

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

MEDYA VE SAĞLIK:
TÜRK BASININDA SAĞLIK İÇERİKLİ HABERLERİN
BİLGİLENDİRME POTANSİYELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
HÜLYA YILDIZ

Tez Danışmanı
PROF.DR. NURETTİN GÜZ

Ankara – 2006

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Hülya YILDIZ'a ait "Medya ve Sağlık:
Türk Basınında Sağlık İçerikli Haberlerin Bilgilendirme Potansiyeli" adlı
Çalışma, jürimiz tarafından
Gazetecilik Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

(İmza)

Başkan Prof. Dr. Naci BOSTANCI

Akademik Unvanı, Adı Soyadı

(İmza)

ye Prof. Dr. Nurettin GZ

Akademik Unvanı, Adı Soyadı (Danışman)

(İmza)

ye Yrd. Doç. Dr. Murat S. ÇEBİ

Akademik Unvanı, Adı Soyadı

ÖNSÖZ

Haber yayınlandığı iletişim aracına ve bu aracın genel yayın politikasına bağlı olarak haberin önem verdiği ayrıntılar farklılaşabilmektedir. Bunun sonucunda da olaylar kişiselleştirilmiş, magazinleştirilmiş veya dramatize edilmiş olarak farklı iletişim araçlarında farklı biçimlerde sunulabilirler. Haberin sunulmasındaki bu farklı tercihler gazetelerin ve genel yayın yönetmenlerinin zihinsel modellerinden bağımsız değillerdir. Bunlar toplumun büyük kesimi tarafından paylaşırlar. Hal böyle olunca da basında çıkan tüm haberler gibi, sağlık haberleri de incelenmeye değer görülmüştür.

Basın kuruluşlarında, sağlık konusunun öneminin artması, yapılan en ufak bir yanlış haberin, çok fazla kişiyi etkiliyor olması sebebiyle çalışmamızın önemli olduğunu düşünüyoruz. Bu konuyla ilgili çalışma sürecinde, benden yardımını esirgemeyen danışmanım ve değerli hocam Prof. Dr. Nuretin GÜZ'e teşekkür ederim. Ayrıca, bu konuda ki olumlu ve olumsuz yanların belirlenmesinin araştırılması konusunda, beni yönlendiren hocam, Yrd. Doç. Dr. Zülfikar DAMLAPINAR'a; da teşekkürü bir borç bilirim.

Bu çalışma sırasında beni destekleyen ve araştırmanın istatistik analizleri konusunda benden yardımlarını esirgemeyen eşim Doç. Dr. Mehmet Ali YILDIZ'a, Dr. Sıtkı YILDIZ'a ve çalışma boyunca gösterdiği sabrından dolayı kızım Sude'ye en içten teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
KISALTMALAR	v
TABLolar LİSTESİ	vi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HABER VE HABER ÜRETİMİ

1.1. HABER VE HABER ÇALIŞMALARINDA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR....	9
1.1.1. Haber Nedir?	9
1.1.2. Haber Çalışmalarında Kuramsal Yaklaşımlar	13
1.2. HABERİN TOPLANMASI, YAZIMI VE YAYINI	15
1.2.1. Haber Üretim Süreci	16
1.2.2. Eşik Bekçiliği.....	17
1.2.3. Haber Değeri Ölçütleri ve Haber Üretim Süreci	20
1.2.3.1.Haber Değeri Ölçütleri	20
1.2.3.2.Haberde Objektiflik.....	23
1.3. BASININ TOPLUMSAL KONUMU VE HABER ÜRETİMİ	29
1.3.1. Gazetecilik Etiği	30

1.3.2. Basının Gündemini Kim Nasıl Oluşturur?.....	35
--	----

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE SAĞLIK KONULARINA TEMEL YAKLAŞIMLAR

2.1. SAĞLIK HABERCİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	38
2.1.1. Sağlık Haberciliği	38
2.1.2. Sağlık Haberciliğinin Önemi	40
2.1.3. Sağlık Muhabirciliği	42
2.2. TÜRK YAZILI BASININDA, SAĞLIK HABER ÜRETİM SÜRECİNİ ETKİLEYEN KAVRAM VE YAPILAR.....	44
2.3. GAZETELERDE SAĞLIK HABERCİLİĞİ	45
2.3. 1. Kaynak-Muhabir- Gazete İlişkisi.....	45
2.3. 2. Sağlık Haberlerin Sunumu ve Etkileri	47
2.3.3. Sağlık Haberlerinde İnanırlık, Uzmanlık ve Güvenirlik.....	51
2.4. SAĞLIK HABERLERİNİN BASIN ETİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	55
2.5. SAĞLIK ÇALIŞANLARININ BASINLA İLİŞKİSİ.....	58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GAZETELERDE YAYINLANAN SAĞLIK HABERLERİNİN İLGİLENDİRME POTANSİYELİ.....	61
3. GAZETELERDE YAYINLANAN SAĞLIK HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZLERİ.....	65

3.1. Niceliksel İnceleme.....	66
3.1.1. Frekans Dağılım Tabloları ve Betimleyici İstatistikler	68
3.1.2. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler Arası İlişkileri Gösteren Tablolar	77
3.1.3. Bağımsız ve Bağımlı Değişkenler Arasındaki Varyans Analizi ve t Testi Sonuçları	80
3.2. Araştırma Bulguları	91
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	96
KAYNAKÇA.....	100
EKLER.....	105
ÖZET.....	112
ABSTRACT.....	113

KISALTMALAR

A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
Akt	: Aktaran
ANOVA	: Analysis of Variance
A.Ş.	: Anonim Şirketi
BBD	: Birleşik Basın Dağıtım
Bkz	: Bakınız
C	: Cilt
çev	: Çeviren
Derl.	: Derleyen
Ed.	: Editör
ESAM	: Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği
f	: Frekans
KİA	: Kitle İletişim Araçları
MTM	: Medya Takip Merkezi
N	: Number
P	: Önem derecesi
s	: Sayfa
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TTB	: Türk Tabipler Birliği
TV	: Televizyon
vb.	: Ve Benzeri

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: İncelenen Sağlık Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı.....	62
Tablo 2: Sağlık Haberlerinin Yayınlandığı Aylar.....	62
Tablo 3: Sağlık Haberlerinin Yayınlandığı Günler	63
Tablo 4: İncelenen Yayının Yapısal Özelliği.....	64
Tablo 5: Metne Yardımcı Unsur Kullanımı	64
Tablo 6: Metnin ve Yardımcı Unsurların Kapladığı Alan (cm ²)	65
Tablo 7: Metnin Yayınlandığı Yer.....	65
Tablo 8: Metnin Yayınlandığı Sayfa	66
Tablo 9: Metnin Yayınlandığı Sayfadaki Konumu	67
Tablo 10: Haberin Kaynağı	67
Tablo 11: Haberde Olayı Açıklamada Kullanılan Dayanak	68
Tablo 12: Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Frekans Tablosu	68
Tablo 13: Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri	69
Tablo 14: Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenlerin Frekans Tablosu.....	70
Tablo 15: Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri	71
Tablo 16: Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Frekans Tablosu	71
Tablo 17: Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri	72
Tablo 18: İncelenen Gazeteler İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Ortalamalar	73
Tablo 19 : İncelenen Gazeteler İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası Ortalamalar	74
Tablo 20: İncelenen Gazeteler İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Ortalamalar	75
Tablo 21: Gazetelerin İsimleri ve Yayınladıkları Günler İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu	76
Tablo 22: Gazetelerin İsimleri ve Yayınladıkları Günler İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu	77
Tablo 23: Gazetelerin İsimleri ve Yayınladıkları Günler İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu	78

Tablo 24: İncelenen Birimin Yapısal Özelliği ve Haberin Kaynağı İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu	79
Tablo 25: İncelenen Birimin Yapısal Özelliği ve Haberin Kaynağı İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu	81
Tablo 26: İncelenen Birimin Yapısal Özelliği ve Haberin Kaynağı İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu	82
Tablo 27: Metnin Yayınlandığı Yer (Gazetenin Kendisi-Gazetenin Eki) İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası t-Testi Sonucu .	83
Tablo 28: Metnin Yayınlandığı Yer (Gazetenin Kendisi-Gazetenin Eki) İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası t-Testi Sonucu .	84
Tablo 29: Metnin Yayınlandığı Yer (Gazetenin Kendisi-Gazetenin Eki) İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası t-Testi Sonucu	85

GİRİŞ

Haber, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen herhangi bir görüş, yargı ya da olaydır (Süter, 96:1083). Haberleri kişilerin anlayabileceği bir dille ve zamanında sunan kitle iletişim araçları, bireylere kendileri dışındaki dünyayı tanıtarak onlara yeni ufuklar açmaktadır. Böylece gelişmelerle, yeni şeyleri keşfedip öğrenme isteğini de güdelemektedir. Ayrıca kitle iletişim araçları dünyanın her tarafında gündem belirleme, ülke yönetiminde etkin rol oynama, insanların yaşamlarındaki öncelikleri saptamada etkin ve bazen de korkutucu bir güce sahiptir.

Yazılı basınla ilişkili öğelerden, özellikle ülkemiz gazeteleri, değişik kültürel düzeydeki insanlara hitap edecek şekilde farklı içeriklerle düzenlenmiştir ve toplumun ilk önceliklerinden olan sağlık için doğru kullanıldığında son derece yararlı bir araç olacaktır. Gazeteler uygun ve gerektiği biçimde kullanıldığında sağlık eğitiminin çok etkili bir tamamlayıcısı, daha etkili, daha hayata dönük, özgür ve dinamik bir parçası olarak ve sağlıktaki eşitsizlikleri gidermek adına da katkı sağlayacaktır (Kavlak, Saydam ve Demir: 2000:62).

Medya, her konuda olduğu gibi, genel sağlık üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir. Medyanın sağlık üzerindeki etkisi nasıl kullanıldığına bağlıdır. Reyting kaygısı, bilgisizlik ve reklâm anlayışı toplum sağlığı üzerinde yıkıcı etki yaratırken, sağlıklı bir habercilik anlayışı toplumun bilinçlenmesi açısından umut verici sonuçlar doğuruyor.

Medya iletişim çağının tartışmasız en önemli silahı. Bu nedenle medyanın kimlerin elinde olduğu ve nasıl kullanıldığı çok önemlidir. Ticari boyutu milyar dolarlarla ölçülen sağlık sektöründe, meslek örgütleri, sağlık çalışanları, kamu, özel sektör, Sağlık Bakanlığı ve medya arasındaki iletişimin doğru kurulabilmesi, toplum yararı açısından var olan sorunların çözülebilmesinde anahtar-kilit ilişkisini oluşturuyor. Sağlık habercisinin iyi haber yapma kaygısının yanında, yapılan haberden insanların nasıl

etkileneceği kaygısını da taşıması gerekiyor. Bu noktada, medya, toplumun doğru haber alma hakkını korurken basın ahlak ilkelerini, Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneğinin etik kurallarını ve Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde yer alan “sansasyondan kaçınmak, umutsuzluk ya da sahte umut verecek haberler yapmamak, tıp alanındaki araştırmaları kesinleşmiş sonuçlar gibi göstermemek” gibi konularda da duyarlı olmalıdır.

Bu kadar etkili bir gücün, şüphesiz ki, bir haberi ,olduğundan önemli ya da önemsiz göstermesi mümkündür. Sağlıklı bir haber için sağlıkçılara ve sağlık habercilerine büyük sorumluluk düşüyor. Yıllardır uygulanan tüp bebek yöntemlerinin yeni ve mucizevi yöntemlermiş gibi gösterildiği TV programlarını, ana haber bültenlerini izleyip “Bizim kliniğimizde başarı oranı yüzde 99” diyen her hekimin peşinden koşan, varını yoğunu harcayan insanların sayısı hiç de az değil. Henüz tıbbın çare bulamadığı hastalıkların biyoenerjiyle yahut alternatif tedavi yöntemleriyle mucizevi şekilde iyileştirildiğini söyleyen haberler de azımsanamayacak ölçüdedir.

Sağlığın toplumsal ve toplumcu özünden dolayıdır ki pek çok farklı alandaki gelişmeler, değişim ve dönüşümler tıbbi pratiği ve dolayısıyla tıp etiğini etkilemektedir. Sağlığın bir meta olarak piyasalaşması, iletişim olanaklarının olağanüstü gelişmesi ve aynı zamanda yaygınlaşan dezenformasyon politikaları; tıbbi pratiği etkilemekte ve sağlık etiği ile ilgili norm ve değerleri karmaşıklaştırmaktadır. Bunda en çok payı ise kitle iletişim araçları almaktadır. Çünkü kitle iletişim araçları, toplumun kültürünü, yaşam biçimini, değer yargılarını ve gündemi belirleyen bir nitelik taşımaktadır.

Hayatın her alanında olduğu gibi sağlık alanı ile ilgili de basında her gün çeşitli haberler, bilgiler yer almaktadır. Türk basınında, sağlıkla ilgili haberlerin nasıl aktarıldığını ve değerlendirildiğini anlamak için öncelikle sağlık haberlerinin basında, hangi sıklıkta ve nasıl yer bulduğu ele alınacaktır. Türk basınında çıkan sağlıkla ilgili haber ve yorumların, kapsam ve sunuluş biçimlerinin incelenerek, bunların önemi ve oynadıkları rol, bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı içinde, şu konulara açıklık getirilmeye çalışılacaktır:

- a) Yapılan sağlık haberleriyle toplumun bilgilendirme düzeyi arasında ki ilişkiyi tanımlayabilmek,
- b) Yazılı basının sağlık hizmetlerine bakışını değerlendirmek,
- c) Günlük yazılı basında yer alan sağlık haberlerinin dağılımını tanımlamak,
- d) Yazılı basının ilaç, çeşitli tanı ve tedavi yöntemleri ile sağlıkla ilgili dağılımları tanımlayabilmek,
- e) Yazılı basında yer alan metinlerin kimler tarafından oluşturulduğunu tanımlayabilmek,
- f) Yazılı basın çalışanlarının sağlığa bakışını tanımlayabilmek,
- g) Basının, toplum sağlığını geliştirmekle ilgili görevlerini yeterince yerine getirip getirmediğini tanımlayabilmek
- h) Yazılı basının, sağlık haberleri ile ilgili bilgi kaynaklarını ve yöntemini tanımlayabilmek,
- i) Yazılı basında sağlıkla ilgili en fazla hangi konuların haber yapılıp yapılamadığını tanımlayabilmek,
- j) Farklı gazetelerdeki farklı sunulan sağlık haberlerinin zamana ve kuruma göre değişip değişmediğini tanımlayabilmek,
- k) Gazetelerin toplumsal sorumluluk ilkelerine uyup uymadığını tanımlayabilmek,
- l) Gazetelerin, sağlık haberlerini oluştururken, o günün sağlık gündemini de belirleyip belirlemediklerini tanımlayabilmektir.

Kitle iletişim araçlarında yer alan konular, bu araçların kendi yayın politikalarına ve seslenmek istediği kitleye uygun olarak yada buna benzer değişkenlerle, oluşturulmaktadır. Ancak bu tercihler, çoğu zaman okuyucu

sayısını arttırmak için, eğlendirici, oyalayıcı konulara daha çok yer verilmesi yönündedir. Bu da basının doğuş nedenlerinden ve en önemli özelliklerinden biri olan ‘haber verme’ ve kitleleri bilgilendirme’ niteliğinin değişmesine yada bunların değerinin azalmasına ve önemli bir konu olan sağlık haberlerinin, zamana, kişiye ve kuruma göre değişmesine neden olmaktadır. Oysaki kitle iletişim araçlarının kitleleri yönlendiren aydınlatan, güvenilir ve doğru sağlık haberleri oluşturması ve kitlelere ulaşması büyük önem arz eder.

Sağlıkla ilgili haberlerin oluşturulmasında, basın çalışanlarının sorumluluğu hekimlerinki kadar büyüktür. Sağlık haberlerini yazanlar bir bakıma hekimlik yapmalı, önce dinlemeli sonra tetkik etmeli, öyle karar vermeli yani yazmalı. Örneğin bir sağlık kuruluşunda penisilin iğnesinin yapılması nedeniyle kolunu kaybettiğini iddia eden hastanın yaşadıklarını ‘penisilin yapıldı kolu kesildi.’ Gibi haberlerle basında yer alması sonucu, etkin bir ilaç olan penisilin bu olumsuzluklar nedeniyle, kullanılamaz olduğu, hem hekimler hem de hastalar tarafından güven kaybına yol açtığı, böyle bir bilgilendirmenin yanlış olduğu Türk Tabipler Birliği tarafından defalarca belirtilmiştir.

Bu sebeptendir ki bu araştırmadan ortaya çıkan bulgular, sağlık içerikli haberlerin, bilgilendirme düzeyinin ortaya çıkartılması açısından önem taşımaktadır. Basında ki sağlık haberlerinin oluşturulmasında ki olumlu ve olumsuz yanların belirlenmesi ve elde edilen sonuçların bundan sonraki oluşturulacak sağlık haberlerine yol gösterecek nitelikte olması açısından önem arz etmektedir.

Ayrıca basın kuruluşlarında, sağlık konusunun öneminin artması sebebiyle yapılan en ufak bir yanlış haberin çok fazla kişiyi etkiliyor olması ve bireylerin zarar görmesi yine bu konudaki önemi arz etmektedir.

Bu çalışma ile gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerinin, gazetede yer aldığı sayfa, yeri ve sayfanın ne kadarını kapladığı, haberin kaynağı gibi kıstaslarla ülkemizin sağlık sorunlarının çözümünde ve de daha sağlıklı bir

toplum hedefine ulaşmada stratejik önemi olan basın, bu gücünü ne biçimde değerlendirdiği irdelenmek amaçlanmıştır.

Bu araştırma, büyük kitlelere hitap etmesi açısından, tirajı en fazla olan gazetelerden, Posta, Hürriyet, Zaman Gazeteleri ile sınırlıdır.

Bu araştırmada; Türk basınının sağlıkla ilgili konulardaki bilgilendirme potansiyeli hem teorik hem de uygulamalı olarak incelenmiştir. Bu amaçla Türk basının günlük olarak çok satan 3 gazetesinde sağlıkla ilgili yayınlar hem biçimsel hem de içerik analizine tabii tutulmuştur. Bu araştırmada dokümanlara dayalı betimsel yöntem kullanılmıştır.

Araştırma gerçekleri ortaya çıkarmak için yapılan uğraşlar bütünüdür. Diğer bir deyişle araştırma bir seri dayanıklı bilgilerden hareket ederek, yeni bir şey bulmaya yönelik bir uğraştır. Bu dayanıklı bilgiler bilimsel bilgiler olup, doğruluğu test edilmiş, düşünme prensipleriyle çelişkili olmayan, sistemli ve organize edilmiş bir yapıya sahip bilgi bütünüdür (Arseven:1994:5). Bilimsel araştırmanın en önemli özelliği eleştiriye ve kendi kendini yenilemeye açık oluşudur (Armağan, 1974:14). Bilimsel araştırma belli aşamalardan oluşan sistematik bir çalışmadır. Bir problemin doğuşu problemin değişken türüyle belirlenmesi ve ölçek çeşitleriyle gözlenebilirliğinin saptanması, verilerin toplanması, analizi ve sonunda elde edilen bulguların rapor edilmesi araştırma sürecinde izlenen belli başlı aşamaları oluşturur (Arseven, 1994:6).

Yukarıda da belirtildiği gibi araştırmanın yönteminde mevcut durumu ortaya çıkarmayı amaçlayan betimsel yöntem kullanılmıştır. Betimsel yöntem araştırmacı tarafından toplanan verinin uygun, kullanılabilen ve yaygın bir biçimde organize edilmesi ve sunulması ile ilgili bir istatistik yöntemdir (Elifson, 1985:10).

Bu Araştırmanın Varsayımları,

1. Gazetelerin sağlık haberleri konusunda bilgilendirme düzeyi yeterli değildir.

2. Farklı gazeteler sağlık haberlerine yetersiz ve benzer oranlarda yer ayırmaktadırlar.

3. Gazetelerin sağlık haberleri, rutin ve birbirlerine benzerlikler göstermektedir.

4. Sağlık ile ilgili yayınların yazımında açık, anlaşılır, yorumdan uzak, inandırıcı, bilimsel, abartısız ve toplumsal ilgiyi uyandırıcı anlatım tarzları kullanılmıştır.

5. Gazetelerde yer alan sağlık haberleri konularına göre çeşitlilik göstermekle birlikte en fazla hastalıklar ve tedavi yöntemleriyle ilgili yayınlar yer almaktadır.

6. Gazetelerde yayınlanan sağlık haberleri gündem oluşturma işlevine sahiptir

7. Gazeteler, sağlık haberciliği konusunda yeterli uzmanlaşmayı sağlayamamaktadır

Araştırmanın evreni, Türkiye’de yayın yapan tüm günlük gazetelerdir. Araştırmanın örneklemi ise Türkiye’de ulusal düzeyde ve günlük olarak satılan Hürriyet, Posta ve Zaman gazetelerinden oluşmaktadır. Bu üç gazetenin seçilme nedeni; BBD A.Ş. ve Yay-Sat A.Ş.’nin açıkladığı 2003 yılı tiraj sıralamasında en çok satılan üç gazete olmasıdır. Araştırmamızda 2004 yılının Ekim, Kasım ve Aralık aylarına ait toplam 507 sağlık haberi, günlük olarak incelenmiştir.

Araştırmanın başlangıcında, basında sağlık konusu ile ilgili yerli ve yabancı araştırmalar taranmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla, kodlama cetveli hazırlanmıştır. Hazırlanan form uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda yeniden düzenlenmiştir. Daha sonra 10 farklı gazeteye, ön deneme çalışması uygulanmış ve gerekli değişiklikler yapılarak kodlama cetveline son şekli verilmiştir. Veri toplama formu, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm 12 sorudan oluşmaktadır ve gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin biçimsel özellikleri incelenmiştir. İkinci bölüm ise, üç alt başlık

Çebi:2002:110), dolayısıyla da tezimi destekleyici model ve yaklaşımlar hakkında bilgi verilecektir.

İkinci bölümün genel amacı ise sağlık haberlerinin toplanması, seçimi, oluşumu ve sunumunu belirleyen etmenleri anlamak için kuramsal bir zemin oluşturmaktır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmaya konu olan sağlık haberlerinin içerik analizleri yapılmış olup, konuya ilişkin verilerin değerlendirilmesi ile ortaya çıkan tespitler sonuç ve değerlendirme bölümünde verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

HABER VE HABER ÜRETİMİ

Bu bölümün genel amacı, sağlık haberlerinin toplanması, secimi, oluşumu ve sunumunu belirleyen etmenleri anlamak için kuramsal bir zemin oluşturmaktır. Bu sebeple haber üretim sürecinde rol oynayan etmenler ve haber üretim sürecini açıklayan yaklaşımlar, modeller hakkında bilgi verilmeye çalışılacaktır.

Kimi düşünürler tarafından ulusal basın gibi toplumlara ulaşan kurumlarda bilginin daima eşik özelliğine sahip belli kanallardan aktığı, bilginin eşiklerden geçip geçmemesi ile ilgili temel kararların nesnel ya da öznel olarak eşikleri kontrol eden kapı tutucuları ya da eşik bekçilerince alındığı (Shoemaker;1996; Çebi:2002:110) vurgulanmaktadır. Bu görüşlerden hareketle, bu bölümde tezimizi destekleyici model ve yaklaşımlar hakkında bilgi verilecektir.

1.1. HABER VE HABER ÇALIŞMALARINDA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

1.1.1. Haber Nedir?

Haberin farklı kişiler tarafından yapılmış birçok tanımı bulunmaktadır. Bu bakımdan haberin değişmez bir tanımını yapmak mümkün değildir.

“Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay ya da kanaattir.” (Honenberg, 1963:27).

“Walter Lipmann, haberin işlevinin mutlaka bir olayı belirlemek olduğunu vurgulayarak, ‘kim, neyi, ne zaman, nasıl yaptı?’ sorularının yanıtıyla sınırlamış ve bir benzetme yapmıştır. Haber, tohumdan toprak

üstüne fışkıran ilk filizi bildirmektir. Toprak altında kalanları ise anlatamamaktadır.” (Usluata, 1994:93).

Sosyolog Nordestreng (1972:397), haberin ham haberler ve açıklayıcı bilgiler olarak, olayın geçmişine ilişkin iki ayrı düzeyde ele alınması gerektiği görüşünü savunmaktadır. Nordenstreng “ham haberler, olayın geçmişine ilişkin bilgi verilmeden sunulmaktadır. Açıklayıcı bilgiler ise haberle gerçek yaşam arasında ilişkinin kurulması için gerekli olan bilgilerdir.” demektedir.

Nordenstreng, ham haberin daha çok duyu organlarının birer uzantısı görevini yerine getirdiğini, temel işlevinin izleyiciyi bilgili kılacak ham maddeyi sağlaması olduğunu vurgulayarak ‘ bu tür haberler, yakın ve uzak çevrede oluşan daha çok somut olaylara dayalı haberlerdir.’ demektedir.

Nordenstreng, aynı zamanda ham haberi kendi arasında somut ve soyut olarak ikiye ayırmakta, bunların gerçek olay, sorun ya da süreçlere ilişkin konuları kapsayacağını belirtmektedir.

Nordenstreng’ e göre, somut haberler arasında; deprem, sel, yangın, kasırga, fırtına gibi doğal afetlerle kaza gibi olaylar yer almaktadır. Soyut haberler ise, okurun kendisine açıklayıcı bilgi verilmeden anlayamayacağı olayları içermekte, ham haberin bir türü gibi algılanmaktadır.

Gazeteci Lord Noteclyffe’nin sık sık tekrarlanan haber ölçütünü ise, ‘Bir köpek bir adamı ısırırsa bu olay, bir haber değildir; ancak bir adam, bir köpeği ısırırsa, bu bir haberdir.’ şeklindedir.

- Bir adam + karısı= 0
- Bir adam + 6 karısı= Haber
- Bir banka veznedarı + karısı +8 çocuğu =0
- Bir banka veznedarı +çalınmış 5 milyar lira = Haber
- Bir sporcu + bir futbol maçı= 0

- Bir sporcu +bir maçta attığı 6 gol = Haber (Asna, 1993:152)

Haber, herkesin hakkında bir şeyler söylediği kavramlardan birisidir. Bu durumun nedeni, kavramın çok yönlü olmasının bir sonucudur. Kavramın bu özelliği, değişik yönlerinin tanımlanmasından kaynaklanmaktadır. Bundan Ötörü farklı işlev ve öneminin bir sonucu olarak haber kavramı konusunda çok farklı tanımlar yapılmıştır.* Denilebilir ki kitle iletişim araçlarının en güçlü ürünleri, taşıdıkları en önemli ileti haberdur (Usluata, 1994:92).

Haber; medya içerik türleri arasında bireysel, kültürel, siyasal, ekonomik işlev ve etkinlikleri bakımından önde gelen bir konumda bulunmaktadır. Gazeteciler, akademisyenler, politikacılar ve halkın her biri değişik yönlerden konuyu ele alsa da, haber hala bir bilmece. Haber gibi günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası olabilmiş çok az şey bulunmaktadır. Çağdaş kitle iletişimi olgusunun ortaya çıkmasıyla birlikte haber; toplumun durumunun, gelişim çizgisi ve yönünün sorunları ve umutlarının kaydedildiği bir araca dönüştü. Bununla birlikte; dünyada her gün oluşan pek çok olay arasından, gazete ya da televizyon haberleri; ancak çok az bir bölümünü belirli haber kaynağının bakış açısından sunabilmektedir. Ancak; derinlik yerine çarpıcılığa, toplumsal önem yerine kişiselliğe, çekiciliğe ve olağan dışılığa, eleştirel çözümleme yerine alışıla gelen habercilik anlayışına vurgu yapmaktadır (Bennett, 2000: 11-12).

Haber, gazetecilik üzerine yazılmış kitaplar açıldığında birçoğunda görülebilecek bir kavramdır. Bunlar arasında en yaygın olarak kullanılan haber tanımlarını şu şekilde verebiliriz. 1. Bir olayın raporudur. 2. Dün bilmediğimiz her şeydir. 3. Gazetecilerin yaptığıdır. 4. Gerçeğin toplumsal kurgusudur. 5. Gerçek olan bir şeyin özetidir. 6. Hikâyenin hikâyesidir. 7. Henüz olmuş, henüz ortaya çıkmış bir konudaki taze bilgidir. 8. İnsanlara iletilen önemli olaylardır. 9. Kitle iletişim araçlarında yayımlanan şeylerdir. 10. Olan her şey haberdur. 11. Olduktan sonra algılanabilen bir olgudur. 12. Özet

* Atilla Girgin yazılı basında haber ve habercilik etiği adlı kitabında 61 haber tanımına yer vermektedir.

bir öykü ya da rapordur. 13. Zamanın raporudur.14. Yarının tarihidir. 15. Yayın müdürlerinin haber dediği şeydir. 16. Zamanın raporudur. (Tokgöz, 2000:166; Girgin, 2000: 75-78).

Bu özellikleri ihtiva eden bir haber tanımı şu şekilde yapılabilir. Haber, insanları ilgilendiren, zamanlı olan, fikrin, olayın, sorunun özetidir (Tokgöz, 2000:167).

Erdoğan 'a göre haber demek farkında olmak, duymak, bilmek ile ilgilidir. Haber herhangi bir şeyle (olayla, oluşumla, maddeyle, ilişkiyle) ilgilidir. Bu haberin günlük gerçek ilişkilerden soyutlanıp idealleştirilmiş, nesnelleştirilmiş yanıdır. Günlük kapitalist gerçek-ilişkiler dünyasında haber maldır. Hem de ne mal! Bazen erkekler için kıvrır kıvrır, çıplak ve dişiler için de gayet yakışıklı-biçimli-renkli paketlerle gelir. Çoğu kez de kanlı, oldukça canlı ve heyecanlıdır. Çığlıklar attırır. Nasıl ve hangi biçimlerde gelirse gelsin, hatta hava raporu olarak bile gelse, her mal gibi mülkiyet ilişkilerinde haberin de bir sahibi vardır, ticari mal olarak satılır ve alınır. Sakın bu mal alıp satma ilişkisinde, kendini "alıcı" olarak görme. Benim ve senin haberi alıcılığınla bu alıcılık arasında büyük fark var: Ticaret. Peki, TV programları, filmler, oyun-şovları kısaca bütün iletişim ürünleri nedir? Aynısının tıpkısı: Satılan mal ve bu satılan malın sergilenmesiyle satılan başka mallar...Haber, malın üç ana karakterini de taşır: (1) Haber endüstriyel kapitalist ortamda gelişmiştir, üretim ilişkilerini ve bu ilişki düzeninin bir ürünü ve ifadesidir. (2) Haber alınıp satıldığı veya belli çıkarlara hizmet yönünde kullanıldığı için, kullanma (fayda) değerine sahiptir, (3) Haber insan emeğinin bir ürünüdür, kapitalist pazar sisteminde başkalarının kullanması için el değiştirir (Erdoğan, 2006).

