan kadın bedenini sadece fizyolojik olarak değil, psikolojik ve sosyal

⁹¹ Deniz Sezgin, Tıbbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık, (1. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011, ss.38-39., Akt: H. Aslantürk, Türkiye’de Biyo-İktidar açısından Sağlık Hizmetleri ve Kadın, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi-2016, ss.571-595. Erişim link: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/355931>, Erişim tarihi: 23.04.2018.

olarak yünden de bozulmalara uğrattığı anlaşılmaktadır. Birçok araştırma ve kaynağa göre, kadın sağlığı konularının sağlık alanının içerisine bu kadar dahil edilmesinin en önemli nedenlerinden biri “*tıbbileştirme*” olarak görülmektedir. Zira tıbbileşme yaklaşımı, Navaro ve Wallact’ın bahsettiği, kapitalist yapı çerçevesinde sunulan, sağlıklı birey sağlıklı yaşam tarzı ile uyushmaktadır. Bu konuyu daha geniş kapsamda incelemede fayda bulunmaktadır.

2. Kadın Sağlığı ve Tıbbileştirme kavramının Yeni Medyada Kullanımı

20. yüzyıldan itibaren kapitalizmin kadına yüklediği beden ve güzellik anlayışı sağlık sektörünün içerisine dahil edilen diyet, beslenme, estetik, güzellik gibi konular, sağlık iletişimi uygulamalarının etkinlik alanını sorgulamayı gerektirmektedir. Araştırmacı Çınarlı bu konuya “*stratejik sağlık iletişimi*” tanımlamasında değinmektedir; “*Sağlık iletişiminin stratejik olmasından kasıt, alıcılarda tutum ve davranış değişikliklerini sağlamaya yönelik uygulamaların öncelikli olarak kamu yararı gözetilerek değil, uygulayıcıların kendi çıkarları doğrultusunda tasarlanmasıdır.*”⁹² Bu tasarı sürecinde karşımıza öncelikli olarak “*sağlığın tıbbileştirilmesi (gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi)*” kavramı çıkmaktadır.

Conrad ve Schneider, tıbbileşmeyi tıbbın yetki alanının genişlemesi ve bir zamanların “*normal*” yaşam etkinlikleri ve deneyimlerini içeren genel bir sosyal eğilim olarak değerlendirmektedir.⁹³ Bu noktada içerisinde yaşanan zamanın toplum tarafından kabul gören hastalık tanımlamalarında etkili olduğu söylenebilmektedir. Örneğin, 12 Temmuz Milliyet gazetesinde yaşlanma ile ilgili yapılan haberin başlığı “*Yaşlanmayı Durduruyor Kansere İyi Geliyor*” olarak verilmektedir.⁹⁴ Bir uzman görüşüne dayanılarak desteklenen haberde, hoşaf içmenin yaşlanmayı durdurduğu ve kansere iyi

⁹² İnci Çınarlı, **Stratejik Sağlık İletişiminin Sağlığın Tıbbileştirilmesindeki Rolü**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Süreli Elektronik Dergi, Sayı 43, Güz 2016, s. 204.

⁹³ Conrad P. ve Schneider J. W., **Deviance And Medicalization: From Badness to Sickness**, St Louis: Mosby, 1980 s. 14; Conrad P. ve Schneider J. W., **Looking At The Levels Of Medicalization: A Comment On**, 1980 s. 77, Aktaran: Çınarlı, İ., **Stratejik Sağlık İletişiminin Sağlığın Tıbbileştirilmesindeki Rolü**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Süreli Elektronik Dergi, Sayı 43, Güz 2016, s. 209.

⁹⁴ <http://www.milliyet.com.tr/yaslanmayi-durduruyor-kansere-iyi-geliyor-istanbul-yerelhaber-2159521/>, Erişim Tarihi: 22.07.2017

geldiği ifade edilmektedir. Söz konusu haberin tıbbileştirme kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, aslında yaşlanmanın bir hastalık olmadığı, yaşlanmanın insanların biyolojik süreçlerinin bir parçası olduğunu ifade etmek gerekmektedir.

Araştırmacı Keskin ve ark.'nın çalışmasında, yaşlanma şöyle tanımlamaktadır: *“Yaşlanma, canlının olgunlaşma süreci tamamlandıktan sonra fizyolojik yedek kapasitelerinin giderek azaldığı, gittikçe yıprandığı ve buna bağlı olarak yaşam fonksiyonlarının aksadığı bir süreci ifade eder.”*⁹⁵ Dolayısıyla bu doğal sürecin, sağlık haberlerinde tıbbileştirilmesinin normal yaşam etkinlikleri ve deneyimlerini sosyal eğilimden çıkarma çabası olarak değerlendirilmektedir. Yazılı basında yapılan tıbbileştirme yaklaşımının Yeni medyada da devam ettirildiği görülmektedir.

Conrad, tıbbileşmeyi çıkış noktası itibarıyla tıbbi olmayan sorunların tıbbi sorunlar olarak tanımlanması olarak açıklamaktadır.⁹⁶ Hayatlarında hemen hemen hiçbir şeyi denetleyemedikleri, kontrol edemediklerini düşünen bireylerin, kendi bedenleri ve sağlıklarının kontrolünü, kendilerinde olduğu illüzyonu, ancak, Tıp gibi gücünü belli etmeden yayılan, otoritesine karşı koyulamayan bir alan aracılığı ile yapılabilir.⁹⁷ Bu durumda sağlık ve hastalığın toplumsal bir süreç olduğu söylenebilmektedir. Kendi sağlığını denetlemek ve kontrol altına almak isteyen bireylerin, hem kendi hastalık illüzyonlarını hem de toplumsal olarak hastalığın sosyal temsillerini yansıtmakta medyanın etkili olduğu düşünülmektedir.

İvan Illich geleneksel kültürlerde sağlığın bir uyum sağlama meselesi olduğunu söylemektedir. Böylece tıbbi bilgi, bireylerin hastalık olarak kabul edilen sorunlarının toplumsal süreç içerisinde çözümlenmesinin yerine kendi denetimine alan bürokratik bir sisteme dönüşmüştür.⁹⁸ Hastalık ya da sağlık, inşa edilen toplumsal süreçlerdir. Hasta

⁹⁵ Ahmet Onur Keskin vd., **Yaşlanma ve Yaşlılıkla İlgili Nörolojik Hastalıklar**, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Osmangazi Tıp Dergisi, Cilt 38, Özel Sayı 1, 2016, s. 75.

⁹⁶ Peter, Conrad, **The Medicalization Of Society: On The Transformation Of Human Conditions Into Trelable Disorders**, Michigan: John Hopkins University Press., 2007, s.136.

⁹⁷ Deniz Sezgin, **Tıbbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011, s. 66.

⁹⁸ Ivan Illich, **Sağlığın Gaspi**, Çeviren: Süha Sertabiboğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 3. Baskı, 2011, s. 91.

veya sağlıklı olmak yorumlama, seçim ve eylem gerektirmektedir. Bryan’a göre⁹⁹, toplumsal aktörler olarak hastalık ya da sağlık belirli anlamları olan durumlar olarak tanımlanmaktadır.

Sağlık ve hastalık kavramları, toplumsal cinsiyet anlayışlarına göre değerlendirildiğinde, kadınların yaşam süreçleri boyunca daha fazla tıbbileştirilmeye uygun olduğu görülmektedir. Kadınların fizyolojileri gereği yaşadıkları “*adet, hamilelik, doğum ve menapoz*” gibi süreçler ve bu süreçlerde yaşanan sıkıntılar, birçok kanaldan tıbbileştirilmektedir.

Lupton’a göre¹⁰⁰, kadınların adet dönemleri, hamilelik ve doğum, tıbbi sorunlar olarak belirlendiği için, kadınlar Tıp mesleğinin denetleme mekanizmasına mahkum hastalar haline gelmişlerdir. Örnek verilecek olursa, kadınların adet dönemi öncesi, fizyolojik olarak yaşadıkları sıkıntılar, tıbbileştirilme bağlamında uyumsuz ve normal dışı, dolayısıyla tedavi edilmesi gereken bir süreç şeklinde manipüle edilmektedir. Hamile kalma süreçleri de yine, öncesinde başlanan yemek listeleri ve kullanılacak ilaçlar ile tıbbileştirilmektedir. Hamilelik dönemi boyunca kadınların beslenmesi, egzersizi, bebek bakımı ile ilgili konularda bilgi sahibi olması gibi pek çok beklenti toplumdaki sağlıklı kadın temsili ile ilişkilidir. Doğal bir süreç olan doğum, sebepsiz yere yapılan sezeryan doğumlarla tıbbileştirilmektedir.

Menapoz süreci de 20. yüzyıldan itibaren kadınlarda yarattığı ruhsal ve bedensel olumsuz etkiler ile adından sıkça bahsedilmektedir. Menopoz, yumurtalık işlevlerinin giderek azalması ve adet kanamasının sona ermesidir.* Menopoz sonrası ortaya çıkan olumsuz etkiler ve hatta öncesinde menopoza girmeyi geciktireceği düşünülen birçok tedaviye ilişkin bilgi ile kadın sağlığının tıbbileştirilmesi sağlanmaktadır.

⁹⁹ Bryan S. Turner, **Tıbbi Güç ve Toplumsal Bilgi**, Çeviren: Ümit Tatlıcan, Bursa: Sentez Yayınları, 2011, s. 238.

¹⁰⁰ Deborah Lupton, **Medicine As Culture: Illness, Disease and the Body**, London: Sage Publications, 1994, s. 132-133.

* Bknz: İncim Bezircioğlu vd., **Menopoz Öncesi ve Sonrası Dönemde Depresyon-Anksiyete ve Yeti Yitimi**, Türk Psikiyatri Dergisi, Cilt 15, Sayı:3, 2014, s 200.

Lupton yüzyıllar boyu kadınların tıbbi söylemde geleneksel olarak “*diğer*”, “*hasta*” ya da “*erkeklerin tamamlanmamış hali*”, “*daha zayıf*”, “*dengesiz*”, “*hastalık kaynağı*”, “*kirli*” ya da “*cinsel hastalık taşıyıcısı*” olarak adlandırıldıklarını belirtmektedir.¹⁰¹ Bu süreçte, sürekli olarak ayrımcılığa maruz bırakılan kadınlar, kendi bedenlerinin kontrolünü toplumsal cinsiyet bağlamında sağlayamadıklarından, Tıp gibi rasyonel bir alanda çözüm arayışları içerisine girerek uyum sağlamaya çalışmaktadırlar.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde Yeni medyada kadın sağlığı haberlerinin nasıl ele alındığı ve kadının Yeni medyadaki temsili ele alınmaktadır.

B. YENİ MEDYADA KADIN SAĞLIĞININ TEMSİLİ

Yeni medyada kadın sağlığının temsili ile ilgili aktarım yapmadan önce, temsil kelimesinin anlamı üzerinde durulması gerektiği düşünülmektedir. Temsil (*represent*) 14. yy. da kullanılmaya başlanan ve şimdilerde literatürde karşımıza “*simgeleme*” ve “*yerine geçme*” anlamlarıyla çıkan bir kelimedir. Temsil kelimesi medya araştırmalarında sıklıkla kullanılmaktadır.

Çalışmada, Yeni medyada kadın sağlığının temsili sağlık haberlerinin sunumları temel alınarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Yeni medyada en çok karşımıza çıkan kadın sağlığı haber konularının “*cinsellik, gebelik, menapoz, diyet ve beslenme, fit vücut, güzellik, estetik ve spor*” olduğu görülmektedir. Söz konusu haberlerin metinleri incelendiğinde haber ve bilgilendirici metinlerden çok, uzmanlar aracılığı ile düzenleyici ve denetleyici metinlerin ön plana çıkarıldığı söylenebilmektedir. Sürekli olarak “*zayıflamak için 10 önerimizi yerine getirin*”, “*bunları yapın saçlarınız uzasın*”, “*yaza fit girmek için 5 altın kural*” vb. şekillerde haberler sunularak, okuyucu bilgilendirilmekte ve harekete geçirilmeye çalışılmaktadır. Söz konusu yaklaşımlar doğrultusunda, medya, sağlığı yaşanan kültürün bir parçası olarak gündelik hayatın rutinlerinden biri haline getirmektedir. Geçmişte doğal süreçler olarak kabul edilen doğum, menopoz, yaşlılık gibi kavramlar tıbbileştirilmeye başlanmıştır.

¹⁰¹ Deborah Lupton, **Medicine As Culture: Illness, Disease and the Body**, London: Sage Publications, 1994, Aktaran: Deniz Sezgin, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, Cilt 18, Sayı: 1, 2015, s. 164.

Araştırmacı Köse¹⁰², kadınların regl dönemine ilişkin reklamların tıbbileştirmeyi nasıl yaptıklarına dair şu örneği vermektedir.

“Örneğin reklamlarda bu dönemde kadınların değişik “koktukları”, bu nedenle parfümlü pedleri tercih etmeleri gerektiği söylenirken, kadınların çok azı kendilerinin başkalarının yanında koktuğu kaygısına sahip olduğunu belirtmektedir. Kadınlar bu reklamlarda, Viktoryen ahlakın onları eve kapatan semptomlarını yumuşak bir şekilde yeniden yaşar gibi görünüyorlar: Koku kaygısı kadının toplum içindeki bedensel hareketliliğini engelleyebilir. Yine, reklamlarda “beyazlar içindeki kadınlara rağmen, gerçek hayatta kadınlar bu dönemde böyle renkleri tercih etmediklerini” dile getirmekteymişler. Beyaz giysiler içinde spor yapan kadın hali kadın bedeninin aşırılaştırılması yoluyla bu ifrazat halini görünmez kılmaya ve nerdeyse kadını bile kendi adet dönemini unutmaya zorlamış gibi görünüyor. Kadının bu “özel dönemi” eskiden evde geçirmesi beklenirken, artık dışarıda fakat “gizlilik içinde” geçiştirmesi bekleniyor”

Kadın sağlığı haberleri yapan Yeni medya kanalları sağlık haberlerinin çoğunu magazin eklerinin içerisinde sunmaktadır. Örneğin Milliyet gazetesinin “Pembe Nar” eki bulunmaktadır. Hürriyet gazetesinin “Kelebek” ekinde sağlık haberleri ayrıca aktarılmaktadır. Yine Sabah gazetesinin “Sadece Kadın” ekinde de sağlık haberlerinin sunulduğu görülmektedir. Ana akım medya kuruluşlarının birçoğunda “ekler” aracılığıyla, sağlık sayfalarının ve köşelerinin genişletildiği anlaşılmaktadır. Söz konusu eklerin, Yeni medyaya aktarımı aracılığıyla, daha geniş kitlelere yayılmaktadır.

Sağlık haberlerinin içerisine dâhil edilen beslenme-diyet, egzersiz, estetik gibi konular sağlık haberlerini ayrıca magazinleştirmekte ve haberlere olan ilgi bu sayede arttırılmaktadır. Sağlık haberlerinin magazinleştirilmesine ilişkin örneğin, 14 Ekim 2011 tarihinde CNN Türk kanalında yayınlanan “Soru-Yorum” programına konuk olan Prof. Dr. Canan Karatay* ile yapılan röportaj yer almaktadır. Röportajda Karatay’a sağlıklı beslenme şekillerini ele aldığı “Karatay Diyeti” adlı kitabının adı ve içeriği konuşulmaktadır. Karatay röportajında, kitabında aslında diyet ile ilgili bilgilerin yer almadığını belirtilmekte, kitabın ismine “diyet” kelimesinin eklenmesinin nedeninin

¹⁰² Elifhan Köse, “Bir Keşif Olarak Modern Kadınlık: Tıp, Beden Ve Cinsellik,” *Fe Dergi* 1, No. 2 (2009): 71-78.

* Kalp ve İç Hastalıkları Profesörü

kitap satış stratejisi olarak kitabevi tarafından verildiği itiraf edilmektedir. Karatay, “diyet” vurgusunun, satışları arttırması adına olduğunu ifade etmektedir.**

Yapılan araştırmalar da söz konusu magazinleştirme etkisini doğrulamaktadır. 2016 yılında Yeni medyada sağlık haberlerinin içerik analizi yöntemiyle incelendiği bir çalışmada; haberlerin konularına göre dağılımlarına bakıldığında en yüksek oran %19 ile diyet ve beslenme, ardından sırasıyla %16 magazinsel haber, %14 bilgilendirme ve bilinçlendirme, %13 estetik ve güzellik, %8 sağlıklı yaşam önerileri, %7 Tıpta yeni gelişmeler ve duyurular, %6.3 kronik hastalıklar ve tedavi yöntemleri, %5.7 spor ve egzersiz, %4.4 kadın hastalıkları, %3,6 anne-çocuk sağlığı, %3 oranında cinsellik gelmektedir.¹⁰³

Söz konusu araştırmaların sonuçları, çalışmanın “kadın sağlığı ve tıbbileştirme” bölümünde yer alan hipotezleri doğrulamaktadır. Kadın doğduğu andan itibaren vücudunu kontrol etmesi gereken bir varlığa dönüştürülmektedir. Ergenlik yaşlarında başlayan yumurtlama dönemi ile birlikte, kadın cinselliğin merkezinde görülmekte ve bedenini kusursuzlaştırabilmesi için medya kanallarının sürekli olarak yaydıkları enformasyonlara maruz bırakılmaktadırlar. Fizyolojisi gereği yaşaması gereken her süreç tıbbileştirilerek, denetim altına alınmaya çalışılmaktadır. 27 Mart 2018 tarihinde Milliyet gazetesinin internet sayfasındaki sağlık kategorisinde yayınlanan bir haberde¹⁰⁴ adet sancısına iyi gelebilecek yöntemler aktarılmaktadır. “Adet dönemi karşılaşılan sıkıntılara iyi gelecek bir yol yok mu diye soranlara iyi bir haberimiz var (...)” şeklinde sunulan haberde çözüm olarak “kalsiyum, magnezyum, B6 vitamini, çuha çiçeği yağı, lavanta, ylang-ylang yağı ve kekik” kullanımı tavsiye edilmektedir. 31.03.2018 tarihinde Hürriyet gazetesinin internet gazetesinde sağlık kategorisinde yer alan bir başka haberde¹⁰⁵ ise

** <https://www.cnnturk.com/video/2011/11/12/programlar/soru-yorum/canan-karatay-soru-yorumda-cuneyt-ozdemirin-konugu-oldu/index.html>, Erişim Tarihi: 29.03.2018

¹⁰³ Zeliha Kurban, **Yeni Medya Türkiye’de Sağlık Haberciliği**, **www.Hurriyet.Com.Tr 2016 Haberleri Üzerinden Bir İnceleme**, 1. Sağlık Hizmetlerinde İletişim Kongresi, İzmir, 2016, <http://saglikhizmetlerindeiletisim.com>, Erişim Tarihi: 30.03.2018

¹⁰⁴ <http://www.milliyet.com.tr/adet-sancilarina-iyi-gelecek-pembenar-detay-kadinsagligi-2593171/>, Erişim Tarihi: 27.03.2018

¹⁰⁵ <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/saglik/yaptiginiz-diyet-depresyona-girmenize-neden-olabilir-40765758>, Erişim Tarihi: 31.03.2018

“Yaptığınız diyet depresyona girmenize neden olabilir!” başlıklı haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Diyet sağlıklı bir yaşam ve fit bir vücut için mükemmeldir. Fakat yanlış ruh haliyle, alışkanlıklarla ve beslenmeyle yapılan diyetler kişiyi depresyona sokabilir. Bu yüzden beslenme programına ve diyet psikolojisine iyi hazırlanmalıdır. Diyet yapıyorsanız biraz sonra söyleyeceklerimize mutlaka dikkat edin.” denilmektedir.

Bu durumda kadın kendisine empoze edilen sağlıklı yaşam için birçok fedakarlık yapmak zorunda bırakılmaktadır. Medya kanallarında verilen mükemmel beden algısıyla diyet yapmaya başlayan kadın, zaten topluma karşı bir mücadele verirken, üstüne bir de psikolojik olarak çöküntüye uğrayabileceği öğrendiğinde, ciddi bir karmaşa yaşayabileceği söylemek mümkündür. Araştırmacı Sezgin söz konusu karmaşa durumu ile ilgili şöyle söylemektedir:

“Sağlıklı olmanın koşul ve biçimleri bireye verilip, sorumluluk bireye yüklenmektedir. Çevre koşullarının göz ardı edildiği, bireyin merkeze yerleştirildiği söylemde bireyler bilgi bombardımanı içinden doğruluğunu sorgulayamadan tercih yapar hale gelmişlerdir.”¹⁰⁶

Çalışmanın araştırma bölümünde Yeni medyada yer alan kadın sağlığı haberlerinin anlam bilimsel incelemesi yapılarak, kadın bedeninin medyada nasıl temsil edildiği, kadın sağlığı haberlerinde hangi konu başlıklarının işlendiği ve haberlerde kullanılan dilin artalanında nelerin ifade edilmeye çalışıldığı ele alınmaktadır.

¹⁰⁶ Deniz Sezgin, **Yaşam Tarzı Önerileri Bağlamında Sağlık Haberlerinin Analizi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2001, s 53.

IV. BÖLÜM: YENİ MEDYADA KADIN SAĞLIĞI HABERLERİNİN ANLAMBİLİMSEL İNCELEMESİ

A. ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

Sosyal Bilimlerde araştırma, araştırılan konunun içeriğine uygun bir metodolojik sürecin takip edilmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla araştırmada, Nitel analiz veri tekniklerinden biri olan İçerik Analizi yoluyla Anlambilimsel analiz tekniği kullanılmaktadır. İçerik analizinin çerçevesinde, dilbilimin alt alanlarından faydalanan bu bilim dalında anlambilimsel analiz tekniği, belirli yan yöntemlerin de desteği ile multi(*çoklu*) bağlamda birleştirilmekte ve verilere ulaşılmaktadır.

Araştırmada haber içeriklerinde(*metinsel yapıların incelenmesi olarak*) özellikle başlık, ara başlık, spot ve haber gövdesinde yer alan anlam yapıları ve ilişkileri ele alınmaktadır. Söz konusu haber yapılarının içinde sözcük ve cümleler doğrultusunda, yeni medyada sağlık iletişimi ve sağlık haberciliğinin kadın sağlığı içerikleriyle kadın bedenini nasıl şekillendirdiğine/bilgilendirdiğine odaklanılmaktadır.

Yeni medya, son yıllarda sağlık haberlerinin oldukça fazlaştığı bir mecra olarak görülmektedir. Kadın bedenine yönelik “*genel sağlık, cinsellik, kronik hastalıklar, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik*” gibi konu başlıkları doğrultusunda haberlerin yapıldığı anlaşılmaktadır. Söz konusu kategoriler çerçevesinde Yeni medyada yer alan sağlık sayfalarının kadın bedenini, beden politikaları doğrultusunda şekillendirdiği vurgusu, bu araştırmanın temel bakış açısını oluşturmaktadır.

Araştırma Yeni medya üzerinde hareket eden sağlık sayfalarının(*hürriyet.com, milliyet.com, sabah.com*) haber içeriklerinde, haberler; başlık, spot, haber metni ve ara başlık kullanımlarında; sağlık iletişimi kuramlarının haberlere yansımaları/yansıtılması, kadın bedenleri ve beden politikaları, kültür ve tüketim kültürü, kapitalist ideoloji ve Yeni medyanın kılavuzluk misyonu, kadın sağlığı ve sağlık haberciliğinde dil kullanımları, kadın bedeninin tıbbileştirilmesi çerçevesi dolayısıyla, kadının nasıl inşa edildiğini ön plana çıkarmaktadır.

Nitel araştırma insan ve grupların davranışlarının “*niçin*” ini anlamaya yönelik sosyal olguları ele almaktadır. Sosyal olguları ele alırken bağlı bulundukları kültürel,

politik ve ekonomik ard alanlarında bir bütün olarak incelenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, belirtilen amaç ve odaklanma sonrasında, araştırmanın örnekleme önem verilmiştir. Araştırmada, basit tesadüfi örnekleme ve tabakalı örnekleme yolu ile veriler sınıflandırılmaktadır. Tematik analiz yoluyla, haber içeriklerinde (*Başlık, arabaşlık, spot, haber gövdesi*) belirli kodlar oluşturulmakta ve yorumlama/değerlendirme ile sonuca varılmaktadır.

Araştırma Yeni medya üzerinde hareket eden sağlık sayfalarının(*hurriyet.com.tr, milliyet.com.tr, sabah.com.tr*) haber içerikleri üzerinde uygulanmaktadır. Söz konusu siteler, Yeni medya kanallarında yayınlanan ve en çok ziyaret edilen üç haber sitesi özelliği taşımaktadır.

B. ARAŞTIRMANIN TEMEL SORUNSAĞI

1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Yeni medyada sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği doğrultusunda, kadın üzerindeki beden politikalarının nasıl inşa edildiği, bu doğrultuda sağlık iletişim kuramları çerçevesinde, kadın sağlık haberlerinin nasıl tıbbileştirildiğini belirlemektir. Bu nedenle, Yeni medya sağlık haberlerinin dil kullanımını nasıl uyguladığı ve sitelerin kılavuzluk görevini nasıl üstlendiği ön plana çıkarılmaktadır.

2. Araştırmanın Hipotezi

Çalışmanın temel hipotezi, Yeni medyada yer alan kadın sağlığı haberlerinde, kadın bedeninin birçok konuda ele alındığı görülmektedir. “*Genel sağlık, cinsellik ve kadın hastalıkları, kronik hastalıklar, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik*” gibi konu başlıkları doğrultusunda, özellikle, “*adet(regl-menstrüasyon), hamilelik, doğum, menapoz ve yaşlılık*” evreleri açısından kadın okuyuculara sunulan yaklaşım tıbbileştirmedir. Bu evrede, yeni medyada üretilen haberler doğrultusunda, “*Sağlıklı birey, sağlıklı yaşam tarzı*” adeta kadınsılaştırılmaktadır. Buna göre;

Alt Hipotez 1:

Yeni medyada sağlık haberlerinde kadın bedeni ve kadın sağlığına ilişkin veriler bulunmaktadır.

Alt Hipotez 2:

Yeni medya sağlık haberlerinde, kadınlar, beden politikaları doğrultusunda yeniden inşa edilmektedir.

Alt Hipotez 3:

Yeni medya sağlık haberlerinde özellikle, “*adet(regl-menstrüasyon), hamilelik, doğum, menapoz ve yaşlılık*” evreleri üzerinde kadın bedenine ilişkin tıbbileştirilme yapılmaktadır.

Araştırmada, temel varsayımlar (*sayıltılar*) saptanmakta ve bu varsayımlar üzerinden oluşturulan hipotez çerçevesinde haber metinleri, İçerik analizinde anlambilimsel olarak ele alınmaktadır. Anlambilimsel çalışma, tematik kodlar çerçevesinde ayrılanmakta ve bu doğrultuda yönerge oluşturulmaktadır.

- **Temel Varsayım (1):** Yeni medya, küresel alanda işlerlilik göstermektedir. Dolayısıyla Yeni medyanın sağlık haberlerine bakış açısı da, kapitalist ideoloji ve tüketim kültürü üzerinden kurulmaktadır. Küresel Pazar içinde, kadın sağlık haberlerinde kadın bedeni tüketime sunulmaktadır.
- **Temel Varsayım (2):** Yeni medyada sağlık haberlerinde kadın bedeni, beden politikaları doğrultusunda şekillendirilmektedir. Özellikle, “*Sağlıklı birey, sağlıklı yaşam tarzı*” sloganı ile beden politikalarında kadın, adeta yeniden inşa edilmektedir.
- **Temel Varsayım (3):** Yeni medyada yer alan sağlık haberlerinde, kadına yönelik haberlerde, metinler, semboller, imajlar, göstergeler vb. üzerinden tıbbileştirme yapıldığı görülmektedir.
- **Temel Varsayım (4):** Yeni medya, yeni teknolojiler ve elektronik ortamlar içinde güç alan ve farklı editöryel süreçleri bulunan bir medya alanıdır. Yeni medyanın haberciliğe kazandırdığı olanaklar bulunmaktadır. Özellikle zaman, mekân ve hız konusunda büyük farklılıklar yaratmaktadır. Bu doğrultuda, editöryel süreçte

hazırlanan haberlerin, dil ve yapı olarak değişim arz ettiği varsayılmaktadır. Sağlık haberciliği de söz konusu değişimden payını almaktadır.

3. Araştırmanın Evreni

Araştırmanın Evreni, ulaşılabilir evrendir. Araştırmanın ve araştırmacının ulaşabileceği, gerçekçi ve ulaşılabilir seçimi olan somut evren doğrultusunda, Yeni medyada yer alan 3 farklı web sitesinin Ocak ve Şubat ayı 2018 yılları incelemeye alınmaktadır.

Araştırmanın evreni oluşturulurken, web sitelerinin araştırmaya konu olduğu tarih itibariyle elektronik ortamlarda en çok tıklanan(*izlenen*) siteler olmalarına dikkat edilmektedir. Söz konusu siteler, ana sayfa üzerinden açılan sağlık sayfalarıyla birlikte ayrıntılı olarak incelenmektedir. Örnekleme de bahsedildiği üzere, evren üzerinde, tabakalama yöntemi ile sadece kadın haberlerine yönelik haberler veri olarak toplanmakta ve diğer haber içerikleri göz ardı edilmektedir. Kadın haberlerine yönelik veriler ise basit tesadüfi örneklem yoluyla incelenerek, hipotez ve varsayımlara bağlı oluşturulan kodlar (*tematik*) aracılığıyla, “*Genel sağlık, cinsellik ve kadın hastalıkları,, kronik hastalıklar, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik*” kategorileri üzerinden araştırmaya uygun görülmektedir.

4. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmada örneklem seçimi, Türkiye’de en çok tıklanan 3 haber sitesi¹⁰⁷ kadın sağlığı haberleri ve sağlık sayfalarına odaklanarak yapılmaktadır. Söz konusu üç haber sitesi “*hurriyet.com.tr*”¹⁰⁸, *milliyet.com.tr*¹⁰⁹ ve *sabah.com.tr*¹¹⁰” olarak sıralanmaktadır.

¹⁰⁷ <https://www.alexa.com/topsites/countries/TR>, Erişim tarihi: 03.04.2018

¹⁰⁸ Hürriyet, Türkiye’de yayınlanan günlük gazete. 1 Mayıs 1948 tarihinde Sedat Simavi tarafından kurulmuş olup, günümüzde Doğan Yayın Holding bünyesinde bulunmaktadır. Hürriyet gazetesinin internet sitesi 1997 yılından bu yana haber yayını yapmaktadır.

¹⁰⁹ 3 Mayıs 1950’de yayın hayatına başlayan ve şuanda Demirören Holding bünyesinde bulunan gazetedir.

¹¹⁰ Sabah, Türkiye’de 22 Nisan 1985’te yayımlanmaya başlanan günlük gazete. 1997 yılının Ocak ayından itibaren internet üzerinden de yayımlanmaya başlamıştır.

Örneklem olarak söz konusu üç haber sitesinin 2018 yılı Ocak ve Şubat ayında yayınlanan tüm kadın sağlığı haberlerini ele alınmaktadır. Ocak ayında hurriyet.com'da 10, milliyet.com'da 19, sabah.com'da 14 sağlık haberi yayınlanmıştır. Toplamda 42 haberin analizi yapılmaktadır. Şubat ayında ise; hurriyet.com'da 21, milliyet.com'da 21, sabah.com'da ise 12 haber yayınlanmıştır. Şubat ayında toplam 55 haberin analizi yapılmaktadır. Araştırmanın örneklemi toplamda 97 haber oluşturmaktadır.

Araştırmada haber içeriklerinde (*metinsel yapıların incelenmesi olarak*) özellikle başlık, ara başlık, spot ve haber gövdesinde yer alan anlam yapıları ve ilişkileri, belirlenen kodlar doğrultusunda ilişkilendirilerek ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, sağlık haberlerinin yeni medyada, sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği üzerinden kadın sağlığı ve kadın bedenini nasıl şekillendirdiğine/bilgilendirdiğine odaklanılmaktadır.

Aşağıdaki tabloda haberler kategorilerine göre ve zamanlarına göre kaç haber yayınlandığı sıralanmaktadır:

	www.hurriyet.com.tr		www.milliyet.com.tr		www.sabah.com.tr	
	OCAK	ŞUBAT	OCAK	ŞUBAT	OCAK	ŞUBAT
Genel Sağlık Haberleri	3	6	4	8	4	4
Kronik Hastalık Haberleri	3	4	1	3	1	2
Cinsellik ve Kadın Hastalıkları Haberleri	1	3	7	3	2	1
Diyet ve Beslenme Haberleri	2	6	3	3	3	4
Güzellik ve Estetik Haberleri	1	2	3	4	2	2
Spor ve Egzersiz Haberleri	0	0	1	0	1	0
Ay toplamı	10	21	19	21	13	13
Haber sayıları sitelere göre toplam	31		40		26	
Genel Toplam	97					

Şekil 9: Okuyucu tarafından izlenen (tıklanan) sitelerde yer alan sağlık haberlerinin dağılımı

Şekilde görüldüğü üzere, her 3 sitede kadın sağlığına ilişkin temel 6 kategori tespit edilmiştir. milliyet.com.tr ve sabah.com.tr sitesinin haber dağılımlarının dengesi benzerdir. Ancak hurriyet.com.tr sitesinin özellikle Şubat ayında daha fazla haber sunduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmanın örnekleme çerçevesinde, nitel araştırma yöntemi olarak içerik analizi'nin; amaca dayalı örneklem seçme tekniği kullanılmaktadır. Amaca dayalı örnekleme derinlemesine araştırma yapabilmek amacıyla çalışmanın amacı bağlamında bilgi açısından zengin durumların seçilmesidir.

