

T.C

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜRKİYE’DEKİ SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK
VE KAMU YARARI OLGUSU**

MELİKE ŞAHİN

2501120243

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. GÜVEN BÜYÜKBAYKAL

İstanbul, 2019



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : MELİKE ŞAHİN Numarası : 2501120243
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : GAZETECİLİK YÜKSEK LİSANS Danışmanı : PROF. DR. GÜVEN BÜYÜKBAYKAL
Tez Savunma Tarihi : 14.05.2019 Saati : 11.00
Tez Başlığı : TÜRKİYE DEKİ SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK VE KAMU YARARI OLGUSU

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRI ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. GÜVEN BÜYÜKBAYKAL		kabul
2- PROF. DR. ASLI YAPAR GÖNENÇ		kabul
3- DR. ÖĞR. ÜYESİ OZAN GÜNEL		kabul

YEDEK JÜRI ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- DOÇ. DR. MURAT MENGÜ		
2- DR. ÖĞR. ÜYESİ ERSİN TURAN		

ÖZ

TÜRKİYE’DEKİ SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK VE KAMU

YARARI OLGUSU

MELİKE ŞAHİN

Etik ve kamu yararı, gazetecilik için en önemli hatta olmazsa olmaz olgulardandır. Gazeteciliğin uzmanlaşma alanlarından biri olan sağlık haberciliğinde ise etik ve kamu yararı olguları çok daha büyük önem arz etmektedir. Çünkü söz konusu olan sağlıktır ve yanlış bir bilgi önemli sağlık sorunlarına neden olabilir hatta insan hayatını tehlikeye sokabilir. Bu noktada sağlık haberciliğinin doğru ve belirli ilkeler çerçevesinde yapılması gazetecinin etik sorumluluğunu oluşturmaktadır. Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmak bu etik sorumluluğun yerine getirilmesi konusunda faydalı bir adım olarak görülmektedir. Uzman sağlık habercileri, sağlık haberlerinin magazinleştirilmesinin, reyting ya da “tıklanma” uğruna sansasyonel haberler, yanlış bilgiler verilmesinin önüne geçme konusunda önemli bir role sahiptir. Ancak sağlık muhabirlerinin haber hazırlama sürecinde karşılaştığı zorluklar sağlık haberlerinde etik olgusunu zedeleyebilmektedir.

Dört bölümden oluşan araştırmanın ilk bölümünde, haber ve sağlık kavramları ele alınmış, tanımlamalar yapılmıştır. İkinci bölümde sağlık haberciliği ayrıntılı şekilde incelenmiş, sağlık haberciliğinin konuları, sağlık muhabirinin kaynakları araştırılmıştır. Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi, dilin kullanımı, sağlık muhabirinin karşılaştığı sorunlar, sağlık okuryazarlığı, literatür taraması yapılarak değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın da başlığını oluşturan sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu incelenmiştir. Son bölümünde ise Türkiye’deki ulusal medya kuruluşlarında çalışan, sağlık haberciliği konusunda uzman sağlık muhabirleriyle görüşülmüş, sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunun mesleki deneyimlerine yansımalarını öğrenmek amacıyla sorular yöneltilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık haberciliği, etik, kamu yararı, sağlık muhabirliği

ABSTRACT

**THE ETHICS AND PUBLIC WELFARE PHENOMENON IN THE
HEALTH JOURNALISM IN TURKEY**

MELİKE ŞAHİN

Ethics and public welfare are the most important and even indispensable facts for journalism. Ethical and public welfare phenomenon have more importance in health journalism, which is one of the specialization fields of journalism. Because the point in question is health and wrong information can cause significant health problems and may even endanger human life. At this point, it is the ethical responsibility of the journalist to make health journalism within the framework of correct and specific principles. Specializing in health journalism is deemed as a useful step in fulfilling this ethical responsibility. Specialist health messengers play an important role in avoiding misinformation by sensational news, for the sake of tabloidiz health news, rating or “hit rate”. However, the difficulties faced by the health reporters in the process of news preparation may damage the ethics of health news.

In the first chapter of the four-chapters research, news and health concepts were discussed and definitions were made. In the second chapter, health journalism is examined in detail, the topics of health journalism and the sources of health journalist were investigated. The importance of specialization in health journalism, the use of language, the problems faced by the health reporter, health literacy were evaluated with reviewing literature. In the third chapter, the ethics and public welfare phenomenon in the health journalism which is the title of the research was examined. The last section of employees in national media organizations in Turkey and health reporter who are specialists in health journalism were interviewed and questions were asked in order to learn the implications of ethics and public welfare phenomenon on their professional experience in health journalism.

Key Words: Health journalism, ethics, public welfare, health reporting

ÖNSÖZ

Sağlık haberciliğinin odağında insan, toplum ve halk sağlığı vardır. Sağlık haberciliği, sağlıkla ilgili bilgileri medya aracılığıyla edinen insanlar için yapılmakta, sağlıkla ilgili bilgi vermeyi, yenilikleri duyurmayı, zaman zaman uyarılar yapmayı ve yanlış bilinenleri düzeltmeyi hedeflemektedir. Bu noktadan bakıldığında sağlık haberciliğinin misyonu oldukça önemli ve değerlidir.

Sağlık haberciliğinin bir uzmanlaşma alanı olarak kabul edilmesi ve medya kuruluşlarında sağlık muhabirlerinin istihdam edilmesi 1990'lı yıllara dayanmaktadır. Gazeteciliğin tarihiyle kıyaslandığında yeni kabul edilebilecek bu alan kamu yararı bağlamında önemli görevler üstlenmiştir. Sağlık haberleri, işi sağlık olmayanların da daima ilgisini çeken bir alan olması nedeniyle her zaman dikkat çekmekte, okunmakta/izlenmektedir. Bu nedenle suistimale açık bir alandır. Haberin magazinleştirilerek daha fazla okunmasının/izlenmesinin sağlanması, haberlerde kişilerin ya da kurumların reklam yapmak istemesi, bilerek ya da bilmeyerek yanlış bilgiler verilmesi gibi birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu önemini korumakta, her geçen gün arttırmaktadır. Etik sağlık haberciliği, sağlık haberciliğinde uzmanlaşmış muhabirlerin varlığıyla mümkün olabilmekte, uzmanlaşma alanına hakimiyet yanlış bilgilerin ve yönlendirmelerin ayıklanmasını kolaylaştırmakta, meslek etiği olgusunu güçlendirmektedir.

“Türkiye’deki Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı Olgusu” başlıklı tezin temel amacı haber ve sağlık haberciliğine yönelik kavramları ortaya koyarak, sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunun önemini irdelemektir. Bu çalışma sağlık habercilerinin karşılaştığı sorunlara, sağlık haberciliğinin “nasıl” olması gerektiğine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Literatür taramasının yanı sıra sağlık habercileriyle yapılan görüşme, akademik çalışmayla pratikte yaşananların birlikte değerlendirilebilmesine olanak tanımıştır.

Tez çalışmam süresince yol gösterici olan, bilgi ve tecrübeleriyle çalışmama katkı sağlayan, ilgisini ve desteğini üzerimden çekmeyen danışman hocam Prof. Dr. Güven Büyükbaykal’a sonsuz teşekkür ederim.

Mesleki deneyimlerini, görüşlerini ve önerilerini tez çalışmam için paylaştan, verdikleri cevaplarla çalışmama katkı sağlayan sağlık muhabiri meslektaşlarıma teşekkürü borç bilirim.

Ve ailem... Varlığınız, desteğiniz ve her zaman yanımda olduğunuz için çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	III
ABSTRACT.....	IV
ÖNSÖZ.....	V
RESİMLER LİSTESİ.....	X
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XII
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HABER VE SAĞLIK KAVRAMLARI

1.1. Haber Kavramı	4
1.2.1. Zamanlılık	6
1.2.2. Yakınlık.....	7
1.2.3. Önemlilik	8
1.2.4. İlginçlik	10
1.3. Haberin Nitelikleri.....	12
1.3.1. Doğruluk	12
1.3.2. Gerçeklik.....	14
1.3.3. Nesnellik	15
1.3.4. Anlamlılık	17
1.3.5. Kesinlik	18
1.3.6. Hızlılık	20
1.3.7. Tutarlılık.....	21

1.4. Sağlık Kavramı.....	25
1.4.1. Sağlığın Tanımları.....	25
1.4.2. Sağlık İletişimi	26

İKİNCİ BÖLÜM

SAĞLIK HABERCİLİĞİ

2.1. Sağlık Haberciliği Kavramı.....	29
2.2. Sağlık Haberlerinde Konu ve İçerik.....	30
2.2.1. Vaka Haberleri.....	32
2.2.2. Keşif / Buluş Haberleri	34
2.2.3. Belirli Gün ve Hafta Haberleri.....	36
2.2.4. Resmi Açıklama / İstatistik Haberleri.....	38
2.2.6. Halk Sağlığı Haberleri	43
2.3. Sağlık Haberlerinde Kaynak	45
2.3.1. Sağlık Profesyoneli	47
2.3.2. Hasta	48
2.3.3. Bilimsel Araştırma.....	49
2.3.4. Halkla İlişkiler / Ajans Profesyoneli.....	52
2.4. Sağlık Haberlerinde Dilin Kullanımı	53
2.5. Sağlık Haberciliğinde Uzmanlaşma: Sağlık Muhabirliği.....	56
2.6. Haber Üretim Sürecinde Sağlık Muhabirinin Karşılaştığı Sorunlar.....	59
2.6.1. Kaynağın Yanlış Bilgi Vermesi: “Türkiye’de/Dünyada İlk”	60
2.6.2. Sağlık Toplantılarına/Kongrelerine Sponsor Medikal Firmaların Tuzağına Düşme Tehlikesi; Haber mi Reklam mı?.....	63
2.6.3. Tekrara Düşme, Haber Değeri Taşımayan Bir Konuyu Haberleştirme	67

2.6.4. Çalıştıkları Kişi ve Kurumların Çalışmalarına Medyada Yer Bulmakla Mükellef Halkla İlişkiler Profesyonellerinin Yanıltan/Yanlış Basın Bültenleri.....	69
2.7. Medyatik Doktorlar	72
2.8. Köşe Yazarı Olan, Program Sunan Doktorlar	75
2.9. Sağlık Haberleri Nasıl Okunmalı?	77
2.9.1. “Tık Gazeteciliği”ne Dikkat	78
2.9.2. Sağlık Okuryazarlığı	82

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK VE KAMU YARARI

3.1. Etik Kavramı	86
3.2. Medya Etiği	88
3.3. Gazetecinin Etik Sorumluluğu	90
3.4. Gazetecilikte Kamu Yararı	92
3.5. Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı Olgusu	95

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

UYGULAMA: SAĞLIK MUHABİRLERİ İLE TÜRKİYE’DEKİ SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK VE KAMU YARARI OLGUSU ÜZERİNE GÖRÜŞME

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	137
KAYNAKÇA.....	143
EK.....	149

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1.1 Meteoroloji Uyarsına İlişkin Sosyal Medya Paylaşımı

Resim 1.2 Posta Gazetesi Haberi

Resim 1.3.Hürriyet Gazetesi Haberi

Resim 1.4 www.ntv.com.tr Haberi

Resim 2.1 “40 yıl sigara içti, şimdi pişman” Başlıklı www.ntv.com.tr Haberi

Resim 2.2 “Annesinin böbreği babasının karaciğeriyle hayat buldu” Başlıklı Hürriyet Gazetesi Haberi

Resim 2.3 “Aort anevrizması ameliyatına Türk imzası” Başlıklı TRT Haberi

Resim 2.4 “Anne sütünü temizleyen filtre geliştirdi, ödül aldı” Başlıklı www.ntv.com.tr Haberi

Resim 2.5 “Maskeni tak lösemili çocuklara umut ol” Başlıklı CNN Türk Haberi

Resim 2.6 “Böbrekleri yoran 7 hata” Başlıklı Habertürk Haberi

Resim 2.7 “AIDS 10 yılda 10 kat arttı” Başlıklı www.ntv.com.tr Haberi

Resim 2.8 “Kanser tarama programlarıyla 52 bin kişiye erken teşhis konuldu” Başlıklı TRT Haberi

Resim 2.9 “Liselilerden ‘Umut Işığı’” Başlıklı Hürriyet Gazetesi Haberi

Resim 2.10 “Eksi 20 derecede kan bağıışı kampanyası” Başlıklı Habertürk Gazetesi Haberi

Resim 2.11 “Aşığı reddeden aile sayısı 23 bine ulaştı” Başlıklı CNN Türk Haberi

Resim 2.12 “Tuzla’da kimyasal koku paniği” Başlıklı Habertürk Haberi

Resim 2.13 British Medical Journal Dergisinden Bir Araştırma

Resim 2.14 Basın Bülteni Örneği

Resim 2.15 “Mutlu bebek obez oluyor” Başlıklı Posta Gazetesi Haberi

Resim 2.16 “Türkiye’de İlk Kez! Ayaktan Ele Parmak Ucu Nakli” Başlıklı Habertürk Haberi

Resim 2.17 “Dünyada ilk kez Türkiye’de” Başlıklı www.haber7.com.tr Haberi

Resim 2.18 “Vitamin takviyesi depresyonu önlemiyor” Başlıklı Posta Gazetesi Haberi

Resim 2.19 Basın Bülteni Örneği

Resim 2.20 Basın Bülteni Örneği

Resim 2.21 “Doktorlar Şaşkına Döndü! Karnından Futbol Topu...” Başlıklı Posta Gazetesi Haberi

Resim 2.22 “Baş ağrısının nedeni o olabilir” Başlıklı Hürriyet Gazetesi Haberi

KISALTMALAR LİSTESİ

AFAD	: Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı
A.g.e	: Adı geçen eser
BBC	: British Broadcasting Corporation
BMJ	: British Medical Journal
Ed	: Editör
MEGEP	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi
MR	: Manyetik Rezonans
S.	: Sayfa
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TV	: Televizyon
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Vb	: Ve benzeri
WHO	: World Health Organization
WWW	: World Wide Web

GİRİŞ

Her insan için ilk dilenen, en çok istenen, olmazsa olmaz görülen ilk kavram sağıktır. Sağığın her konudan önceliğı vardır, en çok dikkat edilen, çok öğrenilmek istenen alanlardan biridir. Sağığı ilgilendiren konularda bilgi vermek, farkındalık yaratmak, uyarı yapmak, doğru bilinen yanlışları düzeltmek misyonunu üstlenen sağık haberciliğı de işte bu nedenle çok büyük önem taşımaktadır.

Sağık haberciliğı çok hassas dengeler üzerine kuruludur. Hayati önem taşıyan konularda bilgi veren haberler, yanlış bilgi içerdiği ya da olmayanı verdiği takdirde insan sağığını tehdit eder noktaya gelebilir. Bu nedenle sağık haberciliğinde doğru kaynağı ulaşmak ve doğru bilgi vermek yanıltıcı haber yapmamanın dışında insan sağığına zarar vermeme amacı da taşımaktadır. Sağık haberciliğinin etik ve kamu yararı çerçevesinde kalmasını sağılamak, yalnızca gazetecilik meslek etiğı açısından değil, toplum ve halk sağığı açısından da sorumluluk taşımaktadır. Bu sorumluluğun yerine getirilmesi konusunda sağık haberciliğinde uzmanlaşmış muhabirlerin işini doğru yapması/yapabilmesi önemlidir.

Türkiye’de haberciliğinin tarihi uzun yıllara dayansa da sağık haberciliğinde uzmanlaşma 1990’lı yıllara dayanmaktadır. Bu tarihten itibaren Türkiye’deki medya kuruluşlarının bazılarında sağık haberlerini, sağık alanında uzmanlaşmış muhabirler yapmaya başlamış, sağık muhabirliğinin önemi gündeme getirilmeye başlamıştır. Sağık haberlerinin sağık muhabirleri tarafından yapılması, muhabirin doğru kaynaktan, doğru bilgiye ulaşmasını, bilgileri doğru yazmasını kolaylaştıran bir süreci de beraberinde getirmektedir. Sağık muhabirleri, sağık terminolojisi hakkında daha bilgilidir ve bunun sayesinde kaynaktan bilgi alımı sırasında daha hazırlıklı olabilir. Sağık haberciliğinde uzmanlaşma muhabirlerin de farkındalığını ve sorumluluk bilincini arttırmasına katkı sağılamaktadır. Toplum sağığını, sağık okuryazarlığını ne kadar etkileyen bir görevi üstlendiğini bilen bir uzman muhabir, haber üretim sürecinde bunun bilinciyle hareket eder / hareket etmelidir.

Sağlık haberciliğinde de diğer tüm gazetecilik uzmanlaşma alanlarında olduğu gibi bazı zorluklar yaşanabilmektedir. Haber üretim sürecinin en zorlu yanlarından biri doğru kaynak seçimi ve kaynağın verdiği bilgilerin doğruluğundan emin olma, doğruluğunu teyit edebilme sürecidir.

Sağlık sektörü çok geniş ve büyük ekonomide bir sektördür. Bu da sağlık haberlerinin firmaların, kurumların, kişilerin manipülasyonuna daha açık olabilmesine neden olmaktadır. Sağlık muhabirinin haber üretim sürecinde kamu yararından öte farkında olmadan bir amaca hizmet etmediğinden emin olması gerekmektedir. Farkında olmadan çıkar gruplarının amacına hizmet etme olabildiği gibi maalesef zaman zaman bilerek de yapılabilmektedir. Etik ve kamu yararı olgusunun sağlık habercisinin pusulası olması gerekmektedir.

“Türkiye’deki Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı” başlıklı tez çalışmasında sağlık haberciliği ve sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı konuları incelenmektedir. Birinci bölümde, haber ve sağlık kavramları ele alınmaktadır. Haber kavramı, haberin değerleri, haberin nitelikleri, sağlık kavramı, sağlık iletişimi tez çalışmasının ilk bölümünde ele alınmıştır.

İkinci bölüm ise sağlık haberciliği başlığı altında incelenmektedir. Sağlık haberciliği kavramı, sağlık haberciliğinde konu ve içerik, sağlık haberlerinde kaynak, sağlık haberlerinde dilin kullanımı, sağlık haberlerinde uzmanlaşma, sağlık muhabirinin karşılaştığı sorunlar ele alınmış, örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır. Medyatik doktorlar, köşe yazarı olan/program sunan doktorlar, sağlık okuryazarlığı da bu bölümün konuları arasında yer almaktadır.

Sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı ise tez çalışmasının üçüncü bölüm başlığını oluşturmaktadır. Bu bölümde etik ve medya etiği kavramları açıklanmış, gazeteciliğin etik sorumluluğu, gazetecilikte kamu yararı kavramları ele alınmıştır. Sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu üçüncü bölümün başlıkları arasında yer almış, gazetecilik ilkeleri doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır.

İlk üç bölüm literatür taraması ve araştırmalar sonucu yazılmış, dördüncü bölümde ise uygulamaya yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, sağlık muhabirleriyle Türkiye’deki sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu üzerine görüşme yapılmıştır. Bu görüşmede sağlık muhabirlerine mevcut deneyimleri üzerinden sorular yöneltilmiş, mesleklerini pratikte uygulama şekilleri ve haber hazırlama sürecinde yaşadıkları zorluklar hakkında bilgi alınmaya çalışılmıştır. Sağlık muhabirlerine, Türkiye’de sağlık haberciliğindeki en önemli sorunların ne olduğu ve sağlık haberciliğinin gelişmesi için önerileri de sorulmuş, bu çerçevede pratikte yaşanan sorunlara da ışık tutulmaya çalışılmıştır.

Tez çalışmasında Türkiye’deki sağlık haberciliğinin mevcut durumu ele alınmış, yanlış uygulamalar örneklerle irdelenmiştir. Bunun yanında sağlık haberciliğinin aslında nasıl olması gerektiği konusu da incelenmiştir. Etik ve kamu yararı olgusu sağlık haberciliği başlığı altında değerlendirilmiş, neden önemli oldukları, etiğin ortadan kalktığında, kamu yararı göz ardı edildiğinde oluşabilecek muhtemel sorunlara değinilmiştir.

1. HABER VE SAĞLIK KAVRAMLARI

Türkiye’de sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunu değerlendirirken öncelikli olarak haber kavramı üzerinde durmak gerekmektedir. Bu bölümde haberin değerleri, haberin nitelikleri ele alınacaktır. Sağlık haberciliğinin daha iyi irdelenebilmesi için sağlık kavramı ve sağlık iletişimi kavramlarından söz edilecektir.

1.1. Haber Kavramı

Bilgi alma ve öğrenme isteği insanlık var olduğundan bu yana bir ihtiyaçtır. İnsan merak eder ve çevresinde ne olup bittiğini bilmek ister. Haber kavramı bu noktada ortaya çıkar. Kişinin birebir tanık olmadığı olayların hikâyesidir haber. Haberin İngilizce kelime anlamı “NEWS”’tir. New İngilizce “yeni” anlamına gelmektedir. NEWS, North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin kısaltmasıdır.

Haber toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır. Haber, içinde barındırdığı çok katmanlı yapısı nedeniyle formal olarak düzenlenişi, tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır.¹

Haberin onlarca farklı tanımı yapılmıştır;

-“Bir olayın raporudur.”²

-“Güncel ve ilginç bir olayın, olduğunca nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde sunulmasıdır.”³

-“İnsanların bilmek istediği her şey haberdur.”⁴

¹ Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.177

² Atilla Girgin, **Haber Yazmak**, İstanbul, Der, 2002, s.4

³ Girgin, a.e, s.5

⁴ Girgin, a.e, s.6

-“Toplumu ilgilendiren olay, fikir ve kanıların, iyi ve doğru bir şekilde, yayın araçlarıyla topluma aktarılmasıdır.”⁵

İletişim bilimciler de haber kavramına yönelik farklı tanımlar geliştirmiştir.

Wilbur Schramm’a göre: Haber bir olay değildir; olduktan sonra algılanan bir olgudur. Olayla özdeş değil, fakat olayın esas çerçevesi içinde tekrar kurulabilmesi hedefidir. **John Hohenberg’e göre:** Haber insanları ilgilendirecek zamanlı olan bir fikrin, olayın ya da sorunun özetidir. **Walter Lipmann’a göre:** Haber ile gerçek aynı değildir. Haberin işlevi bir olayı iletmek, gerçeğin işlevi ise, saklı kalmış olguları gün ışığına çıkarmaktır. Birbirleri arasındaki bağlantıyı kurarak, insanoğlunun iletişimine imkan tanımak için gerçeğin resmini yapabilmektedir. **Fishman’a göre:** Haber, haber üzerinde çalışanların uyguladıkları yöntemlerin sonucu olarak ortaya çıkar.⁶

Roger Fowler’a göre haber bir tür metinler arasındadır. Kaynak ile okuyucu arasında kurulan metni üçüncü bir kişi hazırlar. **John Hartley** ise Understanding News (Haber Anlamak) adlı kitabında haber kavramını tartışırken, “Haber bize aynı zamanda bir endüstri olan sosyal bir kurumun önceden var olan bir söylemi olarak gelir. Biz haberlerden öğrendiğimiz kodlar yardımıyla kendi dışımızdaki geniş dünyayı anında yorumlar hale geliriz.” demektedir.⁷

Yapılan haber tanımlamaları arasında, “haber zamana uygun her şeydir”, “zamana uygun rapor haberdur”, “haber bir olayın raporudur” şeklinde tanımlamalar bulunduğu gibi, “haber acele kaleme alınmış edebiyattır”, “haber yarının tarihidir” şeklinde tanımlamalara rastlanabilmektedir. Haber, genellikle bir fikre, soruna ve olaya dayanmaktadır. Bunlar haberlerin hammaddesini oluşturur. Olaylar, fikirler, sorunlar ya hikaye edilerek ya da özetlenerek haber yapılır.⁸

⁵ Girgin, a.e, s.9

⁶ A.Rıdvan Bülbul, **Genel Gazetecilik Bilgileri**, İstanbul, İletişim Kitapları, 2000, s.96

⁷ Özgür Gönenç, **Medya Dünyası**, İstanbul, İÜ İletişim Fakültesi Yayınları, 2004, s.81

⁸ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, Ankara, İmge Yayınevi, 2008, s.206-207

Wareen Breed haberin tanımlayıcı özelliklerini şöyle sıralamıştır: “Satılabilir, yapay, basit, tarafsız, eylem merkezli, ilginç, kurgulanmış”⁹

Tüm bu tanımlar dikkate alındığında haber kavramını tanımlarken; tarafsızlık, anlaşılabilirlik, önemlilik, ilginçlik ve yenilik gibi özelliklerden bağımsız olamayacağı görülmektedir.

1.2. Haberın Değerleri

Olaylar genellikle haberlerin konusu olurlar. Ancak her olay haberdır demek doğru bir tanımlama değildir. Bir olayın haber olarak nitelendirilebilmesi için 4 temel değeri taşıması gereklidir.

1.2.1. Zamanlılık

Öğrenildikten çok kısa bir süre sonra paylaşılması açısından “zaman çizgisi” haberin çok önemli bir ögesi olmaktadır. Güncellik bir olayı haberleştirir.¹⁰

Zamanlılık, haber kavramının içinde yer almakla beraber, haberin diğer tür enformasyondan ayırt edilebilmesi için, öğrenildiği anda gösterilmesi, belirtilmesi ana koşuldur. Her haber için, zaman etkeni bu yönden haberin yayımlanması ve yayımlanmasının belirlenmesi bakımından ana etken olmaktadır. Bu nedenle, haberlerde yer alan, “dün, bugün, sabahleyin, bir saat önce, geceleyin” gibi zarfların kullanımı, haberi oluşturan olayın ne kadar zaman önce oluştuğuna parmak basmaktadır. Haberde zaman ögesini belirleyen veya gösteren üç ana bileşke bulunmaktadır. Bu bileşkelerin tümü ise, habere zamanlılık değerini kazandırmaktadır. Bu üç bileşke şunlardır: Yenilik, Anılık, Geçerlilik.¹¹

Haberdeki zaman kavramı aslında haberin hızına dair de ipucu vermektedir. Çünkü bir haberde geçmiş zamana yönelik ifadeler, zaman zarfları ne kadar fazlaysa haberin

⁹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.7

¹⁰ Kars, **a.e.**, s.103

¹¹ Tokgöz, **a.g.e.**, s.217-218

üzerinden geçen zaman da o kadar fazla demektir. Haberin en önemli niteliklerinden biri olan hızlılık da haberdeki zaman unsurlarının varlığıyla ölçülebilmektedir.

Haberde zamanlılık değeri, olayın ne zaman ortaya çıktığı sorusunun yanıtıdır. Haber yazmada uygulanan (5N-1K) kuralında, “Ne zaman” sorusuna verilecek yanıt, zamanlılık değerini göstermektedir.¹²

Zaman kavramının belirtilmediği haberler eksik kalır. Dün, bugün, gece saatlerinde ya da geçen hafta gibi ifadeler haber metinlerinde mutlaka yer almaktadır. Aksi takdirde izleyicinin, okurun ya da dinleyenin haberle ilgili kuşku duymasına neden olacaktır. Aylar önce yaşanmış bir olay haberleştirilirken zaman ögesine yer verilmemesi, olayın yeni yaşanmış gibi algılanmasına neden olacaktır. Bu da okuyucunun/izleyicinin kandırılması anlamına gelmektedir. Bu nedenle zaman ögesi olmayan bir haberin güvenilirliğinden söz etmek mümkün olmayacaktır.

Zaman ifadeleri haberin olmazsa olmazıdır. Ancak kullanırken dikkat gerektirir. Haber yazım kurallarına göre zaman ibarelerinin gelişigüzel kullanılması doğru değildir. Örneğin bir gazete haberinde “dün” ifadesi doğruyken televizyon haber metinlerinde “dün” mümkün olduğu kadar tercih edilmeyen bir kelimedir. Televizyon haberlerinden “dün” yerine hangi gün olduğu belirtilmektedir.

1.2.2. Yakınlık

Yaşanan olayların yaşadığımız bölgeye yakınlığı daha çok ilgimizi çekmesine neden olur. Yaşanılan şehir, bölge ya da ülkede olan olaylar o bölgede yaşayan insanlar için her zaman daha değerli olacaktır. Bu nedenle haberdeki “nerede?” sorusu önem taşımaktadır.

İnsanlar önce kendi yakın çevresinde olan haberleri merak ederler. Kendi şehirleri, coğrafi bölgeleri ve ülkeleri haber almak istedikleri yerlerin başında gelir. Ancak bununla sınırlı

¹² Bülül, a.g.e., s. 112

değildir. Nasıl ki bir ülke için sınır komşusu olduğu ülkelerle ilişkiler önemliyse, insanlar için de coğrafi olarak en yakınında olan ülkelere alınacak haberler önemlidir.

Yakınlık kavramı günümüzde teknolojinin kitle iletişim araçlarına kazandırdığı hızlilik dikkate alındığında farklı bir boyut kazanmaktadır. Yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ya da evrensel ölçekler içinde yakınlığın “görelî” değerlendirilmesi gerekmektedir. Oturduğu bölgedeki orman yangını ya da hava kirliliği ya da bir yakının bulunduğu ülkedeki deprem, insanlar için daha önemli olabilmektedir.¹³

Son yılların en büyük tehditlerinden biri olarak görülen IŞİD terör örgütünün saldırılarını bu noktada örnek olarak gösterebiliriz. IŞİD yalnızca Türkiye değil Avrupa’nın birçok ülkesinde hatta Amerika Birleşik Devletleri’nde de saldırılar düzenlemiştir. Medyada çok fazla yer bulan IŞİD saldırı haberlerinin hiçbirisi Türkiye’deki saldırıları kadar çok yer ve zaman tutmamıştır. Ancak şu da bir gerçektir ki; Amerika Birleşik Devletleri’ndeki IŞİD saldırılarının Türkiye medyasında bu denli uzun ve özel yayınlarla yer almasının en büyük nedenlerinden biri Türkiye’nin IŞİD terörünü “yakından” tanımasıdır. İşte bu noktada yakınlık kavramının çift yönlü olarak devrede olduğunu görüyoruz.

Yakınlık kavramı yalnızca mesafe olarak yakınlık anlamına gelmemektedir. Kültürel yakınlık da bu kavramın içinde yer almaktadır. Türk medyasında dış haber servisinde daha fazla yer alan haberlere bakıldığında, Türklerin yoğun olarak yaşadığı ülkelerin daha fazla haber yapıldığı ya da başka bir ülkede yaşanan afetlerde yaralanan ve hayatını kaybeden Türk sayısının öncelikli olarak verildiği görülmektedir.

1.2.3. Önemlilik

Önemli olmayan olay ve bilgi haber değildir. “Nasıl ve neden?” sorularının yanıtları da haberde önemlilik değerini vermektedir. Olayları önemli yapan etkenler arasında, ünlü kişiler, sayılar, çelişkiler, garip olaylar, buluşlar, değişiklikler yer almaktadır.¹⁴

¹³ Kars, a.g.e., s.104

¹⁴ Bülbul, a.g.e., s.115

Peki bir haberi ne önemli yapar? Kişiler, sayılar, zıtlıklar, gariplikler haberin önemlilik derecesini arttıran unsurlardır. Bir ülkenin yönetiminde en yüksek mertebede bulunan cumhurbaşkanıyla ilgili sıradan konular dahi habere konu olabilecek kadar önemlidir. Ülkenin önemli bir ailesine mensup bir kişinin başına gelen herhangi bir olay önemli olarak değerlendirilebilir. Örneğin; ülkenin en büyük futbol takımlarından biri olan Fenerbahçe'nin başkanlık seçimleri önemlidir. Ancak başkan adayları olan kişinin Koç ailesi mensubu Ali Koç'un olması seçimi daha da önemli kılmaktadır.

Bir olay, toplumsal, siyasal, ekonomik ya da kültürel yaşamı doğrudan etkiliyor ve bu alanlarda herhangi bir gelişmeye ya da değişmeye yol açıyorsa önemlidir. Bu tür haberler genelde "hard news" (ciddi haberler) olarak nitelendirilir. "Önemlilik" için şu örneği vermek yeterli olacaktır: "Bir ülkede devalüasyon yapılması ilginç değil, önemlidir." Bu çerçevede, devlet, parlamento ve hükümet işlerine ilişkin haberlerin çok büyük bölümü önemli sayılır. Ayrıca tanınmış ya da ünlü kişi ve kuruluşlarla ilgili haberlerin önemli sayılma gibi bir şansları da vardır.¹⁵

Dolandırıcılık haberleri her zaman dikkat çeken haberlerdir. Bu haberleri önemli kılan başlıca etkenler "kimin", "ne kadar" dolandırıldığıdır. Dolandırılan miktar arttıkça haberin önemi artmaktadır. 100 milyon TL'lik dolandırıcılık bir emeklinin üç aylığının dolandırılmasından daha önemli olarak değerlendirilir. Ya da sıradan bir vatandaşın dolandırılmasıyla sık sık haberlerde fikirlerine başvuru ve kamuoyunu yönlendirme gücü olan bir profesörün, örneğin Canan Karatay'ın dolandırılması (yaşanmış bir örnek) daha önemlidir.