Bu şekilde haberi tanımlamakla çok yönlü özelliğini bir arada görmek mümkün olmaktadır. Aslında haberin tanımı bile, haberin bir özelliği olan özetleme ögesine gönderme yapmaktadır. Haberin çok fazla tanımı olması, haber seçerken nelerin haber yapmaya uygun olduğu konusunda da sorun yaratacak niteliktedir. Bu nedenle haber tanımları arasında bazı noktalar öne alınarak bu sorun giderilmeye çalışılmıştır.

1.1.2. Haber Çalışmalarında Kuramsal Yaklaşımlar

Haber alanında yapılan çalışmalar, disiplinler arası bir araştırma alanıdır. İletişim, sosyoloji, sosyal psikoloji, ekonomi, dil bilimi gibi farklı disiplinlerle işbirliği içinde haber üretimi sürecinin değişik yönleri araştırılır. Bu süreçte, haberi yapılandıran etmenleri çözümleyen, iletişim araştırmaları alanında iki ayrı yaklaşım bulunmaktadır. İki farklı kuramsal ve yöntem bilimsel ekseninde gelişen haber çalışmalarından birincisi, liberal-çoğulcu yaklaşım ve nicel yöntem bilim anlayışı, diğeri ise eleştirel yaklaşım ve nitel yöntem bilim anlayışıdır.(Çebi,2002: 56-57)

Söz konusu yaklaşımlardan ilki olan liberal-çoğulcu yaklaşım; haberin toplanması, seçimi, işlenmesi ve sunumu süreçlerinin medya profesyonellerince ortaklaşa paylaşılan meslek kuralları ve haber değeri ölçütleri tarafından belirlendiğini ileri sürmektedir. Buna göre; zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç, insanın ilgisini çekme gibi temel haber değeri ölçütlerine uygun olaylar, haber öyküsüne dönüştürülerek doğru, nesnel ve yansız biçimde medya alıcılara sunulur (Tokgöz, 2000:176). Liberal-çoğulcu yaklaşım, ilk döneme damgasını vurmakla birlikte, öncelikle haber seçimini konu almıştır. “anket” ve “içerik çözümlemesi” gibi nicel veri toplama yöntemlerini kullanan pozitivist eğilim, genelde bireysel, mesleki ve örgütsel etmenlerin haber üretimi sürecinde ki rolü üzerinde yoğunlaşmıştır.

Liberal – çoğulcu gelenekte yer alan kuramlar, haber üretim sürecinin bireysel, kurumsal ve mesleki koşullarını inceleyen kuramlardır.”ana damar yaklaşımı” denilen ve genellikle Amerika kökenli, pozitivist bilimsel yaklaşıma ve nicel yöntem bilim anlayışına dayalı bu kuramlar arasında, eşik bekçiliği kuramı, haber değeri kuramı ve yanlı haber değeri kuramı sayılabilir.

İletişim araştırmaları alanında, Haberi yapılandıran etmenleri çözümlemeye çalışan ikinci yaklaşım ise; liberal-çoğulcu yaklaşımın haber üretimi konusunda ki varsayımlarını yanlışlamaya çalışan Marksist ve eleştirel yaklaşımlardır.

Haberi bir ürün, anlatı, metin ya da söylem olarak ele alan eleştirel eğilim, 1970'li yıllardan itibaren yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Söylem çözümlemesi başta olmak üzere nitel veri toplama tekniklerini uygulayan eleştirel yaklaşım haberi, üretildiği ekonomik, politik ve kültürel yapıyla ilişkileri bağlamında incelemektedir.

Eleştirel haber araştırmaları, genel olarak dört yaklaşıma dayalı olarak yapılmaktadır. Bunlar; “Marksist yaklaşım”, “ekonomi politik yaklaşım”, “eleştirel ekonomi politik yaklaşım” ve “kültürel çalışmalardır”. (Çebi, 2002: 56-57).

Bu dört yaklaşıma konumuz açısından kısaca değinmek gerekirse, “Marksist yaklaşıma göre haber; oluşturulma ve sunulma süreçlerinde, üretim araçlarını elinde bulunduran egemen sınıfların çıkarları tarafından belirlenmektedir; bundan dolayı da yanlı ve tek boyutlu bir içerik ve biçimle sunulmaktadır. Eleştirel yaklaşım, haberi; politik yapı içerisinde ki endüstriyel ilişkilerle oluşturulmuş bir ürün; toplumda güç/ iktidar sahibi kişi, grup veya kurumlardan yana gerçekliğin kurulduğu ve tanımlandığı; egemen ideolojinin inşa edildiği ve yeniden üretildiği bir söylem; çarpışan söylemlerin yarıştığı bir alan olarak ele almaktadır. Eleştirel yaklaşımlar arasında, haberi belirleyen etmenler konusunda ayrı yerlerde bulunan çeşitli yaklaşımların varlığından söz edilebilir. Haberin oluşumunda politik ve ekonomik etmenlere odaklanan “ekonomi-politik yaklaşım” a göre haber; toplumsal üretim dinamikleri tarafından belirlenen, kapitalizmin temel yapısal özelliklerini yansıtan bir üründür (Poyraz, 2002:64). Bir başka deyişle haber, medyanın mülkiyet ve bürokratik yapısının devlet ve sermaye ile olan ilişkisi tarafından yapılandırılan, egemen ideolojik değerleri biçimlendiren ve yansıtan bir meta’dır. (Fowler, 1991:222, Çebi, 2002:15).

Başlangıcında haberi egemen ideolojinin yeniden üretildiği ya da kurulduğu bir söylem olarak ele alan kültürel çalışmalarla, geliştirilen yeni yaklaşımda haber; çarpışan söylemlerin görünürlük ve meşruluk için

yarıştıkları bir alan olarak değerlendirilmektedir (Golding ve Murdock, 1997:51,68; , Çebi, 2002:15).

Haber çalışmalarının araştırma konuları arasında; haberin toplanması, seçimi, oluşumu ve sunumu, haber metinlerinde ideoloji ve toplumsal gerçekliğin kurulması ve yeniden üretimi, haber metinlerinin yeniden alımlanması sayılabilir.

1.2. HABERİN TOPLANMASI, YAZIMI VE YAYINI

Kısaca medya denilen kitle iletişim araçlarında, haberlerin toplanması, işlenmesi ve yayıma hazırlanması işlemlerini yürüten, yazı işleri ve haber merkezleri vardır. Bu bölüm, yerel, ulusal ve çeşitli ülkelerde bulunan muhabirleri ile topladıkları haberler yanında; abone oldukları haber ajanslarından gelen haberlerden seçilen ve kamuoyu gündemini oluşturma ve etkileme bağlamında belirlenen haberlerin işlenip yayıma sokulmasından sorumludur. Bu bölüm, kendilerine gelen binlerce haber yığını, üretim aşamasından alıp, tüketim aşamasına kadar götüren bir kadroyu içerir.

Bu bölümün haber kaynakları; cumhurbaşkanlığı, başbakanlık, bakanlıklar, parlamento, siyasi parti kuruluşları ve temsilcilikleri, üniversiteler, sendika kuruluşları, emniyet ve jandarma, adliyeler, hastaneler vb. Medya kuruluşlarıdır. Buralardan haber toplamak için istihdam edilen muhabirler kanalıyla haber merkezlerine haber akışı sağlamaktadır. Muhabirlerin istihdamı ise ücretli ve telifli olarak iki farklı biçimde gerçekleşmektedir.

Haber merkezinin bünyesi içinde yer alan, istihbarat servisine herhangi bir kaynaktan, haber değeri bulunan bir olay yansımasıdır, bu olay hangi seksiyona aitse oraya bildirilir. Değişen ihtiyaçlara uygun olarak yeni seksiyonlar oluşabilir. Bu seksiyonlarda herkes kendi alanına giren konuları takip etmek durumundadır., yazı işleri, toplanan haberler arasında kendisine uygun olanı seçer, ve en sonunda seçtikleri haberleri, gazetenin görsel anlayışına uygun bir tarzda düzenleyerek, teknik servise teslim eder.

Günümüzde gazete işletmelerindeki yazı işleri bölümlenmesi statik bir yapı değildir. Yazı işleri çalışanları, artık merkezi bir yazı işleri bürosunda toplanmak yerine farklı bürolara yayılmış, bazıları da evlerinde çalışmalarını, araştırmalarını yapmaktadır. Yazı işleri bürosu dışında çalışan birçok gazeteci günümüzde, genel yayın yönetmeni ve yazı işleri müdürü ile telefon ve bilgisayar aracılığıyla bağlantı kurmakta ve farklı konularda çalışan, araştırma yapanlar, birbirlerini günlerce göremeyebilmekte, ancak bilgisayarları aracılığıyla sürekli olarak birbirleriyle iletişim halinde bulunmaktadır. Böylelikle gazetelerdeki fiziksel yazı işleri ortamının yerini internetle birlikte sanal yazı işleri almıştır.

1.2.1. Haber Üretim Süreci

Haber üretimi; habere konu edilecek olaylarla ilgili bilgilerin toplanması olayların arasında seçim yapılması, haber öyküsüne dönüştürülecek olayların işlenmesi ve alıcılara sunulması etkinlik ve eylemlerin gerçekleştirildiği bir süreç olarak ele alınmaktadır. Bu süreçlerin her birinde değişik etmenler etkili olabilmektedir.

Haber toplama süreci aktör düzleminde; muhabirler (gazete, televizyon, radyo, haber ajansı), haber kaynakları (güçlü /seçkin kişiler ve guruplar);kurumsal düzlemde medya örgütleri, medya rutinleri ve meslek kuralları; kurumlar arası düzlemde haber ajansları, güçlü/seçkin kuruluşlar; toplumsal düzlemde siyasal, kültürel, ekonomik ve yasal çevre gibi etmenler tarafından belirlenmektedir.

Haber seçme, haber işleme ve haber sunma süreci, bireysel düzlemde; muhabirler, sayfa sekreterleri, editörler, yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni, medya sahibi, reklam verenler, politik askeri, ekonomik ve bürokratik seçkinler, alıcılar; kurumsal düzlemde, medya örgütleri, medya rutinleri ve meslek kuralları; kurumlar arası düzlemde haber ajansları, güçlü /seçkin kuruluşlar; toplumsal düzlemde, siyasal, kültürel, ekonomik ve yasal çevre gibi etmenler tarafından belirlenmektedir. (Çebi, 2002:14).

Kitle iletişim sürecinde; (a) üretim ve tüketim için kullanılan ürün kısa dönemli tüketim ve uzun dönemli ideolojik egemenlik için, (b) yüksek derecede gelişmiş ve iş bölümüne ayrılmış resmi veya özel kurumlaşmayla bürokratlaşmış yapılar içinde üretilir; (c) Bu üretimi uzmanlaşmış medya profesyonelleri belli profesyonel beceri ve teknikleri kullanarak yaparlar; (d) teknolojinin yapılanması ve kurumlaşmanın özellikleri nedeniyle, üreten-ileten profesyoneller kadrolarıyla izleyenler\ okuyanlar\ dinleyenler yer, pozisyon, görev değiştiremezler; yani eşler arasındaki diyalogda olduğu gibi iletişim sürecinde katılan taraflar hem alıcı hem de gönderici olamazlar. Yani süreç başından sonuna kadar tek yönlüdür; (e) Kuramsal olarak geri-iletişim olanağı belli toplumsal kurallar içinde vardır. Fakat gerçekte medya örgütü ve profesyonelleriyle, izleyicileri arasında geri-iletişim olanağı medya yapısı nedeniyle ortadan kaldırılmıştır. Geri iletişim, dolayısıyla, profesyonelle\örgütte izleyiciler arasında değil, genel sosyal iletişimdeki günlük mücadele ve egemen reklam\moda\siyasal yönlendirmeye ayak uydurma biçiminde anlam bulur. (f) Örgütsel faaliyetlerde ürün üretimi kesintisiz günlük rutin pratiklerle yürütülür (Erdoğan, 2006).

1.2.2. Eşik Bekçiliği

Gazetecilikte herhangi bir haberin oluşturulmasında, bilgi alma ve verme işlemi gerekmektedir. Gazeteciler, okur, dinleyici ve izleyicilerine haber ulaştırma bakımından “bilgi verme” kendileri de haber unsurlarını toplama bakımından “bilgi alma” konumundadırlar.

Eşik bekçiliği süreci, dünyada meydana gelen binlerce olaya ilişkin bilgileri toplayan ve hedef kitleye göndermekle görevli olan, iletişimciler ve medya örgütleri tarafından oluşur. Bu süreç, yayın müdürünün olayla ilgili muhabiri görevlendirmesiyle başlamakta, çeşitli aşamalardan geçip, değişik yöntemlerle haberin oluşması, yazımı ve ilgili yazı işleri müdürüne gelinceye kadar devam etmektedir. Eşik bekçilerinin ana işlevi, alınan iletileri, süzgeçten geçirmektir. Bunlar belli iletilerin, geçmesine izin verirken, bazılarını da engellemektedirler.

İletişimcilerin ve medya örgütlerinin tüm olayları haber öyküsü yaparak hedef kitleye ulaştırması mümkün değildir. Dolayısıyla iletişimciler ve medya örgütleri haber yığını içinden seçme yapmak zorunda kalmaktadır. Eşik bekçileri olarak nitelenen gazeteciler ya da medya örgütlerinin haber üretin sürecinde ki en önemli görevi, hedef kitleye gönderilecek haberleri değerlendirmektir. Eşik bekçileri değişik kaynaktan gelen haberleri toplamakta, gruplandırmakta, karşılaştırmakta, değerlendirmekte, yeniden işlemekte ve böylece belli haberlerin yayımlanmasına izin verirken, bazılarının da yayımlanmasını engellemektedirler (Mutlu, 1995:12).

Arz ve talep dengesine göre oluşan habercilik anlayışında iletişimcileri zorlayan bir seçim söz konusu olmaktadır. Neyin haber olduğu, hangi bilgilerin algılanması gerektiği konusunda iletişimciler bir seçim yapmakta, bu yapılırken de metinler ve diğer materyaller bazı aşamalardan geçmektedir. Haber, kaynağından derlenmesinden, hedef kitlesine ulaştırılmasına kadar geçen bir çok aşamada, bilgiler içerisinden seçim yapılarak oluşturulur. Bu yapı Kurt Lewin'in 1940'larda muhabirler için ortaya koyduğu "gatekeeper-eşik bekçisi" terimi ile açıklanır. Kitle iletişim araçlarıyla topluma, nelerin haber olarak verilip- verilmeyeceğine eşik bekçileri karar vermektedir (Güz, 2005:64).

Erdoğan ve Alemdar (2002:69), eşik bekçisi terimi yerine "kapı tutucu" teriminin kullanılmasını önermekle birlikte "kapı tutucuları" nı, kişiler arası iletişim sistemlerini, dışarıda ki bir şeye bağlayan kişiler olarak tanımlarlar. Kapı tutucularının görevi, bilgi ya da ürün dağıtımı için, bir iletişim kanalının bir kısmını kontrol etmektir. Bunu denetleme yaparak, iletişim kanalından akan bilgi ya da ürün dağıtımının kişi yada gruplara ulaşip ulaşmayacağına karar verirler.

Lippmann (1922:226; Tılıç, 1998:165), "okuyucuya ulaşan her gazete bir dizi seçimin ürünüdür" diyerek, eşik bekçilerinin haber seçme eylemine dikkat çekmiştir. Haber ve doğrunun aynı şey olmadığını ileri sürerek "haber işlevi, bir olaya işaret etmektir, doğrunun işlevi ise gizli bir olguyu

ortaya çıkarmak, onun diğer olgularla ilişkisini kurmak ve insanın üzerinde hareket edebileceği gerçeğin resmini çizmektir.

Birey merkezli eşik bekçiliği çalışmaları, iletişimcilerin öznel tutumlarıyla haberi yapılandığı görüşünü ortaya koymaktadır. İlk defa da White (1950; Çebi, 2002:111) tarafından bir çalışmada uygulanmış ve gazetecilerin haber seçim sürecinde, kişisel deneyim, tutum ve beklentilerinden etkilenerek haberi biçimlendirdiğini ortaya koymuştur.

Daha sonraki çalışmalar, White'ın modelinin tersine, eşik bekçiliği eyleminin çok basamaklı süreçlere dayanan bir model çerçevesinde, muhabir, sayfa editörleri, yazı işleri müdürü ve haber editörü, genel yayın yönetmeni gibi medya örgütlerinin hiyerarşiye dayalı bürokratik yapısında anahtar görevler üstlenen medya profesyonelleri tarafından zincirleme olarak gerçekleştiğini ortaya çıkarmıştır (McNelly, 1959; Shoemake, 1991; Çebi, 2002:115).

İletişim araştırmacıları, haber üretim sürecinde, birey merkezli eşik bekçiliği çalışmalarının yetersizliğinin ortaya çıkmasıyla, dikkatlerini kurumsal etmenler üzerine yoğunlaştırmışlar ve böylece eşik bekçilerinin haber üretim sürecinde ki eylemleri, medya örgütleri ekseninde ele alınmaya ve çözümlenmeye başlamıştır. Bu yaklaşım, eşik bekçilerinin haber üretim sürecinde ki rollerini kurumsal ilişkiler, etkileşimler ve bağımlılıklar çerçevesinde açıklamaktadır (Çebi, 2002:117).

Kurum merkezli eşik bekçiliği yaklaşımında, eşik bekçiliği eylemini yapılandıran etmenler arasında, genel yayın yönetmeninin tutumu, medya örgütünün amaç ve çıkarları, yayın politikası ve ilkeleri; örgüt kültürü, medyanın sahiplik yapısı, kurumsal sosyalleşme, meslektaşlar arası yönelimler, mesleki rutinler ve meslek kuralları sayılabilir (Çebi, 2002:118).

1.2.3. Haber Değeri Ölçütleri ve Haber Üretim Süreci

Haber konularının seçiminde uygulanan ilkeler kadar, haber üretme yöntemi de önem taşımaktadır. Bununla ilgili olarak ortaya atılan iki yöntem tartışılmaktadır. Yöntemlerde yer alan; olaylar,haber seçme/ değer ölçütleri,hedef kitlenin ilgisi ve haber sunumudur. Medyaya göre haberin amacı, gerçeğin verilmesi, haber seçim sürecinin planlanmış olmasıdır. Buna göre bu dört ölçütün dizilimi şöyledir:

“Olaylar-haber ölçütleri-haber sunumu-habere ilgi”

Buna karşılık olarak geliştirilen ve iki ölçütün tabiliği bozduğunu öne süren, olayların insanların ilgisi çekip çekmeyeceğini dikkate almadığı için,bu dizilim şekli eleştirilmekte ve alternatif dizilim şöyle verilmektedir:

“Habere ilgi-haber ölçütleri-olaylar-haber sunumu”

Birinci dizilimde; konuların seçimi, ikincisinde ise konuların seçiminde hedef kitlenin etkili olması ilk basamağa alınmıştır (McQuail,1994:218-219; Güz,2005:70).

Haberin veriliş biçimi kadar haber içeriğinin oluşması da önemlidir. Haber içeriğine etki eden faktörler arasında gazetecilerin objektiflik, tarafsızlık haber değer ölçütleri gibi medya etiği ile ilgili ilkeleri,meslektaşlar arasında belirlenen ve çalışanların çoğunluğu tarafından benimsenen değerleri,beklentileri,idealleri,sosyal çevreleri saymak gerekir (Güz,2005:72).

1.2.3.1. Haber Değeri Ölçütleri

Gazetecilerin olay aktarırken olayın/olgunun haber yapmaya uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla “haber değeri” denilen beş ana küme ele alınmıştır.

Haber değeri, haber öykülerinin seçiminde, kurulmasında ve sunumunda kullanılan profesyonel kodlardır. Haber değeri, endüstrileşmiş

haber şirketlerinin üretim gereksinimlerinin bir sonucudur (Mutlu, 1995:85). Bu değerler, yayın organlarının okuyucuya karşı saygınlığını korumak, güvenini sürdürmek amacını taşımaktadır.

Zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç, insanın ilgisini çekme gibi beş ana kümede toplanan haber değerlerine bazı yazarlar anlaşmazlık, çatışma, kuşku, gariplik, duygulara yönelme, yenilik, şimdi olması, en geç olması, tazelik özellikleri taşıması, yeni ortaya çıkması gibi değerler de eklemektedir. (Tokgöz, 2000:176). Bu özellikler, gazetecilere ne tür konuların haber yapmaya değer görüldüğünü gösteren temel göstergelerdir.

Gazetelerin yayın politikalarına göre bu değerlere yaklaşma biçimi de değişmektedir. Başka bir deyişle magazin ağırlıklı bir gazete için insanın ilgisini çekme ya da gariplik belirleyici bir değer iken, fikir gazetesi için önemsiz olabilir. Böylece gazetelerin muhabirleri, gazetelerinin yayın politikalarına göre bazı değerlere azami şekilde önem verirken bazılarını görmezden gelebilecektir.

İlk dört ilkeye birçok yayın organı önem vermektedir. Yenilik, anılık ve geçerliliği içeren zamanlılık ilkesi, haberin hedef kitleye en kısa zaman dilimi içinde ulaşmasının önemini göstermektedir. Gerçekten zamanla haberin ulaştırılma zamanı gittikçe kısalmış, saniyeler konuşulur hale gelmiştir. Özellikle kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler dünyayı küçültürken, dünya zaman ve mekân engelini ortadan kaldıran, her geçen gün yeni bir teknolojik gelişmeye sahne olmaktadır. Telefon, telsiz, teleks, iletişim uyduları, bilgisayar ve internet gibi araçlar aynı zamanda habere farklı bir renk getirmiştir. Bu teknolojik gelişmeler, haberin ne kadar süre önce meydana geldiğini önemli kılarken kısa bir süre bile haberin bayat olarak değerlendirilip kullanılmamasına neden olabilmektedir.

Yakınlık ilkesi, mekânın yakınlık-uzaklık ilişkisini açıklayan bir ögedir. İnsanlar daha çok yakın çevrelerinde meydana gelen olaylara daha fazla yönelmekte, bu tür haberleri merak etmekte, ilgi duymakta, olumsuz

haberlerde ise daha fazla etkilenebilmektedir. Çünkü insanoğlu, ilk gördüğü ve yetiştiği yer yakın çevresi olduğundan yakın çevresinde meydana gelen olayları, gelişmeleri merakla izlemekte, bir bilgi arayışı içerisine girebilmektedir. Bu açıdan “nerede” sorusu gazetecinin önem vermesi gereken diğer bir değerdir. (Tokgöz,2000;179)

Ancak baş döndürücü teknolojik gelişmelerle beraber eskiden çok uzak olarak görülen, hakkında pek de bilgi sahibi olunmayan yerler hakkında günümüzde geniş bir şekilde bilgilenmek mümkündür. McLuhan “evrensel köy” (global village) şeklinde nitelediği bu durum, teknolojik gelişmelerle beraber zaman/mezan sınırını ortadan kaldıracak gibi görünüyor.

Sonuç ilkesi, haberler içerisinde hangisinin daha önemli olduğu konusunda karar vermeyi sağlayan bir ilkedir.

Haberin ne olduğu, niçin önemli addedildiği önemli hale kimin getirdiği şeklindeki sorular sonuç ilkesini vermektedir. Haberin önemli görölme derecesi, coğrafi mekâna, kültüre, topluma, ülkeye hatta kişiye göre bile değişme gösterebilmektedir. Başka bir deyişle önemlilik kavramı göreceli bir kavramdır. Ancak insan doğası gereği bu kavramın barındırdığı birçok özellik, büyük çoğunluk tarafından önemli göröllebilmektedir. Aslında sonuç, haber değeri taşıması, çatışma, gelişme veya kazalardan ileri gelmektedir. Çatışmalı, karmaşık olaylar ve sorunlardan ortaya çıkanları değerlendirme, sonucun önemini ve büyüklüğünü belirlemektedir (Tokgöz, 2000:180).

Sonuç, haber değerine çok yakın olan bir başka ilke önemliliiktir. Sonuç, haberdeki önemliliği arttıran unsurlara işaret ederken, önemlilik “nasıl” ve “neden” sorularına cevap vermektedir. Önemli kişiler, sayılar. garip olaylar ve zıtlıklar haberi önemli yapan etkenlerden bazılarıdır (Tokgöz, 2000:182). Sıradan bir vatandaşın yaptığı bir hata haber değeri açısından önemsiz olurken, önemli mevkide olan birisinin aynı hatayı yapması, çok büyük yankı uyandırabilmektedir.

Haber değeri taşıyan bir diğer ilke insanın ilgisini çekme (human interest) ilkesidir. Olağan dışılık, macera, serüven, heyecan, görülmeye değer olgular ve aşk hep insanın ilgisini çeken konular arasındadır. Bu ilke, herkesi ilgilendiren bir olayı insanın duygularını uyandıracak bir şekilde vermeyi içermektedir. Burada duyguları okşayıcı, harekete geçirici öğeler ön plana çıkarılarak haberin okutulması amaçlanmaktadır. Bu, haberin ciddi/tatlı, düzenli renkli olup olmaması, başka bir deyişle ilgililik- ilginçlik yada önemlilik-anlamlılık eksenine oturup oturmadığını gösteren bir değerdir.

Bir gazete haberinde bu türde öğelerin sıklık durumu, aynı zamanda bu gazetenin düşünmeyi ön plana çıkaran fikir gazetesi mi yoksa kişinin gerçek anlamda kendisiyle tanışmasını engelleyen, sansasyonelliği ön plana çıkaran magazin gazetesi mi olduğu konusunda yol gösterici bir ilkedir. Ciddi haberleri okutmak için bu ilkenin aşırıya varmayacak şekilde verilmesi uygundur. (Tokgöz, 2000;181)

Haber olacak konu ilginç olmalıdır. Olayın ilginç olması, habere olan talebi attırırken, ilginçliği sağlayan haberlerin önemli bir bölümü olumsuzluklara aittir. (Güz, 2005:76) İlginçlik, haberin içeriği değil, daha çok sunuş şekli olarak kullanılırsa haberin daha fazla okutulmasını sağlayabilir.

1.2.3.2. Haberde Objektiflik

“Kitle iletişim araçlarının tarafsızı yoktur, objektif olanı vardır.” denilerek, bu araçlar vasıtasıyla yayınlanan haberler ön plana çıkartılır. Güz’e göre, haber dışında ki diğer unsurlar, örneğin eleştiri ve yorumda objektif olunamayacağı, bunları okuyan kişilerin, bunları yazanların sübjektif görüşü olduğunu bilip çıkan metne önyargıyla yaklaşması, haberi okuyan kişinin ise, habere önyargısız yaklaşması, etkilenmeye açık olması söz konusudur. Bu nedenle kitle iletişim araçlarında, objektiflik denilince, haberde objektiflik anlaşılmaktadır.

Güz, konunun daha iyi anlaşılabilmesi için, haberin objektifliğini; haber konularının seçiminde objektiflik, haberin yazımında objektiflik ve haberin yayınlanmasında objektiflik olarak incelemiştir.

İletişimcilerin ve medya örgütlerinin tüm olayları haber öyküsü yaparak hedef kitleye ulaştırması mümkün değildir. Dolayısıyla iletişimciler ve medya örgütleri haber yığını içinden seçim yapmak zorunda kalmaktadır. Eşik bekçileri olarak nitelenen gazeteciler ya da medya örgütlerinin haber üretim sürecinde ki en önemli görevi, hedef kitleye gönderilecek haberleri değerlendirmektir. Eşik bekçileri değişik kaynaktan gelen haberleri toplamakta, gruplandırmakta, karşılaştırmakta, değerlendirmekte, yeniden işlemekte ve böylece belli haberlerin yayımlanmasına izin verirken, bazılarının da yayımlanmasını engellemektedirler (Mutlu, 1995:12).

İletişimcinin birinci görevi, haber dolaşım halkasının neresinde olursa olsun, yayınlarak olay haline getireceği haberleri seçmektir. Bu seçim işlemini yapacak kişi, kurumun hangi biriminde ve yönetim kademesinin neresinde görev yaparsa yapsın günde birkaç kez bu seçim ile yüz yüze gelir. İletişimci, bu seçme işlemini yılların verdiği bilgi birikimine dayanan tecrübe ve kamuoyunu anlamada ki duyarlılığı ile yapar. Seçeceği olaylarda kendisine yardımcı faktör, iletişimcinin sezgisidir. İletişimcilik mesleğinin verdiği gerçeklik algılaması, toplumu anlamadaki yeteneği haber seçiminde belirleyicidir. Geçmişe ait birikimi, kamuoyunun gündemi, elindeki materyal, gazetecinin, haberi gündemin bir parçası olarak seçmesinde etkili olur (Edgar,1998:148; Güz, 2005:81).

Medya kuruluşları, daha çok hedef kitlelerinin ilgi göstereceği olay ve gelişmeleri haber haline getirir ve olay haber haline getirilirken, ilginin çekilmesi uğruna, dramatik bir dil kullanılır. Yazımdan kaynaklanan ve dikkat çekmek amacıyla yapılan vurgudan dolayı. Kullanılan bu dil; olayın gerçekte ön planda olması gereken yönlerini, arka planda, arka planda kalması gereken diğer yönleri ise hedef kitleye daha önemliymiş gibi sunmaktadır.

Boyer (1981:24-28)'e göre haber yazılırken şu ilkeler göz önünde bulundurulmalıdır: bir sorunun farklı yönlerini sunarken dengeli ve tarafsız olma, haberi yazarken kesinliğe ve realizme uyma, haberde tüm geçerli ana noktaları sunma, yorum ile olguları birbirinden ayırma fakat, fikri geçerli kabul etme, yazarın kendi tutumu, yorumu veya katılımının etkisini azaltma, aykırı, yanlı olma ve hınç alma amaçlarından kaçınma (Güz, 2005:83).

Güz (2005:83-84)'e göre ise, haberin yazımında, objektif hareket edilip edilmediğini anlamak için şu soruların sorulması gerekir:

- Habere muhabirin ya da başka bir kişinin görüşü girmiş midir? girmemiş midir? Girmemişse haber objektiftir. Haberin objektif bir çerçevede kalabilmesi yalın bir ifadeye ve muhabirin hedef kitlesini dikkate alarak, sadece görevinin olayı aktarmak olduğunu, kendisinin bir müdahalesinin haberi bozacağını bilerek hareket etmesine bağlıdır. Muhabirin kendi görüşünü veya yorum niteliğinde olabilecek, diğer bir kişinin görüşünü habere koyması, haberin objektiflik özelliğinin kaybolmasına sebep olur.