Bu doğrultuda aynı zamanda araştırmada tematik analiz uygulanmaktadır. Tematik analiz doğrultusunda, araştırmada, birkaç anahtar konu üzerinde odaklanılmaktadır. Yönerge iki bölüme ayrılmaktadır. Birincisi, *“Yeni Medya’da Kadına Yönelik Haberler İçeriklerinin Konularına Göre Dağılımı”*’dır. Bu bölümde, özellikle genel sağlık, cinsellik ve kadın hastalıkları, kronik hastalıklar, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik kategorileri oluşturulmuştur. Aranılan sorular ve içerikler; aynıdır. (Bknz. yönergede belirtilmektedir).

İkinci bölüm ise, *“Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları”* üzerinde durulmaktadır. Elbette ki, web sitelerinde yer alan sağlık haberlerini düzenlenişinde tam olarak söz konusu kuramlara bağlılık beklenmemektedir. Ancak kuramlara ilişkin verilerin, sağlık haberlerini nasıl yönlendirdiği ayrıca veri oluşturacağı için, sağlık iletişimi alanına yeni bir odak noktası sağlaması ve daha sonraki çalışmalara öncülük edebilmesi açısından önemli görülmektedir.

Oluşturulan içerik analiz yönergesi şöyledir:

A. Yeni Medya’da Kadına Yönelik Haberler İçeriklerinin Konularına Göre Dağılımı

1. Genel Sağlık Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

- a. Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- b. Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- c. Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?
- d. Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?
- e. Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?

2. Kronik Hastalıklar Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

- a. Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?

- b. Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- c. Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?
- d. Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?
- e. Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?

3. Cinsellik ve Kadın Hastalıkları Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

- a. Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- b. Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- c. Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?
- d. Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?
- e. Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?

4. Diyet Ve Beslenme Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

- a. Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- b. Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- c. Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?
- d. Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?
- e. Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?

5. Spor Ve Egzersiz Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

- a. Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- b. Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- c. Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?
- d. Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?
- e. Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?

6. Güzellik Ve Estetik Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

- a. Haber İçeriklerinde; Erken Tanı Ve Semptomlarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- b. Haber İçeriklerinde; Hastalıklarla Baş Edebilme Bilgisi Veriliyor Mu?
- c. Haber İçeriklerinde; İnanç, Niyet, Tutum Ve Davranışların Kararını Etkileyen Söylemler Bulunmakta Mıdır?
- d. Haber İçeriklerinde; Kılavuzluk Görevi Üstleniyor Mu?
- e. Haber İçeriklerinde; Kadına Yönelik Tıbbileştirme Yapılmakta Mıdır?

B. Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

1. Haber İçeriklerinde; Sağlığa İlişkin Eylemleri Yapmaya Veya Yapmamaya Neyin Motive Ettiğine İlişkin Bilgilerin Analizi
2. Haber İçeriklerinde; Hastalık Riskini Önlemek İçin Haberlerde Belli Bir Davranış Biçiminin Telkin Edilmesine İlişkin Bilgilerin Analizi
3. Haber İçeriklerinde; Toplumun Desteğini Almış Davranış Biçiminin Sunulup Sunulmadığına İlişkin Bilgilerin Analizi
4. Haber İçeriklerinde; Rehberlik Hizmetinin Verilip Verilmediğine İlişkin Bilgilerin Analizi

5. Haber İçeriklerinde; İnanç, Tutum Ve Davranışların Kararlarına Etki Eden Verilere İlişkin Analiz
6. Haber İçeriklerinde; Birey Ya da Toplumların Sorunları İle İlgili Verilere İlişkin Analiz
7. Haber İçeriklerinde; Sağlık Problemlerine Ve Sorunlarına Odaklanma Sağlamasına İlişkin Bilgilerin Analizi



C. YENİ MEDYADA BEDEN POLİTİKALARI ÜZERİNDEN KADIN SAĞLIĞI HABERLERİNİN ANLAMBİLİMSEL İNCELEMESİ

1. “hurriyet.com.tr” Web Sayfasında Yer Alan Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel Analizi

Hürriyet, Türkiye’de yayınlanan günlük gazete. 1 Mayıs 1948 tarihinde Sedat Simavi tarafından kurulmuş olup, günümüzde Doğan Yayın Holding bünyesinde bulunmaktadır. Hürriyet gazetesinin internet sitesi 1997 yılından bu yana haber yayını yapmaktadır.

Araştırmada hurriyet.com.tr adresinde 2018 yılı Ocak ve Şubat ayında kadın sağlığı sayfasında yer alan haberlerin tamamı değerlendirilmektedir. Ocak ayında 10, Şubat ayında 21 olmak üzere toplamda 31 haberin analizi yapılmaktadır.

1.1 Yeni Medya’da Kadına Yönelik Haberler İçeriklerinin Konularına Göre Dağılımı

a. Genel Sağlık Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Tıp anabilim dallarından biri ile ilgili bilgi veren, halk sağlığı ile ilgili bir olayı konu edinen tanı ve tedavi yöntemlerinden bahseden haberler “*genel sağlık*” kategorisinde toplanmaktadır. Çalışmanın amacı, kadın sağlığı haberleri üzerinden bir sonuca varmak olduğundan, genel sağlık kategorisinde kadın sağlığını da ilgilendiren tüm haberler (*örneklem dahilinde*) incelenmektedir.

Hürriyet gazetesinde genel sağlık kategorisinde Ocak ayı 4, Şubat ayı 6 haberden oluşmak üzere toplamda 10 haber yer almaktadır. Haberler araştırmanın içerik yönergesinde belirtilen kodlar üzerinden anlambilimsel olarak analiz edilmektedir.

Haber başlıklarında, spotlarında, alt başlıklarında ve metinlerinde, “*erken tanı ve semptomlarla baş edebilme bilgisinin*” sıklıkla verildiği görülmektedir. 13 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Başka Bir Doktoru Daha Görmeniz Gerekliğini Gösteren 4 İşaret*” başlıklı haberde spot şöyle verilmektedir:

“Bir hastalığınız var ancak henüz bir teşhis konulmadı. Doktora gittiniz ancak muayeneyi terk ettiğinizden beri içinizdeki şüphe sizi kemirmeye devam ediyor. Eğer çok pımpirikli bir insan değilseniz bazen içgüdülerinize güvenmeniz sizin için iyi olabilir. Belki de yepyeni bir bakış açısı, sağlığınız adına ciddi anlamda fark yaratabilir. Eğer

aşağıdaki işaretleri de gördüyseniz belki de ikinci bir doktorla görüşmek sizin için gerçekten iyi olacaktır...”¹¹¹

Erken tanı ve semptomlarla baş edebilme bilgisi, daha sağlıklı ve kaliteli bir yaşamın sürdürülmesinde oldukça etkili görülmektedir. Araştırmacı İlknur Aydın, erken teşhisin öneminden şöyle bahsetmektedir:

“Gelişen tıp teknolojisi sayesinde kronik ve dejenarif bir çok hastalığın erken teşhis edilebilmesi mümkün hale gelmiştir (...) Meme kanseri gibi pek çok kanser türünde erken tanı, hastalığın etkin tedavisinde ve insan ömrünün uzatılmasında önemlidir.”¹¹²

Bu doğrultuda söz konusu haber içeriğinde başlığı destekleyecek 4 alt başlık sırasıyla; “Teşhis koyulamadı, Kafanızda Soru İşaretleri Bulunuyor, Tek Bir Tedavi Yöntemi Sunuluyor, İçgüdülerine Güvenin” olarak sıralandığı görülmektedir. Haberde kullanılan dil ile okuyucuların düşüncelerini ve davranışlarını manipüle ederken bir yandan da sağlık konusunda kılavuzluk görevi üstlenmektedir.

Haberde kullanılan fotoğrafta yüzü görünmeyen bir doktor ile huzursuz olduğu düşünülen bir kadın hasta fotoğrafı yer almaktadır. Kullanılan fotoğrafın haber içeriğiyle uyumlu olduğu varsayılmaktadır.

1 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan bir başka genel sağlık haberinde ise başlık direkt olarak “Erken Tanı Hayat Kurtarır” şeklinde verilmektedir. Haberin spotunda bir uzman görüşüne başvurulmakta ve meme ile kolan kanseri gibi hızla yayılan kanser türlerinin erken teşhis etmenin öneminden bahsedilmektedir. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Erken tanıyla önceden müdahalenin çoğu hasta için hayat kurtarıcı olduğunu vurgulayan Girişimsel Radyoloji Uzmanı Dr. Rengin Türkgüler, özellikle meme ve kolon kanseri gibi hızla yayılan kanser türlerinde erken tanıda ultrasonun önemini anlattı.”¹¹³

Haberin iki alt başlığı bulunmaktadır. Birinci alt başlıkta ultrason ile erken tanının öneminden bahsetmektedir. Ultrasonun tanımı yapılarak, uygulanan yöntem teknik olarak anlatılmaktadır. İkinci alt başlıkta ise erken tanıda kullanılan ultrason tetkikleri aktarılmaktadır.

¹¹¹ hurriyet.com.tr, 13 Şubat 2018, Spot

¹¹² Aydın, İ., **Üniversite Öğrencilerinin Kendi Kendine Meme Muayenesi Hakkında Bilgileri ve Uygulamaları**, Atatürk Üniv. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, Cilt 7, Sayı 3, 2004, s. 27.

¹¹³ hurriyet.com.tr, 1 Şubat 2018, Spot

Bireyler bazen vücutlarında meydana gelen değişiklikleri göz ardı edebilmektedir. Ancak semptomlarını doğru yorumlayabilecek bilgiye sahip olduklarında, hangi tetkikleri yaptıracakları biliyor olmaları sağlıklarına kavuşmaları bakımından ciddiye taşımaktadır. Bu sebeple erken tanı ve semptomlarla baş edebilme ile ilgili yapılan haberler bireyleri harekete geçirebilmektedir.

Günümüzde pek çok haberde hastalıkların teşhis ve tanım bilgisi yapıldığı, yaşanan belirtiler ve tedavi yöntemleri ile ilgili bilgilerin aktarıldığı görülmektedir. Birçok hastanın sağlık bilgisini internet üzerinden aradığını düşünecek olursak, Yeni medyada sunulan haberler de hastalıklarla baş edebilme yetisini güçlendirecek şekilde sunulduğu anlaşılmaktadır.

23 Ocak 2018’de yayınlanan “Ödem Neden Oluşur? Ödemden Kurtulmanın Yolları Nelerdir?” başlıklı haberin spotunda ödemin ne olduğu ve hangi durumlarda oluşabileceğinden bahsedilmektedir:

“Dokular arasında aşırı sıvı birikimi sebebiyle ödem meydana gelir. Ödem şeker, karaciğer hastalıkları, kalp yetmezliği, alerjiler, romatizmal hastalıklar ve hipotiroidiye bağlı olabilir. Hamilelik, menopoza, ve adet dönemi de ödem oluşmasına yol açabilir. Herhangi bir hastalığa bağlı olmayan yanlış beslenme ve hareketsizliğe bağlı olarak gelişen ödemler de mevcuttur. Tuz oranı yüksek besinler tüketmek, az su içmek, aşırı yağlı gıdalarla beslenmek ödem oluşması için zemin hazırlar.”¹¹⁴

Söz konusu spotun haberin hastalık ile mücadeleye katkı sağlamak amacıyla yayımlandığını düşündürmektedir. Spotta teşhis boyutu ön plana çıkarılmaktadır. Haberde Sağlıklı Yaşam ve Metabolizma Hastalıkları Uzmanı Dr. Neslihan Aktaş’ın uzman bilgileri referans verilmektedir. Haber içeriklerine ciddiye katmak, güvenli kaynak bildiriminde bulunabilmek için konuyla ilgili kaynak, uzman kişilerin görüşlerinden faydalanmak habercilikte sıklıkla tercih edilen bir yoldur. Bu doğrultuda, Dr. Aktaş ödemi herhangi bir hastalığa bağlı olarak ve kazanılan yanlış alışkanlıklar sebebiyle oluşan ödem şeklinde ikiye ayırmaktadır. Kazanılan yanlış alışkanlıklar sebebiyle oluşan ödemin engellenmesi için 9 maddelik bir uygulama önerisinde bulunmaktadır:

¹¹⁴ hurriyet.com.tr, 23 Ocak 2018, Spot

“1. Günlük tüketilen tuz miktarı düşürülmelidir. İşlenmiş kuruyemişlerde, turşularda, cips ve krakerlerde fazladan tuz bulunur. Bunları tüketmekten kaçınılmalıdır. Yemeklerdeki tuz oranı günde 6 gramı geçmemelidir.

2. Gün içinde tüketilen su miktarı 2 litreye çıkarılmalıdır. İçilen meyve suları ve çaylar su miktarına dahil edilmez.

3. Alkol ve sigara alışkanlığı sınırlandırılmalı, mümkünse tamamen bırakılmalıdır. Asitli içeceklerden uzak durulmalıdır.

4. Vücutta şişme yapan gıdalar tüketilmemelidir.

5. Lif oranı yüksek gıdalara ağırlık verilmeli, bol miktarda sebze ve meyve tüketilmelidir.

6. Fazla oturan ve kilo fazlası bulunan kişilerde ödem kaçınılmaz olarak oluşur.

7. Vücutta oluşan ödemi gidermek için bitki çaylarından yardım almak gerekir.

8. Hazır paketlenmiş gıdaların tüketimi en aza indirilmelidir.

9. Kafein tüketimi azaltılmalıdır.”¹¹⁵

Haberin yazım teknikleri göz önünde bulundurulduğunda, haber başlık ve gövdesinin, hastalığın çözümlerine ilişkin tavsiyelerde bulunacak şekilde yazıldığı anlaşılmaktadır. Oysaki haber spotunda sadece hastalığın teşhisine yönelik bilgi verildiği görülmektedir. Haberin genel niteliği sadece kadına yönelik değil, halk sağlığına da hitap etmektedir. Bu doğrultuda ilgi çekicilik başlık ve spot ile hastalığın teşhisi üzerine, haber metninde ise çözümüne yönelik iki aşamalı bir haber örgüsünün kullanıldığı söylenebilmektedir.

19 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan bir başka haberde de hastalıkla baş edebilme ve tedavi yöntemleri aktarılmaktadır. “*Saç Dökülmesinde Stres Faktörüne Dikkat!*” başlıklı haberde saç dökülmesi azaltmak veya durdurmak için uygulanabilecek tedavi yöntemlerinden bahsedilmektedir. Tedavi yöntemleri incelendiğinde, kişilerin kendi saç dökülme sorunlarına uyabilecek üç yöntemin sıralandığı görülmektedir. Örneğin saçlarında incelme ve dökülme sorunu yaşayan kişilere “*Canlandırıcı Bakım*” tedavisi önerilirken; saç tellerinin kalınlaşarak yeni saç çıkma oranının artmasını isteyen bireylere ise “*Lazer Terapi*” yöntemi önerilmektedir. Saç derisini yenilemek isteyen kişilere ise “*Mikrodermal Terapi*” yöntemi sunulmaktadır. Stres ile baş etmek, stresin saçlar üzerindeki etkisi yeni teknolojiler doğrultusunda nasıl çözümler bulunabileceği bilgisinin, aslında tıp alanının küresel pazardaki konumunu da gizli/örtük bir biçimde

¹¹⁵ hurriyet.com.tr, 23 Ocak 2018, Haber metni

gözler önüne serdiği kabul edilmektedir. Bu durum, tutum ve davranış değişikliğinde rol oynayabilmektedir.

Hürriyet gazetesinde incelenen tüm genel sağlık kategorisi haberlerinin, inanç, tutum ve davranışların kararını etkileyen söylemlerde bulunmak ve kılavuzluk görevi üstelenmek kriterlerine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

19 Şubat 2018’de yayınlanan “*Herkesin İnandığı 3 Sağlık Miti*” başlıklı haberde son yıllarda sağlık yaşam takıntısı ile bazı diyet ve egzersiz kalıplarının sorgulanmadan uygulandığı ve sonuçlarının bireylerin sağlıklarını daha fazla bozdukları yönünde bilgiler aktarılmaktadır. Haberin spotu şöyledir:

Son yıllarda sağlıklı yaşam takıntılı kültürümüzde bazı diyet ve egzersiz kalıpları o kadar yaygınlaştı ki artık körü körüne gerçek olarak kabul ediliyor. Bu gibi kalıplaşmış düşünce tarzlarının hepimizin düşük kalorili ancak yüksek şekerli tahılların bizim için iyi olduğuna inanmamızı sağladığını unutmamak gerek. Bu yaygın sağlık miti 90’lı yılların başından 2000’li yılların başına kadar bize dayatıldı. Ancak sağlıklı yaşam alanının özel niteliği göz önüne alındığında bu gibi bilgilerin sorgulanması gerekliliğinin önemi ortaya çıktı. İşte uzmanların, son dönemde kilo vermek adına önerilen kötü tavsiyeler hakkındaki uyarıları...”¹¹⁶

Haberin spotu incelendiğinde, kişileri yanlış davranışlardan döndürmek ve sağlıklı bir yaşam sağlamak amacıyla davranış değişikliğini amaçlayan bilgilerin aktarıldığı görülmektedir.

Araştırmacı John P. Elder, dünyadaki hastalıkların kökeninde yer alan biyolojik ve tıbbi nedenlerin yanı sıra, bireylerin sağlıksız davranışlarının da bu olumsuz sağlık durumlarının çoğunda ana etken olduğunu ifade etmektedir.¹¹⁷

26 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Sizi Her Gün Mutlu Edecek 3 Psikolog Tavsiyesi*” başlıklı haberde sağlığın yalnızca fiziksel değil, sosyal ve psikolojik olarakta ele alınması gerektiği düşüncesini spotta belirgin olarak vurgulamaktadır:

“Mutluluk son dönemde peşinden koştuğumuz en önemli şeylerden biri haline geldi. Delicesine daha mutlu olmak için çabalyoruz. Daha doğrusu hayatın içindeki mutlu anları yaşamak artık hepimiz için o kadar zor hale geldi ki bu anları yaratmayı yeniden hatırlamak zorunda kalıyoruz. Sağ olsunlar ki psikologlar da bize bunu nasıl

¹¹⁶ hurriyet.com.tr, 19 Şubat 2018, Spot

¹¹⁷ John P. Elder, **Behavior Change & Public Health in the Developing World**, California: Sage Publications, 2001, s. 6, Akt: Çınarlı, İ., **Sağlık İletişimi ve Medya**, Ankara: Nobel Yayıncılık, 2008, s. 125.

yapabileceğimiz konusunda tavsiyelerde bulunuyorlar. İşte herkesin bir psikoloğa ihtiyacı olan şu günlerde onlar tarafından verilmiş en iyi 3 tavsiyeyi bir araya getirdik.”¹¹⁸

Haber odaklanmak, not almak ve ter atmak alt başlıkları ile okuyuculara örnekler sunarak inanç, tutum ve davranışları değiştirmeyi hedeflemektedir. Verilen öneriler uzman görüşleri ve araştırma sonuçları ile desteklenmektedir. Örneğin, “*Odaklanın*” alt başlığında sadece ne yaptığınızı düşünerek yüzmenin iyi bir odaklanma aracı olduğu söylenmekte ve bu düşünce Psikanalist Jason Wheeler’in “*Günde 30 dakika boyunca bu şekilde yüzmenin beyin aktivitelerini olumlu yönde etkilediğini ve sizi daha mutlu bir insan haline getirir*” söylemiyle desteklenmektedir. Bu durum bireylerin davranış değişikliği göstermesine katkı sağlamaktadır. Aynı şekilde “*Ter Atın*” alt başlığında birçok araştırmanın egzersiz yapıldığında yükselen adrenalin ile birlikte endorfin hormonun da yükselişe geçtiğini ve bu durumun ruh hali üzerinde olumlu etkisi olduğu ifade edilmektedir. Bu haberde kullanılan dili okuyucuyla köprü oluşturma becerisi taşıyan sizli-bizli (*konuşma dili*), serbest yazım tekniği uygulayan ve kılavuzluk görevi üstlenecek şekilde biçimlendirildiği anlaşılmaktadır.

21 Şubat’ta yayınlanan “*Gerçekte Ne Kadar Uykuya İhtiyacınız Var?*”^{*} başlıklı haberde okuyucuya kılavuzluk görevi üstlenilmektedir. Uykunun ne kadar ertelenebileceği ile ilgili bilgiler verilerek, normal uyku süresini kötü etkileyebilecek durumlar üzerinde durulmaktadır:

“Ne kadar süre erteleyebilirsiniz?”

İyi bir uykuyu tanımlayacak nicelik olarak normal bir saat yoktur. Çoğu yetişkin insan gününü iyi yönetebilmek için 7-9 saat arasında bir uykuya ihtiyaç duyar. Ancak daha fazla uyuyan insanlarda vardır. Fakat bu gibi durumlar depresyon ve kronik yorgunluk gibi başka sağlık problemlerinden kaynaklı yaşanabileceğine dikkat edilmesi gerekir. New Jersey Yaşam İçin Uyku Merkezi’nin tıbbi direktörü Carol Ash, kendi ideal uyku-uyanıklık döngünüzü bulmanın sağlıklı bir uykunun anahtarı olduğunu söylüyor.”¹¹⁹

Söz konusu haber metninde görüldüğü üzere, uzman görüşü ile desteklenerek bireylere uyku ihtiyaçlarını ve rutinini belirlemek için kılavuzluk yapılmaktadır. Bu noktada şu konuya dikkat etmekte fayda vardır. Modern dönemlerde “zaman” kavramı

¹¹⁸ hurriyet.com.tr, 26 Ocak, Spot

^{*} Söz konusu haber, halk sağlığı yaklaşımıyla genel sağlık haberleri içerisindedir. Ancak kadın sağlığı bölümünde yayınlanması nedeniyle ele alınmaktadır.

¹¹⁹ hurriyet.com.tr, 21 Şubat 2018, Haber metni

ayrı bir önem taşımaktadır. Çalışan zaman, boş zaman, serbest zaman, uyku zamanı vb. tüm ayrımlar aslında kapitalist zamanın iyi yönetilmesi açısından sağlık kategorisinde dahi yerini almaktadır. Sağlıklı uyku, yetişkinler için insan gününü yönetimi vurgusu haberde yapılmaktadır.

Yine 18 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Susuz Kalmanızın 5 Sürpriz Nedeni*” başlıklı haberde de bireylere su kullanımına ilişkin davranış değişikliği yaratabilecek bilgiler aktarılmakta ve haberciliği bilgi verme, zamanlılık, yakınlık, önemlilik gibi haber değerlerine başvurulmaktadır. Slayt geçişlerden oluşan haberde susuz kalmanın nedeni olarak “*diyabet, regl dönemi, ilaç kullanımı, düşük karbonatlı diyetler, stres*” faktörleri sıralanarak, her biri için bol su takviyesi önerisinde bulunmaktadır. Böylelikle liberal haber yaklaşımındaki gibi haberin okuyucunun gündelik yaşamını kurarken edindiği ve geliştirdiği anlam çerçevelerini oluşturmaya yardımcı olunmaktadır.

Haber içeriklerinde kadına yönelik tıbbileştirme yapılıp yapılmadığına ilişkin yapılan analizde kadınların fizyolojileri gereği yaşadıkları doğal süreçler olan “*doğum, regl, menopoz*” gibi süreçlerin ise tıbbileştirildiği sonucuna varılmaktadır.

23 Ocak 2018’de yayınlanan ve hastalıklarla baş edebilme yetisi bakımından daha önce incelenen “*Ödem neden oluşur? Ödemden kurtulmanın yolları*” başlıklı haberde hamilelik, menopoz ve adet döneminin hastalık olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Haberin spotunda “*(...) Hamilelik, menopoz ve adet dönemi de ödem oluşmasına yol açabilir. Herhangi bir hastalığa bağlı olmayan yanlış beslenme ve hareketsizliğe bağlı olarak gelişen ödemlerde mevcuttur. (...)*”¹²⁰ ifadesinden anlaşılabacağı üzere kadınların yaşadığı söz konusu doğal süreçler hastalık olarak görülerek tıbbileştirilmektedir.

Özetle; genel sağlık kategorisinde incelenen haberlerin haber dili bakımından sade ve anlaşılır olduğu düşünülmektedir. Dil olarak genellikle geniş zaman, di’li zaman ve şimdiki zaman (-yor kalıbı) kullanılmaktadır. Serbest yazım tekniğinin uygulandığı haberlere, genellikle soru başlıklı düzenlemelerle okuyucu çekilmeye çalışılmaktadır. Birçok haberde uzman görüşü kullanılarak okuyucuya güven verilmekte böylece,

¹²⁰ hurriyet.com.tr, 23 Ocak 2018, Spot

semptomlarla ve hastalıklarla mücadele, niyet ve davranışların değişmesi konularında daha kesin adımların atılmasını sağlamak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda güvenilirlik boyutuna önem verildiği varsayılmaktadır. Genel sağlık haberlerinin tamamının bireylere kılavuzluk görevi üstlendiğinde söylenebilmektedir. Kadın bedeninin tıbbileştirilmesi konusunda 1 haber dışında başka veriye rastlanılmamaktadır.

b. Kronik Hastalıklar Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Kronik (*süreğen*) hastalıklar bireylerin bedenlerinin herhangi bir yerinde meydana gelen, uzun zaman boyunca devam eden, bazen ise yaşam boyunca düzelme göstermeyen ve müdahale fırsatları ile daha az kabul edilen rahatsızlık çeşidi olarak tanımlanmaktadır.¹²¹ *hurriyet.com* sitesinde Ocak ayında 3, Şubat ayında ise 4 kadın sağlığını ilgilendiren kronik hastalık haberi yayınlanmıştır. Toplamda 7 haber üzerinden yapılacak analizde, araştırmanın içerik analizi bölümündeki yönerge kullanılmaktadır.

Haberler, hastalıklarla erken tanı ve semptomlarla baş edebilme bilgisinin sunumu bakımından incelendiğinde, en çok verilen bilgilerin; hastalıkların ne olduğu, belirtilerinin ne olduğu ve baş edebilme yetisinin nasıl arttırılabileceği konusunda yazıldığı görülmektedir.

10 Ocak tarihinde yayınlanan “*Yorgun Uyanmaya, Kilo Almaya Neden Oluyor*” başlıklı haberde, hipotiroidinin belirtilerinden bahsedilerek, tanısı ve tedavi yöntemleri anlatılmaktadır. Haberin spotu şu şekilde verilmektedir:

“Vücudun en önemli hormonlarından bir tanesi olan tiroid hormonunun yavaş çalışması anlamına gelen hipotiroidinin en önemli belirtileri yorgun uyanma, halsizlik, çabuk yorulma, kolay kilo alma, zor kilo verme gibi belirtilerdir. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi İç Hastalıkları Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Bülent Okan Yıldız hipotiroidinin belirtileri, hipotiroidini hastalığı nedenleri ve tedavisi hakkında bilgi verdi.”¹²²

Hipotiroidi hastası olan bireylerin yaşadığı belirtiler gündelik yaşamı etkilediğinden hastalığın erken teşhisi, başlanacak tedavi açısından hastayı rahatlatarak semptomlarının azalmasını sağlayacaktır. Okuyucular haber metninde sıralanan belirtileri

¹²¹ Kronik hastalığın tanımı, Bknz: <https://medikalbulut.org/t/kronik-hastalik-nedir-kronik-hastaliklar-nelerdir/861>, Erişim Tarihi: 10.04.2018

¹²² *hurriyet.com.tr*, 10 Ocak 2018, Spot

okuduklarında, eğer aynı sıkıntıları yaşıyorlarsa doktora gitme ve tedavi olma olasılıklarının artacağı düşünülmektedir.

Haberde başlığı, haberin içeriğini oluşturan hipotiroide işaret etmeden kullanıldığı göze çarpmaktadır. Bu durumda okuyucunun konuya merak duyması sağlanarak, öncelikle spot ve sonrasında haber gövdesine demirleme yapılmaktadır.* Spot bölümünde ise, dilin kullanımının bildirimli cümleler** üzerinden kurulduğu görülmektedir.

Aynı haberin yine aynı gün içerisinde başka bir başlık ile genişletilerek okuyucuya sunulduğu görülmektedir. “*Kadınlarda Erkeklere Oranla Daha Fazla Görülüyor*” başlığı ile yayınlanan haberde kadın okuyucular doğrudan hedeflenmektedir. Bir önceki haber içeriğine ek olarak “*Hipertiroidi hastaları nasıl beslenmelidir? Tüketecekleri yiyecekler nelerdir?*” alt başlığı verilerek, kronik hastalıkların tedavisine beslenme bilgisi dahil edilmektedir. Haber hastalıkla baş edebilme bilgisini aktarırken bir yandan da kılavuzluk görevi üstlenmektedir. Bu doğrultuda bu iki haberin “*stok haber*” ve/veya “*dosya haber*” olarak kullanıldığı söylenebilir. Bu haber türleri, gerekli görüldüğünde yeniden sunum şeklinde okuyucunun karşısına çıkarılmaktadır.

26 Şubat 2018’de yayınlanan “*Mide Yanmasına Ne İyi Gelir? Mide Yanması Neden Olur?*” başlıklı haberde mide yanması sorunu ile nasıl mücadele edilebileceği, hangi besinlerin mide yanmasını tetiklediği gibi bilgiler verilerek, bireylerin hastalıklarla mücadele edebilme yetisi güçlendirilmektedir.

Haberde mide yanmasına evde yapılabilecek basit yöntemler ile çözüm üretilmeye çalışılmaktadır. Örnek olarak, “*(...) yapabileceğiniz ilk şey daha bol giysiler giymek yada kemerinizi gevşetmek olacaktır. (...) Oturur yada yatar konumdaysanız ayağa kalkmak mide yanmanıza iyi gelecektir. (...) Karbonatlı su. Bunu içtiğinizde midenizdeki asitin bir kısmı nötralize olacaktır. (...) mide yanmasına iyi gelen şeylerden biride sakız*

* Demirleme; haberin başlığının/fotoğrafının aracılığıyla metin gövdesine okuyucunun yönlendirilmesini sağlama eylemidir. Özellikle merak duygusu kullanılarak ve/veya kullanılan ipucu cümle/kelimeleri ile yapılan uygulama ile metnin daha hızlı okunmasını sağlamaktadır.

** Bildirimli cümleler; “*özne, nesne, yüklem*” birlikteliği içinde kullanılan cümle tipleridir. Yüklemin varlığı önemlidir. Zira, web site yada dergi haberciliğinde sıklıkla eksiltile yada devrik cümleler tercih edilmekte, rahat okunan, pratik, gündelik dil kullanılmaktadır. Oysa bu haberde bildirimli cümleler aracılığıyla ciddi, nesnel, gerçekçi, bilimsel bir haber aktarımı ile karşılaşılmaktadır.

çiğnemektir.(...)”¹²³ gibi öneriler verilmektedir. Verilen önerilerin bir uzman görüşü tarafından desteklenmediği görülmektedir. Hastalıkla baş edebilmenin sorumluluğu tamamıyla bireye yüklenmektedir.

Haberin başlığının “sonuç ve nedene” ilişkin olarak, soru cümlesi ile kurulduğu görülmektedir. Soru cümlelerinin de, okuyucunun merak duygusunu harekete geçiren yapılar olarak tanımlandığı bilinmektedir. Haber gövdesinde ise, yine bildirimli cümleler kullanılmaktadır. Ancak bu noktada kurulan cümlelerin bir yandan kılavuzluk öte yandan öneri niteliği taşıdığı anlaşılmaktadır.

22 Şubat 2018’de yayınlanan “Uçuk Neden Çıkar? Dudaktaki Uçuk Nasıl Geçer?” başlıklı haber ile 14 Şubat 2018’de yayınlanan “Boyun Ağrısı Deyip Geçmeyin” başlıklı haberde de hastalıklarla baş edebilme bilgilerinin aktarılması açısından benzerlikler taşıyan yapılarla tekrarlanmaktadır.

15 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “Hemoroid Nedir? Hemoroid Belirtileri Ve Tedavileri Nelerdir?” başlıklı haber içeriğinde ise, okuyucuların tutum ve davranış kararını etkileyen söylemlerle düzenlendiği görülmektedir. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

*“Tıp diliyle hemoroid, halk arasında bilinen ismi ile basur toplumda çok sık görülen ancak insanların doktora genellikle geç evrelerde başvurduğu bir hastalıktır. Sıklıkla ıkınma, tuvalete çıkmada zorluk hemoroid nedeni olabilir. Genel Cerrahi Uzmanı Prof. Dr. Hasan Taşçı hemoroidin belirtileri, nedeni ve hemoroidin tedavisi hakkında bilgi verdi.”*¹²⁴

Haberde erken evrede ilaç tedavisi tavsiye edilirken, ilerlemiş vakalarda, ağrılı ve kanamalı olgularda cerrahi tedavinin gerekebileceğinden bahsedilmektedir. 5 ara başlıktan oluşan haberde hemoroid oluşumundan korunmak için yapılması gerekenler “İyi Gelen Şeyler Nelerdir?” başlığı altında sıralanmaktadır:

*“Hemoroidden korunmak için öncelikle kabızlıktan korunmamız gereklidir. Lifli gıdalarla beraber bol su tüketirsek hemoroid oluşumunu engelleyebiliriz. Sportif bir yaşam, bol harekette hemoroid hastalıklardan koruyucu etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Düzenli bir tuvalet alışkanlığı çok önemlidir. Her gün belli bir saatte veya 2-3 günde bir tuvalete çıkılması idealdir. Bu süre uzadığında kabızlık oluşmakta ve makat bölgesi hastalıkları açısından risk oluşturmaktadır.”*¹²⁵

¹²³ hurriyet.com.tr, 26 Şubat 2018, Haber metni

¹²⁴ hurriyet.com.tr, 15 Ocak 2018, Spot

¹²⁵ hurriyet.com.tr, 15 Ocak 2018, Haber metni

Haberde, davranış değişikliği oluşturabilmek adına, hemoroid riski taşıyan veya yaşam alışkanlıkları sebebiyle ileriki dönemlerde söz konusu hastalığı yaşayabilecek olan bireylerin davranışlarını pozitif yönlü değiştirmeleri bakımından öneriler sunulmaktadır. Önerilere uyulmaması halinde ilaç yada ileriki evrelerde cerrahi tedavinin gerekli olacağı belirtilerek, tutum ve davranış değişikliği desteklenmektedir.