Tanınmış kişiler hakkında, haberleri izlemenin önemine Amerikalı yazar Curtis McDougal şöyle değinmektedir: "İnsanlar eşit yaratılmakla beraber, bazıları diğerlerine oranla habere onu olma bakımından daha çok önemli olabiliyorlar. Bu durum onların toplumdaki yerlerinden, statülerinden ileri geldiği gibi, daha önce sürekli

¹⁵ Girgin, a.g.e., s.14

gerçekleştirdikleri olağandışı bir hareket nedeniyle sürekli olarak ilgi çekmelerinden de kaynaklanabilir.”¹⁶

Her gün onlarca kişi beyin kanaması nedeniyle hastaneye kaldırılıyor. Ancak hemen hemen hiç biri haber olmuyor. 17 Ekim 2017’de beyin kanaması geçiren CHP Milletvekili Deniz Baykal’ın haberi ise son dakika olarak duyuruldu ve günlerce gündemde kaldı. Hatta Baykal’ın haberi nedeniyle konu daha çok irdelendi ve beyin kanamasının ne olduğuna, neden meydana geldiğine ve nasıl önlem alınabileceğine dair haberler yapıldı. Bu da Deniz Baykal’ın Türk siyasi tarihinin önemli figürlerinden biri olmasından kaynaklanmaktadır.

1.2.4. İlginçlik

Olağandışı olaylar, maceralar, aşklar, savaşlar, doğal afetler, karışıklıklar, çatışmalar, kuşkular ve çelişkiler kişioğlunun sürekli ilgi odağı haline gelmiştir. Haberde insanların ilgisini çekme unsuru, çok, orta ya da az derecede bulunmalı, ama mutlaka olmalıdır. İlgi çekmeyen olay zaten haber değildir. İlgi çekicilik, olayın içeriğine ve yayın organının bakış açısına ve hedef kitlelerine göre değişmektedir.¹⁷

“İlginçlik”ten amaç, sıradanlıktan kurtulma, olağan dışı eylem ya da söylemler arayışıdır. Haber dilinde, ilginçliğin belleklerle yerleşmiş en belirgin tanımını, New York Sun’da gazeteci John Bogart, 1880 yılında, “Köpek insanı ısırırsa haber değil, insan köpeği ısırırsa haberdır.” diyerek yapmıştır.¹⁸

26 Haziran 2018 için meteoroloji uzmanlarının İstanbul için verdiği dolu yağışı uyarısı oldukça ilgi çekti. Haziran ayında dolu yağışı beklenmedik bir haberdır. Uyarıyı yalnızca meteoroloji uzmanları ve haber merkezleri yapmadı. Sigorta şirketleri de araç sahiplerini uyardı ve hasardan kaçınmaları için doluya karşı önlem almaları gerektiğini belirtti. Haberi ilginç hale getirense bu öğeler değil, araç sahiplerinin aldığı önlemler oldu. Araç

¹⁶ Tokgöz, **a.g.e.**, s. 221

¹⁷ Bülbul, **a.g.e.**, s.115-116

¹⁸ Girgin, **a.g.e.**, s.13

sahiplerinin araçlarının dolu yağışından zarar görmemesi için aldığı önlemler konuyu gazete ve televizyonlarda günün en ilginç haberi haline getirdi.



Resim 1.1

Her haberde kişiye göre değişen bir çekicilik bulunur. Ancak bazı konular diğerlerine göre biraz daha ilgi çekicidir. İnsan ne kadar katı ve bencil olursa olsun, diğer insanların yaşamı, iyiliği, sağlığı, uğradığı felaketler vb. konulara yakınlık gösterir. Olağandışılık serüven, heyecan, görülmeye değer olgular, aşk, bilinmeyen vs. insanın ilgisini çeken konular arasındadır. İnsanın ilgisini çeken konularda genellikle çatışma, kuşku, karışıklık ve olağandışılık bulunması bunları daha ilginç kılmaktadır.¹⁹

İlginçlik ögesi sadece izleyici ya da okur için önemli olan bir öge değildir. Bir olay ilginçse gazetecinin dikkatini çeker. Yani bir olayın haber olabilmesine gazeteci tarafından ilginç bulunmasının etkisi büyüktür. Önce gazeteci ardından okuyan ya da izleyen ilginç bulmaktadır.

¹⁹ Kars, a.g.e., 106

1.3. Haberin Nitelikleri

Haberin nitelikleri 8 başlık altında toplanabilmektedir. Doğruluk, gerçeklik, nesnellik, anlamlılık, kesinlik, hızlılık, tutarlılık, inanılrlık haberin niteliklerini oluşturur. Bunlardan bir veya birkaçının eksik olması haberi zayıflatır.

1.3.1. Doğruluk

Doğruluk, bir haberdeki bütün verilerin ve buna bağlı olarak haberin doğru olması anlamına gelir. Doğru olmayan bir haberde diğer niteliklerin varlığı aranmaz. Haberin tüm niteliklerinden ve öğelerinden önce doğru olup olmadığı önemlidir.

Bu ana prensipten yola çıkarak hazırlanmayan haberler toplumu yanıltır, yanlış görüşlere saptırır ve hata yapmalarına yol açar. Haberciler doğruluğundan, kaynağın güvenilirliğinden emin olmadan haberi yazmazlar. Doğrulamak için de güvenilir kaynaklardan ve yetkililerden araştırma yaparlar, genellikle kaynağa dayalı haberler yazarlar. Şüpheyne düşülen her haber mutlaka araştırılıp doğrulanmalıdır. Haber güvenilir bir kaynaktan elde edilse bile mutlaka kontrol edilmelidir.²⁰

Haberi ilk ağızdan duymak, kaynakla birebir iletişim kurmak doğruluğun sağlanması açısından önem taşımaktadır. Bu kaynağın her zaman doğru bilgi verdiği anlamına gelmez. Zaman zaman birebir iletişim kurulan kaynaklar dahi gazeteciyi bilerek ya da bilmeyerek yanıltabilmektedir. Ancak yine de kaynağa aracısız ulaşabilmek kontrolü kolaylaştırmaktadır.

Doğruluğu tehlikeye atan en büyük sorun gazetecilikteki hızlı olma kaygısıdır. Haberi ilk kez verme, önce yayınlama, son dakika vermek gibi kaygılar nedeniyle doğruluğundan emin olunmayan ya da kesin olarak doğrulanmamış bilgiler izleyiciye/okuyucuya verilebilmektedir. Doğruluk hızdan önemli bir gazetecilik unsurudur. Bu nedenle gazeteci geç de olsa doğru bilgiye ulaşması önemlidir. Özellikle toplumsal olaylarda, terör saldırıları, patlamalar, uçak kazaları gibi çok sayıda kişiyi etkileyen ve ilgilendiren

²⁰ Ünal Uyguç, Ali Genç, **Radyo Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Avcıol Yayınları, 1998, s.132-133

haberlerde doğru bilgiye ulaşmak daha uzun zaman almaktadır. Ölü ve yaralı sayısını doğrulamak, yetkililerden doğru bilgi almak toplumsal olaylarda kolay değildir. Böyle durumlarda gazeteciler duyuma dayalı, teyite muhtaç bilgilere “iddia” olarak yer vermekte, bu bilgiler izleyicide/okuyucuda paniğe neden olabilmektedir.

Eksik ve yanlış bilgi nedeniyle haberde yanlış bilgilerin verilmesinin yanı sıra bazı haberlerde doğruluk bilerek çarpıtılmaktadır. Günümüzde özellikle internet medyasında haberlerin daha çok ilgi görmesi daha çok “tıklanması” adına bilgiler çarpıtılmakta, uydurulabilmektedir. Habere dikkat çekmek için atılan çarpıcı başlıklar doğruluktan uzak hatta asparagas olabilmektedir.

Posta gazetesinin 14 Mart 2018’de sosyal medya hesapları üzerinden yayınladığı “Baş ağrısıyla hastaneye gitti, beyinsiz olduğunu öğrendi” başlıklı haberi doğru bilgilere ulaşılmasına rağmen bilerek çarpıtılan haberlere en güzel örneklerden biridir.



Resim 1.2

Dünyanın önemli tıp dergilerinden BMJ’de yayınlanan makalede, doktorların hastanın rutin kontrollerini yaptığı ve beyin MR’ının çekilmesinin ardından 84 yaşındaki hastanın sağ ön lobunda 9 cm’lik bir hava boşluğunu fark ettiği ifade ediliyor. Ancak haberin

başlığı izleyicilerin dikkatini çeksın diye “Baş ağrısıyla hastaneye gitti, beyinsiz olduğunu öğrendi” başlığıyla veriliyor. Başlık doğru olmamakla birlikte aldatıcıdır. Yani söz konusu haberlerde geçtiği gibi hastanın beyinsiz olduğu veyahut sol beyninin yarısının olmadığı iddiası doğru değil.²¹

1.3.2. Gerçeklik

Gerçeklik, haberin, olmazsa olmaz nitelikli temel ilkesidir. Haber bize, kişisel algılamalardan ve sonrası anlatımdan aktarılır. Bu nedenle aktarıcının kişisel iz ve değerlerini taşıması doğaldır. Haberın gerçekliği, daha doğrusu gerçeğe en yakın anlatımı, haber kaynağının güvenilirliğinin yanı sıra habercinin kişilik yapısına, deneyimlerine, kişisel ya da toplumsal beklentilerine, etik değerlerine bağlıdır. Bir şeyin doğruluğuyla, bir şeye duyulan özlem birbirine karıştırılmamalıdır. Kişi genellikle özlemini duyduğu şeyin doğru olduğu eğilimini taşır. Bireyin, olayları oluşumları görme biçimi, gerçekleşen ile bulmayı umduğunun, görmek istediğinin bir karışımıdır.²²

Gerçeklik olayın varlığının gerçek olması anlamına gelir. Haberi aktarının amacı gerçeği ortaya çıkarmak olmalıdır. Bu yüzden gerçeğin peşinde koşan haberci, haberde gerçeğe uygun olmayan bilgileri kaynaktan aktarmışsa, bu, kaynağın yanılgısı olarak değerlendirilmelidir. Ancak haberci, gerçek ortaya çıkınca bu “yanılgı” düzeltilmelidir.²³

Haberde “gerçeklik” unsuru daima sorgulanan ve tartışılan bir konudur. Çünkü birçok iletişim bilimci kitle iletişim araçlarını gerçekliği yeniden kurguladıkları gerekçesiyle eleştirir. İletişim çalışmalarının hemen hemen hepsinde “gerçeklik” kavramı “medya gerçekliği” ve “kurgusal gerçeklik” kavramları üzerinden yeniden tanımlanmıştır. Her medya kuruluşunun çıkarlarını gözettiği bir yayın politikası vardır ve haberlerdeki gerçeklik unsuru da bu yayın politikası üzerinden yeniden şekillenir. Medya gerçekliği

²¹ Teyit.org, “Baş ağrısı şikayetiyle hastaneye giden adamın “beyinsiz” çıktığı iddiası”, (Çevrimiçi) <https://teyit.org/bas-agrisi-sikayetiyle-hastaneye-giden-adamin-beyinsiz-ciktiği-iddiası/>, Erişim Tarihi: 29.06.2018,

²² Girgin, **a.g.e.**, s.10

²³ Kemal Aslan, **Haberim Var**, İstanbul, Anahtar Yayınları, 2003, s.171

gerçeklik unsurunun tamamen ortadan kaldırıldığı anlamına gelmez ancak bazı unsurların bilerek verilmemesi ya da gösterilmek istenen kısmın daha sık verilmesi de gerçekliğin yeniden kurgulanması anlamına gelir.

Bir fikrin, bir objenin, bir kavramın gerçekçi özelliklere sahip olup olmadığına karar verebilmek için çeşitli unsurların gözden geçirilmesi gerekmektedir. Arka plan ne kadar doğru bir şekilde resmedilmiştir, insanların davranışları ne kadar inanılır/güvenilir görünmektedir, öykü ne kadar olası görülmektedir, belirli noktalar ne kadar doğru bir şekilde belirtilmiş görünmektedir? Kısacası, bakış açısı ne olursa olsun gerçeklik, parçalılığıyla ve değişkenliğiyle bir bakışta kavranılmayacak kadar karmaşıktır, görecelidir ve bizim deneyimlerimizle bağlantılıdır.²⁴

Haberler ekranlara ya da gazete sayfalarına gelene kadar birçok aşamadan geçmektedir. Muhabirin, editörün, kurgucunun ya da sayfa sekreterinin bakış açısıyla şekillenen haberlerde olayların salt gerçekliğinin izleyiciye/okuyucuya yansıtılabilmesi oldukça güçtür. Ancak yine de bir gazetecinin görevi gerçeklikten uzaklaşmadan, gerçekliği yeniden üretmeden doğru bilgileri aktarmak olmalıdır. Haberleri izleyenlerin ya da okuyanlarınsa değerlendirmelerini “medya gerçekliği” kavramını bilerek yapmaları daha sağlıklı bir bakış açısı kazanmalarını ve kendi gerçekliklerini kaybetmemelerini sağlayacaktır.

1.3.3. Nesnellik

Nesnellik, yansızlığı, doğruluğu çağrıştırmaktadır. Doğruluğun içinde, inandırıcılık da yer almaktadır. Haberde bireysel görüşlere, yanlı yaklaşım ve yargılara yer yoktur. Haberde, hedef kitle toplumdur, olayın konusuna göre, toplumun çeşitli katmanlarıdır. Bütün bu olgular göz önünde tutularak haberde nesnelliğin özet tanımı şöyledir: “*Haber konusu*

²⁴ Yusuf Yurdigül, “Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi”, **Atatürk İletişim Dergisi**, Erzurum, Sayı 1, 2011, s.15

olayı, bireysel etkilerden uzak, doğruyu sadece yalın doğruyu yansız bir düzenleme ile olduğu gibi vermek ve gerçeklerden ayrılmaktır”²⁵

Haber ile yorum birbirine karıştırılmaması gereken iki kavramdır. Haber olayların tarafsız, objektif, eşit ve doğru bir şekilde aktarılmasıdır. Yorum ise haberle ilgili olarak kişilerin kendi görüşleri doğrultusunda yaptıkları değerlendirmedir. Hazırlanan haber, habercilik kurallarına uygun olarak sade bir biçimde verilmelidir. Haberle ilgili yorum ise kişinin o olayla ilgili değerlendirmesi şeklinde sunulmalıdır.²⁶

Nesnellik kavramı konuşulurken değinilmesi gereken en önemli noktalardan biri önyargıdır. Haberi oluşturan kişinin önyargılardan uzak olması gerekmektedir. Gazetecinin haberin konusuyla ilgili mutlaka bir fikri vardır. Ancak haber bu fikirden bağımsız, yalnızca gerçek unsurlarıyla haber olur. Haberi okuyan ya da izleyenler gazetecinin fikrini değil olayı merak ederler. Aksini isteyenler köşe yazılarından bilgi almayı tercih ederler. Gazetecilikle köşe yazarlığı birbirinden tamamen farklı alanlardır.

Tarafsızlık, haberin olayı olduğu gibi yansıtmasıdır. Kitleyi ilgilendirenin habercinin değil olayın kendisi olduğunun bilinmesi gerekir. Haberde açıklayıcı bilgilere yer verilmesi ne kadar uygun bulunuyorsa habercinin kendi düşüncelerini yansıtmaya kalkışması da bir o kadar yanlış bulunmaktadır. Elbette kaynağın durumu bu kapsama alınamasa da haberci kendini kaynağın düşünce ve yorumları üzerinde dikkatli olmak zorunda hisseder. Zira aşırı taraflı görüşler de ayıklanabilmektedir.²⁷

Ön yargılar kadar değer yargıları da haberin nesnellğine gölge düşürebilir. Gazeteci haberi yazarken kendi değer yargılarına göre şekillendirmemelidir. Kendi değerlerine ters olan bir durumun altını çizmemeli, okuyucuda/izleyicide etki bırakmamaya

²⁵ Bülül, **a.g.e.**,s.209

²⁶Uyguç-Genç, **a.g.e.**, s.137

²⁷ Hakan Cem Işıklar, “Haber Televizyonlarında Haber Yapım ve Yayın Süreçleri: NTV, Habertürk ve CNN Türk Televizyonlarının Karşılaştırılmalı Çözümlemeler”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Konya, Selçuk Üniversitesi, 2011, s.18

çalışmamalıdır. Değer yargılarından tamamıyla arındırılmış haber metinleri bulmak zor olsa da gazeteci bunu sağlamaya özen göstermelidir.

Gazeteci nesnel haber vermenin savunmasını yapabilmek için özellikle şu koşulları yerine getirmekle yükümlü olmalıdır:

- a. İhtilaflı konularda bütün tarafların görüşlerine yer verilmelidir
- b. Gerçek olduğu öne sürülen konulardaki açıklamalar dikkate alınmalıdır.
- c. Kendi bakış açısını yansıtmadığını ifade etmek için haber kaynağının söylemlerini doğrudan ve tırnak içinde kullanılmalıdır.
- d. Haberde elden geldiğince somut gerçeğe yer verilmelidir.²⁸

Haberin dili kadar habere ayrılan süre de nesnelliği etkilemektedir. Gazeteci değer yargılarına uzak bir konuyu önemli olduğu halde daha kısa haberleştirmeyi tercih ederse nesnellikten ödün verir. Kullanılan görüntü ve sesler de haberin nesnelliği hakkında fikir verir. Haberin etkisini arttıracak görüntüler mutlaka kullanılmalı, verilmediği takdirde farklı anlamların çıkmasına neden olacak ses efektlerine mutlaka yer verilmelidir.

1.3.4. Anlamlılık

Anlamlılık niteliğinin yerine getirilebilmesinde en önemli unsur, haberin anlam taşıması, anlaşılır olmasıdır. Bunun için olmazsa olmaz ise dilin doğru ve uygun kullanımı olacaktır. Haberi oluşturanın gördüklerini, tanık olduklarını anlaşılır ve düzgün bir biçimde aktarabilmelidir.

Haber metni açık, yalın ve anlaşılır olmalıdır. İfadeler şüpheyi yer vermemelidir, tek bir anlama gelmelidir. Haber metinlerinden imaya yer yoktur. Okuyan ya da izleyen herkes haberdan aynı anlamı çıkarmalıdır. Haber kolay kavranabilmeli ve net olmalıdır.

Haber özelliği taşıyan olayı biçimlendirirken yani kurgularken, kelimelerin ve cümlelerin yanı sıra haberin bir bütünlük içinde de anlam taşımasına özen gösterilmelidir. Öyle ki

²⁸ Bülbül, a.g.e., s.211

haber, okunduktan, dinlendikten ya da izlendikten sonra, verilmiş bilgilerin yeterliliği nedeniyle, ilgili hiçbir soru sorulmayacak şekilde işlenmiş olmalıdır. Haberci ayrıca, kurgulama sırasında, hedef kitlesinin ilgisini azaltmamak, dikkatini dağıtmamak için, gereksiz ayrıntılardan kaçınmalıdır. Anlaşılabilirliği kolaylaştırmak için cümleler kısa tutulmalıdır.²⁹

Haberde kullanılan kelimeler günlük dilde kullanılan kelimeler olmalıdır. Yabancı kökenli sözcüklerden, terimlerden mümkün olduğu kadar kaçınmak gerekmektedir. Haber genel bir hedef kitleye hitap etmektedir ve herkes için anlaşılabilir olması, herkes için anlamlı olmasına özen gösterilmelidir.

Spikerin okuduğu haberlerde, kelime ve cümleleri tekrar etme olanağı olmadığından haberin anlaşılır bir dille yazılmış olması şarttır. Kısa ve öz haber vermenin bir başka amacı da dinleyiciye ve izleyiciye kısa sürede çok sayıda haber sunmaktır.³⁰

Televizyon haberciliğinde süre yazılı basına göre daha büyük önem taşır. Haber en kısa sürede en anlaşılır şekilde verilmeye çalışılır. Gereksiz cümlelerden ve ayrıntılardan kaçınmak haberin daha anlaşılır olmasını sağlar. Görüntüyle anlatılabilen durumların tekrara düşen cümlelerle anlatılmasına gerek yoktur. Haber metni belirli bir mantık çerçevesinde ve bir akışa bağlı olarak hazırlanmalıdır.

1.3.5. Kesinlik

Kesinlik, haberde yer alan tüm unsurların ve bilgilerin netliğinden emin olunması anlamına gelir. Haberdeki hiçbir bilgi şüpheli olmamalı, hepsi kesinlik kazanmış olmalıdır. Haberdeki bilgilerin belirsiz olmaması, okuyucuyu ya da izleyiciyi şüpheye düşürmemesi gerekir.

Bir haberin kesinliği netleşmeden yayına ya da baskıya vermek doğru değildir. Haberde yer alan bilgilerin resmi kaynaklardan ya da olayın birincil kaynaklarından doğrulatılmış

²⁹ Girgin, **a.g.e.**, s.15

³⁰ Uyguç-Genç, **a.g.e.**, s.134-135

olması gerekmektedir. Ölüm haberleri, afetlerde ya da kazalardaki ölü sayıları, olayın yaşandığı il ya da ilçe gibi bilgiler haberde yer alırken bilginin kesinliğinden emin olmak gerekmektedir.

Bir olayda mağdur olan kişinin ya da kişilerin haberde isimleri ya da görüntüleri kullanılırken bilginin kesinliğinden emin olunmalıdır. Suça karışmadığı halde ismi yanlış yazılan birinin haberde yer alması mağduriyet yaratacaktır. Fotoğraf ve görüntü kullanımı da insanları sıkıntıya sokabilir. İnternet araştırmasıyla elde edilen fotoğraflar kesinleştirilmeden yayınlanmamalıdır. Aynı adlı birçok kişinin olduğu ve bu durumun hataya kolaylıkla yol açabileceği unutulmamalıdır.

1 Temmuz 2018 tarihinde Vatan gazetesinde yer alan “Kahvaltı Gevreklerinde Kanser Riski” başlıklı haberi kesinlik unsuru açısından inceleyebiliriz.

İngiltere’de faaliyet gösteren Gıda Denetim Kurulu’nun raporuna göre, kahvaltı gevreklerinin içindeki “akrilamid” adlı madde kansere yol açıyor. Özellikle kahvaltılık gevrekler, patates cipsleri, bebek mamalarında fazlaca bulunan maddenin tümör oluşumuna neden olduğu belirtildi. İngiltere’de faaliyet gösteren Gıda Denetim Kurulu’nun raporuna göre, kahvaltı gevreklerinin içindeki “akrilamid” adlı madde kansere yol açıyor. Özellikle kahvaltılık gevrekler, patates cipsleri, bebek mamalarında fazlaca bulunan maddenin tümör oluşumuna neden olduğu belirtildi. Kurul açıklamasında, “Aileler çocuklarına altın renginden daha koyu olan renkteki gıdaları vermekten kaçınmalı” denildi.³¹

Haberde kansere yol açan maddenin ne ölçüde tüketildiğinde kansere neden olduğu, söz konusu mısır gevreklerinde ne ölçüde bulunduğu bilgisine yer verilmemiştir. Haberin son cümlesi olan “Aileler çocuklarına altın renginden daha koyu olan renkteki gıdaları vermekten kaçınmalı” ifadesi oldukça muğlak ve kesinlikten uzaktır. Bu nedenlerden

³¹ Vatan Gazetesi, “Kahvaltı Gevreklerinde Kanser Riski”, (Çevrimiçi) <http://www.gazetevatan.com/kahvalti-gevreklerinde-kanser-riski--1179235-saglik/>, Erişim Tarihi: 01.07.2018

ötürü haberin içerdği bilgiler akıllarda soru işareti bırakmakta ve kesin bir anlam ifade etmemektedir.

1.3.6. Hızlılık

Hızlılık haberin niteliklerinden biri olmanın yanı sıra aynı zamanda habercilik refleksidir. Her gazeteci ulaştığı bilgiyi en hızlı şekilde kitlelere ulaştırmak ister. Haberci bunu sadece görevi olduğu için değil mesleğine duyduğu saygı ve heyecandan dolayı başarmak ister.

İster yazılı basında ister sözlü basında olsun alınan her haberin, her istihbaratın en kısa sürede toparlanarak yayına yetiştirilmesi bir zorunluluk ve kuraldır. Yazılı basın olayları bir gün sonra yansıtırken, önemli bir haberi kimi zaman baskısını durdurarak kimi zaman yıldırım baskı yaparak okuyucusuna duyurmaya çalışır. Radyo ve televizyonlarda ise saat başı verilen haberlerle olaylar anında dinleyiciye aktarılır. Bu da radyo ve televizyon muhabirlerinin dakikalar ve saniyelerle yarıştığını gösterir. Radyo- TV muhabiri aldığı haberi anında yayına verme şansına sahiptir. Olay yerinden haberin aktarılması ve canlı yayın imkânına sahiptir. Burada habercilikte çabukluğun önemi ortaya çıkar. Bazı olaylar vardır ki toplum o olayları büyük bir merakla beklemektedir. Bu haberleri en iyi ve doğru şekilde hızla duyurmak habercinin görevidir.³²

Hızlılık hem gazeteciler arasında hem de medya kuruluşları arasında rekabet nedenidir. Medya kuruluşlarının amacı bilgiyi en hızlı şekilde kitlelere ulaştırmaktır. Ancak bunun yanında diğer medya kuruluşlarından daha hızlı olmak isterler. Yani ne kadar hızlı olursa olsun bir haberi saniyelerle olsa da geç vermiş haberci kendini başarılı saymaz.

Hızlılık haber kavramında çok önemlidir. Ancak kesinlikle doğruluk, gerçeklik ve kesinliğin önüne geçemez. Hızlı olma çabası hataya daha kolay sürükleyebilmektedir. Bu nedenle haberi hızlı vermek adına doğruluğundan emin olunmayan bilgilerin verilmesi doğru değildir. Hızlılıkta ön koşul doğru ve kesin bir haberin hızlı verilmesi olmalıdır.

³² Uyguç-Genç, a.g.e., s.131-132

Gelişen teknoloji hızlılık konusunda gazetecilerin işini kolaylaştırmaktadır. Televizyon haberciliğinde çekilen bir görüntü için merkeze gitmeye gerek kalmadan görüntü online sistemlerle gönderilebilmektedir. Yazılı basında ise baskı için yarını beklemek yerine tüm gazetelerin var olan internet sitelerinden haber hızlıca duyurulabilmektedir.

1.3.7. Tutarlılık

Metni oluşturan verilerin mantıklı bir bütün oluşturmaları gerekir. Cümlelerin birbiriyle çelişmemesi için birbiriyle bağlantılı olması ve belirli bir anlam bütünlüğü içermesi gerekir. Bunun için cümleler dilbilgisi kuralları açısından uygun olmalıdır. Ancak habere konu olan olay ya da durumun kendisi tutarlılık içermiyorsa, doğal olarak bu durum haber metnine de yansır.³³

Haberdeki tüm unsurlar birbiriyle tutarlı olmalıdır. Eğer haber istatistiki verilere dayandırılıyorsa haber metni rakamların gösterdiğinin aksini göstermemelidir. Haberin tutarlı olması inanılrlılığını sağlar. Kendi içinde tutarsız bir haber okuyucuda/izleyicide güven duygusu yaratmaz. Haberlerde tutarlılık çoğu zaman uzman görüşleriyle desteklenir. Haberin konusu ya da verileri alanında uzman kişilerin yorumuyla birleştirilir. Tartışmalı konular için birden fazla uzmanın görüşü de haber içinde değerlendirilebilmektedir.

Haberlerdeki tutarlılık haberi üreten gazetecilerin ve medya kuruluşlarının da tutarlılığını gösterir. Ve bu da uzun vadede güven duygusunu güçlendirir, takip edilebilirliği artırır.

Haberde tutarlılık ögesinin ortadan kalktığı durumlar daima haberin tutarsız olduğu anlamına gelmez. Zaman zaman kişisel hatalar, hızlı olma çabası da haberde yanlışlara yol açabilmekte ve bu da haberde tutarlılığın kaybolmasına neden olabilmektedir.

4 Mayıs 2018’de Hürriyet Gazetesi’nin internet sitesinde yer alan “İmplant tedavisi artık çok kolay!” başlıklı haberi tutarlılık hatası noktasında ele alabiliriz.

³³ MEGEP, “Gazetecilik Alanı- Haberin Nitelikleri Modülü”, Ankara, 2007, s.7

Söz konusu haberin başlığıyla haber metni arasında bir tutarlılık problemi görülmektedir. Başlıkta okuyucuya implant tedavisinde yeni bir gelişme vaad edilmektedir. Yeni yöntemle birlikte tedavinin daha kolay olduğu yönündeki izlenim, haber metninde görülmemektedir. Haber yeni bir yöntemin sunduğu kolaylıkları anlatmaktan öte, implant tedavisinin nasıl yapıldığını anlatmaktadır. Ne tedavi yöntemi ne de iyileşme süreci konusunda yeni bir gelişmenin anlatılmadığı haber okuyucuyu başlığı nedeniyle aldatmaktadır.



Resim 1.3

1.3.8. İnanılrlık

Haberde inanılrlığı, bilginin bir kaynağa dayanmasını gerektirir. Kaynağın statüsü, unvanı gibi birçok nokta inanılrlığı desteklemektedir. Haberde olması gereken en önemli unsurlardan biridir. İnanılrlığı olmayan bir haberin okuyucu ya da izleyicide bir karşılığı olmayacaktır. Aynı zamanda haberi hazırlayan kişinin güvenilirliğinin de sorgulanmasına neden olacaktır. İnanılrlığı sağlayan iki unsur vardır:

-Uzmanlık: Kaynağın konuyla ilgili yetkinliği, bilgisinin yeterli olup olmaması anlamına gelir. Eğer kaynak gerçekten konunun uzmanıysa, okuyucuya ve izleyiciye aktarılan bilgi daha çabuk kabul görmektedir. Cümlelerin içeriği kaynağa bağlı olarak farklı algılanır. Bazı konular hakkında uzmanlık çok genel bir ifade olarak kalabilir. Örneğin; lösemili bir çocukla ilgili haberde çocuk hastalıkları uzmanından görüş almak yeterli olmayacaktır. Çocuk hastalıkları doktorunun uzmanlığı lösemi tedavisini anlatmak için yeterli gelmeyebilir. Bir çocuk hematoloğunun görüşlerine yer verilmesi haberin inanılrlığını destekleyecektir.

-Güvenilirlik: Okuyucu veya izleyicinin, kaynağın, mesajını kişisel bir çıkar amacıyla söylemediğini kabul etmesi önemlidir. Bunun dışında güvenilirliğin diğer bir boyutu da kaynağın, daha önce kamuoyunu yanlış yönlendirecek bilgiler verip vermemesidir. Bu da o kaynağın, diğer haberlerde de inanılrlığını ve güvenilirliğini zedeleyen faktörlerden biridir.³⁴

20 Mart 2018’de ntv.com.tr’de yayınlanan “Anne sütünün 5 önemli yararı” başlıklı haberi bu bağlamda değerlendirebiliriz.

³⁴ MEGEP, a.g.e., s.7



Resim 1.4

Uzun bir haber metninin girişinden alıntılanan görselde görüldüğü üzere haberin giriş kısmında anne sütünün meme kanseri riskini azalttığına dair bir iddia yer almaktadır. Bu dikkat çeken iddia haberin giriş kısmında okuyucuyu çekmek için verilmiş. İkinci paragrafta ise bu iddia bir çocuk hastalıkları uzmanı kaynak gösterilerek desteklenmiştir. Eğer alanında uzman bir kaynak olmasaydı haber ne kadar dikkat çekici olursa olsun inandırıcılıktan uzak olacaktı. Ancak yine de haberde verilen “meme kanseri riskini azaltma” iddiasını destekleyen bilimsel makalelere yer vermek haberi daha güvenilir bir hale getirecektir.

Kaynak gösterimi haberdeki güvenilirlik unsurunu desteklemesinin yanı sıra aynı zamanda okuyucuya yol gösterebilmektedir. Konuyla ilgili daha fazla bilgi almak isteyenler kaynağı araştırabilmekte, örneğin konu sağlıksa o uzmana gitme imkânını yakalayabilmektedir.

Bu noktada habercinin dikkat etmesi gereken en önemli hususlardan biri her uzmanının güvenilir bir kaynak olmayacağı konusudur. Kaynak gösterirken uzmanların daha önceki söylemleri, bilimsel çalışmaları ve medyada yer alma biçimleri dikkatle araştırılmalıdır. Çünkü unvanı olan her kaynağın iyi bir uzman olduğunu söylemek mümkün değildir.

1.4. Sağlık Kavramı

“Sağ” olmak kökünden türeyen sağlık kelimesi sağ olmak, hayatta olmak anlamları taşımaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüklerine göre sağlık; “vücudun hasta olmaması durumu, vücut esenliği, esenlik, sıhhat, afiyet” olarak tanımlanmıştır.

1.4.1. Sağlık Tanımları

Sağlık sadece insanlar için değil doğadaki tüm canlılar için önem taşımaktadır. İnsan sağlığı, insanın uzun yıllar varlığını sürdürebilmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle sağlık üzerinde önemle durulan, birçok tanımlaması olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sübjektif olarak sağlık: Bireyin kendisinin, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden durumunu algılaması halidir. Bu bakış açısına göre birey, hasta olmadığı halde kendisini hasta ya da hasta olduğu halde kendisini sağlıklı algılayabilir.