- Haberin metni, olayı bütün yönleriyle anlatıyor mu? Cevap evetse, haber objektiftir. Olayın hedef kitle tarafından tam olarak anlaşılabilmesi, kamuoyunun konu ile ilgili kanaatini, serbest bir biçimde oluşturabilmesi için bütün yönlerini bilmesi gerekmektedir. Muhabirin, konuyu araştırırken bütün yönlerini ortaya koyması, elde ettiği bilgileri sansüre uğratmadan tam olarak vermesi, objektifliğin sağlanması açısından önemlidir.

- Muhabir, haberi bir bilim adamı sakinliği ile mi yazmış, yoksa araya bir şeyler eklemeye, ima etmeye mi çalışmış? Bilim adamı sakinliğinde ise haber objektiftir. Haber dilinin yalın olması, muhabirin kendi düşüncelerini söylemese bile olayla ilgili imada bulunması, haberin objektiflik özelliğini ortadan kaldırır.

- Okunmasından sonra haberin neden ve kimden yana olduğu söylenemiyorsa, haber objektiftir. Okunması, dinlenmesi veya izlenmesinden sonra, haberin olayın taraflarını tutmadığı, onlarla ilgili imalarda bulunmadığı,

nesnel bir biçimde kaleme alındığı gözlenebiliyorsa, haber objektif olacaktır. Haberde yansızlık denilirken bu kıstas kastedilir. Olay ve gelişmeler nasılsa aynı biçimde haber metnine girmesi, hedef kitlenin konu hakkında serbest olarak görüşlerini oluşturabilmesi için önemlidir.

- Haber, önyargıları göz önüne almakta mıdır? Cevap hayır ise haber objektiftir. Haberin kaleme alınışı sırasında ön yargılar bir şekilde habere girmiş ise haberin objektifliği kaybolur. Önyargıların, her ne surette olursa olsun haber metnine girmemesi, objektiflik için gereklidir. Önyargılar, genellikle yorumlar için geçerli olur. Yorumcunun hangi konu ve gelişmelere taraftar, hangilerine karşı olduğunu hedef kitle önceden bilir.

- Haberin objektif görünmesine rağmen, olayda eksik kalan yön varsa, haber objektif olmayacaktır. Olayların haber haline getirilmesinden sonra çoğu zaman eksik bir yönün kalmadığı görülür ve haber objektif olarak değerlendirilir. Ancak daha sonraki gelişmelerle birlikte, olayın tam olarak haberde anlatılamadığı, eksik yönlerinin bulunduğu anlaşılırsa, böyle bir sonuç, haberin sübjektif olduğu anlamına gelir. Muhabirin olayla ilgili eksik yön bırakmaması mutlak zorunluluktur. Muhabiri burada sınırlandıran faktör zaman olmaktadır. Olayı araştırırken, muhabirin kendisine verilen zaman dilimi içerisinde ve kendi imkânları oranında bu araştırmayı yapabileceği göz önüne alınmalıdır. Muhabire tanınan zaman diliminden sonra, olayın yeni boyutunun ortaya çıkması sebebiyle, muhabire, objektif haber yazmadığı, suçlaması yapılmamalıdır.

Haberde kullanılacak dilde, yönlendirmeden kaçınılması, dilin kullanımına ilişkin kurallara uyulması gerekmektedir. Haberde üslup denilince, isimlerin, fiillerin, tümleçlerin yerinde kullanılması akla gelir. Haberde fazla kelimeler atılmalı, sadece doğru, canlı kelimeler kullanılmalı, cümleler kısa olmalıdır. Haberde kişiler iyice tanıtılmalı, haberin kaynağı açık bir şekilde belirtilmelidir. Her muhabirin haberi anlatım şekli muhakkak ki farklı olacak, önemli olan konunun, bütün muhabirler tarafından aynı kelime ve cümlelerle anlatılması değil, değişik yayın organlarında yer alan haberin,

okunması,dinlenmesi veya seyredilmesinden sonra,olayların meydana gelmesi,gelişmesi ve sonuç bölümlerinin ve olayın kahramanlarının farklı olmamasıdır (Güz,2005:84).

Haber konularının seçiminde ve haberin yazımında objektif davranılsa bile iletimcinin görevi burada bitmez. Çünkü bir olaya, gelişmeye, soruna ait haber farklı biçimlerde, değişik kitle iletişim araçlarında yayınlanabilir. Doob (1966:433)'a göre habere esas olan konuyla ilgili, şu soruların sorulması gerekir:(Güz, 2005:85-86).

- Olay gazetedeysse hangi sayfada, radyo ve televizyon da ise; hangi haber kuşağında, ne şekilde verildi? Haberin verildiği sayfa veya yayınlandığı haber kuşağı, habere verilen önemi ortaya koyar. Habere, yazı işlerinin verdiği önem ile kamuoyunda habere verilen veya verilecek önem arasında doğru bir ilişki vardır veya öyle olduğu varsayılır. Kamuoyunun ve medya kuruluşunun, habere verdiği önemin derecesinin aynı veya yakın olmaması halinde haberin objektifliği ile ilgili kuşkular ortaya çıkacaktır.

- Başlığın büyüklüğü nedir ve başlıkta veya spotta ne vurgulanmaktadır? Haberin hedef kitle tarafından okunmasını, dinlenmesini veya izlenmesini sağlayan faktörlerden birisi, yazılı basında haberin başlığı,sözlü ve görsel basında haberin ilk cümlesidir. Haberin bu bölümü, onun hedef kitle tarafından değerlendirilip değerlendirilmeyeceği konusunda veya habere dikkatin yöneltilmesinde ve yoğunlaştırılmasında önemli bir işlev görür.

- Olayla ilgili hangi kaynağa atıf yapılmaktadır? Haberin güvenilirliğini sağlayan unsurların başında haber kaynağı gelir. Haberin kaynağının güçlü olup olmaması, habere verilen değeri etkiler. Kaynak güçlü ise kitle iletişim aracı ve hedef kitlesi, haberi daha önemli kabul edecek, ona verdiği önem artacaktır.

- Başlıkla birlikte ilk cümle ve paragrafta ne deniyor? Başlıkta vurgulanan şeyle, ilk cümle ve ilk paragrafta yer verilen konular, haberin

önem derecesini ortaya koyar. Haberin okunmasını, dinlenmesini veya izlenmesini sağlayan unsurlar arasında başlıktaki vurguyla birlikte, ilk cümle ve ilk paragraf yer alır. Başlıktaki vurgunun, ilk cümle ve ilk paragrafın dikkati toplayamaması durumunda, haberin devamının takip edilme ihtimalide düşer. Bu unsurlar, medya haber merkezinin habere nerede ve ne kadar yer vereceğini belirlemesinde etkili olur.

- Olay haberde ne uzunlukta anlatılmaktadır? Medya kuruluşunun habere verdiği uzunluk, habere atfedilen önemi ortaya koyar. Kamuoyu ve medya kuruluşu tarafından önemli olarak algılanan veya algılanma ihtimali yüksek olan olaylar, daha ayrıntılı ve uzun olarak verilir. Medya kuruluşlarında uzun olarak verilen haberlerin kamuoyu tarafından da önemli olarak algılanacağı varsayılır.

- Olayın ortaya çıkan ve kabul edilen bölümleri ne şekilde sunulmaktadır? Habere konu olan olayların sunum biçimi, kamuoyunu etkilemesi açısından önemlidir. Haberin sunumunda görsel malzemelerin kullanılması, tasarım, görüntü ve ses olarak farklı bir biçim verilmesi, olayın veya haberin çok farklı bir biçimde algılanmasına yol açacaktır.

- Haberde, muhabirin ya da editörün ön yargılarının var olduğunu çıkarmak mümkün müdür? Haberin sunumu ve yayınlanış biçiminde önyargıların olduğu seziliyorsa haberin objektifliği kaybolacaktır. Önyargılar, haber konusunun seçimi, haber metninin yazımında olabileceği gibi haberin sunumunda da olabilir.

Güz'e göre, olayın/haberin tahlili bu şekilde yapılmak suretiyle benzer bilgiler çıkarılabilir.

Çebi (2003b:148), haber üretimini, bilgi işleme problemleri adı altında uyarıları veya konuları sınıflandırmak, olay ile ilgili olan bilgileri seçmek, çıkarım yapma ve eylemin dayanağı olarak bilgileri birleştirme şeklinde sınıflandırır.

Edgar (1998:151)'a göre “gazetecilik nesnel olamaz, çünkü gazeteciliğin nesnel olabilmesi bir eylem içindeki olayın haber olarak aktarılmasından önce bozulamayacak biçimde yorumlanmış olmasını gerektirir (Kanber, 2003:41).

1.3. BASININ TOPLUMSAL KONUMU VE HABER ÜRETİMİ

Haber ve bilgi verme işlevi ile ilgili olarak, üzerinde durulması gereken en temel husus , “haber” kavramının nasıl tanımlandığı, içeriğinin nasıl doldurulduğu ile ilgilidir. Bu konuda pek çok tanım bulunmakla birlikte “Haber, seçtikleri konularda topladıkları ve kuralına göre formatladıkları, sorumlular tarafından seçilerek kitle iletişim araçlarıyla hedef kitleye ulaştırılan bilgilerdir (Zeytinli; 1996, s.983).

Güz (1996:982)'e göre haber, “İnsanları ilgilendirecek zamanlı bir düşüncenin, olayın veya sorunun özetidir”. Güz, basının toplumun bilgilendirilmesinde önemli bir işleve sahip olduğunu vurgulamaktadır. Entelektüellik düzeyi ve siyasal ilgisi yüksek olan kişiler için en önemli kitle iletişim aracı yazılı basındır. Yazılı basın kapsamının geniş olması, ayrıntılı bilgi vermesi, konuların daha derin irdelenmesi ve farklı yorumları bir arada sunabilmesi açısından daha objektif ve geniş bir perspektife sahiptir. Günümüzde internet in yaygınlaşması ile yazılı basının bu bağlamdaki yerini sanal ortam almaya başlamıştır.

Medya elindeki güçle, kamuoyundaki tartışmaları belirli bir yöne doğru yönlendirmekte ve hangi konuya öncelik verilmesi gerektiği konusundaki düşünce ve kararları etkilemektedir. Medya bu gücünü gündem belirleme teşebbüslerinde kullanmaktadır. Medyanın işlevi, toplumun ilgilendiği konuların bir kanalı olmaktan çok ötedir. Bu konuların kamuoyuna ulaştırılması sırasında medya konular, olaylar üzerinde yeniden çalışmakta ve yeniden biçimlendirmektedir. Eşik bekçileri hangi haberin verilmesi, hangi haberin ise görmezden gelinmesi kararı sırasında kamuoyunun dikkatini ve konuları daha geniş bir politik arenada yönlendirmektedir.

Diğer gelişmiş ya da gelişmekte olan toplumlarda olduğu gibi çağdaş Türk medyası da, ülkemizde yaşayan bireylerin bilgi, duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarını etkileyebilecek çok büyük bir güce sahiptir. Yalnızca bireylerin değil, aynı zamanda toplumsal grupların, toplumsal kurumların ve kuruluşların, kısacası toplumumuzun tamamının ve kültürün de, medyanın şekillendirici ve belirleyici etkisinden kaçabilmesi çok zor görülmektedir (Arslan, 2001: 135).

1.3.1. Gazetecilik Etiği

Gazetecilerin yönelmesi gereken bir dizi ortak değerden söz etmek anlamlı olacaktır. Bunlar meslek ilkeleri, onur ilkeleri ve etik ilkeler olarak isimlendirilmektedir. Genel olarak gazetecilik kodları denilebilir.

Demir'e göre basın ahlâk kodlarını veya ilkelerini dört genel kategori içerisinde değerlendirmek mümkündür.

- a) Her meslekte olduğu gibi, yalnızca basın mesleğinde olanları ve meslek örgütlerini ilgilendiren kodlardır. Burada meslek ürününün yüceltilmesi, meslek çıkarlarının korunması, fikri haklara saygı (yazı aşırma yasağı) ve ortak zihniyet gösterme zorunluluğu gibi kurallar sıralanabilir,
- b) Her türlü ifsat (kargaşalık) girişimlerini reddetme, gerçeğin aranması, haberin yorumdan ayrılması, doğru olmayan haberlerin düzeltilmesi zorunluluğu, manevî dini duygulara saygılı olma, başkalarının haklarına saygılı olma gibi halkla ilişkileri düzenleyen kurallar,
- c) Kişiyle olan ilişkilerde uygulanan kurallar: Hakaret ve sövmenin, din, ırk, etnik köken, siyasal tercih, cinsiyet vb. nedenlerle ayırım yapılmasının yasaklanması,
- d) Devlet ve uluslararası toplulukla ilişkileri belirleyen kurallar: Basın özgürlüğünü ve meslekî sırları savunma, insan hakları, barış, uluslararası işbirliği anlayışından yana tavır takınma

Demirin belirttiğine göre ,Ahlâk yasaları; onur yasaları, basın yasaları, gazetecinin haklarına ve yükümlülüklerine ilişkin bildirgeler, gazetecilik

kuralları gibi farklı isimler altında birçok ülkede mevcuttur. Hangi başlık altında olursa olsun, bu yasalardaki kuralların içerikleri çok çeşitlidir. Fakat yasaların büyük kısmının, özellikle basının doğru bilgi verme temel işlevine ilişkin belirli ortak noktaları vardır. Bu çerçevede, gazetecinin haber ve yorum özgürlüğünü koruma yükümlülüğü mevcuttur. Diğer yükümlülükler çoğunlukla temel ahlâk yargıları düzeyindedir. Bunlar hakaret ve sövmeden veya özel yaşamı açıklamaktan kaçınmak, genel ahlâk standartlarını yozlaştırmaktan kaçınmak, haber ve bilgi sağlayabilmek amacıyla dürüst olmayan yöntemlere (gazeteci kimliğini saklamak vb.) başvurmaktan kaçınmak şeklinde olabilmektedir. Diğer değer yargıları gazeteciler arasındaki dayanışmaya ilişkindir. Bunlar da, fikir hırsızlığının ve haksız rekabetin yasaklanması ve karşılıklı yardımlaşma olarak karşımıza çıkmaktadır.*

Türk Basın Konseyi'ne üye olan basın kuruluşlarının uymak zorunda oldukları ve uyacaklarına dair taahhütte bulundukları Basın Meslek İlkeleri şu şekilde düzenlenmiştir:

“Kanun koyucunun veya öteki kurum ve kişilerin, iletişim özgürlüğünü kısıtlamalarına, her zaman ve her yerde karşı çıkacağımıza kendi özgür irademizle söz vererek;

İletişim özgürlüğünü, halkın gerçekleri öğrenme hakkının bir aracı sayarak;

Gazetecilikte temel işlevin, gerçekleri bulup bozmadan, abartmadan kamuoyuna yansıtmak olduğunu göz önünde tutarak;

Basın Konseyi'nin kendi çalışmaları üzerinde hiçbir dış müdahaleye izin vermeme kararlılığını vurgulayarak;

Yukarıdaki bölümü de içeren Basın Meslek İlkeleri'ne uymayı, sözünü ettiğimiz temel inançlarımızın bir gereği saydığımızı, kamuoyu önünde açıklarız, seklindeki bir taahhütten sonra Türk basınının, basın meslek ilkeleri belirlenmiştir.

1- Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz,

- 2- Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlâk anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı yada incitici yayın yapılamaz.
- 3- Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlâka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez,
- 4- Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez,
- 5- Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz,
- 6- Soruşturulması gazetecilik imkânları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz,
- 7- Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz,
- 8- Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir
- 9- Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilânedilemez,
- 10- Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez,
- 11- Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır,
- 12- Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır,
- 13- Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.

- 14- İlan ve reklâm niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir,
- 15- Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir,
- 16- Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.*

Türk basın ilkelerinin yanında, ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği'nin yayınlamış olduğu "Etik İlkeler" Sütlaş (2006f)'ın aktardığına göre gazetecilik alanında genel olarak geçerli olan kurallardan oluşmaktadır. Söz konusu etik ilkelerin önsözünde; haberciliğin "kamuyu aydınlatmanın, adaletin önceli ve demokrasinin temeli olduğu" ortaya konularak, "Gazetecinin görevi, gerçeği arayarak ve olaylarla sorunlar hakkında adil ve kapsamlı açıklamalar sağlayarak, bu amacı gerçekleştirmektir. Tüm medyadaki ve özel nitelikli yayın organlarındaki vicdanlı gazeteciler, kusursuz ve dürüst davranarak kamuya hizmet etmeye çabalarlar" denilmektedir.

Sağlık ve tıp alanıyla daha çok ilişkili ve bu alanda daha büyük öneme sahip olan etik ilkeleri, Sütlaş (2006f) şu şekilde özetlemektedir:

Etik İlkelerde "Gerçeği Ara ve Aktar" başlığı altında "Gazeteciler enformasyon toplarken, aktarırken ve bu enformasyonu yorumlarken dürüst, adil ve cesaretli olmalıdırlar" deniyor ve alanımızla ilgili olarak şu kurallar ortaya konuluyor:

- Gazeteciler; "Kaynakları mümkün olduğunca belirtmelidirler. Kamuoyu, kaynakların güvenilirliği konusunda bilgi edinme hakkına sahiptir".

- "Haber başlıklarının, haber duyurularının, promosyon materyallerinin, fotoğrafların, görüntülerin, seslerin, grafiklerin ve alıntılarının doğruları temsil ettiğinden emin olmalıdırlar. Olayları bağlamlarının dışına çıkarmamalı veya basitleştirmemelidirler."

- "Aldatıcı canlandırmalardan veya kurmaca haberlerden kaçınmalıdırlar. Eğer bir olayı anlatmak için canlandırma gerekiyorsa, canlandırma olduğunu belirtmelidirler."

- "İrk, cinsiyet, yaş, din, etnik kimlik, coğrafya, cinsel eğilim, sakatlık, fiziksel görünüm ya da toplumsal statüye ilişkin basmakalıp yargılardan kaçınmalıdırlar."

- "Haber ve destekleyici yorumu birbirinden ayırmalıdırlar. Analiz ve yorumlar açıkça belirtilmeli ve bunlar gerçeği veya bağlamı çarpıtmamalıdırlar."

- "Haberleri reklamlardan ayırmalı ve ikisi arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran haber-reklamlardan kaçınmalıdırlar."

Hekimlik uygulamalarında geçerli olan kuralın bir benzeri olan bu kural altında ise şu kurallar yer alıyor:

- Gazeteciler; "Haberlerden olumsuz biçimde etkilenebilecek kişilere karşı sevecen olmalıdırlar. Çocuklar ve deneyimsiz kaynaklar ya da kişilere ilişkin haberlerde özel duyarlılık göstermelidirler."

- "Bir faciadan ya kazadan etkilenen kişilerle röportaj yapmak veya bu kişilerin fotoğrafını çekmek gerektiğinde duyarlı olmalıdırlar."

- "Bir kişinin özel yaşamına müdahale, sadece çok önemli bir kamusal çıkar söz konusu olduğunda haklı görülebilir."

- "Çocuk yaştaki sanıkların ve tecavüz kurbanlarının kimliklerini açıklamaktan özenle kaçınmalıdırlar."

- Gazeteciler; "Armağanları, iyilikleri, biletleri, bedava gezileri ve özel muameleleri reddetmeli, gazeteci dürüstlüğü zedeleyebilecek ikinci iş, siyasal bağlantı, kamu görevi ve sivil toplum örgütlerinde hizmet gibi işlerden kaçınmalıdırlar."

- "Para ya da iyilik karşılığı bilgi önerenlerden sakınmalıdırlar; haber için açık artırmaya girmekten kaçınmalıdırlar."

- Gazeteciler; "Haber süreçlerini aydınlatmalı ve açıklamalı, gazetecilik davranışı konusunda kamuyu tartışmaya davet etmelidirler."

Kurböke (1986)'ye göre basın ahlak kurallarının başında “doğru haber verme” gelmektedir. Gazeteci hem bilgilendirme hem de haberciliğin bağımsızlık ve özgürlüğünü korumak ve savunmakla yükümlüdür. Gazeteci, iftira ve hakaretten, kişilerin özel hayatları ile ilgili bazı özelliklere girmekten, kamu ahlakını zedelemekten kaçınmalıdır (Tanyeli, 1999:6).

1.3.2. Basının Gündemini Kim Nasıl Oluşturur?

Gündem Kuramı (Agenda Theory): Halkın çeşitli konuların önemini algılayışının kitle iletişim araçlarının konuyu ele alış biçimleriyle açıklanabileceği üzerinde duran bu kuramda, medyanın büyük ağırlık verdiği konular, halkın önemli olarak algılayacağı konular, ağırlık vermedikleri ise önemsiz olarak algılanacak konular olarak ifade edilmektedir. (Severin ve Tankart,1994:370)

Kuram, öncelikle iletişim araçlarının gündemi belirleme işlevini açıklayacak biçimde formüle edilmiştir. Mc Comb ve Shaw, gündem belirleme hipotezinin geçmişine yönelik değerlendirmelerinde, bu araştırma geleneğinin sonuçlarını araştıran araştırmaların iletişim araçlarının bize sadece ne hakkında düşüneceğimizi anlatmakla kalmadığını, aynı zamanda onu nasıl düşüneceğimizi ve yine bunun sonucunda ne düşüneceğimizi de anlattığını ifade etmektedir. Kısacası, gündem belirleme işlevi, bu araçların insanların ne hakkında düşüneceklerini, neyi önemli olarak algılayacaklarını etkileme eğilimi olarak da tanımlanmaktadır. Bu teori gündem belirleme dışında bir de gündem kurma (agenda-building) gibi başka hipotezleri de içermektedir. Gündem belirleme, iletişim araçlarındaki gündemin toplum üzerindeki etkileri ile ilgiliyken, gündem kurma iletişim araçlarının ve kamunun gündemlerinin kamusal siyaseti etkilediği daha geniş bir süreci dile getirmektedir. (Mutlu, 1995:148-149.)

İnceoğlu (1993:133), medyanın mesajların sunumundaki yönlendirici boyutunu şu şekilde dile getirmektedir;

1. “Olayı kendi hedeflediği şekilde sunmak, olay içerisinde yer alan bazı bilgileri önemsememek, bazılarını gereğinden fazla önemsemek,

2. Olayın içeriğini o anda önem taşımayan geçmişteki olaylarla ilişkilendirerek farklı yöne çekmek,

3. Tek bir kişiye ait olan bir görüşü daha fazla kişinin görüşü gibi sunmak,

4. Belli bir düşünceyi halkın isteği gibi göstererek kanıtı mümkün olmayan ifadeler kullanarak sunmak,

5. Bir kişi ya da grubu hiçbir bağı olmadığı halde popüler olmayan düşüncelerle bağlantı kurarak kişi veya gruba itibarsızlık yüklemek,

6. Bazı cümlelere olduğundan fazla önem vermek veya belirli tanımlamalarla zayıflık konumunu belirginleştirmek,

7. Bireyi küçültücü resimler kullanmak veya olduğundan farklı bir şekilde göstermek,

8. Kullanılan ifadelerle bir kişi hakkında belirli bir izlenim yaratarak, bunu çeşitli olaylarla güçlendirmek ve bu pozisyonu destekleyecek görüntüleri seçerek sunmak”.

Gündem oluşturma hızlı gelişen konularda daha geçerli olurken, bazı dramatik gelişmeler olmadığı sürece yavaş gelişen olaylarda pek görülmemekte, bu olaylar basının ilgisini pek çekmemektedir. Gündem oluşturmaya ilgili bir diğer faktör, basın organlarında konunun daha önce ele alınıp alınmaması ile ilgilidir. Konu aha önce basından aktarılmış ise daha sonra verilen haberle, konuya yeni bir bakış açısı getirilmesi söz konusu olsa bile olay, önceki haber çerçevesinde yorumlanacak, bu durumda kamu gündeminde ki etkisi azalacaktır (Yumlu,1994:95)

Kitle iletişiminin ileten ucunda ilk bakışta iletişim profesyonellerini görürüz: Gazeteciler, yazarlar, haberciler, program yapımcıları, sunucular, mülâkatçılar gibi. Fakat egemen iletişim okulunun "sender\gönderici" kavramı altında sunduğu bu açıklama, kitle iletişiminde iletişimin üretimi ucunda yer alan güçleri açıklamaz. İletişim profesyonelleri kapitalizmde ücretli-kölelik sisteminin çeşitli ücret kademeleşmesi içinde çalışan emekçilerdir. Bu

emekçilerin üst kademesi kendilerini ücretli\maaşlı sınıflarla bağdaştırma, özdeşleştirme yerine, hizmet ettikleri yönetici sınıflarla bağdaştırırlar. Bunların bazıları yetişim ve yaşam tarzı bakımından yönetici sınıftandır. Profesyoneller, örgütsel ve kurulu iletişim gelenekleri içinde iş gördükçe, iletişim araçlarına kolay "kullanma" olanağına sahiptirler. Örneğin TV profesyonelleri bu görev için kiralanmışlardır ve kiralandıkları nedenlerle işlerine son verilebilir. Dolayısıyla, iletiyi tasarlayan, paketleyen ve sunanlar iletişim endüstrisinde iş gören profesyonellerdir, fakat ne amaç ne ileti, ne de iletişim araçları onların mülkiyeti altındadır. Kitle iletişiminde, "sender\gönderen" güç yapısı, toplumdaki siyasal ve ekonomik egemenliği temsil eder.Fakat kitle iletişimi profesyonellerinin rolünü küçümsememek gerekir. Profesyonelliğin öğreniminde, en başrolü örgüt içi "egemen iş yapma tarzı," "atmosfer" ve ilişkiler oynar. Profesyonellik neyin nasıl yapılması yanında neyin yapılmamasını da anlatır. Kitle iletişiminin profesyonel kapı tutucuları hangi konuyu, olayı, hangi gerçekleri, gerçeklerin hangi yüzünü ve hangi dünya görüşünü paketlemeyi öğrenir, öğretir ve uygularlar (Erdoğan, 2002:70).

İletişimcinin görevi, kamuoyunun istek ve beklentileri doğrultusunda olayları,gelişmeleri toplumun gündemine sunmaktır. Burada ikili bir ilişki vardır: İletişimci haber konularını seçerken kamuoyunun gündemini bilir,onun hangi olay ve konulara öncelik vereceğini,gündemine alacağı konuların neler olabileceğini,mesleki birikimlerine dayanarak tahmin eder. Haberlere gelen tepkiler,haber konusunun seçiminde ki başarıyı ortaya koyar. Kamuoyunun yapısı,gündemi,onun baskısı muhabiri ve iletişim aracını etkiler ve bu etki doğrultusunda,medyanın gündemi oluşur. Buna karşılık iletişimcinin de kamuoyunu etkilemesi söz konusudur. Kamuoyunun gündeminde olmayan, onun ilgi duyabileceği olaylar, haber haline getirilerek kamuoyu etkilenir. Haber olarak hedef kitleye sunulan konular kamuoyunun ilgisini çektiği oranda,medyanın gündeminde kalır. Kamuoyu ile medya kuruluşları arasındaki bu karşılıklı etkileşim sürekli olarak devam eder (Güz, 2005:81).

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE SAĞLIK KONULARINA TEMEL YAKLAŞIMLAR

İkinci bölümde, sağlık haberciliğinin tarihsel gelişimi, Türk yazılı basınında sağlık haber üretim sürecini etkileyen kavram ve yapılar, gazetelerde sağlık haberciliği, sağlık haberlerinin basın etiği açısından değerlendirilmesi ve sağlık çalışanlarının basınla ilişkisi ana başlıkları incelenecektir.

2.1. SAĞLIK HABERCİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

2.1.1. Sağlık Haberciliği

Sağlık ve tıp konusunda medyada yer alan haberler, yayınlar, bunlarda sunulan bilgiler okurun ilgisini çeker. Merak ve öğrenme isteği temel dürtüdür. Çünkü yaşam ve sağlık insanlar açısından son derece önemlidir.

Onun için insanlar sağlık ve tıp haberlerini ve yayınlarını dikkatle okurlar ve izlerler, dahası çevrelerine aktarırlar. Tam bu noktada onlara da bir rehber, en azından bu haber ve yayınlarda dikkat edilmesi gereken noktaları vurgulamak, bu alanda çalışan bir kişi için bir görev sayılmalıdır.

Sütlaş'(2006a) a göre, okur ya da izleyenin, sağlık veya tıpla ilgili bir haber ya da yayınlara karşılaştığında kendisine soracağı ilk soru "bu yazı neden ya da kimin için yazılmış", "bu yayın neden ya da kimin için yapılıyor" olmalıdır. Bu soru haberi ya da yayını çözümleme noktasında en kritik sorudur. Eğer bu soruya verilen yanıt okurun o ana ya da genel herhangi bir gereksinmesini karşılıyorsa bu haber, yazı ya da yayın önemlidir ve okunmalıdır.

Genellikle bu tür yazılar ve yayınlar üç farklı kesimin gereksinimleri için yayınlanır: İlki toplum ve onu oluşturan bireylerin gereksinimleridir. Bu bilgi insanların işine yarayacak, bir sağlık sorununun çözümü için yol gösterecek, yardımcı olacaktır.

İkincisi yayını yapan kurumun, kuruluşun gereksinimidir. Bu yer/süre doldurmak gibi sıradan bir gereksinim olabileceği gibi, reklam alma, hizmetten yararlanma gibi kişisel veya kurumsal herhangi bir çıkarın sağlanmasına kadar çok çeşitli olabilir.

Üçüncüsü de yazıya konu olan ya da bilgi veren kişinin ya da kurumun gereksinimleridir. Bu noktada kişilerin oraya başvurma, talep oluşturulması, hizmetlerden yararlanması gibi nedenleri, ya da anlatan kişinin toplumca bilinmesi, kabulü veya kendi alanında yükselmesi gibi bir gereksinimin yanıtı olabilir. İlk durum dışında okur ya da izleyen medyanın ya da orada sunulan için bir "araç" konumundadır. Okur/izleyen kendisini "araç" veya "kullanılmış" hissediyorsa, bu yayının anlatan veya aktaranları konusunda bir tutum almalıdır (Sütlaş, 2006a).