Kronik hastalıkların bireylerin yaşamlarında uzun bir dönem yada tüm yaşamları boyunca mücadele ettikleri hastalıklar olması sebebiyle, haber metinlerinde sıklıkla hastalığın nedeni ve tedavi yöntemleri ile ilgili bilgiler aktarılmaktadır. Çoğu haber uzman görüşü ile desteklenerek tedavi yöntemlerini uygulama niyetini arttırmak amaçlanmaktadır. Verilen öneriler doğrultusunda davranış değişikliğinin gerçekleşmesi desteklenmektedir. Ancak yayınlanan haberlerin davranış değişikliği yaratarak hastaya pozitif etki edebileceği konusu son zamanlarda sıklıkla tartışılmaktadır.

Araştırmacı Can, söz konusu tartışmalara şu şekilde yaklaşmaktadır: “*Yazı dilinin hasta için yeterince anlaşılır olmaması, hastanın bilgi düzeyi, yazarın yanlış yönlendirmesi vb. bu nedenlerden bazılarıdır. Ayrıca hastalara önerilen tedaviler doğru olsa bile her hasta aynı olmadığından kullanan bireylerde birtakım sorunlara yol açabilmektedir. Bu nedenle haberi yazan uzman hekim bile olsa okuyucuyu veya hastayı uzmana yönlendirmesi yararlı olabilmektedir.*”¹²⁶ Zira Yeni medyadaki bilginin gerçek ve gündelik yaşamda bizzat hasta, uzman hekimler tarafından kontrol altına alınmalıdır.

İncelenen haberlerin büyük bir kısmında hastalıkla ilgili belirtiler sıralanarak bireylerin teşhise yönlendirdiği görülmektedir. Teşhis, doktor tarafından hastanın anamnezi*, bulguları ve çeşitli tanı araçlarıyla konulabilen bir kavramdır. Bu bileşenler olmadan bireylerin teşhise yönlendirilmesinin, yanlış tanı sebebiyle ciddi sağlık problemlerine yol açabileceği düşünülmektedir.

¹²⁶ Abdullah Buğra Can vd., **Sağlık Arama Davranışı Olarak İnternet Kullanımını İnceleyen Araştırma**, Cumhuriyet Tıp Dergisi, Sayı 36, 2014, s. 491.

* **Anamnezin tanımı**, Bknz: Hastalığın mevcut durumu ve geçmişiyle ilgili bilgilerin tümü, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=15694, Erişim Tarihi: 11.04.2018

İncelenen haberlerde belirtiln söz konusu kategoride kadın bedeninin tıbbileştirilmesi ile ilgili veriye rastlanmamıştır.

c. Cinsellik ve Kadın Hastalıkları Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Cinsellik ve kadın hastalıkları kategorisinde Ocak ayında 1, Şubat ayında ise 3 haberin analizi yapılmaktadır.

28 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Bebeğimin cinsiyeti ne zaman belli olur?*” başlıklı haberde, anne karnındaki bebeğin cinsiyetinin kaçınıcı haftada belli olduğı ve nasıl belirlendiğı hakkında bilgiler aktarılmaktadır. Söz konusu haber erken teşhis bilgisine nasıl ulaşabileceğine kılavuzluk etmektedir. Haberin spotu şöyledir:

“Anne ve baba adaylarının en çok merak ettiğı konulardan biride, anne karnındaki bebeğn cinsiyetinin gebeliğn kaçınıcı ayında belli olacağı. “Acaba bebeğniz kız mı olacak yoksa erkek mi?” sorusunu sürekli kendilerine soran ebeveyn adayları devamlı olarak bu konuyu araştırıyor. Peki bebeğn cinsiyeti ne zaman belli olur? Anne karnındaki bebeğn cinsiyeti kaçınıcı haftada belli olur?”¹²⁷

Haber başlığı ve spot metninde soru cümleleri kullanılmaktadır. Spotta birinci cümle nin eksiltili cümle olarak, serbest yazım tekniğı ile yazıldığı görölmektedir. Spotta önemli olarak ortaya koyulan vurgunun, ebeveynlerin merak içinde oldukları ve “devamlı” olarak araştırdıkları üzerindedir. hurriyet.com.tr sitesi haberinde, gerek ebeveynleri bilgilendirmek gerekse de kılavuzluk göstermek gayretini haberde belirtmektedir.

Cinsiyet bilgisi aktarılırken, okuyucu ebeveynlere yönelik haberin alt başlığında “*Cinsiyet belirleme testi yapmak için tıklayınız*” şeklinde bir ekleme yapıldığı görölmektedir. Cinsiyet belirleme yalnızca tıbbi yöntemler ile uygulanabilmesine karşın, toplum tarafından cinsiyet ile ilgili oluşturulan sosyal temsiller* sonucu, bireyler bilimsel

¹²⁷ hurriyet.com.tr, 28 Şubat 2018, Spot

* Sosyal Temsiller, Serge Moscovici’nin 1960’lı yıllarda, Amerikan Sosyal Psikolojisine alternatif olarak geliştirilen bir teoridir. Sosyal temsiller tanım olarak, toplumların gündelik yaşantılarına ve deneyimlerine dayanarak üretilen, ortak görüş ve bilgileri içermektedir. Kişilerin zihinlerindeki imajların, sosyal temsiller ile değişebileceğı ve gelişebileceğı öngörülmektedir. Sosyal temsiller, kişilerin deneyimlerine dayanarak nasıl teori geliştirdiklerini ve neleri konuştuklarına yöneliktir. Bu oluşturulan teoriler yeniden sosyal gerçekliğı oluştururlar ve sonuç olarak davranışı etkilerler.

değer taşımayan bilgilere de inanabilmektedir. Bu noktada sanallık ve gerçeklik ikileminin okuyucu üzerinde uygulandığı görülmektedir. Sanal bir evrende sanal bir eğlence olarak sunulan bu bölüm, birçok ebeveyn için ilgi çekici olabileceği varsayılmaktadır. Testin içeriği ile ilgili bilgi şu şekilde aktarılmaktadır:

“Acaba bebeğiniz kız mı olacak yoksa erkek mi? Bebeğinizin cinsiyetini merak ediyor ve heyecandan bekleyemiyor musunuz? O zaman bebeğinizin cinsiyetini öğreneceğiniz güne kadar cinsiyet belirleme testi ile merakınızı gidermeye çalışın. Ekşi yemeyi mi seviyorsunuz yoksa tatlı mı? Karnınız sivri mi yuvarlak mı? Kilonuzu alt bölgeden mi alıyorsunuz yoksa alta doğru mu? Doğruluğuna hala inananlar olsa da bu testin tamamen eğlence amaçlı olduğunu ve bilimsel bir değer taşımadığını unutmayın!”¹²⁸

Söz konusu testte aşerilen yiyeceğin ne olduğu, gebenin karnının şeklinin nasıl değiştiği gibi etkenlerin cinsiyet belirlemede etkili olduğu söylenmektedir. Testin sadece eğlence amaçlı olduğu en alt kısımda belirtilerek, metni sonuna dek okumayan bireylerin yanlış bilgilendirmeye maruz kalabileceği sonucu karşımıza çıkmaktadır. Gebelik ve cinsiyet konusu sosyal temsiller doğrultusunda şekillendirilerek sunulmaktadır. Aynı zamanda okuyucunun habere ilgi duyması ve tıklama yoluyla habere bir başka açı olan demirleme yapılması mümkün kılınmaktadır. Bu noktada, okuyucunun inanç, tutum, niyet ve davranışı, sanalın eğlencesi halinde kullanılmakta, adeta geleneksel yaklaşımların modern bir ortamda yeniden sunumunu ortaya konulmaktadır.

1 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Hamile Olduğunuza Dair 5 Erken İşaret*” başlıklı haberde, erken hamilelik belirtileri verilerek, bu belirtileri yaşayan kadınların hamile olabilecekleri yönünde açıklamalar yapılmaktadır. Haber içeriğinde belirtiler alt başlıklar halinde “*Şişmiş ve acıyan memeler, yorgunluk, mide bulantısı, kokulara ve yemeklere karşı duyarlılık ve ufak kanamalar ve kramplar*” şeklinde sıralanmaktadır.

Söz konusu belirtiler kadın sağlığında yalnızca hamilelik ile ilişkilendirilemeyeceğinden, verilen belirtilerin erken tanı bakımından yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Aynı zamanda hamile kalmayı çok isteyen okuyucu bireylerde, hayal kırıklığı yaşamalarına ve kadın okuyucuların psikolojik sağlıklarının yönden zarar görmesi durumu söz konusu olabilmektedir.

¹²⁸ hurriyet.com.tr, 28 Şubat 2018, Test

9 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Her 100 Kadından 15’inde Görülüyor*” başlıklı haberde ise “*polikistik over*” sendromu hakkında bilgi verilmekte, hastalığın tanımı, belirtileri ve tedavisi hakkında bilgi paylaşımlarda bulunmaktadır. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Adet düzensizliği, kadınlarda yüz ve vücutta tüylenme, sivilcelenme ve çocuk sahibi olamama gibi belirtiler ile kendisini gösteren polikistik over sendromu kadınlarda yaygın olarak görülüyor. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi İç Hastalıkları Anabilim Dalı Endokrinoloji ve Metabolizma Bilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Bülent Okan Yıldız polikistik over sendromunun belirtileri, polikistik over sendromunun tedavisi hakkında bilgi verdi.”¹²⁹

Haberin gövdesinde hastalığın tedavisi ile ilgili bilgi paylaşımı dışında, tedavi edilmezse ciddi sağlık sorunlarına yol açabileceğine dikkat çekilmektedir. Örneğin, “(...) *Sendromda görülen erkek tipi hormon fazlalığı, yumurtlama bozukluğu ve insülin direnci nedeniyle gizli şeker, şeker hastalığı (tip 2 diyabet), gebelik şekeri, obezite, kolesterol bozuklukları ve metabolik sendrom artmış oranda görülür.*”¹³⁰ ifadesi hastalığın ciddiyetinin kavranması bakımından okuyucuları etkileyebileceği varsayılmaktadır. Uzman görüşü ile desteklenen haber aynı zamanda okuyuculara yol göstermesi bakımından kılavuzluk görevi de üstlenmektedir. Haber başlığında yine haber konusuna dair merak uyandıracak şekilde, bir belirsizlik oluşturulmuştur. Başlık, haberin içeriğinde yer alan istatistiki bilgiyi ön plana taşımaktadır. Spotta ise bildirimli cümle kullanımı ile ciddiyet ve nesnellik yansıtılmaktadır.

19 Şubat 2018’de yayınlanan “*Kadınlarda Genital Bölge İçin PRP Tedavileri*” başlıklı haberde, kadın sağlığı üzerinden tıbbileştirme yapıldığı görülmektedir. Haberin spotunda “*Günümüzde PRP’nin uygulama alanları giderek genişliyor, Genital bölgeye uygulanan PRP kadınlarda idrar kaçırma problemine çare olabiliyor.*” şeklinde bir açıklama bulunmaktadır.¹³¹ Ancak haberin alt başlıklarına bakıldığında “*Genital Estetik Operasyonlara İlgi Artıyor!*” başlığında labioplasti (*iç dudak estetiği*), vajina daraltma, doğum izlerinin silinmesi gibi operasyonlardan bahsedilerek, doğal bir süreç olan

¹²⁹ hurriyet.com.tr, 9 Ocak 2018, Spot

¹³⁰ hurriyet.com.tr, 9 Ocak 2018, Haber metni

¹³¹ hurriyet.com.tr, 19 Şubat, Spot

doğumun sonuçları estetik kaygılar ile tedavisi mümkün olan hastalıklara dönüştürülmektedir.

Medyada estetik kavramı ve uygulamalarının fazlaca yer alması yaşamın her sürecindeki (*gebelik, doğum, lohusalık vb.*) kadınları etkilemektedir. Araştırmacı Çalık'a göre, kadınlar beğenilme, güzel görünme arzuları, doğal olan gebelik ve doğum sürecini negatif yönde etkileyerek ruh sağlığını bozabilmektedir.¹³²

Özetle, Cinsellik ve kadın hastalıkları haberleri genel olarak değerlendirildiğinde daha çok erken tanı ve semptomlarla başa çıkabilme, hastalıklarla mücadele bilgisinin verilmesi, haberlerin kılavuzluk görevi üstlenmesi gibi amaçlara yönelik içeriklerin paylaşıldığı görülmektedir. Tıbbileştirme ve inanç, niyet, tutum ve davranış kararını etkileyen haberlere de rastlanılmamaktadır.

d. Diyet Ve Beslenme Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Diyet ve beslenme kategorisinde haberler incelendiğinde Ocak ayında 2, Şubat ayında ise 6 haberin yayınlandığı görülmektedir. Araştırmada toplamda 8 haber üzerinde analiz yapılmaktadır.

Medyanın kadın estetiği üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Olumlu etkilerine; bazı beslenme programlarının kadınlara sağlıklı yaşamları için gereken ideal kiloya ulaşmak konusunda yol gösterici nitelik taşıması örnek olarak gösterilebilir. Olumsuz etkileri bakımından ise, sürekli olarak ideal fit vücut haberlerine maruz kalan kadınlar, kilolarını takıntı haline getirerek, psikolojik olarak etkilenmeler yaşayabilmektedirler.

Kadınların medyanın topluma sunduğu ideal kadın bedeni imgesine ulaşmak için yemek yememesi (*anoreksiya nervroza*) veya yediğini kusması (*bulimia nervroza*), uygun olmayan diyet ve ilaca başlaması gibi olumsuz davranışlar, olumsuz etkilerin sonucu

¹³² Kısmet Yeşilçiçek Çalık, Songül Aktaş, **Gebelikte Depresyon: Sıklık, Risk Faktörleri ve Tedavisi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, 2011, ss. 142-162.

olarak görülmektedir.¹³³ Ancak özellikle modern ve postmodern kadının inşası boyutunda beden ayrıca tüketim nesnesi olarak kullanılmaya devam etmektedir.

8 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Kilo Takıntınız Olduğuna Dair 4 İşaret*” başlıklı haberde, kilo verme fikrinin kilo vermenin önüne geçerek bir takıntı haline gelmesi, bu takıntıya sahip olan kişilerin yaşadığı muhtemel durumlar vb. aktarılmaktadır:

“Kilo vermek kilolu bir insan için alınacak iyi ve sağlıklı kararlardan biridir. Sonuçta kilo probleminin beraberinde çeşitli sağlık problemleri gelmektedir. Ancak yine de her düşünce gibi kilo verme düşüncesinin de belirli sınırlar içerisinde kalması gerekir. Eğer bu fikre gereğinden fazla takıyorsanız, hatta kilo verme fikri artık kilo verme çabasının önüne geçtiyse bunu takıntı haline getirmiş olabilirsiniz. Eğer kilo aşağıdaki işaretleri gösteriyorsanız siz de kilo takıntılı bir insan olmuş olabilirsiniz.”¹³⁴

Söz konusu spotta, okuyucunun ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır. Ancak spotta kullanılan cümleler de bulunan anlam hataları ve uzman görüşünün yer almaması haberin değerini düşürdüğü düşünülmektedir. Haberde kilo takıntısı yaşayan kişilerin yaşadıkları ara başlıklar halinde sıralanırken, bireylerin kendi kendilerine teşhis koymaları beklenmektedir. Haber dilinde yansıtılan, muhabirin konuya ilişkin kendi öznel tutumudur.

20 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Kulaktan Dolma Bilgilerle Diyet Yapmayın*” başlıklı haberde ise yukarıda haberin aksine yanlış diyetin ve diyetle ilgili toplumda bilinen kalıplaşmış düşüncelerin aslında gerçeği doğru yansıtmadığı uzman görüşü alınarak anlatılmaktadır. Haber diyet yapmayı düşünen kişilere kılavuzluk görevi üstlenmektedir. Aynı zamanda spotta yer alan “*(...) sağlıklı kilo vermek istiyorsanız mutlaka bir diyetisyene başvurmalısınız.*”¹³⁵ ifadesi kadınları kendi kendilerine bilinçsiz diyet yapmaktan alıkoyarak, davranış değişikliği yaratmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda sanal ortamda sunulan bilgilerin, gerçek yaşama çekilerek, okuyucunun faydası düşünülmektedir.

¹³³ Songül Aktaş, **Medyanın Kadın Estetiği Üzerine Etkileri ve Ebenin Rolü**, Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 2014, s. 187.

¹³⁴ hurriyet.com.tr, 8 Şubat 2018, Spot

¹³⁵ hurriyet.com.tr, 20 Şubat 2018, Spot

4 Ocak 2018 tarihinde “*Devamlı Aç Olmanızın 6 Nedeni*” başlıklı haberde, açlığın muhtemel nedenleri sıralanmakta ve bu semptom ile nasıl başa çıkılabileceği aktararak okuyucuya öneriler sunulmaktadır. Haber içeriği, slayt geçişli bir haber olarak okuyucuya aktarılmakta, her madde için farklı görsel kullanılmaktadır. Zira fotoğraf ve metnin birleşimi doğrultusunda, haberin etkileycilik boyutu arttırılmaya çalışılmaktadır. Sürekli aç olunmasının nedeni “*Sürekli büyük porsiyonlar tüketmek, az gün ışığı almak, aşırı şeker tüketimi, su içmemek, lifli besinleri az tüketmek ve kullanılan bazı ilaçlar vb.*” olarak sıralanmaktadır. Verilen öneriler bakımından haberin inanç, tutum ve davranış değişikliğini etkileyebilecek söylemlerde bulunduğu görülmektedir.

16 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Sonsuza Kadar Zayıf Kalmanın 5 Bilimsel Yolu*” başlıklı haberde ise ideal kadın bedeninin zayıf olarak nitelendiriliyor olması toplum tarafından benimsenen sağlık algısının yansıtılmasında bir nevi aracı konumunda görülmektedir.

Bireylerin ideal kiloları¹³⁶ vücut ağırlığının boy uzunluğuna oranının hesaplanması ile ortaya çıkmaktadır. Zayıf kişilerde bu oran olması gerekenin altındadır. Ve bu sebeple bu kişileri kilo bakımından ideal ve sağlık olarak değerlendirmek bilimsel olarak çelişkili görünmektedir. Sağlık haberciliğinde bu tip çelişkilerin bulunmaması, sağlık muhabirlerinin daha nitelikli haberler aktarmaları bakımından önem taşımaktadır. Bu sebeple kılavuzluk görevi üstlenen haber metinlerinde, haberlerin uzman görüşü ile desteklenmesi gerektiği düşüncesi ön plana çıkmaktadır.

Yukarıda değerlendirilmesi yapılan 4 haberde de direkt olarak kadın bedenine yönelik veriye rastlanılmadığı için alınmadığından, kadın sağlığı haberleri üzerinde tıbbileştirme yapılmadığı görülmektedir.

¹³⁶ **İdeal kilo**, Bknz: Kilo durumunun derecesi BKİ (*Body Mass Index*) ile anlaşılır. Vücut ağırlığının boy uzunluğunun karesiyle bölünmesiyle bulunur. 18,5 kg/ m2 – Zayıf, 18,5- 24,9 kg/m2 - Normal kilolu, 21 kg/ m2 - İdeal kilo olarak derecelendirilir. <http://www.milliyet.com.tr/ideal-kilo-nedir-nasil-olculur--pembenar-detay-diyet-2078501/>, Erişim Tarihi: 12.04.2018

Diğer haber içerikleri incelendiğinde çoğunlukla bazı meyve ve bitkilerin faydalarını aktaran haberlerin yapıldığı anlaşılmaktadır. Haberler beslenme üzerine yapılmış olsalar da bitkilerden elde edilebilecek sonuçlar sunulduğu haber örgüsü ile alternatif tıp yöntemlerini desteklemektedir. Söz konusu 3 haberin başlıkları “*Limonlu Suyun Faydaları Nelerdir? Limonlu su zayıflatır mı?, Deve Dikeni Faydaları İle Resmen Karaciğer Dostu, Keçiboynuzun Faydaları Nelerdir? Keçiboynuzunun 10 Faydası!*” şeklinde sıralanmaktadır. Yöntem olarak üç haber içeriğinde söz konusu meyve bitkilerin kullanımları ile okuyucuların hastalıklarla baş edilebileceği aktarılmaktadır.

Yine besinlerin vücudumuza etki eden olumlu yönlerinin aktarıldığı 2 Şubat 2018 tarihli “*Bağıışıklık Sistemini Güçlendiren 10 Mucizevi Besin*” başlıklı haberde 10 besinin faydalarından bahsedilmektedir. Ancak söz konusu haberin diğerlerinden farklı yanının uzman görüşü kullanılarak okuyucuya aktarılmış olmasıdır. Burada uygulanan bir başka yaklaşımda kimi haberlerde “*rakam*” ile metnin güçlendirilmesidir. Zira rakamsal değerlerin ve istatistiki bilgilerin okuyucuların dikkatini çeken yanı olması, habere demirleme yapılması imkanı taşımaktadır. Aynı zamanda “*Resmen karaciğer dostu*” ve “*mucizevi besin*” gibi vurgular habere okuyucu tarafından cazibeli hale getirilme çabasıdır.

Özetle, diyet ve beslenme haberlerinde, haber içeriklerinin en çok kılavuzluk görevi üstlenmek, hastalıklarla mücadele etmek ve davranış değişikliğini desteklemek üzerine yazıldığı görülmektedir.

e. Spor Ve Egzersiz Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

hurriyet.com.tr web sitesinin 2018 yılı Ocak ve Şubat aylarında değerlendirilebilecek spor ve egzersiz kategorisinde haber verisine rastlanmamaktadır.

f. Güzellik Ve Estetik Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Medya; siyasi, ekonomi, vb. birçok alanda olduğu gibi, kadının estetik algısı ve estetik girişimi üzerinde de (*cerrahi, kozmetik, ürün, diyet, egzersiz vb.*) çok büyük etkiye

sahiptir.¹³⁷ Fındıkçioğlu ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada estetik ameliyatı olanların; rekonstrüktif (*bozulan, işlevini yitiren yeri onarma*) ameliyatı olanlara göre, bilgi kaynağı olarak internet, basın ve televizyonu daha fazla oranda kullandığı belirtilmektedir. Kadınları estetik ürünleri uygulama ve cerrahi girişimleri kullanma nedenlerine baktığımızda; ana nedenlerin genç kalma, güzelleşme ve çekici olma olduğu belirtilmektedir.¹³⁸

Medyada estetik ve güzellik haberlerini takibin sıklıkla olduğu varsayıldığında hurriyet.com.tr sağlık sayfasında Ocak ve Şubat ayında toplamda 3 haberin yayınlandığı görülmektedir. Haberlerin başlıkları “*Gülüşünüzü Hekiminizle Birlikte Yeniden Tasarlayın, Ameliyatsız Çene Ve Boyun Estetikleri, Yağlarımız Aslında Bir Gençleşme Pınar Mı?*” olarak sıralanmaktadır.

26 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Gülüşünüzü Hekiminizle Beraber Yeniden Tasarlayın*” başlıklı haberde dişlerinin ve gülüşünün görüntüsünden hoşlanmayan kadınlara (*dişlerinde renklenme, şekil bozuklukları, çapraşıklıklar, boyutsal problemler vb.*) gülüş estetiğinin nasıl uygulandığı ve tedavi sürecinin nasıl geçtiği ile ilgili bilgiler verilmektedir.

Haberin içeriğinde uzman görüşüne yer verilerek, kişiye özel olarak hazırlanan gülüş estetiği çalışmalarının hazırlıkların bahsedilmektedir. Haberlerin, bedeni bütüncül bir form olmaktan uzaklaştırabildiği ve bedenin her parçasının ayrı ayrı değerlendirilerek okuyucuya adeta yeniden sunum halinde aktarıldığı kabul edilmektedir. Bu durumda medyanın bedeni tüketim nesnesine dönüştürdüğü söylenebilir. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Dişleriniz renk, boyut yada şekillerinden memnun değil misiniz? Bu durumdan utanıp içten bir şekilde gülümseyemiyor musunuz? Oysa birkaç küçük müdahale ile hayalinizdeki gülümsemeye kavuşmanız mümkün! Diş Hekimi Vildan Zorlu, yüzünüzün şekline uygun ve son derece doğal sonuçlar alınan “gülüş tasarımı” hakkında bilgiler verdi, konuyla ilgili en çok merak edilen soruları yanıtladı.”¹³⁹

¹³⁷ Mine Gencel Bek, Mutlu Binark, **Medya ve Cinsiyetçilik**, Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları, 2000, ss. 4-45, Akt: Aktaş, S., **a.g.e.**, s. 190.

¹³⁸ Kemal Fındıkçioğlu vd., **Kliniğimizde Yatarak Tedavi Gören Estetik ve Rekonstrüktif Hasta Profili**, Gazi Tıp Dergisi, Cilt 16, Sayı 2, 2005, s. 16.

¹³⁹ hurriyet.com.tr, 26 Şubat 2018, Spot

Haberde gülüşlerini beğenmeyen bireylere yeni gülüşler satılarak, bir nevi sağlığın pazarlaması yapılmaktadır. Spotta “*en çok merak edilen*” vurgusu yapılarak, soru cümleleri kullanılarak ilgi çekilmeye çalışılmaktadır.

11 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Ameliyatsız Çene ve Boyun Estetikleri*” haberinde ise, güçlü bir çenenin canlılığı ve çekiciliği ifade ettiği söylenmektedir. “*Çene ve boyun bölgesi de yaşlanır*” ara başlığının haber metninde şu ifadeler kullanılmaktadır:

“*Güçlü bir çene şekli ve çizgisi, gençliği, canlılığı ve çekiciliği simgeler. Güçlü ve belirgin bir çene hattına sahip olmak genellikle mandibular* açıdan çene noktasına düz uzanan, belirgin mandibular bir sınıra sahip olmak anlamına gelir. İyi bir çene kemiği yapısı, sadece kat kat ya da yağlı olmayan bir cilt yapısı sayesinde görülebilir.*”¹⁴⁰

Haberde yaşlanmanın bir hastalık olarak görüldüğü ifadeleri yer almaktadır. Illich’e göre sağlık, otonomi alanıdır ve bu otonomi ya da sağlık, yaşamın tıbbileştirilmesi ile alt üst edilmektedir. Sağlığı yadsıyan tıp kurumunu sağlık için büyük bir tehlike olarak gören Illich, bu durumu bir salgın olarak değerlendirmektedir. Tıbbileşme, başta gereksiz ilaç tüketimi olmak üzere sağlıklı ilgili çoğunluğu gereksiz arz ve talepleri de beraberinde getirmektedir ki bu durum da, yeni bir sağlıksızlık kaynağı olabilmektedir.¹⁴¹

Kısacası, otonomi (özerklik) alanı olan sağlık alanı, medya aracılığıyla tıbbileştirilmekte ve halka açılmaktadır. Bu durumun zararlı olabileceği kabul edilmektedir. Her ne kadar “*mandibular*” gibi tıbbi bir terim haber içeriğinde yer alsa da, özellikle “*gençlik, çekicilik*” gibi öznel yaklaşımlar tıbbileştirmeye örnek verilebilir.

26 Şubat 2018’de yayınlanan “*Yağlarımız Aslında Bir Gençleşme Pınarı Mı?*” başlıklı haberde de yaşlanmanın tıbbileştirilmesi ile ilgili benzer bilgiler üzerinde durulmaktadır. Yaşlanmayı geciktirmek için bireylerin kendi yağ dokularından alınan kök hücrelerinin kullanıldığı uzman tarafından açıklanmaktadır. “*Kök hücre nedir?, Kök*

* **Mandibular tanımı**, çene kemiği, Bknz: <https://kelimeler.gen.tr/mandibula-nedir-ne-demek-215425>, Erişim Tarihi: 13.04.2018

¹⁴⁰ hurriyet.com.tr, 11 Şubat 2018, Haber metni

¹⁴¹ Ivan Illich, **Medical Nemesis: The Expropriation of Health**, London: Calder and Bryers Press, ss. 22-35, Akt. İnci Çınarlı, **Stratejik Sağlık İletişiminin Sağlığın Tıbbileştirmesinde Rolü**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Süreli Elektronik Dergi, Sayı 43, 2016, s. 207.

hücre nasıl elde edilir?” alt başlıklarıyla sunulan haber, kök hücre ile ilgili bilgilenmek bakımından kılavuzluk görevi üstlenmektedir.

Özetle, incelenen haberlerden çıkan ortak sonuç, bedenin hasta olmayan uzuvları, yaşlanmalar ve estetik bozukluklar bir hastalık gibi sunulmaktadır. Haberlerde tıbbileştirme yapılmaktadır.

1.2 Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

a. Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

hurriyet.com.tr adresinde 2018 yılının ilk 2 ayında kadına yönelik yapılan haberlerin içerikleri incelendiğinde, birçok haberin sağlık iletişimi kuramları ile bağlantılı oldukları görülmektedir.

Tanı ve semptomlarla mücadele edebilme, hastalıklarla baş edebilme bakımından öncelikle söz konusu hastalıkların ne olduğu, bireyleri nasıl etkilediği ve nasıl tedavi edildikleriyle ilgili bilgi paylaşımlarının yapılması gerekmektedir. Çünkü okuyucular sahip olmaları muhtemel hastalıkları yada sahip oldukları hastalıkları her boyutu ile bilmek zorunda değillerdir. Bu söz konusu bilgileri içeren haberlerin davranış değişikliği yaratma sürecinde sağlık inanç modeli ve sosyal öğrenme kuramlarından etkilendikleri düşünülmektedir.

Çünkü sağlık inanç modelinde bireyler bir sağlık sorununun kendilerine ciddi düzeyde zarar verebileceğine yönelik duyarlı iseler, eyleme geçtiklerinde gelecek zararların azalacağı düşünülmektedir. Örneğin, 10 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan *“Kadınlarda Erkeklerden Daha Fazla Görülüyor”* başlıklı haberde, hipertiroidinin en sık nedeninin Graves hastalığı olduğu belirtilmektedir:

“Hipertiroidinin en sık nedeni “Graves” hastalığıdır. Bu hastalıkta vücudun bağışıklık sistemi tarafından üretilen antikorlar tiroid bezinin büyümesine ve normalden daha fazla hormon üretmesine neden olurlar. Graves hastalığı uzun süreli, sistemik ve ailesel bir hastalıktır. Tiroid bezinin yanında gözün etkilenmesiyle gözlerde öne fırlama, ileri vakalarda

göz kaslarının ve sinirlerinin tutulması ile göz hareket kısıtlılığı ve görme kaybı gelişebilir.”¹⁴²

Bu haberi okuyan okuyucularında eğer hastalıkları tedavi edilmez ise çok ciddi sağlık problemleri doğuracağını öğrenmesi üzerine doktora gitme davranışı gelişebilmektedir. Yada okuyucular tarafından doktorun önerdiği tedavi yöntemi eksiksiz şekilde uygulanmaya başlanabilecektir. Kişinin algıladığı riskler davranışı pekiştirmede önemli rol oynamaktadır.

Sağlık inanç modelinin genel sağlık haberleri ile kronik hastalıklar kategorisinde daha çok etkisinin olduğu düşünülmektedir. Çünkü kronik hastalıklar kişilerin neredeyse hayatları boyunca yaşadıkları ve sürekli olarak semptomlarını yaşadıkları hastalıklardır. Bireyler olumsuz etkilerden ve rahatsızlıklardan kurtulmak için bu haberlerde verilen kılavuzluk bilgileri ile davranış değişikliği geliştirebilecekleri varsayılmaktadır.

Sosyal öğrenme kuramında davranışın gerçekleşebilmesi için düşüncelerin birtakım süreçlerden geçmesi gerekmektedir. Bu süreçler, “öz yeterlilik beklentisi, sonuç beklentisi, sosyo kültürel ve engelleyici-destekleyici faktörler, hedefler ve davranış” olarak sıralanmaktadır. Davranışı yönlendiren, bir davranışın sonucunda beklenen çıktılardır. Sonuçlar ne kadar olumlu olursa, davranış o kadar kabul görmektedir.

Örneğin, 26 Şubat 2018’de yayınlanan “*Mide Yanmasına Ne İyi Gelir?*” başlıklı haberde mide yanmasını tetikleyen besinler ile mide yanmasına iyi gelen çözümler farklı ara başlıklarla okuyucuya sunulmaktadır. Mide yanması şikayeti olan hastanın beslenme düzenini değiştirmesi ile ilgili çevreden gördüğü baskıyla, fayda sağlayacak önerilerin denendikten sonra beklenen yaşam kalitesi yakalanıyorsa, birey sağlıklı beslenme alışkanlığı edinebilmektedir.

Haberlerde nedene dayalı eylem kuramıyla ilişkilendirilebilecek verilerin kontrolü yapıldığında ise diyet ve beslenme kategorisinde zayıflama ile ilgili yapılan haberlerde kuramın özellikleriyle bağlantılar taşımaktadır. Ancak birebir bir eşleşme sağlanamamaktadır. Örneğin, 16 Ocak 2018’de yayınlanan “*Sonsuza Kadar Zayıf Kalmanın 5 Bilimsel Yolu*” başlıklı haberde, bireylerin nasıl kilo verebilecekleri yada var

¹⁴² hurriyet.com.tr, 10 Ocak 2018, Haber metni

olan kilolarını korumak için ne yapmaları gerektiği öneriler olarak sunulmaktadır. Nedene dayalı eylem kuramında niyet ve tutumlar davranış değişikliği için önemlidir. Davranış değişikliği olabilmesi için davranışa yönelik yatkınlığın olması ve karar vericinin önemli gördüğü kişilerce nasıl algılandığı etken rol oynamaktadır. Okuduğu haberdan etkilenen birey, verilen önerilere uymaya karar veriyorsa davranışa yönelik yatkınlığının bulunduğu söylenebilir. Ancak önemli gördüğü kişilerin davranışı nasıl algıladıkları konusunda bir bilgiye ulaşılamadığında, kuramın sağlık haberlerinde tam olarak temsil bulduğu söylenememektedir.