Objektif olarak sağlık: Doktor muayenesi ve tanı testleri sonuçlarına göre belirlenen hastalığın olmamasıdır.

Bu durumda bir kişiye sağlıklı diyebilmek için; hem bireyin kendini sübjektif olarak sağlıklı algılaması, hem de objektif olarak gerçekten sağlıklı olması gerekir.³⁵

Talcott Parsons'a göre, sağlık bireylerin işlevsel olma yeteneğidir. Toplumsal yaşam içerisinde her bireyin belirli rol ve sorumlulukları vardır. Birey bu rol ve sorumluluklarını yerine getirebiliyor ise sağlıklıdır.³⁶

Dünya Sağlık Örgütü'nün 1946 yılında yaptığı tanımlamaya göre sağlık; sadece hastalık ve sakatlığın olmaması değil, fiziksel, mental ve sosyal yönden de tam bir iyilik halidir.³⁷

Kapsamı bu kadar geniş olan bir kavram birçok alanı etkilemekte ve yeni kavramların oluşmasına ve yeni araştırma konularına kapı açmaktadır.

1.4.2. Sağlık İletişimi

Sağlık iletişimi genel çerçeveden bakıldığında medyada verilen tüm sağlık mesajlarını ifade eden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak aynı zamanda sağlık sektörü içindeki birimlerin birbiriyle iletişimi için de sağlık iletişimi kavramı kullanılmaktadır. Sağlık hizmeti verenlerle sağlık hizmetini alanlar; hastane-hasta ilişkileri, doktor-hasta ilişkileri, sağlık kurumu-medya ilişkileri tümüyle sağlık iletişimi başlığı altında değerlendirilmektedir.

Sağlık iletişimi bireysel ve toplumsal sağlığın geliştirilmesine katkı sağlayan önemli bir araçtır. Sağlık konusunda sadece iletişim stratejileri kullanılarak hedef izleyici kitlesinin bir sağlık sorununa ve bu sorunun çözümüne ilişkin farkındalığının artırılması mümkündür. Sağlık sorunlarında iletişim araçları kullanılarak, bireyin istenilen hareket yönünde güdülenmesi, mevcut olumlu sağlık davranışına ilişkin bilgi ve tutumunun

³⁵ Nursen Bolsoy, Ümran Sevil, "Sağlık-Hastalık ve Kültür Etkileşimi", **Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Erzurum, Sayı 3, 2006, s.79

³⁶ Nurşen Ö. Adak, **Sağlık Sosyolojisi Kadın ve Kentleşme**, İstanbul, Birey Yayınları, 2002,s.23

³⁷ World Health Organization,(Çevrimiçi), <http://www.who.int/suggestions/faq/en/>, Erişim Tarihi: 21.06.2018

pekiştirilmesi, sağlık hizmetlerine talep yaratılması ve hizmet kalitesinin artırılması gibi sonuçlara ulaşılabilir. ³⁸

Televizyon, gazete, radyo, internet siteleri gibi kitle iletişim araçlarının yanında insanların sağlık iletişimi mesajlarını aldığı birçok mecra vardır. Hastanelerdeki bilgilendirme panoları, hastalar için hazırlanmış hastalıklara dair bilgi broşürleri, ilaç firmalarının hazırladığı panolar, zaman zaman hazırlanan billboardlar da sağlık iletişimine dair iletileri içeren alanlardır.

Sağlık iletişimi hem halk sağlığı açısından hem de sivil toplum kuruluşları ve özel sektör için önemli bir alan haline gelmiştir. Sağlık iletişiminin günümüzdeki amaçları sağlığın geliştirilmesi çabalarına uygun olarak bilgilendirmek, enformasyon alışverişi yapmak, hedef kitleleri motive etmek, tutumları, davranışları değiştirmek, anlamları ya da enformasyonu paylaşmak ve bireyleri ya da toplulukları etkilemek, politikalar oluşturmak ev ayrıca da sosyal değişimi desteklemek ve sürdürmek olarak sayılabilir. Medikal tıptan sosyolojiye, psikolojiden epidemiyolojiye, enformasyon teknolojileri ve antropolojiye kadar pek çok disiplinin bir araya gelerek oluşturduğu disiplinler-üstü bir alan olarak da tanımlanabilen sağlık iletişiminin en temel bileşeni ise yukarıda yer alan tanımlarda da görüleceği üzere, kendisi de çok disiplinli bir alan olan iletişimdir. ³⁹

Sağlık iletişiminin en önemli amaçlarından biri farkındalık yaratmaktır. Hem bireysel hem de toplumsal boyutta sağlık problemleri konusunda bilinçlenme ve bu sayede hastalıkların önüne geçebilmek için önlemler alınması amaçlanmaktadır. Sağlık iletişimi kavramı koruyucu sağlık hizmetleri kavramıyla da birlikte ele alınabilir. Sağlık iletişiminin gelişmiş olduğu toplumlarda koruyucu sağlık hizmetlerinin de gelişmiş olduğu söylenebilir. Bu iki kavram birbirini desteklemekte ve güçlendirmektedir.

³⁸ Abdullah Koçak, Yasin Bulduklu, “Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları”, **Selçuk Fakültesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Konya, Sayı 3, Cilt 6, 2010, s.1-2

³⁹ İnci Çınarlı, “Stratejik Sağlık İletişiminin Sağlığın Tıbbileştirilmesindeki Rolü”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi, Sayı 43, 2016, s.211-212

Sağlık iletişimi bireyler üzerinde etki yaratmayı amaçlar. İletiyi veren taraf hedef kitlede davranış değişikliği oluşturmayı istemektedir. Sağlık kurumlarının hastalar için yaptırdığı broşürler hastaların sağlığa dair bildiklerini doğrularıyla değiştirmeyi ya da tazelemeyi amaçlamaktadır. Kitle iletişim araçlarında yer alan programlar ve haberler de hedef kitlenin hastalıklarla ilgili sahip olduğu yanlış bilgileri düzeltmeyi, uzmanlarla güvenilir bilgi vermeyi hedeflemektedir.



2. SAĞLIK HABERCİLİĞİ

Türkiye’de ve dünyada gazetecilik mesleği çeşitli branşlara ayrılmıştır. Hemen her haber merkezinde bu branşlardan birinde uzmanlaşmış muhabir bulunmakta, bulunmayanlarda ise bu, eksiklik olarak algılanmaktadır. Sağlık haberciliği de bu uzmanlık alanlarından biri olarak ayrılmakta ve sağlıkla ilgili toplumu ilgilendiren haberlerin duyurulmasını misyon edinen bir uzmanlık gerektirmektedir. Bu bölümde sağlık haberciliği kavramı, sağlık haberciliğinin konuları, sağlık haberciliğinin sorunları ve sağlık okuryazarlığı gibi farklı başlıklar ele alınarak sağlık haberciliği ayrıntılı olarak irdelenecektir.

2.1. Sağlık Haberciliği Kavramı

Sağlık haberciliği; sağlık ve ilişkili olduğu konularla ilgili bilgilerin medya aracılığıyla yayılmasının sağlanmasına verilen addır. Sağlık haberciliği, sağlık profesyonellerinden daha çok sağlıkla ilgili bilgi almak için medyayı kullanan, işi sağlık olmayan insanları hedefler. Sağlık birçok insan için ilgi çekicidir ve sağlık haberciliği, bu insanların sağlık konularıyla ilgili fikir sahibi olmasını, fikrini değiştirmesini, farkındalık kazanmasını sağlar.⁴⁰

Sağlık haberciliği; literatürde bilim haberciliğinin bir kolu olarak ele alınır ve geçerliliği sağlık bilimleriyle test edilebilecek ve ana eksenini sağlık olan metinler/içerikler olarak tanımlanır.⁴¹

Sağlık haberciliği; insan, toplum ve halk sağlığını konu edinir. Bu konularda vermeyi hedeflediği bilgiler, bilgilendirmenin dışında uyarı niteliği taşımakta ve sağlıkla ilgili tehditlerin halk sağlığı problemine dönüşmesine engel olabilmektedir.

⁴⁰ Rukhsana Ahmed, “Medical and Health Journalism”, Module JD 100, (Çevrimiçi), <https://www.openschoolofjournalism.com/medical-and-health-journalism-jd100>, Erişim Tarihi: 13.03.2019

⁴¹ Ekmel Geçer, “Sağlık Haberciliği ve Hasta-Hekim İlişkileri: Etkileşimler ve Riskler”, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, Cilt 3, Sayı 5, s.170

Sağlık haberciliği aslında gazetecilik mesleğinin tüm branşlarında olduğu gibi toplumu aydınlatmayı misyon edinir. Hem yenilikleri hem de düzensizlikleri duyurmayı amaçlar. Sağlık haberciliği denildiğinde daha çok halk için halka yönelik yapılan yayın ve yayımlardan bahsetmek doğru olacaktır. Sağlık profesyonellerinin de bu alanda bilgi edinmeye ihtiyacı vardır. Ancak profesyonellere yönelik yapılan haberler daha çok medikal habercilik çatısı altında toplanmakta ve medikal dergiler ya da özelliği mecralarda yer almaktadır. Çünkü sağlık haberciliği dili, işi sağlık olmayan insanlara göre hazırlanmış, basit, yalın ve anlaşılır ifadeler içermektedir. Bu haliyle de sağlık profesyonelleri için yeterli olamamaktadır.

Sağlık haberciliği, gazetecilerin özellikle bir konuda uzmanlaşarak o alanda ilerlemeyi seçtiği, kaynak ve referanslarını tek yönde topladığı branşlardan sadece biridir. Sağlık haberciliğinin, özellikle uzmanlaşmış muhabirler tarafından yapılması, fikri takip, sağlık alanındaki yeniliklerin ve yanlışların fark edilebilmesi anlamında da önem taşımaktadır.

Sağlık haberciliği, çok geniş bir konu yelpazesine sahiptir. Sağlık sektörünün hem hizmet veren hem hizmet alanlar dışında endüstri de dahil olmak üzere birçok bileşeni vardır. Bu bileşenler sağlık haberciliğini beslemekte. Sağlık teknolojisinin her geçen gün gelişmekte olması tıptaki yenilikleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle sağlık haberciliği, sürekli yenilenmekte olan bu sektörde, son tedavi yöntemleri başta olmak üzere birçok farklı noktayı kendine konu edinmektedir.

2.2. Sağlık Haberlerinde Konu ve İçerik

“ Her işin başı sağlık” özdeyişinde de olduğu gibi sağlık haberciliği özel bir branş olmasına rağmen diğer branşlara oranla daha geniş kitleleri ilgilenmektedir. Habercilikte uzmanlıklara ayrılan birçok alanda, o alanın hedef kitlesine yönelik haberler yapılmakta ve o kişiler tarafından takip edilmektedir. Bu da kısıtlı bir hedef kitle anlamına gelmektedir. Örnek olarak spor haberlerini ele alabiliriz. Gazetelerin spor sayfaları sadece sporla ilgilenen okuyucular tarafından okunmaktadır. Hatta spor haberlerini takip edenler de tüm spor haberlerini okumamaktadır. Spor sayfası okuyucularının yalnızca takip

ettikleri, sevdikleri spor branşına yönelik haberler dikkatlerini çekmektedir. Örnek vermek gerekirse futbolla ilgilenen bir okuyucunun voleybol haberlerini de takip ettiği çok sık görülmez. Ancak sağlık böyle değildir. Sağlık haberleri tüm toplumu ilgilendirir. Okuyucu/izleyici sağlık haberlerini takip ederken öğrenmeyi, bilgilenmeyi amaçlar. Bahsedilen konuyla ilgili mutlaka kendisiyle ya da çevresindekilerle bağ kurar.

Sağlık haberlerinin kapsamı çok geniştir. Bu nedenle birçok farklı başlık sağlık haberleri çatısı altında toplanabilir. Sağlık haberleri konuları nedeniyle farklı farklı sınıflandırılabilir. Okuyucu, izleyici ya da dinleyici bu sınıflandırmayı net şekilde ayıramayabilir. Ancak bir sağlık muhabiri için konunun haber olma nedeni ve şekli önemlidir ve konu olma nedeni haberi sınıflandırır.

Bir sağlık haberinin konusu ne olursa olsun içeriğinin olmazsa olmazı uzman görüşüdür. Sağlık haberleri yalnızca gözleme dayanamaz ya da habere konu olan biri varsa yalnızca onun yaşam deneyimiyle yazılamaz. Haberin mutlaka bilimsel temellere dayandırılması ve buna göre gerekçelendirilmesi gerekmektedir. Bunun bir haber için en iyi yolu uzman hekim görüşü almaktır. Uzman hekim görüşünün dışında bir sağlık örgütü temsilcisi ya da kurum başkanları da haberin doğruluğunu destekleyenler arasında yer almaktadır.

İçerikte dikkat edilmesi gereken en önemli konu haberin doğruluğudur. Ancak sağlık haberliğinde anlaşılır olmak da en az doğruluk kadar önemlidir. Sağlık, özel terimleri olan hatta Latince, İngilizce gibi dillerin ağırlıklı olarak kullanıldığı bir alandır. Bu nedenle haberin içeriğinin mümkün olduğu ölçüde yabancı içeriklerden arındırılmış olması gerekmektedir. Sağlık haberlerinde ele alınan konunun yeniliği önemli bir ölçüttür. Haberin ilk defa veriliyor olması, eğer daha önce gündeme getirilmişse yeni bir gelişmeyle yeniden yayınlanıyor olması önem taşımaktadır. Sağlık haberleri konularına genel bir bakışla değinecek olursak; tanı ve tedavi yöntemleri, halk sağlığı konuları, hastalıklar, sağlıklı yaşam, sağlık çalışanlarının yaşadığı sorunlar, yeni ilaçlar, ilaç teminindeki sıkıntılar, yeni bilimsel araştırmalar, istatistiksel veriler, Sağlık Bakanlığı bilgilendirme ve açıklamaları, sağlık kongreleri gibi birçok örnek vermek mümkündür.

2.2.1. Vaka Haberleri

Olay, hadise anlamlarına gelen vaka, sağlık haberciliğinde habere konu olan konunun, onu yaşamış bir kişi ya da kişiler üzerinden anlatılması anlamına gelir. Vaka haberlerinde genellikle bir hastalık ve tedavi yöntemleri ele alınır. Genellikle hastalığı yenmiş bir hastaya uygulanan tedavi yöntemi, tedavi sürecinde yaşananlar haberin konusu olur. Vaka haberleri sağlık haberleri konuları arasında en çok ilgi çekenleri arasında yer alır. Bunun nedeni sağlığın daha zor anlaşılan bir alan olması ve bu tarz haberlerde tabir-i caizse konunun ete kemiğe büründürölerek daha anlaşılır hale getirilmesidir.

Vaka haberlerinde hastalıkla mücadele eden ya da atlatan kişi haberin ana unsuru olur. Hasta, yaşadıklarını anlatır. Deneyimlerinin en çarpıcı noktaları haberde yer alır. Ancak vaka haberlerinde de hastaların anlattıkları tek başına yeterli değildir. Mutlaka tedaviyi uygulayan, hastalığı bilen doktorun da görüşlerine haber içinde yer vermek gerekmektedir.

Vaka haberlerinin inandırıcılığı ve etkileme alanı oldukça geniştir, farkındalık yaratılması konusunda diğer konulara göre daha etkilidir. Vaka haberleri yalnızca sağlık haberlerinin konusu arasında yer almamakta, her alan için vaka haberlerinden bahsedilebilmektedir. Sağlık muhabirleri açısından vaka haberlerinin başka önemli bir özelliği daha vardır. Bu haberler muhabirin özel haberi olarak duyurulabilmektedir. Her vaka haberi özel haber değildir ancak vaka haberlerinin özel haber olabilme ihtimali yüksektir.



Resim 2.1

NTV’de 3 Şubat 2019’da “40 yıl sigara içti, şimdi pişman” başlığıyla yayınlanan haber de bir vaka haberidir. Akciğer kanseri konusu, hastalığa yakalanmış, tedavi görmüş ve yenmiş bir kişinin hikâyesi üzerinden anlatılmıştır. Haberde kişinin yaşadıklarının yanı sıra, doktorunun görüşlerine de yer verilmiştir. Akciğer kanserine karşı alınması gereken önlemler ve yapılması gerekenler ile ilgili mesajlar da haberin içeriğinde yer almaktadır.



Resim 2.2

15 Ocak 2019’da Hürriyet Gazetesi’nde “Annesinin böbreği babasının karaciğeriyle hayat buldu” başlığıyla yayınlanan haber de vaka haberidir. Haberde organ nakli konusu, hastalıkla yıllarca mücadele etmiş bir çocuğun yaşadıklarıyla anlatılmıştır. Çocuk ve babanın röportajına yer verilen haberde aynı zamanda organ bağıışı için de farkındalık yaratma mesajı verilmiştir.

Vaka haberleri yalnızca bir hastalık geçiren/tedavi gören kişileri kapsamamaktadır. Aynı zamanda bir sağlık kuruluşunda yaşanan olay, kaza ya da başka bir durumla ilgili de kişiler habere konu olabilmektedir.

2.2.2. Keşif / Buluş Haberleri

Keşif / Buluş haberleri, bilim ve sağlık teknolojisinin gelişmesi sonucu ortaya konulmuş çalışmaların yer aldığı haberlerdir. Bu tür sağlık haberleri bilimsel çalışmaların yoğunluğunun daha fazla olduğu haberlerdir. Habere konu olanlar genellikle bir grup bilim insanı ya da bilimsel bir kuruluş, enstitü ya da üniversitedir.

Keşif/Buluş haberleri yenilikten haber verirler. Toplum için bir sorun teşkil eden konuya yönelik getirilen bir çözüm ya da çözüm önerisi bilimsel çerçevede kanıtlandıktan sonra ya da kanıtlanma aşamasındayken haber olabilmektedir. Bazen bir bilim insanının bir konu üzerine çalıştığını duyurması bile haber olabilmesi için yeterli görülebilmektedir. Yeni bir ilacın geliştirilmesi, bir hastalık için yeni bir tedavi yönteminin bulunması, bir bilimsel çalışmanın ispatlanması, bir bilim insanının yaptığı çalışmayla ödöl alması, uluslararası önemli sağlık kuruluşlarının bir yeniliğı duyurması keşif/buluş haberlerinden bazılarıdır.

19 Şubat 2019’da TRT Haber’in internet sitesinde yer alan “Aort anevrizması ameliyatına Türk imzası” başlıklı haber keşif/buluş haberlerine verilebilecek örnekler arasında yer almaktadır. Yeni bir tedavi yöntemi geliştiren bilim insanları bu yöntemle insanlığı katkı sağlamış ve bu yönüyle habere konu olmuşlardır. Bilim insanlarının Türk olması da haber değerleri açısından haberin önemliliğini arttırmaktadır.

Aort anevrizması ameliyatına "Türk" imzası

19 Şubat 2019 Salı 09:42 - Son Güncelleme 19 Şubat 2019 Salı 11:42

Türk bilim insanları, iki yapraklı kalp kapakçığı bulunan ve kalpten çıkan ana damarda balonlaşma olan hastaya, biyolojik kalp kapağı ve damarın takıldığı ilk uygulamaya imza attı.



Resim 2.3

22 Haziran 2016 tarihinde NTV'nin internet sitesinde "Anne sütünü temizleyen filtre geliştirdi, ödül aldı" başlığıyla yayınlanan haber bir bilim insanının buluşuna yer veriyor. Dünyada ilk kez yapılan bir çalışma olması, anne olmayı düşünen kadınların tamamını ilgilendiriyor olması, bilim insanının Türk olması ve çalışmanın uluslararası bir ödül getirmiş olması haberi güçlü kılmaktadır.

Keşif/buluş haberleri içerdikleri bilgi ve ilgilendirdikleri hedef kitle nedeniyle genellikle global ölçekte takip edilen ve karşılık gören haberler olmaktadır.



Resim 2.4

2.2.3. Belirli Gün ve Hafta Haberleri

Belirli gün ve haftalar; bir toplum, ülke, bölge hatta bazen dünya için önemli sayılan gün ve haftaların benimsenerek ve her yıl anılması ya da kutlanması olarak tanımlanabilir. Sağlıkla ilgili belirli gün ve haftalar genellikle küresel ölçekte. Amaç o gün ve haftalarda özellikle medya desteğiyle yayınlar yapılması, farkındalık çalışmalarının hız kazandırılmasıdır.

Sağlık haberciliğinde belirli gün ve hafta haberleri önemli bir yer tutmaktadır. Yılın birçok günü ve haftası bazı hastalıkların farkındalık çalışmaları için benimsenmiştir. Bu günlerde basın toplantıları, tıp kongreleri, istatistiksel verilerin açıklanması daha sıktır. Sağlık

muhabirleri için kaçırılmaz haber fırsatları oluşturmaktadır. Belirli gün ve haftalara özel sağlık haberleri aynı zamanda sağlık muhabirlerinden beklenen rutin haberlerdir. Medya kuruluşları farkındalık çalışmalarına katkı sağlamak amacıyla sağlık kuruluşlarının ya da sivil toplum örgütlerinin projelerine haber desteği vermektedir.

Organ bağışı haftası, dünya kalp günü, lösemili çocuklar haftası, dünya epilepsi günü, kanser haftası, dünya engelliler günü sağlık alanındaki belirli gün ve haftalara verilebilecek örnekler arasındadır.

Maskeni tak lösemili çocuklara umut ol

Son Güncelleme: 03.11.2018 - 14:54
CNN TÜRK



Resim 2.5

2 Kasım 2018’de CNN Türk internet sitesinde “Maskeni tak lösemili çocuklara umut ol” başlığıyla yayınlanan haber 2-8 Kasım Lösemili Çocuklar Haftası nedeniyle yapılmıştır. Hafta boyunca özellikle Lösemili Çocuklar Vakfı’nın farkındalık kampanyaları birçok televizyon, gazete ve internet sitesinde yer almıştır. Farkındalık haftasında lösemili çocukların yaşadığı sorunların ele alınmasının yanı sıra lösemiye karşı uyarı niteliğinde ve ayrımcılığa karşı haberler de yapılmaktadır.

11 Mart 2019 tarihinde Habertürk internet sitesinde “Böbrekleri yoran 7 hata” başlığıyla yer alan haber Dünya Böbrek Günü nedeniyle hazırlanmıştır. Haberde böbrek hastaları

için farkındalık yaratırken, sağlıklı insanların da böbrek hastası olmaması için alabilecekleri önlemlere yer verilmiştir.

Belirli gün ve haftalar nedeniyle yapılan haberler de birebir konunun öznesi olan kişilerin yaşadıkları deneyimlerle zenginleştirilebilmektedir. Yani zaman zaman vaka haberleriyle belirli gün ve haftalar haberleri iç içe geçebilmektedir.

Böbrekleri yoran 7 hata!

Giriş: 11.03.2019 - 14:20 | Güncelleme: 12.03.2019 - 16:31 HABERTURK.COM

Prof. Dr. Ülkem Çakır 14 Mart Dünya Böbrek Günü kapsamında böbrekleri vuran 7 hatayı anlattı, çok önemli uyarılar ve önerilerde bulundu



Resim 2.6

2.2.4. Resmi Açıklama / İstatistik Haberleri

Türkiye’de sağlık haberciliğinde dikkate alınan en önemli resmi kuruluş Sağlık Bakanlığı’dır. Sağlık Bakanlığı, sağlık gündeminde yer alacak haberlerin konusu olabildiği gibi sağlık haberlerinin de takipçisidir. Türkiye’deki sağlık sistemini ve bu sistemden faydalananları etkileyebilecek gündemdeki her haber Sağlık Bakanlığı’nın merceği altındadır. Sağlık muhabirleri zaman zaman haberler için doğrulama ya da yalanlama merci olarak Sağlık Bakanlığı’ndan açıklama talep etmektedir. Bu açıklamalar

haber değeri taşımaktadır. Gerekli durumlarda ise talep olmaksızın bakanlık açıklamalarda bulunur ve bu açıklamalar gündemde yer bulur.

Başta Sağlık Bakanlığı olmak üzere, tüm resmi kuruluşlar ya da prestijli sivil toplum örgütlerinin yaptığı açıklamalar sağlık haberlerinin konusunu oluşturur. Bu resmi açıklamalar dönemsel olarak istatistiki bilgileri de barındırır. Türkiye’deki sağlık sistemi, hastalık sıklıkları, tedavilerde başarı oranları, organ bağış oranları gibi birçok konu yıllık olarak değerlendirilerek önceki yıllara göre kıyaslanmaktadır.

27 Kasım 2018 tarihinde NTV’nin internet sitesinde “ AIDS 10 yılda 10 kat arttı” başlığıyla yer alan haber sağlık haberciliğindeki istatistik haberlerine örnek teşkil etmektedir. Haber içeriğinde son yıllarda AIDS tanısı alan hasta sayıları ile AIDS’in görülme sıklığının yıldan yıla artışıyla ilgili istatistiki bilgilere yer verilmektedir.



Resim 2.7

İstatistiki veriler, sağlık sistemi, halk sağlığı gibi birçok konuda çıkarımlar yapılabilmesine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda haberde istatistiki verilere yer verilmesi haberin ilginçlik ve inanılrlık öğelerini de desteklemektedir.

Kanser tarama programlarıyla 52 bin kişiye erken teşhis konuldu

17 Ekim 2018 Çarşamba 12:12 - Son Güncelleme 17 Ekim 2018 Çarşamba 12:27

Sağlık Bakanlığı tarafından, toplum tabanlı ulusal kanser tarama programları ile meme, rahim ağzı ve kolon kanserinde toplam 52 bin kişiye erken tanı konuldu.



Resim 2.8

17 Ekim 2018 tarihinde TRT Haber internet sitesinde “Kanser tarama programlarıyla 52 bin kişiye erken teşhis konuldu” başlığıyla verilen haber Sağlık Bakanlığı’nın resmi açıklaması kaynak gösterilerek yapılmış, istatistiki veriler içeren bir sağlık haberidir. Haber içeriğinde kanser türlerine göre görülme sıklığı ve yıllara göre oranlara yer verilmektedir.

2.2.5. Sosyal Sorumluluk Haberleri

Sosyal sorumluluk; kamu, özel sektör ve sivil toplumun bir amaç etrafında toplanarak ortak yaşama yönlenmeleridir. Diğer bir bakış açısıyla sosyal sorumluluk; kişi ve kurumların kendi çıkarlarının olduğu kadar toplumun genel çıkarlarını da geliştirecek ve

koruyacak eylemlerde bulunmasıdır. Sosyal sorumluluk, bireylerin toplumsal konularda bilgi beceri, deneyim ve kaynaklarını yine topluma geri vermesini hedeflemektedir.⁴²

Tanımlamada bahsedildiği üzere sosyal sorumluluk amaçlandığı zaman kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları beraber hareket edebilmektedir. Sosyal sorumluluk kampanyalarının daha büyük bir kitleyi etkileyebilmesini sağlayabilecek en büyük araç medyadır. Bu nedenle medya kuruluşlarının sosyal sorumluluk haberlerine yer vermesi yalnızca sağlık alanında değil her tür haberde önem taşımaktadır.



Resim 2.9

⁴² Sosyal Sorumluluk Nedir?, (Çevrimiçi), <http://www.sosyalsorumluluk.org/sosyal-sorumluluk-nedir/>, Erişim Tarihi: 14.03.2019

26 Şubat 2019 tarihinde Hürriyet gazetesinin internet sitesinde yer alan “Liselilerden ‘Umut Işığı’” etkinliği” başlıklı haber İşitme Engelliler ve Aileleri Derneği yararına yapılmış bir sosyal sorumluluk kampanyasını desteklemektedir. Lise öğrencilerinin sanatçıları, izleyicileri ve özel destekçileri bir dernek yararına örgütlenme çabası medyada da sosyal sorumluluk bilincine katkı sağlamak amacıyla yer bulmuştur.

Eksi 20 derecede kan bağışı kampanyası

14 Şubat 2019 Perşembe, 17:19 | Güncelleme: 14 Şubat 2019 Perşembe, 18:00 İHA

Van'ın Çaldıran ilçesindeki Gençlik Merkezi Müdürlüğü tarafından eksi 20 derecede kan bağışı kampanyası başlatıldı.



Resim 2.10

14 Şubat 2019 tarihinde Habertürk gazetesinin internet sitesinde “Eksi 20 derecede kan bağışı kampanyası” başlığıyla yayınlanan haber sosyal sorumluluk haberlerine örnek gösterilebilecek bir haber olarak görülmektedir. Medya kuruluşu haberi yayınlayarak hem Van'daki kan bağışı kampanyasına destek vermiş hem de okurlarını kan bağışı yapmaya özendirmeyi hedeflemiştir.

Sosyal sorumluluk haberlerinde kan bağışı, kök hücre bağışı, organ bağışı gibi toplum bilincinin oluşmasını sağlayacak haberler medyada sıklıkla yer almaktadır. Öte yandan

sivil toplum kuruluşlarının yardım geceleri de kolektif yardım hareketlerinin yaygınlaşmasını sağlamak maksadıyla haber haline getirilmektedir.

2.2.6. Halk Sağlığı Haberleri

Halk sağlığı, organize edilmiş toplumsal çalışmalar sonunda çevre sağlık koşullarını düzelterek, bireylere sağlık bilgisi vererek, bulaşıcı hastalıkları önleyerek, hastalıkların erken tanı ve koruyucu tedavisini sağlayacak sağlık örgütleri kurarak, toplumsal çalışmaları her bireyin sağlığını sürdürecektir bir yaşam düzeyini sağlayacak biçimde geliştirerek hastalıklardan korunmayı, yaşamın uzatılmasını, beden ve ruh sağlığıyla çalışma gücünün arttırılmasını sağlayan bir bilim dalıdır.⁴³

Halk sağlığı, kapsamı oldukça geniş tıbbi bir uzmanlık alanıdır. Kamu yararını gözetmek gazeteciliğin dolayısıyla sağlık haberciliğinin temel prensipleri arasında yer almaktadır. Bu nedenle halk sağlığını ilgilendiren her konu sağlık haberciliğinin konusu olacaktır.

Aşırı reddeden aile sayısı 23 bine ulaştı

Son Güncelleme: 09.08.2018 - 04:01



+ - 7 4

Aşı üzerinde yapılan tartışmalar sonrası çocuğuna aşı yaptırmayan ailelerin sayısı 23 bine yükseldi. 2016 yılında 11 bin olan aşırı reddeden aile sayısının 23 bine çıkması Sağlık Bakanlığı'nı da harekete geçirdi. Bakanlık, vatandaşları bilgilendirmek için site kurdu. İnternet sitesindeki açıklamada, "Aşılamanın kesintiye uğraması durumunda çocuk yaş grubunda 14 bin 296 ölüm gerçekleşebilir" denildi.

Resim 2.11

⁴³ AFAD, Açıklamalı Afet Yönetimi Terimleri Sözlüğü, (Çevrimiçi), <https://www.afad.gov.tr/tr/23792/Aciklamali-Afet-Yonetimi-Terimleri-Sozlugu?kelime=halk+sa%C4%9Fl%C4%B1%C4%9F%C4%B1>, Erişim Tarihi: 14.03.2019

9 Ağustos 2018 tarihinde CNN Türk internet sitesinde “ Aşığı reddeden aile sayısı 23 bine ulaştı” başlığıyla verilen haber bir halk sağlığı sorununu gündeme getirmiştir. Aşılanmama salgın hastalıkların yayılmasını beraberinde getirebilecek önemli bir halk sağlığı sorunudur. İstatistiki verilerle gösterilen artış halk sağlığı açısından sinyal verildiğini göstermektedir. Haber bu yönüyle, aşığı yaptırmamayı düşünen ailelerde davranış değişikliğini hedeflemektedir.

Son dakika: Tuzla'da kimyasal koku paniği

Görüş: 26.02.2019 - 06:40 | Güncellenen: 26.02.2019 - 13:02

Son dakika... İstanbul'un Tuzla ilçesinin İçmeler Mahallesi'nde henüz bilinmeyen nedenden dolayı kimyasal bir koku var. İtfaiye ve polis ekipleri kokunun nedenini araştırıyor. Mahalledeki bir okulda öğrenciler evlerine gönderildi



Resim 2.12

26 Şubat 2019 tarihinde Habertürk gazetesinin internet sitesinde son dakika olarak “Tuzla’da kimyasal koku paniği” başlıklı haber halk sağlığı konulu sağlık haberlerine örnek teşkil etmektedir. Çevreye kazayla ya da kasıtlı olarak atılan kimyasal maddeler ciddi halk sağlığı sorunlarına neden olmakta, ölümlere yol açabilmektedir. Habere konu olan Tuzla’nın, sanayi bölgesine yakın olması nedeniyle kimyasal koku iddiası dahi Tuzla sakinlerinin panik yaşamasına neden olmaktadır. Haber, başta olayın yaşandığı bölgedekiler olmak üzere okuyuculara doğru ve hızlı bilgiyi verebilmek amacıyla gelişmeler son dakika bilgisi olarak aktarılmıştır.