İkinci önemli soru "söyleyen ve aktaranın kim olduğu"dur. Sağlıkla ilgili haber veya yayını "içeriğine göre" medyanın içinde olan, çalışan herkes yazabilir, işleyebilir. Ayrıca bu yayınlarda uzman olsun olmasın, ya da gerçekten bir bilgiye sahip olsun olmasın herkes "bir bilen" durumunda olabilir.

İşte bu nokta da haberi okutan, yayını izleten bir başka önemli unsurdur. Okur ya da izleyici bu sorunun yanıtına göre haberi değerlendirmelidir. Yayının içeriğine "güvenme", söylenen "inanma ve kabul" açısından bu değerlendirme mutlaka yapılmalıdır. Bazı çok özel durum ve koşullar dışında, genel olarak bilgiyi veren ve aktaran kişinin "sağlık-tıp" alanıyla ilgisi aranmalı ve "uzman"lığı sorgulanmalı, "asıl faaliyet alanı olarak" neler yaptığı çok iyi irdelenmelidir.

Okur ve izleyici açısından üçüncü önemli nokta ,anlatılan ve aktarılanın "ne olduğu ve doğrulanmasının olanaklı olup olmadığı"dır. Bu bağlamda, söyleyen ve aktaran dışında başka kaynakların, farklı söylemlerinin yayının içinde yer alması veya ulaşılması için işaret edilmesi, bu anlamda bir rehberliğin yapılması önemli olmalıdır.

Anlatan ve aktaranın "dayanakları, kanıtları ve bilgi kaynaklarının belirgin ve ulaşılabilir olup olmadığı" mutlaka ortaya konulmalıdır. Bu kaynakların neler ve nereler olduğunu, herhangi bir yolla ulaşıp ulaşılamayacağı her düzeyde okur ve izleyici açısından anlaşılabilir olmalıdır. Eğer bu unsurlar haber ve yayında açık değilse, söylenenler ve aktarılanlar "en azından kuşkuyla" karşılanmalı, "doğru olduğu" hemen ve ilk anda kabul edilmemelidir.

Daha önce okurun hiç bilmediği ya da duymadığı bir konuda yapılan yayınlarda bu noktanın üzerinde daha çok önemle durulmalıdır. "Yeni" diye sunulan birçok haber ve yayın aslında "kişileri yönlendirme ve talep oluşturma" amacıyla yapılmaktadır.

Sağlık ve tıpla ilgili bir haber ya da yayında okur ve izleyicinin kendisine sorması gereken son soru "ben bu aktarılandan ne öğrendim" sorusu olmalıdır. Bunu tamamlayan bir unsur da bu yayından yola çıkarak "kendisi, çevresi veya toplum için bir şey yapmalı mıyım, bana bir görev düşüyor mu" sorusuna yanıt vermektir.

Gerçek bilgi kişinin durumunda ve tutumlarında bir değişiklik yaratır, en azından o yönde bir dürtüde, zorlamada bulunur. Bu da değişimin en önemli unsurudur.

Sunulan haberde aktarılan bilginin "işlevselliği" ve "kişi açısından yararlı" olup olmadığı, onun değerini ortaya koyar. Bu değeri anlatan, aktaran ve izleyen birlikte oluştururlar.

2.1.2. Sağlık Haberciliğinin Önemi

Sağlık haberciliği şüphesiz önemli bir alandır. Sağlık bilgisi özel bir bilgidir ve insanı sağlıkla ilgili sorunlar konusunda güçlü kılar. Bu bilgilere sahip olan hekimle aradaki bilgi farkını ve uzaklığını küçültür. Bu bilgilere sahip olan kişiler, çevresindekilere de bu bilgileri aktarırlar ve onların da işine yarama durumu, bunun sonucunda oluşan tatmin duygusu kişiler açısından önemlidir.

Gerçeklere dayalı ve doğru bir sağlık haberciliği için en önemli unsurlardan biri, haberin okura sunulduğu andan sonraki denetim sürecidir. Etkin bir denetim süreci, konunun tüm taraflarının ortak ve birlikte davranmasıyla en iyi şekilde gerçekleşecektir. Bilgili bir kaynak, uzman bir sağlık- tıp habercisi, duyarlı bir yayıncılık politikası ve dikkatli bir okur eğer bu konuda etkin bir işbirliği gerçekleştirebilirlerse daha nitelikli sağlık ve tıp haberlerine ulaşmak mümkün olabilecektir.

Tek tek kişiler kadar, onların içinde yer aldıkları örgütler ve kurumlar da bu tür olaylarda görev ve sorumluluklarının bilincinde olmalı, dahası bunu uygulamada bir şeyler yaparak ortaya koymalıdır.

Söz konusu örgüt ve kurumların değerlendirme ve denetimlerini, kendi üyelerini bilgilendirip, onların bu konudaki faaliyetlerini denetleyerek yapmaları doğaldır. Dahası bu süreçlerde, kimi zaman somut yaptırımlara varabilen süreçlerin etkin olacağı da açıktır. Ama bu denetim süreci ,aynı zamanda örgüt ve kurumların işbirliğini de gündeme getirmelidir.

Sağlık ve tıp alanının kurum ve örgütleri, gazetecilik ve habercilikle ilgili kurumlar ve örgütlenmeler, okurun ve izleyicinin çeşitli biçimlerde oluşturdukları, hastalık, hasta ve diğer hak temelli dernekler gibi gönüllü örgütlenmeler, nihayet adalet ve resmi görevleri kamu adına denetim olan diğer kurumlar bu durumlarla ilgili olarak işbirliği gerçekleştirmelidirler.

Sütlaş'ın da belirttiği gibi (2006b), ülkemizde zaman zaman bu farklı kesimlerin örgüt ve kurumlarının yaptığı doğru ve etkin denetim örneklerine rastlanmaktadır. Ama bu yapıların kendi iç denetimlerini bir işbirliği noktasına çıkardıkları ne yazık ki görülmemektedir.

Hekimlerin, meslek örgütleri üyelerinin, medyadaki faaliyetleriyle ilgili olarak çeşitli denetimleri, çoğu zaman bir şikâyet söz konusu olduğunda, eskiden beri sıklıkla yapılmaktadır. Çoğu medya ve yayıncılık faaliyeti ile ilişkili olan soruşturma ve yaptırım uygulama oranı, hiç de az değildir.

Asıl önemli olan Konsey'e başvurunun yapılması ve bu başvuru üzerine haber ve haberi yazan habercinin değerlendirilmesi, önemli bir denetim faaliyetinin gerçekleşmesi ve bunun bir mekanizma olarak işlemesidir.

Sorumluluğu olan diğer kurumlar ve örgütler arasında "eczacı ve hekimlerin meslek örgütleri", "ilaç sektörünün dernek ve sendikaları", "hasta hakları dernekleri", "sağlık bakanlığı", "maliye", "adli organlar" bulunmaktadır. Bu yapılar, söz konusu kararla ilgili olarak "özellikle bilgilendirilmeli" ve dahası bu kurumların temsilcilerinin. bir araya gelerek bu konudaki benzer başka örneklerin ve onlardan doğan zararların önlenmesi bakımından bir mekanizma oluşturmalarının sağlanması gerekir.

2.1.3. Sağlık Muhabirciliği

Hekimliğin temel ilkesi, önce zarar vermemektir. Bir doktor, hastasına her şeyden önce bu ilke ışığında yaklaşır. Hastaya zarar vermemek, sağlık vermekten daha büyük bir öncelik taşır. Hekimliğin bu temel ilkesi sağlık haberciliği için, sağlık alanında haber yapan muhabirler için de aynen geçerli olmalıdır. Hiçbir şey insan yaşamından daha değerli olamaz ve bir gazetecinin "iyi bir haber" yapma kaygısı, yapılan haberden insanların nasıl etkileneceği sorgulamasının önüne geçmemelidir.

Ne yazık ki, iletişim fakültelerinde sağlık haberciliği konusunda ayrı bir ders yoktur. İnsanoğlu sorgulamadan inanmaya son derece yatkındır. Eleştirel aklın süzgecinden geçirilmiş, sorgulanmış ve bilimsel olarak kanıtlanmış bilgilerin kabulü, insan topluluklarının büyük çoğunluğu açısından ham inançların kabulünden çok daha zordur.

Medyaya hakim olan sağlık haberciliği anlayışı, biraz da sağlık konularındaki cehaletten besleniyor. Tıpla hiçbir ilgisi olmayan, bu konuda birikimi bulunmayan genç muhabirler, eğitim-sağlık haberleri yapmak üzere görevlendiriliyorlar. Bu muhabirler, medya kuruluşlarının ve editörlerinin yönlendirmesiyle, ancak 'acayip', 'ilginç', 'mucize' türünden haberler yakalarlarsa, yaptıkları haberin gazeteye ya da televizyondaki haber bültenine gireceğini öğreniyorlar. Medya kuruluşlarının, sağlık alanında

yarattıkları tahribatın farkına varmalarından, tıp eğitimi almış uzman muhabirler veya editörler istihdam etmelerinden, hiç değilse danışmanlar edinmelerinden epey uzak bir noktadayız. Böyle bir çaba, haber maliyetini artıracığı için pek rağbet görmüyor.

1895'te gazetelerde manşete çıkan ilk bilimsel buluş olan Roentgen'in X ışınlarından bu yana, hemen her gün medyada, tıpla ilgili haber ve yorumlarla karşılaşmaktayız. Bu süreç ne yazık ki tıbbın medyatikleştirilmesi şeklinde işledi.

80'li yıllarda, aspirine bağlı olarak bebek ve çocuklarda oluşan, Reye sendromu ile ilgili haberlerin, abartılı bir biçimde basına çıkması, erişkinlerde aspirin korkusuna, sebep olmuştur. Halkın sağlığıyla oynayan kişilerin, alternatif tıp ya da biyoenerji adı altında, medyanın yoğun ilgisini çekmesi, toplumun yanlış yönlendirilmesine neden oluyor.

Tıbbın medyatikleşmesine kaynak olan, medyadaki sağlık haberleri; ilgi çekicilik, sansasyon ve sözde yeni bilimsel buluş eksenine oturtulmakta. Haberin yol açabileceği yarar ve zararların hesap edilmemesi, bir tür tıp paparazziliği yarattı. Kimi çaresiz, yoksul hastaların ekrana çıkarılarak tedavi ettirilmesini, bir reyting alma yolu olarak bulan televizyonlarımız, milyonlarca çaresiz hastayı, çözümü asıl aramaları gereken kurumlara değil, reyting peşinde koşan medyaya yönelterek onların umutlarını sömürüyor (Tılıç ve Kuru, 2004).

Sağlık haberciliği, mutlaka bu alanda uzmanlaşmış gazetecilerce ve onların tıp çevrelerinden uzman kişi ve kurumlarla ilişkisi temelinde yapılmalıdır. Bu konuda uzmanlaşma, gazetecilerin diğer alanlarında uzmanlaşmalarından çok daha önemlidir. Çünkü yapılan bir haberle, binlerce insanda sahte umutlar yaratabilir ya da binlerce insanın umudu söndürebilir. Ne yazık ki, ülkemizde kimi sağlık muhabirleri aynı zamanda başka konularda da yazan muhabirlerdir.

Tüm medyaya ve medya çalışanlarına, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından hazırlanan, Gazetecilerin Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi'nin şu

maddesini anımsatmakta yarar var: “Sağlık konusunda sansasyondan kaçınmalı, umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmamalıdır. Tıbbi alandaki araştırmalar kesinleşmiş sonuçlar gibi yayınlanmamalıdır. İlaç tavsiyesinde mutlaka uzmana danışılmalıdır. Hastanelerde araştırma yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliği belirtilmeli ve girilmesi yasak bölümlere, ancak yetkililerin izniyle girmelidir. Yetkilinin, hastanın yahut yakınının izni olmaksızın, hastane ve benzeri kurumlarda, hiçbir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.” (Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı).

2.2. TÜRK YAZILI BASININDA, SAĞLIK HABER ÜRETİM SÜRECİNİ ETKİLEYEN KAVRAM VE YAPILAR

Bir araştırmaya göre*, yazılı basında 3577 haber, 406 köşe yazısı, 231 reklam yer alırken, görsel basında toplam 875 sağlık haberi yayımlandı. Televizyonlarda en çok hastaneler konu olurken, en fazla süre ruh sağlığı haberlerine ayrıldı. Ayrıca kanser haberlerinin de medyada geniş yer aldığı tespit edildi.

Hasta haklarından hekim haklarına, ilaç sanayinden sağlık skandallarına değin çok geniş alanı içeren "Sağlık Gazeteciliği"nde konular, dengeli beslenmeden, iş ve meslek kazalarına kadar uzanan, geniş bir yelpazede işleniyor. Hemen her gün medyanın değişik mecralarında, tıptaki yeni mucizeler, yeni hastalıklar hakkında haberlerle karşılaşılıyor. Sağlık haberleri ile ilgilenen herkes, lösemnin hangi türlerinde ilik nakli gerekebileceğini, tüp bebek uygulamalarının hangi durumlarda mümkün olduğunu, akupunktur ile nasıl kansız ameliyatlar yapılabileceğini takip edebilir hale geldi.

Haziran 2004 tarihinde ulusal, bölgesel, yerel gazete ve dergilerde yer alan sağlık haberlerini inceleyen MTM, yazılı basında 567 haberle en çok engellilerle ilgili sağlık haberlerine yer verildiğini tespit etti. Onu 524 haberle

* Medya Takip Merkezi, “Yazılı ve Görsel Basında Yer Alan Sağlık Haberleri”, <http://www.istabip.org.tr/bg/2004/186.html>, Haziran 2004.

hastane, 395 haberle ilaç, 297 haberle beslenme, 242 haberle kanser, 239 haberle anne-çocuk sağlığı, 215 haberle göz, 214 haberle cinsel sağlık, 152 haberle ruh sağlığı, 120 haberle ağız ve diş sağlığı, 76 haberle madde bağımlılığı konuları, takip etti. Sağlık haberlerinin %87'si ulusal gazete ve dergilerde yayımlanırken %13'ü yerel ve bölgesel gazete/dergilerde yer aldı.

155 yazar, köşelerinde toplam 406 kez sağlık konusunu işlerken, yazılı basına verilen 231 ilaç ve hastane reklamı dikkat çekti. En yüksek tiraja sahip Posta Gazetesi, 247 haberle sağlık haberlerine en çok yer veren yazılı basın organı oldu. Tıpta yaşanan yeni gelişmeler ve buluşlar, toplam sağlık haberlerin yüzde 1'ini oluşturdu.

Televizyonda haberler, en çok hastaneler hakkında olurken, en fazla süre, ruh sağlığı haberlerine ayrıldı. Medya Takip Merkezi, toplumun geniş bir kesimine hitap eden sağlık haberlerini, 20 ayrı televizyon kanalında da inceledi. 875 haberin tespit edildiği görsel basında, konuyla ilgili yaklaşık 112 saat yayın yapıldı. Bu haberlerin büyük bir kısmını, kısa sürelerle hastane haberleri oluştururken, en uzun süreyle işlenen konu ise, ruh sağlığı oldu.

2.3. GAZETELERDE SAĞLIK HABERCİLİĞİ

2.3. 1. Kaynak-Muhabir- Gazete İlişkisi

Gazetecinin ya da habercinin ulaştığı haber kaynağının işi, bildiklerini anlattığında bitmemelidir. Gazeteci, yazdığı haberi takip eder, sonrasında neler olduğunu bilmek, onun için önemlidir. Haberin ardından yaşanan gelişmeler, yeni bir habere kapı açabilir.

Haber kaynağı da ne yazıldığını takip etmelidir. Söylediklerinin, anlattığı şekilde çıkıp çıkmadığını izlemelidir.

Eğer görüşmeyi yapan hekim ya da sağlıkçı; habercinin yazdığı gazeteyi ya da yayını düzenli izlemiyorsa, ya görüşme sırasında bu görüşmenin yayınlanacağı zamanı tam ve kesin olarak öğrenmeli, ya da belirli aralıklarla gazeteciyle bağlantı kurarak, yayınlandığı zamanı sormalıdır.

Yazı ya da yayına ulaştığında, nesnel bir şekilde yazılanları ve söylenenleri değerlendirmeli, mümkünse görüşme için aldığı notlarla birlikte yazıyı karşılaştırmalıdır. Eğer görüşme sırasında, haber kaynağı da bazı kişilerin yaptığı gibi, görüşmeyi kendisi için ayrıca kayda almışsa, bu da söylenenlerle yayınlananları karşılaştırmak bakımından, yararlı bir olanak sağlayacaktır.

Sütlaş (2006e)'a göre “yazılanları değerlendirmek aynı zamanda kaynağın, kendi eğitimi açısından da önemli ve öğretici bir çabadır. Kişinin bir ayna karşısına geçerek kendisine bakmasına benzer. Üstelik bu ayna bazı şeyleri farklı gösterebilen, bir sirk aynasına benzer. Öncelikle söylediklerinin nasıl anlaşıldığını ve nasıl aktarıldığını anlamasına yarar. Dahası bu aktarılmış hali de başka türlü anlamalara yol açacaktır. “

Yayını izlemek, yazılan ya da söylenenleri gözden geçirmek, topluma verilen mesajın doğruluğunu anlamak bakımından da önemlidir. Yayındaki yanlış, eksik ya da abartılı ifadeler okur ya da alıcı da değişik tepkilere yol açacaktır.

Küçük bir söz, birden bire sağlık kurumlarına başvuran kişi sayısının çoğalmasına yol açabilir. Bazen de önemli bir sağlık sorunu, yine bir yanlış ifade nedeniyle, sağlık açısından önemli sonuçlar yaratacak gecikmelere neden olabilir.

Hekim açısından, uzmanlık konusundaki yayını izleme çabası, yalnız kendi görüşmesiyle de sınırlı olmamalıdır. Öncelikle kendisiyle görüşme yapan gazeteci ya da habercinin, aynı konuda başkalarıyla görüşerek yaptığı haber ve yazıları izlemelidir. Ayrıca yine aynı konunun ele alındığı başka gazetecilerin diğer yayınlarını da, izlemeye gayret etmelidir.

Başkalarının, neleri nasıl söylediğini de izlemek, hem haber kaynağı açısından, hem de topluma verilen mesaj bakımından, olumlu sonuçlar veren doğru bir yaklaşımdır.

Tüm bu yayınlarda yapılan yanlışları saptamak ve ortaya koymak da haber kaynağının, sorumlu ve görevli olduğu konulardan birisidir. Bu yanlışlar

arasında, yaşamsal olanlarla ilgili olarak, daha hızlı hareket edilmeli ve topluma ulaşan bu bilgi, mutlaka düzeltilmeli, doğrusunun iletilmesi için çeşitli yollar denenmelidir. Bu yollar arasında "tekzip etmek ve göndermek" de seçeneklerden birisi olabilir. Bazen de söylenenlerin içeriği değil de yapılan vurgu ve öne çıkarılan nokta, doğru olmayabilir. O zaman da bunu düzeltici bir çaba içinde olunmalıdır. (Sütlaş 2006e)

Bu çabaların tümü, aslında kendi söylediği dahil, uzmanlık konusu çerçevesinde, topluma sunulanlarla ilgili olarak, herhangi bir yanlış, eksiklik veya abartı görüldüğünde, başka bir deyişle sunulana ulaşan tek bir kişi de bile bir zarar ortaya çıkma olasılığı varsa, mutlaka tepki verilmelidir. Bu aynı zamanda tepki verme ve hesap sorma davranışının bir tutum olarak yerleşmesi bakımından da önemlidir. Çünkü tepki vermek, uygar insanın ve demokratik toplumun olmazsa olmaz niteliklerinden birisidir. Diğer yandan bu tutum, medya üzerinde "toplumsal denetimi" sağlayan, medyanın, sorumsuzca istediğini istediği gibi yazmasını ya da sunmasını önleyen, çok önemli unsurlardan da birisidir.

Gazeteciyle görüşüp bir açıklama yapmak ya da bilgi vermek, bu işi yapana ciddi ve önemli sorumluluklar yükleyen bir sürecin başlangıcı demektir. O nedenle gündelik sağlık hizmeti sırasında bir de böyle bir işle uğraşmak istemeyenler, buna yeterince zamanı olmayanlar, uzmanlıkları ve bilgileri ne olursa olsun, bu konuda çekimser davranmalı ve habercileri başka kaynaklara doğru yönlendirmelidirler.

Ancak bu tutum ve çekimserlik, kamunun bilgilenme ve haber alma hakkının gereğinin yerine gelmesini de engellememelidir. Başka bir deyişle başka bir kimse, bu da işin önemli bir parçası olarak kabul edilmeli ve medya ile ilişki içinde bulunmalıdır.

2.3.2. Sağlık Haberlerin Sunumu ve Etkileri

Son on yılda medyada sağlık, beslenme ve hastalık haberlerinde, tam bir patlama yaşanmaktadır. Bu gelişmenin yanı sıra, sağlık haberinde bilgi kirlenmesi, yaşandığı da gözlenmektedir. Osman Müftüoğlu'nun da belirttiği

gibi*: “Bu güzel gelişmenin pek fark edilmeyen bir yanı var: Bilgi kirlenmesi! Sağlık haberlerinin, özellikle beslenme ile ilişkili haberlerin, ciddi bir bilgi-tecrübe süzgecinden geçirilmeden kullanılması, hem kafa karıştırıcı hem de tehlikeli hale geliyor. Günümüzde, medyada sağlık haberleri daha çok izleniyor, daha çok okunuyor, eskisinden daha fazla ilgi görüyor. Bunun pek çok nedeni var. En önemlileri, ortalama yaşam beklentisinin artması ve hayatta kalma süresinin uzaması. Yaşam beklentimiz uzuyor ama bebeklik, çocukluk veya gençlikte geçirilen süre uzamıyor, uzayan orta yaş ve yaşlılık dönemi. Hepimiz uzun yaşamak ama hastalıklı, yaşlı ve yorgun bir ihtiyar olmak istemiyoruz. Orta yaşla birlikte ‘kendine iyi bakma’ telaşına kapılıyoruz. Yediğimize içtiğimize dikkat etmeye, yaşam tarzımızı sorgulamaya başlıyoruz. Sağlıklı yaşam tutkusunun yaygınlaşmasında, bilgiye ulaşmanın kolaylaşması ve bilgi üretenlerin, bilgiyi paylaşmaya başlaması da önemli bir faktör. İnternet müthiş bir bilgi otoyolu olarak hayatımızın tam ortasından geçiyor ve tıka basa bilgi yüklü. Dergi ve gazetelerde, sağlık haberlerinin sayısı arttı ve bunlardan çoğunu bir gece önceden internetten okuyabiliyorsunuz. Ciddi bilimsel dergilerin tümü, yayınladıkları araştırma, makale veya görüşlerin özetlerini internetten servis ediyor. Madalyonun bir de öbür yüzü var: Bilgi kirlenmesi. Sağlık haberleri, özellikle beslenme ile ilişkili haberlerin, ciddi bir bilgi-tecrübe süzgecinden geçirilmeden kullanılması, hem kafa karıştırıcı hem de tehlikeli hale geliyor. Okuyucu hangi bilgilerin doğru olduğundan kuşku duymaya, daha da kötüsü yanlış şeyler yapmaya başlıyor. Yönlendirme, algı değiştirme, tereddüt ve hatta korku yaratma, aba altından sopa gösterme bile olabiliyor. Sorun tüm dünyada yaşanıyor. Bizde de yaşanıyor. Televizyonların sabah kuşakları, sağlık kuşaklarına dönüştü. Kimin, neyi, niçin ve ne kadar doğru anlattığı belli değil. Ana haberlerde, genellikle bir-iki sağlık konusu var. Dizilerde bile kolesterol diyeti veya egzersiz önerileri işleniyor. Belirli sağlık konuları, gazetelerde diziler haline yayınlanıyor. Yurtdışı kaynaklı sağlık haberlerine, kısa özetler halinde yer

* <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/4122840.asp?yazarid=95>

veriliyor. Bilgi kirlenmesi, yanlış bilgilendirilme tehlikelerini de beraberinde getiriyor. Sağlık haberleri hep olacak, medyada her yıl biraz daha artan oranda yer bulacak. Yaşam süresi beklentisi uzadıkça, refah düzeyi iyileşip yaşam kalitesi arttıkça, bu beklenen gelişme, sağlığa ayrılan sayfa ve sürelerin artması olacak. Bu nedenle önce bilgi kirlenmesine karşı önlem almak gerekiyor. Sağlık haberlerini, ciddi bir denetim ve elekten geçirdikten sonra yayınlamak gerekiyor”.

Günaydın’a göre, “gazete ve televizyonlarda giderek daha sık yer verilmeye başlanan tıptaki yeni mucizeler, hastalıklar hakkındaki haberler ve skandallar hatırı sayılır bir reyting elde etmeye başladıkça, ülkemizin yıllardır geri planda kalmış sağlık sektörü de hak ettiği popülariteyi sonunda yakalayabildi. Ancak ülkemizin kendine has özellikleri doğrultusunda, bu konu da abartılıp, medikal paparazzi düzeyine çekilerek, her yeni gün dünyayı değiştirecek başka bir buluş veya skandal, medyada hassasiyetle işlenmeye başlanmıştır. Tıp konusunda verilen haberler şüphesiz iki ucu keskin bir bıçak gibidir. Çok önemli konularda kamuoyunu aydınlatmak ve eğitmek mümkün olabileceği gibi, verilen bilgiler eksik, yanlış yorumlanmaya veya yönlendirmeye uygun ise tehlikeli hale dönüşebilir. Tıp içerikli bir konunun, haber değeri olup olmadığına karar verilmesi de oldukça güçtür. Kamuoyunun dikkatini çekecek denli tıpta devrim mucizeleri çok nadir gerçekleşmekte, çeşitli hastalıklar, tedavileri ve koruyucu yöntemler gibi izleyeni bilgilendirici konular ise ülkemiz insanına sıradan gelmektedir. Amerika’da yaklaşım daha farklıdır. Tıp alanında saygın iki Amerikan dergisinde yapılan incelemede bu dergilerde basılan makalelerin %35’inin sağlık haberi olduğu ve %15 oranında da ilk sayfada basıldığı gözlemlendi.” (Günaydın, 1999:5)

Basında yeni çalışmalar ve buluşlar ya çok abartılmakta ya da saptırılmaktadır. Bunun nedenlerinden en önemlisi, bu bilgilerin hemen tamamının daha deneysel aşamadayken sanki yıllardır insanlarda kullanılıyormuşçasına ortaya sürülmesi olabilir. Hedef şüphesiz bu konuda bir kamuoyu yaratmak ve uygun bütçelere ulaşmaktır.

Serdar Günaydın (1999:5)'in aktardığı gibi; bu konudaki son örnek "menopozu bitiren Türk doktor" haberiyle ortaya çıktı. Henüz tamamen deneysel olan ve 1997'den beri üzerinde çalışılan yumurtalık nakli konusu, bir anda yeni bulunmuş bir yöntem olarak ortaya atıldı. Sadece kanser tedavisi gören hastalarda önerilen ve ilk insan deneyi yeni yapılan bir konu, kadınların kısırlık ve menopoz ile ilgili tüm sorunlarını çözecek bir mucize olarak tanıtıldı. Türk gazetelerinin hemen hepsinde, birinci sayfa haberi olarak verildi. Sonradan Amerikan basını, hastane tarafından yeniden bilgilendirilirken, Türk basını haberin modası geçtiği için, detaylı bilgi vermeye gerek görmedi. Hastaneler ise yüzlerce kadın hastanın başvurusuna yanıt vermek zorunda kaldı.

Sağlık politikalarının ve sisteminin eleştirisi, hiç bir zaman haber değerini yitirmedi. Sigorta ve devlet hastanelerinin kuyrukları, doktorları mahkemeye vermek yerine, gazetecilere mektup yazan hastaların haberleri gazetelerde yer almaya devam etmektedir.

Sonuçta kabul etmek gerekir ki, Türkiye gibi gündemi çok hızlı değişen bir ülkede bile sağlık konusu, medyada kendine bütçede verilen paydan çok daha fazla yer buluyor artık. Tıp alanı birçok kişi için bilinmeyenlerle dolu, kendine ait bir dili olduğu için okuyarak öğrenmek zordur.

Ama medyanın ve tıp çalışanlarının da bu konuya, artık magazin standartlarını bırakarak, hak ettiği ciddiyetle yaklaşmalıdırlar. Önce tıp çalışanlarının, ünlü olmak, reklâm yapmak gibi medyayı kullanma alışkanlıklarını terk etmesi gerekir. Bilimsel sorumlulukla yazılan ve basılan yazılarla, ülkemizin en ihmal edilmiş konularından biri olan sağlık eğitiminin basın yoluyla verilmesi gerekmektedir.

Medya ise şüphesiz haber değeri standartlarını gözeterek, sağlık haberlerini, eğitici yayınlarla da desteklemeli ve kamuoyunu karşılıksız umutlara ve heyecana sürükleyen haberlerden kaçınmalıdır.