Sağlık iletişimde Precede-Proceed Modeline ilişkin haber verisine rastlanmamaktadır.

Davranış değişikliğini bir süreç olarak ele alan transteorik modelde davranış değişikliğinin 5 aşaması bulunmaktadır. Bu aşamalar, “Ön tasarım, tasarlama, karar, eylem ve sürdürme” olarak sıralanmaktadır. Ön tasarımda daha bireyin davranış değişikliği ile ilgili niyeti bulunmamaktadır. Bireyin etrafındaki kişiler sorunun daha çok farkındadır. Örneğin, 8 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “Kilo Takıntınız Olduğuna Dair 4 İşaret” başlıklı haberde bireyler muhtemel olarak kilo vermekten çok kilo verme düşüncesine takıntılı olduklarının farkında değillerdir. Ancak verilen işaretleri kendi ile uyumlu bulan birey, ön tasarım aşamasından tasarım aşamasına geçerek, sorununu kabul edebilir. Bu süreçten sonra eğer haberdeki içerik bireyi bir karar alarak eyleme geçmeye hazırlıyor ise ve devamında karar aşamasında birey başlamak için plan yapıyorsa, haber içeriğinde transteorik bir yaklaşımın etkilerinin görülebileceği ön görülmektedir. Sonraki süreçte birey bir diyetisyene gidip, amacını takıntıdan öte kilo vermeye odaklayarak bu düşünceler silsilesinden kurtulabilmekte ve bu süreci alışkanlık haline getirebiliyorsa haber amaçladığı davranış değişikliğine kılavuzluk görevi üstlenmiş sayılabilmektedir.

Yeniliklerin yayılması kuramı ile ilişkilendirilebilecek haberlere bakıldığında ise sıklıkla estetik ve güzellik kategorisinde kullanıldığı söylemek mümkündür. Estetik operasyonlar ile daha genç bir cilde sahip olmaya yönelik önerilerde bulunan haberlerde, yeni tedavi yöntemleri ön plana çıkarılmaktadır. Söz konusu kuramda mesajın kabul görmesi için hedef kitlenin yeniliği kendisi için faydalı, ihtiyaçları ile uyumlu olarak görmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak; incelenen haberler doğrultusunda, uzman görüşleri ile desteklenen estetik haberlerinin kök hücre tedavisi, PRP vb. tedavi seçenekleri ile daha kusursuz bir görünüş elde edilmesi hedeflenmektedir. Bireyleri var olan pozisyonlarından alıp bir uzmana başvuracak niyete getirebilmek, davranış değişikliğinin birinci adımı olarak görülmektedir. Bu sebeple estetik içerikli haberlerde yeniliklerin yayılması kuramının etkilerinin olduğu söylenebilmektedir.

2. “milliyet.com.tr” Web Sayfasında Yer Alan Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel Analizi

milliyet.com sitesinin sağlık haberlerine bakıldığında, *hurriyet.com* sitesinden farklı bir uygulama karşımıza çıkmaktadır. *hurriyet.com* sitesi üzerinde yapılan değerlendirmede, ele alınan haberlerin “*tarihlerinin*” de okuyuculara aktarıldığı tespit edilmektedir. Oysa milliyet sitesi hiçbir sağlık haberinde tarih kullanmamaktadır. Bu doğrultuda araştırmada, tarih verilmeyerek sunulan söz konusu haberlerin, *milliyet.com* sitesinde, günlük yinelemelerle yönetilmediği görüşüne varılmaktadır. Zira habercilikte, “*stok haber*” ya da “*depo haber*” denilen uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamalarda, okuyucu siteye tıkladığında(*ulaştığında*) sadece haberle ilgilenmekte, ancak gerekli güncellemelerin yapılıp yapılmadığının farkına varamamaktadır.

2.1 Yeni Medya’da Kadına Yönelik Haberler İçeriklerinin Konularına Göre Dağılımı

a. Genel Sağlık Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

“*milliyet.com.tr*” adresinde genel sağlık kategorisinde yer alan, Ocak ayında 4 Şubat ayında 8 haber olmak üzere toplamda 12 haberin yayınlandığı görülmektedir. Haber içeriklerinde erken tanı ve semptomların yönetilmesi ile ilgili bilgilerin yer aldığı 6 habere rastlanmaktadır.

Şubat ayında yayınlanan “*Kimler Kolon Kanserine Daha Yatkın*” başlıklı haberde spot şöyle verilmektedir:

“Kolon kanseri taraması yapılması gereken kişiler kimler? Kolon kanserinden korunmak için neler yapılabilir? Kolon kanseri belirtileri nelerdir? Gastroenteroloji Uzmanı Prof. Dr. Nurdan Tözün, cevapladı.”¹⁴³

Haberin içeriği incelendiğinde “Ülkemizde hem kadınlarda hem de erkeklerde en sık görülen 3. kanser türü kalın bağırsak (kolon) kanseri. En önemli özelliği ise sinsi ve sessiz olması. Bu nedenle de, hastaların en az dörtte birine ilk tanı ileri aşamalarda koyuluyor. (...)” ifadeleriyle kanserin erkenden teşhis edilebilmesi için belirtiler ve yatkınlık durumları belirtilerek bireyler uyarılmaktadır. Aynı zamanda kolon kanserine yakalanmamak için yapılması gerekenler bir öneri listesi okuyucu için ön plana çıkarılmaktadır.

Dünya Kanser Araştırma Kurumu ve Amerika Kanser Araştırmaları Enstitüsü (WCRF ve AICR) ve tarafından yapılan ve kanserden korunmak için yemek, beslenme ve fiziksel aktivitelerin etkilerinin belirlenmeye çalışıldığı bir araştırmada, kanserde erken teşhis ve taramanın yanında, nedenleri, risk etmenleri ve belirtileri hakkında toplumda kanser konusunda farkındalığı artırarak bilinç oluşturmak ve davranış değişikliği yaratmak oldukça önemli olduğu ifade edilmektedir.¹⁴⁴ Araştırmacı Açıkgoz, kanserde erken tanı hastalık bulguları ortaya çıkmadan hastalığın erken dönemde saptanmasını sağladığını söyleyerek, erken tanıda amacın kanserden ölümleri azaltmak, tedavi şansını artırmak, sağ kalım süresini uzatmak olduğu dile getirmektedir.¹⁴⁵ Yeni medyanın bu görevi üstlendiği bu araştırmada varsayılmaktadır.

Şubat ayında yayınlanan bir başka haberde ise yine erken tanının önemli olduğu ve bireylerin yaşamını doğrudan ilgilendirebilecek bir haberin yayınlandığı görülmektedir. “Kalp Krizi Sırasında Alınması Gereken Önlemler” başlığıyla yayınlanan haberde uzman görüşü doğrultusunda kalp krizi belirtileri yaşadığınızı düşündüğünüzde nasıl davranılması gerektiği anlatılmaktadır.

¹⁴³ milliyet.com.tr, Şubat, Spot

¹⁴⁴ World Cancer Research Fund / American Institute for Cancer Research. Food, Nutrition, Physical Activity and the Prevention of Cancer: a Global Perspective, Washington CD: AICR, 2007, Akt: Açıkgoz A., Kadınların Kanser Konusunda Bilgi ve Tutumları ile Erken Tanı Yöntemlerine Yönelik Davranışları, DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 3, 2011, s.145.

¹⁴⁵ Ayla Açıkgoz., a.g.e. s. 151.

Ocak ayında yayınlanan “Sağlığınızın Yerinde Olmadığını Gösteren 6 İşaret” başlıklı haberde ise erken tanının öneminden bahsedilmekte ve spot şu şekilde verilmektedir:

“Vücudumuzun gönderdiği sinyalleri görmezden gelmek bize onların varlığını yok ettirmez. Doktora gitmeyi ihmal etmek vücudumuzda neler olduğunu bilmemek bize daha kolay gelir. Unutmamak gerekir ki, bazı şeyler geri döndürülemez bu yüzden erken teşhis çok önemlidir. Olağandışı bir şey olduğunu hissettiğiniz an mutlaka doktora gidin.”¹⁴⁶

Haberde söz konusu 6 işaret “şişen ayaklar, uzun yüzük parmağı, kırışıklıklar, kötü nefes, koyu renk idrar, siyah dışkı” olarak sıralanmaktadır. Haberde uzman görüşüne yer verilmediği görülmektedir. Bu noktada, erken tanı işaretleri olarak verilen belirtiler bireyleri bilgilendirmenin yanında aynı zamanda gereksiz korku unsurunu da tetikleyebileceği de düşünülmektedir. Şişen ayaklar ara başlığında sebep olarak ödem, tiroid, kalp ve böbrek hastalıkları gösterilmektedir. Ancak ödemi olan insanların sağlığının yerinde olmaması durumu söz konusu değildir. Başlıkta ilgi çekmek adına daha sansasyonel bir ifade kullanıldığından haberin sağlık değeri tartışmaya açıktır. Haberin daha çok yorum ve öznellik taşıyan yanı ile “işaret” denilerek, ilgi çekicilik sağlanmaktadır. Rakamsal değer kullanılması da dikkat çekiciliği de artırmaktadır.

Ocak ayında yayınlanan “Ağrılarınızın kaynağı psikolojik olabilir” başlıklı haberde psikolojik sorunların neden olabileceği ağrı çeşitlerinden bahsedilmektedir. Haberin son paragrafında yer alan “Unutmayın ki zamanında yapılan bir müdahale, gelecekte daha büyük rahatsızlıklar yaşamamanızın önüne geçecektir” söylemi, haberde erken tanının önemini vurgulamaktadır.

Genel sağlık kategorisinde hastalıklarla mücadele etme bilgisini içeren ise, 2 habere rastlanmaktadır. Bu iki haberin başlığı “Kış Mevsiminde Terleyen Ayaklara Çözümler Ve Kırık Kalp Sendromu Nedir?” şeklinde sıralanmaktadır. Ayak terlemesi haberinde bitkisel tedavi seçenekleri sıralanarak, çözüm önerilerinde bulunmaktadır. “Kırık kalp sendromu” haberinde ise, özellikle kadın bireylerde daha sık görüldüğü aktarılarak, bu hastalığın neden olduğu ve söz konusu hastalığın nasıl tedavi edilebileceği bilgileri aktarılmaktadır. Haberde, hastalıklarla baş edebilme bilgisi taşıyan haberleri ve

¹⁴⁶ milliyet.com.tr, Ocak, Spot

tedavi seçenekleri sıralanırken, aynı zamanda okuyuculara kılavuzluk görevi de üstlenilmektedirler.

Ocak ayında yayınlanan “Sağlıklı Dişler İçin 10 Temel Adım” başlıklı haberde bireylerin davranışlarını etkiyebilecek söylemler bulunmaktadır:

“Vücudunuzdaki her organı önemseyin. Gereken özeni gösterdiğiniz takdirde vücudunuz da size bunun karşılığını en iyi şekilde verecektir. Ömür boyu kendi dişlerinizi kullanmak varken neden onları gözden çıkarıyorsunuz? Hâlbuki dişler de en az diğer organlar kadar önemli ve olmazsa olmazdır. Alacağınız birtakım önlemler ve uygulayacağınız birkaç şeyle dişlerinizi sağlıklı halde tutabilir, çürüklere engel olabilir ve onları ömür boyu kullanabilirsiniz.”¹⁴⁷

Haber içeriğinde, eğer diş sağlığına önem verilmezse yaşanacak kötü sonuçlar aktararak, bireylerin pozitif yönlü davranış değişiklikleri yaratması önerilmekte ve sağlanmaktadır.

Genel sağlık kategorisindeki birçok haberde site sağlık sayfaları tarafından, okuyucuyla köprü oluşturularak, kılavuzluk görevinin üstlenildiği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, Ocak ayında yayınlanan “Göz Yaşarması Neden Olur?” başlıklı haberde de, göz yaşarmasının sebepleri aktararak, göz yaşarmasının azaltılması için birtakım öneriler sunulması, bahsedilen kılavuzluk görevinin desteklediğine bir başka kanıttır. Şubat ayında yayınlanan “Hayati Tehlikesi Olan Hastalıklara Karşı Tüketilmesi Gereken Yiyecekler” haberinin başlığında ise, kanser, diyabet, kolesterol vb. gibi ciddi hastalıkların önüne geçmek için tüketilmesi gereken yiyecekler belirtilmektedir.

Özetle, genel sağlık kategorisindeki sağlık haberleri değerlendirildiğinde, ele alınan birçok haberin sadece kadın okuyucuların değil, aynı zamanda erkek okuyucuların da sağlığını etkiyebilecek konu başlıklarından ve hastalıklardan oluştuğu görülmektedir. Ancak tüm haberlerde görsel olarak kadın bedeni kullanılması dikkat çekicidir. Haber-fotoğraf ilişkisinde, kadın bedeninin kullanılması, araştırmada beden politikaları doğrultusunda uygulanan bir strateji olarak görülmektedir. Söz konusu kategoride, kadın okuyuculara yönelik tıbbileştirme yapılmamaktadır ancak bahsedilen kadın bedeninin tüketiminin kullanıldığı gözlenilmektedir. Haberlerde, hastalıkların çerçeveleri

¹⁴⁷ milliyet.com.tr, Ocak, Haber metni

çizilmekte, erken teşhis, tedavi vb. gibi perspektifler doğrultusunda, haber örgüsü oluşturulmaktadır.

b. Kronik Hastalıklar Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Kronik hastalıklar kategorisinde Ocak ayında yayınlanan 1, Şubat ayında yayınlanan 3 haberin incelemesi yapılmaktadır. Haberler erken tanı, hastalıklarla baş edebilme, niyet-tutum-davranış değişikliği yaratabilme, kılavuzluk görevi üstlenme ve tıbbileştirme bakımından haberler incelendiğinde, haber içeriklerinin, sıklıkla *“hastalıklar ile baş edebilme bilgisi”* taşıdığı görülmektedir.

Ocak ayında yayınlanan *“Bu Rahatsızlık Beyaz Yakalı Hastalığı Olarak Biliniyor”* başlıklı haberde boyun düzleşmesinin ne olduğu, neden olduğu ve belirtilerinin ne olduğu aktarılmaktadır. Haberin başlığında, okuyucuyu habere çekebilmek için, iş yaşamına dair bir ayrım kullanılmaktadır. Çalışanlar arasındaki bu ayrım, İş Kanunu veya diğer mevzuatlar kapsamında kesin olarak belirtilmemiş olmasına rağmen, *“beyaz yakalı”* olarak tabir edilen daha çok çalışma şartları ve nitelikleri noktasında masa başı işlerde çalışanlar içindir¹⁴⁸. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

*“Boyun düzleşmesi, hareketsiz bir yaşamın en önemli belirtilerinden biridir. Özellikle günümüzde yoğun bilgisayar kullanımı ile birlikte daha fazla görülen boyun rahatsızlıkları, boyun düzleşmesini de beraberinde getirebilir.”*¹⁴⁹

Haberi içeriğine bakıldığında *“boyun düzleşmesi nedir, boyun düzleşmesinin nedenleri nelerdir ve boyun düzleşmesinin belirtileri nelerdir”* ara başlıkları bulunduğu görülmektedir. Ancak boyun düzleşmesi ile ilgili tedavi seçeneklerinden bahsedilmemektedir. Bu sebeple haberin yalnızca tanı ve teşhis bilgisi taşıdığı görülmektedir.

Şubat ayında yayınlanan *“Baş Ağrısına Ne İyi Gelir?”* başlıklı haberde, baş ağrısını tetikleyen faktörler sıralanarak baş ağrısını evdeki yöntemler(*alternatif tedavi*) ile geçirmek adına öneriler sunulmaktadır. Aynı şekilde yine Şubat ayında yayınlanan

¹⁴⁸ <http://www.lojiblog.com/is-hayatindaki-iki-kavram-mavi-yaka-ve-beyaz-yaka-nedir>, Erişim Tarihi: 24.02.2018.

¹⁴⁹ milliyet.com.tr, Ocak, Spot

“Boğaz Ağrısına Ne İyi Gelir?” başlıklı haberde de benzer şekilde evde uygulanabilecek yöntemler sıralanmaktadır. Son olarak Şubat ayında yayınlanan “Boyun Tutulması Nasıl Geçer?” başlıklı haberde de hastalıkla baş edebilme bilgisinin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Haberde boyun tutulmasının nedenleri anlatılarak, nasıl geçeceği hakkında tavsiyeler verilmektedir.

Özetle, Kronik Hastalıklar Kategorisinde haberlerde hastalıklarla baş edebilme yetileri aktarılırken, haberlerin hiçbirinde uzman görüşünden yararlanılmadığı görülmektedir. Bu durum, *milliyet.com.tr* sitesinin *hurriyet.com.tr* sitesinden farkını ortaya çıkarmaktadır. Zira belirtildiği gibi, söz konusu *hurriyet.com.tr* sitesi sağlık haberlerinde sıklıkla uzman görüşüne yer vermekte, hatta gerçek dünya ile bağ kurmakta ve hekim önerisinde bulunan bir tutum sergilenmekteydi. Oysaki *milliyet.com.tr* sitesinin gerçekte bağ önerisi, uzman görüşünde değil, alternatif tıp gibi ev bakımı üzerinden bireylere öneriler doğrultusundadır. Bunun yanı sıra haberlerde, kadına yönelik tıbbileştirme yapıldığına dair veriye rastlanmamaktadır.

c. Cinsellik ve Kadın Hastalıkları Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Cinsellik ve kadın hastalıkları kategorisinde Ocak ayında 7, Şubat ayında ise 3 haberin yayınlandığı görülmektedir. Haberler incelendiğinde semptomların yönetimi ve hastalıkla baş edebilme, niyet, inanç ve davranışların kararlarını etkileyebilecek söylemler, kılavuzluk görevi üstlenme ve kadın sağlığının tıbbileştirilmesi ile ilgili veriler tespit edilmektedir.

Ocak ayında “Normal Doğumla İlgili Bilinmesi Gerekenler” başlıklı haberde, normal doğuma artan ilgi üzerine, nasıl gerçekleştiği ve sonrasında neler yaşandığı konusunda içerikler aktarılmaktadır. Araştırmada, doğum konusunda okuyucuları bilgilendirmek amacıyla bir nevi kılavuzluk görevi üstlenen sitenin sağlık haberlerinde, göz çarpan bir nokta tespit edilmiştir. Haberin spotunda, hamile kadınların normal doğum ve sezaryen doğum arasında kararsızlık yaşadıklarına dair bilgi verilirken, sezaryen doğumun bir tercih meselesi olarak sunulması dikkat çekmektedir.

Oysaki Sağlık Bakanlığı Doğum ve Sezaryen Eylemi Yönetim Rehberinde¹⁵⁰ sezaryen doğumun bir seçenek olarak sunulmasıyla ilgili şunlar belirtilmektedir:

“Dünyada isteğe bağlı sezaryen konusunda etik tartışmalar devam etmektedir. Uluslararası Jinekoloji ve Obstetri Federasyonu (FIGO) sezaryeni isteğe bağlı olarak değil, tıbbi nedenlerle yapılması gerektiğini belirtmektedir. Amerikan Jinekoloji ve Obstetri Birliği (ACOG) 2008’de yaptığı açıklamada 39. haftadan önce isteğe bağlı sezaryen yapılmasını kabul etmemektedir. Tıbbi nedenler dışında sezaryenlerin anne ve bebek sağlığına getirdiği ağır yükler göz önüne alındığında, endikasyon dışı sezaryenlerden kaçınılması zorunluluk arz etmektedir.”

Söz konusu açıklamadan anlaşıldığı üzere, sezaryen bir doğum şekli olarak değil, gerekli görüldüğü durumlarda bir kurtarma operasyonu olarak düşünülmesi gerekmektedir. Ancak birçok özel hastane ve doktorların uyguladıkları sezaryen politikaları sebebi ile sezaryen doğuma olan istek gün geçtikçe artmaktadır. Yeni medyada yayınlanan haberlerde de bir yandan bu politikaların desteklendiği görülmektedir. Doğal bir süreç olan doğum süreci, kadın bedeni üzerinden adeta normal doğum ve sezaryan doğum arasında tıbbileştirilmektedir.

Ocak ayında yayınlanan *“Adet Döneminizi Rahat Bir Şekilde Geçirmeniz İçin Doğal Yöntemler”* ve *“Adet Sancılarına İyi Gelecek Yöntemler”* şeklinde iki haber verilmektedir. İki haberde de adet(regl) döneminde kadın vücudunun hormonal dengesinin bozulduğu ve sonrasında kadınların ağrı ve duygu değişikliği yaşadığı belirtilmektedir. Adet bir hastalık olmasa da semptomlarının yönetilmesi bakımından sunulan öneriler ile kadınlar gündelik yaşamlarına daha rahat koşullarda devam edebilmektedirler. Burada da söz konusu dönemin tıbbileştirildiği anlaşılmaktadır.

Yine Ocak ayında yayınlanan *“Hamilelikte Kan Uyuşmazlığı”* başlıklı haberde ise, anne adayları kan uyuşmazlığı ile bebeklerinin sağlığını tehlikeye sokabilecekleri konusunda uyarılarak erken tanı ve semptomların yönetilmesi konusunda bilgilendirilmektedir. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Anne ve babanın kan gruplarında uyumsuzluk olduğu takdirde anne adayı ve bebek için istenmeyen bazı durumların meydana gelme riski artar. Kan uyuşmazlıkları arasında en sık rastlanılan Rh uyumsuzluğudur. Peki nedir bu kan uyuşmazlığı?”¹⁵¹

¹⁵⁰ **Doğum ve Sezaryen Eylemi Yönetim Rehberi**, T.C. Sağlık Bakanlığı Ana Çocuk Sağlığı ve Aile Planlaması Genel Müdürlüğü, Ankara, 2010, ss. 7-8.

¹⁵¹ milliyet.com.tr, Ocak, Spot

Haber içerisinde kan uyuşmazlığının nedenlerinden bahsedilerek anne ve bebeğin etkilenmemesi için uygulanan tıp yöntemlerinden bahsedilmekte ve okuyucu yönlendirilmektedir.

Şubat ayında yayınlanan “*Vajina Kaşıntısı Neden Olur?*” başlıklı haberde semptomlarla baş edebilme bilgisi verilirken okuyucuya tedavi yöntemlerine ilişkin kılavuzluk yapılmaktadır:

*“Vajina kaşıntısı genellikle alerjik ve kimyasal maddeler kullanım sonucunda veya menopoz nedeniyle ortaya çıkabilen ağrılı semptomlardır. Vajina kaşıntısının birçok nedeni bulunmaktadır. Bazı cilt hastalıkları veya cinsel yolla bulaşan hastalıkların bir sonucu olarakta ortaya çıkabilir. Nadir durumlarda, stres veya vulva kanseri nedeniyle vajinal kaşıntı gelişebilir. Vajina çoğu vajinal kaşıntı endişe kaynağı değildir. Bununla birlikte, kaşıntı şiddetli veya altta yatan bir durumunuz olduğundan şüpheleniyorsanız doktorunuza veya jinekoloğunuza başvurmalısınız. Doktorunuz muayene ve test yoluyla vajinal kaşınma nedeninizi belirleyebilir. Ayrıca rahatsızlık verici semptom için uygun tedavileri önerebileceklerdir.”*¹⁵²

Haberde vajinal kaşıntıya sebep olabilecek nedenlerin sıralandığı görülmektedir. Söz konusu nedenler, haber metninde ara başlıklar açılarak okuyucu için daha detaylı bilgi edinmesini kolaylaştırmaktadır. “*Vajinal kaşıntısı için doktora gittiğinizde sizi neler bekliyor?*” ara başlığında, muayene süreci aktarılmakta ve muhtemel yaşanacaklar hakkında okuyucuya bilgi verilmektedir. Araştırmada, bu sürecin haberde anlatılmasının, kadının muhtemel yaşayacaklarını bilmesi bakımından hasta-doktor iletişimine katkı sağlayabileceği varsayılmaktadır.

Ayrıca incelenen haberlerde direkt olarak okuyucuyla köprü görevi kurulan ve kılavuzluk görevi üstlenen 3 habere rastlanılmaktadır. Haberlerin başlıkları; birinci, “*İleri Yaşta Tüp Bebek Tedavisi ve Gebelik*”, ikinci haber, “*Mastürbasyonun Sağlığa Faydaları*”, üçüncü haber ise, “*Gebeliğin 3. Ayında Anne ve Bebek Sağlığı*” olarak sıralanmaktadır.

Birinci haberin içeriği olan ileri yaşta tüp bebek tedavisinin anlatıldığı haberde, kadınlarda yaş ilerledikçe çocuk sahibi olabilmenin zorlaştığı belirtilerek, tüp bebek

¹⁵² milliyet.com.tr, Şubat, Haber metni

tedavisinin yüzdelik oranlarının düştüğü aktarılmaktadır. Haberde uzman görüşüne yer verilmektedir.

İkinci haberde, mastürbasyonun sağlığa faydaları anlatılmaktadır. Haberde, geçmişte mastürbasyon yapmanın sağlığa zararlı olduğu yönündeki iddiaların asılsız olduğu belirtilmekte ve doktorlar tarafından açıklandığı ifade edilen 7 fayda sıralanmaktadır. Verilen bilgiler bakımından araştırmada, sitenin sağlık haberlerinin okuyucuları haberdar etmek, bireylerin cinsel yaşamlarını kontrol edebilmelerine katkıda bulunması açısından yararlı olduğu varsayılmaktadır.

Üçüncü haberde ise, gebeliğin 3. ayında anne ve bebek sağlığı hakkında bilgiler sunulmaktadır. Haberde, ilk üç ay boyunca annenin ve bebeğin yaşadıkları ayrı ara başlıklar halinde genişletilmektedir. Haberin spotunda ise gebelik evresi ön plana çıkarılmaktadır:

*“Gebelik evresi, bebeğin anne rahmine düşmesinden doğum zamanına kadar olan süredir. Bu evre anne ve baba adayları için şaşırtıcı, heyecan verici ve merak uyandırıcı yeni serüvenin ilk adımlarıdır. Anne ve bebek sağlığı açısından bilinmesi gereken birçok durum söz konusudur.”*¹⁵³

Spotta, ebeveynler için söz konusu süreç, serüven olarak tanımlanmakta ve bu sürecin, “şaşırtıcı, heyecan verici ve merak uyandırıcı” yanı özellikle vurgulanmaktadır. Zira spot haberin başlığını ve gövdeye bağlanan küçük özeti olması özelliği dolayısıyla, ilgi çekici olmak zorundadır. Sıfat ve edebi dil kullanımları sayesinde, söz konusu ilgi “demirleme” yapılarak bağlantılandırılmaktadır. Haberde aynı zamanda gebeliğin ilk 3 ayında beslenmenin nasıl olması gerektiği de kadın okuyuculara da aktarılmaktadır. Haberi okuyan anne adayları ve anneler için, açık ve anlaşılır bir dil kullanılarak haberin üretilmesi, yaşanan süreçleri daha iyi kavramaları bakımından önemli görülmektedir.

Cinsellik ve kadın hastalıkları kategorisinde, inanç, niyet, tutum ve davranışların kararlarını değiştirebilecek yönde dil ve içerik kullanımına sahip 2 haberin olduğu tespit edilmiştir. Birinci haber; Ocak ayında yayınlanan “Cinsel Hayatınız Ne Kadar Normal?” başlığı ile karşımıza çıkmaktadır. Haberde “Bazıları her gece seks yapmak ister, bazıları ise eşini yılda bir kez şımartmayı tercih eder. Herkesin libido seviyesi birbirinden

¹⁵³ milliyet.com.tr, Spot

farklıdır. Peki, sizin seks hayatınız nasıl?” spotuyla, okuyucular 8 soruluk bir teste yönlendirilmektedir.

Verilen cevaplarda hangi şık çoğunlukta ise ona uygun bir yorum yapıldığı görülmektedir. Her yorumda okuyucuların cinsel hayatlarını değiştirebilecek yönde tavsiyeler verildiği anlaşılmaktadır. Örneğin “*D şıkkı çoğunluktaysa*” başlıklı yorumda “*(...) Eğer bu şekilde hissediyorsanız, cinsel ilişkiye başlamadan önce eşinizle eğlenceli olmaya çalışın ve kışkırtıcı şeyler önerin, gıdıklamak ve masaj yapmak gibi...*” ifadeleri kullanılmaktadır. Bu öneriler, aynı zamanda emir kipi ile çekilmekte ve okuyucunun zihninde yapılması gerekiyormuş algısı yaratabileceği ve onu harekete geçirebileceği varsayılmaktadır.

Bu noktada, haberde test yöntemine niçin başvurulduğu ve okuyucuların testlere neden yöneldiği sorusu araştırılmalıdır. Araştırmada, haberin test yoluyla da olsa gündem yaratma çabası bulunmaktadır. Cinsellik konusunun basit, anlaşılır, hızlı ve bireysel olarak aktarımı bu yolla daha ulaşılabilir olmaktadır. Aynı zamanda, okuyucular bu konuya merak duymakta ve psikolojik alt alanda ise, kendilerini toplumun diğer bireylerinin hareket ettiği ölçü ile sınamaktadırlar. Bu noktada testlerin kimi zaman, bireyleri diğer bireylerle uyumlaştırdığı varsayılmaktadır. Zira haberde de “*Peki, sizin seks hayatınız nasıl?”* sorusu ile okuyucu konunun içeriğine çekilmektedir.

Okuyucunun davranış kararlarını etkiyebileceği öngörülen bir diğer haber ise, Şubat ayında yayınlanan “*Sağlık Ve Mutluluk İçin Kegel Egzersizleri*” başlığı ile sunulmaktadır. Haberde, Kegel egzersizlerinin tanımı, faydaları ve nasıl yapıldığı aktarılmaktadır. Egzersizlerin faydalarının anlatıldığı bölümde, cinsel hayata katkı sağladığı, daha rahat bir doğum süreci yaşattığı ve daha rahat bir menopoza dönemi olacağı gibi faydalar sıralanmaktadır. Haberde sıralanan faydaların kendi hayatında olumlu değişiklikler yaratacağı düşünen okuyucularda, davranış değişikliği kararının etkileneceği varsayılmaktadır.

Özetle, Cinsellik ve Kadın Hastalıkları kategorisinde yer alan haberler incelendiğinde gebelik, doğum ve menopoza dönemine ait süreçlerin ve semptomlarının yönetilmesinde kadın sağlığının tıbbileştirildiği görülmektedir. Haberlerde semptomlarla

baş edebilme ve hastalıklarla mücadele edebilme bilgileri aktarılmakta ve bireylerin davranış kararlarını etkileyebilecek söylemlerin de kullanıldığı görülmektedir.

e. Diyet Ve Beslenme Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Diyet ve beslenme kategorisinde Ocak ayında 4, Şubat ayında 2 olmak üzere toplamda 6 haberin yayınlandığı görülmektedir.

İncelenen 6 haberin tamamında kadın bedeni formu üzerinde durulmaktadır. Beden formunun korunmasıyla ilgili bilgilerin verildiği Ocak ayı haberinde, *“Doğru Beslenerek Sağlıklı Kilo Vermenin Altın Kuralları”* başlıklı haberde, kilo vermek için 3 kurala uyulması gerektiğinden bahsedilmektedir. Okuyuculara, kilo vermeye çalışırken yapılan hatalardan söz edilerek,

“Doğru beslenerek nasıl sağlıklı kilo verebilirsiniz? Zayıflamak isterken sağlığından olmayın. Kilo vermek isteyenler az yiyince kilo vereceklerini düşünseler de durum hiç sanıldığı gibi değil. Aksine sağlıklı ve dengeli beslenmek kilo vermeyi sağlıyor.”¹⁵⁴ denilmektedir.

Haberde zayıflamanın yanı sıra bireylerin yaşamlarındaki beslenme tarzlarını değiştirmeleri içinde davranış kararlarını farklılaştırmaya yönelik bilgiler verilmektedir. Ayrıca *“Zayıflamak isterken sağlığından olmayın”* uyarısı yapılmaktadır. *“21 Gün Kuralı”* ara başlığında ise, *“(…) 21 gün boyunca kötü beslenme alışkanlığınızı hayatınızdan çıkarın ve sağlıklı beslenmeye başlayın (…)”* şeklinde kullanılan ifadeden de anlaşılacağı üzere, okuyucular için davranış değişikliği tavsiye edilmektedir. Haber başlığının yapısı incelendiğinde yüklemi olmayan *“eksiltili”* bildirim cümlesinden oluştuğu görülmektedir.

Ocak ayında yayınlanan *“Üzüm Diyeti”* başlıklı haberde ise, üzüm diyeti hakkında bilgiler verilmekte ve 3 günlük bir diyet listesi okuyucular ile paylaşılmaktadır. Haberin spotu şöyledir: *“Yalnızca üzümden oluşmasına rağmen vücudun tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek sıkı bir diyet olan üzüm diyetini inceleyelim.”* Haberin başlığında, yapı olarak isim cümlesi kullanıldığı anlaşılmaktadır. Spotta yer alan

¹⁵⁴ milliyet.com.tr, Ocak, Spot

bildirimli cümle ile okuyuculara haberin kalanını okumaları ve meraklarını gidermeleri için teklifte bulunmaktadır. Dolayısıyla haber gövdesine demirleme yapılmaktadır.

Haberin 4 ara başlığı bulunmaktadır. Birinci ara başlıkta, soru cümlesi kurularak üzümün faydaları açıklanmaktadır. İkinci ara başlıkta üzüm diyetinin tanımı yapılmaktadır. Üçüncü ara başlıkta diyetle tüketilebilecek üzümlerin çeşitleri verilerek kalorileri belirtilmektedir. Son olarak dördüncü ara başlıkta üzüm diyetinin nasıl yapılacağına örnek göstermek amacıyla 3 günlük bir diyet programının paylaşıldığı görülmektedir.