2.3. Sağlık Haberlerinde Kaynak

Gazeteciler için haber kaynakları çok çeşitlidir. Resmi ve özel birçok kaynağa dayandırılarak haber içerikleri oluşturulabilir. Kaynak yazılı ya da görsel olabileceği gibi kişi ya da kişilerin açıklamaları ile resmi ve özel kurumlar da gazeteciler için kaynak olabilmektedir.

Bir haber gazetecinin salt gözlemiyle yazılabileceği gibi olayı gören ya da konuyu bilen kişilerin açıklamalarına da dayandırılabilir. Haberde haberi yazan dışında bir bakış açısının olması gazetecinin verdiği bilginin doğruluğunu pekiştirir. Bu nedenle gazeteciler mümkün olan her haberde kaynak kullanımına özen gösterirler.

Habercinin haber üretimi öncesi yapması gereken şey, yazılı metinlerin yanı sıra gerektiğinde canlı kaynaklara da başvurarak, haberinde yer vereceği bilgileri derlemektir. Ne yazık ki gerekli araştırma ve soruşturmalar yapılmadan, hazır olarak iletilen bilgiler ve bildiriler doğrultusunda sürdürülen gazetecilik etkinliği günümüzde de önemini sürdürmektedir. Çünkü en küçük ölçekli kitle iletişim aracının yazı işlerine bile her gün en az 100 dolayında basın bülteni ulaştırılmaktadır. Ancak asıl olan gazetecinin kendine sunulanla yetinmesi değil, konuları çeşitli kaynaklara başvurarak araştırmasıdır. Şüphesiz haber üretimi öncesinin bu aşaması zorluklarla doludur.⁴⁴

Tıp bilimi sürekli gelişip değişmekte ve ilerlemektedir. Bilimsel bilginin temel unsuru yanlış anlaşılabilir olmasıdır. Dolayısıyla kaynağı belirtmek, onun olası yanlışlarına karşı gazeteci açısından bir anlamda koruyucu olacaktır. Bu nedenle sağlık ve tıpla ilgili haber ve yazılarda haber kaynağı belirtilmeli, habere konu olay ya da durumun farklı taraflar ve bu tarafların farklı görüş ve yaklaşımları varsa onların düşünce ve değerlendirmeleri alınmış, haberin içinde de bunlar belirtilmiş olmalıdır.⁴⁵

⁴⁴ Girgin, a.g.e, s.19

⁴⁵ Müge Demir, “Yazılı Basında Yayınlanan Sağlık Haberlerinin Kamuoyuna Etkisi”, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**, İzmir, Ege Üniversitesi, 2008, s.69-70

Sağlık sektörü çok gelişmiş ve büyük bir sektör olarak varlığını sürdürmektedir. Bu nedenle muhabirin haber yapma isteğinin dışında sektörü aktörlerinin de haberlerde yer alma talebi olmaktadır. Sağlık haberciliğinde, sağlık muhabiri için çok çeşitli kaynaklardan söz etmek mümkündür. Ancak çok kaynak olması kaynakların hepsinin nitelikli olduğu anlamına gelmemektedir. Aksine sağlık muhabiri için ayıklama, bilgisini ve güvenilirliğini test etme gibi farklı üretim süreci basamaklarını da beraberinde getirmektedir.

Sağlık haberlerinde haber kaynaklarının seçiminde kaynağın güvenilirliği, sahip olduğu bilgi ve deneyimi, toplum karşısındaki ve kendi çevresinde ya da konusundaki kabul edilebilirliği, temsiliyeti, yetki ve sorumluluğu, daha önce benzer örneklerde nasıl davrandığı, ifade gücü, ilişki kurabilme potansiyeli, ulaşılabilirliği, ayırabileceği zaman ve hatta bu zaman sırasında asli işini yapamamasından dolayı etkilenebilecek kişilerin olup olmadığı ya da onun yapacağı işlere engel olunup olunmayacağı gibi noktalar sağlık habercisi tarafından çok iyi bir şekilde değerlendirilmelidir.⁴⁶

Sağlık haberciliğinde kaynak çoğunlukla bir sağlık çalışanı, bilim insanı, sağlık otoritesi, sağlık kuruluşu temsilcisi olarak karşımıza çıkar. Hepsinin ortak özelliği alanlarında uzman olmalarıdır. Uzman kaynak özellikle sağlık haberciliğinde çok büyük önem taşımaktadır. Haberlerde verilecek yanlış bir bilgi birçok insanın hayatını etkileyecek bir sorun yaratabilmektedir. Bu nedenledir ki sağlık haberciliğinde kaynak her zaman tartışılan bir unsur olmuştur. Tıpkı bilim dünyasında olduğu gibi sağlık haberlerindeki uzmanlar da birbirlerinin görüşlerinin aksini iddia edebilmekte, yalanlamaya çalışabilmektedir. Mevcut tartışmalardan sağlık muhabirinin güvenilirliğinin sarsılmaması için haberinde yer verdiği uzmanının eğitimi ve sağlık dünyasındaki ayak izlerinin itibarı önem taşımaktadır.

⁴⁶ Mustafa Sütlaş, **Medya İçin Sağlık Sağlık İçin Medya**, İstanbul, Bas-Haş Yayınları, 1.Basım, 2007, s.199-200

2.3.1. Sağlık Profesyoneli

Bir sağlık muhabirinin en sık başvurduğu kaynakları sağlık profesyonelleridir. Sağlık profesyonelleri doktor, başhekim, hemşire, hastane yöneticisi, eczacı gibi profesyonel olarak sağlık sektöründe çalışan farklı görevlerdeki birçok kişi olabilir.

Sağlık profesyonelleri haber içeriğinde bilgisine başvurulacak kişi konumunda yer almaktadır. Sağlık muhabiri alanında ne kadar uzmanlaşmış, haber için ne kadar araştırma yapmış olsa da verdiği bilgilerin bir uzman tarafından doğrulanmasına muhtaçtır. Sağlık profesyonelleri haber üretim sürecinin en başında, haber henüz fikir aşamasındayken bile sağlık muhabirinin sorularına yanıt vererek haberin oluşum sürecinde önemli rol oynamaktadırlar.

Sağlık profesyonelleriyle kurulan iletişim oldukça önemlidir. Uzmanlaşmış bir muhabir kaynaklarını kalıcı hale getirmek, sağlam ilişkiler kurmak istemektedir. İletişim ne kadar güçlüyse kaynağın habere katkısı o ölçüde artacaktır. Sağlık profesyonelleri güçlü bir iletişimle zaman içinde başvurulacak kişi olma rolünden haber için içerik öneren, içerik sağlayan bir kaynak durumuna gelebilmektedir. Örneğin bir doktor tedavi ettiği, haber değeri taşıdığını düşündüğü bir hastasını röportaj için sağlık muhabirine önerebilir. Bir başka örnekle bir bilim insanı üzerinde çalıştığı bir deney olumlu sonuçlandığında sağlık muhabiriyle iletişime geçerek haber olmasını sağlayabilmektedir. Bu durum sağlık muhabiri ve sağlık profesyonelinin karşılıklı fayda görmesini sağlayacaktır. Muhabir görevini yaparak toplumu ilgilendiren bir konuyu kamuoyuyla paylaşmış, sağlık profesyoneli ise yaptığı çalışmaların kamuoyunda duyulmasını ve bilinirliğini arttırmayı sağlamış olacaktır.

Bir kaynak olarak sağlık profesyoneli her zaman görünür olmak zorunda değildir. Sağlık profesyonelleri, kamuoyu tarafından bilinmesi gerektiğine inandığı ancak çalıştığı kurum nedeniyle açıklayan kişi olmaktan kaçındığı durumlarda ‘off the record’ olarak sağlık muhabirleriyle bilgi paylaşabilmektedir. Sağlık muhabirinin de tüm gazetecilerin olduğu gibi bilgi alma ve bilgi verme haklarının dışında kaynağını gizli tutma hakkı da vardır. Bu

noktada sağlık profesyoneli gizli kalmayı tercih edebilmektedir. Yukarıda da anlatıldığı gibi sağlık muhabirin kaynağıyla güven gerektiren böylesi bir iletişimi karşılıklı olarak sağlayabilmesi uzmanlaşmaya ve yıllar içinde haber çalışmalarında yanılmamaya/yanıltmamaya bağlı olarak gelişebilmektedir.

2.3.2. Hasta

Sağlık sisteminin hizmet verdiği en geniş yelpazeyi hastalar oluşturuyor. Hastalar, aynı kişilerden oluşmayan, değişkenlik gösteren ancak her daim varlığını sürdürerek hizmet bekleyen büyük bir kitle olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlık sisteminin başarılı oluşu da eksikliği de hastaların aldığı hizmetle anlaşılabilir.

Sağlık muhabirleri haberlerini hazırlarken tüm gazetecilerin yaptığı gibi mağdurun sesine kulak vermeye çalışmaktadır. Binlerce farklı hastalık, yüzlerce hastane, binlerce doktorun olduğu bu sistemde hastaların hatırı sayılır bir payı bulunmaktadır. Bu nedenle onların yaşadığı sorunlar da haberlerde yer vermeye değer görölmektedir.

Hastaların sağlık haberlerinde kaynak olabilmelerinin farklı yönleri vardır. Bunlardan biri hastaların muhabire ulaşmasıdır. Hastalar tesadüfi olarak haber yapan bir muhabiri görebilir ve sorununu anlatabilir. Sağlık muhabirleri için bu karşılaşma özellikle hastane ortamlarında oldukça sık gerçekleşmektedir. Muhabirin sabırla ve dikkatle dinlediği konuşmalardan özel haber konuları çıkabilmektedir.

Hastalar tedavi gördükleri doktorların vesilesiyle de sağlık haberlerine kaynak durumuna gelebilmektedir. Doktorlar, iletişimde olduğu sağlık muhabirleriyle hastaların bağlantı kurmasını sağlayabilmekte, hastalar bu şekilde haberin hem kaynağı hem de öznesi konumuna gelebilmektedir.

Doktorların dışında hastanenin kurumsal iletişim birimleri de çalıştıkları kurumun medyada yer alabilmesi için haber üretim süreçlerine destek vermektedir. Sağlık muhabirleriyle hastalar arasındaki bağlantıyı hastanenin kurumsal iletişim çalışanları da sağlayabilmekte zaman zaman devreye halkla ilişkiler ajansları da girebilmektedir.

Hasta dernekleri, sivil toplum kuruluşları da düzenledikleri toplantılarla ya da özel olarak sağlık muhabirlerinin direkt olarak kaynakla temasına olanak tanırırlar. Özellikle toplumun önemli bir kesimini etkileyen hastalıklarla ilgili organize olan topluluklar medyada yer alabilmek için sağlık muhabirleriyle sıklıkla iletişim kurmaya çalışmaktadırlar.

Tüm bu iletişim şekillerinin dışında sağlık muhabiri doğrudan çalışmak istediği haber konusuyla ilgili hasta görüşü almak isteyebilir ve bunun için araştırma yapabilir. Sağlık muhabiri belirlediği konuyla ilgili bir hasta bulabilmek için yukarıda bahsedilen yöntemlerin tümünü ters yönlü olarak uygulayabilir. Yani bir doktoru, kurumsal iletişim çalışanını ya da derneği hastalarla temas için aracı yapabilir. Sağlık muhabirleri yeni medya sayesinde iletişim kurmak istedikleri kişileri sosyal medya üzerinden bulabilir ya da hastanelerin ilgili servislerine giderek uygun hastalarla iletişim kurmayı deneyebilir. Örneğin; kanser hastalarının ilaç bulamamasına yönelik bir haber yapılacaksa, sağlık muhabiri bir üniversite hastanesinin onkoloji servisleri önünde bekleyen hastalarla konuşmaya çalışabilir. Benzer şekilde büyük hastanelerin karşısında yoğunluklu olarak bulunan eczanelerde bu ilaçları almak isteyen hastalar geldiğinde sağlık muhabiri iletişim kurmayı deneyebilir.

2.3.3. Bilimsel Araştırma

Bilimsel araştırma, tespit edilen bir sorunun çözümüne ilişkin sistematik ilerleyen ve doğruluğu çeşitli deneylerle test edilen, belirli bir otorite tarafından onaylanan çalışmalar bütünü olarak tanımlanabilir. Bilimsel araştırmalar sağlık haberlerinin en güvenilir kaynaklarından bir tanesidir. Bunun nedeni bilimsel araştırmaların birden fazla güvenilir kaynağı tek bir çatı altında toplamış olmasından gelmektedir. Bilimsel araştırma üzerine çalışan bilim insanları başlı başına haber kaynaklarıdır. Onların hazırladığı çalışma bilim dünyasındaki prestijli kurumlar tarafından onaylanmakta ve bu çalışmalar küresel ölçekteki bilimsel dergilerde ya da yayın mecralarında yayınlanmaktadır.

Sağlık, tıp haberlerini incelediğimizde “bilimsel araştırma ve gelişmeleri” duyuran haberlere oldukça sık rastlarız. Bu haberler genellikle yabancı kaynaklıdır ve çoğu zaman

ikinci üçüncü elden aktarılan haberlerdir. Birçoğu eksiktir; dahası bazı yayın organlarında bu tür haberlerin “uydurulduğu” iddialarına da zaman zaman tanık oluruz. “Bilimsel araştırma ve gelişme” haberleri bir yandan araştırmanın yapıldığı tıp konusu veya sağlık sorununun doğrudan ilgilileri ve yakınları açısından önemli olurken benzer sorunları yaşama potansiyeli olanlar için de dikkatle ve yakından izlenir. Yaşlılar, belirli riskleri taşıyanlar, çeşitli sağlık sorunları ve süregelen hastalıkları yaşayanlar, bazı yakınmaları olup henüz hastalığının ne olduğu ortaya çıkmamış olan kişiler adeta bu tür haberleri “bir dedektif gibi” izlerler. Gazete ve gazeteci açısından bu tür haberler, okuyuşu sayısını artırmanın ötesinde gazeteye “bilimsel ve entelektüel” bir görünüm kazandırması açısından da yararlı ve bu nedenle oldukça önemlidir.⁴⁷

Sağlık muhabiri bilimsel araştırma kaynaklı yazdığı haberlerinde birden fazla kaynak gösterme şansı elde eder. Öncelikli olarak araştırmayı yapan bilim insanı özellikle de tanınmışsa haberin aktörlerinden biri olacaktır. Ardından bilim insanının bağlı olduğu üniversite ya da sağlık kuruluşu haberde güvenilir bir dayanak olarak yer alacaktır. Son olaraksa bilimsel araştırmanın duyulmasını sağlayan önemli tıp dergileri, küresel organizasyonlar haberde vurgulanacak, okuyucunun ya da izleyicinin habere güven duygusunu tazeleyecektir. Bilimsel araştırmaların haber olarak duyurulabilmesinde sağlık alanında uzmanlaşmış muhabirlerin çalışmasının önemi bir kez daha ortaya çıkacaktır.

Dünya çapında önemli tıp dergilerinin düzenli olarak takibi gerekmektedir. Yayınlanan makalelerin hangisinin önemli olduğu, yakın gelecekte insanlık için hizmet verebilecek bir çalışma olup olmadığının ayırt edilebilmesi de sağlık alanında okuma ve uzmanlık gerektirir. Alanı bu olmayan bir muhabirin daha önce haberi verilmiş bir bilimsel çalışmayı haberleştirerek tekrara düşme ya da tıp dünyası için itibarı olmayan bir derginin yayınlandığı çalışmaları haber yapmak gibi hatalara düşmesi şaşırtıcı olmayacaktır.

⁴⁷ Sütlaş, a.e., s.78

Latest articles



Research paper

Joint association of urinary sodium and potassium excretion with cardiovascular events and mortality

This study concludes that the J-shaped association of sodium intake with mortality and cardiovascular events does not lend support to the current WHO recommendation to consume low sodium diets

Resim 2.13

British Medical Journal, Journal of The Journal of the American Medical Association en önemli tıp dergileri arasında gösterilmektedir. Sağlık alanında çalışan muhabirler bu dergilerde yayınlanan makaleleri mutlaka incelemeli ve yeni araştırmaları takip etmeye çalışmalıdır. Bunun dışında her bilim dalının üyesi olduğu meslek birlikleri global ölçekte de varlığını sürdürmektedir. Örnek vermek gerekirse, Türk Kalp Vakfı'nın açıklamaları kalp hastalıkları konusunda Türkiye'deki sağlık muhabirleri için önemli bir kaynaktır. Bununla birlikte Türk Kalp Vakfı da Amerikan Kalp Vakfı'nın aldığı kararları dikkatle izlemekte ve buna göre bazı standartlarını belirlemektedir. Bu da gösteriyor ki bir sağlık muhabirinin Türkiye'dekileri olduğu gibi küresel ölçekte kabul görmüş organizasyonların çalışmalarını da takip etmesi ve araştırması habercilik açısından önem taşımaktadır.

2.3.4. Halkla İlişkiler / Ajans Profesyoneli

Sağlık Bakanlığı, sağlık kuruluşları, üniversiteler, sivil toplum örgütleri hatta bireysel olarak doktorlar bile iletişim faaliyetlerinin profesyonel olarak yönetilebilmesi için halkla ilişkiler ajansı desteği almaktadır. Halkla ilişkiler ajansları kişi, kurum ve kuruluşların basınla ilişkilerini düzenlemekte, medyada yer almalarını sağlamaya çalışmaktadır.

Sağlık muhabirleriyle ajans profesyonelleri arasındaki kaynak ilişkisi talep beklenmeksizin var olmaktadır. Ajans profesyonelleri çalıştıkları kişilerin medyada yer alabilmeleri için sürekli olarak haber konusu üretmeye çalışırlar. Haber değeri taşıyabilecek konuları basın bülteni hazırlayarak sağlık muhabirlerine e-posta yoluyla ulaştırırlar. Bir sağlık muhabirine e-posta yoluyla günde yüzlerce basın bülteni iletilir. Bu bültenlerden bazen hiçbiri bazen ancak bir kaç haber değeri taşıyan içerikler barındırır.

Sağlık muhabirlerinin en çok dikkat etmesi gereken kaynak türü halkla ilişkiler/ajans profesyonelleridir. Bunun birçok geçerli nedeni vardır elbette. Bunlardan en önemlisi ajans profesyonellerinin bu işi ücretli olarak yapıyor olmasıdır. Ücret alabilmeleri için çalıştıkları kurumun haberlerinin medyada yer alması gerekmektedir. Bunu sağlayabilmek için basın bültenleri zaman zaman fazla ve yanlış bilgilerle donatılabilmektedir.

Ajans profesyonellerinin güvenilir kabul edilmemesinin bir diğer nedeni uzman olmamalarıdır. Sağlık muhabirleri çoğunlukla daha önce sağlık iletişimi üzerine çalışmamış, önerdiği haber konusuna dahi hâkim olamayan kişilerle muhatap olmaktadır. Konuya hâkim olmamak kasıtlı olmasa da birçok yanlış beraberinde getirmekte ve sağlık muhabirinin de güvenilirliğini tehlikeye atmaktadır.

Olumsuz yanlarına rağmen bu işi de sağlıklı bir şekilde yürüten ajans profesyonelleri yok değildir. Sağlık muhabirinin yapması gereken ajans profesyonellerinden gelen haber önerilerini çok daha dikkatli incelemek ve her ayrıntısına kadar bilgilerin netleştirilmesini sağlamaktır. Eğer mümkünse halkla ilişkiler/ajans profesyonelinin önerdiği haberin aktörleriyle birebir konuşma ve konuyu onlardan dinleme fırsatı yaratılması, hataların en aza indirgenmesine yardımcı olacaktır.

ACIBADEM

Bu hastalık kapıyı çalmadan önce!

TÜRKİYE'DE YAKLAŞIK 2 MİLYON KADINI ETKİLİYOR!

Sık görülmesine rağmen az bilinen hastalıkların arasında sayılıyor. Türkiye'de en az 2 milyon kadını etkileyen bu hastalık, kadınların yaşam kalitesini de düşürüyor. **Acibadem Fulya Hastanesi Endometriozis Merkezi Sorumlusu Kadın Hastalıkları ve Doğum Uzmanı Doç. Dr. Ercan Baştu** çikolata kisti hastalığı olarak da bilinen endometriozisin; doğum yapmamış, erken adet görmeye başlamış ya da ailesinde bu hastalık olan özellikle doğurganlık çağındaki kadınlarda daha yüksek risk yarattığını belirterek, yüksek risk grubunda bulunan kadınların düzenli kontrollerinde bu durumu mutlaka gözetmeleri gerektiğine dikkat çekiyor.

Anne olmayı engelleyebiliyor

Şiddetli adet, karın ve kasık ağrıları gibi etkenlerle hayat kalitesini oldukça düşüren çikolata kisti hastalığı, kötü seyretmesi durumunda anne olmayı bile engelliyor. Çikolata kisti hastalığı, rahmin içini dolduran doku tabakasına ait hücrelerin yumurtalıklar, bağırsaklar, mesane gibi rahim dışında başka bir organda yerleşip büyümesiyle ortaya çıkıyor. Adet döneminde ve cinsel ilişki sırasında şiddetli ağrıya yol açan, hiç hamile kalmamış kadınların yaklaşık yüzde 30'unda, anne olmuş kadınların ise yüzde 5'inde görülen bu hastalığa en sık, hiç hamile kalmamış 25-45 yaş arası kadınlarda rastlanıyor.

Resim 2.14

2.4. Sağlık Haberlerinde Dilin Kullanımı

Açık, yalın ve anlaşılır olması haber dilinde aranan en temel özelliktir. Kuşkusuz sağlık haberciliğinde dil kullanımı konusunda söylenmesi gereken ilk cümle de yine bu olmalıdır. Sağlık haberlerinde tıbbi terimlerden arındırılmış, herkesin anlayabileceği ve net bir dilin kullanılması önem taşımaktadır. Sağlık haberlerindeki bir ifadenin dahi yanlış anlaşılması, insanların sağlığını tehlikeye düşürecek bilgiler haline dönüşmesine neden olabilir.

Sağlık haberlerini yazmadan önce araştırma yapılması önemlidir. İstenilen açık, yalın ve anlaşılır dile ulaşabilmek için haber konusunu iyi kavramak gerekmektedir. Bir sağlık

haberinin anlaşılabilir yazılabilmesi için yalnızca o haber için yapılan araştırma yeterli olmayacaktır. Haberi yazan muhabirin sağlık terimlerine aşina olması, sağlık okumaları yapmış olması işini kolaylaştıracaktır.

Sağlık haberi yazarken röportaj yapılan ya da görüş alınan uzmana anlaşılmayan noktaların sorulması gereklidir. Konuyu doğru şekilde anlamayan muhabir anlatamaz ve hata yapar. Metni yazarken tıbbi terimler sözlüğünden faydalanılması, şüpheye düşülen durumlarda uzmana danışılması en doğru yöntem olacaktır. Ancak dikkat edilmesi gereken bir diğer husus da metnin anlaşılabilir olması için tıbbi terimlerden arındırılırken yerine kullanılan kelimelerdir. Sağlık muhabiri bir tıbbi terimin karşılığı olabilecek kelimeyi kendisi yaratma yanlışına düşmemelidir. Eğer Türkçe bir karşılığı varsa kullanılmalı yoksa tanımlama yoluyla ifade edilmeye çalışılmalıdır.

Sağlık haberinde dili oluştururken sansasyonel ifadelerden uzak durmak gerekmektedir. Haberi daha çok okunur/izlenir hale getirmek istenirken sansasyonel ifadeler kullanmak gazetecilik etiğiyle bağdaşmayacağı gibi haberin doğruluğuna da gölge düşürecektir. Haberde kullanılan dilin, haberde yer alan ne uzmanı ne de hastayı zor duruma sokmamalı, rencide etmemelidir. Uzmanın ağzından çıkan sözler aynı şekilde verilmeli, kısaltılması gerekiyorsa anlamı bozulmayacak şekilde yapılmalıdır. Aksi takdirde bir hekimin adına başka ifadeler kullanılmış olunur ve bu da insanların doğru olmayan davranışlara yönelmesine neden olabilecektir.

Sağlık haberlerinde istatistiki bilgiler kullanılması haberin niteliğini güçlendirir. Ancak rakamlara yer verirken dikkatli olmakta fayda var. Bir sağlık haberinin çok fazla rakama boğulması haberin anlaşılmamasına, bilgilerin yanlış anlaşılmasına neden olabilmektedir. İstatistiki verilerin en çarpıcı olanlarına haber metninde yer verilmeli, geri kalan veriler çok gerekliyse grafik tabloları şeklinde habere yerleştirilmelidir.

Sağlık haberlerinde en sık yapılan dil yanlışları arasında okuru / izleyiciyi ikinci çoğul şahıs olarak kabul ederek cümlelerin öğüt verir gibi yazılmasıdır. Haber nesnel bir dille yazılmalı ve asla öğüt vermemelidir. Sağlık haberinin amacı doğru bilgiyi hedef kitleye

ulaştırmaktır. Haberden çıkarımlar yapmak, haberi uyarı olarak görmek hedef kitlenin görevidir.

Sağlık haberlerindeki yazım diline başlıkları, televizyon haberlerinde de spotları da dahil etmek uygun olacaktır. Haberde benimsenen dil başlıklara da uygulanmalıdır. Başlıklar dikkat çekici olmalıdır ancak dikkat çekerken yanıltmamalı, korkutmamalı, okurla ‘senli-benli’ olmamalıdır. “Tuzlu yemeyin” şeklinde atılan bir başlık uygun olmayacaktır. Bunun yerine “Aşırı tuzlu yemek zararlı” gibi bir ifade ya da “Uzmanlar tuzlu yemeyi önermiyor” şeklinde bir yazım daha uygun olacaktır.

Başlıklarda dikkat çekmek için kullanılan ifadeler toplumun bazen bir bölümünün bazen büyük bir kesiminin risk altında olduğuna dair bir yanlış bilgilendirmeye neden olabilmektedir. Günümüzde sağlık haberlerinin bir kısmının magazinleştirildiğini ve başlıkla içeriğinin çeliştiğini sıklıkla görmekteyiz.

Mutlu bebek obez oluyor

ABD’de yapılan bir araştırmaya göre mutlu bebekler obeziteye daha yatkın. Sebebi ise dikkat çekici...

13 Mart 2019, Çarşamba 19:12
Son Güncelleme: 14.03.2019 00:24

A A



Resim 2.15

13 Mart 2019’da Posta gazetesinin internet sitesinde “Mutlu bebek obez oluyor” başlıklı haber dikkat çekmek için çarpıtılmış bir sağlık haberine örnek oluşturmaktadır. Haberin başlığından bütün mutlu bebeklerin obez olacağı anlamı çıkarılmaktadır. Oysa haberin ilk

cümlesinde “mutlu bebekler obeziteye daha yatkın” ifadesi kullanılıyor. Haberde, obez olmak ile obeziteye yatkın olmak arasındaki büyük farkın bir satırda kapandığını görmekteyiz.

Haberin içeriğinde yer alan “Sebebi ise; ebeveynlerinin bebekleri sakın oldukları için yüksek oranda şeker içeren meyve sularıyla ödüllendirmeleri” ifadesi ise haberin başlığıyla içeriğinin arasında büyük bir çelişki olduğunu ortaya koyuyor. Üstelik haberde araştırmanın hangi kuruluş tarafından yapıldığına dair bir bilgi de bulunmuyor.

Yukarıdaki örnek haberde olduğu gibi birçok sağlık haberinde bilinçli olarak ya da eksik bilgi nedeniyle ifadesel yanlışlıklar yapılmaktadır. Bilimsel araştırmaların kaynak gösterildiği haberlerde araştırma sonucunda kesin olarak yer almayan bilgiler kesinmiş gibi verilebiliyor. Örnek olarak, “Sigara içenler kanser oluyor” ifadesi bir sağlık muhabirinin yazmaması gereken kesinlikte, bu netlikte bir bilgi ancak uzmanın kendi ifadeleriyle verilmelidir. Bunun yerine “Sigara içenlerde kanser riski daha fazla” başlığı daha doğru olacaktır.

2.5. Sağlık Haberciliğinde Uzmanlaşma: Sağlık Muhabirliği

Hangi iş olursa olsun eğer bir işin iyi yapılması isteniyorsa; “iş bilene” gidilir ve onun yapması yeğlenir. Bu olgu hemen her alanda uzmanlaşmayı doğurmuştur. Bu nedenle sağlık ve tıp alanında sayıları her gün artan yeni uzmanlık alanları ortaya çıkmaktadır. Sağlık ve tıp alanındaki habercilik de gazetecilik içinde özel bir uzmanlık haline gelmiştir. Sağlık ve tıpla ilgili haberler eğer doğru ve gerçeği yansıtacaksa, toplumu doğru bilgilendirecekse bunlar bu alanda uzmanlaşmış haberciler tarafından yazılmış olmalıdır.⁴⁸

1970’li ve 80’li yıllar boyunca “basında” sağlık haberlerinden bahsedilebilecekken, 1990 sonrası özel televizyonların kuruluşu ile daha geniş bir mecrada sağlık konulu bilgilendirme başlamıştır. 1990’lı yıllar ayrıca sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın

⁴⁸ Sütlaş, a.g.e., s.193

ortaya çıkmaya başladığı ve akabinde bu alanda ilk örgütlenmenin gerçekleştiği yıllar olarak önemli bir başlangıç niteliğindedir. Bu gelişim sürecinde vurgulanabilecek ilk nokta her ne kadar sağlık haberciliği giderek uzmanlaşmanın başladığı bir alan olarak şekillense de sağlık konulu haberlerin medya kuruluşları açısından günümüzde de siyasal ve ekonomik gündeme bağlı olarak kendisine yer bulmasıdır.⁴⁹

Gazetecilikte bir alanda uzmanlaşmak zaman ve emek gerektirir. Bu durum sağlık haberciliği için de geçerlidir. Kaynak edinmek, kaynaklarla iyi ilişkiler kurmak, tıbbi terimleri öğrenmek, sağlık teknolojilerindeki yeniliklerin farkına varmak hatta neyin haber neyin uydurma olabileceğini anlamak ancak bu alanda zaman ve emek harcayarak mümkün olabilir. Her muhabir sağlık haberi yapabilir ancak sağlık muhabirinin baktığı çerçeveden bakamayabilir, yeni bilgiyi ayırt edemeyebilir ve çok daha önemlisi daha kolay hata yapabilir.

Özel uzmanlık gerektiren bir alan olan sağlık haberciliğinde muhabirin bir hekim kadar bilgi sahibi olması beklenemez ama en azından temel tıbbi konularda yeterli bilgi seviyesine sahip olacak eğitim alması, kaliteli ve toplum sağlığını olumsuz yönde etkilemeyecek haber yapması ve haber kaynaklarıyla daha sıcak ilişkiler kurmasını sağlayacaktır. Basında sağlık konusunda uzmanlaşma, diğer alanlarda uzmanlaşmadan çok daha önemlidir. Çünkü yapılan haberler direkt insan sağlığını etkilediği gibi, binlerce insana sahte umutlar yaratabilir ya da umutlarını söndürebilir.⁵⁰

Sağlık çalışanlarının yaptığı gibi haberciler de ‘öncelikle zarar vermeme’ ilkesini gözetmelidir. Bu zararın bireysel ve toplumsal olmasının, hizmeti alan ya da sunanı ilgilendirmesinin önemi yoktur. Dolayısıyla sağlık ve tıp alanındaki haber ve diğer yayınlar yalnız ‘kamusal yarar açısından değil, toplumsal veya bireysel zarar’ açısından da değerlendirilmelidir. Aktarılanlar eksik olduğunda ya da yanlış anlaşıldığında genellikle sağlıklılık hali ve yaşamın olumsuz etkilenme olasılığı söz konusudur. Bu

⁴⁹ Pelin Ögüt Yıldırım, “Türkiye’de Sağlık Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi”, **Atatürk İletişim Dergisi Sağlık İletişimi Özel Sayısı**, Erzurum, Sayı 14, 2017, s.22

⁵⁰ Şebnem Çağlar, “Sağlık Haberciliği”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, İstanbul, Sayı 23, 2005, s.111

koşulda yazıyı yazan ya da yayımlayanın olumsuz sonuçları öngörüp, haberini ya da yayını buna göre oluşturması gereklidir.⁵¹ Bu hassasiyetlere uyulması ancak haber yaptığı alana hakim uzmanlaşmış bir haberciden beklenebilecektir. Her gün farklı bir alanda haber yapan, sağlıkla ilgili diğer insanlardan farklı bir bilgi birikimine sahip olmayan gazetecilerin sağlık haberciliğine önem atfettiği çok görülen bir durum olmamıştır.

Günümüzde gazetelerin istihdam durumuna bakıldığında hemen her gazetede bir sağlık muhabirinin çalıştığını, düzenli olarak sağlık haberleri hazırladığını söyleyebiliriz. Ancak aynı durum televizyon kanalları için geçerli değildir. Sağlık muhabiri istihdam eden televizyon kanalları olsa da bu durum bütüne yayılmış değildir. Bu durumun başında ekonomik sıkıntılar gelmekte, televizyon kanalları az sayıda muhabirle bülten hazırlamaya çalışmaktadır. Hal böyle olunca bir alanda uzmanlaşmış muhabirlerdense her işe gönderebilecek muhabirler istihdam edilmektedir. Bazı televizyon kanallarında ise mevcut sağlık muhabirlerinin de yalnızca uzmanlık alanında çalışmadığı, kurumları tarafından farklı haber konularına da gönderildikleri bilinmektedir. Bu da zaman ve emek harcayarak uzmanlık kazanan muhabirlerin iş çevrelerini ve kaynaklarını zaman içinde kaybetmelerine neden olmaktadır.