2.3.3. Sağlık Haberlerinde İnanırlık, Uzmanlık ve Güvenirlik

Şükrü Hatun'a göre*, " Son yıllarda, hem gazete ve televizyonların hem de özel sağlık kurumlarının çoğalmasına paralel olarak, yazılı ve görsel medya organlarında sağlık haberlerinin ve çeşitli hekimlerle yapılan röportajların arttığı görülüyor. Sabahın erken saatlerinden itibaren çoğu özel sağlık kurumlarında çalışan, bazıları kendi uzmanlık alanları dışında konuşmayı alışkanlık haline getirmiş onlarca hekim, bir tür halkla ilişkiler faaliyetinin bir parçası olarak TV ekranlarında veya gazetelerde görünüyor. Benzer şekilde TV'deki bazı tartışma programları da reyting için kök hücre, klonlama gibi güncel konuları işleyebiliyor. Medyadaki sağlık haberlerinin çoğunda, ya bir hastalığın mucize yaratan tedavisinden ya da yeni buluşlardan söz ediliyor ve haber dili olarak magazin haberlerinin kalıpları kullanılıyor. Çoğu zaman abartılı ve iyimser bir başlığın altında, başlıktaki iyimserliğe denk düşmeyen bilgilerin yer aldığı, zayıf bir haber içeriği ile karşılaşılıyor. Tıptaki ilerlemeler, kongrelerin haber bültenleri ya da ilgili derginin o sayısında yayınlanan bazı makalelerin basın özeti olarak servis edilmesiyle duyuruluyor. Bunların yanında birçok yerde kendi konusunda 'yetkili' kabul edilen uzmanlar, medyaya doğrudan bilgi vererek, tıptaki gelişmeleri aktarıyor. Çoğu zaman gazeteciler, önlerine gelen bu hazır malzemeleri kullanarak haberlerini yazıyorlar. Ülkemizdeki büyük gazeteler ve görsel medya, ne yazık ki sağlık haberleri konusunda, özenli davranmıyor ve sağlık haberleri gazetelerin üçüncü sayfasındaki "kötü, karamsarlık ve mutsuzluk üreten" haberleri dengelemek için "iyimser, abartılı ve mucizevi beklentilere neden olan" başlıklarla verilmeye devam ediliyor. Amaç, her iki haber türünde de aynı: İnsanların psikolojik durumları istismar ediliyor ve kolaycı bir yöntemle gazetelerin çok satması amaçlanıyor. Bu konu hem hastalarda erken ve dolayısıyla sonra karamsarlığı artıran umutlar yaratılması açısından önemli, hem de serbest piyasa çağında ne yazık ki hekimlerin sağlık haberlerini örtülü reklam amacıyla sıklıkla kullandığı, dahası bazı hekimlerin ve özel sağlık kurumlarının, bunun için profesyonel elemanlar

* Prof. Dr. Şükrü Hatun, Sağlık Haberi Magazinleşirken, <http://www.radikal.com.tr>, 12 Aralık 2004

kullandıkları biliniyor. Örneğin ülkemizde "sağlıklı beslenme ve diyet" haberlerinde hep ön planda olan ve bazı haberlerde "ünlü diyetisyenler" diye sunulan kişilerin, sağlıktan çok ticaretle iştigal ettikleri, herkesin malumu ama hemen her konuda halkı onların "bilgilendirmesi" tercih ediliyor. Benzer durum, alternatif tıp kökenli haberlerde daha sık görülüyor. Medya, kendince bazı kişileri özgeçmişlerini, bilimsel yeterliliklerini ve mesleki uygulamalar nedeniyle aldığı cezaları incelemeyen "her derde deva doktorlar" haline getirmekte ve büyük paraların döndüğü bir sektörün örtülü reklamını yapmakta sakınca görmüyor. Yakın geçmişte, çok satan bir gazetenin 1. sayfasında, manşetten "İşte gerçek azınlık raporu" başlığı ile verilen ve ülkemizde yaşayan farklı toplulukların, bazı genetik özelliklerine değinen, haber yayınladı. Sağlık konularının artık politik magazin malzemesi olarak kullanılmaya başlandığının bir örneği olmanın yanı sıra, tek kaynağa dayanan bu tür, tıp araştırması haberlerinin, gazetecilik mesleği bakımından taşıdığı riskleri, tartışmamızı gerektiriyor. Haber, bir üniversitenin "Türkiye'deki sekiz etnik grubun, genetik yapılarına bakarak, kimin hangi hastalığa yatkın olduğunu araştırdığını, araştırma verilerinin Kürtlerle, Manavların genetik olarak birbirine yakın olduğu, Türkmen ve Yörüklerin felç, migren, meme kanseri, damar sertliği bakımından, en fazla riski taşıdığı" bilgisini içeriyor ve manşet başlığı ile uyumlu olarak "Etnik gen taraması", "Bozuk gene folik asit" gibi kışkırtıcı ara başlıklar kullanılıyor. Haberin ayrıntılarından, bir öğretim üyesinin yakın zamanda bir uluslararası kongrede sunduğu bir araştırmanın verilerinin kullanıldığını, haberin içeriğinin, bu öğretim üyesinin sözlerine dayandığını ve araştırmanın esas olarak bazı hastalıklarla ilişkisi bilinen iki genin, bir bölgede yaşayan çeşitli topluluklardaki dağılımıyla ilgili olduğunu görüyoruz. Ortada ne bir üniversitenin kurumsal olarak "Türkiye'deki etnik grupların genetik yapısını" araştırmak gibi çok iddialı bir projesi, ne de böylesi spekülatif başlığa dönüşebilecek derinlik ve miktarda, bilimsel veri var. Oysa sıradan bir okuyucu bu haberi okuyunca herkesin hemfikir olduğu çok önemli bir gerçeğin ortaya çıkarıldığını düşünecek, haberde sözü edilen gruplardan birisine mensupsa yerli yersiz kaygılara kapılacak, dahası örneğin çocuklarını

evlendirecek olanlar bu bilgileri dikkate alarak "ayırımcı" davranışlara yönelebilecekler. Bilimsel araştırmaların, birçok süzgeçten geçtikten sonra geçerlilik kazandığını, tek bir araştırmaya dayanan genellemelerin gerçeği anlamamıza yardım etmediği, çok uzun zamandır biliniyor. Dolayısıyla bilimsel araştırmaların hangi aşamada ve nasıl haber haline getirileceği, büyük önem taşıyor. Öncelikle araştırmacıların, ham verileri spekülasyonlara açık bir şekilde medyaya servis etmemeleri gerekiyor ama bunun kadar önemlisi gazetecilerin tıp araştırmalarını, güncel politikayla ilişkilendiren, heyecanlı başlıklarla sunmamaları ve kendilerine ulaşan böylesi önemli bilgileri, ulusal bilim merkezlerinden danışmanlık olarak değerlendirmeleri gerekir.”*

Basın-yayın organlarının verdiği sağlık haberleri ve bilgilerinin standardizasyonu konusunda, ülkemizde atılması gereken daha çok adım bulunmaktadır. Serdar Günaydın’ın belirttiğine göre[†]; sağlık haberleri ve bilgilerinin standardizasyonu konusunda, Amerika’da Virginia Üniversitesi yaklaşık 6 yıl önce çalışmalar başlatmıştır. Hastaneye gelen belli bir hastanın, o anki durumunu tek bir sözcükle değerlendirmek kuşkusuz hiç de kolay değil. Değişik bir dizi ölçüt dikkate almak gerekiyor. Bu nedenle Amerikan Hastaneler Birliği, yıllar içinde belli bir standart oluşturarak, tek bir terminoloji üzerinde uzlaşmış. Buna göre:

1) “Hastanın durumu belirsizliğini koruyor” (undetermined): Hasta henüz doktorlarca değerlendiriliyor.

2) “Hastanın durumu iyi” (good): Yaşamsal bulguları (nabız, kan basıncı, vücut ısı, solunumu) normal. Hastanın bilinci açık ve hasta rahat, tetkikler normal sınırlarda.

3) “Hastanın durumunun kötü olmadığı bildirildi” (fair): Yaşamsal bulguları normal. Hastanın bilinci açık ancak tam anlamıyla rahat değil.

* Prof. Dr. Şükrü Hatun, Sağlık Haberi Magazinleşirken, <http://www.radikal.com.tr>, 12 Aralık 2004

† Dr. Serdar Günaydın, Hürriyet Gazetesi, 13 Mart 2005.

4) “Hastanın durumu ciddi” (serious): Yaşamsal bulgular düzensiz, normal sınırlarda olmayabilir. Hastanın bilinci kapalı.

5) “Hastanın durumu kritik” (critical): Yaşamsal bulgular oldukça kötü, hastanın bilinci kapalı, destek tedaviyle yaşamını devam ettirebiliyor.

Kabul edilen kriterler çerçevesinde, kişisel haklar kapsamında, tıbbi bilgilerinin, hastalar istemedikçe basına verilemeyeceği de açıkça ortaya konmuş.

Günaydın’ın aktardığına göre*, hasta ancak ambulans veya polis arabası gibi kamuya ait araçlarla hastaneye ulaştırılmış ise, konu hakkında basın-yayın organları bilgilendirilebiliyor. Bu durumda da önce aile bireylerine haber verilmesi zorunluluğu var. Kimse bir yakınının kaza geçirdiğini radyodan öğrenmek zorunda kalmıyor .

Günaydın’a göre, yukarıda sayılanlar ülkemiz koşullarında maalesef biraz sanal kaçıyor çünkü , ülke büyüklerimiz veya sanatçılarımızdan birinin burnu kanasa, bir hafta o hastaneye, gazeteci ve televizyoncuları aşır herhangi bir hasta kabulü yapılamıyor. Televizyonlarda, hastanenin bekçisinden başhekimine kadar herkes kamuoyuna bilgi veriyor. Ziyaretçiler yoğun bakımdaki hastayı yakından ziyaret etmenin mutluluğunu yaşıyor.

Yine Günaydın’ın belirttiğine göre; benzeri bir standardizasyon da Amerikan kökenli sağlık web sayfaları ve portalleri için ortaya atıldı. Sağlık Akreditasyon Komisyonu (American Accreditation Healthcare Commision) 28 Eylül 2004’te yaptığı açıklamayla, bir alt komitenin oluşturulduğunu ve sağlıkla ilgili web alanlarında, uyulması zorunlu taslak kriterlerin, iki ay içinde tartışmaya açılacağını bildirdi. Yapılan açıklamada sağlık konulu web alanlarının inanılmaz bir hızla arttığı ve kullanıcının korunması ve güveninin sağlanması açısından bir standarda gerek olduğu vurgulandı. 27 seçkin kurul üyesinin, adı geçen alanların bilimsel yeterliliğini ve içeriğini denetleyerek puanlayacağı bildirildi. Kısacası bu komite tıp ve sağlık konusundaki

* Dr. Serdar Günaydın, Hürriyet Gazetesi, 13 Mart 2005.

sayfaların kalitesini artırmayı amaçlarken; kullanıcıya güvenli bir seçenek zinciri sunmayı da hedefliyor.

Komite üyelerinin seçimi konusunda da iyice titizlenilerek, katılımcı bir politika izlenmiş. İnternet Sağlık Koalisyonu (Internet Healthcare Coalition), Hi-ethics ve Amerikan Tıp Birliği gibi sivil toplum örgütlerinden temsilciler de yer almış.

2.4. SAĞLIK HABERLERİNİN BASIN ETİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Geçmişte olduğu gibi bugün de reklam niteliğinde sayılabilecek sağlık haberlerinin yayınları devam etmektedir. Oysa iyi bir sağlık ortamının oluşturulabilmesi, hastaların ve yakınlarının zarar görmemesi, yasal ve etik ihlallerin olmaması için, sağlıkla ilgili kurum ve kuruluşlarla, basının iş birliği yapması kaçınılmaz bir gerekliliktir.

Kitle iletişim araçlarında gözlenilen ve etik sorun yaratabileceği düşünülen, sağlık alanına ait bazı haberler şu başlıklar altında incelenebilir (Arda, Duman, Şahinoğlu, Yetener, Yıldız: 190-191):

- Yeni çıkan ilaçlarla ilgili reklam amacı taşıyan, sansasyonel, çoğu gerçeği yansıtmayan haberler,
- Hekimler ve sağlık kurumlarıyla ilgili reklam amacı taşıyan haberler,
- Sağlık sisteminin işleyişinden kaynaklanan ancak faturası sağlık çalışanlarına çıkarılan haberler,
- Acı çeken insanların istismar edildiği haberler,
- Tıbbın kendi yapısından kaynaklanan sorunlar, bilinmezlikler,
- Doğruluğu bilinmeyen haberler,
- Bilimsel ve adli soruşturma yapılmaksızın “yargısız infaz” yapılması,
- Tercüme hataları ve eski bilimsel haberler,
- Hasta gizliliği ve mahremiyetinin ihlal edildiği haberler,
- İnsanlara umutsuzluk veren ya da sahte umut veren haberler,

- Basının halkı bilgilendirmek adı altında özellikle magazin konuları ağırlıklı köşelerde gazetecilerin bir hekim gibi ilaç yazmaları ya da önermeleri,
- Basında çifte standart uygulaması yapılması.

İstanbul Tabip Odası Etik Kurulu üyesi Yıldırım Gülhan'ın belirttiği gibi* Sağlık mevzuatı, sağlık alanını diğer ticari kuruluşlardan ayırmakta, sağlıkta reklama sınırlama getirmekte ve haksız rekabeti önlemeye çalışan maddeler içermektedir. Bunu yapanlar için de cezai uygulamalar önermektedir. 1219 sayılı " Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına dair Yasa"da, 6023 sayılı."Türk Tabipleri Birliği Kanunu"nda, "Tıbbi Deontoloji Tüzüğü"nde, "Hekimlik Meslek Etiği Kuralları"nda bu konuda net maddeler bulunmaktadır. Tabii bu maddeler hekimler arasında rekabeti önlemeye çalışan yasa maddeleridir. Hekimler, reklamlarını ancak belirli sınırlar içinde yapabilirler. Basın yoluyla yaptıkları tanıtımlarda da bu sınırlara uymak zorundadırlar. Aksine durumlarda, meslek odaları haklarında soruşturma başlatır. Ancak hekimlerin direkt olarak kendilerinin yaptığı reklamlar dışında, basının haber olarak ya da anket sonucu gibi verdiği yada yeni bir uygulama gibi gösterilip ilk defa falan hekim tarafından yapıldığı şeklindeki yada benzeri haber ve yazı dizileri de reklam mahiyeti taşımakta ve hekimler arasında haksız rekabete neden olmaktadır. Aynı işi, aynı uygulamayı yapan ya da iyi hekimlik yapan, özverili çalışan çoğu hekimleri mağdur etmekte, hastalarının gözünde küçültülmektedir. Aynı işi ve uygulamayı yapan birçok hekim varken, hastalar belirli kişi ve kurumlara yönlendirilmektedir.

Toplumun bilgilendirilmesine yönelikmiş gibi görünen haberler, belirli kişi ve kuruluşların aracılığını yapma şekline dönmektedir. Amacının bu olduğunu söylemek istemiyorum ancak çok iyi niyetle düşünülerek hazırlanan bu tip haberlerinin sonucunun nereye varacağı da çok iyi irdelenmelidir.

4077 sayılı " Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun " yukarıda bahsettiğimiz türden basın yoluyla yapılmış reklam sayılabilecek haberler için

* Dr. Yıldırım GÜLHAN, İstanbul Tabip Odası Etik Kurul Üyesi, www.istabip.org.tr.

de maddeler içermektedir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Bünyesinde oluşturulan "Reklam Kurulu" reklamları denetlemekte ve yaptırımlar uygulamaktadır.

Gülhan'a göre * "Yönlendirici ve reklam mahiyeti taşıyan haber yazıların bir diğer sakıncası da, hastaları belirli merkezlere ve kişilere yönlendirdiği için,oralarda yığılmalara neden olmaktadır. Oysa şu andaki büyük merkezlerin sıkıntısı zaten hasta yoğunluğudur. Mahallinde teşhis ve tedavisi yapılabilecek hastaların da buralara gelerek tıkanıklığa neden olması, esas o merkezde bakılması gereken hastanın bakılamaması sonucunu doğurabilir. Sağlıkta yığılmaların önüne geçmenin bir yolu sevk zincirini oluşturmaktır. Bunu uygulayamazsak, Bu konuda gerekli eğitimi yapamazsak, büyük merkezlerdeki yığılmanın önüne geçemeyiz. İhtiyacı olan hastanın, gerekli olan merkezde teşhis ve tedavisinin yapılması, yapılamadığı ya da yapılamayacağı zaman üst merkezlere gönderilmesi hastanın zarar görmemesi için gereklidir. Bunun ayırımını ve yönlendirmesini de yapacak olan kişi konunun uzmanı doktordur. Konunun etik yönüne gelince, hastanın belirli kişi ve kurumlara yönlendirilmesi gibi bir sonucu doğuran yazılar, zaten bir arayış içinde olan hasta ve hasta yakınlarının, etki altında kalarak özgür iradeleriyle karar verme haklarını ellerinden almaktadır. Hep beraber savunduğumuz hasta haklarına saygıyı ihlal etmiş oluyoruz böylece. Esas olan kişi ve kurum adı vermeden, hastaların hastalıklarını ihmal etmemeleri, en yakın sağlık kuruluşuna başvurmaları ve buradaki doktorlara muayenehane olmaları önerilmeli ve yönlendirmeyi buradaki doktora bırakmalıdır. Böyle bir uygulama doktorlara büyük bir sorumluluk getirmektedir. Doktorlar bu sorumluluklarının bilincinde hareket etmeli, basın da buna yardımcı olmalıdır. Diğer yandan hastanın belirli kişi ve kurumlara yönlendirilmesi gibi bir sonucu doğuran yazıların, doğru ve yansız olduğu düşünülse bile, ekonomik nedenlerden dolayı bu kişi ve kurumlara ulaşamayan hasta ve hasta yakınları için adalet ilkesi zedelenmiş olur. Ya da mahallinde tedavi imkanı varken, büyük merkezlere ulaşmak isteyen

* Dr. Yıldırım GÜLHAN, İstanbul Tabip Odası Etik Kurul Üyesi, www.istabip.org.tr.

kaynakları kısıtlı hastalar, imkanlarını zorlayarak ya da varlarını yoklarını ellerinden çıkararak maddi zarara uğrayabilir. Zaman kaybına uğrayarak hastalıklarının ilerlemesinin neden olunabilir. Acil durumda olan bir hastada böyle bir zaman kaybı hayati bir tehlike doğurabilir. Her durumda, hasta maddi ve sağlık açısından zarar görecektir. Hepimiz biliyoruz ki sağlık hizmeti herkes için eşit, ulaşılabilir ve sürekli olmalıdır. Konu hekimler açısından ele alınırsa, hasta-hekim arasındaki ilişki karşılıklı güvene dayanmaktadır. Kamuoyunda hekimi küçültücü, sınıflamaya tabi tutan her türlü hakaret, bu güveni sarstığı gibi hastanın da güvenini sarsar. Bu ilişkinin zedelenmesi her iki kesimin de zarar görmesine neden olur. Doktor da dahil bu güvenin kimsenin sarsmaya hakkı olmadığı gibi doktorlar arasında da ayrımcılığa neden olunmamalıdır. Aynı işi doğru ve dürüst olarak, özveriyle yapan çoğunluk hekimler küstürülmemelidir, onlara destek verilmelidir.”

Sağlık alanıyla ilgili haberlerde kötüye kullanımın önüne geçilebilmesi, toplumun doğru bilgilendirilmesi için, sağlıkla ilgili kurum ve kuruluşlarla basının kendi etik değerlerine sahip çıkması gerekir.

Sağlık meslek odalarıyla basının ortak hareket etmesi, birbirleriyle daima ilişkilerini sürdürmeleri ve bilgi alışverişinde bulunmaları, sağlıkla ilgili sorunlarda toplumun doğru yönlendirilmesini sağlar.

2.5. SAĞLIK ÇALIŞANLARININ BASINLA İLİŞKİSİ

Herhangi bir tıbbi konu medyada; hem kişisel düzlemde hem toplumsal düzlem de hem de gazetecinin kendisinin veya çıkarını gözetmediği bir grubun konuyu kullanması bağlamında, kötüye kullanımına yol açacak şekilde işlenebilir.

Haberciye kaynak olacak hekim ya da sağlıkçı, görüşmeye başladığında; kendisinden sorulanların çerçevesini de iyi belirlemeli, neyi ne kadar anlatacağını kafasında somutlaştırmış olmalıdır.

Kamuoyu bilimsel bir konferans verme yeri değildir. Eksik verilen bilgi de bilgi değildir. Ayrıca tıbbi bilgiler herkes için, her durumda ve her zaman

"mutlak" geçerli değildir. Onun için hekimler "hastalık yoktur hasta vardır" kuralını kendilerine ilke edinmişlerdir (Sütlaş, 2006c).

Bu bilgiye kimin ne kadar gereksinimi vardır? Bu bilgiye sahip olan merak ettiklerini öğrenmeli ama söylenenlerden yola çıkarak olumsuz sonuçlar doğuracak yanlış şeyler yapmamalıdır. Örneğin sağlık kurumuna başvurmaktan kaçınmamalı, ama hiç gereği yokken de sağlık kuruluşunun kapısında "kuyruk" olmamalıdır.

Sütlaş'a göre (2006c) hekimlere sık olarak sorulan soruların genel olarak şu konuları içerdiğini söyleyebiliriz: Genel bilgi, acil durum bilgisi, kitlesel sorunlar, kötüye kullanım, yararlanma, kaynaklar kurumlar, yorumlar, yenilikler, farklı görüşler. Bu konular hemen hemen her tıbbi konunun medyanın gündemine taşınabilecek, dolayısıyla hekime soru olarak yöneltilebilecek konulardır.

Uzman olduğu alanlarda kamuoyuna medya aracılığıyla, ilgili bilgi veren her hekim ve sağlıkçının, kendi alanındaki tıbbi konular ve hastalıklarla ilgili olarak bu alt başlıkları içeren, bir sıkça sorulan sorular listesi ve buna uygun, basit karşılıkları olmalı, dahası bu sorular ve yanıtları belirli aralıklarla güncelleştirilerek hazır durumda bulundurulmalıdır. Bir anlamda medyanın sorularını yanıtlayacak her hekim ve sağlıkçının bu konularla ilgili yukarıdaki kuralların belirlediği somut şablonları olmalıdır. Diğer bir seçenek de, her hekim bu soruları ve yanıtlarını önceden yazılı olarak hazırlayıp, çeşitli yollarla kamuoyuna veya ona sunmada aracılık eden medyaya vermelidir.

Herhangi bir tıbbi konunun medyada yer alması, bazen onun kötüye kullanımına yol açabilir. Bu kötüye kullanım hem kişisel düzlemde, hem toplumsal düzlemde, hem de gazetecinin kendisinin veya çıkarını gözettiği bir grubun konuyu kullanması bağlamında olabilir. Bu nedenle hekimin verdiği bilgide anlatılanların böyle bir yanlış ve kasıtlı kullanıma yol açmaması çok önemlidir.

Sütlaş (2006c), "Bana yıllardır uğraştığım bu hastalıkla ilgili olarak bir medya mensubu ulaştığında ona bu hastalıkla ilgili kaynaklar ve kurumları da

belirtir; bu alanla ilgili yenilikleri, yeni bilgileri, farklı görüş ve yaklaşımları da elimden geldiğince söylerim. En sonunda da bu işi yıllardır yapan ve bazı deneyimlere sahip olan bir uzman olarak duruma ilişkin "yorumlarıma" yer veririm, vatandaşın ve kamuoyunun bu konuyla ilgili tutum ve davranışının ne olması gerektiğini belirtirim.”

Sağlıkçılar ve medya ilişkisi ortadan kaldıramayacağına göre, halkın bilgilenme hak ve özgürlüğünü gözeterek, ama doğru ve güvenilir haberi oluşturmak için de sağlık çalışanları üzerine düşen görevleri yerine getirmek durumundadır. Diğer yandan sağlıkçılar, verdikleri hizmetin alıcısıyla kurdukları ilişkideki yanlışlıklar ve olumsuzlukları da çözümlemelidirler. Eğer bir sağlıkçı, hizmet sunduğu kişi ve toplumu, sağlığı ve verdiği hizmet konusunda onun anlayabileceği ve kavrayabileceği bir şekilde aydınlatmıyorsa, bilgilendirmiyorsa, elbette ortaya sorun da, olay da, haber de çıkacaktır. Bu ilişki kişiyle sağlıkçı arasında, eğer yeterli zaman ayrılır ve gerekli emek harcanırsa, hizmet sunulurken rahatlıkla kurulabilir.

Yapılan yanlışlıkların çözümü, sağlık hizmetini veren ve tıbbı ilişkin bilimsel bilgiyi üretenlerin, bu konularda halkın bilme hakkının gereğini yerine getirmeleridir. Sağlık hizmeti talep edene bilgilendirici araç ve gereçle, sunumu onların düzeyine inerek ve anlayabileceği bir şekilde verilebilmelidir.

Sütlaş'a göre (2006d), bilimsel yayınların halkı ve toplumu ilgilendiren yanlarının popüler versiyonları, bilimsel yayınlarla birlikte yapılmalı, benzer biçimde ulusal ya da uluslararası ölçekte bilgi sunu ve alışverişinin yapıldığı bilimsel eğitim etkinliklerinde ele alınan konuların halka yansımada yarar bulunan yanlarıyla ilgili olarak, basın bültenleri ve halkın anlayabileceği bir biçim ve dille sunulmuş özel sunumlar gerçekleştirilmelidir. Hizmeti verenlerin görev ve sorumluluklarının gereği olarak yapılması gerekenleri göz ardı eden yaklaşımların; günümüzde bedeniyle ilgili kararlarda tek söz sahibi olmak durumunda olan bireyin, en temel haklarından birisi olan "bilgilenme hakkı"nın sağlanmasını engelleyecek, hatalı, yanlı ve yanlış tutumlar oluşturacağı unutulmamalıdır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GAZETELERDE YAYINLANAN SAĞLIK HABERLERİNİN BİLGİLENDİRME POTANSİYELİ

Hayatın her alanında olduğu gibi sağlık alanı ile ilgili de basında her gün çeşitli haberler, bilgiler yer almaktadır. Türk basınında, sağlıkla ilgili haberlerin nasıl aktarıldığını ve değerlendirildiğini anlamak için öncelikle sağlık haberlerinin basında, hangi sıklıkta ve nasıl yer bulduğu bu bölümde ele alınacaktır. Türk basınında çıkan sağlıkla ilgili haber ve yorumların, kapsam ve sunuluş biçimleri yine bu bölümde incelenerek, bunların önemi ve oynadıkları rol, bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

Bu bölümde, şu konulara açıklık getirilmeye çalışılacaktır:

- Yapılan sağlık haberleriyle toplumun bilgilendirme düzeyi arasında ki ilişkiyi tanımlayabilmek,
- Yazılı basının sağlık hizmetlerine bakışını değerlendirmek,
- Günlük yazılı basında yer alan sağlık haberlerinin dağılımını tanımlamak,
- Yazılı basının ilaç, çeşitli tanı ve tedavi yöntemleri ile sağlıkla ilgili dağılımları tanımlayabilmek,
- Yazılı basında yer alan metinlerin kimler tarafından oluşturulduğunu tanımlayabilmek,
- Yazılı basın çalışanlarının sağlığa bakışını tanımlayabilmek,
- Basının, toplum sağlığını geliştirmekle ilgili görevlerini yeterince yerine getirip getirmediğini tanımlayabilmek
- Yazılı basının, sağlık haberleri ile ilgili bilgi kaynaklarını ve yöntemini tanımlayabilmek,

-Yazılı basında sağlık ilgli en fazla hangi konuların haber yapıp yapılamadığını tanımlayabilmek,

-Farklı gazetelerdeki farklı sunulan sağlık haberlerinin zamana ve kuruma göre değişip değişmediğini tanımlayabilmek,

-Gazetelerin toplumsal sorumluluk ilkelerine uyup uymadığını tanımlayabilmek,

-Gazetelerin, sağlık haberlerini oluştururken, o günün sağlık gündemini de belirleyip belirlemediklerini tanımlayabilmektir.

Kitle iletişim araçlarında yer alan konular, bu araçların kendi yayın politikalarına ve seslenmek istediği kitleye uygun olarak yada buna benzer değişkenlerle,oluşturulmaktadır. Ancak bu tercihler, çoğu zaman okuyucu sayısını arttırmak için, eğlendirici, oyalayıcı konulara daha çok yer verilmesi yönündedir. Bu da basının doğu nedenlerinden ve en önemli özelliklerinden biri olan ‘haber verme’ ve kitleleri bilgilendirme’ niteliğinin değişmesine yada bunların değerinin azalmasına ve önemli bir konu olan sağlık haberlerinin, zamana, kişiye ve kuruma göre değişmesine neden olmaktadır. Oysaki kitle iletişim araçlarının kitleleri yönlendiren aydınlatan, güvenilir ve doğu sağlık haberleri oluşturması ve kitlelere ulaşması büyük önem arz eder.

Sağlıkla ilgili haberlerin oluşturulmasında, basın çalışanlarının sorumluluğu hekimlerinki kadar büyüktür. Sağlık haberlerini yazanlar bir bakıma hekimlik yapmalı, önce dinlemeli sonra tetkik etmeli, öyle karar vermeli yani yazmalı.

Bu sebeptedir ki bu araştırmadan ortaya çıkan bulgular, sağlık içerikli haberlerin, bilgilendirme düzeyinin ortaya çıkartılması açısından ve basında ki sağlık haberlerinin oluşturulmasında olumlu ve olumsuz yanların belirlenmesi, elde edilen sonuçların bundan sonraki oluşturulacak sağlık haberlerine yol gösterecek nitelikte olması açısından önem taşımaktadır.

Ayrıca basın kuruluşlarında, sağlık konusunun öneminin artması sebebiyle yapılan en ufak bir yanlış haberin çok fazla kişiyi etkiliyor olması ve bireylerin zarar görmesi yine bu konudaki önemi arz etmektedir.

Bu çalışma ile gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerinin, gazetede yer aldığı sayfa, yeri ve sayfanın ne kadarını kapladığı, haberin kaynağı gibi kıstaslarla ülkemizin sağlık sorunlarının çözümünde ve de daha sağlıklı bir toplum hedefine ulaşmada stratejik önemi olan basının, bu gücünü ne biçimde değerlendirdiği irdelenmek amaçlanmıştır.

Bu araştırmada dokümanlara dayalı, mevcut durumu ortaya çıkarmayı amaçlayan betimsel yöntem kullanılmıştır. Betimsel yöntem araştırmacı tarafından toplanan verinin uygun, kullanılabilen ve yaygın bir biçimde organize edilmesi ve sunulması ile ilgili bir istatistik yöntemidir (Elifson, 1985:10).

Bu Araştırmanın Varsayımları,

1. Gazetelerin sağlık haberleri konusunda bilgilendirme düzeyi yeterli değildir.
2. Farklı gazeteler sağlık haberlerine yetersiz ve benzer oranlarda yer ayırmaktadırlar.
3. Gazetelerin sağlık haberleri, rutin ve birbirlerine benzerlikler göstermektedir.
4. Sağlık ile ilgili yayınların yazımında açık, anlaşılır, yorumdan uzak, inandırıcı, bilimsel, abartısız ve toplumsal ilgiyi uyandırıcı anlatım tarzları kullanılmıştır.
5. Gazetelerde yer alan sağlık haberleri konularına göre çeşitlilik göstermekle birlikte en fazla hastalıklar ve tedavi yöntemleriyle ilgili yayınlar yer almaktadır.

6. Gazetelerde yayınlanan sağlık haberleri gündem oluşturma işlevine sahiptir.

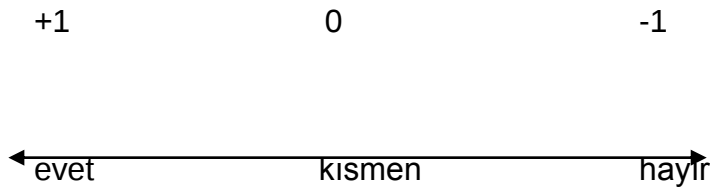
7.Gazeteler, sağlık haberciliği konusunda yeterli uzmanlaşmayı sağlayamamaktadır.