Tek besinli diyetlerle ilgili Başkent Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin düzenlediği “*Diyet Uygulamaları ve Etik Yaklaşım*” başlıklı panelde¹⁵⁵ konuşma yapan Doç. Dr. Seyit Mercanlıgil şunları söylemektedir:

“Kişiye özel olmayan beslenme programlarını biz hatalı programların başında kabul ediyoruz. Kısa sürede hızlı kilo kaybını sağlayan, çok düşük enerjili şok diyetler, buna ketojenik diyetler de diyebiliriz, tek tip besine dayalı besine dayalı diyetler, sadece meyveleri tüketerek yapılan diyetler insan sağlığı açısından çok zararlıdır. Tüm besin maddelerine vücudumuzun ihtiyacı var ve tüm besinleri o nedenle dengeli almamız gerekiyor. Zayıflamaya etki yapan ilaçlar, otlar, çaylar ve saunalar, bunlar da biliyoruz ki, su kaybına neden olan, aslında yağ kaybına neden olmayan yöntemlerdir. Zayıflatıldığı öne sürülen ve pek çok yan etkileri olan ilaçlar, bunlarla da şu ana kadar çok bir başarı sağlanmamıştır.”

Söz konusu açıklamadan da anlaşılacağı üzere, tek besinli diyetler kişileri zayıflatırken sağlıklarına da zarar vermektedir. Yeni medya aracılığıyla yüksek oranda bir okuyucu kitlesine ulaşıldığı varsayılan haber ile birçok bireyin sağlığının kötü etkilenebileceği öngörülmektedir.

Bir benzer habere ise, Şubat ayında rastlanmaktadır. Haberin başlığı “*Yoğurt Kürü Nedir, Yoğurt Kürü Zayıflatır mı?*” şeklinde soru cümleleri ile haber düzenlenmektedir. Başlık yapıları bakımından benzerlik göstermek ile birlikte haberlerin içeriklerinde okuyucuları bilgilendirme şekilleri farklılıklar göstermektedir.

Yoğurt kürünün son zamanlarda kadınların çok fazla uyguladığı diyetler arasında yer alması sebep gösterilerek, yoğurt kürü ile ilgili bilinmesi gerekenler uzman görüşü

¹⁵⁵ Mercanlıgil, S., **Diyet Uygulamaları ve Etik Yaklaşım Paneli**, Panel konuşması genel konuşma, Başkent Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi, 2005, <http://acikerisim.baskent.edu.tr/bitstream/handle/11727/1888/217840494a79ece85cd6ba21efeb90cf.pdf?squence=2>, Erişim Tarihi: 18.04.2018

alınarak okuyucuya aktarılmaktadır. Yukarıda incelenen üzüm diyetinden farklı olarak tek besinden oluşan diyetlerin zayıflamaya yeterli olmadığı ve sağlıksız olduğu yönünde uzman tarafından yapılan açıklama ile haber bir nevi uyarı niteliği taşımaktadır.

Şubat ayında yayınlanan “Zayıflama Çayları Nelerdir, Zayıflama Çayları Nasıl Kullanılır?” başlıklı haberde spot şöyle verilmektedir:

“Zayıflama çayları, düzenli olarak tüketildiğinde kilo vermeye yardımcı olabiliyor. Ancak zayıflama çaylarını kullanırken birtakım noktalara dikkat etmek gerekiyor. Aksi takdirde zayıflama çayları ile yapılan diyetler ciddi sağlık sorunlarını da beraberinde getirebiliyor. Zayıflama çayları hangileridir, zayıflama çayları nasıl kullanılmalıdır, tüm bu soruların cevaplarını birazdan öğrenebileceksiniz.”¹⁵⁶

Haberin spotu ve gövdesinde, çaylarla ilgili verilen bilgilerde uzun vadede kilo verme stratejilerinde etkili olmadığı belirtilerek, ciddi sağlık sorunlarına neden olabilecekleri vurgulanmakta ancak zayıflama çayları hakkında yine de bilgi verilmektedir. Haberde, uzman kişilere kullanılmadan önce çaylar hakkında bilgi alınması da tavsiye edilmektedir. “Doktorunuz kişisel tıbbi öykünüze göre zayıflama çaylarının riskli olup olmadığını size anlatacaktır.” denilmesine rağmen, geniş içeriğiyle haber de manipülasyon uygulandığı görülmektedir.

Son olarak Şubat ayında yayınlanan “Formu Korumanın Sırları” başlıklı haberde 7 ara başlık maddeler halinde sıralanarak okuyucuya bilgi aktarımı yapılmaktadır. “Kahvaltı öğününüzü asla atlamayın ve geçiştirmeyin, süt ürünlerini yarım yağlı tüketmeye dikkat edin vb.” ifadelerle okuyucuyu davranış kararlarını etkileyebilecek söylemlerde bulunulduğu görülmektedir.

Özetle, diyet ve beslenme haberleri genel olarak değerlendirildiğinde, haberlerin daha çok kılavuzluk görevi üstlenmek ve davranış kararlarını etkilemek amacıyla yazıldıkları düşünülmektedir. Ancak bu noktada belirtilmesi uygun görülen bir durum söz konusudur. Araştırmada, üzüm diyeti ve zayıflama çayları gibi haberlerde, gerek çelişkili yaklaşımlar ile gerekse de okuyucunun sağlıklı beslenme yönünde gösterdikleri adımları

¹⁵⁶ milliyet.com.tr, Şubat, Spot

yanlış yönlendirebilme olasılığı ile sitenin haber içeriğinde “*haber in doğruluk değeri*” taşıması ilkesi göz ardı edildiği varsayılmaktadır.

e. Spor Ve Egzersiz Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Spor ve egzersiz kategorisinde Ocak ayı boyunca yalnızca 1 haberin yayınlandığı görülmektedir. Ancak Şubat ayında veri bulunmamaktadır. Ocak ayında yayınlanan “*Sağlıklı Kilo Verme İçin Egzersiz Şart*” başlıklı haberde, emir cümlesinin kullanıldığı görülmektedir. Haberin spotu ise şöyledir:

“Hasbelkader kilo versek de aynı kiloları, hatta bazen birkaç fazlasını kısa zamanda geri alıyoruz. Sağlıklı ve kalıcı kilo vermek için doğru bir beslenme programına geçmek kadar düzenli aerobik egzersiz de şart.”¹⁵⁷

Haberde aerobik egzersizin tanımı yapılarak, amacın sadece kilo vermek değil, sağlıklı bir yaşam içinde ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır. Haber bahsedilen amacı desteklemek için “*Sadece kilo verdirmiyor, sağlığınıza da güçlendiriyor ve sağlığınıza sağlığınıza yerindeyken koruma altına alın!*” ara başlıklarının kullanıldığı görülmektedir. Emir cümlesi ile kurulan ara başlık kullanımlarının, habere ilgi çekmek ve haberin daha rahat okumasını sağlamak için uygulandığı varsayılmaktadır.

Haberde sağlıklı yaşam özendirilmekte ve egzersizin önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca haberin uzman tarafından yazıldığını belirten bir “*imzaya*” da yer verilmesi, haber yapısı bakımından dikkat çekicidir.

¹⁵⁷ milliyet.com.tr, Şubat, Spot

f. Güzellik Ve Estetik Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Thompson ve Hirshman'a göre¹⁵⁸, tüketicilerin daha iyi bir vücuda sahip olma çabaları kendilerine verdikleri değer, sosyal ilişkiler içindeki yerleri, yaşam tarzlarının erdemliliği (*morality*) ve yaşamları üzerindeki kontrolleri ile ilgili anlamlarla ilişkili olduğu belirtilmektedir.

Bu bağlamda güzellik ve estetik kategorisinde Ocak ayında 3, Şubat ayında 4 olmak üzere toplamda 7 haberin analizi yapılmaktadır. Haberler erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla mücadele edebilme, davranış değişikliğini etkileme, kılavuzluk görevi görme ve kadın sağlığının tıbbileştirilmesi bakımından değerlendirilmektedir.

Ocak ayında yayınlanan “*Boyun Yağlarından Nasıl Kurtulabilirim?*” başlıklı haberde herhangi bir cerrahi operasyona gerek duyulmadan boyun yağlarından nasıl kurtulunabileceği konusunda öneriler sunulmaktadır. Soru cümlesi ile kurulan başlıkta, okuyucuların merak/ilgisi özdeşim noktası kurularak habere yönlendirilmektedir. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Boyun yağları hem kadınların hem de erkeklerin ortak sorunlarından biridir. Birçok kişi boyun ve çene bölgelerindeki fazla yağdan kurtulmak için operasyon geçiriyor. Operasyon geçirmeden boyun yağlarından nasıl kurtulabilirsiniz?”¹⁵⁹

Yine son satırda soru cümlesi kullanılarak boyun yağlarından operasyon geçirmeden nasıl kurtulunacağına odaklanılmaktadır. Haber metninde boyun yağının sebepleri olarak kalp rahatsızlığı, yüksek kolesterol ve şeker hastalığı gösterilmektedir. Boyun yağından kurtulmak için ise 10 maddelik bir öneri listesi aşağıda toplu olarak verilmektedir:

¹⁵⁸ Thompson C.J., Hirschman E. C., **Understanding the Socialized Body: A Poststructuralist Analysis of Consumers' Self-Conceptions, Body Images, and Self-Care Practices**, *Journal of Consumer Research*, 2005, ss. 139-153, Akt: Çatalcalı, A., Olgundeniz, S., **Dergi Kapaklarında Kullanılan Haber Başlıklarının Dili ve Söylemi: Diyet ve Moda Dergileri Aracılığıyla Oluşturulan Kadın Kimlikleri**, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 7, Sayı 2, 2012 s. 177.

¹⁵⁹ milliyet.com.tr, Spot

“Boyun döndürme egzersizleri yapın, yana eğme egzersizi yapın, ağız egzersizi yapın, otururken kambur durmayın, kalori alımınızı azaltın, bol su tüketin, yeşil çay için, hindistancevizi yağı kullanın, yurtanın beyazı ile maske yapın, elma sirkesi”¹⁶⁰

Sıralanan önerilerin emir cümleleri ile kurulduğu görülmektedir. Emir cümleleri talimat verirken, tavsiyede bulunurken, uyarıda bulunurken, teklifte bulunurken ve bir şey dilerken kullanılabilmektedir. Burada amacın tavsiyede bulunmak olduğu düşünülmektedir.

Ocak ayında yayınlanan “*Cilde İyi Gelen Maskeler*” başlıklı haberin eksiltili cümle ile kurulduğu görülmektedir. Kozmetik ürünlerin kısa vadede cilde iyi geldiğini düşündürse de uzun vadede cildimizi yorduğunu ifade eden haberde, uzman görüşüne rastlanmamaktadır. Haberin spotuna bakıldığında;

“Cildimiz vücudumuzdaki en büyük organdır. Bu büyük organın belki de en dikkat çeken yeri yüzümüzdür. Kullandığımız bütün kozmetik ürünler, yüzümüzün daha parlak, daha güzel ve daha temiz görüneceğini vaat eder. Fakat bu ürünler, kısa vadede yüzümüzün istediğimiz gibi güzel görünmesini sağlasa da uzun vadede cildimizi fazlasıyla yorar.”¹⁶¹

denilmektedir. Kozmetik ürün kullanımı ile yorulan cilt için maske kullanımını ön plana çıkarılmaktadır. Ayrıca ara başlıklar halinde sunulan maske listesinde de doğal tarifler üzerinden iki tarif önemsenmektedir. “*İşte bu maskelerden en faydalı ikisi...*” ifadesiyle okuyucunun ilgisini çekmeyi amaçlayan haberde, çilek maskesi ve yumurta akı maskesinin yararları anlatılarak, yapılışı tarif edilmektedir. Araştırmada, haber bir yandan kılavuzluk misyonu yüklenirken, diğer yandan maskelerin yararları hakkında bilgi edinen okuyucuların, davranış kararlarını etkileyebileceği varsayılmaktadır. Bu noktada şu husus dikkat çekmektedir. Haberde tıbbileştirme yapılmaktadır. Zira cilt tedavisine yönelik bir uygulamayı, basit ve pratik şekilde, alternatif olarak yapılmasını öneren bir haberdur.

Ocak ayında yayınlanan bir başka haberde ise “*Dudak çevresi neden kırışır?*” başlığı ile dudak çevresi kırışıklıklarına karşı nasıl önlem alınabileceği aktarılmaktadır. Haberi spotu şöyledir:

“Dudak çevresi kırışıklıklarının belli bir yaştan sonra oluşması doğaldır. Ancak olması gerekenden erken oluştuysa görüntüsünü azaltmak ya da kırışmasını önlemek sizin elinizde. Sigara içmenizden su tüketmenize kadar birçok faktörün sebep olduğu dudak çevresi kırışıklıklarını önlemeniz mümkün. Dudak temizliğinize dikkat etmeniz de fayda var. Özellikle aşırı derecede makyaj yapıyorsanız kesinlikle makyajınızı temizlemeden

¹⁶⁰ milliyet.com.tr, Ocak, Haber metni

¹⁶¹ milliyet.com.tr, Ocak, Spot

uyumamanız gerekiyor. Ek olarak cilt sağlığınız için fondöten ve pudra kullanımınızda dikkatli olmalısınız.”¹⁶²

Sağlık haberlerinde okuyucuları doğru yönlendirebilmek adına net bilgilerin verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bedenlerin fizyolojileri gereği doğal bir süreç olan yaşlanma herhangi bir uzman görüşüne yada kaynağa dayandırılmadan erken kırışıklık bir hastalıkmişçasına ele alınmaktadır. Spotta kullanılan “*biliyor musunuz?*” ifadesi ile okuyucunun zihninde merak duygusu uyandırılmaya çalışılmaktadır.

Erken kırışıklığın sebebi olarak içilen “*su miktarı, ağda, sigara, krem ve temizlik*” faktörleri gösterilirken, “*Günde en az iki litre su içmelisiniz*” , “*(...) sigarayı acilen bırakmalısınız*”, yada “*(...) dudağınızın üstüne ağda yapmamalısınız*” gibi ifadelerle okuyucuların davranış kararlarında değişiklik yapmak amaçlanmaktadır. Kırışıklık bir hastalık olarak değerlendirilmediğinden verilen önerilerin hastalıkla baş edebilme boyutunda olmadığını ifade etmek gerekmektedir.

Şubat ayında yayınlanan iki haber içerik ve yapı bakımından birbiriyle benzerlik göstermektedir. Haberlerin başlıkları “*Göz Altı Morluğu Oluşumunun Nedenleri*” ve “*Sabah Şişen Gözlere Öneriler*” olarak sıralanmaktadır. Göz altı morluğu ile ilgili haberin spotu şöyledir:

“Göz altı morlukları iş hayatına sahip olan öğrencilere, yaşlıdan gençlere neredeyse herkesin muzdarip olduğu sorunlardan biridir. Özellikle yorgunluk ve uykusuzluk gibi nedenlere bağlı olarak oluşan bu morlukları gidermenin yolları ise mevcuttur.”¹⁶³

Haberin spotunda, “*neredeyse herkesin*” muzdarip olduğu sorun vurgusu ile genelleme yapılmaktadır. Bu noktada açılan başlığın spot ile genişletildiği görülmektedir. Haber metni incelendiğinde ise morlukların sebepleri ara başlıklar halinde sıralanıp açıklamalar ile çerçevelenmektedir. Örneğin, “*Uyku problemleri*” ara başlığında “*Yeterli derecede alınmayan uyku göz altı morluklarının bir numaralı sebebidir.*” ifadesi yer almaktadır. “*Tuz tüketimi*” ara başlığında ise “*Eğer fazla tuz tüketirseniz bu durum göz altında şişlikler ve bu şişliklere bağlı olarak göz altı morlukları oluşturabilir.*” şeklinde ifadeler yer almaktadır. Ancak haberin spotunda belirtilen “*(...) bu morlukları gidermenin yolları ise mevcuttur.*” söyleminin haber içeriğinde karşılığı bulunmamaktadır. Spotta

¹⁶² milliyet.com.tr, Ocak, Spot

¹⁶³ milliyet.com.tr, Şubat, Spot

okuyucunun zihninde çözüm yollarına ilişkin bir yönlendirme sağlanmasına rağmen, haber sonlandığında okuyucu sorularına karşılık alamamaktadır.

Bir başka haberde de ‘öneriler’ doğrultusunda gündelik hayatın işleyişinde kadın okuyuculara yönelik pratik bilgileri sunulmaktadır. “Sabah Şişen Gözlere Öneriler” başlıklı haberin spotunda:

“Sabah kalktığınızda göz kapaklarınız şiş mi uyanıyorsunuz? Bunun bir çok sebebi olabilir. Başlıca nedenleri stres, yorgunluk, uykusuzluk ya da aşırı uyumadır. Sabahları şişen gözleriniz için birçok doğal çözüm mevcuttur.”¹⁶⁴ denilmektedir.

Haber metninde 8 ara başlık halinde şişen gözlerin nasıl eski haline döndürüleceğine ilişkin öneriler sıralanmaktadır. “buz, çığ patates, spor yapmak, yastık duruşu, bol su, çay poşetleri, yumurta beyazı, sigara kullanımı” olarak açılan ara başlıklarda, kısa ve basit bir dil seçimi söz konusudur. Haberde, uzman görüşüne yer verilmemekte ve genel uygulamalar üzerinde durularak, bedene ilişkin bilginin popülerleştirildiği anlaşılmaktadır.

Araştırmada, iki haberin de kadın sağlığı kategorisinde bulunması ve haber-fotoğraf ilişkisinin ise kadın bedeni üzerinden kurulması, şu soru üzerinde durmanın gerekli olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

“Göz altı morluğu ya da şişliği yalnızca kadına özgü bir şey midir? Öyle olduğunu varsaysak bile bu düzeltilmesi gereken bir durum (sigara, alkol gibi alışkanlıkları bırakma dışında)mudur?” Medya, kadına verdiği mesajlarla kadını sürekli olarak denetim altında tutmaktadır. Erkeklerin şişen gözleri medya tarafından haber değeri taşımazken, kadınlar söz konusu olduğunda çok sayıda öneri sunulan bir habere dönüşmektedir. Bu noktada, Foucault’un biyoiktidar yaklaşımını hatırlamakta fayda vardır. Endüstri halinde hareket eden, diyet, kozmetik ve estetik cerrahi vb. gibi alanlar, birincil hedef olarak kadın ve kadın bedenini hedef almaktadırlar. *“Sağlık, güzellik ve moda tüketimlerini sürekli kılmak için bedeni denetim altında tutan söylemler*

¹⁶⁴ milliyet.com.tr, Şubat, Spot

*geliştirilmiştir*¹⁶⁵ bu söylemler ise “biyoiktidar” kavramına işaret etmektedir. Araştırmada dolayısıyla haber içeriklerinde tıbbileştirme yapıldığı kabul edilmektedir.

Şubat ayında yayınlanan “Dökülen Saçlara Doğal Maske Tarifleri” başlıklı haberde spot şöyle verilmektedir:

*“Mevsimsel değişiklikler sebebiyle saçların yıpranması ve dökülmesi hemen herkesin yaşadığı bir durumdur. Stres, vitamin eksikliği ve hormon bozuklukları da eklendiğinde saç dökülmesi kaçınılmaz hale geliyor. Fakat evde 10 dakikanızı ayırarak yapacağınız doğal maskelerle dökülmelere son verebiliriz.”*¹⁶⁶

Haberin spotu incelendiğinde sizli-bizli bir dilin kullanıldığı görülmektedir. Saç dökülmesi sorununun nedenlerine dikkat çekilerek, semptomlarla nasıl baş edilebileceği anlatılmaktadır. Özellikle herkesin yaşadığı bir sorun olduğu vurgusu ile genelleme yapıldığı görülmektedir. 10 dakikada söz konusu soruna çözüm bulunabileceği iddiası ile de okuyucuların dikkati çekilmektedir. Oysaki bu durum, haberde öznel ve yanıltıcı bir tutum meydana çıkarmaktadır. Haberin doğruluk ve güvenilirlik ilkesi göz ardı edilmektedir. “Yoğurtla Gelen Güzellik, Doğal Protein Yumurta ve Güzellik Sırrı Biberiye” ara başlıkları ile saçlar için maske tarifleri verilerek, haber genişletilmekte ve güzellik miti yüceleştirilmektedir.

Özetle, güzellik ve estetik kategorisinde, hastalık ve tanı bilgilerine yer verilmeden, uzman görüşüne yada kaynağa başvurulmadan, tavsiyeler üzerinden haberlerin yapıldığı görülmektedir. Soru cümleleri içeren başlıkların merak uyandırmak amacıyla sıklıkla kullanıldığı anlaşılmaktadır. Haberler değerlendirilirken bahsedildiği üzere kadın sağlığı tıbbileştirilmektedir. Ayrıca haberlerin doğruluk ve güvenilirlik boyutu çoğu zaman göz ardı edilmektedir.

¹⁶⁵ Özlem Kalan, **Foucault'un biyopolitika kavramı bağlamında moda ve beden: Vogue dergisi üzerine bir söylem analizi**. Selçuk İletişim. 8 (3), s. 141. 2014, Akt: Özgen, İ., **Tüketim Kültürü ve Medyada Güzellik Söylemi: Bir Alımlama Çalışması**, Global Media Journal TR Edition, 8(15), Güz/Fall 2017

¹⁶⁶ milliyet.com.tr, Şubat, Spot

2.2 Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

a. Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

milliyet.com.tr adresinde 2018 yılı Ocak ve Şubat ayında toplamda 40 haber değerlendirilmektedir. İncelenen haberlerin sağlık iletişimi kuramları ile kesişen taraflarının olduğu görülmektedir.

Sağlık inanç modelinde bireysel özellikler, algılar ve eylem kavramları öne çıkmaktadır. Öncelikle bireylerde davranış değişikliği olabilmesi için davranışa bireysel özellikler bakımından yakın olması gerekmektedir. Örneğin, Ocak ayında yayınlanan “*Kimler Kolon Kanserine Daha Yakın*” başlıklı haberde hastalık cinsiyet, ailedeki yatkınlık ve yaşam şekli koşullarına göre bazı bireylerde daha fazla görüldüğü ifade edilmektedir. Ailesinde kolon kanseri teşhisi konan bir yakını olan kadın okuyucu, haberde kanserden korunmak için yapılması gereken tavsiyelere uymakta diğer bireylerden daha uyumlu davranabilir. Ve belirtiler kısmında kendine uyan belirtiler ile karşılaşıyorsa, algılanan zarardan kurtulabilmek adına test yaptırmak, doktora gitmek gibi davranış değişikliği gösterebilmektedir.

Ocak ayında yayınlanan birbirine benzer konuda yayınlanan iki haberde de sağlık inanç modelinin etkileri görülmektedir. “*Adet Döneminizi Rahat Bir Şekilde Geçirmeniz İçin Doğal Yöntemler*” ve “*Adet Sancılarına İyi Gelecek Yöntemler*” başlıklı haberlerde bireyin davranışı gerçekleştirebilmesi için, sonucunda o davranıştan yarar sağlamayı hedeflemiş olması gerekmektedir. Sağlık inanç modelinde “*bireysel özellikler ve algılar*” ön plandadır. Birinci başlıkta kullanılan “*doğal*” ifadesi, alternatif tıp yöntemlerini benimsemiş ve hayatında uygulayan bir okuyucu tarafından okunduğunda daha çabuk eyleme geçmeyi tetikleyebilmektedir. İkinci haberde de yapılacak eylem sonunda ağrılarından kurtulabileceğine inanan okuyucunun önerileri yerine getireceği varsayılmaktadır.

Ocak ayında yayınlanan bir başka haberde sosyal öğrenme kuramının etkileri görülmektedir. “*İleri Yaşta Tüp Bebek Tedavisi ve Gebelik*” başlıklı haberde ilerleyen

yaşlarda tüp bebek yöntemiyle dahi gebelik şansının düştüğünden bahsedilmektedir. Haberin spotu şöyledir:

“Kadınlarda yaşın ilerlemesi, tüp bebek tedavisi için ihtiyaç uyandırıyor. Kadın Hastalıkları Doğum ve Tüp Bebek Uzmanı Op. Dr. Ümit Zeteoğlu, kadının en doğurgan çağlarının 20-35 arası olduğunu belirterek, ilerleyen yaşlarda tüp bebek tedavisiyle dahi gebelik şansının düştüğüne dikkat çekiyor.”¹⁶⁷

Sosyal öğrenme kuramında davranışın gerçekleşebilmesi için öz yeterlilik beklentisi ve sonuç beklentisi olması gerekmektedir. Haberi okuyan okuyucu çocuk sahibi olmak istiyor ve normal yollar ile gebe kalamıyor olabilir. Bu durumda sosyo-kültürel, engelleyici ve destekleyici faktörler devreye girmektedir. Çocuk sahibi olmaları için yakınlarından gelen baskı ve bireysel özellikler bakımından haberde belirtilen yaş sınırına ulaşan birey, tüp bebek tedavisine başlamakla ilgili davranış kararını değiştirebileceği varsayılmaktadır.

Araştırmacı Çınarlı Neuendorf’tan aktardığına göre Bandura¹⁶⁸, davranışların yalnızca başkalarının davranışlarının gözlemlenerek ve ardından taklit edilerek (*modellenerek*) uygun bağlamda öğrenilebileceğini belirtmektedir. Bu modelleme bir medya kişiliği ile olabileceği gibi, gerçek yaşamdan bir kişide olabilmektedir.

Buna göre, Ocak ayında yayınlanan “Yaza Fit Girmek İçin Şimdiden Diyete Başlayın” başlıklı haberde, sosyal öğrenme kuramının etkilerinin olduğu söylenebilmektedir. Medya kanalı ile belirli bir kişi olmasa da, modern ve postmodern toplumlarda bireylerin akıllarında yer eden ideal vücut ölçüleri, haberi okuyan okuyucuları bu ideal vücutlara ulaşmak adına diyet ve egzersiz yapmaya ikna edebilmektedir. Toplum tarafından benimsenen vücutları, taklit etmek isteyen bireyler haberde verilen öneriler ile davranış değişikliği gerçekleştirebilmektedirler.

Nedene dayalı eylem kuramının etkileri araştırıldığında, birçok haberde hastalık ve tedavi yöntemlerinden bahsedildiğinden, niyeti iyileşmek olan bireylerin davranış kararlarında değişiklikler yapabileceği varsayılmaktadır. Özellikle genel sağlık ve kronik

¹⁶⁷ Milliyet.com.tr, Ocak, Spot

¹⁶⁸ İnci Çınarlı, **Sağlık İletişimi ve Medya**, Ankara: Nobel Yayıncılık, 2008, s. 131.

hastalıklar kategorisinde yapılan hastalık tanımlamaları ve sonrasında bahsedilen tedavi yöntemleri, eğer birey davranışa bireysel olarak yatkınlık gösteriyorsa, davranış pozitif yönlü gerçekleşebilecektir. Bu kuramda davranışın gerçekleşebilmesi için önemli gördüğü ve özdeşim kurduğu kişilerce davranışın nasıl algılandığı da önemli görülmektedir.

Transteorik modelde, davranış değişikliği bir süreç olarak işlemektedir ve belirli aşamalardan geçmektedir. Bu aşamalar “*ön tasarım, tasarlama, karar, eylem ve sürdürme*” olarak karşımıza çıkmaktadır. İncelenen sağlık haberleri değerlendirildiğinde sürdürme aşaması da göz önünde bulundurulduğunda, en fazla diyet ve beslenme kategorisindeki haberlerin kuramla paralellik gösterdiği düşünülmektedir.

Örneğin, Ocak ayında yayınlanan “*Doğru Beslenerek Sağlıklı Kilo Vermenin Altın Kuralları*” başlıklı haberde, sağlıklı ve dengeli beslenerek hedeflenen kiloya nasıl ulaşılabilceğinin bilgisi verilmektedir. “*21 gün kuralı, Uzmanınıza danışın ve bilinçlenin ve Ödül ve hedefler Koyun*” ara başlıkları ile eyleme geçmenin desteklendiği haberde, okuyucunun kilo problemleri olduğunu düşünüp farkındalığının oluşması beklenmektedir. Okuduğu haberden motive olan birey kilo vermeyi ciddi olarak düşünüyorsa tasarlama aşamasına geçmiş sayılmaktadır. Eğer ara başlıklarda verilen tavsiyelere uymak adına planlar yapıyor ve eyleme geçmeye hazırlanıyorsa bu karar aşamasıdır. Birey eylem aşamasına geçtiğinde davranış değişikliğini gerçekleştirmeye başlamaktadır. Sonrasında davranışın benimsenebilmesi için önemli sayılan sürdürme aşaması gelmektedir.

Haberde “*21 gün kuralı*” ara başlığında “*(...) eğer bunu 21 gün boyunca kendinizi zorlayarak yaparsanız sonrasında alışkanlığa dönüşür ve hiç zorlanmadan kendiniz yapmaya başlarsınız.*”¹⁶⁹ ifadeleri yer almaktadır. Bu bilgilerinde okuyucunun sürdürme aşamasına destek olabileceği varsayılmaktadır.

Yine Şubat ayında diyet ve beslenme kategorisinde yayınlanan “*Formu Korumanın Sırları*” başlıklı haberde de transteorik modelin benzer etkilerinin bulunduğu

¹⁶⁹ milliyet.com.tr, Ocak, Haber metni

görülmektedir. Emir cümleleri ile verilen ara başlıklar ile bireyler tasarlama ve eylem aşamasına geçmek için teşvik edilmektedir.

Haberler yeniliklerin yayılması modeli bağlamında değerlendirildiğinde, 2 haberde modelin etkilerine rastlanmaktadır. Modelde mesajın kabul görmesi için hedef kitlenin yeniliği kendisi için faydalı ve ihtiyaçları ile uyumlu olarak görmesi gerekmektedir.

Ocak ayında yayınlanan “*Mastürbasyonun Sağlığa Faydaları*” başlıklı haberde spot şöyle verilmektedir:

“Hem kadınların hem de erkeklerin kendilerini üst sınırdan hazza ulaştırmak için başvurdukları bir yöntem olan mastürbasyon aşırıya kaçılmadığı sürece sağlık açısından birçok faydası var. İşte mastürbasyon yapmanın doktorlar tarafından açıklanan sağlığa 7 faydası...”¹⁷⁰

Haberde mastürbasyon yapmanın önceleri bireylerin sağlığı üzerinde zararlı görüldüğü, günümüzde ise uzmanlarında desteği alınarak olumlandığı ve bu konuda düşünce ve davranışların değiştirilmesinin gerekliliğine yönelik bilgiler aktarılmaktadır. Bir nevi faydaların sıralanması bağlamında yeniliklerden söz edilmektedir. Bireylerin bu faydaları sağlamak için mastürbasyon yaparak eyleme geçmesi ya da bu davranıştan fayda sağlayacağını düşünecekleri varsayılmaktadır.

Şubat ayında yayınlanan “*Akupunktur Nedir, Hangi Hastalıklara İyi Gelir?*” başlıklı bir diğer habere ise, akupunkturun Tıp dünyasında tamamlayıcı tıp yöntemleri olarak, son zamanlarda sıklıkla bahsedilen bir yöntem olması sebebiyle dikkat çekilmektedir. Bu yeni tedavi yönteminin benimsenmesi için okuyuculara ayrıntılı bilgi verilmekte ve hangi hastalıklara iyi geldiği aktarılmaktadır. Araştırmada, haberi okuyan okuyucularda sıralanan hastalıklar varsa ve haberde uzmanın yaptığı açıklamalar bireyleri davranış kararlarını değiştirmeye ikna edebildiyse bu durumda bir davranış değişikliğinin gerçekleşebileceği varsayılmaktadır.

Genel olarak medyada yer alan sağlık haberlerinde, sağlık iletişimi kuramlarının izlerine rastlanmaktadır. Her haberde birebir uyum sağlanamamış olsa da, haberlerin

¹⁷⁰ milliyet.com.tr, Ocak, Spot

genellikle temel amaçlarının pozitif yönlü davranışı tetiklemek olduğu görülmektedir. Hastalıklardan kurtulmak için tedavi yöntemlerinin verilmesi ya da uzmana gidilmesi için teşvik edilmesi, sağlıklı bir beden için beslenme ve egzersiz önerilerin yer alması gibi içeriklere sahip olan haberlerde, bireylerin davranış kararlarını etkileyebilecek söylemler gözlemlenmektedir.

3. “sabah.com.tr” Web Sayfasında Yer Alan Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel Analizi

Sabah, Türkiye’de 22 Nisan 1985’te yayımlanmaya başlanan günlük gazetedir. 1997 yılının Ocak ayından itibaren internet üzerinden *sabah.com.tr* adresi üzerinden yayımlanmaya başlamıştır.

Araştırmada *sabah.com.tr* adresinde 2018 yılı Ocak ve Şubat ayında yayınlanan kadın sağlığı haberlerinin tümünün analizi yapılmaktadır. Sitede Ocak ayında 13, Şubat ayında 13 haberin yayınlandığı görülmektedir. Toplamda 26 haberin değerlendirilmesi yapılmaktadır.

3.1 Yeni Medya’da Kadına Yönelik Haberler İçeriklerinin Konularına Göre Dağılımı

a. Genel Sağlık Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

sabah.com.tr adresinde genel sağlık kategorisinde Ocak ayında 4, Şubat ayında 4 olmak üzere toplamda 8 haberin yayınlandığı görülmektedir. Haberler içerik bakımından erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla baş edebilme, niyet, tutum ve davranış kararlarını etkileyebilecek söylemler ve kadın sağlığının tıbbileştirilmesi konu başlıkları çerçevesinde değerlendirilmektedir.