Sağlık alanında bir uzman habercinin bildiklerini bilen editör yok denecek kadar azdır veya yoktur. Dolayısıyla bir sağlık habercisinin en önemli görevlerinden birisi bildiklerinin bir bölümünü kendi editörüne de anlatmak hatta öğretmektir. Bu yapılmamışsa sağlık habercisinin yazdığı yazı ya da hazırladığı haberin, anlamı ,önemi yani değeri editör için farklı, haberci için farklı olacaktır.⁵²

Her ne kadar medya kuruluşları uzmanlaşmış sağlık muhabirlerine alan açmakta zorlansa da alanında uzman bir muhabir anlık gelişmelerde, hızla verilmesi gereken haberlerde, doğrulamaya muhtaç iddialarda uzmanlığa ihtiyaç duymaktadır. Sağlık muhabirleri çerçevesinden bu konuyu incelediğimizde terör olaylarını örnek verebiliriz. Bir terör saldırısında çok sayıda yaralının hastanelere kaldırıldığı olaylarda yaralı sayısı, yaralıların

⁵¹ Sütlaş, a.g.e. s.171-172

⁵² Müge Demir, **Sağlık Haberleri ve Medya Gerçeği**, İstanbul, Nobel Yayınları,2010, s.76

hangi hastanelere götürüldüğü ve sağlık durumlarının nasıl olduğu bilgilerine en hızlı ulaşabilecek gazeteciler sağlık muhabirleridir. Sağlık muhabirleri, sağlık alanında uzmanlaştığı ve sürekli bu alanda haber yaptığı için daimi bilgi alabilecekleri hem resmi hem de özel kaynaklara sahiptir. Bu alanda uzmanlaşmamış haber merkezindeki herhangi bir muhabirin bilgi alabileceği kaynakların isimlerine ardından telefonlarına ulaşabilmesi hayli zaman alacaktır.

Siyaset, iş, sanat ya da spor dünyasından önemli bir ismin rahatsızlanması ve hastaneye kaldırılması da sağlık haberciliği yapanlar için sıcak gelişmelerdir. Böyle bir durumda resmi açıklama yapılmasa dahi sağlık muhabirleri, sağlık profesyonelleri ya da kurumsal iletişim birimlerinde iletişim içinde oldukları kaynaklarından “off the record” olarak bilgi alabilmektedir. “Off the record” bilgi karşılıklı güvene dayalıdır. Hiçbir sağlık profesyoneli ya da kurumsal iletişim çalışanı hayatında ilk kez ya da birkaç kez gördüğü bir muhabire güvenerek gizli kalması gereken bir bilgiyi vermeyecektir. Uzmanlaşmanın önemi anlık ve önemli gelişmelerde çok daha iyi anlaşılmaktadır.

2.6. Haber Üretim Sürecinde Sağlık Muhabirinin Karşılaştığı Sorunlar

Bütün muhabirlerin olduğu gibi sağlık muhabirleri de haber üretim sürecinde farklı konum ve görevlerde birçok insanla iletişim kurmaktadır. Sağlık muhabirlerinin karşılaştığı sorunlar bu iletişim süreçleri sırasında başlamaktadır. İletişimde meydana gelen yanlış anlaşılımlar, eksik bilgiler sağlık muhabirini zor duruma sokan durumları beraberinde getirmektedir. Karşılaşılan sorunların fark edilerek zamanında çözümlenebilmesi bir sağlık muhabiri için en olumlu tablodur. Çünkü zamanında fark edilmemiş bir sorun hataya dönüşebilir ve bu hata habere yansiyarak kitlelerin gözleri önüne serilebilir ve daha büyük sorunlara yol açabilir.

Sağlık muhabirleri haber üretim sürecinde en sık kaynağıyla sorun yaşamaktadır. Kaynağın yaratacağı en büyük sorun dezenformasyondur. Sağlık muhabiri alanına yeterince hâkim değilse tuzığa düşebilir.

Yoğun bir enformasyon bombardımanının içinde olmak, her gün yeni bir gündemin peşinden koşmak, gazetecinin aynı zamanda kendi gündemini oluşturmaması, kendine sunulan enformasyonla meşgul olurken, esas olanı gözden kaçırmaması ve sadece kendine sunulan enformasyonla yetinmesi sonucunu doğurmaktadır.⁵³

Sağlık muhabirlerinin yaşadığı en büyük sorunlardan biri de yönlendirilmeye çalışılmasıdır. Haber kaynağının konunun gerektirdiği soruları cevaplamaması, konuyu farklı bir yöne çekmesi, muhabiri kasıtlı olarak yönlendirmeye çalışması üretim sürecini zora sokan sorunlar arasındadır.

Birçok sorunun varlığına rağmen en kabul edilemez olanı sağlık muhabirlerin etik değerlerine aykırı davranışlarda bulunulmasıdır. Reklam verenlerin haberlere müdahil olmak istemesi ya da firmaların haber karşılığı para teklif etmesi gibi etik dışı yaklaşımlar sağlık muhabirlerinin işini layığıyla yapmasına engel olan girişimlerdir.

2.6.1. Kaynağın Yanlış Bilgi Vermesi: “Türkiye’de/Dünyada İlk”

Bir haberin yeni, ilginç ve az rastlanmış olması değerini arttıran unsurlardır. Daha önce görülmemiş önemli olayların verildiği haberler ‘özel haber’ olarak nitelendirilmektedir. Medya kuruluşları ‘özel haber’ vermeyi önemsemekte ve çalışanlarından bu yönde çalışmalar yapmalarını istemektedir. Özel haberlerin izleyiciye/okura sunulduğu da daha ‘gürültülü’ ve iddialı olur. Özel haberler iddialı başlıklarla süslenir ve daha fazla okunması/izlenmesi beklenir, öyle de olur.

Ancak ilginç haberi bulma çabası bilerek ya da bilmeyerek yanlış bilgi vermeye neden olmaktadır. Bu konuda en sık rastlanan örnekler “ilk” haberciliğinde görülmektedir. “Türkiye’de ilk kez...” Dünyada ilk kez...” gibi başlıklar özellikle sağlık haberciliğinde çok rastlanan, çok sık kullanılan başlıklardır. Bir tedavi yönteminin ilk kez uygulanmış

⁵³ Sevtap Demir, “Muhabirlerin Çalışma Yaşamı: Sınırlar ve Sorunlar-Ajans ve Gazete Muhabirleri Temelinde Bir Alan Araştırması”, **Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, Sayı 14, 2016, s.87

olması, bir hastalığın ilk kez görülmüş olması haber değeri taşımaktadır, tabii doğru olmak kaydıyla.

Türkiye'de ilk kez! Ayaktan ele parmak ucu nakli

Giriş: 05.03.2019 - 19:36 | Güncelleme: 06.03.2019 - 09:37

Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesi (KSBÜ) Evliya Çelebi Eğitim ve Araştırma Hastanesinde, ayaktan ele parmak ucu nakli yapıldı



Resim 2.16

“İlk” haberciliğinde sorun kaynakta başlar. Haber kaynağı bu bilgiyi kasıtlı olarak ya da kasıt olmaksızın sağlık muhabirine yanlış olarak aktarabilir. Yanlış ya da abartılmış bilginin farklı gerekçeleri olabilir:

- Kaynağın konunun haber olabilmesi için bilgileri bilerek abartması,
- Kaynağın emin olmadan yalnızca çevresindeki gözlemlerine göre olayın “ilk ya da en” olduğuna karar vermesi,
- Kaynağın olayın emsallerini, literatürü hiç araştırmadan yalnızca söze dayalı olarak “ilk ya da en” olduğuna inanması,

Bunlar kaynaktan kaynaklanan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak haberde sorumluluk muhabirindir. Muhabir, kaynağın bilgilerini sorgulamakla yükümlüdür. Haber

henüz fikir aşamasındayken bilgilerin doğruluğunu araştırmalı gerekirse kaynaktan iddiasına bilimsel bir dayanak istemelidir. Aksi takdirde gazetecilik görevini yerine getirememiş, birileri tarafından amaçlarına alet edilmiş ve kamuoyunu yanlış yönlendirmiş olacaktır.

Muhabirin dikkatinden kaçan ya da görevini eksik yapmasından kaynaklanan hatalar habere yansımaktadır. Ancak maalesef tüm hatalar bu kadar “masum” gerekçelerle yapılmamaktadır. Muhabirler bazen haber içeriğinin doğru olmadığını bilmesine rağmen dikkat çekme ve okunur olma ihtimalini düşünerek bile bile bu haberleri yapmakta, yanıltıcı başlıklar atabilmektedir.

Kaynak ve muhabirden kaynaklı sorunlar haberde yanlış bilgilerin yer almasına en büyük nedenlerden. Ancak haberin muhabirin elinden çıktıktan sonra girdiği editoryal süreci göz ardı etmemek gerekiyor. Hiçbir haber bir editörün kontrolünden geçmeden yayınlanamaz. Editör hem haber içeriğini hem de başlıkları inceler, gerekirse değişiklik ister hatta değiştirebilir. Peki editör haberdeki hatalı bilgileri fark etmeden nasıl onaylar? Bu süreçte dair de farklı nedenler söz konusu:

- Editörün haberi yeterli dikkat ve özenle incelememesi,
- Editörün, haber içeriğinde doğru bilgiler verilmesine karşın haberi “renklendirmek” adına yanlış olduğunu bile bile başlığı atması,
- Editörün, muhabirin bilerek ya da bilmeyerek getirdiği “reytingli” habere göz yumması,



Resim 2.17

25 Haziran 2014 tarihinde www.haber7.com.tr internet sitesinde “Dünyada ilk kez Türkiye’de” başlıklı sağlık haberi “ilk haberciliği”ne gösterilebilecek örnekler arasında yer alıyor. Habere konu olan hasta çağrı merkezinin dünyada ilk kez Türkiye’de olduğu iddia ediliyor. Ancak haber metnine bakıldığında bu iddianın hiçbir yetkilinin açıklamasına dayandırılmadığı görülmektedir.

2.6.2. Sağlık Toplantılarına/Kongrelerine Sponsor Medikal Firmaların Tuzağına Düşme Tehlikesi; Haber mi Reklam mı?

Türkiye’de ve dünyada sağlık endüstrisi sürekli büyüyen ve ticari alanını geliştiren bir sektör olmaya devam ediyor. Sağlık endüstrisinin hacmini bu denli arttırıyor olması ilgili olduğu her alanda da etkisini göstermesi anlamına gelmektedir.

Sağlık endüstrisinin en büyük ayağını ilaç firmaları oluşturmaktadır. Hastalar nadiren kullandığı ilaçların hangi firmaya ait olduğunu merak eder ve öğrenir. Ancak ilacın hastaya ulaşana kadarki süreç gayet planlı işlemektedir.

Sağlık alanında özel yatırımların artmasına paralel olarak doktorların, özel sağlık kuruluşlarının ya da ilaç ve tıbbi cihaz üreten firmaların tanıtımlarının haber metninin içerisine yedirilerek verilmesi sağlık alanında reklamın yasal olarak yasaklandığı Türkiye’de bulunan yeni formül olmuştur. Sağlık haberciliğinde örtülü reklam tanıtım konusu medya ve sağlık profesyonelleri tarafından da dile getirildiği gibi objektif kriterlerin olmaması ve haber ile reklam arasındaki çizginin net olarak çizilememesi nedeniyle tartışmaya açık bir problem olarak durmaktadır. Sağlık muhabirleri açısından haberin unsurlarına yer vermek amacıyla kullanılan bilgiler, diğer bir bakış açısından sağlıkla ilgili bilgilendirme amacının ötesinde kamuoyunun “yönlendirilmesi” anlamını da taşıyabilmektedir.⁵⁴

Hekimlerin, sağlık profesyonellerinin en önemli eğitim ve gelişim kaynakları tıp kongreleridir. Her branş için ayrı ayrı yılda birkaç kez, birkaç gün süren bu kongreler gelişim anlamında faydalı ancak oldukça maliyetlidir. Tıp dünyasında her branşın kendine özgü, meslektaşların bir çatı altında toplanmasını, haberleşmesini ve organize olmasını sağlayan bir derneği, sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Ancak bu kuruluşlar yalnızca üye aidatlarıyla tıp kongrelerinin maliyetini karşılayamamakta ve sponsor firma arayışına girmektedir.

Tıp kongrelerinin sponsor firma tarafından finanse edilmesi yasa dışı bir faaliyet değildir, Sağlık Bakanlığı’nın izni dahilindedir. Ancak belirli bir çerçevesi ve etik sınırları bulunmaktadır.

Tıp kongrelerinin sponsorları genellikle bir ilaç ya da medikal firma olmaktadır. Kongrede konuşmacı doktorların, bazı katılımcıların, halkla ilişkiler/ajans profesyonellerinin ve basın mensuplarının katılım masrafları da bu firmalar tarafından karşılanmaktadır. Bu

⁵⁴ Yıldırım, a.g.e., s.17

nedenle etik sınırlar içinde kalmak hem hekimler hem de gazeteciler için daha fazla önem taşımaktadır.

Sağlık alanında bilgilenmeye ve eğitime dönük olması gereken “kongre ve bilimsel toplantılar” günümüzde bu alanın çalışanları kadar sağlıkla ilgili habercileri de bir rüşvet biçiminde sunulan turistik gezilere dönüşmüş durumdadır. Sağlık ve tıpla ilgili uzman habercilik yapanların haber kaynaklarıyla kurdukları ilişkileri yazıya döküp maddi çıkar sağlamları çok kolaydır. Genel olarak ilişki kurdukları haber kaynaklarından yakınları için iş isteyen, bedava mal ve hizmet kabul eden gazetecilerin varlığı bilinir. Uzman bir habercinin dikkat etmesi gereken bir başka önemli nokta istemi dışında ve farkında olmadan herhangi bir reklama ya da özel bir kasıtle, yani önceden görerek ve bilerek, zorlama altında bir tanıtıma alet olma olasılığıdır.⁵⁵

Marmara Tıbbi Cihaz Üretici ve Tedarikçileri Derneği üyesi Mehmet Ali Özkan tıp kongreleriyle ilgili görüşlerini bir yazısında şöyle paylaşmaktadır: “Mevcut halleriyle Tıp Kongrelerinin başıbozukluğu ve çarpıklığı; münferit ekonomik çıkarların ön planda olması, hedeflenen bilimselliğin dışında adeta mevsimine göre güneş, kayak veya kültürel bir tatil gibi düşünülmesinden kaynaklanmaktadır. (Gerçekten az da olsa sadece bilimsel tartışmaların konu edildiği kongreleri bu tanımın dışında tuttuğumu da ayrıca belirtmek isterim.) Amacım, aynı branştaki hekimlerin farklı derneklerde yer almalarını, bu farklı derneklerin yıl içinde aynı branştaki benzer konularda düzenlemekte oldukları farklı kongreleri (hatta aynı branştaki hekimlerin diğer kongreyi bazen kötülemeleri söz konusu!) ve bu kongrelerin sponsorluk ve katılım bedelleri, tarihleri ve yer seçimlerinin belirlenmesindeki gerçek kriterleri açığa çıkartarak, Tıp kongrelerinin biraz daha tartışılır hale gelmesini sağlamak ve bu konuda muhatapları bir şeyler yapmaya teşvik etmektir.”⁵⁶

Bir tıp kongresine giden sağlık muhabiri gazetecilik etiğine uygun hareket etmeli, haber olabilecek konuları, uygun gördüğü uzmanlarla konuşmalıdır. İlaç firmalarının konu

⁵⁵ Süttaş, **a.g.e.**, s.285

⁵⁶ Mehmet Ali Özkan, “Tıp Kongreleri”, (Çevrimiçi), <http://www.medikalplus.com/2011/12/14/tip-kongreleri/>, Erişim Tarihi: 15.03.2019

önerilerinin çoğunlukla gizli bir tanıtım amacı güttüğü ve kamuoyunu yönlendirme faaliyetine girdiği unutulmamalıdır. Örneğin; çocuk sağlığına ilişkin bir tıp kongresinde sponsor bir bebek maması firması olabilir. Firma bebek mamalarının çok sağlıklı olduğuna dair haber konusu önerebilir. Bu noktada muhabirin etik sorumluluğu devreye girmektedir. Eğer bebek mamalarının sağlıklı olup olmadığına dair iki ayrı görüşün yer aldığı bir haberi yapamayacaksa haberi yapmaması daha doğru olacaktır.

Sponsor firmaların reklam tuzakları konusu tartışıldığında sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemine de bir kez daha değinmekte fayda var. Uzman bir sağlık muhabiri, sektöre hakim, amaçları, çıkarları ve tuzakları anlayabilecek bilgi ve görgüye erişmiştir. Hiç sağlık haberi yapmamış, tıp kongresinde bulunmamış meslekte yeni bir muhabirin bu ilişkileri anlaması ve ona göre konum alması kolay olmayacaktır.

Ancak her meslekte olduğu gibi gazetecilikte de görevini kötüye kullananların olduğunu belirtmek gerekmektedir. Her sağlık muhabiri etik davranışlar sergilememekte, firmaların tuzağına bilerek ya da bilmeyerek düşebilmekte ve zaman zaman kişisel çıkarlar elde edebilmektedir.

Sağlık alanında yaşanan ticarileşme olgusu bazen sağlık alanının uzman habercilerini bu yönde davranışa zorlamaktadır. Oysa bunun hem yayın organı, hem gazeteci hem de toplum açısından çok büyük bedelleri vardır. Her uzman gazeteci ödenecek bu bedellerin her zaman farkında olmalıdır. Haber kaynağından “kişisel çıkar” sağlayan gazeteci, daha sonra aynı haber kaynağı hakkında “olumsuz ya da eleştirel bir haber” yayınlamayamaz. Sonuçta etkilenen ise hemen her durumda kişi, toplum ve insanların sağlığı hatta yaşamları olacaktır.⁵⁷

⁵⁷ Sütlaş, a.g.e., s285-286

2.6.3. Tekrara Düşme, Haber Değeri Taşımayan Bir Konuyu Haberleştirme

Her haber gibi sağlık ve tıpla ilgili haberlerin de “taze” olması, bir “yeniliği” dile getirmesi beklenir. Sağlık ve tıpla ilgili haberlerde “tazelik ve yenilik” unsuru daha önce de söz edildiği gibi farklı açılardan ele alınabilir. Örneğin bir tanı ya da tedavi araç ya da yönteminin yeniliği veya taze haber olan yanı farklı düzlemlerde farklı biçimlerde değerlendirilebilir.⁵⁸

Sağlık haberciliğinde bir haberin haber değeri taşıma nedeni eğer yeni olmasıysa o haberin geç ya da daha sonra verilmesi gazetecilik ilkeleri açısından doğru olmayacaktır. Haberi doğru zamanda yayınlamak önem taşımaktadır. Herkesin görebildiği mecralarda gündeme gelen bir konunun üzerinden zaman geçtikten sonra yapılması bir nevi kamuoyunu aldatmaya girer. Örnek vermek gerekirse, aylar önce yayınlanan ve medyada çeşitli mecralarda haber olan bir bilimsel araştırmanın, üzerinden zaman geçtikten sonra yeni hiçbir gelişme olmamasına rağmen tekrar haber yapılması doğru değildir, tekrara düşmektir.

Sağlık haberlerinin çoğu güncelliğini koruyabilen haberlerdir. O nedenle farklı zamanda tekrar gündeme gelmeleri okur/izleyici tarafından çok olumsuz algılanmayabilir. Ancak tekrara düşmek sağlık muhabirinin kendi meslek etiğine aykırı davranmasıdır ve kabul edilemez.

Tekrara düşmenin en büyük nedenlerinden biri haber üretim sürecinde özgün olamamaktan kaynaklanmaktadır. Yeni bir haber konusu bulamayan, özel bir haber üretimi için uğraşmayan sağlık muhabiri zaman zaman kendi arşivini zaman zaman da genel sağlık haberleri arşivini karıştırarak daha önce yapılmış haberleri tekrarlamaktadır. Sağlık muhabirleri kimi zaman da farkında olmadan tekrara düşmektedir. Kendilerine

⁵⁸ Sütlaş, a.e., s.173

önerilen bir haber konusunun daha önce gündeme getirilip getirilmediğini kontrol etmeksizin yapılan haberler tekrara düşmeye mahkûm olacaktır.,

Bu durum yalnızca muhabirden kaynaklanmamaktadır. Medya kuruluşu yöneticileri gazetelerde sayfaları doldurabilmek ya da internet sitelerinde daha fazla çeşitli haber sunmak isteyebilir ve muhabirlerden kısıtlı zamanda çok sayıda haber talep edebilir. Bu talebe nitelikli yeni haberlerle karşılık verilememesi durumunda haberde tekrara düşme kaçınılmazdır.

Haber değeri taşımayan bir konunun haber haline getirilmesi ise sadece sağlık muhabirleri için değil tüm gazeteciler için çok daha sıkıntılı bir durum yaratmaktadır. Genellikle tecrübesiz muhabirlerin zor durumda kaldığı bir konudur haber değeri taşımayan bir konuyu haber haline getirmek. Henüz mesleğiyle ilgili tüm bilgilere vakıf olamayan, yönlendirmeye açık yeni muhabirler neyin haber olup olmayacağını ayırdına varmakta güçlük çekebilir ve herhangi bir kamu yararı taşımayan bir konuyu haber haline getirebilirler. Ancak bu sadece tecrübesiz muhabirlere has bir durum değildir. Her muhabir yanılgıya düşebilir, iyi bir konu yakaladığını düşünürken hata yaparak okur/izleyici için hiçbir anlam ifade etmeyen haberlere imza atabilir.



Resim 2.18

6 Mart 2019 tarihinde Posta gazetesinin internet sitesinde “Vitamin takviyesi depresyonu önlemiyor” haberini haber değeri taşıyıp taşımadığı konusunda değerlendirebiliriz. Vitaminler hastalıkları önlemek ya da tedavi etmek için kullanılmazlar. Depresyon ruhsal bir soruna işaretir ve vitaminler ruhsal rahatsızların giderilmesi konusunda önerilen takviyeler değildir. Bu nedenle bu başlık ve araştırma herhangi bir kamu yararı taşımamaktadır. Tam tersi eğer bir araştırma sonucu vitaminlerin depresyonu önlediğine dair bilgiler veriyor olsaydı haber değeri taşır ve bilgi kamu yararına yönelik olurdu.

İnsanın ilgisini çekme haber değerlendirme ölçütleri içinde en tartışmalı ilkelerden biridir. Bazen, “Halk bunu istiyor” mantığıyla hem gazete haberciliğinde hem de televizyon haberciliğinde yapılan yanlış işleri meşrulaştırma, bu gerekçenin arkasına sığınma politikası izlenmektedir. Haber, kuşkusuz insanların ilgisini çekme niteliği de taşıyacaktır. Ancak bu nitelik, özentî olmamalı, olayın doğasında bulunmalıdır.⁵⁹

2.6.4. Çalıştıkları Kişi ve Kurumların Çalışmalarına Medyada Yer Bulmakla Mükellef Halkla İlişkiler Profesyonellerinin Yanıltan/Yanlış Basın Bültenleri

Halkla ilişkiler, bir kurumla diğer kurumlar ya da belli bir hedef kitle arasındaki iletişim yönetimidir. Halkla ilişkiler profesyonelleri kurum kimliği doğrultusunda bir iletişim stratejisi belirlerler ve rutin süreci, gerekli durumlarda ise kriz süreçlerini yönetirler.

Sağlık muhabirlerinin iletişimde oldukları halkla ilişkiler profesyonelleri genel olarak hastanelerin, sağlık kuruluşlarının, hekimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ya da resmi kuruluşların temsilcileri olarak çalışmaktadırlar.

Halkla ilişkiler profesyonelleri sağlık muhabirlerine yolladıkları basın bültenleriyle ulaşırlar. Telefonla iletişimi basın bültenlerini pekiştirme yöntemi olarak kullanan halkla ilişkiler profesyonelleri de mevcuttur. Basın bülteni, kişi ya da kurumların çalışmalarının

⁵⁹ MEGEP, Gazetecilik Modülü, Çevrimiçi), http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Haberin%20Nitelikleri.pdf , s.21, Erişim Tarihi 15.03.2019

basın mensubuna hiçbir soru işareti bırakmayacak şekilde açık, anlaşılır ve kısaca anlatıldığı metinlerdir. Ancak gerçek hayatta bu şekilde ilerlediğini söylemek çok güçtür. Maalesef halkla ilişkiler profesyonellerinin birçoğu basın bültenlerini doğru şekilde yazamamakta, gereksiz ayrıntılarla doldurmakta hatta zaman zaman bu nedenle konunun özünü anlatamamaktadırlar.



Resim 2.19

Yukarıdaki görselde görülen basın bülteni yanlış ve yanıltan bir basın bülteni örneğidir. Bir kanser türüyle ilgili yapılacak basın toplantısını haber vermek için gönderilen bültende hangi kanser türü olduğu belirtilmemiştir. Sağlık muhabirine yapılan basın davetinde davetin konusu bulunmamaktadır. Basın bülteni en temel öğesinden yoksundur ve bu

yönüyle sağlık muhabiri için zaman kaybıdır. Hiçbir sağlık muhabiri için bu basın bültenindeki bilgiler haber konusunu haber toplantısında önermek için yeterli nitelikte değildir.

Halkla ilişkiler profesyonellerinin çoğu yalnızca sağlık alanındaki kurumlara değil farklı sektörlerden kurumlara da iletişim hizmeti vermektedir. Bu nedenle tek bir alanda uzmanlaşmadıkları için sağlık konusundaki haber önerilerinde neyin ön plana çıkarılabileceklerini tam olarak bilememektedir. Tüm bunların dışında yanlış ve yanıltıcı basın bültenleri yalnızca eksik bilgiden kaynaklanmamaktadır. Bir ücret karşılığı iletişim yönetimi yapan halkla ilişkiler profesyonelinin aldığı ücretin karşılığını çalıştığı kuruma medyada alan yaratarak vermesi gerekmektedir. Bu mecburiyet halkla ilişkiler profesyonellerinin her konuyu haber yaptırabilme çabasına dönüşmekte ve konuların haber olabilmesi için muhabirlere yanıltıcı bilgilerle haber önerileri sunmalarına neden olmaktadır.

15 Mart Dünya Uyku Günü.

Size bu çerçevede uyku/beslenme/sağlık ekseninde uzman görüşü ile birlikte özel haber önerisi sunmak isterim.

Gizem Keservuran CV ve sirkadiyen ritim görselini ekte iletir, haber önerimize dönüşlerinizi rica ederiz.

www.gizemkeservuran.com

Sirkadiyen Ritim Diyeti; sirkadiyen ritim halk dilinde vücudumuzun **biyolojik saati** olarak bilinir.

Her bir organımızın kendisine özgü 24 saatlik süreçte bir sirkadiyen ritmi bulunmaktadır. Bu ritim çeşitli sebeplerden dolayı bozulabilir. Bu ritmin bozulması organların çalışmasını da etkileyeceği için obezite, diyabet, hipertansiyon, psikolojik rahatsızlıklar ve kansere kadar birçok hastalığın oluşumuna katkı sağlayabilir.

Sirkadiyen ritmin bozulması en sık iki şekilde karşımıza çıkıyor; gece vardiyaları ve jet-lag. Bu kişilerde iç saat güneşin doğuşu ve batışı ile senkron çalışırken, iç saatin aksi yönünde hareket edince, vücutta kronik stres reaksiyonu ortaya çıkıyor ve kortizol salgılanıyor. Normalde sabah uyanırken bizi güne hazırlamak için salgılanan kortizol ile alışkın olmadığı saatlerde karşılaşan vücut afallıyor ve sirkadiyen ritim bozukluklarına bağlı hastalıklar görülmeye başlanıyor.

Size özel haber önerimizde Beslenme ve Fitoterapi Uzmanı Gizem Keservuran;

* Kalitesiz ve yetersiz uyku sonrasında beslenmemizi nasıl etkilediğini, kilo alma/alamama gibi sorunları,

* Uyku problemi yaşayan kişilerde beslenmenin nasıl olması gerektiği,

* Ne kadar uyuduğumuz kadar kaliteli uyumamız gerekliliği, uyku öncesi beslenme,

* Sirkadiyen ritim dengesi ile kilo kontrolünün nasıl sağlandığı gibi bir çok konuda uzman görüşü paylaşacaktır.

Resim 2.20

Dünya uyku günü nedeniyle hazırlanan bu basın bülteni öncelikli olarak şekil olarak hatalı görülmektedir. Bir basın bülteninin girişi henüz kim olmadığı açıklanmamış uzmanın özgeçmişiyse yapılmamalıdır. İçerik kısmı incelendiğindeyse özel bir haber önerisi olarak

sunulan diyet yönteminin daha önce gündeme geldiği ve bunun bir özel haber olmadığı halde muhabiri yanıltmaya yönelik bilgi verildiği anlaşılmaktadır. Uzman sağlık muhabirlerinin incelemesiyle anlaşılabilir başka bir yanılgı ise röportaj için önerilen uzmanın alanının aslında uyku ile ilgilenen nöroloji bilimi olmadığı hatta tıp doktoru olmadığı görülmektedir. Örnekteki gibi yanıltıcı bilgiler içeren basın bültenleri sağlık muhabirlerini üretim sürecinde zorlamaktadır. Halkla ilişkiler profesyonelleri haber önerilerinin değerlendirilmesi konusunda ısrarcı olmakta ancak verdikleri bilgilerin yanıltıcılığını görmezden gelmektedirler.

2.7. Medyatik Doktorlar

Doktorlar, sağlık haberciliğindeki en önemli kaynaklardır. Ancak bazı doktorlar gerek haberlerde gerek televizyon programlarında diğer doktorlardan daha fazla yer almaktadır. Bu doktorlar hemen hemen her röportajlarında sansasyonel açıklamalarıyla gündeme damgasını vurmakta ve yeni tartışmalara kapı aralamaktadırlar. Öyle ki bazı doktorlar uzmanlıklarıyla değil açıklamalarıyla ünlenmekte, televizyon showlarının aranan yüzü haline gelmektedirler.

Medyatik doktorlar yaptıkları “şok” açıklamalarla meslektaşlarının da tepkisini çekmekte, meslek örgütlerinden men cezaları almaktadır. Ancak her şeye rağmen ne kendileri medyadan uzak kalabilmekte ne de medya onlarsız yapabilmektedir. Doktorlar medyatikleştikçe kazançları artıyor, medya bu doktorlara söz verdikçe reytinglerini yükseltiyor. Karşılıklı çıkar ilişkisi bu döngünün devam etmesini sağlıyor ancak kaybeden izleyiciler/okuyucular oluyor.

Medyatik doktorların açıklamalarından rahatsız olan Türk Tabipler Birliği 15 Ocak 2019’da bir basın açıklaması yaptı ve medyatik doktorları “şarlatan” olarak tanımladı. Türk Tabipler Birliği bunun bir halk sağlığı sorunu olduğunun altını çizdiği açıklamada “şarlatan” doktorların 10 ortak özelliğini sıraladı:

“1. Her ne kadar modern tıbbi yerden yere vursalar da, bunu yaparken modern tıp eğitimi sonucu kazandıkları “doktor” unvanlarını ve akademik kariyerlerini kullanmaya özen

gösterirler; özel muayenehanelerinde, kliniklerinde hasta bakmaya, ilaç yazmaya devam ederler.

2- Hemen her açıklamalarında bilimsel/tıbbi gerçekler/doğrularla bilim dışı yalanları/yanlışları birlikte harmanlayarak sunar, böylece yalanları/yanlışlarını gerçeklerin/doğruların arasında gizlemeye çalışırlar.

3- İleri sürdükleri “ezber bozan”, “tabu yıkan”, “şoke eden” iddiaların hiçbir bilimsel ispatı yoktur. Kendilerine soracak olursanız iddialarını ispatlamaları için bilimsel dayanağa ihtiyaç yoktur, kendilerinin söylemiş olmaları yeterlidir.

4- Ortaya attıkları iddiaların yürütülmesinde kendileri açısından hiçbir sıkıntı duymazlar; hemen yeni konular, yeni iddialar bulurlar. Hemen hepsinin kendince “her derde deva” bir meyvesi, sebzesi, insan yaşamını en az 30 yıl uzatacak bir diyet/tedavi kürü vardır.

5- Yaşam düsturları “Bir gün herkes -15 dakikalığına- ünlü olacak!”, taktikleri “Reklamın iyisi, kötüsü olmaz!”dır. Bilimsel başarılarıyla değil, medyatik söylemleriyle kamuoyunun dikkatini çekmeye çalışırlar.

6- Kendilerine uzatılan her mikrofona, yöneltilen her soruya, uzmanlık alanları olup olmadığına bakmaksızın mutlaka verilecek bir cevapları vardır. Bazıları daha da ileri gidip fırsatını yakalamışken derin sosyolojik tahlillerde bulunurlar.