Araştırmanın evreni, Türkiye’de yayın yapan tüm günlük gazetelerdir. Araştırmanın rneklemi ise Türkiye’de ulusal düzeyde ve günlük olarak satılan Hürriyet, Posta ve Zaman gazetelerinden oluşmaktadır. Bu üç gazetenin seçilme nedeni; BBD A.ř. ve Yay-Sat A.ř.’nin açıkladığı 2003 yılı tiraj sıralamasında en çok satılan  gazete olmasıdır. Araştırmamızda 2004 yılının Ekim, Kasım ve Aralık aylarına ait toplam 507 sağlık haberi, günlük olarak incelenmiştir.

Araştırmanın başlangıcında, basında sağlık konusu ile ilgili yerli ve yabancı araştırmalar taranmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla, kodlama cetveli hazırlanmıştır. Hazırlanan form uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda yeniden düzenlenmiştir. Daha sonra 10 farklı gazeteye, n deneme çalışması uygulanmış ve gerekli değişiklikler yapılarak kodlama cetveline son şekli verilmiştir. Veri toplama formu, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm 12 sorudan oluşmaktadır ve gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin biçimsel özellikleri incelenmiştir. İkinci bölüm ise, üç alt başlık halinde toplam 48 sorudan oluşmakta olup, bu sorular aracılığıyla metin analizleri yapılmıştır. Toplam 60 sorudan oluşan soru formu ve kodlama cetveli, Hürriyet, Posta ve Zaman gazetelerine 2004 yılının son üç ayında uygulanmıştır.

SPSS paket programı yardımıyla kodlama cetvelinden elde edilen bulguların yüzdeleri alınarak, frekans tabloları oluşturulmuştur.Tablolar, bulgular doğrultusunda yorumlanmıştır. Verilere göre istatistiksel analizler yapılp, bu analizler doğrultusunda sonuç ve öneriler oluşturulmuştur. Ayrıca bağımlı ve bağımsız değişkenlere ilişkin ortalama ve varyans analiz sonuçları da yorumları ile birlikte sunulmuştur. İkinci bölüm değişkenlerin ortalamaları

alınırken “evet” seçeneği +1, “kısmen” seçeneği 0 ve hayır seçeneği de -1 olarak kodlanmıştır. Buna göre ortalamalar -1 ile +1 arasında yer almaktadır. -1 değerine yaklaştıkça değişken “hayır” seçeneğine, 0 değerine yaklaştıkça “kısmen” seçeneğine ve +1 değerine yaklaştıkça “evet” seçeneğine işaret etmektedir. Aşağıdaki şekil soruların kodlanma biçimini ifade etmektedir.



3. GAZETELERDE YAYINLANAN SAĞLIK HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZLERİ

Sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yöntemlerinin en önemlilerinden ve en fazla kullanılanlarından bir olarak kabul edilen içerik çözümlemesinin sistematik olarak gelişmesi 20.yy'ın ortalarına rastlar. Laswell, Berelson, Lazarsfeld gibi araştırmacıların öncülüğünde gelişen bir çözümleme yöntemi olan içerik çözümlemesini Berelson, “iletişimin yazılı/açık (manifest) içeriğinin objektif sistematik ve sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” olarak tanımlamıştır. Berelson bu tanımla yöntemin sayısal/niceliksel yanına vurgu yapmaktadır (Gökçe, 2001:7).

İçerik çözümlemesi bir metnin açıklanması ve tasvirinden öte, özellikle metin içeriklerinden sosyal gerçeğe yönelik çıkarımlar yapmayı amaçlayan bir yöntemdir. Denilebilir ki, içerik çözümlemesi ile metin içeriğinin ardındaki anlama ulaşmak amaçlanmaktadır (İlhan, 2001:85).

Çebi (2003a:104-105)'ye göre, “içerik analizi tekniğinin anlaşılmasının ve yetkin bir biçimde uygulanmasının anahtarı; nesnel, sistematik, nicel ve açık içerik terimlerinin anlamlarını kavramada yatar”. Nesnellik kavramı, farklı kişiler tarafından aynı içeriğe uygulanabilmesi ve aynı sonuçların elde edilmesi için araştırma kategorileri veya değişkenlerinin açık ve kesin bir biçimde belirlenmesi ve tanımlanmasıdır. Sistematiçlik, veri toplama işleminin

araştırma sorusu veya varsayımlarla ilgili verilerin elde edilmesini sağlayacak bir şekilde tasarlanması anlamına gelir. Niceliksellik ortaya çıktığı belirlenen çeşitli içerik türlerini tanımlayan sayısal değerlerin veya sıklıkların kaydedilmesi anlamına gelir. Açık içerik ise, herhangi bir iletişim aracıyla gönderilen mesajların içeriğinde mesaj kaynağının ifade etmek istediği anlamdan çok, çözümleyicinin mesajların belirgin içeriğini yüklediği anlama gönderme yapar.

3.1. Niceliksel İnceleme

Araştırmaya dahil edilen sağlık haberlerinin dağılımı, Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo-1 İncelenen Sağlık Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı		
Gazete İsmi	Sayı	Yüzde
Hürriyet	122	24,1
Posta	286	56,4
Zaman	99	19,5
Toplam	507	100,0

Tablo-1den görülebileceği gibi araştırmaya dahil edilen toplam 507 sağlık haberinden %56,4’ü Posta Gazetesi, %24,1’i Hürriyet Gazetesi ve %19,5’i de Zaman Gazetesi’ne ait olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle, Ekim, Kasım ve Aralık aylarında Hürriyet ve Zaman gazetelerinde yer alan sağlık haberlerinin aynı oranda olduğu, buna karşılık söz konusu aylar içinde Posta gazetesinde yer alan sağlık haberlerinin oranının daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Araştırmaya dâhil edilen sağlık haberlerinin yayınlandığı ayların dağılımı, Tablo 2’de verilmiştir. Toplam 507 adet sağlık haberinin %50,7’si Kasım 2004, %28,8’i Ekim 2004 ve %20,5’i de Aralık 2004 tarihlerinde yayınlanmıştır. Buna göre, sağlık haberlerinin daha çok Kasım ayında yayınlandığı açıkça görülmektedir.

Tablo-2 Sağlık Haberlerinin Yayınlandığı Aylar		
Yayın Tarihi	Sayı	Yüzde
Ekim 2004	146	28,8
Kasım 2004	257	50,7
Aralık 2004	104	20,5
Toplam	507	100,0

Araştırmaya dahil edilen 3 gazetenin yayınlandığı günler, Tablo 3’de gösterilmektedir. Toplam 507 adet sağlık haberinin %13’ü Pazartesi, %16,2’si Salı, % 15,’ü Çarşamba, %15,2’si Perşembe, %12,8’i Cuma, %13’ü Cumartesi ve %14,4’ü Pazar günü yayınlanmıştır.

Tablo-3 Sağlık Haberlerinin Yayınlandığı Günler		
Yayınlanma Günü	Sayı	Yüzde
Pazartesi	66	13,0
Salı	82	16,2
Çarşamba	78	15,4
Perşembe	77	15,2
Cuma	65	12,8
Cumartesi	66	13,0
Pazar	73	14,4
Toplam	507	100,0

Bu bölümde ileri sürülen varsayımların test edilmesi amacıyla hazırlanan kodlama cetvelindeki anket sorularına verilen cevaplardan elde edilen bulgular ve yorumları verilmiştir. Bu amaçla sonuçlar frekans dağılımları tablolar şeklinde sunulmuştur. Her tablonun altında tablo ile ilgili neticeler sunulmuş ve gerekli yorumlamalar yapılmıştır. Ayrıca, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiler hem ortalama puanlar hem de t testleri ve varyans analiz sonuçları yorumları ile birlikte verilmiştir.

3.1.1. Frekans Dağılım Tabloları ve Betimleyici İstatistikler

Bu alt bölümde kodlama cetvelindeki anket sorularına verilen cevaplar frekans dağılım tabloları halinde açıklamaları ve yorumları ile birlikte verilmiştir.

Araştırmaya dahil edilen toplam 507 adet sağlık ile ilgili yayınlardan %81,1'i haber özelliği, %8,9'u yorum veya köşe yazısı, %8,7'si yazı dizisi ve %1,4'ü de ilan şeklinde dağılmaktadır (Tablo 4). Çalışılan gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin büyük oranda haber özelliği (% 81,1) taşıdığı, buna karşılık ilan özelliği taşıyan sağlık haberlerinin oranının (% 1.4) ise oldukça düşük olduğu ifade edilebilir.

Tablo- 4 İncelenen Yayınlarda Yapısal Özelliği		
Yayın Türü	Sayı	Yüzde
Haber	411	81,1
Yorum/köşe yazısı	45	8,9
Yazı dizisi	44	8,7
İlan	7	1,4
Toplam	507	100,0

Sağlık ile ilgili yayınlarda hangi yardımcı unsurların kullanıldığını Tablo 5'de verilmektedir. Buna göre, gazetelerde sağlıkla ilgili yayınlarda %67,3 oranında resim veya fotoğraf, %8,9 oranında karikatür ve %1 oranında ise grafik veya çizelge kullanılmaktadır. % 22,9 oranında ise hiçbir yardımcı unsura rastlanmamıştır.

Tablo-5 Metne Yardımcı Unsur Kullanımı		
Yardımcı Unsur	Sayı	Yüzde
Resim / Foto	341	67,3
Karikatür	45	8,9
Grafik/Çizelge	5	1,0
Yok	116	22,9
Toplam	507	100,0

Metnin ve metne yardımcı olan unsurların kapladığı alanlar Tablo 6'da gösterilmektedir. En fazla oranda 100 cm² ve altında (%27,2) olduğu görülmektedir. Daha sonra sırasıyla 101-200 cm² (%23,1), 201-300 cm² (%12,4), 301-400 cm² (%12) biçiminde devam etmektedir. Küçükten büyüğe doğru orantılı bir azalış gözlenmektedir. Bu azalışı sadece 1001 cm² ve üstü (%7,5) bozmaktadır. Özetle metin ve metne yardımcı unsurların kapladığı alan küçükten büyüğe doğru düz orantılı biçimde azalmaktadır. Diğer bir ifadeyle, metnin yayınlandığı alan arttıkça metne yardımcı olan unsurların kapladığı alanın azaldığı ifade edilebilir.

Tablo-6 Metnin ve Yardımcı Unsurların Kapladığı Alan (cm ²)		
Metnin Alanı	Sayı	Yüzde
100 ve altı cm ²	138	27,2
101-200 cm ²	117	23,1
201-300 cm ²	63	12,4
301-400 cm ²	61	12,0
401-500 cm ²	39	7,7
501-600 cm ²	15	3,0
601-700 cm ²	12	2,4
701-800 cm ²	6	1,2
801-900 cm ²	6	1,2
901-1000 cm ²	12	2,4
1001 ve üstü cm ²	38	7,5
Toplam	507	100,0

Metnin gazetelerde yayınlandığı yerler Tablo 7'de gösterilmektedir. Buna göre, sağlık haberleri büyük oranda (%97,6) gazetelerin kendisinde yayınlandığı anlaşılmaktadır.

Tablo-7 Metnin Yayınlandığı Yer		
Yayın Yeri	Sayı	Yüzde
Gazetenin kendisi	495	97,6
Gazetenin eki	12	2,4
Toplam	507	100,0

Metnin gazetelerde yayınlandığı sayfalar Tablo 8’de gösterilmektedir. Buna göre, sağlık haberleri sırasıyla en fazla 19. sayfada (%10,5), 15. sayfada (%8,7), 22. sayfada (%8,3), ve arka sayfada (%8,1) yayınlandıkları görülmektedir.

Tablo-8 Metnin Yayınlandığı Sayfa		
Sayfa No	Sayı	Yüzde
Arka sayfa	41	8,1
1	39	7,7
2	16	3,2
3	9	1,8
4	37	7,3
5	11	2,2
6	21	4,1
7	35	6,9
8	7	1,4
9	2	,4
10	4	,8
11	8	1,6
12	13	2,6
13	10	2,0
14	1	,2
15	44	8,7
16	3	,6
17	40	7,9
18	21	4,1

19	53	10,5
20	9	1,8
21	26	5,1
22	42	8,3
23	12	2,4
24	2	,4
35	1	,2
Toplam	507	100,0

Metnin gazetelerde yayınlandığı sayfadaki konumu Tablo 9’da gösterilmektedir. Buna göre, sağlık haberleri en fazla oranda (%25,4) gazetelerin sol üst yarısında ve ortasında (%22,9) yayınlandığı görülmektedir. Gazetelerde yer alan sağlık haberleri çoğunlukla sayfanın üst yarısı ile orta kısmında yayınlandığı ifade edilebilir.

Tablo-9 Metnin Yayınlandığı Sayfadaki Konumu		
Sayfa Konumu	Sayı	Yüzde
Sol üst yarısında	129	25,4
Sağ üst yarısında	85	16,8
Sol alt	51	10,1
Sağ alt	50	9,9
Ortada	116	22,9
Tam sayfa	9	1,8
Manşet	3	,6
Sür manşet	5	1,0
Üst yarım	47	9,3
Alt yarım	12	2,4
Toplam	507	100,0

Gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerinin kaynağı Tablo 10’da sorgulanmaktadır. Buna göre, sağlık haberleri büyük oranda (%52,9) gazetelerin kendi haberleri olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca %18,3 lük oranda da haberlerin kaynağı belirtilmemiştir.

Tablo-10 Haberin Kaynağı		
Haber Kaynağı	Sayı	Yüzde
Yurt İçi HA	120	23,7
Yurt Dışı HA	25	4,9
Başka Bir Medyadan	1	,2
Gazetenin Kendi Haberi	268	52,9
Belirsiz	93	18,3
Toplam	507	100,0

Gazetelerde yayınlanan haberlerde olayları açıklamada kullanılan dayanaklar Tablo 11’de gösterilmektedir. Buna göre, haberlerin dayanağı olarak ilk sırada (%52,7) uzman görüşü, ikinci sırada kurumsal yetkili (%22,3) olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo-11 Haberde Olayı Açıklamada Kullanılan Dayanak		
Haber Dayanağı	Sayı	Yüzde
Uzman Görüşü	267	52,7
Tıp Literatürü	10	2,0
Kurumsal Yetkili	113	22,3
Bilimsel Yayın	15	3,0
Diğer Medyalardan Alınan Haber	10	2,0
Dayanağı Yok	57	11,2
Dayanak gerekliliği Yok	35	6,9
Toplam	507	100,0

Metnin özelliğine ait değişkenlerin frekans dağılımı, Tablo 12’de verilmiştir. Toplam 26 soruya ait cevapların hayır, kısmen ve evet şeklindeki cevapları yer almaktadır. Her bir sorunun sayısal değeri ve satır yüzdeleri verilmiştir.

Tablo-12 Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Frekans Tablosu							
Bağımlı Değişkenler		Hayır		Kısmen		Evet	
		Sayı	Satır %	Sayı	Satır %	Sayı	Satır %
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır	205	40,4	148	29,2	154	30,4
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır	20	3,9	149	29,4	338	66,7
3	Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	66	13,0	206	40,6	235	46,4
4	Metin Kışkırtıcıdır	297	58,6	98	19,3	112	22,1
5	Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	22	4,3	153	30,2	332	65,5
6	Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir	110	21,7	245	48,3	152	30,0
7	Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir	495	97,6	7	1,4	5	1,0
8	Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır	90	17,8	94	18,5	323	63,7
9	Konu gereğinden çok abartılmıştır	444	87,6	33	6,5	30	5,9
10	Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	91	17,9	150	29,6	266	52,5
11	Okuyucunun eğitimine katkı sağlamaktadır	91	17,9	221	43,6	195	38,5
12	Sansasyonel boyut taşımaktadır	344	67,9	87	17,2	76	15,0
13	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	11	2,2	28	5,5	468	92,3
14	Magazin boyutu vardır	467	92,1	24	4,7	16	3,2
15	Konu rutin bir olaya dairdir	183	36,1	117	23,1	207	40,8
16	Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	106	20,9	31	6,1	370	73,0
17	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	16	3,2	36	7,1	455	89,7
18	Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	17	3,4	222	43,8	268	52,9
19	Çözüm önerisi sunmaktadır	137	27,0	122	24,1	248	48,9
20	Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır	452	89,2	23	4,5	32	6,3
21	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	460	90,7	25	4,9	22	4,3
22	Metin ayrıntıya boğulmuştur	462	91,1	29	5,7	16	3,2
23	Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır	103	20,3	97	19,1	307	60,6
24	Metnin yazarı konunun uzmanıdır	443	87,4	-	-	64	12,6
25	Metinde bilgi hatası vardır	463	91,3	20	3,9	24	4,7
26	Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir	16	3,2	130	25,6	361	71,2

Tablo-13 Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri				
Bağımlı Değişkenler		N	Toplam	Ortalama
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır	507	-51	-,10
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır	507	318	,63
3	Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	507	169	,33
4	Metin Kışkırtıcıdır	507	-185	-,36
5	Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	507	310	,61
6	Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir	507	42	,08

7	Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir	507	-490	-,97
8	Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır	507	233	,46
9	Konu gereğinden çok abartılmıştır	507	-414	-,82
10	Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	507	175	,35
11	Okuyucunun eğitimine katkı sağlamaktadır	507	104	,21
12	Sansasyonel boyut taşımaktadır	507	-268	-,53
13	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	507	457	,90
14	Magazin boyutu vardır	507	-451	-,89
15	Konu rutin bir olaya dairdir	507	24	,04
16	Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	507	264	,52
17	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	507	439	,87
18	Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	507	251	,50
19	Çözüm önerisi sunmaktadır	507	111	,22
20	Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır	507	-420	-,83
21	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	507	-438	-,86
22	Metin ayrıntıya boğulmuştur	507	-446	-,88
23	Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır	507	204	,40
24	Metnin yazarı konunun uzmanıdır	507	-379	-,75
25	Metinde bilgi hatası vardır	507	-439	-,87
26	Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir	507	345	,68

Sağlık yayınları ile ilgili metinlerin özelliğine ait değişkenlerin betimleyici istatistikleri, Tablo 13'de verilmiştir. Toplam 26 bağımlı değişkenin her biri ayrı ayrı ele alınmıştır. Buna göre toplam sütunu, üç gazetede, 507 adet yayınlanan sağlıkla ilgili yayınların toplam değerini göstermektedir. Toplam sütunda yer alan değerler -1 (hayır) , 0 (kısmen) ve +1 (evet) şeklinde kodlanan sayıların toplamıdır. Ortalama sütunu ise toplam değer N sayısına bölünmesi sonucu elde edilen değerdir. Ortalama değerler -1 ile +1 arasında yer almaktadır. Değer -1'e yaklaştıkça "hayır" seçeneği, +1'e yaklaştıkça "evet" seçeneği ağırlık kazanmaktadır. Ortalama değer, 0'a yaklaştıkça ise "kısmen" seçeneği ağırlık kazanmaktadır.

Tablo-14 Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenlerin Frekans Tablosu							
Bağımlı Değişkenler		Hayır		Kısmen		Evet	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1	Sağlık politikasıyla ilgili	421	83,0	11	2,2	75	14,8
2	Hastalıklar ve Tedavisiyle ilgili	246	48,5	38	7,5	223	44,0
3	Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	434	85,6	6	1,2	67	13,2
4	Alternatif Tıpla ilgili	493	97,2	-	-	14	2,8
5	İlaçlara /medikallara ilgili	474	93,5	-	-	33	6,5
6	Güzellik ve estetikle ilgili	486	95,9	4	,8	17	3,4
7	Beslenme ve Diyetle ilgili	419	82,6	9	1,8	79	15,6
8	Sağlık Çalışanlarıyla ilgili	486	95,9	3	,6	18	3,6
9	Ruh sağlığıyla ilgili	483	95,3	7	1,4	17	3,4
10	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	447	88,2	7	1,4	53	10,5
11	Cinsellikle ilgili	478	94,3	4	,8	25	4,9
12	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	489	96,4	5	1,0	13	2,6
13	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	491	96,8	5	1,0	11	2,2
14	Fitness ile ilgili	490	96,6	4	,8	13	2,6

Tablo 14’de metnin konusuna ait değişkenlerin frekans dağılım tablosu verilmiştir. Tablo 14 soruya ait cevapların hayır, kısmen ve evet şeklindeki cevapları yer almaktadır. Her bir sorunun sayısal değeri ve satır yüzdeleri verilmiştir. Sayıların toplamı 507 ve yüzdelerin toplamı da %100 dür.

Sağlık yayınları ile ilgili metinlerin konularına ait değişkenlerin betimleyici istatistikleri Tablo 15’de verilmiştir. Toplam 14 değişkenin her biri ayrı ayrı ele alınmıştır. Buna göre toplam sütunu, gazetede yayınlanan sağlıkla ilgili 507 adet yayınların, toplam değerini göstermektedir. Toplam sütunda yer alan değerler -1 (hayır) , 0 (kısmen) ve +1 (evet) şeklinde kodlanan sayıların toplamıdır. Ortalama sütunu ise toplam değer N sayısına bölünmesi sonucu elde edilen değerdir. Ortalama değerler -1 ile +1 arasında yer almaktadır. Değer -1’e yaklaştıkça “hayır” seçeneği, +1’e yaklaştıkça “evet” seçeneği ağırlık kazanmaktadır. Ortalama değer, 0’a yaklaştıkça ise “kısmen” seçeneği ağırlık kazanmaktadır.

Tablo-15 Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri				
Bağımlı Değişkenler		N	Toplam	Ortalama
1	Sağlık politikasıyla ilgili	507	-346	-,68
2	Hastalıklar ve Tedavisiyle İlgili	507	-23	-,04
3	Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	507	-367	-,72
4	Alternatif Tıpla ilgili	507	-479	-,94
5	İlaçlara /medikallara ilgili	507	-441	-,87
6	Güzellik ve estetikle ilgili	507	-469	-,93
7	Beslenme ve Diyetle ilgili	507	-340	-,67
8	Sağlık Çalışanlarıyla ilgili	507	-468	-,92
9	Ruh sağlığıyla ilgili	507	-466	-,92
10	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	507	-394	-,78
11	Cinsellikle ilgili	507	-453	-,89
12	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	507	-476	-,94
13	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	507	-480	-,95
14	Fitness ile ilgili	507	-477	-,94

Tablo-16 Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Frekans Tablosu							
Bağımlı Değişkenler		Hayır		Kısmen		Evet	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1	Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	297	58,6	67	13,2	143	28,2
2	Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır	243	47,9	51	10,1	213	42,0
3	Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir	394	77,7	23	4,5	90	17,8
4	Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır	429	84,6	32	6,3	46	9,1
5	Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır	298	58,8	48	9,5	161	31,8
6	Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir	226	44,6	68	13,4	213	42,0
7	İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur	450	88,8	9	1,8	48	9,5
8	Metni yazanın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır	76	15,0	-	-	431	85,0

Metnin bilgilendirme özelliğine ait değişkenlerin frekans dağılımı Tablo 16'da verilmiştir. Toplam 8 soruya ait cevapların hayır, kısmen ve evet şeklindeki cevapları yer almaktadır. Her bir sorunun sayısal değeri ve satır yüzdeleri verilmiştir. Sayıların toplamı 507 ve yüzdelerin toplamı da %100 dür.

Sağlık yayınları ile ilgili metnin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenlerin betimleyici istatistikleri Tablo 17'de verilmiştir. Toplam 8 değişkenin her biri ayrı ayrı ele alınmıştır. Buna göre toplam sütunu, 507 adet sağlıkla ilgili yayınların, toplam değerini göstermektedir. Toplam sütunda yer

alan değerler -1 (hayır) , 0 (kısmen) ve +1 (evet) şeklinde kodlanan sayıların toplamıdır. Ortalama sütunu ise toplam değer N sayısına bölünmesi sonucu elde edilen değerdir. Ortalama değerler -1 ile +1 arasında yer almaktadır. Değer -1'e yaklaştıkça "hayır" seçeneği, +1'e yaklaştıkça "evet" seçeneği ağırlık kazanmaktadır. Ortalama değer, 0'a yaklaştıkça ise "kısmen" seçeneği ağırlık kazanmaktadır.

Tablo-17 Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri				
Bağımlı Değişkenler		N	Toplam	Ortalama
1	Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	507	-154	-,30
2	Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır	507	-30	-,05
3	Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir	507	-304	-,60
4	Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır	507	-383	-,76
5	Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır	507	-137	-,27
6	Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir	507	-13	-,02
7	İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur	507	-402	-,79
8	Metni yazanın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır	507	355	,70

3.1.2. Bağımlı Ve Bağımsız Değişkenler Arası İlişkileri Gösteren Tablolar

Araştırmaya dâhil edilen 3 gazete ile metinlerin özelliğine ait değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 18'de verilmiştir. Toplam 26 değişken 3 gazeteye göre ayrı ayrı ele alınmıştır. Ortalama sütunları, toplam değer N (507) sayısına bölünmesi sonucu elde edilen değerdir. Ortalama değerler -1 ile +1 arasında yer almaktadır. Değer -1'e yaklaştıkça "hayır" seçeneği, +1'e yaklaştıkça "evet" seçeneği ağırlık kazanmaktadır. Ortalama değer, 0'a yaklaştıkça ise "kısmen" seçeneği ağırlık kazanmaktadır.

"Tablo-18 İncelenen Gazeteler İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Ortalamalar"					
Metnin Özelliğine Ait Değişkenler		İncelenen Gazeteler			
		Hürriyet	Posta	Zaman	Toplam
		Ortalama	Ortalama	Ortalama	Ortalama
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır	-,35	,13	-,44	-,10
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır	,70	,56	,73	,63
3	Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	,41	,36	,17	,33
4	Metin Kışkırtıcıdır	-,51	-,17	-,74	-,36
5	Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	,68	,52	,79	,61
6	Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir	,16	,12	-,10	,08
7	Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir	-,98	-,97	-,94	-,97
8	Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır	,33	,52	,44	,46
9	Konu gereğinden çok abartılmıştır	-,94	-,73	-,90	-,82
10	Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	,05	,55	,11	,35
11	Okuyucunun eğitimine katkı sağlamaktadır	,16	,26	,11	,21
12	Sansasyonel boyut taşımaktadır	-,63	-,38	-,83	-,53
13	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	,89	,90	,93	,90
14	Magazin boyutu vardır	-,88	-,88	-,94	-,89
15	Konu rutin bir olaya dairdir	-,14	,27	-,35	,04
16	Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	,30	,83	-,09	,52
17	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	,98	,79	,96	,87
18	Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	,54	,38	,78	,50
19	Çözüm önerisi sunmaktadır	,05	,26	,31	,22
20	Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır	-,74	-,83	-,94	-,83
21	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	-,90	-,83	-,93	-,86
22	Metin ayrıntıya boğulmuştur	-,96	-,82	-,95	-,88
23	Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır	,22	,42	,57	,40
24	Metnin yazarı konunun uzmanıdır	-,57	-,75	-,96	-,75
25	Metinde bilgi hatası vardır	-,91	-,82	-,95	-,87
26	Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir	,57	,73	,69	,68

Araştırmaya dahil edilen 3 gazete ile metinlerin konularına ait değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 19'da verilmiştir. Toplam 14 değişken 3 gazeteye göre ayrı ayrı ele alınmıştır. Ortalama sütunları, toplam değer N

(507) sayısına bölünmesi sonucu elde edilen değerdir. Ortalama değerler -1 ile +1 arasında yer almaktadır. Değer -1'e yaklaştıkça "hayır" seçeneği, +1'e yaklaştıkça "evet" seçeneği ağırlık kazanmaktadır. Ortalama değer, 0'a yaklaştıkça ise "kısmen" seçeneği ağırlık kazanmaktadır.

Tablo-19 İncelenen Gazeteler İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası Ortalamalar					
Metnin Konusuna Ait Değişkenler		İncelenen Gazete			
		Hürriyet	Posta	Zaman	Toplam
		Ortalama	Ortalama	Ortalama	Ortalama
1	Sağlık politikasıyla ilgili	-,70	-,86	-,14	-,68
2	Hastalıklar ve Tedavisiyle İlgili	-,30	,15	-,30	-,04
3	Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	-,55	-,76	-,84	-,72
4	Alternatif Tıpla ilgili	-,97	-,94	-,94	-,94
5	İlaçlara /medikallara ilgili	-,84	-,91	-,80	-,87
6	Güzellik ve estetikle ilgili	-,97	-,90	-,96	-,93
7	Beslenme ve Diyetle ilgili	-,62	-,65	-,78	-,67
8	Sağlık Çalışanlarıyla ilgili	-,89	-,95	-,90	-,92
9	Ruh sağlığıyla ilgili	-,90	-,91	-,97	-,92
10	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	-,78	-,79	-,74	-,78
11	Cinsellikle ilgili	-,75	-,92	-,98	-,89
12	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	-,95	-,93	-,95	-,94
13	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	-,91	-,97	-,93	-,95
14	Fitness ile ilgili	-,94	-,94	-,95	-,94

Araştırmaya dahil edilen 3 gazete ile metinlerin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 20'de verilmiştir. Toplam 8 değişken 3 gazeteye göre ayrı ayrı ele alınmıştır. Ortalama sütunları, toplam değerlerin N (507) sayısına bölünmesi sonucu elde edilen değerdir. Ortalama değerler -1 ile +1 arasında yer almaktadır. Değer -1'e yaklaştıkça "hayır" seçeneği, +1'e yaklaştıkça "evet" seçeneği ağırlık kazanmaktadır. Ortalama değer, 0'a yaklaştıkça ise "kısmen" seçeneği ağırlık kazanmaktadır.

Tablo-20 İncelenen Gazeteler İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Ortalamalar					
Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Değişkenler		İncelenen Gazete			
		Hürriyet	Posta	Zaman	Toplam
		Ortalama	Ortalama	Ortalama	Ortalama
1	Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	-,52	-,13	-,54	-,30
2	Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır	-,12	,02	-,22	-,05
3	Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir	-,57	-,56	-,77	-,60
4	Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır	-,66	-,76	-,86	-,76
5	Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır	-,65	-,17	-,09	-,27
6	Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir	-,08	,07	-,34	-,02
7	İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur	-,75	-,80	-,82	-,79
8	Metni yazarın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır	,43	,75	,90	,70

3.1.3. Bağımsız ve Bağımlı Değişkenler Arasındaki Varyans Analizi ve t Testi Sonuçları

Araştırmaya dahil edilen 3 gazete ve bu gazetelerin yayınlandığı günler ile metinlerin özelliklerine ait değişkenler arasındaki varyans analiz sonuçları Tablo 21’de verilmiştir. Buna göre; $P= 0,05$ anlamlılık düzeyinde, aşağıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; incelenen gazeteler açısından toplam 26 değişkenin 20’si $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; Gazete değişkeni ile metnin özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin özelliklerine ait 20 değişken ile gazeteler arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerine ulaşılmıştır. Yani Hürriyet, Posta ve Zaman gazeteleri ile incelenen metinlerin özellikleri arasında 20 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır.