26 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Sezaryen Obezite Riskini Arttırıyor*” başlıklı haberde, sezaryen doğan bebeklerin normal doğumla dünyaya gelen bebeklerden daha fazla sağlık problemi yaşadığını belirtilmektedir. Spot kullanmayan haberde metin şöyle verilmektedir:

“İskoçya’da bulunan Edinburg Üniversitesi uzmanları tarafından yapılan kapsamlı bir araştırmada sezaryen ile dünyaya gelen bebeklerin, normal doğum ile doğanlara göre daha fazla sağlık problemi ile karşılaştıkları belirlendi. Araştırmalar kapsamında uzmanlar, daha önce sezaryen doğum üzerine yapılmış 80 farklı çalışma ile 29 milyon doğum

raporlarını inceledi. Çıkan sonuçlara göre sezaryen tekniği ile dünyaya gelen bebeklerin, normal yollarla doğanlara oranla yüzde 59 oranında daha fazla obez olma riski taşıyor. Araştırmacılar, sezaryen ile doğan bebeklerin henüz 5 yaşına geldiklerinde bile aşırı kilolu olma sorunu ile karşılaştıklarını kaydetti. Sezaryenin bebeklerin sindirim sistemlerinin gelişmesini ve bağırsak bakterilerini etkilediği de ifade edildi.”¹⁷¹

Araştırma sonuçları ile desteklenen haberde okuyuculara kılavuzluk görevi üstlenildiği görülmektedir. Haberin başlığında ve metninde bildirimli cümle kullanılmaktadır. Bildirimli cümleler, araştırmaya dayandırılarak, habere ciddiyet verilmeye çalışılmıştır. Başlık ve haber gövdesini oluşturan cümleler ile okuyucuya uyarı yapan bir yaklaşım sergilediği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda okuyucunun ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır.

22 Ocak 2018’de yayınlanan “*Uyku Bozukluğunu Hafife Almayın!*” başlıklı haberde ise yine okuyuculara haber metni üzerinden kılavuzluk görevi üstlenecek bilgilerin verildiği anlaşılmaktadır. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Uyku bozukluğunun hayati riskler taşıdığına dikkat çeken Nöroloji uzmanı Dr. Osman Demir, “Günlük yaptığımız aktivitelerde veya trafik kazaları gelmektedir. Tedavi edilmediği takdirde bu kazalardan bir tanesi sonucu hayatımız tehlikeye girebilir” dedi.”¹⁷²

Spot incelendiğinde “(...) yaptığımız aktivitelerde veya trafik kazaları gelmektedir.(...)” kısmında anlam bozulduğu olduğu görülmektedir. Bu anlatım bozukluğu dolayısıyla(bilgili okuyucular için) okuyucunun habere olan ilgisinin azalmasına neden olacağı varsayılmaktadır. Spotta haberin içeriği ile ilgili yeteri kadar veri alınmadığından haber metninden bir kısmında paylaşılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Haber metni şöyledir:

“Uyku düzensizliğinin oluşturduğu sağlık problemleri hakkında önemli bilgiler veren Samsun Büyükşehir Anadolu Meydan Hastanesinden Nöroloji Uzmanı Dr. Osman Demir, “Uyku, aktif yaşamsal sürecimizde zihinsel ve fiziksel sağlığımız açısından çok önemlidir. Bu anlamda uykumuzda yaşadığımız problemler yani uyku bozuklukları, kişinin yaşam kalitesini alt üst eder, hayati tehlikelere varacak kadar sağlık sorunlarına yol açabilir. Bazı uyku bozuklukları uykuya dalma veya sürdürme güçlüğüne yol açar. Diğer uyku bozuklukları gündüz aşırı uykululuğa neden olur. Bu da trafik kazaları ve günlük yaşamımızdaki iş kazaları gibi çeşitli sorunları beraberinde getirebilir. Ruhsal durum üzerine etkilerine bakacak olursak depresyona ve sosyal ilişkilerde bozulmalara da yol açabilir. Ayrıca uykuda yürüme, altını ıslatma, kabuslar ve diğer sorunlar da uykuyu

¹⁷¹ sabah.com.tr, 26 Ocak 2018, Haber metni

¹⁷² sabah.com.tr, 22 Ocak 2018, Spot

*kesintiye uğratabilir. Bu anlamda uyku bozuklukları ihmal edilmemesi ve tedavi edilmesi gereken hastalıklardır" dedi.*¹⁷³

Uzman görüşü alınarak, uyku bozukluklarının bir hastalık olduğu ifade edilen haberde, trafik ve iş kazaları, depresyon gibi sorunlar yaşamamak için tedavi olunması gerektiği aktarılmaktadır. Haberin bu yönüyle erken teşhis ve semptomların yönetimi bakımından bilgi verdiği de söylenebilmektedir. Haberin ara başlığında “*Bazı Uyku İlaçları Da Uykusuzluğa Neden Olabilir*” ifadesiyle semptomların yönetimi konusunda bilgi verilmektedir. Araştırmada, bu haberin arka planında ayrıca kapitalist düzende hayata dair düzenlemelerin önemi doğrultusunda, bireylerin söz konusu düzende doğru ve etkili bir şekilde hareket edebilmelerini sağlamak olduğu varsayılmaktadır.

24 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Ayak Sağlığı İhmale Gelmez!*” başlıklı haberde ayak tırnaklarındaki değişiklikleri önemli hastalıklarda dahil olmak üzere pek çok sağlık probleminin belirtisi olabileceği aktarılmaktadır. Haberin spotu şöyle verilmektedir: “*Tıpkı cildiniz gibi ayak tırnaklarındaki değişiklikler de beslenmenizden kardiyovasküler hastalıklara kadar pek çok sağlık sorununun habercisi olabilir*”¹⁷⁴

Metin içerik bakımından değerlendirilmeden önce spotta yer alan yazım hatası dikkat çekmektedir. Yeni medya ortamları yazılı basın aksine, hataların çok kolay düzeltebileceği mecralar olarak bilinmektedir. Yazılı basında söz konusu haber metinleri sıklıkla redaktörler tarafından kontrol edilmektedir. Basılı araçlar oldukları için yapılan hataların telafisi mümkün olmamakta ya da bir sonraki sayıda özür dilenerek okuyucu bilgilendirilmektedir. Ancak Yeni medyada gerek haberin hızlı servise sunulması gerekse de haberciler tarafından bir başka üst elemenden haberlerin geçirilmemeleri, hataların daha sık oluşmasına neden olmaktadır. Bu noktada, fark edilen hatalar, ekran karşısında daha hızlı olarak değiştirilebilmektedir. Söz konusu fark, yazılı basın ile Yeni medyanın haber üretim süreçlerini de gözler önüne sermektedir. İncelenen sitenin, redaksiyon hatalarını sıklıkla yaptığı anlaşılmaktadır.

¹⁷³ sabah.com.tr, 22 Ocak 2018, Haber metni

¹⁷⁴ sabah.com.tr, 24 Ocak 2018, Spot

Habere yeniden bakıldığında, haberde ayaklar ile ilgili bilgiler verilerek, ara başlıklar da tırnaklardaki değişimlerin muhtemel nedenleri sıralanarak, okuyucular uzmana gitmek konusunda uyarılmaktadır. En çok rastlanan ayak problemleri ve tedavi yöntemlerinden bahsedilen haberde, ayak bakımı için elma sirkesi kullanımı önerilmektedir. Bu bakımdan erken teşhis ve semptomların yönetimi konusunda haberde bilgilerin paylaşıldığı söylenebilir. Haber başlığında ünlem cümlesi kurulmakta ve haber metninde ise gerekli bilgiler verilerek, okuyucuların dikkati çekilmeye çalışılmaktadır.

15 Ocak tarihinde yayınlanan “*Artık Kanserli Annenin Genleri Bebeğine Geçmeyecek*” başlıklı haberde, yeni teknolojiler sayesinde bebek daha anne karnına düşmeden genetik hastalıklardan kurtulabileceği yönünde bilgiler verilmektedir.

Uzman görüşünden yararlanılan haberde gen taramasının aileler için önemli olduğundan bahsedilmektedir. “*Gebeliği Sonlandırmak İstemeyiz*” ara başlığı açıldıktan sonra devam eden metinde şunlar aktarılmaktadır:

“Hastalıklı genlerin ayıklanması denildiğinde akla prenatal genetik tanı ve preimplantasyon genetik tanı gelir. Prenetal tanı, anne karnındaki bebeğe (fetus) genetik teşhis konulması anlamına gelir. Bu yöntemin en büyük dezavantajı; eğer bebeğin hasta olduğu tespit edilirse, bazı istisnai durumlar hariç gebeliğin sonlandırılması dışında geriye yapacak bir şeyin kalmamasıdır. Gebeliğin sonlandırılması bir anne için hem sağlık, hem de psikolojik yönden büyük bir travmadır. Bu nedenle preimplantasyon genetik tanı (PGT) yani embriyo aşamasında bebekleri test ederek sağlıklı olanı seçip anne karnına transfer edilmesi ve gebeliğe sağlıklı olduğu bilinen bir bebekle başlanması daha çok tercih edilir.”¹⁷⁵

Haber metninden de anlaşılacağı üzere belirtilen yöntemle hastalıklı bebeğin önceden fark edilmesinin annenin sağlığı açısından öneminden bahsedilmektedir. Haber erken tanı ve semptomların yönetimi bilgisi taşımaktadır.

1 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Vücut Direncini Korumanın Püf Noktaları!*” başlıklı haberde, gripten korunmak ve vücut direncini arttırmak için 5 öneri sunulmaktadır. Haberin spotu şöyle verilmektedir: “*Kış aylarında en çok karşılaşılan hastalıklardan biri grip tir. Gripten korunmak ve vücut direncini arttırmak için işte 5 tüyo!*”¹⁷⁶

¹⁷⁵ sabah.com.tr, 15 Ocak 2018, Haber metni

¹⁷⁶ sabah.com.tr, 1 Şubat 2018, Spot

etmesi, bir yandan da geleneksel ve modern toplumlarda çocuğunun bakımını üstlenen kimliğiyle anne olan kadının, çocuğunun sağlık problemlerine çözüm bulması gereken kişi konumunda haberin hedef kitlesine dahil olması olarak düşünülmektedir.

Haberde diş tedavisi korkusuna çözüm, uzman görüşüne başvurularak, müzik terapisine dayandırılmaktadır. Bu bakımdan haberin hastalığa ilişkin semptomların yönetilmesi bilgisi taşıdığı görülmektedir. Çocuklarının diş tedavisi korkularını azaltmak adına da annelere kılavuzluk görevi üstlendiği söylenebilmektedir.

28 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Hamilelik Öncesi 10 Öneri!*” başlıklı haberde ise, davranış kararını etkileyen söylemler ile kadın sağlığının tıbbileştirilmesi konusunda içeriklerin bulunduğu görülmektedir. Haberin spotu şöyledir:

“Son yıllarda yapılan bilimsel çalışmalar, bebek sahibi olmak isteyen çiftlerin, o andan itibaren kendilerine bir anlamda çeki-düzen vermeleri gerektiğini ortaya koyuyor! Yani birtakım kurallar var ki, anne adayı hamile olmadan önce bu kurallara uyarak hamileliğe kendini hazırlamalı, baba adayı da aynı şekilde üzerine düşenleri yapmalı. ‘Sağlıklı yaşam alışkanlıkları edinmek’ olarak özetlenebilecek bu kuralların hamilelik döneminde anne karnındaki bebeğin fiziksel, zihinsel ve ruhsal gelişiminin sağlıklı olabilmesi için son derece önemli olduğunu vurgulayan Beslenme ve Diyet Uzmanı Fatma Turanlı, sağlıklı beslenmeden düzenli egzersize, ideal kilodan sigara ve alkolden kaçınılmasına dek uyulması gereken 10 kritik kuralı anlattı, önemli uyarılar ve önerilerde bulundu.”¹⁷⁸

Spottan da anlaşılacağı üzere haber metninde hamile kalmadan önce yapılması gereken 10 öneri okuyucu ile buluşturulmaktadır. Verilen önerilerin uzman tarafından desteklenmesi, haberin değerini arttırmaktadır. Anne baba adaylarının verilen önerileri uygulamayı düşünmesi bakımından, haberin davranış kararını etkileyebilecek söylemler içerdiği söylenebilir. Doğal bir süreç olan hamilelik, ara başlıklarla verilen önerilerin emir cümleleri ile kurulması sebebiyle okuyucuların gündelik yaşamlarını tıbbileştirmektedir. Beslenmeden uykuya kadar her anını denetim altında tutmak isteyen bireyin, bu noktada kapitalist sağlık sisteminin kurbanı olduğu düşünülmektedir.

Öte yandan araştırmada, toplumda yaratılan anne kimliği, anne adaylarını ya da anneleri her şeyi mükemmel yapmaya zorlayan bir baskı alanı yarattığı varsayılmaktadır. Medyanın da bu baskıyı desteklediği görülmektedir. Araştırmacı Elisabeth Bedinger, söz konusu baskıyı şöyle açıklamaktadır:

¹⁷⁸ sabah.com.tr, 28 Şubat 2018, Spot

“Çocuk sahibi olmaya karar vermek kişinin sorumluluklarının artması demektir. Mükemmel bir çocuk hayali kuran anne bunun bedelini ödeyecektir. 80’ler boyunca, çocuğun gelişiminin ve kuşku götürmeyen ihtiyaçlarının karmaşıklığı keşfedildikçe bu bedel daha da yükselmiştir. Bebek, becerileri olan, düzenine saygı gösterilmesi gereken bir kişidir ve bakımını üstlenen kadının (ya da erkeğin) kendisiyle ilgilenmesini ve ilişki kurmasını talep eder. Medyanın nöbeti devrettiği çocuk psikiyatrları ve pediatrikler annelere, doğum anından itibaren bebekleriyle iletişim kurmayı, bebeğin bağışlarını, mimiklerini ve beden hareketlerini deşifre etmeyi öğretmektedirler. Anneler bebeklerine kulak vermek, onları anlamayı ve cesaretlendirmeyi bilmek zorundadır. Annelik tarihi üzerine çalışan bir araştırmacı şunları söyler: “70’lerin neşeli ve yenilikçi özgürlüğünün ardından 80’lerde yeni normlar kendini dayatmıştır.”¹⁷⁹

Dolayısıyla daha çocuk sahibi olmaya karar verdikleri anda ebeveyn adaylarının omzuna gerek toplum gerekse medya tarafından taşınması gereken bir yük bindirilmektedir.

Özetle, genel sağlık kategorisinde incelenen haberlerin erken tanı, semptomların yönetimi, hastalıklarla mücadele, niyet, tutum ve davranış kararını değiştirmeyi tetikleme ve tıbbileştirme gibi birçok içerik bilgisine sahip olduğu görülmektedir. Haberlerde dikkat çeken bir nokta neredeyse tüm başlıkların ünlem işareti ile bitiyor olmasıdır. Noktalama işaretlerinin dikkat çekmek amacıyla kullanıldığı bilinmektedir. Bu sebeple haber başlıklarının bu doğrultuda yazıldığı sonucuna varılmaktadır.

b. Kronik Hastalıklar Kategorisinde Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

sabah.com.tr adresinde kronik hastalıklar kategorisinde Ocak ayında 1, Şubat ayında ise 2 olmak üzere toplamda 3 haberin yayınlandığı görülmektedir.

8 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan *“Tiroit Bozukluğu Gebe Kalmayı Etkiliyor”* başlıklı haberde kronik bir hastalık olan tiroit hakkında bilgiler verilerek, tiroit bezinin az çalışmasının düşük ve erken doğumlara sebebiyet verilebileceğinden bahsedilmektedir. Haber metni şöyledir:

“Tiroit hormonlarının azalması sonucu hipotiroidi hastalığının ortaya çıktığını belirten Dr. Pınar Alarşlan, “Tiroit bezi, boynumuzun ön tarafında soluk borusunun üzerinde bulunan bir salgı bezidir. T3 ve T4 adı verilen ve metabolizmamızı düzenlemeye yardımcı olan önemli tiroit hormonlarını salgılamaktadır. Bu hormonların salgısının azalmasına hipotiroidi adı verilir. Hipotiroidi hastalarında halsizlik yorgunluk metabolizmada

¹⁷⁹ Elisabeth Bedinger, *Kadınlık mı? Annelik mi?*, Çev: Ayşen Ekmekçi, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011, s. 69.

yavaşlama, kilo alma, saç dökülmesi, adet düzensizliği, kabızlık ve depresyon gibi etkiler gözlenir" dedi. (...)"¹⁸⁰

Haberde “*İyot Eksikliğine Dikkat*” ara başlığında, gebe annelerin günlük iyot ihtiyaçlarını karşılamaları gerektiğinden bahsetmektedir. Haberin, tanı ve semptomların yönetilmesi bakımından bilgiler içerdiği görülmektedir.

13 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*El Egzaması Kadınların Korkulu Rüyası Oluyor*” başlıklı haberde de bir önceki habere benzer olarak semptomların yönetimi ile ilgili bilgi paylaşımı yapıldığı görülmektedir. Haberde uzman tarafından el egzamasının ev kadınları, temizlik işçileri, aşçılar ve sağlık personellerinde daha sık görüldüğü belirtilmektedir. Ancak başlıkta yalnızca ev hanımları hedef gösterilmektedir. Haberde geleneksel kadın imajının izlerine rastlanmaktadır. Ev kadınlarının gündelik yaşamları, el egzaması ile ilişki kurularak tıbbileştirilmektedir.

Haberde “*İşte El Egzamasından Korunmanın Yolları ve Sedef İle Karıştırılabilir*” şeklinde iki ara başlığın kullanıldığı görülmektedir. Korunma yolları ile semptomların yönetimi bilgisi aktarılmaktadır. Sedef hastalığına dikkat çekilmekte ve okuyucular uyarılmakta, haberlerde kılavuzluk görevi üstlenilmektedir.

21 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Olgunlaşmamış Yeşil Muz Kabızlık Nedeni*” olarak verilen başlıkta kronik kabızlık hastalığına dikkat çekilmektedir. Haberin spotu şöyledir:

“Olgunlaşmış muzlar, kabızlıktan kurtulmaya yardımcı olabilecek iyi bir lif ve potasyum kaynağıdır. Ancak yeşil muz; şişkinlik, gaz ve kabızlık gibi rahatsızlıklara neden olabilir.”¹⁸¹

Haberde okuyucular, olgunlaşmamış yeşil muzların hastalığın belirtilerini arttırabileceği konusunda uyarılarak davranış kararlarında değişiklik yapmak amaçlanmaktadır. Haberin gündelik konuşma dilinde, sohbet havasında yazıldığı görülmektedir. “*(...) Sabahları rahat giyebileceğiniz kıyafetler, akşama doğru sizi sıkmaya başladığı oluyor mu? Cevabınız evetse, kabızlığın neden olduğu komplikasyonların günlük yaşam kalitenizi düşürmesine izin vermeyin (...)*” ifadesi bu sohbet havasında geçen haber yazımına örnek gösterilebilir. Haberde kabızlığa karşı 10

¹⁸⁰ sabah.com.tr, 8 Ocak 2018, Haber metni.

¹⁸¹ sabah.com.tr, 21 Şubat 2018, Spot

öneri verilirken, aynı zamanda hastalığın belirtileri ve tedavisi konusunda da okuyucu bilgilendirilmektedir.

Haberde verilen öneriler, emir cümleleri ile kurulduğundan, okuyucunun davranış kararlarını etkilemede etkili olabileceği düşünülmektedir. Diğer yandan tedavisi için verilen bilgilerle okuyuculara kılavuzluk görevi üstlenilmektedir.

c. Cinsellik ve Kadın Sağlığı Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Cinsellik ve kadın hastalıkları kategorisinde Ocak ayında 2, Şubat ayında 1 olmak üzere toplamda 3 haberin yayınlandığı görülmektedir. 4 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Gebelikte Ultrason ve Röntgen Çekimine Dikkat*” başlıklı haberde anneler uzman görüşü ile birlikte ultrason ve röntgen çekimi hakkında bilgilendirilmektedir. Haberin spotu şöyledir:

“Radyoloji Bölümü Uzm. Dr. Ebru Güzel, doğal yolların yanı sıra tıp alanında kullanılan tetkik ve tarama araçları, ultrason ve röntgen çekimi hakkında anne adaylarına önemli uyarılarda bulundu.”¹⁸²

Haberde röntgen çekimi ile ilgili hamile kadınlar uyarılarak, olası bebek anomaliliklerini önlemek adına röntgenin çekilmesi zorunlu olduğu zamanlarda nelere dikkat edilmesi gerektiği anlatılmaktadır. Hamile okuyucunun söz konusu habere ulaşması ve okunmasının ardından bilinçleneceği, röntgen ve ultrason muayenelerinde daha dikkatli olacağı varsayılmaktadır. Haber aynı zamanda sağlık okuryazarlığına katkı sağlamaktadır.

22 Ocak 2018’de yayınlanan “*Rahim Ağzı Kanserinden Aşıyla Korun*” başlıklı haberde ise hastalıkların yarısında ölümlü sonuçlanan rahim ağzı kanserinden korunmak için aşılamanın öneminden bahsedilmektedir. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Dünyada her yıl 530 bin kişide görülen ve hastaların yarısında ölümle sonuçlanan rahim ağzı kanserine karşı en etkili korumanın, hastalığa neden olan İnsan Papilloma Virüsü (HPV) aşısının yaptırılmasıyla mümkün olduğu belirtildi. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Enfeksiyon Hastalıkları Bilim Dalı Başkanı ve Sağlık Bakanlığı Bağışıklama Danışma Kurulu Üyesi Prof. Dr. Mehmet Ceyhan, rahim ağzı kanseri

¹⁸² sabah.com.tr, 4 Ocak 2018, Spot

farkındalık ayı dolayısıyla HPV'nin genellikle cinsel yolla bulaşan, kadınlarda ve erkeklerde çeşitli kanserlere yol açan bir virüs olduğunu belirtti."¹⁸³

Haberin spotundan da anlaşılacağı üzere, kanserden korunmamanın yolu belirtilerek, erken teşhis ve semptomların yönetimi konusunda bilgi verildiği görülmektedir. Başlıkta yer alan “*Korun*” ifadesiyle sanki yalnızca okuyan kişiye özelmış gibi bir hissin yaratıldığını söylemek mümkündür. Haber spot ve metninde, uzman görüşünden yararlanılarak, konuya dayanak sağlanmaktadır. Bu durum haberin nesnelliğini ve doğruluk boyutunu artırmaktadır.

22 Şubat tarihinde yayınlanan ve soru cümlesi ile kurulan “*Bitmek Bilmeyen Kasık Ağrıları Neyin Habercisi?*” başlıklı haberde, vajinal akıntılarının neden oluştuğu, belirtileri ve tedavisi hakkında bilgiler verilmektedir. Haberin spotu şöyledir:

*“Her kadının bildiği ve hayatının bir döneminde en az bir kere yaşadığı sağlık problemlerinin başında vajinal akıntılar geliyor. Bazı durumlarda hayli rahatsız edici olsa da doğal bir sürecin parçası olan akıntılar aynı zamanda birçok hastalığın habercisidir.”*¹⁸⁴

Haberin başlığında kasık ağrılarından bahsederken, spotta kasık ağrıları dahil edilmeden yalnızca vajinal akıntılardan söz edildiği görülmektedir. Bu durumun okuyucunun aklını karıştıracak varsayılmaktadır. Haberde 5 ara başlık kullanıldığı görülmektedir. Bu başlıklar “*İşte vajinal akıntılarının oluşma sebebi, Fizyolojik akıntılar vücudunuz için yararlıdır, Patolojik akıntılar hastalık belirtisi mi?, Tedavi için erken teşhis çok önemli, Vajinal Akıntılarının Önüne Geçmek Mümkün*” olarak sıralanmaktadır. Ara başlıklar üzerinden genişletilen haberde, haberin örgüsü, teşhis aşamasından başlayıp, tedavi sürecine dek süren bilgileri içermektedir.

Vajinal akıntı sebebinin erken teşhisinin, tedavinin geçerliliği bakımından öneminden bahsedilen haberde, erken tanı ve semptomların yönetilmesiyle ilgili bilgi aktarılmaktadır. “*Vajinal akıntılarının önüne geçmek mümkün*” ara başlığında, akıntılardan korunmak için yapılması gerekenler öneriler halinde sunulmaktadır. Bu durumda haberde davranış kararlarını etkileyebilecek söylemlerinde bulunduğu görülmektedir.

¹⁸³ sabah.com.tr, 22 Ocak 2018, Spot

¹⁸⁴ sabah.com.tr, 22 Şubat, Spot

Özetle, cinsellik ve kadın hastalıkları haberlerinin değeriendiği bölümde, kadın hastalıklarına yönelik haberlerin teşhis, tanı ve tedavi süreçlerine ilişkin bilgiler aktarılmaktadır. Araştırmada, kadın bedeninin ve sağlığının tıbbileştirilmesi ile ilgili değeriendirilebilecek veriye rastlanmamaktadır.

d. Diyet Ve Beslenme Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Diyet ve beslenme kategorisinde Ocak ayında 3, Şubat ayında 4 olmak üzere toplamda 7 haberin analizi yapılmaktadır. 3 Ocak tarihinde yayınlanan “*Bitter Çikolata Kolesterolü Düşürür*” başlıklı haberde, bitter çikolatada kan trombositlerinin* birbirine yapışmasını önleyen antioksidan sayısının yüksek olduğundan bahsedilmektedir. Haber metninde bireylerin kolesterol seviyelerini düşürmek için alışveriş listelerine eklemeleri istenen bir liste bulunmaktadır. Haber metni şöyledir:

“Kolesterol, hayat için gereklidir. Birçoğumuza kolesterolün kötü yönleri öğretilmiştir. İyi olan her şeyin fazlası aslında kötüdür. Bedenimiz hayati fonksiyonlarının birçoğunu yerine getirebilmek için kolesterole ihtiyaç duyar. Kolesterolü iki ana kaynaktan elde ediyoruz. Bunlardan birincisi aldığımız gıdalar, ikincisi ise kendi bedenimizdir. Biz kolesterolü doğal olarak başta karaciğer olmak üzere vücudumuzun her noktasında üretiyoruz. Kolesterol, hücre zarlarımızın temel iskeletini oluşturmakla birlikte testosteron, östrojen, kortizol ve progesteron gibi önemli hormonların üretilmesinde de rol oynamaktadır. Beynimiz ve bağışıklık sistemimizin de, doğru çalışması için kolesterole ihtiyacı vardır (Oysa kolesterol düşürücü ilaçların en ciddi yan etkileri arasında hafıza kaybı bulunmaktadır). Hatta yediğimiz gıdalardaki yağları ve önemli besinleri sindirebilmemiz için kullandığımız safra asitlerini üretirken bile vücudumuz kolesterole ihtiyaç duyar. Kısacası, yaşayabilmemiz için biraz da olsa yağa ihtiyacımız vardır.

Kolesterolü düşürmeye çalışarak kalp krizini önlemeye çabalamak, yediğiniz hamburgerin kalorisini düşürmek için içindeki marulu çıkarmanıza benzer. Burada marulun kalorisiz olduğunu söylemeye çalışmıyoruz. Kastımız, hedefte yanılmış olduğunuzu göstermek. Alışlagelmişin dışında olsa da doğruyu söylemek gerekirse, kalp hastalıklarını önlemeye çalışıyorsanız birincil hedef olarak kolesterol yanlış tercihtir. Peki tercih ettiğiniz gıdalar ile kolesterolü düşürebilir misiniz? Cevabım evet... Aşağıdaki sağlıklı seçenekleri alışveriş listenize ekleyin... (..)”¹⁸⁵

* Bknz: Kan pulcuğu, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=TROMBOSİT, Erişim Tarihi: 24.04.2018

¹⁸⁵ sabah.com.tr, 3 Ocak 2018, Haber metni

Metinde serbest konuşma dili kullanıldığı ve okuyuculara sorular sorularak, haberin ilgi çekiciliğinin arttırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Ancak habere muhabirin öznel tutumları da aktarılmaktadır. Örneğin, “*Birçoğumuza kolesterolün kötü yönleri öğretilmiştir. İyi olan her şeyin fazlası aslında kötüdür.*” cümleleri, öznellik taşımaktadır. Uzman görüşüne dayandırılmayan haberde, bilimsellik ve nesnelliğin kimi izlerine görebilmek ve okuyucuyu bilimsel bilgilere yönleltmek ancak kullanılan birkaç tıbbi terim ile sağlanmıştır. Araştırmada, söz konusu bilgilerin yeterli olmadığı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra haberin örgüsü düşünüldüğünde, haber, içerik bakımından hastalıkla baş edebilmeye yönelik bilgiler içermektedir. Verilen öneri listesi ile de okuyucuların davranış kararını değiştirmek amaçlanmaktadır.

Yine 4 Şubat 2018’de yayınlanan “*Yetersiz Protein Ödem Yapıyor*” başlıklı haberde de benzer bilgi türlerinin aktarıldığı görülmektedir. Haberde ödem sorununun en büyük sorununu yanlış beslenme olduğu belirtilmektedir. Ancak haber başlığında ve spotunda yalnızca ödemden bahsedilirken, haberin gövdesinde hamilelik süreci ve beslenmeden, vücut direncini korumaktan bahsedildiği görülmektedir. Araştırmada, spotta bilgi eksikliği olduğu ve başlığın haber ile uyumlu olmadığı düşünülmektedir.

Bunun yanı sıra, haberde hamilelerin beslenme tavsiyeleriyle ilgili uzman görüşünden yararlanılmaktadır. “*Günde 5 porsiyon meyve ve sebze, Haftada bir balık tüketin, Haftada iki kez kırmızı et*” ara başlıklarında da görüldüğü üzere, hamile okuyucuların beslenme alışkanlıklarını değiştirmek için davranış kararlarını etkileyen söylemlerin bulunduğu anlaşılmaktadır.

“*Aşırı Kilo Alımı Riski*” ara başlığında ise hamilelikte alınması gereken ideal kilo oranından bahsedilerek, gereğinden fazla alınan kilonun, beraberinde sağlık sorunları getirebileceğine dikkat çekilmektedir. Bu doğrultuda, haberin erken tanı ve semptomların yönetimi bilgisi içerdiği söylenebilmektedir.

23 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Diyet Yaparken Nelere Dikkat Edilmeli?*” başlıklı haberde soru cümlesi kullanıldığı görülmektedir. Soru cümlesi ile okuyucunun ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır. Haberde aç kalınarak yapılan diyetlerin yanlışlığına dikkat çekilerek, sağlıklı kilo vermek isteyenlere uzman görüşü eşliğinde önerilerin aktarıldığı görülmektedir. Haberin metni şöyledir:

“Diyetisyen Tuğba Baldede, aç kalınarak yapılan diyetlerin yanlış olduğunu söyleyerek, “Vücut çok az beslenildiğinde ya da hiç beslenilmediği zaman, bir süre sonra kendi yapısından bu ihtiyacı karşılayacaktır. Bu da tartıda bir düşüşe neden olacaktır. Bu düşüş ilk önce bizi mutlu edecektir ama daha sonra mutsuz bir sona neden olacaktır. Bu kaçınılmazdır çünkü ilk önce verdiğimiz kilolar sonrasında fazlasıyla geri dönecektir. Bunu yaşayan hastalarımız biliyor. Yani vücuda az besin geldiği zaman vücut ben bunu depolamalıyım diye düşünüyor. Gelen az besini yağ olarak depolama başlıyor. Böylece hem yağ oranımız artıyor hem de metabolizmamız yavaşlamaya başlıyor. Aslında en kötü durumlardan biri de metabolizmanın yavaşlaması. Çünkü metabolizma yavaşladıktan sonra siz kilo alımına açık duruma geliyorsunuz. Yani vücut o dönemde gelen besinler az geldiği için kendi hızını düşürüyor ve sonrasında siz normal beslenme düzeyine geçtiğiniz zaman aynı metabolizma hızınız olmadığı için kilo almaya başlıyorsunuz. Bunlar zaten sözde zayıflama diyetleri olarak adlandırıyoruz. Çünkü aç kalınarak diyet olmaz. Doğru bir diyet sizi doyurucu ve sağlık problemi yaşatmayan bir diyet olur. Çünkü biz diyetlerimizi kan tahlillerine, kişinin vücut yapısına, yağ kas oranına, boyu, yaşı hatta yaşam tarzına göre ayarlıyoruz. O yüzden diyet kişiye özeldir” ifadelerini kullandı.”¹⁸⁶

Haberde verilen bilgiler okuyucuların sağlıksız diyet alışkanlıklarını değiştirebileceği için, davranış kararlarını etkileyebilecek söylemlerin bulunduğu görülmektedir. Aynı zamanda haber okuyuculara yol gösterdiğinden kılavuzluk görevi üstlenmektedir.

Araştırma evreni içerisinde yer alan haberler çerçevesinde, direkt olarak kılavuzluk görevi üstlenen 3 haberin olduğu görülmektedir. 2 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Vücudun Doğal Protein Kaynağı: Kolojen*” başlıklı haberde kolojenin faydalarından bahsedilerek, protein oranı yüksek olan ev yapımı et suyunun tarifi verilmektedir. Haberde kolojenin faydaları, ara başlıklar halinde sıralanmaktadır. Araştırmada, haberin verilen bilgiler bakımından kılavuzluk görevi üstlendiği varsayılmaktadır. Yine 21 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Göz Sağlığı İçin Tüketilmesi Gereken Gıdalar*” başlıklı haberde de göz sağlığına katkı sağlayacak besin önerilerinin yer aldığı görülmektedir. Son olarak 23 Şubat 2018’de yayınlanan “*Kadınların En Çok İhtiyaç Duyduğu Mineral ve Vitaminler*” başlıklı haberde de kadın vücudu için gerekli olan vitamin ve mineral önerileri başlıklar halinde sıralanmakta ve her birinin nereden alınabileceği konusunda bilgiler verilmektedir.