7- Bugün zaten birçok doktorun ve tabip odalarının “aşırı teşhis”ten aşırı teknoloji ve ilaç kullanımına, tanı/tedavi süreçlerine tıbbi teknoloji/ilaç tekellerinin müdahalesinden kapitalisttıbbı kadar bir dizi uygulamayı son derece radikal eleştiriler yönelttiğini bilmezden/görmezden gelirler; kendilerini biricik kahraman ilan ederler.

8- Zihin dünyaları “komplo teorileri”yle doludur; kanserin çaresi bulunmuştur ama ilaç firmaları gizliyordur, şekerin zararı kendileri ifşa edene kadar toplumdan saklanmıştır, aşılarda içinde alüminyum vardır ve otizme yol açıyordur, vb., ve de bütün bu komploların farkına varan biricik akıl sadece kendilerinde mevcuttur.

9- Açıklamalarında soyut bir “tıbbi endüstri”, “sistem” eleştirisi varsa da hiçbir zaman mevcut sağlık politikalarını ve o politikaların sahibi siyasi iktidarı eleştirmezler, iktidar partisinin adını dahi ağızlarına almazlar; sonunda da faturayı doktorlara keserler.

10- Her ne kadar bütün bu faaliyetlerini kendileri için hiçbir karşılık beklemeden, toplum için/toplum yararına, “uhrevi” amaçlarla yaptıklarını iddia etseler de çabalarının meyvelerini daha çok tanınırlık/bilinirlik/kabul görme, hasta sayısı/kitap satışlarında artış gibi “dünyevi” nimetler olarak toplamaktan kaçınmazlar.”⁶⁰

Sağlık okuryazarlığı bilgisinin az olması nedeniyle medyatik doktorların sansasyonel açıklamaları halk sağlığını daha çok tehdit eder hale gelmektedir. Medyatik doktorlar özellikle ileri yaş grubunun en çok izlediği medya mecrası olan televizyonlarda yer almakta ve bu hedef kitle sürekli ekranda olma ile iyi doktor olma arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu sanmaktadır. Oysa medyada daha fazla yer almanın iyi doktorlukla değil tercihle ilgisi vardır.

İstanbul Üniversitesi İstanbul Tıp Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Temel Yılmaz da köşe yazısında medyatik doktorlara yer verdi ve onları “magazin tıbbı” yapmakla eleştirdi: “Magazin tıbbı, kısa tanımıyla, uzmanlık alanının olmadığı bir konuda geniş kitleleri ilgilendiren hastalıklarla ilişkili ilgi toplamak ya da rant amacıyla, henüz kanıtlanmamış hatta üzerinde çalışılmamış, doğruluğu bilinmeyen bilgilerle hastalıkların yönetilmeye çalışıldığı alan olarak tanımlanabilir. Magazin tıbbı, medyanın desteğiyle büyük rant alanı yarattı. Özellikle, fitoterapisti, kardiyoloğu, akciğer uzmanı herkes kendi alanını bırakıp diyabet ve obezite alanına geçti. Magazin tıbbıyla Türkiye, 15-20 yıl önce tanıştı. Bu süre içinde yavaş yavaş ülkede özellikle diyabet, kalp, obezite gibi hastalık tedavisinde klasik tıbbın yerini magazin tıbbı, uzman hekimlerin yerini de magazin doktorluğu aldı. Hastalar giderek artan oranda medyadan izlediği doktorların sansasyonel önerilerini tabu gibi

⁶⁰ Türk Tabipler Birliği, (Çevrimiçi), http://www.ttb.org.tr/userfiles/files/ba_15_01_2019.pdf, Erişim Tarihi:15.03.2019

algılamaya, tartışmasız biat etmeye, daha önceki doktorlarının verdiği ilaçları bırakmaya, yapılan tıbbi önerileri reddetmeye başladı.⁶¹

Medyatik doktorların ne söylediğini akademik çalışmaları çerçevesinde değerlendirmek gerekmektedir. Ne kadar makale yazdığı, bu makalelerin hangi bilimsel dergilerde yayınlandığı, uzmanlık alanıyla ilgili hangi çalışmaları yaptığı en az ne söyledikleri kadar önemlidir. Şok eden, tabuları yıkan önerilerin hangi bilimsel araştırmalara dayandırılarak söylendiği de mutlaka talep edilmelidir. Ancak uygulamaya bakıldığında medya kuruluşları için bu ölçütler önem taşımamaktadır.

2.8. Köşe Yazarı Olan, Program Sunan Doktorlar

Köşe yazarı olan, program sunan doktorlar medyatik doktorlardan ayrı olarak değerlendirilmelidir. Çünkü bu noktada doktorlar uzman konuk olmanın dışına çıkarak birer medya aktörü haline gelmektedir. Köşelerinde istedikleri konuları ele almakta, programlarında istedikleri meslektaşlarına yer vermekte karar verici konumuna erişmektedirler.

Uzun yıllar bir gazetede ve internet sitesinde köşe yazarlığı yapan Dr. Mustafa Sütlaş, köşe yazarlığı yapan hekimleri “köşe hekimleri” olarak adlandırmaktadır ve “köşe hekimliğini” şu ifadelerle açıklamaktadır:

“Bana göre tıbbın sayıları neredeyse “yüzlere” varan uzmanlık alanı içinde “köşe hekimi” olmak da bir tür uzmanlık alanıdır ve bir eğitimi gerektirir. Bunu yaparken yalnız tıbbi bilmenin yetmeyeceği açıktır; bunun yanında gazeteciliği, edebiyatı, sosyolojiyi, ekonomiyi, politikayı, dahası “dünyayı ve onun gerçeklerini de bilmek gerekir. Tıbbın tüm dallarının uzmanlık eğitimi vardır. Ama “köşe hekimi” olmak için bir okul, bir eğitim

⁶¹ Temel Yılmaz, “Magazin Tıbbi ve Medyatik Doktorlar”, **Habertürk Gazetesi**, (Çevrimiçi), <https://www.haberturk.com/yazarlar/prof-dr-temel-yilmaz/1757094-magazin-tibbi-ve-medyatik-doktorlar>, Erişim Tarihi: 15.03.2019

süreci ne yazık ki yoktur. O çoğu zaman yaşam içinde “yaparak” öğrenilir. Bu nedenle de “hataya ve yanlış’a” en açık eğitim süreçlerinden birisidir.⁶²

Köşe yazarı olan ya da program sunan doktorlar okur ve izleyici için arada görüşleri aktaran bir aracı olmaksızın doğrudan faydalanabileceği bir kaynaktır. Ancak bu her zaman avantajlı bir durum olmayabilir. Köşe yazan hekimlerin haber diline hakim olması önemlidir. Bilimsel bir yazı gibi kaleme alınan yazılar anlaşılmaz, okuyucuyu sıkabilir. Aynı zamanda herkesin sağlık sorunları farklı olmasına rağmen tek bir yazının varlığı ve herkesin kendine bir çıkarımda bulunuyor olması da ciddi bir sorumluluk getirmektedir. Küçük bir yanlış anlaşılma, genel bir tavsiye birçok kişinin sağlığının olumsuz etkilenmesine neden olabilmektedir.

Televizyon programları sunan doktorlar için bu durum daha çok zorlayıcı olmaktadır. Yazılar tekrar okunabilir, düzeltilebilir ancak ağızdan çıkanların özellikle canlı yayınlanan bir programsa düzeltilmesi çok zordur. Anlatılan konulardan bir kişinin bile yanlış çıkarımda bulunması tamir edilemez sağlık sorunlarına dahi yol açabilmektedir.

Doktorların televizyon programları sunması ya da bu programlara konuk olması zaman zaman tıbbın magazinelleşmesine de alet olmalarına neden olmaktadır. Bu konuyla ilgili de çeşitli eleştiriler yapılmaktadır: “Medyatikleştirilmiş tıbb’a teşne olan medyada sağlık haberleri ilgi çekicilik, sansasyon ve sözde “yeni bilimsel buluş” eksenine oturtulmakta. Haberin yol açabileceği yarar ve zararların hesap edilmemesi bu tür tıp paparazziliği yarattı. Kimi çaresiz, yoksul hastaların ekrana çıkarılarak tedavi ettirilmesini bir reyting alma yolu olarak bulan televizyonlarımız, milyonlarca çaresiz hastayı çözümü gerçekten aramaları gereken kurumlara değil, “müşfik” medyaya yönelterek onların umutlarını sömürüyor.”⁶³

Günümüzde ana akım gazetelerin çoğunda köşe yazarlığı yapan bir doktor bulunmaktadır. Doktorlar köşelerinde genel olarak herkesi ilgilendirebilecek sağlık sorunlarını ele

⁶² Sütlaş, a.g.e., s.89

⁶³ Bekir Kuru, “Medya ve Sağlık”, **Birikim Dergisi**, (Çevrimiçi), <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5333/medya-ve-saglik#.XI0So9UzbIW>, Sayı 117, 1999, Erişim Tarihi: 16.03.2019

almakta, ayrıntılı bilgiler vermekten kaçınılmaktadırlar. Özellikle son yıllarda adeta moda haline gelen “sağlıklı yaşam” akımı da köşe yazarı doktorların sık yazı yazdığı konular arasında yer almaktadır.

Televizyon programlarında ise sunucu doktorlar, medyatik doktorları konuk almakta ve gündem olabilecek sağlık konuları tartışılmaktadır. Televizyon programlarında ayrıca izleyicilerin sorularına da olanak verilmekte, gerek telefon bağlantılarıyla gerekse sosyal medya aracılığıyla sorulan sorular da cevaplanmaktadır.

Son yıllarda sosyal medyanın etkinliğini arttırmasıyla birlikte ana akım medyada kendine yer bulamamış doktorlar sosyal medya hesapları üzerinden açıklamalarda bulunmaktalar. Sosyal medya paylaşımlarıyla hatırı sayılır takipçi sayısına ulaşan ve yazdıklarıyla ana akım medyada konu olan doktorlar dikkat çekmektedir.

2.9. Sağlık Haberleri Nasıl Okunmalı?

Sağlık haberciliği sağlık iletişiminin en önemli parçalarından birini oluşturmaktadır. Ancak tek başına hiçbir şey ifade etmemektedir. Etkili bir sağlık iletişiminin çift yönlü olması gerekmektedir. Yani anlatılanların anlaşılması sağlık iletişiminin temel ilkesidir. Verilmek istenilen mesajla anlaşılan mesajın ne ölçüde örtüştüğü sağlık iletişiminin başarısını göstermektedir.

Okur ya da izleyici sağlık konusunda sağlık haberlerini en önemli mesaj kaynakları olarak görmektedir. Sağlık haberlerinin okunma ve izlenme oranları birçok haber türüne göre daha yüksektir. Bu kadar çok takip edilmesi sağlık habercilerine önemli sorumluluklar yüklemektedir. Ancak tek sorumluluk habercilerin değildir. Okurun ya da izleyicinin haberleri her zaman bir süzgeçten geçirerek kabul etmesi gerekmektedir. Yazılmış ya da sunulmuş bir haberi direkt olarak doğru kabul etmek ya da sağlık haberindeki tavsiyeleri doğrudan uygulamak yanlış sonuçlar doğurabilmektedir.

Okur ya da izleyenin sağlık, tıpla ilgili bir haber ya da yayınla 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 gereksinimini karşılıyorsa bu haber, yazı ya da yayın önemlidir ve okunmalıdır.⁶⁴

Doktorlar, “hastalık yoktur hasta vardır” derler. Sağlık haberlerini de uygulanmaya hazır bilgiler içeren kaynaklar olarak görmemek gerekir. Haberlerin doğruluğu ve uygulanabilirliği mutlaka incelenmelidir. Sağlık haberinin kendi içinde tutarlı bilgiler içerip içermediği ve ne dayandırıldığının anlaşılmasına çalışması okurun / izleyicinin habere yönelik ilk tutumu olmalıdır.

Sağlık haberlerini takip ederken dikkat edilmesi gereken en önemli konulardan biri de görüşüne yer verilen uzmandır. Normal şartlarda bir sağlık haberi alanında yetkin ve bilimsel dayanaklarla konuşan isimlerin görüşlerine yer vermelidir. Ancak maalesef uygulamada bu, her zaman böyle olmamaktadır. Sağlık haberlerini okuyanlar ya da izleyenlerse haberde görüşlerine yer verilen kişileri “bilirkişi” olarak kabul etme ve onların her söylediğine inanma eğilimindedir. Eğer imkan varsa haberdeki uzmanın mutlaka araştırılması; unvanı, akademik geçmişi gibi özelliklerine bakılarak söylediklerinin değerlendirilmesi gerekmektedir.

2.9.1. “Tık Gazeteciliği”ne Dikkat

İnternetin yaygınlaşması, teknolojinin gelişmesi “yeni medya” olarak adlandırılan bir mecrayı da hayatımıza kattı. Yeni medya; teknoloji, iletişim ve medya araçlarının bütünleşerek ortaya çıkardığı internet üzerinde yer alan onlarca farklı mecranın –internet siteleri, sosyal medya uygulamaları, video portalları vb.- oluşturduğu sürekli gelişen ve yenilenen yeni iletişim araçlarını tanımlamak için kullanılmaktadır. Yeni medya son yıllarda karşımıza çıkan çok yeni bir kavramdır.

Yeni medya üzerine araştırmalar yapan Dr.Lev Manovich, yeni medyayı devrim olarak nitelendirmektedir: “14.yüzyılda matbaanın bulunması ve 19.yüzyılda fotoğrafın

⁶⁴ Sütlaş, a.g.e, 297

bulunmasının toplumun ve kültürün gelişmesi üzerindeki devrimsel etki gibi bugün de bugün de yeni medya devriminin tam ortasındayız. Bu devrim önceki iki devrimden muhtemelen daha derin ve biz bunun henüz ilk etkilerini görmekteyiz. Yeni medya devrimi; bilgi edinme, manipüle etme, depolama, dağıtma gibi iletişimin tüm basamaklarını etkilemektedir. Ayrıca geleneksel medyanın metinlerini, fotoğraflarını, hareketli görüntülerini, seslerini ve üç boyutlu yapılarını da etkilemektedir.”⁶⁵ Lev Manovich ayrıca geleneksel medya araçlarının da yeni medyaya ayak uydurmaya başladığını ve yeni medyalaştığını söylemektedir.

Bu kapsamda değerlendirdiğimi zaman geleneksel medyanın yeni medyaya adapte olma sürecinde yeni uygulama yöntemleri de ortaya çıktı. Gazetelerin internet sitelerinde, sosyal medya hesapları üzerinden habercilik faaliyetleri reytingin “tık” üzerinden değerlendirmesini de beraberinde getirdi.

Yeni medyada yer alan geleneksel gazeteler ya da haber kanalları haber vermeyi değil “tıklanmayı” önceliği haline getirmeye başladı. “Tıklanma” öncelikli hale gelince haber başlıkları başkalaştı, içerikle bağdaşmayan yalnızca merak ettirmeye ve haberin içeriğini görmeye yöneltmeye yani “tıklanmaya” yönelik başlıklar atılmaya başlandı.

“Tık gazeteciliği” aslında belirlediği amaca ulaşmakta ve “tıklanarak” reyting yükseltmeyi sağlamaktadır. Ancak bir haberin “tıklanması” okunduğu anlamına gelmemektedir. Yaratılan suni merak haberin ilk cümlesinde giderildikten sonra çoğu zaman içerikle bağdaşmayan başlıklar olduğu fark edilip, internet sayfası okuyucu tarafından terk edilmektedir. Gazetelerin “tıklanma” sayıları artmakta ancak okuyucunun duyduğu güven giderek azalmaktadır.

⁶⁵ Dr. Lev Manovich, What is new media?,
<https://www.mheducation.co.uk/openup/chapters/0335217109.pdf> , Çevrimiçi Erişim
Tarihi:16.03.2019,s.5-6



Resim 2.21

Posta gazetesinin internet sitesinin ana sayfasında 16 Mart 2019 tarihinde yer alan bu haber başlığı “tık gazeteciliği” çerçevesinde değerlendirilmeye uygundur. Haber standartları ölçüsünde bakıldığında bunun bir başlık dahi olmadığını fark etmek zor olmayacaktır. Yarım bırakılan başlık üç nokta işaretiyle bitirilmiş, okuyucu cümleinin tamamını öğrenmek için haberi “tıklayarak” açmaya mecbur bırakılmıştır. Oysa başlık tamamlansa okuyucu eğer gerçekten haber ilginçlik unsuru içeriyorsa merak edip tamamını okumak isteyecekti. Haberi hazırlayanlarsa haberde suni bir merak unsuru yaratmaya çalışmışlardır.



Resim 2.22

Hürriyet gazetesinin sağlık sayfasından 16.03.2019 tarihinde kaydedilen bu görsel bir haber başlığı içeriyor. Ancak haber başlığı konuya dair hiçbir bilgi vermiyor. Haber başlıklarının konuya ilişkin bilgi veren birkaç kelimeden oluşan ilginç ifadeler olması beklenmektedir. Ancak burada baş ağrısının herkesin sorunu olabileceği ancak nedeninin sadece baş ağrısı sorunu olanların bir kısmını ilgilendireceği düşünülerek haber başlığında nedene yer verilmemiş, okuyucunun haberi “tıklaması” istenmiştir.

New York Üniversitesi’nden Jay Rosen bir yazısında “tık gazeteciliğine” değinmekte ve gazeteciliğin güven için optimize edilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır:

“Temple Üniversitesi’nden Aron Pilhofer’in 2016 yılında bana sorduğu ‘ Eğer haber kuruluşları tıklanmalar, özel haberler ya da sitede vakit geçirilmesi için değil de güven için optimize edilseydi ne olurdu” sorusuyla bu konu üzerine düşünmeye başladım. Sorun şu; yüksek standartlı doğrulama ve yaratıcı bir bakış açısıyla güven için optimize etmeyi

nasıl bir arada yapabiliriz? Ve okuyuculardan, dinleyicilerden ve izleyicilerden nasıl destek bulabiliriz? Bu işi döndürme meselesi değil, gazeteci kalma meselesi. Gazeteciliğin hizmet verdiği kitlenin (o kurların, dinleyicilerin, izleyicilerin, abonelerin, üyelerin) gazetecilikten daha güçlü. Bunun bir nedeni daha fazla seçenekleri olduğu için bir nedeni de reklam gelirleri düştüğünde maliyetleri ödedikleri için. Şu unutulmamalıdır, gazeteciliğin kalitesi işinize değer veren ve bilen insanlarla olan ilişkinizin güçlülüğüne bağlıdır. Güven için optimize etmek, eğer haber kuruluşları yeni güç dengesinin farkına varırlarsa hayal gücündeki değişimin adı olacaktır”⁶⁶

2.9.2. Sağlık Okuryazarlığı

Sağlık okuryazarlığı; sağlık bakımı için yerine getirilmesi gereken kuralları uygulama, tıbbi eğitim broşürlerini, reçete edilen ilaçlarla ilgili talimatları, randevu kartlarını, doktorların açıklamalarını, hastanelerdeki onam formlarını anlama ve karmaşık sağlık sistemleri ile baş edebilme yeteneğini içerir. Ancak sağlık okuryazarlığı tanımı bununla da sınırlı değildir. Sağlık okuryazarlığı, kişinin hem kendi hem de toplum sağlığını iyileştirmek amacıyla doğru bilgi ve hizmete ulaşma ile bu bilgi ve hizmeti kullanabilme yeteneğini içerir. Ayrıca kaynakların doğru kullanılmasını, sağlık hizmetlerinde kalite koşullarının oluşturulmasını ve böylece yaşam biçimini değiştirebilecek düzeyde bireyin kendi sağlığının ve toplum sağlığının üzerinde yetkin olmasını da güçlendirir.⁶⁷

Sağlığı geliştirme alanında, ilk kez 1986 yılında Ottawa şehrinde “Uluslararası Sağlığı Geliştirme Konferansı” yapılmıştır. Bu konferansta, sağlıkla ilgili bilgilerin anlaşılabilir bir şekilde düzenlenmesi gerektiği ve toplumun buna uygun davranış geliştirmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bunun içinde sadece sağlık sektörü çabasının yetersiz olduğu, diğer sektörlerin de desteğinin önemi vurgulanmış ve “Sağlık Okuryazarlığı” kavramı öne

⁶⁶ Jay Rosen, “Optimizing Journalism for Trust”, **medium.com**, (Çevrimiçi), <https://medium.com/de-correspondent/optimizing-journalism-for-trust-1c67e81c123> , Erişim Tarihi 16.03.2019

⁶⁷ Gülay Çiler Erdağ, “Sağlığın Temel Belirleyicisi Olarak Sağlık Okuryazarlığı”, **Sağlık Okuryazarlığı**, Editörler: Yrd.Doç.Dr.Filiz Yıldırım, Dr.Dyt.Alev Keser, Ankara, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Yayını, Yayın No:3, 2015, s.2-3

çıkmiştir. Sağlık okuryazarlığı tanımı, ilk kez 1974 yılında Simonds tarafından yapılmış olup, bu tanım şimdiki tanımından farklılıklar göstermektedir.⁶⁸

Günümüzdeki sağlık okuryazarlığı tanımlarını bakacak olursak; “Sağlık okuryazarlığı, kişisel yaşam tarzını ve yaşam koşullarını değiştirerek kişisel sağlığı ve toplum sağlığını iyileştirmek amacıyla harekete geçmek için bir bilgi, kişisel beceri ve güven düzeyine ulaşılması anlamına gelir. Bundan dolayı sağlık okuryazarlığı, broşürleri okuyabilme ve söylenenleri yapabilmekten daha fazlasıdır. İnsanların sağlık bilgisine erişimini ve bunu etkili bir şekilde kullanma kapasitesini iyileştiren sağlık okuryazarlığı yetkilendirme için çok önemlidir. Sağlık okuryazarlığının kendisi okuryazarlığın daha genel düzeylerine bağımlıdır. Okuryazarlık durumunun zayıf olması insanların kişisel, sosyal ve kültürel gelişimini sınırlandırarak ve sağlık okuryazarlığına engel olarak kişilerin sağlığını doğrudan etkileyebilir.”⁶⁹

Bu tezde ele alınan konu sağlık haberciliği olduğundan sağlık okuryazarlığını da bu bağlamda değerlendirmek doğru olacaktır. Sağlık okuryazarlığı, insanların sağlık hizmetine erişimini, bilgileri ve yönlendirmeleri doğru algılayabilme ve kendi sağlık gereksinimlerini daha kolay karşılayabilmeleri için önem taşıyan bir konu olsa da sağlık enformasyonun temel kaynağının haberler olduğu bilgi teknolojileri çağında sağlık okuryazarlığı kavramının kapsamı da genişlemiştir.

Sağlık haberleri, okur ve izleyici için enformasyon içeren, uzman görüşü almayı kolaylaştıran, genel kültür veren metinlerdir. Ancak bu haberlerdeki mesajları doğru algılayabilmek, yanlış mesajları ayırt etmek ve bir kişisel filtre geliştirebilmek için sağlık okuryazarlığına ihtiyaç vardır.

Sağlık okuryazarlığı, sağlık eğitimi ve bireysel davranış odaklı iletişiminin ötesine geçerek sağlığı belirleyen çevresel, politik ve sosyal faktörleri de ele almaktadır. Sağlık

⁶⁸ Canan Kendir Çopurlar, Mehtap Kartal, “Sağlık Okuryazarlığı Nedir? Nasıl Değerlendirilir? Neden Önemli?”, **Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care**, Cilt 10, Sayı 1, 2016, s.43

⁶⁹ **Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Sözlüğü**, 1.Baskı, Ankara, Sağlık Bakanlığı Yayını No:14, 2011, s.10

eğitimi, daha kapsamlı bir anlayışla yalnızca bireysel yaşam tarzı kararlarını etkilemeyi değil, farkındalığı arttırmayı amaçlar ve bunu geliştirebilecek bireysel ve kolektif hareketlere teşvik eder. Sağlık eğitimi, sağlık okuryazarlığına y6n verir, kişisel ve sosyal fayda sağlar ve gelişime katkı sağlar.⁷⁰

Sağlık okuryazarlığı kavramı medya 6zerinden yorumlandığında medya okuryazarlığından bağımsız d6ř6n6lemez. Sağlık haberlerini doğru okuyabilmek eğitim ve kendini geliştirebilmekten geçer. Medyanın bilgilendirme işlevinin yanında y6nlendirebildiğini, kamu yararı g6zetmesinin yanında 7ıkarlarını da g6zettiği d6ř6n6lmeli, hiçbir medya mesajı sorgulamadan kabul edilmemeli. Sağlık okuryazarlığının medya boyutuna katkı sağlayacak bazı 6neriler ř6yle sıralanabilir:

- Her sağlık haberi geneli ilgilendirmez, hedef kitlenin gerçekte kim olduğu sorgulanmalı,
- Haberlerde g6r6ř6ne yer verilen herkes gerçekte bir uzman değildir, s6ylediklerinin 6nemi ‘kim’ olduğuna bağlı olarak değişir, araştırılmalı,
- Haber konusunun dayanağı nedir, bilimsel bir araştırmaya dayanıyor mu sorusuna yanıt aranmalı,
- Haberlerde verilen sağlıkla ilgili tavsiyeler geneldir, herkesin sağlık problemi farklı olduğundan uzmana danışmadan uygulanmamalı,
- Haber gerçekten kamu yararı i7in mi yapılmış yoksa gizli bir reklam i7eriyor mu, bir 6r6ne y6nlendiriyor mu 6zerine d6ř6n6lmeli.

Sağlık ve Sosyal Hizmet 7alışanları Sendikası’nın 2014 yılında 4924 kişiyle g6r6şerek hazırladığı “T6rkiye Sağlık Okuryazarlığı Araştırması”nda araştırmaya katılanların %64,6’sının sorunlu veya yetersiz sağlık okuryazarlığı kategorisinde yer aldığı saptanmıştır.

⁷⁰ WHO, “Health literacy and health behaviour”, **7th Global Conference on Health Promotion**, (7evrimi7i), <https://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/track2/en/>, Erişim Tarihi: 16.03.2019

Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Araştırması, toplumun sadece üçte birinin yeterli veya mükemmel sağlık okuryazarlığı düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Türkiye'deki erişkin nüfusun 35 milyonunun yetersiz ya da sorunlu sağlık okuryazarlığı kategorisinde yer aldığı anlamına gelmektedir. Yaş gibi değiştirilemeyen bir faktörle beraber, eğitim düzeyi ve sosyoekonomik düzey iyileştirilebilecek faktörler olarak sorunlu sağlık okuryazarlığının nedenleri olarak ön plana çıkmaktadır.⁷¹

⁷¹Sağlık ve Sosyal Hizmet Çalışanları Sendikası, **Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Araştırması**, Sağlık-Sen Yayınları No:25, Ankara, 2014, s.64

3. SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK VE KAMU YARARI

Etik ve kamu yararı olgusu gazeteciliğin her alanında büyük önem taşımaktadır. Ancak sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunun çok daha önemli olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü söz konusu olan toplum sağlığıdır. Yapılan haberlerin etik çerçeveden ayrılması toplum sağlığının göz göre göre riske atılması anlamına gelmektedir. Bu başlık altında etik ve kamu yararı olgusu tanımlanacak, sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu, gazetecinin etik sorumluluğu da göz önünde bulundurularak açıklanacaktır.

3.1. Etik Kavramı

Etik, en basit haliyle bir ahlak ilkeleri sistemidir. İnsanların nasıl karar vereceğini ve hayatlarına nasıl yönlendireceklerini etkiler. Etik bireyler ve toplum için neyin iyi olduğuyla ilgilidir ve aynı zamanda ahlaki felsefe olarak tanımlanmaktadır. Yunanca, gelenek, alışkanlık, karakter, eğilim anlamlarına gelen “ethos” kelimesinden türemiştir.⁷²

Etik, ahlak üzerine düşünmeyle ilgili bir davranış bilimi olarak tanımlanabilir. Toplumsal bir bağlamda davranışı düzenleyen ve neyin uygun ya da uygunsuz, izin verilir ya da verilmez, doğru ya da yanlış olduğu perspektifinden hareketle bir değerler, ilkeler ve kurallar bütünü. Bu anlamda şu soru üzerine düşünmek gerekir: Belirli bir durumda en sorumlu eylemler hangileridir?⁷³

İyi ve kötü, doğru ve yanlış kavramları ile ahlak etik kavramının temel konuları arasındadır. Bireysel olarak ve topluma karşı sorumluluklarımız, ahlaki değerler etik kavramı içinde değerlendirilir. Tutum ve davranışlar etik değerlere göre şekillenmekte, aile, iş, özel hayat da etik değerlere göre inşa edilmektedir.

⁷² BBC, “What is ethics?”, (Çevrimiçi), http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml , Erişim Tarihi:16.03.2019

⁷³ Hubb Evers, “Medya Etiği”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010, s.47

Etik, görevle ilgilidir. İnsanın kendisine ve diğer insanlara karşı olan görevlerini kapsamaktadır. İnsan yaşamın yapısal gereği olarak bu, hem bireysel hem toplumsal alanda ortaya çıkmaktadır. Bizler, yaşantımızın gereği, hem kendi içimizde birey olarak hem dış dünyada diğer insanların bize karşı yaptıkları davranışlara tepki verirken, iyi ya da kötü eylemlerde bulunuruz. İşte, bu bireysel ve toplumsal ahlak ikiliği ya da sentezi, etik kavramın kendi özünde bulunmaktadır.⁷⁴

Etiğin genel olarak bir başka tanımı ‘olması gereken şeylere duyulan ilgi’ şeklinde yapılabilir. Etik, her şeyden önce istenebilecek bir yaşamın araştırılması ve anlaşılmasıdır. Daha geniş bir perspektiften bütün etkinlik ve amaçların yerli yerine konulması; neyin yapılacağı ya da yapılmayacağının; neyin isteneceği ya da istenmeyeceğinin; neye sahip olunacağı ya da olunamayacağının bilinmesidir.⁷⁵

Etik, ahlaktan bağımsız açıklanamaz. Öylesine bütünleşmiş iki kavramdır ki zaman zaman eş anlamlı gibi kullanılmaktadır. “Dilimize Arapça ‘hulk’tan gelen ahlak, varoluşsal bir doğruyu kastetmektedir, yaradılıştan sahip olunan huy ve din, tabiat, karakter anlamlarını taşır ama ahlak kelimesindeki kural doğadan, ethos yani etik kelimesindeki kural ise sonradan getirilmiştir. Dolayısıyla her iki kelimedede de kural anlamı olmasına rağmen ahlak kelimesinin içindeki kural varoluşsal; etik içindeki kural ise üzerinde sonradan anlaşılan kural anlamına gelmektedir.”⁷⁶

Etik, insan yaşamını yön veren bir kavramdır. Bu nedenle etik yalnızca bireysel ve toplumsal etik kavramlarıyla açıklanamaz. Her insanın yaptığı işin, sahip olduğu mesleğin de etiği vardır. İnsanlar işlerini etik çerçevede yapmaya çalışırlar, meslektaşları ve hizmet verdikleri insanlara ya da kurumlara karşı de etik kurallar içinde hareket ederler. Her mesleğin olduğu gibi kamu yararını gözetmesi gereken gazeteciliğin de etik kuralları vardır.

⁷⁴ Murat Özgen, **Gazetecinin Etik Kimliği**, 2. Baskı, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2002, s.39

⁷⁵ Gülbuğ Erol, **İletişim ve Etik**, 1. Baskı, İstanbul, Hiperlink Yayınları, 2012, s.32

⁷⁶ Erol, **a.g.e.**, s.33

3.2. Medya Etiği

Basın dördüncü kuvvet olarak tanımlanmaktadır. Kamuoyunu bilgilendirme görevinin dışında yönlendirme işlevi de vardır ve bu yönlendirme işlevi azımsanamayacak güçtedir. Böylesine güçlü bir işleve sahip olan medyanın gücünün otoriteye karşı korunması gerekmektedir. Medya etiği hem basın çalışanlarının görevini özgürce yerine getirebilmeleri için ortaya çıkmış hem de gücün kötüye kullanılmaması için önlem olmuştur.