Yayın günleri ile incelenen metinlerin özellikleri arasında istatistik olarak önemli farklılaşmalar görülmemektedir (Tablo 21). Sadece bir değişken (Metnin yazarı konunun uzmanıdır, $P=0,009$) ile günler arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır. Diğer değişkenler ile günler arasında anlamlı farklılaşmalara rastlanmamıştır.

Tablo-21 Gazetelerin İsimleri ve Yayınladıkları Günler İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu					
Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler		Gazete İsimleri		Günler	
		F	P	F	P
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır	26,88	,001	1,121	,349
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır	4,46	,012	,954	,456
3	Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	3,61	,028	,675	,670
4	Metin Kışkırtıcıdır	21,26	,001	,642	,696
5	Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	9,54	,001	,866	,520
6	Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir	4,26	,015	1,402	,212
7	Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir	1,05	,351	,795	,574
8	Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır	2,67	,070	1,333	,241
9	Konu gereğinden çok abartılmıştır	8,72	,001	,545	,774
10	Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	25,65	,001	1,325	,244
11	Okuyucunun eğitimine katkı sağlamaktadır	1,72	,179	1,644	,133
12	Sansasyonel boyut taşımaktadır	15,77	,001	,664	,679
13	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	,36	,697	1,457	,191
14	Magazin boyutu vardır	,94	,389	1,356	,231
15	Konu rutin bir olaya dairdir	23,99	,001	1,445	,196
16	Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	64,88	,001	1,280	,265
17	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	11,98	,001	,853	,529
18	Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	20,54	,001	,515	,797
19	Çözüm önerisi sunmaktadır	3,14	,044	1,283	,263
20	Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır	4,18	,016	1,600	,145
21	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	2,52	,081	1,159	,327
22	Metin ayrıntıya boğulmuştur	6,68	,001	,922	,478
23	Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır	5,30	,005	1,416	,206
24	Metnin yazarı konunun uzmanıdır	9,51	,001	2,884	,009
25	Metinde bilgi hatası vardır	3,77	,024	1,085	,370
26	Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir	4,03	,018	,310	,932

Araştırmaya dahil edilen 3 gazete ve bu gazetelerin yayınlandığı günler ile metinlerin konularına ait değişkenler arasındaki varyans analiz sonuçları Tablo 22’de verilmiştir. Buna göre; $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki

tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; incelenen gazeteler açısından toplam 14 değişkenin 4'ü $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; Gazete değişkeni ile metinlerin konularına ait değişkenler arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin konusuna ait 4 değişken ile gazeteler arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerine ulaşılmıştır. Yani Hürriyet, Posta ve Zaman gazeteleri ile incelenen metinlerin konuları arasında 4 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır.

Metinlerin yayınlandığı günleri ile incelenen metinlerin konuları arasında sadece iki değişken (Sağlıkla ilgili bilimsel gelişmeler ve buluşlar, $P=0,012$ ile Cinsellikle ilgili $P=0,001$) ile yayın günleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Diğer değişkenler ile günler arasında anlamlı farklılaşmalara rastlanmamıştır

Tablo-22 Gazetelerin İsimleri ve Yayınladıkları Günler İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu					
Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler		Gazete İsimleri		Günler	
		F	P	F	P
1	Sağlık politikasıyla ilgili	43,68	,001	1,143	,336
2	Hastalıklar ve Tedaviyle İlgili	14,30	,001	2,051	,058
3	Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	5,88	,003	2,750	,012
4	Alternatif Tıpla ilgili	,37	,686	,879	,510
5	İlaçlara /medikallara ilgili	2,24	,107	1,001	,424
6	Güzellik ve estetikle ilgili	2,17	,115	,632	,705
7	Beslenme ve Diyetle ilgili	1,40	,247	,951	,458
8	Sağlık Çalışanlarıyla ilgili	1,42	,243	1,911	,077
9	Ruh sağlığıyla ilgili	1,12	,325	1,273	,268
10	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	,26	,765	,529	,786
11	Cinsellikle ilgili	8,91	,001	,841	,538
12	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	,23	,793	1,905	,078
13	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	1,77	,171	2,591	,018
14	Fitness ile ilgili	,05	,946	1,414	,207

Araştırmaya dahil edilen 3 gazete ve bu gazetelerin yayınlandığı günler ile metinlerin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenler arasındaki varyans analiz sonuçları Tablo 23’de verilmiştir. Buna göre; $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; incelenen gazeteler açısından toplam 8 değişkenin 5’i $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; Gazete değişkeni ile metinlerin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin bilgilendirme özelliklerine ait 5 değişken ile gazeteler arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerine ulaşılmıştır. Yani Hürriyet, Posta ve Zaman gazeteleri ile incelenen metinlerin bilgilendirme özellikleri arasında 5 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır.

Metinlerin yayınlandığı günleri ile incelenen metinlerin bilgilendirme özellikleri arasında sadece iki değişken (Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir, $P=0,013$ ve Metni yazanın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır, $P=0,001$) ile yayın günleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Diğer değişkenler ile günler arasında anlamlı farklılaşmalara rastlanmamıştır.

Tablo-23 Gazetelerin İsimleri ve Yayınladıkları Günler İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu					
Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler		Gazete İsimleri		Günler	
		F	P	F	P
1	Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	13,473	,001	2,094	,052
2	Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır	2,878	,057	,825	,551
3	Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir	2,943	,054	,733	,623
4	Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır	3,132	,044	,902	,493
5	Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır	14,761	,001	,478	,825
6	Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir	7,723	,001	2,716	,013
7	İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur	,372	,689	,752	,608
8	Metni yazanın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır	14,139	,001	3,934	,001

Araştırmaya dahil edilen 3 gazetede incelenen birimlerin yapısal özellikleri ve haberlerin kaynağı ile metnin özelliklerine ait değişkenler arasındaki varyans analizi sonuçları Tablo 24’de verilmiştir. Buna göre; $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; incelenen birimlerin yapısal özellikleri açısından toplam 26 değişkenin 18’i $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; incelenen birimlerin yapısal özellikleri ile metnin özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin özelliklerine ait 18 değişken ile incelenen birimlerin yapısal özellikleri arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerlerine ulaşılmıştır. Yani haber, yorum veya köşe yazısı, yazı dizisi ve ilan ile incelenen metnin özellikleri arasındaki 18 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır.

Benzer sonuçlar haberlerin kaynağı ile incelenen metnin özellikleri arasında da görülmektedir. Yani metnin özelliklerine ait 12 değişken ile haberlerin kaynağı arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Diğer 14 değişken ile haberlerin kaynağı arasında anlamlı farklılaşmalara rastlanmamıştır

Tablo-24 İncelenen Birimin Yapısal Özelliği ve Haber Kaynağı İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu					
Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler		İncelenen Birimin Yapısal Özelliği		Haber Kaynağı	
		F	P	F	P
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır	31,57	,001	5,19	,001
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır	5,98	,001	1,55	,186
3	Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	4,63	,003	2,35	,054
4	Metin Kışkırtıcıdır	2,12	,096	1,02	,398
5	Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	1,85	,136	3,08	,016
6	Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir	3,01	,030	3,12	,015
7	Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir	,47	,698	,31	,870
8	Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır	8,49	,001	7,77	,001
9	Konu gereğinden çok abartılmıştır	12,96	,001	1,15	,333
10	Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	8,78	,001	6,95	,001

11	Okuyucunun eğitimine katkı sağlamaktadır	11,09	,001	3,17	,014
12	Sansasyonel boyut taşımaktadır	3,17	,024	,69	,596
13	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	,73	,530	,36	,837
14	Magazin boyutu vardır	2,48	,060	,96	,428
15	Konu rutin bir olaya dairdir	8,81	,001	2,96	,020
16	Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	10,14	,001	1,14	,337
17	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	,50	,679	2,17	,071
18	Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	6,34	,001	7,89	,001
19	Çözüm önerisi sunmaktadır	16,49	,001	7,06	,001
20	Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır	6,32	,001	,56	,691
21	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	,53	,661	,50	,732
22	Metin ayrıntıya boğulmuştur	18,80	,001	3,01	,018
23	Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır	10,44	,001	6,75	,001
24	Metnin yazarı konunun uzmanıdır	124,07	,001	18,56	,001
25	Metinde bilgi hatası vardır	,32	,809	1,19	,313
26	Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir	8,26	,001	1,07	,373

Araştırmaya dahil edilen 3 gazetedeki incelenen birimlerin yapısal özellikleri ve haberlerin kaynağı ile metinlerin konularına ait değişkenler arasındaki varyans analiz sonuçları Tablo 25’de verilmiştir. Buna göre; $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; incelenen birimlerin yapısal özellikleri açısından toplam 14 değişkenin 8’i $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; incelenen birimlerin yapısal özellikleri ile metnin konularına ait değişkenler arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin konularına ait 8 değişken ile incelenen birimlerin yapısal özellikleri arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerlerine ulaşılmıştır. Yani haber, yorum veya köşe yazısı, yazı dizisi ve ilan ile incelenen metinlerin konuları arasındaki 8 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır.

Ancak benzer sonuçlar haberlerin kaynağı ile incelenen metinlerin konuları arasında görülmemektedir. Yani metnin konularına ait 14

değişkenden sadece 3 değişken ile haberlerin kaynağı arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Diğer 11 değişken ile haberlerin kaynağı arasında anlamlı farklılaşmalara rastlanmamıştır.

Tablo-25 İncelenen Birimin Yapısal Özelliği ve Haberin Kaynağı İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu					
Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler		İncelenen Birimin Yapısal Özelliği		Haberin Kaynağı	
		F	P	F	P
1	Sağlık politikasıyla ilgili	7,04	,001	1,94	,103
2	Hastalıklar ve Tedavisiyle İlgili	8,63	,001	,49	,742
3	Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	4,36	,005	11,10	,001
4	Alternatif Tıpla ilgili	2,09	,101	1,40	,233
5	İlaçlara /medikallara ilgili	6,41	,001	1,03	,389
6	Güzellik ve estetikle ilgili	11,87	,001	,67	,610
7	Beslenme ve Diyetle ilgili	5,86	,001	3,89	,004
8	Sağlık Çalışanlarıyla ilgili	,83	,480	1,45	,218
9	Ruh sağlığıyla ilgili	1,38	,247	,46	,767
10	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	4,33	,005	2,02	,091
11	Cinsellikle ilgili	1,58	,194	6,21	,001
12	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	91,18	,001	1,91	,108
13	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	2,01	,112	,16	,958
14	Fitness ile ilgili	,62	,605	,44	,780

Araştırmaya dahil edilen 3 gazetede incelenen birimlerin yapısal özellikleri ve haberlerin kaynağı ile metinlerin bilgilendirme özelliğine ait değişkenler arasındaki varyans analiz sonuçları Tablo 26'da verilmiştir. Buna göre; $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; incelenen birimlerin yapısal özellikleri açısından toplam 8 değişkenin 7'si $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; incelenen birimlerin yapısal özellikleri ile metnin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin bilgilendirme özelliklerine ait 7 değişken ile incelenen birimlerin yapısal

özellikleri arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerlerine ulaşılmıştır. Yani haber, yorum veya köşe yazısı, yazı dizisi ve ilan ile incelenen metinlerin konuları arasındaki 7 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır.

Ancak benzer sonuçlar haberlerin kaynağı ile incelenen metinlerin bilgilendirme özellikleri arasında görülmemektedir. Yani metinlerin bilgilendirme özellikleri ait 8 değişkenden sadece 2 değişken ile haberlerin kaynağı arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Diğer 6 değişken ile haberlerin kaynağı arasında anlamlı farklılaşmalara rastlanmamıştır.

Tablo-26 İncelenen Birimin Yapısal Özelliği ve Haberin Kaynağı İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası Varyans Analiz (ANOVA) Sonucu					
Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler		İncelenen Birimin Yapısal Özelliği		Haberin Kaynağı	
		F	P	F	P
1	Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	11,85	,001	,65	,625
2	Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır	8,44	,001	1,41	,228
3	Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir	6,53	,001	4,48	,001
4	Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır	,27	,849	1,59	,176
5	Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır	4,81	,003	1,18	,317
6	Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir	2,95	,032	,98	,420
7	İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur	6,49	,001	1,58	,179
8	Metni yazanın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır	104,98	,001	16,78	,001

Metinlerin yayınlandıkları yer ile metinlerin özelliklerine ait değişkenler arasındaki t testi sonuçları Tablo 27’de verilmiştir. Buna göre; $P= 0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; metinlerin yayınlandıkları yer açısından toplam 26 değişkenin sadece 2’si $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; metinlerin yayınlandıkları yer ile

metnin özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişki t testi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin özelliklerine ait 2 değişken (Magazin boyutu vardır, $P=0,001$ ve Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır, $P=0,040$) ile metinlerin yayınlandıkları yer arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerlerine ulaşılmıştır. Yani yayınlanan metinlerin gazetenin kendisi veya ekinde olması ile incelenen metinlerin özellikleri arasındaki yalnızca 2 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır. Metnin yayınlandığı yer değişkeni diğer 24 değişkende farklılıklar yaratmamaktadır.

Tablo-27 Metnin Yayınlandığı Yer (Gazetenin Kendisi-Gazetenin Eki) İle Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası t-Testi Sonucu			
Metnin Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler		t-Testi	
		t	P
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır	-,42	,674
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır	-,77	,442
3	Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	-1,26	,208
4	Metin Kışkırtıcıdır	-,13	,893
5	Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	-,85	,395
6	Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir	-1,23	,220
7	Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir	,51	,607
8	Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır	-1,31	,191
9	Konu gereğinden çok abartılmıştır	,68	,499
10	Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	-1,47	,141
11	Okuyucunun eğitime katkı sağlamaktadır	-1,43	,153
12	Sansasyonel boyut taşımaktadır	,65	,515
13	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	-,95	,343
14	Magazin boyutu vardır	-3,43	,001
15	Konu rutin bir olaya daırdır	,52	,602
16	Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	-2,06	,040
17	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	-1,11	,268
18	Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	-1,07	,286
19	Çözüm önerisi sunmaktadır	-,82	,412
20	Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır	,03	,973

21	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	1,05	,292
22	Metin ayrıntıya boğulmuştur	-,39	,693
23	Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır	-1,15	,250
24	Metnin yazarı konunun uzmanıdır	-,43	,670
25	Metinde bilgi hatası vardır	1,02	,307
26	Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir	,64	,521

Metinlerin yayınlandıkları yer ile metinlerin konularına ait değişkenler arasındaki t testi sonuçları Tablo 28’de verilmiştir. Buna göre; $P= 0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda 0,05 ve bu değerden küçük olanlar koyu olarak belirtilmiştir. Genel olarak; metinlerin yayınlandıkları yer açısından toplam 14 değişkenin sadece 2’si $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; metinlerin yayınlandıkları yer ile metnin konularına ait değişkenler arasındaki ilişki t testi tekniği ile ölçüldüğünde, metnin konularına ait 2 değişken (Güzellik ve estetikle ilgili, $P= 0,001$ ve Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu, $P= 0,001$) ile metinlerin yayınlandıkları yer arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerlerine ulaşılmıştır. Yani yayınlanan metinlerin gazetenin kendisi veya ekinde olması ile incelenen metinlerin konuları arasındaki yalnızca 2 değişkende farklılaşmalar bulunmaktadır. Metnin yayınlandığı yer değişkeni diğer 12 değişkende farklılıklar yaratmamaktadır.

Tablo-28 Metnin Yayınlandığı Yer (Gazetenin Kendisi-Gazetenin Eki) İle Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler Arası t-Testi Sonucu			
Metnin Konusuna Ait Bağımlı Değişkenler		t-Testi	
		t	P
1	Sağlık politikasıyla ilgili	1,56	,120
2	Hastalıklar ve Tedaviyle İlgili	1,05	,294
3	Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	1,42	,156
4	Alternatif Tıpla ilgili	-1,19	,234
5	İlaçlara /medikallara ilgili	,92	,356
6	Güzellik ve estetikle ilgili	-7,58	,001
7	Beslenme ve Diyetle ilgili	1,18	,238

8	Sağlık Çalışanlarıyla ilgili	-,83	,405
9	Ruh sağlığıyla ilgili	-,02	,982
10	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	-,15	,878
11	Cinsellikle ilgili	-,48	,633
12	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	-4,76	,001
13	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	-1,30	,195
14	Fitness ile ilgili	-,26	,796

Metinlerin yayınlandıkları yer ile metinlerin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenler arasındaki t testi sonuçları Tablo 29'da verilmiştir.. Buna göre; $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde, yukarıdaki tabloda $0,05$ ve bu değerden küçük olan değer koyu olarak belirtilmiştir. Tabloya genel olarak bakıldığında; metinlerin yayınlandıkları yer açısından toplam 8 değişkenin sadece 1 tanesi $P=0,05$ anlamlılık düzeyinde farklılaşma yaratmaktadır. Diğer bir deyişle; metinlerin yayınlandıkları yer ile metinlerin bilgilendirme özelliklerine ait değişkenler arasındaki ilişki t testi tekniği ile ölçüldüğünde, metinlerin bilgilendirme özelliklerine ait 1 değişken (Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir $P=0,036$) ile metinlerin yayınlandıkları yer arasında $P=0,05$ düzeyinde anlamlılık değerine ulaşılmıştır. Yani yayınlanan metinlerin gazetenin kendisi veya ekinde olması ile incelenen metinlerin bilgilendirme özellikleri arasında yalnızca 1 değişkende farklılaşma bulunmaktadır. Metnin yayınlandığı yer değişkeni diğer 7 değişkende farklılıklar yaratmamaktadır.

Tablo-29 Metnin Yayınlandığı Yer (Gazetenin Kendisi-Gazetenin Eki) İle Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler Arası t-Testi Sonucu			
Metnin Bilgilendirme Özelliğine Ait Bağımlı Değişkenler		t-Testi	
		t	P
1	Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	,78	,436
2	Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır	1,01	,311
3	Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir	1,06	,289
4	Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır	,45	,653
5	Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır	,24	,809
6	Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir	2,11	,036
7	İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur	-1,24	,217
8	Metni yazanın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır	,16	,870

3.2. Araştırma Bulguları

Bu bölümde, araştırma bulgularımız doğrultusunda genel hatları ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırmanın yürütüldüğü 2004 yılının Ekim, Kasım ve Aralık aylarında Hürriyet ve Posta gazetelerinde yer alan sağlık haberlerinin aynı oranda olduğu, buna karşılık söz konusu aylar içinde Zaman gazetesinde yer alan sağlık haberlerinin oranının oldukça düşük olduğu ifade edilebilir. Bu üç ay içerisinde en fazla sağlık haberi Kasım ayında yayınlanmıştır. (Bkz: Tablo1,2). Gazetelerde yayınlanan sağlıkla ilgili yayınların en fazla oranda 100 cm² ve altında (%27,2) olduğu görülmektedir. Gazetelerde metnin yayınlandığı alan arttıkça metne yardımcı olan unsurların kapladığı alanın azaldığı görülmüştür. (Bkz: Tablo 6).

Buradan hareketle “Farklı gazeteler sağlık haberlerine yetersiz ve benzer oranlarda yer ayırmaktadırlar” şeklindeki varsayımımız doğrulanmıştır.

Sağlık haberlerinin yayınlandığı günler arasında önemli bir farklılığın olmadığı, yani sağlık haberinin haftanın her günü aynı oranlarda gazetelerde yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde açıkça görülmektedir. “Sağlık haberlerinin yayınlanmasında günler açısından bir farklılık bulunmamaktadır”

Araştırmaya konu olan gazetelerde, yer alan sağlık ile ilgili metinlerin, büyük oranda haber özelliği taşıdığı (%81.1), buna karşılık ilan özelliği taşıyan sağlık metinlerinin oranının ise oldukça düşük (%1.4) olduğu ifade edilebilir. (Bkz: Tablo 4). Buradan hareketle “Gazetelerde, sağlıkla ilgili metinlerden en çok haber özelliği taşıyan yayınlar, yer almaktadır” denilebilir.

Sağlık haberlerinin yayınlanmasında herhangi bir sayfa tercih edilmemekle birlikte, büyük oranlarda 1,4,7,15,17,19,22 ve arka sayfalarda yayınlandığı görülmüştür. Gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin çoğunlukla sayfanın üst yarısı ile orta kısmında bulunduğu ifade edilebilir. (Bkz: Tablo 8,9).

Sağlık haberlerinin yayınlanmasında esas olarak uzman görüşü ile kurum yetkililerinin yapmış oldukları açıklamalara başvurulduğu

görülmektedir (Bkz: Tablo 10). Buna rağmen, metin yazarlarının konunun uzmanı olmadığı (% 87,4) saptanmıştır (Bkz: Tablo 12). Bu sonuç, “Gazeteler, sağlık haberciliği konusunda yeterli uzmanlaşmayı sağlayamamaktadır” şeklindeki varsayımımızı doğrulamaktadır.

Gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerine ilişkin sorulan 26 soruya verilen cevaplar irdelendiğinde;

Yer alan metinlerde ağırlıklı olarak yorum yapılmadığı (% 40,4), metnin inandırıcı bir özellik taşıdığı (% 66,4), metnin kısmen ve tamamen dikkat çekici olduğu (% 40,4-46,4), metnin kışkırtıcı olmadığı (% 58,6), metinde yeterli bilgilendirmenin yapıldığı (% 65,5), metnin kısmen motivasyon uyandırıcı özelliğe sahip olduğu (% 48,3), metnin eğlence unsuru taşımadığı (% 97,6), metinlerde konuyla ilgili gerekli uyarıların yapıldığı (% 63,7), metinlerde konunun gereğinden fazla abartılmadığı (% 87,6), metinde okuyucunun belirli bir konuda ikna edilmeye çalışıldığı (% 52,5), metnin okuyucunun eğitime kısmen katkı sağladığı (% 43,6), metinlerin sansasyonel boyut taşımadığı (% 67,9), metinlerin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahip oldukları (% 92,3), metinlerin magazin boyut taşımadığı (% 92,1), metinlerdeki konuların rutin bir olaya dair olduğu (% 40,8), metinlerde yan unsurların kullanımının açıklayıcı olduğu (% 73,0), yayınlanan metinlerle başlıkları arasında bir ilişkinin bulunduğu (% 89,7), metnin olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi verici olduğu (% 52,9), metinlerin çözüm önerisi sunduğu (% 48,9), metinlerde anlaşılması güç olan jargonların yer almadığı (% 89,2), metinlerin okuyucuda soru işareti bırakacak nitelik taşımadığı (% 90,7), metinlerin ayrıntılara boğulmadığı (% 91,1), metinlerde dikkat edilecek noktalar açıklandığı (% 60,6), metin yazarlarının konunun uzmanı olmadığı (% 87,4), metinlerde bilgi hatası bulunmadığı (% 91,3) ve metinlerin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliklerde olduğu (% 71,2) şeklinde sonuçlar gözlenmiştir. (Bkz: Tablo 12). Bu tablodan hareketle, “sağlık ile ilgili yayınların yazımında açık, anlaşılır, yorumdan uzak, inandırıcı, bilimsel, abartısız ve toplumsal ilgiyi uyandırıcı anlatım tarzları kullanılmıştır” şeklindeki varsayımımız doğrulanmıştır.

Araştırma bulguları ışığında, Tablo 13’de sunulan bağımlı değişkenlerin betimleyici istatistiklerinden; metinlerde ağırlıklı olarak yorum yapılmadığı (-,10), metnin inandırıcı bir özellik taşıdığı (.60), metnin kısmen dikkat çekici olduğu (.33), metnin kışkırtıcı olmadığı (-,33), metinde yeterli bilgilendirmenin yapıldığı (.61), metnin kısmen motivasyon uyandırıcı özelliğe sahip olduğu (.08), metnin eğlence unsuru taşımadığı (-,97), metinlerde konuyla ilgili gerekli uyarıların yapıldığı (.46), metinlerde konunun gereğinden fazla abartılmadığı (-,82), metinlerde okuyucunun belirli bir konuda ikna edilmeye çalışıldığı (.35), metnin okuyucunun eğitimine kısmen katkı sağladığı (.21), metnin sansasyonel boyut taşımadığı (-,53), metnin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahip oldukları (.90), metnin magazin boyut taşımadığı (-,89), metinlerdeki konuların kısmen rutin bir olaya dair olduğu (.04), metinlerde yan unsurların kullanımının açıklayıcı olduğu (.52), metinlerle başlıkları arasında bir ilişkinin bulunduğu (.87), metnin olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi verici olduğu (.50), metnin çözüm önerisi sunduğu (.22), metinlerde anlaşılması güç olan jargonların yer almadığı (-,83), metnin okuyucuda soru işareti bırakacak nitelik taşımadığı (-,86), metnin ayrıntılara boğulmadığı (-,88), metinlerde dikkat edilecek noktaların açıklandığı (.40), metin yazarlarının konunun uzmanı olmadığı (-,75), metinlerde bilgi hatası bulunmadığı (-,87) ve metnin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliklerde olduğu (.68) sonuçları çıkarılabilir.

Tablo 13’den hareketle “Sağlık ile ilgili yayınların yazımında açık, anlaşılır bir anlatım tarzı kullanılmıştır” şeklindeki varsayımımız doğrulanmıştır.

Tablo 14’de gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin metin konularına ilişkin sorulan 14 soruya verilen cevaplar irdelendiğinde; metinlerdeki konuların ağırlıklı olarak sağlık politikasıyla ilgili olmadığı (% 83,0), ağırlıklı olarak hastalık ve tedavileri ile ilgili olmadığı (% 48,5), ağırlıklı olarak sağlıkla ilgili gelişmeler buluşlar içermediği (% 85,6), çoğunlukla metnin alternatif tıpla ilgili olmadığı (% 97,2), çoğunlukla metnin ilaçlara /medikallara ilgili olmadığı (% 93,5), çoğunlukla metnin güzellik ve estetikle ilgili olmadığı

(% 95,9), çoğunlukla metinlerin beslenme ve diyetle ilgili olmadığı (% 82,6), çoğunlukla sağlık çalışanlarıyla ilgili olmadığı (% 95,9), çoğunlukla ruh sağlığıyla ilgili olmadığı (% 95,3), çoğunlukla ana çocuk sağlığıyla ilgili olmadığı (% 88,2), çoğunlukla cinsellikle ilgili olmadığı (% 94,3), çoğunlukla reklam/çıkar amaçlı unsur kullanımının söz konusu olmadığı (% 96,4), tıp çoğunlukla sağlık etiğiyle ilgili olmadığı (% 96,8) ve çoğunlukla fitness ile ilgili olmadığı (% 96,6) sonuçları çıkarılabilir.

Bulgular ışığında, Tablo 15’de sunulan bağımlı değişkenlerin betimleyici istatistiklerinden; metinlerdeki konuların ağırlı olarak sağlık politikasıyla ilgili olmadığı (-,68), metinlerdeki konuların kısmen hastalık ve tedavileri ile ilgili olduğu (-,04), konuların ağırlı olarak sağlıkla ilgili gelişmeler buluşlar içermediği (-,72), metinlerin ağırlı olarak alternatif tıpla ilgili olmadığı (-,94), metinlerin ağırlı olarak ilaçlara /medikallara ilgili olmadığı (-,87), metinlerin ağırlı olarak güzellik ve estetikle ilgili olmadığı (-,93), metinlerin ağırlı olarak beslenme ve diyetle ilgili olmadığı (-,67), metinlerin ağırlı olarak sağlık çalışanlarıyla ilgili olmadığı (-,92), metinlerin ağırlı olarak ruh sağlığıyla ilgili olmadığı (-,92), metinlerin ağırlı olarak ana çocuk sağlığıyla ilgili olmadığı (-,78), metinlerin ağırlı olarak cinsellikle ilgili olmadığı (-,89), metinlerde ağırlı olarak reklam/çıkar amaçlı unsur kullanımının söz konusu olmadığı (-,94), metinlerin ağırlı olarak tıp sağlık etiğiyle ilgili olmadığı (-,95) ve metinlerin ağırlı olarak fitness ile ilgili olmadığı (-,94) sonuçları çıkarılabilir.

Tablo 14 ve 15 ışığında “Gazetelerde yer alan sağlık haberleri konularına göre çeşitlilik göstermekle birlikte en fazla hastalıklar ve tedavi yöntemleriyle ilgili yayınlar yer almaktadır” şeklindeki varsayımımız doğrulanmıştır. Ayrıca gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin en fazla hastalıklar ve tedavileriyle ilgili olması nedeniyle bu konu ile ilgili “Gazetelerde yayınlanan sağlık haberleri gündem oluşturma işlevine sahiptir” şeklindeki varsayımlarımız doğrulanmıştır. Ayrıca bu tablolar ışığı altında çıkan başka bir bulguda, “Sağlıkla ilgili yayınlarda reklam/çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu” olmadığıdır.

Tablo 16’da gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin metin konularına ilişkin sorulan 8 soruya verilen cevaplar irdelendiğinde Gazetelerde yer alan metinlerde; ağırlıklı olarak hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme yapılmadığı (% 58,6), ağırlıklı olarak sağlığa zararlı konulara vurgu yapılmadığı (% 47,9), ağırlıklı olarak sağlıklı beslenmenin ilkelerinin belirtilmediği (%77,7), ağırlıklı olarak uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme yapılmadığı (%84,6), ağırlıklı olarak birinci basamağa y6nelik yeterli bilgiyi taşımadığı (%58,8), koruyucu sağlık hizmeti verecek nitelikte olmadığı (% 44,6), 6oğunlukla ila6 kullanımı hakkında bilgilendirme yapılmadığı (% 88,8) ve 6oğunlukla yazarının bu alanda uzman olmadığı (% 85,0) sonu6ları 6ıkarılabilir.

Tablo 17’de sunulan bağımlı değişkenlerin betimleyici istatistiklerinden; hastalıklar ve belirtileriyle ilgili kısmen bilgilendirme yapıldığı (-,30), sağlığa zararlı konulara kısmen vurgu yapıldığı (-,05), sağlıklı beslenmenin ilkelerinin ağırlıklı olarak belirtilmediği (-,60), uzun ve sağlıklı yaşam hakkında ağırlıklı olarak bilgilendirme yapılmadığı (-,76), birinci basamağa y6nelik yeterli bilgiyi kısmen taşıdığı (-,27), kısmen koruyucu sağlık hizmeti verecek nitelikte olduğu (-,02), ila6 kullanımı hakkında ağırlıklı olarak bilgilendirme yapılmadığı (-,79) ve yazarının bu alanda ağırlıklı olarak uzman olmadığı (-,70) sonu6ları 6ıkarılabilir.