26 Şubat 2018’de yayınlanan haberde “*Kabızlık Sorunu Olanlar Dikkat!*” başlıklı haber, ünlem cümlesi ile kurulmaktadır. Ünlem cümleleri duyguların baskın olarak vurgulandığı yapılar olarak bilinmektedir. Haberde ünlem cümleli başlığın, kabızlık

¹⁸⁶ sabah.com.tr, 23 Ocak 2018, Haber metni

sorununun sık rastlanır bir kronik hastalık olması sebebiyle, okuyucuların dikkati çekmek amacıyla kurulduğu düşünülmektedir. Haberde kabızlık sorununun, nasıl oluştuğu ve belirtilerinin neler olduğundan çok, “*yanlış beslenmeler sonunda ortaya çıkan hastalık*” olarak tarif edilmesi, araştırmada, diyet ve beslenme kategorisinde yer alması sonucu doğurmuştur. Haberin spotu şöyle verilmektedir:

“Kabızlığa yakalanmamak için günde 3 - 4 litre su tüketilmesi gerekiyor. Sabah aç karnına 2 su bardağı ılık su ya da ballı ılık su içilebilir. Öncelikle beslenme tarzınızı bol lifli ve posa bırakan gıdalardan seçmelisiniz. Suda erimeyen gıdalar ise baklagiller suda erimezler ve lif oranları yüksektir. Yani posa bırakırlar.”

Haberde kabızlıktan korunmak için yapılması gerekenler sıralanırken, semptomların yönetimi konusunda bilgi verildiği görülmektedir. Haber beslenme alışkanlıklarını etkilemek bakımından davranış kararlarını etkileyebilecek söylemler de içermektedir. Araştırmada, haberin, aynı zamanda okuyucuya kılavuzluk görevi üstlendiği varsayılmaktadır.

e. Spor Ve Egzersiz Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Spor ve egzersiz kategorisinde Ocak ayında 1 haberin yayınlandığı görülmektedir. Şubat ayında habere rastlanmamaktadır. 12 Ocak 2018 tarihinde “*Ev İşi Yapmak Sağlığa Yararlı*” başlıklı haberde, ev işi yapmanın sağlığa faydalı olduğu belirtilmektedir. Spotu olmayan haberin metni şöyledir:

“Almanya’da yapılan araştırmaya göre, ev işlerinin sağlığa faydalı olabileceği açıklandı. Bilim insanları, Avrupa ve Amerika’da yaşayan 65 yaş ve üstü insanlara ev işlerine ayırdıkları zamanı sordu. Kadınların günde beş saatini, erkeklerin ise günde üç saatini ev işlerine harcadığını belirleyen araştırmacılar, daha fazla ev işi yapanların daha sağlıklı hissettiğini gözlemledi. Ayrıca, fiziksel hareket gerektiren ev işlerinin ileri yaştaki insanları sağlığına katkı sağladığı belirlendi.”¹⁸⁷

Fiziksel hareket gerektiren “ev” işlerinin ileri yaştaki bireylerin gündelik yaşamlarında, sağlıklarına ilişkin katkı sağlandığını dikkat çeken haberde, ev işi yapmak yalnızca kadınların yaptığı bir etkinlik olarak gösterilmektedir. Söz konusu vurgu, uzman görüşüne dayandırılarak, habere nesnellik katılmaktadır. Bu doğrultuda, sağlanan

¹⁸⁷ sabah.com.tr, 12 Ocak 2018, Spot

faydanın ön plana çıkarılması bakımından haberde, okuyuculara kılavuzluk görevi üstlenildiği düşünülmektedir.

f. Güzellik Ve Estetik Kategorisinde Kadın Bedeni ve Kadına Yönelik Sağlık Haberi İncelemeleri

Güzellik ve estetik kategorisinde Ocak ayında 2, Şubat ayında 2 olmak üzere toplamda 4 haberin analizi yapılmaktadır. 17 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “Yüz Simetrisinde Çenenin Rolü Ne?” başlıklı haberde, çenenin, yüz simetrisi ve güzelliği için önemli olduğundan bahsedilmektedir. Çene estetiği ameliyatları hakkındaki bilgi, uzman görüşüne dayandırılmaktadır. Haberin spotu şöyledir:

“Çenenin yüzdeki konumu dikkate alındığında, yüz simetrisi ve güzelliği için en az burun kadar önemli olduğu bilinmektedir. Yüzün tam orta hattında bulunan çene, yüzün harmonisini oluşturan en önemli yapılardan olmasına rağmen, estetik değeri insanlar tarafından çok bilinmemektedir.”¹⁸⁸

Soru cümlesi ile kurulan başlıkta okuyucunun dikkati konuya çekilmekte ve haberin spotunda ise, sorunun cevabıyla ilgili detaylı bilgilere ulaşılmaktadır. Spotun sonunda yer alan “(...) estetik değeri insanlar tarafından çok bilinmemektedir” şeklinde yazılan ifade de kadın bedeni hastalık olmayan ve sadece güzellik ile ilgili bir konuda tıbbileştirilmektedir.

Söz konusu haberde, estetik ameliyatın yapılmasının gerekliliği uzman görüşü ile desteklenmektedir. “Çene Şekli Yüzün Tamamını Etkiliyor, Yapısı Sağlık Sorunları Oluşturuyor” ara başlıklarında ise çene yapısındaki bozuklukların gece ağız açık uyuma, ağız kokusu, diş eti hastalıkları gibi problemlere yol açtığına dikkat çekilerek, haber genişletilmektedir. Haberde çene bozukluğu olmayan ve yalnızca estetik kaygı sebebiyle ameliyat olan bireylerin, iyileşme durumlarının daha kısa zamanda olduğu belirtilmektedir.

Haber örgüsüne bakıldığında, çene estetiği ameliyatının fazlaca olumlanması, araştırmada kapitalist sistem içinde bu tür haberler aracılığıyla, ameliyatların, Pazar içinde “reklam ve pazarlama” stratejileri ile örüntülendirildiği varsayılmaktadır.

¹⁸⁸ sabah.com.tr, 17 Ocak 2018, Spot

19 Ocak 2018’de yayınlanan “*Yağ Bezesidir Deyip Geçmeyin!*” başlıklı haberde, spot şöyle verilmektedir:

“Pek çok kişinin adını hiç duymadığı ‘aksesuar meme’ son yıllarda giderek daha fazla dikkat çeken bir sağlık sorunu. Hastalar aksesuar memeyi koltuk altında hissettikleri yağ bezesine benzer yumuşak ve hareketli bir şişlik olarak tanımlıyorlar ve bu nedenle meme cerrahlarına başvuruyorlar. Genel Cerrahi Uzmanı Doç. Dr. Can Atalay, aksesuar meme dokusuyla başvuran kişilerde şikayetlerin iyi değerlendirilmesi gerektiğini vurguluyor. Peki aksesuar memede ne zaman cerrahi tedavi gerekiyor? Hastalar ne yapmalı? Doç. Dr. Can Atalay hem hastalığı anlattı hem de önemli uyarılar ve önerilerde bulundu.”¹⁸⁹

Haberin başlığında ünlem cümlesi kullanıldığı görülmektedir. Okuyuculara önemli bir gelişmenin aktarılacağı hissi yaşatılmaktadır. Nitekim haber içeriğinin de de başlığa uygun olarak, son zamanlarda adı pek duyulmayan “*aksesuar meme*” sorununa dikkat çekilmektedir. Son yıllarda bu hastalık sebebiyle doktora başvuranların sayısının arttığı belirtilen haberde, hastaların izlemesi gereken yollar anlatılmaktadır. Hastalığın belirtisi yağ bezesine benzemesinden dolayı çoğu kadınının gerekli önemi göstermediğinden bahsedilmektedir.

Haberde tanı ve semptomların yönetimi konusunda bilgi verildiği görülmektedir. Aynı zamanda haberin yağ bezesiyle karıştırılmaması konusunda okuyucuları uyarması ve doktora yönlendirmesi nedeniyle, kılavuzluk görevi üstlendiği düşünülmektedir.

8 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Daha Az İz Bırakan Laparoskopik Yöntemler*” başlıklı haberde, laporoskopiinin göbek deliğinde açılan çok küçük bir kesiyle karın içine kamera yerleştirilerek inceleme fırsatı veren ve aynı zamanda bu görüntüleme eşliğinde ameliyatın gerçekleştirilebildiği bir yöntem olduğundan bahsedilmektedir. Yöntemin avantajlarından bahsedilen haberde, okuyuculara kılavuzluk görevi üstlenilmektedir.

16 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Hava Kirliliği Yaşanmayı Etkiliyor!*” başlıklı haberde ise, kadın bedeni üzerinden tıbbileştirme yapıldığı görülmektedir. Haberde spot şöyle verilmektedir:

“Cilt, vücudun en geniş, aynı zamanda güzelliğin dışa vurulduğu en önemli organdır. Cilt yaşlanması diğer organlardan farklı seyreder. Cilt sadece içten değil, dıştan da yaşlanır.”¹⁹⁰

¹⁸⁹ sabah.com.tr, 19 Ocak 2018, Spot

¹⁹⁰ sabah.com.tr, 16 Şubat 2016, Spot

Haber başlığının ünlem cümlesinden oluşmaktadır. Yaşlanma sürecini hızlandıran faktörlerden bahsedilen haberde yaşlılık bir hastalıkmişçasına değerlendirilmektedir.

Haber metninde yer alan “(...) *estetik kaygılar, güzel görünme isteği, yaşlılık bulgularını gizleme ve daha genç görünme arzusunun artmaya devam ettiği* (...)” ifadesi söz konusu tıbbileştirmeyi doğrulamaktadır. Bireylerin yaşlanırken verdiği belirtiler “*Kırışıklıklar, Kahverengi Lekeler ve Kuruyan Cilt*” olarak 3 ara başlık halinde sıralanmaktadır. Ara başlıklarda yaşlanmanın belirtileri olarak sıralanan bu maddeler ayrıntılı olarak ele alınmakta ve haber genişletilmektedir.

Özetle, güzellik ve estetik kategorisinde yer alan haber başlıklarının ünlem cümlelerinden oluştuğunu söylemek mümkündür. Okuyucularda merak duygusu uyandıran ünlem cümlelerinin, haberde dikkat çekmek amacıyla kullanıldığı düşünülmektedir. Güzellik ve estetik haberlerinin bir çoğunda uzman görüşünden yararlanıldığı görülmektedir. Haber içeriklerinde sıklıkla kadın bedeni tıbbileştirilmektedir. Araştırmada, belirtilen yöntem ve öneriler bakımından haberlerin, okuyucu için kılavuzluk görevi üstlendiği düşünülmektedir.

3.2. Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

a. Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları

“*sabah.com.tr*” adresinde 2018 yılının Ocak ve Şubat ayında kadın sağlığını ele alarak yayınlanan toplamda 26 haber bulunmaktadır. Haberlerde sağlık iletişimi kuramlarından yararlanıldığı düşünülmektedir.

Sağlık inanç modelinde, bireyleri sağlığa ilişkin eylemleri yapmaya ya da yapmamaya neyin motive ettiği ve sağlık davranışlarının sergilenmesinde etkili olan tutumların neler olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Genel olarak 6 kategoride incelenen haberler değerlendirildiğinde, sağlık inanç modeliyle kesişen noktaları olduğu görülmektedir.

Örneğin, 28 Şubat 2018 tarihinde yayınlanan “*Hamilelik Öncesi 10 Öneri*” başlıklı haberde, anne adayının hamile olmadan önce birtakım kurallara uyarak kendisini

hamileliğe hazırlaması gerektiği söylenmektedir. Haberde bu kurallar 10 ara başlık halinde okuyucuya sunulmaktadır. Söz konusu kurallar, uzman desteği alınarak okuyucuya iletilmektedir. Sağlık inanç modeli kuramı bağlamında, sağlıklı bir hamilelik geçirmek ve sağlıklı bir bebek sahibi olmak isteyen okuyucuları, haberdeki uzman görüşünün motive edebileceği varsayılmaktadır.

Yine 26 Ocak 2018’de yayınlanan “*Sezaryen Obezite Riskini Arttırıyor*” başlıklı haberde de sağlık inanç modelinin etkilerine rastlanmaktadır. Modeli temel bileşenleri olan “*bireysel özellikler, algılar ve eylem*” bilgileriyle bireylerin davranış kararlarını etkileyebilecek söylemlerin bulunduğu görülmektedir.

Öncelikle haberi yazan muhabir, karşısındaki okuyucunun sosyo-demografik özelliklerini bilememektedir. Ancak haberi okuyan okuyucunun doğum şekli ile ilgili bir düşüncesinin bulunduğu düşünülmektedir. Doğumun herhangi bir komplikasyon gelişmedikçe normal yolla gerçekleşmesi gerektiğini düşünen ama normal doğum yapmaktan korkan bir okuyucu, haberi okuduktan sonra, sağlayacağı yararı gözetip davranış kararını bu yönde şekillendirebilmektedir. Bu kararı verirken doğumla ilgili olan algıları da önemli görülmektedir. Haberden etkilense dahi yeterli motivasyona ulaşmadığı için davranış değişikliği oluşmayacakta olabilir. Sağlık inanç modeline göre kişinin yaşamışlıkları ve deneyimleri karşılaşılan sağlık problemi karşısındaki tutumunu değiştirebilmektedir. Bu konuda net bir sonuca varmak mümkün görünmemektedir.

Sosyal öğrenme kuramında, sağlık davranışının oluşmasında kişinin bilişsel yapısı ve dış etmenlerin davranış etkisi belirleyici sayılmaktadır. Davranış sonucunda algılanan yarar ne kadar fazla ise davranışın o denli pekiştiği söylenmektedir.*

22 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Rahim Ağzı Kanserinden Aşıyla Korun*” başlıklı haberde sık rastlanan rahim kanserine aşı ile önlem alınabileceğinden bahsedilmektedir. Eğer haberi okuyan bireyler, aşı olduktan sonra alacağı yararı algılayabilir ise farkındalığın artması bakımından davranış kararını etkileyebilmektedir. Bir başka örnekte; çevresinde rahim kanseri ile mücadele eden yakınları olan biri söz

* Araştırmacılar tarafından bazı durumlarda tam tersi gözlemlendiği de görülmektedir. Bknz: Sayfa 10

konusu sağlık haberini okuduğunda, aşı olma davranışının düşünceyle eyleme daha kısa sürede geçeceği varsayılmaktadır.

İncelenen haberlerde okuyucunun davranış kararını etkileyen söylemlerin bulunduğu haberlerin sıklıkla diyet ve beslenme kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Direkt olarak beslenme şekillerini ve günlük rutinleri farklılaştırmaya yönelik yapılan haberlerde, kullanılan emir cümleleri ile, okuyucular mükemmel bedenlere adeta motive edilmektedir. Söz konusu haberlerde, nedene dayalı eylem kuramının ve transteorik modelin etkileri gözlemlenmektedir. İki sağlık iletişim modelinde de davranışın gerçekleşmek için belirli aşamalardan geçmesi gerekmektedir.

4 Ocak 2018 tarihinde yayınlanan “*Diyet Yaparken Nelere Dikkat Edilmeli?*” başlıklı haberde, sağlıklı beslenmek için yapılması gereken öneriler sıralanmaktadır. Yine 4 Ocak 2018’de yayınlanan “*Yetersiz Protein Ödem Yapıyor*” başlıklı haberde ise, sağlıklı beslenme sayesinde vücudunun ödemden korunabilmesi ve daha dirençli olması adına tavsiyelerin yer aldığı görülmektedir. Söz konusu haberleri okuyan bireylerin, beslenme şekillerinde değişiklik kararı verebilmeleri için kişisel yatkınlıkları ve amaçları önemli görülmektedir.

Transteorik modele göre değerlendirme yapıldığında, sağlıklı beslenme haberlerini okuyan ancak sağlıksız beslenen bireylerin öncelikle kendi beslenme tarzlarındaki yanlışlığı fark etmeleri gerekmektedir. Sonrasında bu davranışı değiştirmek adına verecekleri karar ve eyleme geçme planının, haberlerde verilen önerilerle destekleneceği varsayılmaktadır. Son olarak eylem ve sürdürme aşamasında ise, okuyucuların sağladığı yarar ve davranış kararlarını sürdürmedeki motivasyonları öne çıkmaktadır. Bu aşamada da haberlerde yararlanılan uzman görüşlerinin habere nesnellik katarak, okuyuculara kılavuzluk görevi üstlendiği düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda sağlık ve hastalık kavramlarının, gündelik yaşamdaki etkinlik alanlarının giderek arttığı görülmektedir. Sağlık anlayışı hasta olmaktan çok, daha sağlıklı bir yaşam sürdürebilme üzerine odaklanmaktadır. 1970’li yıllardan itibaren dünyada ve Türkiye’de hakimiyetini arttıran neoliberal politikalar doğrultusunda sağlık özelleştirilen ve endüstrileştirilen bir alana dönüşmektedir. Neoliberal sistemin özünün tüketime dayandığı söylenebilir. Dolayısıyla endüstrileştirilen sağlık; ilaç, kozmetik, Tıp teknoloji sektörlerinin, sigorta şirketlerinin, özel hastane ve polikliniklerin katkıları ile bireylere pazarlanmaktadır. Söz konusu endüstri bireylerin gündelik yaşamlarını tıbbileştirerek, bedenleri denetim altına almaya çalışmaktadır.

Foucault, bu denetimi biyo-politika kavramıyla açıklamaktadır. Bedenin disipline edilmesini sağlayan biyo-politika, kapitalizmin gelişimine ve yalnızca tüketimine odaklanılmasına neden olmaktadır.

Bu süreçte bedenin fiziksel gelişimi doğanın bir parçası iken, kültürün bir parçası haline gelmiş ve böylece hem sağlığın hem de tüketimin ortak bir noktada buluşmasını sağlamıştır. Nitekim çağdaş toplumlarda beden, en önemli tüketim alanlarından biri olarak görülmektedir. Modern ve postmodern toplumlarda bedenin üretim işlevinden çok, tüketim işlevi üzerinde durulmaktadır.

Bedeni bir tüketim nesnesine dönüştüren bu yeni sağlık anlayışının özellikle kadınlara daha uygun olduğu gerçeği kaçınılmazdır. Tarih boyunca, geleneksel ya da modern toplumlarda kadının bedeni hakkındaki tartışmalar sürekli olarak var olmuş ve kadın bedeni bir sorunsala dönüşmüştür.

Sağlık ve hastalık kavramları, toplumsal cinsiyet anlayışlarına göre değerlendirildiğinde, kadınların yaşam süreçleri boyunca daha fazla tıbbileştirilmeye müsait olduğu görülmektedir. Kadınların fizyolojileri gereği yaşadıkları adet, hamilelik, doğum ve menopoz gibi süreçler ve bu süreçlerde yaşadıkları sıkıntılar, birçok kanaldan tıbbileştirilmektedir.

Söz konusu kanallar üzerinde durulacak olursa, bireylerin sağlık mesajlarını aldıkları en aktif kanalın yeni medya ortamları olduğu görülmektedir. Yeni medya internet üzerinden çeşitli biçimlerde bilgi paylaşımına olanak sağlayan, interaktif bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar, internet üzerinden sağlık bilgisi arama davranışı oranının yüksek olduğunu göstermektedir. TÜİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasına göre 2016 yılında sağlıkla ilgili bilgi arama oranının %65,9 olduğu ifade edilmektedir.¹⁹¹

Araştırmada, Yeni medyada sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği doğrultusunda, kadın üzerindeki beden politikalarının nasıl inşa edildiği, söz konusu insanın sağlık iletişim kuramları çerçevesinde, kadın sağlığı haberlerinin nasıl tıbbileştirildiğini belirlemektir. Bu bağlamda sağlık iletişimi, sağlık iletişimi kuramları, Yeni medya, sağlık haberciliği, beden, tıbbileştirme ve Yeni medyada kadının temsili konuları üzerinde durulmaktadır. 2018 yılında en çok tıklanan 3 haber sitesinin Ocak ve Şubat ayında, kadın sağlığı kategorisinde yayınlanan toplamda 97 haberin değerlendirilmesi yapılmaktadır.

Araştırmada haber içeriklerinde (*metinsel yapıların incelenmesi olarak*) özellikle başlık, ara başlık, spot ve haber gövdesinde yer alan anlam yapıları ve ilişkileri, belirlenen kodlar doğrultusunda ilişkilendirilerek ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, sağlık haberlerinin Yeni medyada, sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği üzerinden kadın sağlığı ve kadın bedenini nasıl şekillendirdiğine/bilgilendirdiğine odaklanılmaktadır.

Araştırmanın örnekleme çerçevesinde, nitel araştırma yöntemi olarak içerik analizinin; amaca yönelik örneklem seçim tekniği kullanılmaktadır. İncelenen kadın sağlığı haberleri “*genel sağlık, kronik hastalıklar, cinsellik ve kadın hastalıkları, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, estetik ve güzellik*” olmak üzere 6 kategoride incelenmektedir. Her bir kategori de araştırmanın içerik yönergesinde belirtilen sorulara cevap aranmaktadır. Yönerge iki bölüme ayrılmaktadır. Birincisi, “*Yeni Medya’da Kadına*

¹⁹¹ Bkzn: Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Raporu, 2016, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779>, Erişim Tarihi: 27.04.2018

Yönelik Haberler İçeriklerinin Konularına Göre Dağılımı”dır. İkinci bölüm ise, “*Yeni Medya’da Kadın Sağlığı Haberleri Ve Sağlık İletişimi Kuramları İle İlişki Boyutları*” üzerinde durulmaktadır. Haber içeriklerinin konularına göre dağılımlarının ele alındığı bölümde, “*haberlerde erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla mücadele bilgisi taşıyor mu, niyet, tutum, davranış kararlarını etkileyebilecek söylemler bulunuyor mu, okuyuculara kılavuzluk görevi üstleniliyor mu, kadın sağlığı üzerinden tıbbileştirme yapılıyor mu?*” soruları cevaplanmaktadır.

Yapılan araştırmada, “**hurriyet.com.tr**” adresinde Ocak ve Şubat ayında toplam 31 haberin analizi yapılmaktadır. En çok haberin *genel sağlık kategorisinde* olduğu görülmektedir. Genel sağlık kategorisinde “*erken tanı ve semptomlarla baş edebilme, hastalıklarla mücadele edebilme bilgisinin*” sıklıkla verilmektedir. Haberlerin, dil bakımından sade ve anlaşılır olduğu düşünülmektedir. Dil olarak genellikle geniş zaman ve şimdiki zaman kullanılmaktadır. Birçok haberde uzman görüşü kullanılarak okuyucuya güven verilmeye çalışılmakta ve haberde nesnellik sağlanmaktadır. Genel sağlık haberlerinin tamamının okuyucuya kılavuzluk görevi üstlendiği varsayılmaktadır. Kadın bedeninin tıbbileştirilmesi konusunda yalnızca bir haberde veriye rastlanmaktadır. 23 Ocak 2018 tarihinde “*Ödem Neden Oluşur? Ödemden Kurtulmanın Yolları*” başlığıyla verilen haberde hamilelik, adet dönemi ve menopozun hastalık olarak görüldüğü anlaşıldığından, haberde tıbbileştirme yapıldığı düşünülmektedir.

Kronik hastalıklar kategorisinde 7 haberin analizi yapılmaktadır. İncelenen haberlerin büyük bir kısmında kronik hastalıklar ile ilgili bilgiler verilerek, okuyucuları hastalıkların teşhisine yönlendirmektedir. Teşhis, doktor tarafından hastanın hikayesi, bulguları ve çeşitli tanı araçlarıyla konulabilen bir kavramdır. Bu bileşenler olmadan bireylerin teşhise yönlendirilmesinin, yanlış tanı sebebiyle ciddi sağlık problemlerine yol açabileceği düşünülmektedir. Söz konusu kategoride kadın sağlığının tıbbileştirilmesi ile ilgili veriye rastlanılmamaktadır.

Cinsellik ve kadın hastalıkları kategorisinde ise 4 haber yer almaktadır. Daha çok erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla mücadele konularında bilgiler

verilmektedir. Okuyucuya kılavuzluk görevi üstlenen haberlerinde bulunduğu görülmektedir.

Diyet ve beslenme kategorisinde 8 haberin analizi yapılmaktadır. Haberlerde okuyucuya kılavuzluk görevi üstlenmek, hastalıklarla mücadele etmek ve davranış değişikliği kararlarını değiştirmek konusunda bilgi ve söylemlerin yer aldığı söylenebilmektedir. Genel olarak haber başlık ve spotlarında okuyucunun ilgilisi çekecek cümleler kullanılmaktadır. Verilen mesajlar aracılığıyla “*fit vücut kavramı*” üzerinde durularak, kadın bedeni tıbbileştirilmektedir. “*hurriyet.com.tr*” sitesinde seçilen tarih aralıklarında *spor ve egzersiz* haberinin yayınlanmadığı görülmektedir.

Güzellik ve estetik kategorisinde 3 haberin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Medyanın kadın estetik algısı ve estetik girişimi üzerinde (*cerrahi, kozmetik ürün vb.*) büyük etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Haberler üzerinde yapılan incelemeler bu düşünceleri doğrulamaktadır. Bedenin hasta olmayan ve tedavi gerektirmeyen uzuvları, yaşlanma, estetik bozukluklar birer hastalık gibi duyurulmaktadır. Bireylerin bir an önce bu hastalıklardan kurtulması konusunda, dikkat çekici soru ve ünlem cümleleri ile davranış kararını etkileyebilecek söylemlerde bulunmaktadır. Dolayısıyla kadın bedeni ve sağlığı tıbbileştirilmektedir.

Genel sağlık kategorisinde yer alan haberlerin *sağlık iletişimi kuramları* ile olan bağlantıları ele alındığında sağlık inanç modeli, sosyal öğrenme kuramı, nedene dayanan eylem kuramı, transteorik model ve yeniliklerin yayılması modeline ilişkin verilere rastlanmaktadır.

“milliyet.com.tr” adresinde 2018 yılı Ocak ve Şubat ayında kadın sağlığı kategorisinde toplamda 40 haberin analizi yapılmaktadır. Haber sitesinde okuyuculara haberlerin tarihlerinin aktarılmadığı görülmektedir. Sitede “*stok haber*” ya da “*depo haber*” denilen uygulamalar bulunmaktadır.

Sitede genel sağlık kategorisinde, 12 haberin yayınlandığı görülmektedir. Haberlerde yoğun olarak erken tanı ve semptomların yönetimi konusunda içerik bilgisi verilmektedir. Ele alınan birçok konunun sadece kadın okuyucuların değil, aynı zamanda erkek okuyucuların da sağlığını etkileyebilecek konu başlıklarından ve hastalıklardan

oluştugu gör÷lmektedir. Ancak tüm haberlerde görsel olarak kadın bedeni kullanılması dikkat çekicidir.

Kronik hastalıklar kategorisinde, 4 haberin incelemesi yapılmaktadır. Haber içeriklerinde sıklıkla hastalıklarla baş edebilme bilgisinin aktarıldığı gör÷lmektedir. Söz konusu bilgi aktarımı yapılırken, uzman görüşünden yararlanılmadığı anlaşılmaktadır. Bu konuda “*hurriyet.com.tr*” ile yapılacak bir karşılaştırmada, *hurriyet.com.tr*’nin haberlerde uzman görüşüne sıklıkla yer verdiği, ancak *milliyet.com.tr* sitesinin uzman görüşünde değil, alternatif tıp gibi ev bakımı üzerinden bireylere öneriler sunduğu izlenmektedir.

Cinsellik ve kadın hastalıklar kategorisinde, toplamda 10 haber yayınlanmaktadır. Haber içeriklerinde erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla baş edebilme, inanç, niyet ve davranış kararlarını etkiyebilecek söylemler, kılavuzluk görevi üstlenme ve kadın sağlığının tıbbileştirilmesi ile ilgili veriler tespit edilmektedir. Yapılan tıbbileştirmelerin doğum, adet gibi kadınların doğal süreçler üzerinden gerçekleştiği saptanmaktadır.

Diyet ve beslenme kategorisinde ise toplamda 6 haberin yayınlandığı gör÷lmektedir. İncelenen 6 haberin tamamında kadın bedeni üzerinde durulmaktadır. Beden formunun korunması ile ilgili öneriler sıralanmaktadır. Ancak bu noktada belirtilmesi uygun gör÷len bir durum söz konusudur. Araştırmada “*üzüm diyeti, zayıflama çayları*” gibi haberlerde, gerek çelişkili yaklaşımlar gerekse de okuyucunun sağlıklı beslenme yönünde gösterdikleri adımları yanlış yönlendirebilme olasılığı ile sitenin haber içeriğinde “*haber in doğruluk değeri*” taşıması ilkesinin göz ardı edildiği varsayılmaktadır.

Spor ve egzersiz kategorisinde yer alan 1 haberin incelemesi yapıldığında, emir cümlesi ile kurulan ara başlıklar ile okuyucuların dikkati çekilmeye çalışılmaktadır.

Güzellik ve estetik kategorisinde 7 haberin analizi yapılmaktadır. Özetle, hastalık ve tanı bilgilerine yer verilmeden, uzman görüşüne ya da kaynağa başvurulmadan, tavsiyeler üzerinden haberlerin yapıldığı gör÷lmektedir. Soru cümleleri içeren başlıklar

sıklıkla kullanılarak okuyucuların ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır. Yaşlanma, kırıksıklık gibi doğal süreçler, verilen öneriler bakımından tıbbileştirilmektedir.

“*milliyet.com.tr*” adresinde yer alan haberlerin *sağlık iletişimi kuramları* ile kesişen tarafları değerlendirildiğinde, sağlık inanç modeli ve sosyal öğrenme kuramıyla ilişkili haber sayısının daha fazla olduğu söylenebilir. Nedene dayalı eylem kuramı, transteorik model ve yeniliklerin yayılması kuramıyla ilişkili haberlerde bulunmaktadır.

“*sabah.com.tr*” adresinde 2018 yılı Ocak ve Şubat aylarında kadın sağlığı kategorisinde toplamda 26 haberin yayınlandığı görülmektedir. En sık haber yapılan kategorinin genel sağlık haberleri olduğu anlaşılmaktadır.

Genel sağlık kategorisinde toplamda 8 haberin yayınlandığı görülmektedir. İncelenen haberlerin erken tanı ve semptomların yönetimi, hastalıklarla baş edebilme, inanç, niyet ve davranış kararlarını etkileme, okuyucuya kılavuzluk görevi üstlenme gibi içeriklere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Haberlerde dikkat çeken bir nokta neredeyse tüm başlıkların ünlem işaretiyle bitiyor olmasıdır. Noktalama işaretlerinin dikkat çekmek amacıyla kullanıldığı bilinmektedir. Bu sebeple haber başlıklarının bu doğrultuda yazıldığı sonucuna varılmaktadır. Doğum ve gebelik konularında yapılan haberlerde tıbbileştirme yapıldığı görülmektedir.

Kronik hastalıklar kategorisinde yer alan 3 haber incelendiğinde, okuyuculara kılavuzluk görevi üstlenilerek, semptomların yönetimi konusunda bilgi verilmektedir. El egzamasının anlatıldığı bir haberde, egzamanın ev kadınlarında sıklıkla görülebildiği, ilgi çekici bir dille anlatılmaktadır. Haberde kadınların gündelik yaşamlarının tıbbileştirilmesi söz konusudur.

Cinsellik ve kadın hastalıkları kategorisinde toplamda 3 haberin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Haberlerde hastalıkların teşhis, tanı ve tedavi süreçlerine yönelik bilgi aktarımı yapılmaktadır. Kadın sağlığının tıbbileştirilmesi ile ilgili veriye rastlanmamaktadır.

Diyet ve beslenme kategorisinde ise, 7 haberin analizi yapılmaktadır. Genel olarak haber içeriklerinde okuyucuların davranış kararlarını etkileyebilecek söylemlerin

bulunduğunu söylemek mümkündür. Bildirim ve soru cümlelerinden oluşan başlıklarla, okuyuculara sağlıklı beslenme konusunda bilgiler verilmektedir.

Spor ve egzersiz kategorisinde “milliyet.com.tr” adresindeki habere benzeyen ve yine ev kadınlarını ilgilendiren bir habere rastlanmaktadır. Ev işi yapmanın yalnızca kadınlara yönelik bir etkinlik olduğunu ifade eden haberde, kadınların gündelik yaşamları tıbbileştirilmektedir.

Güzellik ve estetik kategorisinde ise 4 haberin yayınlandığı görülmektedir. Haber başlıklarının ünlem cümlelerinden oluştuğunu söylemek mümkündür. Haberlerin birçoğunda kaynak olarak uzman görüşünden yararlanılmaktadır. Haber içeriklerinde sıklıkla kadın bedeni tıbbileştirilmektedir.

“sabah.com.tr” adresinde yer alan sağlık haberlerinin sağlık iletişimi kuramları ile olan ilişkisi değerlendirildiğinde, diğer iki haber sitenin sonuçlarıyla benzer sonuçlara ulaşılmaktadır. Yine sağlık inanç modeli ve sosyal öğrenme kuramının etkileri, diğer kuram ve modellere oranla daha baskındır. Diyet ve beslenme kategorisinde transteorik modelden etkilenen haber sayısı da fazladır.

Sonuç olarak, araştırmanın hipotezi bölümünde bahsi geçen kadın sağlığının “genel sağlık, kronik hastalıklar, diyet ve beslenme, spor ve egzersiz, güzellik ve estetik” gibi konu başlıkları doğrultusunda özellikle “doğum, adet, menopo, yaşlılık” gibi süreçlerde kadın okuyuculara sunulan yaklaşım tıbbileştirilmesi hipotezi doğrulanmaktadır.

- Araştırmanın 1.alt hipotezinde bahsedildiği gibi, sağlık haberlerinde kadın bedeni ve kadın sağlığına ilişkin veriler bulunmaktadır. Bu doğrultuda Alt Hipotez 1 doğrulanmaktadır.
- 2. alt hipotezde belirtildiği üzere, sağlık haberlerinde kadınlar beden politikası üzerinde yeniden inşa edilmektedir. Bu doğrultuda Alt Hipotez 2 doğrulanmaktadır.
- Ve son olarak 3. alt hipotezinde açıklanan, sağlık haberlerinde özellikle “adet, hamilelik, doğum, menopo ve yaşlılık” evrelerinde

tıbbileştirilmelerin yapıldığı doğrulanmaktadır. Bu doğrultuda Alt Hipotez 3 doğrulanmaktadır.