Gazetecilik etiği için ortaya atılan düşüncelerin tarihi gelişimine baktığımızda doğrudan tarihsel koşullar içinde biçimlenmiş bir dizi ilke ile karşılaşmaktayız. Bu ilkelerin temelinde yatan “düşünce ve ifade özgürlüğü” fikri Hobbes ve Locke’un toplum sözleşmesi kavramına uzanmaktadır. Her bireyin istenci ve katılımıyla oluştuğu varsayılan “sözleşme”de bu özgürlükler, devletin karışmaması ancak korunması gereken bir alan içinde tarif edilmiştir. Başlangıçta devletin baskısına karşı korunması gereken ifade özgürlüğü, John Stuart Mill’in düşüncesinde çoğunluğun baskısına yönelik bir endişeyle bütünleşmiştir. Böylece ifade özgürlüğü, tek bir bireyin bile düşüncesini dile getirebileceği koşulların, demokrasinin ayrılmaz bir parçası olduğu vurgusu ile daha da sağlama alınmaya çalışılmıştır.⁷⁷

Philip Schlesinger’e göre, 1990’lardan itibaren hesap verebilirlik kavramı medya etiğiyle ilgili tartışmalarda yer bulmaya, okuyucuya/izleyicilere hesap verme, hesap vermenin şeffaflığı gibi kavramlar dönemin hakim retoriğini oluşturmaya başlamıştır. Medyanın etik-toplumsal sorumluluğunu yerine getirebilmesi için, özdenetim girişimlerinin etkinleştirmelerin çağrı yapan hesap verebilirlik anlayışı doğrultusunda medya şirketleri, izleyici/okur temsilciliği gibi kurumsal mekanizmaları işletmeye, çeşitli etik ilkelere bağlılıklarını ilan etmeye başlamış; meslek örgütlerinin, cemiyyet ve derneklerin girişimleriyle yayıncılık konseyleri gibi özdenetim

⁷⁷ Ayşe İnal, “Tarihsel gelişimi içinden gazetecilik etiğini yeniden düşünmek”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010, s.28

konseyleri/kuruluşları oluşturulmuştur. İşte bugün karşı karşıya olduğumuz medya etiği manzarası böyle bir tarihsel sürecin ürünüdür.⁷⁸

Tüm demokratik toplumlarda siyasal sürecin önemli ve ayrılmaz bir parçası olan medyaya, görevlerini yerine getirmesi için bazı ayrıcalıklar tanınmıştır. Bunun karşılığında gazetecilerden etik değerler çerçevesinde çalışmaları beklenmektedir. Doğruluk, dürüstlük, hakkaniyet, dengeli ve sorumlu habercilik gibi ilkeler etik gazeteciliğin temelini oluşturmaktadır. Medyanın kamunun çıkarına uygun davranabilmesi için yalnızca niceliksel değil aynı zamanda da niteliksel olarak katkısının olması gerekmektedir. Bu katkıyı içeriklerin daha özenli ve kaliteli olması biçiminde açıklayabiliriz.⁷⁹

Etik Gazetecilik Ağı (Ethical Journalism Network) Direktörü Aida White, etik gazeteciliğin olmazsa olmaz 5 şartını şöyle sıralıyor:

1. Doğruluk ve Kesinlik
2. Bağımsızlık
3. Adalet ve Tarafsızlık
4. İnsaniyet
5. Hesap verebilirlik⁸⁰

Medya etiğinden bahsedilirken yalnızca kişisel olarak gazetecilerin uyması gereken kurallar bütünü algılanmamalıdır. Medya etiği, medya kuruluşlarına da sorumluluk yükleyen prensiplerdir. Medya kuruluşlarının hem topluma hem de çalışanlarına yönelik etik sorumluluğu vardır. Medya kuruluşları gazetecilere etik kurallara uygun çalışabilme olanağı yaratmalıdır. Bağımsızlık ilkesi gazeteciden çok medya kuruluşunu ilgilendirmektedir. Çünkü gazeteciler medya kuruluşunun yayın politikasından ayrı hareket edememektedirler.

⁷⁸ Oğuzhan Taş, “Medya etiğinin tarihsel temelleri ve gelişimi”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010, s.20

⁷⁹ Gönenç, **a.g.e.**, s.231

⁸⁰ Aida White, “Five Core Principles of Journalism”, (Çevrimiçi), <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>, Erişim Tarihi: 16.03.2019

Etik bizi “Benim yaptığım yol bu” ya da “Her zaman gidilen yol bu” dünyasından çıkararak “Yapmam gereken bu” ya da “ Rasyonel olarak adaletli olan hareket bu” alemine götürür. Bu anlamda etik bir dış sestir. Örneğin bir gazeteci ile halkla ilişkiler profesyoneli bir hikayeye dair gerçekleri farklı algılayabilir çünkü kendi görevleri açısından bakarlar ve her birinin işleriyle ilgili farklı değer ve sorumlulukları vardır. Ancak etik çatısı altında profesyonelce “olması gerektiği gibi” davranırlar.⁸¹

Medyanın hem demokrasiyle hem de toplumla olan yakın ilişkisi nedeniyle, insan haklarına katkıda bulunurken sahip olduğu kalitesini etik ilkelerle birlikte hukuksal yollarla da elde etmektedir. UNESCO’nun McBride raporuna göre medyanın demokratik toplumlarda üstlenmesi gereken sorumluluklarını: haber bilgi verme, bireyleri toplumsal hayata hazırlama, bilgi ve eğitim düzeyini yükseltme, eğlendirme, bütünleştirme olmak üzere sekiz başlıkta toplamak mümkündür.⁸²

3.3. Gazetecinin Etik Sorumluluğu

Gazeteci, basın özgürlüğünü, halkın doğru haber alma, bilgi edinme hakkı adına dürüst biçimde kullanır. Bu amaçla her türlü sansür ve otosansürle mücadele etmeli, halkı da bu yönde bilgilendirmelidir. Gazetecinin halka karşı sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine karşı olmak üzere, öteki tüm sorumluluktan önce gelir. Bilgi ve haber ile özgür düşünce, herhangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal bir nitelik taşır. Gazeteci, ilettiği haber ve bilginin sorumluluğunu üstlenir ve paylaşır. Gazetecinin özgürlüğünün içeriğini ve sınırlarını, öncelikle sorumlulukları ile meslek ilkeleri belirler.⁸³

⁸¹ Denie Elliott, “An Introduction to Ethical-Decision Making Essay: Cases and Moral Systems”, **Media Ethics-Issues and Cases**, Ed:Philip Patterson, Lee Wilkins, Chad Painter, Maryland, Rowman&Littlefield, 2019, s.4

⁸² Seçil Banar, “Medyada Etik Sorumluluk Anlayışı:2005 Yılında Türk Medyasına İlişkin Değerlendirmeler”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 24, İstanbul, İÜ Basım ve Yayınevi, 2006, s.49

⁸³ Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, “Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”, (Çevrimiçi),<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>, Erişim Tarihi: 17.03.2019

Gazetecinin en büyük sorumluluğu halka karşıdır ve bu sorumluluğu yerine getirebilmesi için aslında yapması gereken tek şey mesleğini, etik kurallar çerçevesinde yapmasıdır. Bir gazetecinin, gazetecilik görevini yerine getirmemesi ya da getirememesi en çok halka zarar verir. Çünkü halkın haber alma kaynağı gazetecilerdir. Gazetecilerin mesleğini gerektirdiği gibi yapamadığı zamanlarda dezenformasyon yayılır. Belirli grupların, güç sahiplerinin bilinçli kamuoyu yönlendirme faaliyetleri devreye girer, halk kolaylıkla manipüle edilebilir.

Gerçek, doğru ve tarafsız habercilik yapmak gazetecinin en temel etik sorumluluğudur. Gazeteci halkın bilgi alma hakkı için kendi araştırma, haber alma, eleştirme özgürlüklerini savunmalıdır. Kamuoyunun haberdar olması gereken her olayı paylaşmak gazetecinin görevidir. Gazeteci bulunduğu konumu ve gücü kamuoyunu yanıltmak ve manipüle etmek için kullanmamalıdır, bu gazeteciliğin bir parçası olamaz.

Gazeteciler kendi çıkarlarını kamuoyu çıkarlarından öncelikli görmemelidir. Hiçbir haberden kazanç elde etmemesi gereklidir. Gazetecinin tek kazancı mesleği karşılığında aldığı maaş olmalıdır. Aksi takdirde gazetecilik faaliyetlerine gölge düşebilir.

Gazetecilikle ilgili etik değerler, başka meslekler için olduğu ölçüde temelde “nasıl bir dünya hepimiz için, bütün toplum için en iyisidir” sorusuna verdiğimiz yanıtta içerilmektedir. Bütün insanların eşit ve özgür yaşayabileceği bir dünya arzusu, özgürleşimci herhangi bir toplumsal projenin parçası olmak isteyen gazeteciyi “etik” yapabilir ancak. Ancak, böylesi bir arzuyu ya da hayali gerçekleştirmek için gazeteci olmaya gerek yoktur belki ama gazetecilerin, bilgiyle kurdukları özel ilişki nedeniyle böylesi bir dünyaya katkı sunabilmeleri için yeterince pratik nedenleri vardır. Bu bağlamda gazetecilik etiğinin sınırlarıyla ilgili bilgi, etik duruşun en önemli kaynağı olacaktır.⁸⁴

⁸⁴ Gülseren Adaklı, “Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Mülkiyet ve Kontrol Sorunu”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakóltesi Yayını, 2010, s.91

Gazeteci, başta barış, demokrasi ve insan hakları olmak üzere insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunur. Milliyet, cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefi inanç ayrımcılığı yapmadan tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını tanır. İnsanlar, topluluklar ve uluslararasıdaki nefreti, düşmanlığı körükleyici yayından kaçınır. Öte yandan gazeteci; kamuya mal olmuş bir kişi bile olsa, halkın haber alma, bilgilenme hakkıyla doğrudan bağlantılı olmayan, hiçbir amaç için, izin verilmedikçe, özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlal edemez. Gazeteci; çalıntı, iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipölasyon, söylenti, dedikodu ve dayanaksız suçlamalardan kesinlikle uzak durur.⁸⁵

Gazetecilerin etik sorumluluğu, hem ülkeler bazında hem de küresel ölçekte basın meslek örgütlerinin bildireleriyle belirlenmiştir. Türkiye’de de Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde gazetecilerin haklarını ve uyması gereken etik kuralları belirlemiştir.

3.4. Gazetecilikte Kamu Yararı

Türk Dil Kurumu, kamu kavramını bir ülkedeki halkın bütünü olarak tanımlamaktadır. Bu da demek oluyor ki kamu bir kesimi, toplumun bir bölümünü, bir grubu ya da bir milleti temsil etmemektedir. Kamu bir ülkede yaşayan insanların tamamını kapsamaktadır. Kamu yararı denildiğinde de din, dil, ırk ayrımı yapılmadan bir ülkedeki tüm insanların yararının gözetilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Kamu yararı, devletin gereksinimlerine cevap veren ve bu ihtiyaçları karşılayan, topluma yarar sağlayan değerler bütünüdür. Geniş anlamıyla, ulusun, toplumun gereksemelerini karşılayan, toplumun bütün çıkarlarını gerçekleştirmek amacıyla girişilen çalışmalardır.⁸⁶

⁸⁵ Girgin, a.g.e., s.246

⁸⁶ Türk Dil Kurumu, **Büyük Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=179785, Erişim Tarihi: 17.03.2019

Gazeteci, siyasi, ticari, sosyal yaşamını sürdürmesi için gereken bilgileri kamuya sunma göreviyle yükümlüdür. Bu görevi okuyucuların ilgisini çekecek tarzda yerine getirmek önemlidir. Gazeteci, kamu yararı ile bireyin mahremiyeti arasındaki çelişkili durumu ve dengeyi gözetmeli, kamu yararının öne geçtiği durumları görebilmelidir. Her türlü gazeteciliğin kamu yararı için yapıldığı söylenir, ama sadece bir kısmı gerçekten öyledir. Gazetecilikte tarifi en zor kavramlardan biri olan kamu yararı, gazetecilik mesleği için çok merkezi bir yere sahiptir.⁸⁷

Kamu yararı kavramı anayasa ve yasalarla güvence altına alınmasına karşılık, sınırlarının oldukça geniş ve soyut olması, diğer hizmet alanlarında olduğu gibi gazetecilikte de bu kavramın yanlış yorumlanıp uygulanmasına neden olmaktadır. Gazetecilik alanında kamu yararı çoğunlukla ‘kamu merakının giderilmesi’ olarak anlaşılmakta, ancak bu anlayış yerine getirilirken çoğu kez kişilik haklarının zedelenmesi ve bireysel mahrem alanının aleniyete dökülmesi gibi yanlış uygulamalara sebebiyet vermektedir. Birçok alanda yapılan uygulamaların temel hareket noktası kamu yararı olmasına karşın kavramın genişliği ve soyutluğu öznel değerlendirmelere yol açmaktadır. Bunun sonucunda da eylemlerin kamu yararına göre gerçekleştirilmesi değil, kamu yararı tanımlamalarının eylemlere göre biçimlendirilmesi ve yorumlanması anlayışı kendini göstermektedir. Bu konudaki sorunun çözüm yollarından biri ise kamu yararının kamusal sorumluluk ilkesiyle beraber değerlendirilmesi gerektiği hususundadır.⁸⁸

Gazetecilikte kamu yararı kavramı, özel hayatın gizliliği ilkesiyle birlikte değerlendirilmelidir. Kamu yararı söz konusu olduğunda özel hayatın gizliliği de ihlal edilebilmektedir. Ancak gazetecinin haberin yayınlanmasında gerçekten kamu yararı gözetildiğinden emin olması gerekmektedir.

⁸⁷BBC, “Kamu Yararı”, (Çevrimiçi), <https://www.bbc.co.uk/academy/tr/articles/art20140408123758668>, Erişim Tarihi: 17.03.2019

⁸⁸ Tuğba Akdal, “Haberciliğin Etik Kodları Bağlamında Gazetecilerin Polis Adliye Haberlerine Ve Haber Öznelerine Bakışıyla İlgili Bir Derinlemesine Mülakat Çalışması”, **Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 18, Ankara, 2017, s.2073

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde kamu yararı söz konusu olduğunda özel hayatın gizliliğinin ihlal edilebileceği koşulları şu şekilde sıralamıştır:

a) Büyük bir suç yahut yolsuzluk üstüne araştırma ve yayın.

b) Toplumı kötü etkileyici bir tutumla ilgili araştırma ve yayın.

c) Toplumun güvenliğinin veya sağlığının korunması.

d) İlgili kişinin sözleri yahut eylemleri sonucu halkın yanıltılmasının, yanıltılmasının veya yanlış yapmasının engellenmesi.”⁸⁹

“Özgür gazeteciliğin, demokrasi için gerekli bir koşul olduğu” görüşünün iki bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; medyanın hükümet üzerinde bir gözlemci gibi çalışmasıdır. Basın, ne derece büyük bir bağımsız güce sahip olursa olsun, hükümetin öteki unsurlarına göz kulak olan, onları denetleyen bir dördüncü güç gibi çalışır. İkincisi ise bilgi sahibi olmak, eleştiri haklarını kullanmak isteyen bireyler için gerekli bir araç olmasıdır. Basın, halkın sağlıklı yargılarda bulunabilmeleri için gerekli temel sorunlar hakkında bilgi ve haber sağlar. Aynı zamanda farklı fikirlerden haberdar olunmasını güvence altına alarak, bu konular üzerinde halkın fikir alışverişinde bulunabileceği bir forum işlevi görür.”⁹⁰

Kamu yararı kavramı, bir gazeteciye işini yaparken hem bir özgürlük alanı sunmakta hem de sınırlandırmaktadır. Bir konunun haber olup olmayacağı ikilemi için kamu yararı kavramı turnusol görevi görecektir. Gazetecinin kamu yararı nedeniyle elde ettiği haber yapma özgürlüğünü kötüye kullanmaması gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki bir gazetecinin verdiği haberler güvenilirliği ölçüsünde takip edilmekte ve inandırıcı olmaktadır.

⁸⁹ Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, “Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”, (Çevrimiçi), <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>, Erişim Tarihi: 17.03.2019

⁹⁰ Atilla Girgin, **Yazılı Basında Haber ve Habercilik “Etik”i**, İstanbul, İnkılap Yayınları,2000, s.179

3.5. Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı Olgusu

Etik ve kamu yararı olgusu tüm gazetecilerin mesleklerini yaparken pusulaları konumundadır. Gazetecilik mesleği etik ilkelere bağlı kalarak, kamu yararı olgusu çerçevesinde yapılabilir. Aksi şekilde mesleğini yapanlar gazeteci olarak nitelendirilemez. Ancak gazetecilik ismi altında çıkar gözeten kişiler olabilirler.

Sağlık haberciliğinde ise etik ve kamu yararı olgusu daha fazla önem kazanmaktadır. Nedeni konunun sağlık olmasından gelir. Herhangi bir sağlık haberi birey ve toplum sağlığını doğrudan etkileyebilme gücüne sahiptir. Haberlerde yanlış verilen bir bilgi, okurun ya da izleyicinin yanlış bir uygulama yapmasına neden olabilir. Tam da bu noktada aslında sağlık habercisinin de bir doktor gibi düşünmesi gerekmektedir. Yanlış anlaşılabilir hiçbir bilgi, herhangi bir insana zarar verebilecek tek bir görüş bile sağlık haberlerinde yer almamalıdır. Örneğin; sık sık gündeme gelen kolesterol tartışmalarının sağlık haberlerinde verilmesi konusuna değinecek olursak, belirli aralıklarla bazı uzmanlar yıllardır kolesterole neden olduğu söylenen besinlerin aslında kolesterole neden olmadığı iddialarında bulunmaktadır. Sağlık habercisinin kamu yararını gözeterek bu iddiaların iddia olduğunu asla unutmaması gerekir. Herhangi bir yanlış ifade, görüşü onaylayan bir söz kolesterol hastası olanlarda hayati riske neden olabilir.

Sağlık Gazetecileri Derneği Üyeleri, gazetecilerin sağlık haberlerini hazırlarken özel bir sorumluluğu olduğuna inanmaktadır. Bu sorumluluk, zaten gazeteciliğin doğasında olan takipçiliği güç odaklarına karşı yürütmesi ve sesi zayıf çıkanlara ses olmasını gerektirir. Sağlık habercileri, sağlık haberleri okuyucularının ya da izleyicilerinin haberlerde yer alan bilgilere göre önemli sağlık kararları alabileceğini bilmelidir.⁹¹

Gazeteciler kendilerini, toplumun onlara verdiği özel özgürlükle, kamuyu ilgilendiren önemli sorunlar hakkında bilgi sağlayan “lisanslı doğru anlatıcıları” olarak görürler. Gazeteciliğe biçilen bu rol anlayışı tamamen yerleşmiştir ve birçok belgede bu ifadeler

⁹¹ Gary Shwitzer, “A Statement of Principles for Health Care Journalists”, *The American Journal of Bioethics*, Cilt 4, Sayı 4, s.10, (doi:10.1080/15265160490908086)

rastlanmaktadır. Doğrunun peşinde koşmak ve mümkün olduğu kadar aktarmak, bağımsız hareket etmek, en az zararı vermek ve hesap verebilir olmak ilkeleri birçok belgede yer almıştır.⁹²

Sağlık haberciliğinde etikten bahsederken atlanmaması gereken önemli konulardan biri de “umut vermek”tir. Sağlık haberleri bazı okur ve izleyiciler için umut kaynaklarıdır. Bir hastalığı olan okur ya da izleyici sağlık haberlerini kendi derdine çare bulmak için takip eder. Doğru olmayan bir bilgiye yer vermek, alanında uzman olmayan kişileri konuşturmak, kanıtlanmamış tedavi yöntemlerini gündeme getirmek bu insanlar için boş umutlar yaratmaktadır. Bu nedenle dikkat çekmek adına sansasyonel haberlerden, mucizevi yöntemler sunan uzmanlardan uzak durmak bir sağlık habercisinin kamuya karşı en büyük sorumluluklarından birisidir.

Sağlık ve tıp alanında habercilik yapanlar, hem gazeteciliğin hem de sağlık ve tıp alanının etik kurallarını gözetmek zorundadır. Bunları asıl olarak gözetecek olan kuşkusuz bu etkinlik sırasında bir araya gelen ve iş birliği yapan kesimlerdir. Sağlık çalışanı ya da hekim kendi etik kuralını, gazeteci de kendi etik kuralını koruyacaktır. Bu kuralların bir bölümü zaten kesişeceği için genel olarak sorun çıkmayacaktır. Ancak bazı noktalarda taraflar diğerinin etik kurallarını bilmek ve onun bu etik kurallara uygun davranıp davranmadığını da gözlemek zorundadır.⁹³

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde sağlık haberciliğiyle ilgili bir maddeye de yer vermiştir. “Sağlık konusunda sansasyondan kaçınılmalı, insanları umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmamalıdır. Tıbbi alandaki araştırmalar kesinleşmiş sonuçlar gibi yayınlanmamalıdır. İlaç tavsiyesinde mutlaka uzmana danışılmalıdır. Hastanelerde araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmeli ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin

⁹² Franz Krüger, “Ethical Journalism in a time of AIDS”, **African Journal of AIDS Research**, Cilt 4, Sayı 2, 2005, s.126-127 (doi: 10.2989/16085900509490351)

⁹³ Sütlaş, **a.g.e.**, s.145

izniyle girmelidir. Yetkilinin, hastanın veya yakınının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda hiç bir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.”⁹⁴

Sağlık ve tıpla ilgili haberler eğer doğru ve gerçeği tam yansıtacaksa, toplumu doğru bilgilendirecekse bunlar bu alanda uzmanlaşmış haberciler tarafından yazılmış olmalıdır. Bu hem gazetecilik hem tıp alanının hem de toplumun yararına. Yeterli bilgi ve deneyime sahip olmadan el yordamıyla yapılan yayıncılığın ulaşacağı olumsuzlukları önceden kestirmek mümkün olabilmektedir. Yeterli sayıda sağlık alanına özel uzman haberci yoksa bu kişiler bulunmalı, yetiştirilmelidir. Kamunun sağlık ilgili konularda haber alma ve bilgilenme hakkı bunu gerektirir. Bilgilenme ve haber alma hakkı bunlar doğru yapılırsa gerçekleşir.⁹⁵

Türkiye’de uzmanlaşmış sağlık muhabirlerinin sayısı oldukça azdır. 90’lı yıllarda özellikle gazetelerde başlayan sağlık muhabiri istihdamı sonrası sağlık muhabirleri, sağlık alanında haber yaparken uzmanlaşmış olmanın önemini her fırsatta vurgulamışlardır. Bu amaçla 1991 yılında eğitim ve sağlık alanında uzman muhabirler bir araya gelerek örgütlenmiştir. Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği, günümüzde her ne kadar aktif faaliyet göstermese de varlığını sürdürmektedir. Dernek 1999 yılında uzmanlaşmayı pekiştirmek ve sağlık haberciliğinin etik sorumluluğunu belirlemek için Türk Tabipler Birliği ve TÜBİTAK ile birlikte “Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi” hazırlamışlardır:

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

⁹⁴ Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, “Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”, (Çevrimiçi), <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>, Erişim Tarihi: 17.03.2019

⁹⁵ Erdal Kart, “Türkiye’de Sağlık Haberlerine ve Sağlık Haberciliğine Eleştirel Bir Bakış”,(Çevrimiçi), <https://evrimagaci.org/turkiyede-saglik-haberlerine-ve-saglik-haberciligine-elestirel-bir-bakis-7201>, Erişim Tarihi: 17.03.2019

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

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

4. Sağlık haberinin sorumluluğunu sağlık habercisi 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 sorumluluğun sağlık habercisine verilmesidir.

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

6. Sağlık habercileri için bir bilimsel danışma havuzu oluşturulmalıdır. Haberin oluşturulması hazırlayanın sorumluluğu altındadır. Ancak bu aşamada haberci-bilim

adamı-hekim işbirliğini sağlayacak mekanizmalar geliştirilmelidir. Türk Tabipleri Birliği, uzmanlık derneklerinde sağlık muhabirlerinin danışabileceği birimler oluşturmalıdır.

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

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

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

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

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

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

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

kuralları ihlal edenler meslek kuruluşları ve birliklerince kamuoyuna açıklanmalıdır.”⁹⁶



⁹⁶ Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği, “Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi”,(Çevrimiçi),<http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>, 1999, Erişim Tarihi: 17.03.2019

4. UYGULAMA: SAĞLIK MUHABİRLERİ İLE TÜRKİYE’DEKİ SAĞLIK HABERCİLİĞİNDE ETİK VE KAMU YARARI OLGUSU ÜZERİNE GÖRÜŞME

Çalışma boyunca ele alınan “Türkiye’de sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu” konusu bu bölümde de uygulamayla anlatılmaya çalışılacaktır. Türkiye’deki ana akım televizyon kanalları ve gazetelerdeki sağlık muhabirlerinden bir kısmı ile görüşülerek sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusuna ilişkin sorular yöneltilecektir. Sağlık muhabirleri bu bölümde 11 soruya yanıt verecektir.

FATMA DEMİR TURGUT – TRT HABER - 23.03.2019

1- Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Sağlık haberciliğinin mazisi Türkiye’de yazılı basında biraz daha eski olsa da, televizyonlar için daha yeni bir kavram sayılabilir. Televizyonların sayıca az muhabirle çalışması, muhabirlerin her alana bakmaya mecbur bırakılması uzmanlaşmanın önünde büyük bir engel olarak durmaktadır. Fakat buna rağmen uzmanlaşmanın önemi giderek anlaşılmakta ve uzman sağlık muhabirlerinin sayısı giderek artmaktadır. Medyanın toplumdaki önemli gücü düşünüldüğünde verilen bilginin doğru ya da yanlış olmasının yansıması da o ölçüde olmaktadır. Tabiri caizse yaptığınız haberlerle hayat da kurtarabilirsiniz, hayat da karartabilirsiniz. Toplum medyada yer alan hekimlerin en iyi bilgiye sahip, güvenilir olduğuna inanmaktadır. Sağlık okuryazarlığının çok düşük olduğu Türkiye gibi ülkelerde sağlık haberciliğini bu alanda uzman muhabirlerin yapması elzemdir. Maalesef çoğu haber uzman muhabirlerin elinden çıkmamaktadır. Hastanelerden ya da hekimlerin basın danışmanlarından gelen metinler, araştırılmadan, başka kaynaklardan teyit edilmeden ‘kopyala yapıştır’ şeklinde basında yer almaktadır. Bu alanda inanılmaz bilgi kirliliği mevcuttur. Bu kirliliğin önüne ise alanında uzman sağlık habercileri ile geçilebilir. Yakın zamanda yaşadığım bir olayı anlatmak istiyorum. DMD gibi tedavisi mümkün olmayan kas hastalığına sahip olanlar, medyada yer alan haberler nedeni ile hasta çocuklarını binlerce lira vererek Hindistan’a kök hücre tedavisine götürmektedir.

Türkiye'nin en önemli gazetelerinden birinde röportajlar yapan bir hayli tanınmış kişi, DMD hastası bir çocuk ve ailesi ile röportaj yapmış , sonrasında ise bir yardım kampanyası düzenleyerek çocuğu Hindistan'a göndermiştir. Özellikle bu haber sonrasında tüm aileler doğal olarak, çaresizliğin de vermiş olduğu hislerle çocuklarını Hindistan'a götürmek için büyük bir çaba içine girdi. Sadece bu değil, medyada konu ile ilgili çok sayıda Hindistan'daki bu tedavi ile ilgili sayısız olumlu haber yer aldı. Ben de bu konuyu araştırmaya karar verdim. Kas hastalığında Türkiye'de bir elin parmaklarını geçmeyen Üniversite hastanelerindeki uzmanlara ulaştım. Maalesef gerçek bu haberlerdeki gibi değildi. Bilim dünyası, bu tür kas hastalığına iyi gelecek bir kök hücrenin henüz olmadığını, onca insana gereksiz yere ümit verildiğini söylüyordu. Yaptığım haber kas hasta ve yakınlarını büyük hayal kırıklığına uğrattı, o kadar inanmışlardı ki. Ama gerçek olan ve yapılması gereken buydu. Maalesef özellikle çaresiz hastalıklarda daha da dikkatli, sorumlu haberler yapılması hayati bir önem taşıyor. Avantajlarına gelince, insanların hayatlara dokunuyorsunuz, yardım etme imkanını buluyorsunuz. Bu durum mutlu ediyor, yaptığınız işi sevmenizi sağlıyor. İşe yaradığınızı hissettiriyor. Benim için avantajları bunlar.

2- Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Bu da aslında tecrübe ile oluyor. Uzman muhabir, hangi kaynağın güvenilir olduğunu çok kolay ayırt edebilir. Zaman zaman çok sayıda haber kaynağını aradığım da oluyor. Şöyle ki uzmanlık; kafanızda soru işaretleri oluşmasını sağlıyor. “Böyle bir konu gelmiş ama, bu böyle değildi” diyebiliyorsunuz. Sorgulamak işin püf noktası.

3- Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Çok fazla sorunla karşılaşmıyorum. Basın danışmanlarının ısrarından ve tabiri caizse, “tereciye tere satan” tavırlarından hoşlanmıyorum

4- Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

- Seçilen konuya,
- Toplumun ne kadarını ilgilendirdiğine,
- Kimin tarafından yaptırıldığına dikkat ediyorum.

Arkasında bir kurum, uzman ya da firma olsa da toplum faydası göz önünde bulundurularak haberin yapılması da gerekebiliyor. Örneğin tedavisi olmayan bir hastalığa karşı ilaç geliştirildiğinde, bu haberlerin yapılmaması diye bir şey olamaz. Bu ilacın üretilmesinin arkasında ticari bir firma bulunuyor. Burada önemli olan halkı yanıltacak , maddi manevi zarara uğratacak kurum, uzman ve firmaların farkında olmak. Örneğin SMA hastalığına karşı geliştirilen ve kürü milyonları bulan ilacın arkasında da ticari bir firma var.

Şu konuya dikkat çekmek istiyorum. Muhabirler genellikle özel hastanelerle çalışmayı tercih etmekte. Bunun nedeni de haber kaynağına daha kolay ulaşmak. Devlet, eğitim araştırma ve üniversite hastanelerindeki hekimlerine ulaşmanın daha zor olması nedeni ile çok tercih edilmemekte. Ben daha çok devlet hastanelerindeki hekimlerden görüş almayı tercih ediyorum. Ayrıca, özellikle TV’lerde ne söylediğine bakılmaksızın, dikkat çeken, akıcı konuşan, seyircisi bol isimlerin sık sık ekranda boy gösterdiğini de görüyoruz. Medyada sık görünen, sansasyonel açıklamalarla halkı yanıltan isimlerden uzak durmaya çalışıyorum. Kurumuma da bu isimlerle haber yapmayacağımı ayrıca bildirdiğimi de eklemek istiyorum.

5- Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

En çok o konunun gerçekten uzmanı olup olmadığına dikkat ediyorum. Sürekli aynı uzmanlara değil, farklı uzmanlara da yer veriyoruz. Ayrıca TV haberinde röportaj yapacağınız kişinin nasıl görüldüğü, akıcı konuşup konuşmamasının da önemi var. Bunlara da dikkat ettiğimi söylemeliyim. Akademik unvanı olan uzmanları tercih ettiğimiz de bir gerçek. Unvanı olmayıp konunun uzmanı olanlardan da görüş

alabiliyoruz. Ayrıca telefona cevap veren, iletişime açık ve pozitif uzmanlar da tercih sebebimiz oluyor.

6- Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Daha önceki soruların cevaplarında da yazdığım gibi en çok bu tür doktorlardan uzak durmaya çalışıyorum. İnanmadığınız biri ile haber çalıştığınızda işinize olan saygınızı yitirirsiniz. Yer vermek zorunda olduğunuzda da mümkünse kurumunuza bu kişinin neden ekrana çıkmaması gerektiğini uygun bir dille anlatmalısınız. Uzmanlığınıza önce kurumunuz inanmalı. Yoksa halkı inandırmak da kolay olmayabilir. Yapmak zorunda olduğum çok olmadı.

7- Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Çok büyük sorumlulukları var. Etik olunmazsa hayat karartabilir, maddi manevi zarara uğratabilirsiniz. Sizin ağzınızdan çıkan bir kelimenin bile büyük önemi var. Aslında bu işi yaparken en sihirli kelime ‘empati’. Sizin ya da bir yakınınızın başına bir şey geldiğinde, ne halde olacağınızı, o çaresizliğinizi düşünmelisiniz.

8- Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Araştırmadan, toplumda neye mal olacağını düşünmeden, halkı hiçe sayan, neye hizmet edildiğinin farkında olmadan ya da farkında olarak yapılan haberler. Ayrıca bir takım çıkarlar nedeni ile gerçeğin halktan saklanması. Meslek ahlakının olmaması , toplum için en büyük felaketlerden biri. Hele de gücü bu kadar elinizde bulunduruyorsanız.

9- Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Her duyduğuna inanan ve hayatında bunu uygulamaya çalışan milyonların olduğunu biliyoruz .Geçtiğimiz aylarda ‘her sabah balla karıştırıp içtiği zencefil öldürüyordu’ şeklinde bir haber medyaya yansımıştı. Ameliyat olup hiçbir sorunu olmadan taburcu olan hasta, kanama şikayeti ile hastaneye başvurduğunda, öksürüğünü kesmesi için her sabah zencefilli bal yediği ortaya çıkmıştı. Hasta zencefilin kanı sulandırıldığını bilse , ameliyat sonrası her sabah bunu almazdı. Aslında sağlıklı bir yaşam için sağlık okuryazarlığı olmazsa olmaz!

10- Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

- Halkın yararının değil, menfaatlerin ön planda tutulması,
- Bilimsellikten giderek uzaklaşılması,
- Topluma zarar verildiğinin bile farkında olunmaması,
- Sansasyonel habercilikle, gerçek dışı başlıklarla halkın kandırılması,
- Bitkilerle doğal denilerek şarlatanlar tarafından yavaş yavaş insanların zehirlenmesi,
- Bilimsel olduğu kanıtlanmış(örneğin aşılar) yöntemlerle ilgili halkın kafasında soru işareti yaratacak haberlerin yapılması,
- Hurafeleri ortadan kaldıracak haberler yerine , bunların beslenmesi,

11- Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

- Her kurumda tüm sağlık haberlerinin uzman sağlık muhabirleri tarafından denetlenmesi ya da yapılması,
- Uzmanlaşmanın önünün daha çok açılması ve desteklenmesi,

- Halkın sağlık okuryazarlığının artması,
- Yaptığı haberlerle halk sağlığını hiçe sayan kurum ve kişilere yaptırım uygulanması,
- İşini hakkı ile yapanların ise ödüllendirilmesi sağlık haberciliğinin ilerlemesini sağlayacaktır.