Tablo 16 ve 17’den 6ıkan sonu6lar doğrultusunda “Gazetelerin sağlık haberleri konusunda bilgilendirme d6zeyi yeterli değildir” şeklindeki varsayımımız doğrulanmıştır.

Yine bu tablolar doğrultusunda, “Gazetelerde yayınlanan sağlık haberleri daha 6ok koruyucu sağlık hizmetleri ve sağlığa zararlı konulara 66ncelik vermektedir” şeklinde bilgiler ortaya 6ıkmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sağlık haberleri medyada her yıl biraz daha artan oranda yer bulacaktır. Yaşam süresi beklentisi uzadıkça, refah düzeyi iyileşip yaşam kalitesi arttıkça bu beklenen gelişme sağlığa ayrılan sayfa ve sürelerin artması olacak. Bu nedenle önce bilgi kirlenmesine karşı önlem almak gerekiyor. Sağlık haberlerini ciddi bir denetim ve elekten geçirdikten sonra yayınlamak gerekiyor.

Bu çalışma, gazetecilerin, özellikle de ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde, daha fazla ve daha etkin görev ve sorumluluklar almaları gerektiğini vurgulayıcıdır. Bu görev ve sorumluluk gazeteci eğitim politikaları içinde uzman gazetecilik kavramına daha fazla önem ve yer verilmesini gerektirmektedir. Özellikle sağlık haberleri yapan gazetecilerin bu konudaki eğitimleri de sorgulanmalıdır. Hatta sağlık konusunda çalışan muhabirlerin belki de alt dallarda (cinsellik, çevre, kronik hastalıklar vs..) uzmanlaşma sürecine girmeleri gerekmektedir.

Medya ve sağlık konulu bu araştırmanın sonucunda; gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin oranının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık sağlık haberlerinin büyük oranda haber özelliği taşıdığı, esas olarak uzman görüşü ile kurum yetkililerinin yapmış oldukları açıklamalara başvurulduğu, metinlerde yeterli bilgilendirmenin yapıldığı, metinlerin eğlence unsuru taşımadığı, açık ve anlaşılır bir anlatıma sahip oldukları ve magazin boyutu taşımadığı gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Ülkemizde 1990 yılında kurulan Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği' de (ESAM) medya ve sağlık konusuna duyarlıdır .Tüm dünyada uzman gazeteciler (bilim gazeteciliği) ilgili oldukları konu ile bilim dünyasını yakından izlemekte, uzmanlık dergilerini okuyarak araştırma dünyasının nabzını ellerinde tutmakta ve bilim dünyası ile toplum arasında köprü görevini yerine getirmektedirler. Bunun yanı sıra bilim dünyasındaki karışık olayları halkın anlayabileceği bir dile çevirerek popüler bir anlatımla halka sunmaktadırlar. Ancak ne yazık ki bilim haberleri, gazetelerin yazı işleri ya da genel yayın yönetmenleri için sansasyonel olduğu ölçüde değerlendirilmektedir. Bu nedenle

çarpıtılma tehlikesindedir Ancak medyanın kamuoyunu yeterince ve doğru bilgilendirebilmesi için de ilgili kurum ve kuruluşların, doğru, dürüst, yeterli, açık ve kullanılabilir bilgiyi zamanında medyaya ulaştırabilmesi gerektiği de göz ardı edilmemelidir Medyada hâkim olan sağlık haberciliği anlayışı biraz da toplumun bilgisizliğinden besleniyor. Üretilen malın pazarlanması ve kârlılığın artırılabilmesinin en iyi yolu kuşkusuz reklâmdır. Ancak, konu sağlık olunca reklâm umut ticaretine dönüşebiliyor. Yine sorgulanmadan, medyada boy gösteren hekimlerin “en iyi” hekimler, uyguladıkları tedavinin en doğru tedavi olduğu düşünülüyor. Medyada çıkan bu haberlerden, diğer reklâmlarda olduğu gibi gelir sağlandığı düşünülüyorsa, haberin bilimselliği ve danışman hekimin verdiği bilgiler de su götürür hale geliyor.

Gerek görsel gerekse de yazılı medya reklamlarında da sağlığın kullanıldığını görüyoruz. Şu hastalıktan korunmak için şunu yemelisiniz ya da şu ürünle şöyle sağlıklı olursunuz, çocuğunuz şöyle büyür gibi sağlığın araç edildiği abartılı reklamlar ile topluma doğru bilgilendirme yapılabilir mi? Sağlıkla ilgili bir haber okuduğumuzda bazen, yeni olmayan ve bilinen bir konunun yeni bir yöntem gibi anlatıldığını ya da neredeyse tamamen araştırma aşamasında, hatta hipotez seviyesinde bir olayın aktarıldığını görüyoruz. Böyle bir haberin etkililiğini bir yana bırakırsak; bu hastalığı olan kişinin psikolojisini ve gereksiz umutlanmasını nasıl açıklayacağımızı düşünmeliyiz. Toplumca hep beraber bilgilenmeye, aydınlanmaya, yeniyi ve doğruyu bulmaya evet ama sağlığın reklam aracı olmasına hayır demeliyiz.

Türkiye’de sağlık alanının giderek büyüyen karmaşılaşan, çözüm bekleyen sorunları olduğunu bilerek; daha sağlıklı bir toplum için “iyi hekimlik” ve “iyi gazetecilik” yapmanın gerekliliğine inanan bir grup bilim adamı, gazeteci ve hekimin katılımıyla gerçekleşen toplantıda (Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı), sağlık haberciliği tartışılmış ve “Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi” başlığı altında aşağıdaki sonuçlara varılmıştır.

-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.

-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.

-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 kaynağının da görüşü önemsenmelidir. Halkla ilişkiler firmaları da sağlık habercileriyle olan ilişkilerinde hem gazetecilik, hem de halkla ilişkiler etik kurallarına saygılı davranmalıdır.

-Sağlık haberinin sorumluluğunu sağlık habercisi taşımalıdır. 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 sorumluluğunun sağlık habercisine verilmesidir.

-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.

-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 oluşturmalıdır.

-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 iletişim fakülteleri işbirliği ile) tarafından sağlanmalıdır.

-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.

-Sağlık muhabirlerine sürekli eğitim olanağı yaratılmalıdır. Sağlık haberciliği alanında çalışan gazetecilerin “sağlıkta öncelikli gelişmeler, eğilimler” gibi konularda eğitimleri ESAM ve iletişim fakülteleri (TTB katkısı ile) tarafından yapılmalıdır.

-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. Türkiye’de çıkan pek çok tıbbi derginin bu amaçla bilimsel yayınların halkın yararına kullanılması için basın bültenleri hazırlanması sağlanmalıdır. (TTB ve TÜBİTAK tarafından) Bu bültenler halk sağlığı açısından öncelikli olan, gerçekten güncel olan ve en fazla sayıda kişiyi ilgilendirecek konularda olması sağlanmalıdır.

-Sanayi Bakanlığı Tüketiciyi Koruma ve Reklam Kurulu’nun etik ilkelerine uymayanlar yaptırımlarıyla ilgili olarak yapılacak haberler caydırıcılık taşıyabilir.

-Sağlık habercisi ile haber kaynağı, alanlarındaki etik kuralları düzenleyen bildirimleri dikkate almakla yükümlüdür.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, TTB Tıp Meslek Ahlak Kuralları ve Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği (ESAM) Etik ilkeleri sağlık haberlerindeki etik sorunların önlenmesi için önemli belgelerdir. Bunların uygulanması herkesi sorumluluğu ve ödevidir. Bu kuralları ihlal edenler meslek kuruluşları ve birliklerince kamuoyuna açıklanmalıdır.

KAYNAKÇA

- ARDA, Berna; Duman, Ö.; Şahinoğlu, S.; Yetener, M., Yıldız, A.
2002 "Tıbbi Etik ve Basında Sağlık Haberleri", **Yaşama Dair Etikçe Bir Bakış**, Ankara: Ankara Tabip Odası Yayınları.
- ARDA, Berna
2003 "Medyadan Ne Bekliyoruz?" **Uluslar Arası Katılımlı 3. Ulusal Tıp Etiği Kongresi Bildiri Kitabı**, Cilt 1.,(s.207-209), Bursa.
- ARSEVEN, Ali D.
1994 **Alan Araştırma Yöntemi**, Ankara: Gül Yayınevi.
- ARMAĞAN, İbrahim
1974 **Bilgi ve Toplum: Bilgi Sosyolojisine Giriş**, İstanbul: Otağ Matbaası.
- ASNA, Alaeddin
1993 **Public Relations : Temel Bilgiler**, İstanbul:Der Yayınları.
- BENNETT, W. Lance
2000 **Politik İllüzyon Ve Medya**, çev.,Seyfi Say, İstanbul:Nehir Yayınları.
- BURSALI, O.
1996 "Ülkemizde Bilim Gazeteciliği Var mı?", **Yeni Türkiye**, c. I.
- ÇEBİ, Murat Sadullah
2002 **Haberi Anlamak**, Ankara: Gazi Kitapevi.
- 2003a **İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi**, Ankara: Alternatif Yayınları.
- 2003b **Medya Etki Araştırmaları**, Ankara, Alternatif Yayınları
- EDGAR, Andrew
1998 "Nesnellik, Yanlılık ve Hakikat", **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar** içinde, derl. A. Belsey ve R. Chadwick, çev. N. Türkoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ELIFSON, Kirk W.
1985 **Fundamentals of Social Statistics**, İkinci Baskı, Georgia State University Press.

- ERDOĞAN, İrfan
2002 **İletişimi Anlamak**, Ankara: Erk Yayınları.
- 2006 "Kitle İletişiminin Ekonomik Örgütlenmesi" ,
<http://law.ankara.edu.tr/~erdogan/mediaorganisation.htm>
, 28 Haziran 2006.
- ERDOĞAN, İrfan ve ALEMDAR , Korkmaz,
2002 **Öteki Kuram**, Ankara: Erk Yayınları.
- ESATOĞLU A. Ezel, KÖSE K., HİZEL S.
1999 "Basında Sağlık Haberlerinin İncelenmesi" **1. Ulusal Tıbbi Etik Kongresi**, Kocaeli, 9-11 Haziran.
- GİRGİN, Atilla
2000 **Yazılı Basında Haber Ve Habercilik "Etik"i**, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Tezi, İstanbul.
- GÖKÇE, Orhan
2001 **İçerik Çözümlemesi, Teori-Metod-Uygulama**, 3. Baskı, Konya:Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- GÜNAYDIN, Serdar
1999 **"Medyanın Yeni Reyting Starı:Tıp Haberleri"**,Hürriyet Gazetesi, 16 Aralık 1999.
- 2005 **"Medyanın Kamuoyunu Bilgilendirme Protokolleri"**,Hürriyet Gazetesi, 13 Mart 2005.
- GÜLHAN, Yıldırım
2006 "Basın- Sağlık-Yasa-Etik", www.istabip.org.tr.
- GÜZ, Nurettin
1995 "Siyasal Tercihleri Belirlemede Kitle İletişim Araçlarının Rolü", **Amme İdaresi Dergisi**, sayı:1, cilt:28.
- 1996 "Türk Basınında Gündem Oluşturma", **Yeni Türkiye Dergisi**, Medya Özel Sayısı-II, 2 (12).
- 1997 "Türk Basınında Kamuoyu Araştırmalarının Yönlendirme Aracı Olarak Kullanılması", **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, sayı:1.

- 2005 **Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları**, Ankara: Nobel Yayınları.
- HONENBERG John
1963 **Gazetecilik Mesleği**, Çev: Filiz Ofluoğlu, İstanbul.
- İLHAN, Neriman
2001 **Medya ve Sağlık Sektöründe Özelleştirme- Medya Sahipliği ve Sağlık Haberleri İlişkisinin Çözümlemesi-**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Ana Bilim Dalı, Ankara.
- İNCEOĞLU, Metin
1993 **Tutum, Algı, İletişim**, Ankara:V Yayınları.
- KARAVUŞ, MK, D. CEBECİ, O. HAYRAN, S. ÖZTÜRK, B. ÜNAL, S. AYANOĞLU, C. AYĞÜN, Ö. APAYDIN
1997 "Gazetelerde Yayınlanan Sağlıkla İlgili Yazıların İncelenmesi", **Toplum ve Hekim**, c. 12.
- KAVLAK O, B. SAYDAM, DEMİR Ü.
2000 "Gazetelerde Üreme Sağlığı", **Sağlık ve Toplum** c.10.
- KURBÖKE, O.
1986 **Basın Ahlakı Üzerine Türk Basınının Sorunları Sempozyumu**, 26-27 Mayıs 1986, Ankara: A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları.
- MUTLU, Erol
1995 **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ark Yayınları.
- NORDENSTRENG, Kaarle
1972 **Policy For News Transmission**, Penguin Boks.
- POYRAZ, Bedriye
2002 **Haber Ve Haber Programlarında İdeoloji Ve Gerçeklik, Ütopya**, , Ankara.
- SAĞLIK BİLİNCİ VE MEDYA TOPLANTISI**, Düzenleyenler: TTB, ESAM ve TÜBİTAK, Yer: Kumburgaz Princess Otel Tarih: 18-20 Haziran 1999.
- SEVERİN,J.Werner ve TANKART,W James
1994 **İletişim Kuramları**, (çev:A.Atıf Bir ve Serdar Sever) Eskişehir: A.Ü Kibele Sanat Merkezi Yayını.

SÜTER, Şakir

1996 "Medya ve Habercilik", **Yeni Türkiye**, Kasım -Aralık

SÜTLAŞ, Mustafa

2006a "Sağlık Haberi Okuma, Yayınını İzleme Kuralları", **Bizim Gazete**, 8 Haziran 2006.

2006b "Etkin Bir Denetim İçin İşbirliği Olmalı", **Bizim Gazete**, 20 Temmuz 2006.

2006c "Ne kadar bilgi vermeli?", **Bizim Gazete**, 1 Haziran 2006.

2006d "Sağlıkçıların ödev ve sorumlulukları", **Bizim Gazete**, 16 Mart 2006.

2006e "Haberi takip: Ne yazıldı, ne anlaşıldı?", **Bizim Gazete**, 25 Mayıs 2006.

2006f " ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkeleri", **Bizim Gazete**, 20 Nisan 2006.

TANYELİ, Nihal

1999 **Basında Yer Alan Sağlık Haberlerinin Etik İlkeler Açısından Değerlendirilmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

TILIÇ, L. Doğan

1998 **Utaniyorum Ama Gazeteciyim**, İstanbul: İletişim Yayınları.

TILIÇ, Doğan; B. KURU

2004 "Türk Medyasında Bir Mayın Tarlası: Sağlık Haberciliği", **Tıp Dünyası Dergisi**, Ocak 2004 Sayı: 116.

TOKGÖZ, Oya

2000 **Temel Gazetecilik**, Ankara: İmge Yayınları.

USLUATA, Ayseli

1994 **İletişim**, İstanbul: İletişim Yayınları.

WHITE, David Manning

1950 "The Gatekeeper", A Case Study in the Selection of News, **Journalism Quarterly**, c. 27, s. 383-390.

YUMLU, Konca
1994

Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, İzmir: Nam Basım.

ZEYTİNLİ, Murat
1996

“Uluslararası Haber Dolaşımının Sorunları”, **Yeni Türkiye Dergisi**, Medya Özel Sayısı-II, 2 (12)

İNTERNET KAYNAKLARI

<http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/4122840.asp?yazarid=95> 22 Mart 2006.

<http://www.radikal.com.tr>, 12 Aralık 2004.

<http://www.istabip.org.tr>, 15 Ağustos 2006.

<http://www.istabip.org.tr/bg/2004/186.html>, 1 Temmuz 2006.

<http://www.sutlas.com/smms-82.htm>, 20 Temmuz 2006.

EKLER

EK 1. Türk Basınının Sağlıkla İlgili Konulardaki Bilgilendirme Potansiyeli/Kodlama Cetveli No .

1. İncelenen gazete :
 1. Hürriyet
 2. Posta
 3. Zaman
2. Gazetenin Yayınlandığı Ay :
 10. Ekim
 11. Kasım
 12. Aralık
 01. Ocak
3. Gazetenin Yayınlandığı Gün :
 1. Pazartesi
 2. Salı
 3. Çarşamba
 4. Perşembe
 5. Cuma
 6. Cumartesi
 7. Pazar
4. İnceleme Biriminin Yapısal Özelliği :
 1. Haber
 2. Yorum/köşe yazısı
 3. Yazı dizisi
 4. İlan
5. Metnin Başlığı :
6. Metne Yardımcı Unsur Kullanımı :
 1. Resim / Foto
 2. Karikatür
 3. Grafik / Çizelge
 4. Yok
7. Metnin ve Yardımcı Unsurların Kapladığı Alan (cm²):
8. Metnin Yayınlandığı Yer :
 1. Gazetenin kendisi
 2. Gazetenin eki
9. Metnin Yayınlandığı Sayfa :
 0. Arka sayfa
 - Diğer :
10. Metnin Yayınlandığı Sayfadaki Konumu :

1. Sol üst yarısında 2. Sağ üst yarısında 3. Sol alt 4. Sağ alt 5. Ortada	6. Tam sayfa 7. Manşet 8. Sürmanşet 9. Üst yarım 10. Alt yarım
---	--
11. Haberin Kaynağı :
 1. Yurt İçi HA
 2. Yurt Dışı HA
 3. Başka Bir Medyadan
 4. Gazetenin Kendi Haberi
 5. Belirsiz
12. Haberde, Olayı Açıklamada Kullanılan Dayanak:
 1. Uzman Görüşü
 2. Tıp Literatürü
 3. Kurumsal Yetkili
 4. Bilimsel Yayın
 5. Diğer Medyalardan Alınan Haber
 6. Dayanağı Yok
 7. Dayanak gerekliliği Yok

13. Metnin Özelliği:	E	K	H
1. Metinde ağırlı olarak yorum yapılmaktadır	3	2	1
2. Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır.	3	2	1
3. Dikkat Çekici/İlgi Uyandırıcıdır	3	2	1
4. Metin Kışkırtıcıdır.	3	2	1
5. Metinde yeterli bilgilendirme yapılmaktadır.	3	2	1
6. Motivasyon uyandırıcı özelliğe sahiptir.	3	2	1
7. Eğlence unsuru metinde gözlenmektedir.	3	2	1
8. Konuyla ilgili gerekli uyarıları yapmaktadır.	3	2	1
9. Konu gereğinden çok abartılmıştır.	3	2	1
10. Metin okuyucuyu belirli bir konuda ikna amaçlıdır	3	2	1
11. Okuyucunun eğitimine katkı sağlamaktadır.	3	2	1
12. Sansasyonel boyut taşımaktadır	3	2	1
13. Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	3	2	1
14. Magazin boyutu vardır	3	2	1
15. Konu rutin bir olaya dairdir	3	2	1
16. Yan unsurların kullanımı açıklayıcıdır	3	2	1
17. Başlık ve metin arasında ilişki vardır	3	2	1
18. Olayın tüm boyutlarını açıklamakta bilgi vermektedir	3	2	1
19. Çözüm önerisi sunmaktadır.	3	2	1
20. Anlaşılması güç jargonlar yer almıştır.	3	2	1
21. Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır.	3	2	1
22. Metin ayrıntıya boğulmuştur.	3	2	1
23. Dikkat edilecek noktalar açıklanmıştır.	3	2	1
24. Metnin yazarı konunun uzmanıdır.	3	2	1
25. Metinde bilgi hatası vardır.	3	2	1
26. Metin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliktedir.	3	2	1
14. Metnin konusu	E	K	H
1. Sağlık politikasıyla ilgili	3	2	1
2. Hastalıklar ve Tedaviyle İlgili.	3	2	1
3. Sağlıkla ilgili bilimsel Gelişmeler Buluşlar	3	2	1
4. Alternatif Tıpla ilgili	3	2	1
5. İlaçlara /medikallara ilgili	3	2	1
6. Güzellik ve estetikle ilgili	3	2	1
7. Beslenme ve Diyetle ilgili	3	2	1
8. Sağlık Çalışanlarıyla ilgili.	3	2	1
9. Ruh sağlığıyla ilgili	3	2	1
10. Ana çocuk sağlığıyla ilgili.	3	2	1
11. Cinsellikle ilgili	3	2	1
12. Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	3	2	1
13. Tıp sağlık etiğiyle ilgili.	3	2	1
14. Fitness ile ilgili.	3	2	1
15. Metnin bilgilendirme özelliği	E	K	H
1. Hastalıklar ve belirtileriyle ilgili bilgilendirme vardır	3	2	1
2. Sağlığa zararlı konulara vurgu yapmaktadır.	3	2	1
3. Sağlıklı beslenmenin ilkeleri belirtilmektedir.	3	2	1
4. Uzun ve sağlıklı yaşam hakkında bilgilendirme vardır.	3	2	1
5. Metin birinci basamağa yönelik yeterli bilgiyi taşımaktadır.	3	2	1
6. Metin koruyucu sağlık hizmeti verecek niteliktedir.	3	2	1
7. İlaç kullanımı hakkında bilgilendirme söz konusudur.	3	2	1
8. Metni yazarın bu alanda uzman olmadığı anlaşılmaktadır.	3	2	1

EK 2.

Türk Basınının Sağlıkla İlgili Konulardaki Bilgilendirme Potansiyeli/ Kodlama kılavuzu

1. 1.İncelenen gazete: Hürriyet, Posta ve Zaman Gazetelerinin incelenme sebebi , bu gazetelerin tiraj bakımından ilk üç sırada bulunması sebebiyledir.
2. 2. Gazetenin Yayınlandığı Ay : Ekim-kasım- aralık arasıdır. Tamamen tesadüfi olarak seçilmiş üç aylık bir süreç incelenecektir.
3. Gazetenin Yayınlandığı Gün : Haftanın yedi gününden hangisinde yayınlanmışsa o işaretlenecektir.
4. İnceleme Biriminin Yapısal Özelliği : Haber, yorum/köşe yazısı, yazı dizisi ve ilan olarak metin incelenecek ve hangisiyse işaretlenecektir.
5. Metnin Başlığı : Her haberin bir başlığı vardır. Bu başlık direk yazılacaktır.
6. Metne Yardımcı Unsur Kullanımı : Resim / Foto, Karikatür, Grafik / Çizelge gibi unsurların olup olmadığına bakılacak , bunlar yoksa yok şıkkı işaretlenecektir.
7. Metnin ve Yardımcı Unsurların Kapladığı Alan (cm²): Burada konuyla ilgili her metin ve yardımcı unsurları cetvelle ölçülerek , bunların gazetede işgal ettiği alan tespit edilecektir.
8. Metnin Yayınlandığı Yer : Sağlık haberlerinin,gazetenin kendisinde mi yoksa ekinde mi yer alıp almadığına bakılacaktır.
9. Metnin yayınlandığı sayfa: Sağlıkla ilgili haber gazetenin hangi sayfasındaysa o sayfa belirtilecektir.
10. Metnin yayınlandığı sayfada ki konumu: haberin hacim olarak gazetenin neresini işgal ettiği belirtilecektir.

- 11.**Haberin kaynağı: Yayınlanan sağlık haberinin,hangi kaynaktan alındığına bakılacak, gazetenin kendi haberi yada kaynak belirsizse bunlar belirtilecektir.
- 12.**Haberde olayı açıklamada kullanılan dayanak: Haber incelenirken,uzman görüşü,tıp literatürü, kurumsal yetkili, bilimsel yayın, Diğer medyadan alınan haber, dayanağı yok yada dayanak gerekliliği yok şeklinde ki şıklardan hangisine uyuyorsa o şık işaretlenecektir.
- 13.**Metnin özelliği: Bu bölüm , Metnin yazımında, objektif hareket edilip edilmediğini anlamak için oluşturulmuştur. Bu bölümde ki şıklar aşağıda ki kriterlerler göz önüne alınarak tespit edilmeye çalışılacaktır.
- Metinlerde Sıfat Kullanımının Çokluğu; çok,büyük, küçük,iyi, kötü,güzel,çirkin
(örnek:Büyük Buluş: Cinsel yolla bulaşan bir hastalık olan “klamidya”pozitif insanlarda, damar sertliği çok daha hızlı geliştirmiş. Bu bulgu, damar setliği tedavisinde, çok önemli bir gelişme olabilir.)
 - Kişisel Sözcük Ve Kişisel İfadeli Cümlelerin Kullanımı:Ancak, gerçekten,bana göre,kanımca vb. gibi kelimelerin metinde yer alması.
(örnek: eğer size bir gün, ‘eritromisin’ türü antibiyotikler yazınca,damar sertliğini önleyecek dersem sakın gülmeyin.)
 - Metnin Kanıtlara Dayalı Olması : bilimsel belge,uzman görüşü yada herhangi bir kurum tarafından metnin destekleniyor olması.
(örnek: Prof. Dr. Osman Müftüoğlu : Formda ve kaliteli yaşama odaklanın)
 - Metinle İlgili Açıklayıcı Belgeler Bulunması:
(örnek:bir yılda 1402 gün hastanede yatma parası ; yeşil kartlı hastalardan biri için 1402 gün, diğeri için 1401 gün, üçüncüsü içinde 1397 gün hastanede yatma parası fatura edildi.)
 - Metinle İlgili Örnek Olayların Verilmesi
 - Metinde Kin Ve Nefret Uyandırıcı Bir Anlatım Tarzının Olup Olmaması:Yine, her zaman olduğu gibi, büyük skandal vb. metin okunduğunda bir tarafı suçlayıcı, aşağılayıcı bir anlatım tarzının olması.
(örnek: hasta hakları diye bir şey.)
 - Metinde Olağan Dışı Olaylara,Olumsuzluklara Yer Verilip Verilmemesine
(örnek: kuş gribi 100 milyon kişiyi öldürebilir.)

- Metnin Konuyla İlgili Bilgi İhtiyacını Karşılayıp Karşılayamadığına Yani Metnin Kim Tarafından Oluşturulduğuna
- Metinde Kullanılan Başlığın Büyüklüğüne, İlgili Çekiciliğine
- Renk ,Kompozisyon, İçerik Sloganın Farklılığı
- Metinde Neden Sonuç İlişkisinin Olup Olmadığına
- Metinde Mizahi Kelime Ve Cümlelere Yer Verilip Verilmediğine
- Metnin ,Uzman Bir Kişinin Açıklamalarına Dayanıp Dayanmadığına
- Metinde Gereksiz Tekrarlara Yer Verilip Verilmemesi
- Metinde Ünlem Cümlelerinin Çokluğu Yada Azlığı
- Metni Destekleyici (Resim,Karikatür,Grafik Vb.) Yan Unsurların, Anlaşılır Ve Metinle Alakalı Olup Olmadığına Bakılması
- Metinde, Herkesin Anlayacağı Bir Dilin Kullanılıp Kullanılmaması, Kullanılmışsa Da Sayı Olarak Belirlenmesi.(ör. Cotard sendromu, hemanjiyum vb. kelimelerin Üçten Fazla Kullanılması; Evet ,Bir Ve Üç Arası; Kısmen, Hiç Kullanılmamışsa ;Hayır, Seçeneğini Belirtir.)
- Haberi Oluşturan Metinlerin Birbiri İle Uyumlu Yada Tezadının Olup Olmadığına Bakılması
- Metinde Sürekli Aynı Cümlelerin Tekrar Edilip Edilmemesine
- Metin İlginç , Gündemde Ki Bir Konuyu Ele Almışsa
- Metni Yazan Kişinin, Bir Şeyler İma Edip Etmediği Yani Haber Dilinin Yalınlığı
- Haber Okunduktan Sonra , Haberin Kimden Ve Neden Yana Olduğu Söylenemiyorsa, Haberde Önyargıların Olup Olmadığı
- Dilin Kullanımıyla İlgili Kurallara Uyulup Uyulmadığı

14.Metnin konusu: Metnin neyden bahsettiğiyle ilgilidir. Oluşturulan metin,Sağlıkla ilgili 14 konudan hangisini kapsıyorsa , o alan işaretlenecektir.

15.Metnin bilgilendirme özelliği: Bu bölüm , karşımıza çıkan metinlerden hareketle ,merak ettiğimiz belli konuların gazetelerde ne derece yer alıp almadığını, araştırmak için oluşturulmuştur.

ÖZET

Bu çalışmanın genel amacı, gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerinin bilgilendirme potansiyellerinin irdelenmesidir. Bu amaçla: (a) yapılan sağlık haberleriyle toplumun bilgilendirme düzeyi arasındaki ilişkinin tanımlanması, (b) yazılı basın ve basın çalışanlarının sağlık hizmetlerine bakışının değerlendirilmesi ve (c) basının, toplum sağlığını geliştirmekle ilgili görevlerini yeterince yerine getirip getirmediği araştırılmıştır.

Bu çalışmada Hürriyet, Posta ve Zaman gazetelerinde yayınlanan sağlık haberleri incelenmiştir. Bu gazetelerdeki farklı sağlık haberlerinin zamana, kişiye ve kuruma göre değişip değişmediği, yazılı basında sağlıkla ilgili en fazla hangi konuların haber yapıldığı, gazetelerin toplumsal sorumluluk ilkelerine uyup uymadıkları ve gazetelerin sağlık haberlerini oluştururken, o günün sağlık gündemini de belirleyip belirlemedikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda; gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin oranının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık sağlık haberlerinin büyük oranda haber özelliği taşıdığı, esas olarak uzman görüşü ile kurum yetkililerinin yapmış oldukları açıklamalara başvurulduğu, metinlerde yeterli bilgilendirmenin yapıldığı, metinlerin eğlence unsuru taşımadığı, açık ve anlaşılır bir anlatıma sahip oldukları ve magazin boyutu taşımadığı gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, sağlık haberleri, yazılı basın, bilgilendirme potansiyeli, basın etiği.

ABSTRACT

General aim of this study is to investigate informative potentials of health news. For this reason, these are being analyzed: (a) definition of relationship between health news and informative level of society, (b) analyzing of written media and media workers' view to health services, and (c) whether or not mass media provide their jobs about social health.

In this study, the health news has been analyzed in Hürriyet, Posta and Zaman newspapers. These are the topics that were analyzed in these three newspapers: whether or not there is a differentiation between different health news according to time, person and institution. Which subjects were mostly investigated about health? Whether or not the newspapers have obeyed the rules of social responsibility. Whether or not these newspapers have determined the agenda while they were publishing health news.

As a conclusion; although the ratio of health news in newspapers is lower; health news are including news characters, expert and institutional persons' views were applied, sufficient informative texts were used, texts are not including magazines but are pure and reliable.

Key Words: Health, health news, written media, informative potential, media ethic.