Araştırmada 4 temel varsayımında bulunmaktadır. Buna göre, Yeni medyanın sağlık haberlerine bakış açısının kapitalist ideoloji ve tüketim kültürü üzerinden kurulduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda Temel Varsayım (1) doğrulanmaktadır.

- İkinci Temel varsayım, “*Sağlıklı birey, sağlıklı yaşam tarzı*” sloganı ile beden politikalarında kadın, adeta yeniden inşa edilmektedir” olarak belirtilmekteydi. Araştırma verilerine dayanarak, söz konusu politikaları ön plana çıkartan haberlere rastlanılmaktadır. Bu doğrultuda Temel Varsayım (2) doğrulanmaktadır.
- Üçüncü Temel varsayım, haberlerde tıbbileştirme yapıldığına dair, araştırma verileriyle desteklenmektedir. Bu doğrultuda Temel Varsayım (3) doğrulanmaktadır.
- Dördüncü Temel varsayım, geleneksel ve yeni medya arasındaki haber yapım süreçleri ve editöryel süreçler üzerinde farklılıklar olduğu yönündeydi. Yeni medyadaki farklar araştırma bölümünde tespit edilmektedir. Bu doğrultuda Temel Varsayım (4) doğrulanmaktadır.

Araştırmada son olarak öneriler de sunulmaktadır. Yeni medyada sağlık haberlerinin kadın bedeni üzerinden gerek fotoğraflar, gerekse de tasarımsal özellikleri ile desteklendiği görülmektedir. Söz konusu haberlerin tıbbileştirildiği görülmektedir. Kadın sağlığı haberlerinin çeşitliliği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla her 3 sitenin okuyucular tarafından izlendiği düşünüldüğünde, gerek tıbbileştirme yolunun tercih edilmesi gerekse de haberler üzerindeki yanıltıcı bilgi ve düzenlemelerin yapıldığı görülmektedir. Böylesi hataların olmaması adına, araştırmada, sağlık muhabirlerinin haber konuları hakkında yeterli bilgiye ve beceriye sahip olmaları gerektiği varsayılmaktadır. Bunun yanı sıra uzman görüşlerinden faydalanılmasının ve haberin nesnelliğinin korunmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Haber metinlerinin okuyucuya ulaşmadan önce doğru bir redakte sürecinden geçmesi gereklidir.

KAYNAKÇA

(.../...), T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI ANA ÇOCUK SAĞLIĞI VE AİLE PLANLAMASI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, **Doğum ve Sezaryen Eylemi Yönetim Rehberi**, Ankara, 2010.

(.../...), U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES, **Office of Disease Prevention and Health Promotion, Healty People 2010**. Volumes 1-2, Chapt. 11, 2010.

ACHARYA U, vd., **2011 National Survey on Nepali Journalist**, 2012.

AÇIKGÖZ A., **Kadınların Kansere Konusunda Bilgi ve Tutumları ile Erken Tanı Yöntemlerine Yönelik Davranışları**, DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 3, 2011.

ADAK, N. Ö., **Sağlık Sosyolojisi**, Kadın ve Kentleşme, İstanbul: Birey Yayınları, 2002.

AKTAŞ, S., **Medyanın Kadın Estetiği Üzerine Etkileri ve Ebenin Rolü**, Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, Cilt 17, Sayı 3, 2014.

ANKER AE, REINHART AM, FEELEY TH., **Health information seeking: A review of measures and methods**, Patient Education and Counseling , Cilt 82, Sayı 3, 2011.

ARNOLD, E.J., **Toward a Broadened Theory of Preference Formation and the Diffusion of Innovations: Cases from Zinder Province**, Niger Republic, Journal of Consumer Research, Vol 16, 1989.

ASLANTÜRK H., **Türkiye’de Biyo-İktidar açısından Sağlık Hizmetleri ve Kadın**, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi-2016, ss.571-595. Erişim link: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/355931>, Erişim tarihi: 23.04.2018.

ATABEK, Ü., ATABEK, G. ve BİLGE, D., **Televizyon Sağlık Programlarında İdeolojik Söylemler**, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Özel Sayı: 3, 2013.

AVCI K. , Avşar Z., **Sağlık İletişimi ve Yeni Medya**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 39, 2014.

AYDIN, İ., **Üniversite Öğrencilerinin Kendi Kendine Meme Muayenesi Hakkında Bilgileri ve Uygulamaları**, Atatürk Üniv. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, Cilt 7, Sayı 3, 2004.

AYDIN, O.Ş., **Teknoloji, Haber, Nesnellik- Yeni Medya Üzerine**: Tartışma Notları, İstanbul, 2011.

AYDOĞDU, K. İ, **Online Gazetecilik ve Haber Sitelerinin Tasarımı**, Değişen Dünyada Gazetecilik, Ed: Gülgün Erdoğan Tosun ve Hanifi Kurt, Ankara: Orion Kitapevi, 2016.

AYTEKİN, Ç., **Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği**, (Ed.) Deniz Yengin, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2012.

BABROW, A. S., MATTSON, M., **Theorizing About Health Communication**, Handbook of Health Communication, London: Routledge Publisher, 2003.

BALTAŞ, Z., **Sağlık Psikolojisi**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2007.

BANDURA, A., **Health Promotion by Social Cognitive Means**, Health Education & Behavior, Vol:31, 2004.

BAŞARAN, İ. E., **Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü**, Ankara: Siyasal Kitabevi, 1991.

BAUDRILLARD, J., **Tüketim Toplumu**, Çev: Keskin, F., Tural, N., İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 8. Baskı, 2016.

BEDINGER, E., **Kadınlık mı? Annelik mi?**, Çev: Ayşen Ekmekçi, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

BERLAND GK, ELLIOTT MN, MORALES LS, ALGAZY JI, etc. **Health Information On The İnternet, Accessibility, Quality, And Readability İn English And Spanish**, JAMA, 2011.

BEZİRCİOĞLU İ. ve Ark., **Menopoz Öncesi ve Sonrası Dönemde Depresyon-Anksiyete ve Yetiyitimi**, Türk Psikiyatri Dergisi, Cilt 15, Sayı:3, 2014.

BİNARK M., **Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu**, Yeni Medya Çalışmaları, Ankara: Dipnot Yayınevi, 2007.

BRION R. F., Dee, B., **Effective Mass Communications Stratagies for Health Campaigns**, Mass Media and Public Health: Complexities and Conflicts, London: Sage Publications, 1990.

BRYAN T. S., **Tıbbi Güç ve Toplumsal Bilgi**, Çev: Ümit Tatlıcan, Bursa: Sentez Yayınları, 2011.

BÜLBÜL, A.R., **Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2001.

CAMPION V.L., SKINNER C.S., **The Health Belief Model. Health Behavior And Health Education: Theory, Research And Practice**. San Francisco: Jossey Bass, 2008.

CAN, A. B. ve diğerleri, **Sağlık Arama Davranışı Olarak İnternet Kullanımını İnceleyen Araştırma**, Cumhuriyet Tıp Dergisi, Sayı 36, 2014.

CANATAN, K., **Beden Sosyolojisi**, İstanbul: Açılım Kitap, 2011.

ÇALIK Y.K., Aktaş. S., **Gebelikte Depresyon: Sıklık, Risk Faktörleri ve Tedavisi**. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi, Cilt 3, Sayı 1, 2011.

ÇINARLI, İ. **Sağlık İletişimi ve Medya**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2008.

ÇINARLI, İ., **Stratejik Sağlık İletişiminin Sağlığın Tıbbileştirilmesindeki Rolü**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Süreli Elektronik Dergi, Sayı 43, Güz, 2016.

DEMİR, K., **Rogers'ın Yeniliğin Yayılması Teorisi Ve İnternette Ders Kaydı**, 367-392, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Yaz, Sayı 47, 2006.

DENİZ Akgün, **Kapitalizm Hasta Eder**, *Toplumcu Tıp*, Ankara: Nota Bene Yayınları, 2014.

DIPROSE, R., **The Bodies of Women: Ethics, Embodiment and Sexual Difference**, London and New York: Routledge. 1994.

DONOHEW L., Ray, E.B., **İntroduction: System Perspectives on Health Communication, Communication and Health: Systems and Applications**, Hillside: Lawrence Erlbaum, 1990.

ELAYNE Clift, VICKI Freimuth, **Health Communication: What it is and What it can do for you?**, Journal Of Health Education, Vol 26, No.2, 1995.

ELDER, J. P., **Behavior Change & Public Health in the Developing World**, California: Sage Publications, 2001.

FINDIKÇIOĞLU K., FINDIKÇIOĞLU F., ÖZMEN S., ÇELEBİ M. C., **Kliniğimizde Yatarak Tedavi Gören Estetik ve Rekonstrüktif Hasta Profili**, Gazi Tıp Dergisi, Cilt 16, Sayı 2, 2005.

FOUCAULT, M., **Hapishanenin Doğuşu**, Çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge Kitabevi, 6. Baskı, 2015.

GALARCE M, RAMANADHAN S, VISWANATH K., **Health Information Seeking**, Thompson TL, Parrott R, Nussbaum JF(der), The Routledge Handbook Of Health Communication, Newyork: Routledge, 2011.

GENCEL B. M., MUTLU B., **Medya ve Cinsiyetçilik**, Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları, 2000.

GERAY, H. **İletişim ve Teknoloji**, Ankara: Ütopya Yayıncılık, 2003.

GIDDENS, A., **Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum**, Çev: Ü. Tatlıcan, İstanbul: Say Yayınları, 2014.

GIDDENS, A., **Sosyoloji**, Ankara: Ayraç Yayınevi, 2000.

GRAEFF JUDITH A., **Communication for Health and Behavior Change: A Developing Country Perspective**, San Fransisco: Josey-Bass Publishers, 1993.

GREEN L.W., **Prevention and Health Education in Clinical, School and Community Settings**, Stamford: Connecticut, 1998.

GREEN, J., **Key Concepts for Public Health Practice: Evaluation**, Buckingham: Open University Pres. 2006.

HAMZAOĞLU, O. Yavuz, C., **Sağlıkta AKP’li Dönemin Bilançosu Üzerine**, Mülkiye Dergisi, Sayı 252, Cilt 30, 2006.

ILLICH, I., **Medical Nemesis: The Expropriation of Health**, London: Calder and Bryers Press, 1975.

ILLICH, I., **Sağlığın Gaspı**, Çeviren: Süha Sertabiboğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 3. Baskı, 2011.

IŞIK, E., **Beden ve Toplum Kuramı**, İstanbul: Bağlam Yayınları, 1998.

JENKINS, H., **Converange Culture: Where Old New Media Collide**, Us: New York Univ. Press, 2006.

JUNG M., **Determinants of Health Information-Seeking Behavior: Implications for Post-Treatment Cancer Patients**, Asian Pac J Cancer Prev, 2014.

KALAN, Ö. Foucault'un Biyopolitika Kavramı Bağlamında Moda Ve Beden: Vogue Dergisi Üzerine Bir Söylem Analizi. Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 8, Sayı 3, 2014.

KANNAMPALLIL TG, FRANKLİN A, MISHRA R, ALMOOSA KF, COHENT, PATEL VL, **Understanding the nature of information seeking behavior in critical care: Implications for the design of health information technology**”, Artificial Intelligence in Medicine, Cilt 57, Sayı 1, 2013.

KAYA İ., **Klasik Sosyolojide Beden Problemi Ve Birer Bedensel Deneyim Olarak Sağlık-Hastalık Çözümlemeleri**, G.O.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: I, Sayı:1, 2013.

KESKİN, A.O. ve Ark., **Yaşlanma ve Yaşlılıkla İlgili Nörolojik Hastalıklar**, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Osmangazi Tıp Dergisi, Cilt 38, Özel Sayı 1, 2016.

KOCABIYIK, Z., **Türkiye’de Sağlık Konulu Yayıncılık İlkelerinin Belirlenmesi**, İstanbul, 2011.

KÖSE, E., “Bir Keşif Olarak Modern Kadınlık: Tıp, Beden Ve Cinsellik,” *Fe Dergi* 1, Sayı 2, 2009.

KURBAN, Z., **Yeni Medya Türkiye’de Sağlık Haberciliği**, www.Hurriyet.Com.Tr **2016 Haberleri Üzerinden Bir İnceleme**, 1. Sağlık Hizmetlerinde İletişim Kongresi, İzmir, 2016, <http://saglikhizmetlerindeiletisim.com>, Erişim Tarihi: 30.03.2018

KURT, H., **Gazetecilik Mesleğine Bir İmkan Olarak Yeni/Sosyal Medya Ortamları, Değişen Dünyada Gazetecilik**, Ankara: Orion Kitabevi, 2016.

LEHMANN BA, RUITER RAC, KOK G., **A Qualitative Study Of The Coverage Of In Uenza Vaccination On Dutch News Sites And Social Media Websites**, BMC Public Health, 2013.

LUCAS K, Lloyd B. **Health Promotion, Evidence and Experience**, London: Sage Publications, 2005.

LUPTON, D., **Medicine As Culture: Illness, Disease and the Body**, London: Sage Publications, 1994.

MESCH G. vd., **Minority Status and Health Information Search: A Test Of The Social Diversification Hypothesis**, Socail Science&Medicine, Cilt 75, Sayı 5, 2012.

MORISKY, D.E., **Communication Assesment of Behavior**, Chapter 7.4, Oxford Textbook of Public Health, R. Detels, J. McEwen, R. Beaglehole and H.Tanaka (eds) Oxford Textbook of Public Health, Oxford University Press, 2002.

MUTLU, E., **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ark Yayınevi, 1998.

NAHCIVAN N.Ö., SEÇKİNLİ S., **Meme Kanserinde Erken Tanıya Yönelik Tutum ve Davranışlar: Bir Rehber Olarak Sağlık İnanç Modelinin Kullanımı**, Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, Cilt 7, Sayı 1, 2003.

OKAY, A, **Sağlık İletişimi**, İstanbul: Derin Yayınları, 2008.

OKTAY, M., **Davranış Bilimlerine Giriş**, İstanbul: Der Yayınları, 1996.

OLGUNDENİZ, S.S., ÇATALCALI, A., **Dergi Kapaklarında Kullanılan Haber Başlıklarının Dili ve Söylemi: Diyet ve Moda Haberleri Aracılığıyla Oluşturulan Kadın Kimlikleri**, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt 7, Sayı 1, 2011.

ÖĞÜT, P., **Türkiye’de Sağlık Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi ve Hürriyet Gazetesi Örneği**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Üniversitesi, 2013.

ÖZERKAN Ş.A., **Medya, Dil ve İletişim**, İstanbul: Martı Yayınları, 2001.

ÖZTÜRK, N., **Bir Beden Sosyolojisi Problemi Olarak Namus Kavramı ve Kadın Bedeni**, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karaman, 2012.

PETER, C., **The Medicalization Of Society: On The Transformation Of Human Conditions Into Trelable Disorders**, Michigon: John Hopkins University Press, 2007.

POSTMAN, N., **Televizyon Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Çev: Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 4. Baskı, 2016.

RATZON, S. C., **“Preface” Journal of Health Communacation, Suppmental Issue**, 1998.

RILEY, D. **Am I that name? Feminism and the Category of ‘Women’ in History**, MN: University of Minnesota Press, 1988.

ROHLEDER, P., **Critical Issues in Clinical and Health Psychology**. London: Sage Publications, 2012.

RYAN, D., JONES, C., **Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation**, London and Philadelphia: Kogan Page, 2009.

SCHIAVO, R. **Health Communication: From Theory to Practice**, San Francisco: Jossey Bass, 2007.

SEZGİN, D., **Tıbbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

SEZGİN, D., **Yaşam Tarzı Önerileri Bağlamında Sağlık Haberlerinin Analizi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2001.

TANER, Ş., AKSU, F., **Sağlık Hizmetlerinde Piyasa Dinamikleri**, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 40, Sayı 3, 2007.

TEKİNALP Ş., UZUN R., **İletişim Araştırmaları Kuramları**, İstanbul: Derin Yayınları, 2004.

THOMAS, K.T., **Health Communication**, New York: Springer Science, Business Media Inc. 2006.

TİMİSİ, N., **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003.

TOP, M., ŞAHİN B., **Hastane Endüstrisinde Değişen Sınırlar: Avrupa Ülkelerinde Yaşanan Son Yirmi Yıllık Süreç**, Sağlık İdaresi Dergisi, Sayı 1, Cilt 7, 2004.

TÖRENLİ, N., **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimleniş: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.

VAN D., J. **The Network Society: Social Aspects of New Media**. London: Sage Publications. 1999.

WALLANCE, R. A., WOLF, A., **Çağdaş Sosyoloji Kuramları**, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2012.

WASKUL D., VANNINI, P., **İntroduction: The Body in Symbolic İnteraction, Body-Embodiment Symbolic İnteraction And The Sociology Of Body**, Hampshire: Ashgate Publishing, 2006.

WEINIG, O. vd., **Gesundheitskommunikation im Öffentlichen Gesundheitswesen Bewaeltigung von Risiken und Krisen**, 2004.

WILLIAMS, F., RICE, R. E., ROGERS, E. M., **Research Methods and the New Media**. New York: Free Press. 1994.

YOUNG H.N, LIPOWSKI E.E., CHINE R.J.W, **Using Social Cognitive Theory To Explain Consumers Behavioral Intentions In Response To-Direct-To Consumer Prescription Drug Adversiting. Research In Social And Administrative Pharmacy**, 2005.

İnternet Kaynakları

(.../...), <http://www.milliyet.com.tr>, Erişim Tarihi: 28.03.2018

(.../...), <http://www.milliyet.com.tr/yaslanmayi-durduruyor-kansere-iyi-geliyor-istanbul-yerelhaber-2159521/>, Erişim Tarihi: 22.07.2017

(.../...), Tük, Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, **İnternette Sağlık Bilgisi Arama Oranı**, 2016. <http://www.tuik.gov.tr/Start.do> Erişim Tarihi:19.03.2018.

(.../...),<http://saglikmuhabiri.com/insanlarin-sagliga-iliskin-dogrulari-dogru-kaynaklardan-ogrenmeye-ihtiyaci-var/>, Neslihan Can Röportajı, Erişim Tarihi: 27.04.2018

(.../...),<http://saglikmuhabiri.com/saglik-haberleri-toplumsal-habercilikte-kilit-noktalardan-birisi/>, Seda Gök Röportajı, Erişim Tarihi: 27.04.2018.

(.../...),<http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/saglik/yaptiginiz-diyet-depresyona-girmenize-neden-olabilir-40765758>, Erişim Tarihi: 31.03.2018

(.../...),<http://www.milliyet.com.tr/adet-sancilarina-iyi-gelecek-pembenar-detay-kadinsagligi-2593171/>, Erişim Tarihi: 27.03.2018

(.../...),<http://www.milliyet.com.tr/gunluk-vajinal-akinti-normal-mi--pembenar-detay-kadinsagligi-2634831/>, Erişim Tarihi: 29.03.2018

(.../...),http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=90497, Erişim Tarihi: 05.03.2018

(.../...),<https://www.alexa.com/topsites/countries/TR>, Erişim Tarihi: 03.04.2018

(.../...),<https://www.cnnturk.com/video/2011/11/12/programlar/soru-yorum/canan-karatay-soru-yorumda-cuneyt-ozdemirin-konugu-oldu/index.html>, Erişim Tarihi: 29.03.2018

(.../...),Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı, 18-20 Haziran 1999, <http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>). Erişim Tarihi: 19.03.2018.

EKLER LİSTESİ

A. ARAŞTIRMADA KULLANILAN HABERLER

1. “HURRIYET.COM.TR” ADRESİNDE YER ALAN HABERLER

A. Ocak Ayında Yayınlanan Haber Başlıkları

Ek 1: Devamlı Aç Olmanızın Nedeni Ne? (4 Ocak 2018)

Ek 2: Her 100 Kadından 15’inde Görülüyor (9 Ocak)

Ek 3: Kadınlarda Erkeklerden Daha Fazla Görülüyor (10 Ocak 2018)

Ek 4: Yorgun Uyanmaya, Kilo Almaya Neden Oluyor (10 Ocak 2018)

Ek 5: Hemoroid Nedir? Hemoroidin Belirtileri ve Tedavileri Nelerdir? (15 Ocak 2018)

Ek. 6: Sonsuza Kadar Zayıf Kalmanın 5 Bilimsel Yolu (16 Ocak 2018)

Ek 7: Susuz Kalmanızın 5 Sürpriz Nedeni (18 Ocak 2018)

Ek 8: Ödem Neden Oluşur? Ödemden Kurtulmanın Yolları Nelerdir? (23 Ocak 2018)

Ek 9: Sizi Her gün Mutlu Edecek 3 Psikolog Tavsiyesi (24 Ocak 2018)

Ek 10: Gülüşünüzü Hekiminizle Yeniden Tasarlayın (26 Ocak 2018)

B. Şubat Ayında Yayınlanan Haber Başlıkları

Ek 11: Erken Tanı Hayat Kurtarır! (1 Şubat 2018)

Ek 12: Hamile Olduğunuza Dair 5 Erken İşaret (1 Şubat 2018)

Ek 13: Bağışıklık Sistemini Güçlendiren 10 Mucizevi Besin (2 Şubat 2018)

Ek 14: Kilo Takıntınız Olduğuna Dair 4 İşaret (8 Şubat 2018)

Ek 15: Ameliyatsız Çene Ve Boyun Estetikleri (11 Şubat 2018)

Ek 16: Başka Bir Doktoru Daha Görmemiz Gereken 4 İşaret (13 Şubat 2018)

Ek 17: Boyun Ağrısı Deyip Geçmeyin! (14 Şubat 2018)

Ek 18: Limonlu Su Faydaları Nelerdir? Limonlu Su Zayıflatır Mı? (15 Şubat 2018)

Ek 19: Saç Dökülmesinde Stres Faktörüne Dikkat! (19 Şubat 2018)

Ek 20: Kadınlarda Genital Bölge İçin Prp Tedavileri (19 Şubat 2018)

Ek 21: Herkesin İnandığı 3 Sağlık Miti (19 Şubat 2018)

Ek 22: Kulaktan Dolma Bilgilerle Diyet Yapmayın! (20 Şubat 2018)

Ek 23: Guatr Nedir? Guatr Neden Olur? Belirtileri Ve Çeşitleri Nelerdir? (20 Şubat 2018)

Ek 24: Gerçekte Ne Kadar Uykuya İhtiyacınız Var? (21 Şubat 2018)

Ek 25: Uçuk Neden Çıkar? Dudaktaki Uçuk Nasıl Geçer?

Ek 26: Keçiboynuzunun Faydaları Nelerdir? Keçiboynuzunun 10 Faydası (23 Şubat 2018)

Ek 27: Deve Dikeni Faydaları İle Resmen Karaciğer Dostu! (24 Şubat 2018)

Ek 28: Yağlarımız Aslında Bir Gençleşme Pınarı Mı? (26 Şubat 2018)

Ek 29: Suyun Faydaları Nelerdir? Su İçmek O Sorunu Çözüyor (26 Şubat 2018)

Ek 30: Mide Yanmasına Ne İyi Gelir? Mide Yanması Neden Olur? (26 Şubat 2018)

Ek 31: Bebeğimin Cinsiyeti Ne Zaman Belli Olur? (28 Şubat 2018)

2. “MİLLİYET.COM.TR” ADRESİNDE YER ALAN HABERLER

A. Ocak Ayında Yayınlanan Haber Başlıkları

Ek 32: Adet Döneminizi Rahat Bir Şekilde Geçirmeniz İçin Doğal Yöntemler

Ek 33: Adet Sancılarına İyi Gelecek Yöntemler

Ek 34: Bu Rahatsızlık Beyaz Yakalı Hastalığı Olarak Biliniyor

Ek 35: Boyun Yağlarından Nasıl Kurtulabilirim?

Ek 36: Cilde İyi Gelen Maskeler

Ek 37: Cinsel Hayatınız Ne Kadar Normal?

Ek 38: Sağlıklı Dişler İçin 10 Temel Adım

Ek 39: Doğru Beslenerek Kilo Vermenin Altın Kuralları

Ek 40: Dudak Çevresi Neden Kırışır?

Ek 41: Göz Yaşarması Neden Olur?

Ek 42: İleri Yaşta Tüp Bebek Tedavisi Ve Gebelik

- Ek 43:** Hamilelikte Kan Uyuşmazlığı
- Ek 44:** Mastürbasyonun Sağlığa Faydaları
- Ek 45:** Normal Doğum İle İlgili Bilmeniz Gerekenler
- Ek 46:** Ağrılarınızın Kaynağı Psikolojik Olabilir
- Ek 47:** Sağlığınızın Yerinde Olmadığını Gösteren 6 İşaret
- Ek 48:** Sağlıklı Kilo Vermek İçin Egzersiz Şart
- Ek 49:** Üzüm Diyeti

Ek 50: Yaza Fit Girmek İçin Şimdiden Diyete Başlayın

B. Şubat Ayında Yayınlanan Haber Başlıkları

- Ek 51:** Akapunktur Nedir? Hangi Hastalıklara İyi Gelir?
- Ek 52:** Kış Mevsiminde Terleyen Ayaklara Çözüm
- Ek 53:** Baş Ağrısına Ne İyi Gelir?
- Ek 54:** Boğaz Ağrısına Ne İyi Gelir?
- Ek 55:** Boyun Tutulması Nasıl Geçer?
- Ek 56:** Çene Kılları Neden Çıkar?
- Ek 57:** Gebeliğin 3. Ayında Anne Ve Bebek Sağlığı
- Ek 58:** Göz Altı Morluğu Oluşumunun Nedenleri
- Ek 59:** Sabah Şişen Gözlere Öneriler
- Ek 60:** Güneş Lekelerine Doğal Maske Tarifleri
- Ek 61:** Hayati Tehlikesi Olan Hastalıklara Karşı Tüketilmesi Gereken Yiyecekler
- Ek 62:** Her Gün Kahve İçmenin Sağlığa Faydaları
- Ek 63:** Kalp Krizi Sırasında Alınması Gereken Önlemler
- Ek 64:** Sağlık Ve Mutluluk İçin Kegel Egzersizleri
- Ek 65:** Kırık Kalp Sendromu Nedir?
- Ek 66:** Formu Korumanın Sırları

Ek 67: Kimler Kolon Kanserine Daha Yatkın

Ek 68: Dökülen Saçlara Doğal Maske Tarifleri

Ek 69: Vajina Kaşıntısı Neden Olur?

Ek 70: Yoğurt Kürü Nedir? Yoğurt Kürü Zayıflatır Mı?

Ek 71: Zayıflama Çayları Nelerdir, Zayıflama Çayları Nasıl Kullanılır?

3. “SABAH.COM.TR” ADRESİNDE YER ALAN HABERLER

A. Ocak Ayında Yayınlanan Haber Başlıkları

Ek 72: Bitter Çikolata Kolesterolü Düşürür (3 Ocak 2018)

Ek 73: Ev İşi Yapmak Sağlığa Yararlı (4 Ocak 2018)

Ek 74: Gebelikte Ultrason ve Röntgen Çekimine Dikkat (4 Ocak 2016)

Ek 75: Yetersiz Protein Ödem Yapıyor (4 ocak 2018)

Ek 76: Tiroid Bozukluğu Gebe Kalmayı Etkiliyor! (8 Ocak 2018)

Ek 77: Kanserli Annenin Genleri Bebeğine Geçmeyecek (15 Ocak 2018)

Ek 78: Yağ Bezesidir Deyip Geçmeyin! (19 Ocak 2018)

Ek 79: Uyku Bozukluğunu Hafife Almayın! (22 Ocak 2018)

Ek 80: Rahim Ağzı Kanserinden Aşıyla Korun (22 Ocak 2018)

Ek 81: Tekrarlanan Düşükler Önlenebiliyor (22 Ocak 2018)

Ek 82: Diyet Yaparken Nelere Dikkat Edilmeli? (23 Ocak 2018)

Ek 83: Ayak Sağlığı İhmale Gelmez (24 Ocak 2018)

Ek 84: Sezaryen Obezite Riskini Arttırıyor (26 Ocak 2018)

A. Şubat Ayında Yayınlanan Haber Başlıkları

Ek 85: Vücut Direncini Korumanın Püf Noktaları (1 Şubat 2018)

Ek 86: Vücudun Doğal Protein Kaynağı: Kolajen (2 Şubat 2018)

Ek 87: Daha Az İz Bırakan Laparoskopik Yöntemler (8 Şubat 2018)

Ek 88: El Egzaması Ev Kadınlarının Korkulu Rüyası Oluyor! (13 Şubat 2018)

- Ek 89:** Emzirmek Çölyak Hastalığından Koruyor (15 Şubat 2018)
- Ek 90:** Hava Kirliliği Yaşlanmayı Etkiliyor! (16 Şubat 2018)
- Ek 91:** Göz Sağlığı İçin Tüketilmesi Gereken Gıdalar (21 Şubat 2018)
- Ek 92:** Olgunlaşmamış Yeşil Muz Kabızlık Nedeni (21 Şubat 2018)
- Ek 93:** Bitmek Bilmeyen Kasık Sancıları Neyin Habercisi? (22 Şubat 2018)
- Ek 94:** Kadınların En Çok İhtiyaç Duyduğu Mineral ve Vitaminler (23 Şubat 2018)
- Ek 95:** Diş Tedavisi Korkusunun İlacı Müzik (25 Şubat 2018)
- Ek 96:** Kabızlık Sorunu Olanlar Dikkat! (26 Şubat 2018)
- Ek 97:** Hamilelik Öncesi 10 Öneri! (28 Şubat 2018)

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Rohleder, Sağlık İnanç Modeli, 2012

Şekil 2: Bandura Sosyal Öğrenme Kuramı, 2004

Şekil 3: Precede-Proceed Modeli

Şekil 4: Yeniliklerin Yayılması Modeli; Rogers, 1995

Şekil 5: Yıllara ve Sektörlere Göre Hastane Sayısı

Şekil 6: Sezaryen Doğumların Tüm Doğumlar İçinde Oranları

Şekil 7: Milliyet.com.tr Ana Sayfa Haber Kategorileri

Şekil 8: Milliyet.com.tr Sağlık Sayfası Genel Görünümü ve Alt Kategoriler

Şekil 9: Okuyucu tarafından izlenen (tıklanan) sitelerde yer alan sağlık haberlerinin dağılımı

ÖZET

“*Yeni Medyada Sağlık İletişimi ve Sağlık Haberciliği: Beden Politikaları Üzerinden Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel İncelemesi*” başlıklı tez araştırmasında, beden sağlığı politikaları doğrultusunda, ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik bakımından günümüzde önemli konuma taşınan, “*Yeni Medya’nın (New Media)*”, kadın sağlığı haberlerini beden politikaları üzerinden nasıl inşa edildiğine odaklanmaktadır.

Araştırmada, Yeni medyada yer alan haberler üretim süreçleri ve haber yapıları, “*başlık, spot ve ara başlık kullanımları*” üzerinden ele alınarak incelenmekte ve haberde uygulanan dil stratejileri bağlamında, sağlık haberlerinin kadın bedeni tüketimi ve söz konusu haberlerin tıbbileştirilmesi üzerinde durulmaktadır. Bu doğrultuda, kadın sağlığı sayfalarında, kadın bireyler ile ilişkilendirilen hangi kategorilerinin bulunduğu, sağlık haberleri ve sağlık iletişimi kuramları arasındaki kurulan olası bağlar, sağlık haberlerinde dil yapıları, sağlık gazeteciliği ve muhabirliği vb. gibi konular ön plana çıkarılmaktadır.

Araştırmada seçilen 3 haber sitesinin (*en çok tıklanan*), *hurriyet.com.tr*, *milliyet.com.tr*, *sabah.com.tr* üzerinden, 2018 yılı Ocak ve Şubat aylarında yayınlanan kadın sağlığı haberlerinin analizi anlambilimsel olarak incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık İletişimi, Sağlık Haberciliği, Yeni Medya, Tıbbileştirme, Beden

SUMMARY

The study, titled “*Health Communication And Health News Reporting In The New Media: Significance Analysis Of Women Health News On Body Politics*” focuses on how the New Media is building news on women's health through body politics, which is important today in terms of accessibility and accessibility in the direction of bodily health policies.

In the study, the production processes and news reports of the news in the new media are examined through "headline, spot and intermediate use", and in the context of the language strategies applied in the news, the health news focuses on the consumption of the female body and the medicalization of the news. In this respect, what are the possible links between health news and health communication theories, health news language structures, health journalism and correspondence, etc., on women's health pages, which categories are associated with women, are brought to the forefront.

The analysis of the women's health news published in January and February 2018 (*the most clicked*) of the three news sites selected on *hurriyet.com.tr*, *milliyet.com.tr*, *sabah.com.tr* in the survey is semantically analyzed.

Key words: Health Communication, Health News, New Media, Medicalization, Body

ÖZGEÇMİŞ

01.01.1994 İstanbul Doğumluyum. Lise eğitimimi Selimpaşa Atatürk Anadolu Lisesi'nde tamamladım. 2011 yılında Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik bölümünde lisans öğrenimime başladım. Fakülte yıllarında doğum ve düğün fotoğrafçılığıyla ilgili çalışmalarda bulundum. Ayrıca söz konusu alanda konuyla ilgili bitirme tezi tamamladım. Sağlık iletişimi ve haberciliği üzerine bildiriler ve konferanslar verdim.

2014-2017 yılları arasında kendi kurmuş olduğum ajansta profesyonel olarak fotoğrafçılık ve eğitmenlik yaptım. Bunun yanı sıra 2017 yılından itibaren ilgi duyduğum “*Sosyal Medya Uzmanlığı*” alanında birçok kurs ve sertifika programına katıldım.