YEşİM SERT KARAASLAN – ANADOLU AJANSI – 13.04.2019

1. Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avanatajları nelerdir?

Birçok meslek dalında olduğu gibi gazetecilikte de uzmanlaşmak gereklidir. Gelişmiş ülkelere bakıldığında da 15-20 yıl boyunca ilgili alanda uzmanlaşmış gazetecilerin görev yaptığı grlmektedir. Her şeyden önce sağlık alanı başlı başına çok önemlidir. Çünkü doğrudan bireysel olduğu kadar aynı zamanda halk sağlığı açısından da önem taşımaktadır. Özellikle araştırma ve okuma oranlarının az olduğu toplumlarda bu konuda sağlık habercilerine düşen rol de artmaktadır. Çünkü, bu toplum yapılarında halkın çoğu bilgiyi, gazete, dergi, radyo, TV'den almaktadır. Buralarda yer alan sağlık bilgileri sağlığın korunmasına farkındalık yaratılmasından, yeni teknik ve yöntemlerin uygulama alanlarına, doğru bilinen yanlış bilgilerden uyarılara kadar birçok konunun halka ulaşmasını sağlamaktadır. Bu kadar önemli bir alanda sağlık habercilerinin önemi daha da çok artmaktadır. Alana hakim, doğru bilgiye ulaşan ve her kelimeyi ona göre seçen bir gazetecinin ileteceği mesaj çok değerlidir. Bu nedenle, sağlık haberciliği meselele başlayanların yapacağı ilk yer değil tamamen uzmanlık isteyen önemli bir alandır.

2. Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Haber kaynağı mutlaka sorgulanmalı, yaptığı çalışmalar ve görev alanları incelenmelidir. Kendi alanında uzman olan bir hekimin bir başka alan hakkında değerlendirme vermesinin

hepsi tıp eğitimi almış olsalar bile doğru olmadığını düşünüyorum. Bu nedenle alandaki uzmanlık dernekleriyle çalışıyor, üniversitelerde ya da hastanelerde hangi alana ilişkin haber yapacaksam o alanda uzmanlığını yapmış olan hekimle röportaj yapmayı uygun buluyorum. Eğer, paylaşılan bir araştırma varsa o araştırmanın nerede yapıldığı ve sonuçların nerede yayımlandığını da haberde belirterek, haberin güvenilirliği sağlıyorum. Örneğin: Bir araştırmaya göre değil, Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi’nde ... başkanlığındaki heyet tarafından “...” başlıkta yapılan bilimsel araştırmaya göre, “...” sonuçlar elde edildi. Araştırma sonuçları, “...” dergisinde yayımlandı.” gibi...

3. Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Bilim insanlarının, vatandaşın anlayabileceğinden uzak bir şekilde dakikalarca süren ve anlaşılmayan bir dille röportaj vermeleri, haberde her ayrıntının yer almasını istemeleri yaşadığım sorunlar arasında.

4. Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Özel hastane isimlerini kullanmadan ilgili hekimin akademik unvanını, uzmanlık alanını ya da görev alıyorsa meslek örgütündeki titrini belirtiyorum. Firma ismi kullanmıyorum, yeni bir ürün haberi ise bunun sağlığa sağlayacağı fayda üzerine haberi kuruyorum. İlaç haberlerinde firma ismi ya da ilaç ismi değil sadece etken maddenin adını kullanıyorum.

5. Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Hekimin alanında ortaya koyduğu bilimsel çalışmalara, meslek örgütünde ya da üniversitedeki çalışmalarına bakıyorum. Kendi uzmanlık alanı dışında bir hekimden röportaj almıyorum.

6. Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Açıklamanın bilimsel verilerle doğruluğu önem taşıyor. Açıklamanın karşısında bir görüş varsa mutkala karşı bildirimelere de yer veriyorum haber metninde. Hiçbir haberimde böyle bir zorunluluğum söz konusu olmadı.

7. Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Haberde bilimsel veriler doğrultusunda kamu yararına dikkat ediyorum. Örneğin, madde bağımlı haberlerinde ürün isimlerini kullanmıyorum ya da operasyonlara ele geçirilen maddenin maddi karşısını vermiyorum. Çünkü, bunun bir kazanç kapısı olarak değerlendirilmesini istemiyorum. Ayrıca intihar yaşının düştüğüne ilişkin bir bilgide bunu başlığa çıkarmamayı tercih ediyorum, haber içinde kullanıyorum. Çünkü böylesi bir eylemi aklıdan geçiren bir çocuğa ya da gence “yalnız değilim, bunu benim dışımda düşünenler de var” algısı yaratmak istemiyorum. Daha olumlu başlıklarla, bunun nasıl önlenebileceğine ilişkin bir pozitif yaklaşımdan haberi görmeye çalışıyorum mümkün olabildiğince. Ama veri ne ise bazen bunu da vermek gerekiyor elbette.

8. Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Bilimsel bir veriye dayanmayan, neredee yapıldığı, sonucun nerede yayımlandığı belli olmayan bir bilgiye istinaden haber yapılmasını etik bulmuyorum. Aynı şekilde bilgiyi doğrulamadan karşı bildirimelere yer vermeden popüler kimliklerle haber yapılmasını da şık bulmuyorum. Ayrıca, bu konuda eğitimli kişiler varken gazeteciler dışında farklı meslek gruplarının sağlık programlarında sunucu, yapımcı olmasının faydalı olmadığını düşünüyorum.

9. Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Sağlık okuryazarlığı her geçen önemi artan bir konu ve artık birçok iletişim fakültesinde de ders olarak yer almaya başladı. Toplumsal farkındalığın arttırılmasında sağlık okuryazarlığı çok önem taşıyor. Bu kapsamda, bu alanda eğitilmiş gazetecilerle önemli yol alınabileceği kanısındayım. Sağlık okuryazarlığının arttırılmasında bunu yapacak kişilerin bilim insanları, ilgili bakanlık temsilcileri, hekimler, akademisyenler ve gazetecilerin (sağlık haberciliğinde uzmanlaşmış) birlikte çalışması gerektiğini düşünüyorum.

10. Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

- Doğruluğu sorgulanmayan bilgi aktarımı,
- Alanın sağlık habercisi olmayan ve herkesin yapabileceği kanısıyla her gazeteciye teslim edilebilir olduğu düşüncesi,
- Alana hakim bilimsel çalışmalar yürüten bilim insanlarının medyadan uzak durması, bunun yerine popüler kişilerin bu alanda söz sahibi olması
- Sağlığın önemli bir sektör haline dönüşmesi etik ve kamu yararı olgusu bağlamında en önemli sorunları oluşturuyor.

11. Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

Herkes sağlık haberi yapmamalı, bunun için kriterler getirilmeli, ilgililerle birlikte gazetecilerin projelerde yer alması sağlanmalı ve sağlıkta uzman gazetecilik desteklenmelidir.

DİLŞAD DEDE TAŞKIN – STAR TV – 20.03.2019

1- Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Sağlık haberciliği uzmanlaşma isteyen bir alandır, hata kabul etmez. Haber yaptığınız konular insan hayatını doğrudan ilgilendirir. Bilgilendirme yapabilmeniz için konuya vakıf olmanız gerekir. Kime, neyi soracağınızı bilmelisiniz. Sağlık haberciliği konusunda uzman değilseniz sadece popüler olduğu için hep aynı isimlerden röportaj almak, haberlerinizi sıkı metinlerle toplamak düşeceğiniz hatalardan sadece bir kaçını.

2- Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Haber kaynağım çoğu kez daha önceden de çalıştığım kendi adıma güvenilir bulduğum uzmanlardır. Zamanla yarıştığım habercilik serüveninde yeni isimlere sadece vakit bulduğum zaman şans tanıyorum. Vaka haberiye mutlaka sadece ana kaynaktan değil kendi portföyümden de faydalanarak sağlamasını yaparım. Yeni bir çalışmaya bilimsel araştırmaları takip eden uzmanlarıma danışırım. Haberin çok tirajlı bir gazetede ya da internet sitesinde yayınlanması benim için doğru olduğu anlamına gelmez.

3- Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Sağlık haberi hazırlarken en büyük sorun bilgi kirliliği...Yabancı makelelerden yapılan yanlış ya da abartılı çeviriler.Mesela Amerikan Tıp Derneği dergisi Jama bir haber kaynağıdır .ancak burada alınan metnin yanlış ya da kasten abartılı çevirilip internet sitelerine taşınması ve bunun haber olarak istenmesi çok yanıltıcı olabiliyor...zamanla yarışılan habercilikte araştırmanın kaynağına kadar inip doğruyu araştırmaya çoğu zaman vakit olmuyor,böyle durumlarda zincirleme hatalar oluşabiliyor.

4- Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Sağlık haberlerinde hele de bu son zamanlarda zaten gelen işlerin yüzde ellisi reklam. Ayırmak için haber kamuya hizmet ediyor mu? Toplum genelini ilgilendiriyor mu? Bu hizmetten genel faydalanabilir mi? Bu haberin yapılması sadece bu uzmana ve bu firmaya mı kar sağlıyor ? Bu soruları sorarım. Reklam amacıyla hazırlanan metinlerde abartılı cümleler, tutulması imkansız vaatler yer alır, gerçekçilikten uzaktır.

5- Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Güvenilir olması, konusuna hakim olması, vizyon sahibi olması hatta toplumsal bir misyonu olması tercihimdir. Ancak genel anlamda görüş alacağım uzman yapacağım habere göre değişir. Bazen ekrana çok çıkan güzel konuşan bir uzman gerekebilir. Bazen ise daha önce hiç erkana çıkmamış hatta kekeleyen ve yardımla yönlendirmeye konuşan bir uzmandan görüş alabilirim. Bu tamamen haberin doğru işlenebilmesi için ne gerektiğine bağlı. Eğer haberin konusu ille de bir uzmanı işaret ediyorsa onunla konuşurum.

6- Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Medyatik ve sansasyonel dediğinizde bu isimlerin bazılarını bizler bu hale getirdik zaten . Meslekte 22.yılım şu anda medyatik olan doktorların bazıları ile ilk haberlerini ben yaptım. Bir uzmana çok sık başvurmak bazen o uzmanın dengesini de bozabiliyor. Ekran insanı değiştirir. Popüler olmak ve söz edilmek sürekli gündemde kalma isteği aslında her uzman için bıçak sırtı bir durum. Bu dengeyi kuramayanlar tabii bir bakıyorsunuz her konuda görüş vermeye başlamış. Mesela bir göğüs hastalıkları uzmanı beslenme anlatıyor veya bir Onkolog bitki çayları üzerine konuşuyor. Bir uzmanın her konuda görüş vermesi inandırıcılığı açısından da tehlikeli.

7- Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Sağlık haberlerinin tümü kamu yararını gözetmelidir. “Kanser tedavsinde mucize bitki” –“Kalp krizlerini önleyen yöntem” “Çin’de kanseri tedavi ettiler’ gibi doğruluğu olmayan haberler umut vaad eden, simsarlara yönlendiren haberler elbette çok tehlikelidir. Muhabir herşeyden önce yaptığı haberin insan hayatını doğrudan etkilediğinin bilincinde olmalı. Doğru bilgi, abartıdan uzak, sade bilgi, ve tam olanı verilmelidir.

8- Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Reyting etik olgusunu zedeliyor. İzleyici ilgisini çekme zorunluluğu, renkli başlıklar, flash cümleler elbette sağlık haberlerinin etik yapısını bozuyor. Bir sağlık muhabiri olarak diyebilirim ki reyting baskısı ile etik haber yapabilmek işte uzmanlık burada başlıyor. İki dili birleştirebilmek için mutlaka yaptığınız işi çok iyi bilmeniz gerekiyor.

9- Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Sağlık okuryazarlığı çok önemli. Siz ne kadar doğru bilgi verirsiniz verin sizi dinleyen neyi ne kadar anlayabiliyor? Ve daha da önemlisi internet artık günümüzde kutsal bir bilgi kaynağı ancak bir o kadar da kontrolsüz. Buradan doğru bilgiyi çıkartıp alabilmek için yöntemi bilmek şart. Google’a ağrı ile ilgili bir tarama yapın, ilk çıkan teşhis kanser ve çözüm yolları çoğunlukla bitkisel karışımlar olacaktır. İnternette yanlış arama üzerine teşhis koymak ve ezbere ilaç kullanmak çağımızın en büyük sorunu. Çünkü ne kaynağa doğru ulaşmayı biliyoruz ne de okuduklarımızı doğru değerlendirmeyi.

10- Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Türkiye’de sağlık haberciliği konusunda birçok kurumda uzmanlaşmaya değer verilmiyor. Kendisi sağlık haberlerini değerlendirmekten aciz kişiler kısa sürede sağlık

muhabiri unvanını alıyor. Sadece popüler isimler üzerinden tuzak konularla onlarca yanlış bilgi içeren haber metinleri yayına veriliyor. Burada tabii yetişmiş elamana verilen değerin az olması olgusu da var, ucuza adam çalıştırmak ihtiyacı da. Ancak uzman ve işini bilen sağlık muhabiri sayısı az, elindeki gücün ve görevinin ağırlığının farkında olmayan iş gücü çok. Bakıldığında, toplumumuza denetimden uzak ne yaptığını bilmeyen elindeki haber konusunun bile farkında olmayan kişilerin hazırladığı bilgiler çok daha fazla ulaşıyor.

11- Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

Sağlık haberciliğinde belki dernekleşme “zorunluluğu” olabilir. En hızlı ilerleme yaptırımlarla olabilir diye düşünüyorum. En azından her haber merkezinde mutlaka uzman bir sağlık muhabiri çalıştırılması toplumsal faydanın sağlanmasına katkı getirir. Sağlık haberlerinin metinlerinin bu konuda uzman editörler tarafından değerlendirilebilirmesi daha doğru olur. Sağlık muhabirlerinin kendi arasında da bağların olması ve kurallara uygun davranmayan kişilerin uygun bir dille uyarılabileceği bir ortam hayal olmamalı. Çünkü gözetilmesi gereken kamu yararı, İNSAN SAĞLIĞI.

ŞULE ÖZTÜRK – FOX TV – 20.03.2019

1- Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Gazetecilikte uzmanlaşma önemli ama sağlık haberciliğinde uzmanlaşma daha fazla önem taşıyor. Zira insan hayatı söz konusu. Bizler yaptığımız haberlerle aslında bir nevi kamu hizmeti gerçekleştiriyoruz. Bu yüzden sorumluluğumuz daha fazla. Yanlış, kulaktan dolma bilgilerle kamuoyunu yanlış yönlendirme riski söz konusu. Ancak sağlık alanında uzmanlaşan bir gazeteci, doğru haber kaynaklarını bilir, yapacağı haber için doğru kaynaklara ulaşabilir. Sağlık alanında gerek görüştüğü haber kaynakları gerekse her gün yaptığı haberlerle bilgi ve deneyim sahibi olduğu için yanlış yönlendirmelere kapılması

daha zordur. Katıldığı eğitim, kongre ve toplantılarla da bu bilgi ve deneyimlerini artırması gerekir. En büyük avantaj, sağlık haberciliğinde uzmanlaşan gazetecinin haberi en doğru şekilde hazırlayıp insan hayatı söz konusu olduğu için, vicdanen de rahat olmasıdır.

2- Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Gazetecinin haber hazırlarken asli görevi araştırmaktır. Haber kaynağının ve haberin güvenilirliğini öğrenmenin yolu da yine araştırmaktır. Ancak, doğru isimlere ulaşmak için ise görüş alınacak uzmanın, o konuda yine en iyisi olması ve konusunda uzmanlaşmış olması gerekir. Sağlık muhabiri, yılların getirdiği birikim ve deneyimini de kullanarak başka kaynaklardan o haberin doğruluğunu araştırıp teyit edebilir. Aksi takdirde, prim yapmaya ya da çıkar elde etmeye çalışan bir kaynağın elinde kolaylıkla oyuncak olabilme ihtimali yüksektir. Teknoloji çağında bilgiye ve kişilere ulaşmak, geçmiş yılların gazeteciliğine göre bugün daha kolay. Yabancı yayınlar da bu konuda yardımcı olabilir. Ama tecrübeli bir sağlık muhabirinde doğru ve yanlış haberi, doğru ve yanlış kaynağı tartabilme yeteneği de zamanla gelişir. İşte sağlık haberciliğinde uzmanlaşmak, doğru ve yanlış ayırt edebilmek için de çok önemlidir.

3- Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Günümüzün siyasi ortamında cesurca konuşabilecek haber kaynaklarını bulmak en büyük sorun. Hekimler ve sağlık çalışanları ne yazık ki bağımsızlıklarını kaybetmekte. Sağlık sistemindeki en basit sorunu bile dile getirmek artık birçok sağlık çalışanı için cesaret gerektiriyor. Haberi destekleyecek uzman görüşü bulmakta çoğu zaman zorlanıyorum. Sektörde ise sağlık haberciliğinin çok fazla önemsenmemesi, uzmanlaşmayan gazetecilerin haber yapması önemli sorun. Bilgi kirliliğine neden olduğu gibi toplumun yanlış bilgilenmesine de yol açıyor. Televizyonda çalışan bir sağlık muhabirinin gazetelerdeki gibi sadece uzmanlık alanında haber yapmadığını düşünüyorum. Bu da

önemli bir sorun. Sağlık muhabiri sadece haber yapmak için toplantıları ya da basın açıklamalarını izlememeli. Bilgisini ve haber kaynaklarını artırmak için de izlemeli. Ancak televizyon haberciliğinde bu pek mümkün olmuyor. Gündem yoğunluğu ve haber bültenlerinin kısıtlı süresi yüzünden daha az, bazen de hiç sağlık haberi yapılmayabiliyor ya da yaptığımız haberler bültende yer almıyor. Sağlık haberleri bu yüzden dolgu malzemesi olarak görülmemeli.

4- Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Tek bir uzmandan görüş almamaya çalışıyorum. Haberi toplum geneline yayarak işliyorum. Çekim sırasında reklam unsuru olabilecek görsellere dikkat ediyorum. Direkt reklam amacıyla sunulan bir haberi ise yapmıyorum.

5- Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?
Haber yaparken karşılıklı güven çok önemli.

Deneyimlerime dayanarak güvendiğim uzmanları tercih ediyorum. Uzmanın dürüst, toplumu doğru yönlendirme konusunda hassas ve konuyu net bir şekilde ifade edebilen özellikte olması çok önemli. Konusunda çok iyi olabilen bir hekim, eğer savunduğu konuyu anlatırken sade, yalın bir dil kullanmıyorsa bu çok da yarar sağlamıyor. İkinci olarak uzmanın hem düşünce hem de kurum olarak bağımsız olması önemli. Üniversitelerin, özel kurumlara göre daha bağımsız olduğunu düşünüyorum. Herhangi bir kuruma bağlı olmayan uzmanlar da tercih nedenim olabiliyor. Uzmanın daha önce yaptığı araştırmalar ve bilimsel olarak geçerli sayılan tedavi yöntemlerini dikkate alıyorum.

6- Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Medyatik doktorlara yer verdiğim oluyor. Ancak bunlar inandığım, görüşlerini benimsediğim ve diğer uzmanlar tarafından da kabul gören hekimler oluyor. Görüşlerine katılmadığım hekimlerle, halk sağlığını tehlikeye sokacak nitelikteki konulardan haber

yapma taraftarı değilim. Bazen yeni çalışmaların kabul edilmesi zaman alıyor. Alışlagelmiş, yasa gibi kabul edilmiş görüşler yerine yeni çalışmaları da gündeme getirmek, tartışmaya açık hale getirmek, alışlagelmiş yanlışların düzelmesine de yardımcı oluyor. Tamamen reddedici, sabit bir haber anlayışında olmaktan yana değilim. Eğer çekinceler, soru işaretleri varsa, genellikle haber merkezinde tartışarak, konuşarak yapmak zorunda olsak bile gündemden düşürebiliyoruz.

7- Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Kamu yararını düşünerek haber yapan bir gazeteci etik olmak zorundadır. Her şekilde toplum yararını ön planda tutacak haberler yapmaya çalışıyorum. Objektif, halk sağlığını gözeten, kişi ya da kurumları ön plana çıkarmayan konulara yer vermeye çalışıyorum.

8- Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Sansasyonel haberler ve sansasyonel uzmanlar haberde etiği ortadan kaldırıyor. Gazete, televizyon ve dergilerin daha çok reyting ya da satış yapmak için, sansasyonel haber ve başlıkları tercih etmesi de etik olgusunu ortadan kaldırıyor. Sağlık haberlerini önemsemeyen çoğu yöneticinin, uzmanlaşmış sağlık muhabiri yerine, herhangi bir gazeteciyi yönlendirmesi ya da basın toplantısına bir stajyer göndermesini de etik bulmuyorum.

9- Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

İzleyici ya da okur haberleri doğru analiz edemediği için kamu sağlığını da tehlikeye düşürebilir. Doğru analiz yapamayan, haberleri doğru değerlendiremeyen kişiler, hem kendi hem de toplum sağlığını tehlikeye sokar.

10- Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünöyorsunuz?

Sansasyonel kişi ve haberlerin kamuya zarar verdiğini düşünüyorum. Haberde satış ve reyting kaygısı da sağlık haberciliğinde önemli bir sorun. Zira haberin bu haber dalı en fazla suistimale ve kişisel faydaya açık bir bölüm. Sadece sağlık habercilerinin değil, yöneticilerin de dikkatli ve etik olması gerekir.

11- Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

Sağlık muhabiri, ağırlıklı olarak sağlık haberleri yapmalı. Kurumunda bağımsız hareket edebilmeli.İsmarlama haberler yerine, toplum yararına ve haber değerı olan haberler yapabilmeli. Sağlık muhabiri, kendini geliştirecek toplantılara, eğitimlere, kongrelere katılmalı. Günü kurtarmak, daha çok reyting almak adına toplum sağlığını hiçe sayan haberlerden kaçınılmalı. Sosyal medya ve internetteki bilgiler de Sağlık Bakanlığı tarafından denetim altına alınmalı. Zira internette doğru olmayan bilgilerden yola çıkarak, kendisini tedavi etmeye çalışan, ilaç kullanan ve bitkisel ürönlere yөнelen çok sayıda hasta var. Bu durum mutlak suretle kontrol altına alınmalı.

MESUDE ERŐAN – HÖRRIYET GAZETESİ – 24.03.2019

1- Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Uzmanlaşmak önemli tabii ki. Çünkü bu öncelikle hata yapmayı minimuma indirir. Analitik düşünöbilmeyi sağlar. Etrafımızı kuşatan pek çok ‘sağlık haberi’nden gerçekten haber olanı ayırt etmemizi, doğrusunu yakalamamızı, haberi hızlı ve doğru kaynaklardan toplama ve hazırlamayı kolaylaştırır. Her türlü manipölasyondan korur.

2- Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

İşte uzmanlaşmanın önemi ortaya koyan bir nokta daha. Bunu anlamak bizim için artık çok daha kolay. Açık ve güvenilir kaynaklar, kendi portföyümüzdeki kaynaklar, birikimler, kazanımlarla, uzman sağlık muhabirleri için bu sanıldığı kadar zor bir konu değil. Tabii ki bu ayrımı yapmak için belli bir birikim şart. Haber kaynaklarının olabildiğince zengin ve çeşitli olması da çok önemli. Sadece PR'dan gelen haberlerle bu iş yürümez anlayacağınız. Aracısız haber alabilmek ve haberi yaratmak da önemli.

3-Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Kurumların şeffaf olmaması önemli bir sorun. Gerek özel gerekse kamu kurumlarında her türlü veri, konu, hikâye kısacası haber konusunun tek elde (PR, basın danışmanları vs.) toplanması, resmi kurumların hızıyla, bizim hızımızın paralel olmaması önemli sorunlar.

4-Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Özel sağlık kurumları, ilaç firmaları vs. benim haberlerim küçük bir oranını oluşturuyor. Dolayısıyla oralardan haber yapıyorsam, ilk motivasyonum gerçekten haber olması. Hazır haber, bülten vs. kullanmam. Kullanacaksam da mutlaka ve mutlaka geliştiririm, zenginleştiririm. Reklama dönüşmemesi için, ‘ilk, şahane, çok güzel, bitiren, vs. ‘ gibi sıfatlı ifadelerden kaçınırım. İlk paragraflarda kurumun adını yazmam. İlaç haberi yapmanın da başka kuralları var, etken madde yazmak gibi.

5-Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Doğru kaynak, doğru haber yapmanın ilk ve en önemli adımıdır. Adının başında prof.dr yazması, bir yerde yönetici olması vs. her zaman doğru kaynak olduğu anlamına gelmez. Meslek örgütleri, uzmanlık dernekleriyle ilerlemeyi tercih ederim. Zaman içinde test ettiğim, güvendiğim isimleri, kurumları ararım. Doğru uzmanlıklar da önemli. Hamilelikte şeker taraması için kalp ve damar hastalıkları uzmanını aramam ya da

kolesterol için göğüs hastalıkları uzmanını da... Yahut ‘haber yapayım’ deyip, aklıma gelen her konuda, ‘radyasyon onkoloğu’na başvurmam

6-Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Son dönemdeki en büyük sorunlardan biri bu. Tam tersine uzak duruyorum bu isimlerden. Onlara ‘muhtaç’ da değilim çok şükür. Önceki sorularda yazdığım gibi kaynağım çok benim, bunlara hiç ihtiyaç duymuyorum. Onlar olmadan da sağlık haberi yapmak mümkün. Hatta onların olduğu haberlerden uzaklaşıyorum. Çünkü ekran, şöhret zehirlenmesi yaşıyorlar. Daha fenası halk sağlığına da zarar veriyorlar maalesef. Maalesef meslektaşlarım bazen kolayı seçiyor. Aktör doktorlara ulaşmak kolay, hangi konuda mikrofon, teyp tutulsa konuşuyorlar, ‘benim uzmanlığım değil yahu’ demiyorlar. Kolaycılığı seçmek, çok izleniyor, okunuyorsa sığınmak doğru bir yaklaşım değil. Üstelik bir süre sonra egoları o kadar şişiyor ki bizim yaptığımız sağlık muhabirliğini beğenmiyorlar.

7-Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Meslek etiğinin bizim için de çok çok önemli olduğunu düşünüyorum. Haberin toplanmasından, yazılmasına kadar her alanda.

8-Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Ben en önemli faktörün, muhabirin etik olmak isteyip istemesi olduğunu düşünüyorum. Bu bir seçim. ‘Beni şefim zorladı’ ya da ‘Ne yapayım?’ yaklaşımı doğru değil. Sağlıkla ilgili mevzuları bilen biziz, bizden az bilenlere de (yöneticilerimiz de olsa) biz anlatacağız, anlatmalıyız. Dolayısıyla biz istemeden, etik olgusu ortadan kalkmaz. Bazen direnmek lazım.

9-Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Sağlık okuryazarlığını yükseltmenin sadece medyaya bırakılması doğru değil tabii ki. Ancak şu bir gerçek ki doktorların klinikte anlatacak zamanı yok, kitap, yayın, dergi vs. okunmuyor. Bu yüzden görevin büyüğü bize düşüyor gibi görünüyor. Tam da bu nedenle doğru haber vermek, yanıltmamak önemli.

10-Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Ben hep koşulların zorlanabileceğini, kişisel tercihlerin de pek çok şeyi değiştirebileceğini tecrübe ettim. Önemli olan çok haberin çıkması, yayınlanması değil, doğru ve etkili haberler yapabilmek. O kadar zor değil. İstemek lazım öncelikle ev eli taşın altına koymak. Önce muhabir yaptığı işe, mesleğine saygı duyacak. Sonrası geliyor. Bazen ağır oluyor bu ama sonunda etik çalışan kazanır. Bu zaten doğal olarak kamu yararına olacaktır.

11-Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

İlerlememesi için hiçbir neden görmüyorum. Sağlık haberleri gazetelerde hak ettiği yeri buluyor. Televizyonlarda da çok zaman ayrıldığını gözlüyorum. Burada yine sağlık muhabirine çok iş düşüyor. Sürekli öğrenmek, gelişmek, yenilenmek lazım. Kastım etik konulardan taviz vermek değil tabii ki ama sadece hastalık yazmak değil işimiz. Sağlık muhabirliği geniş bir alan. Bu zengin alanın her yeri haber kaynıyor aslında. Doğru kaynak, doğru haber bu da güven demek zaten.

TÜLİN İĞDİ AÇIKBAŞ – MİLLİYET GAZETESİ – 20.03.2019

1- Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Her muhabir ya da editörün belli bir alanda uzmanlaşması gerektiğini düşünüyorum. Sevdiğiniz ya da ilgi duyduğunuz bir alanda haber yapmak her zaman daha keyifli. Öğrenme isteğiniz hiç bitmez. Röportaja gitmek için sabırsızlanırsınız. Hakim olduğunuz bir alan olduğundan habere dair detayları kaçırmazsınız da zordur!

2-Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Haberin güvenilirliği birkaç bağımsız kaynaktan teyit etmeye çalışırım. Belli bir alana odaklanmışsanız, haberi takip ederken tanıdık yüzlerle karşılaşabilirsiniz. Bunun büyük bir avantaj olduğunu söyleyebilirim. ‘Büyüklerimden’ destek almaktan asla çekinmem.

3-Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Hayata dokunan hikayeleri hazırlarken objektif olmak zorlaşabiliyor, özellikle de çocuklar hakkındaysa... Umut veren, yeni bir tedavi yönteminin anlatıldığı haberler tabii ki keyifli. Ancak tedavi ya da ilaca ulaşım konusunda sıkıntı yaşayan bir hasta haberi sizi üzebiliyor. Ayrıca konu sağlık gibi hassas bir alan olunca dinlediğiniz veya söz verdiğiniz tarafların hepsinin haklı olduğunu düşündüğünüz zamanlar da olabiliyor.

4-Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Pek çok kurum veya firma, ‘en iyisi’ olduklarını vurgulamak ister. ‘En iyi tedavi’ ve ‘En yeni yöntem’ gibi söylemlere itibar etmiyorum. Bu tanımlamaları gazete ya da TV’de kullanmak da yasak zaten. Uzmanın kendini çok fazla övmemesi gerekiyor. Kurum ya da hekime yönlendirme yapan bilgileri de haberimde kullanmıyorum.

5-Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Öncelikle gerçekten konunun uzmanı olup olmadığına bakıyorum. Yaptığınız iş topluma bilgi aktarmak olduğu için bu bilginin kimden geldiği çok önemli. Maalesef ülkemizde hiçbir eğitim almamasına rağmen diyetisyen gibi tavsiyelerde bulunma cüretini gösteren, yaşam koçu olduklarını iddia eden insanlar var. Bir dahiliye doktorunun kalple ilgili yorum yaptığına da şahit olduk. Bu nedenle uzmanı iyi seçmek gerekiyor.

6-Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Medyatik doktorların haberlerini yapmaktan sakınıyorum. Neredeyse tüm gün TV’lerde oldukları için konuşacak bir şeyleri kalmıyor. Ayrıca yeni şeyler de söylemiyorlar. Bu hocalardan biriyle röportaj yapmam gerekmişti. Bana soruları kendisinin hazırlayacağını ve ileteceğini söyledi. Kabul etmedim, durumu şefime iletip röportajı yapmayacağımı belirttim.

7-Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Haberciliğin en önemli kurallarından biri de haberi halkın anlayacağı dilde sunmaktır. 5N 1K kuralına bağlı kalarak haberi eksiksiz vermeliyiz. Haber sonrası daha fazla bilgiye ihtiyacı olan insanların size kolayca ulaşması gerekir.

8- Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Haber kaynağına belli bir mesafede durmak gerekir. Yakınlaşmak ya da duygusal bağ kurmak haberi objektif olmaktan başka bir boyuta taşır. Ağzından her çıkan bilginin doğrulanması, farklı kaynaklardan teyit edilmesi gerekir.

9- Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Maalesef Türkiye’de sağlık okuryazarlığı seviyesi çok düşük. Yazılanı iyi anlamak ve doğru yorumlamak önemli. Çoğu zaman başlıklara bakılıyor, haberin tamamı okunmuyor ya da izlenmiyor. Kulakta kalan bilgilerle insanlar şifa bulmanın yollarını arıyor. Hekimlerin ise anlatmak istediklerini hastalar ve yakınları üzerinde infial yaratmayacak şekilde ifade etmelerinde fayda var.

10- Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Bütçeli sağlık haberlerinin pek etik olmadığını düşünüyorum. Ancak burada önemli bir nokta var: Gazetelerin hayatta kalmak için çok mücadele etmesi. Reklam ve proje destekleriyle ayakta durabilen gazetelere güçlü markaların destek vermesi aslında iyi bir seçenek. Ama çıkan haberler ne kadar etik, o noktada kafalar biraz karışık.

11- Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

Maalesef bir haberi gazete ya da TV’den geri çekmek gerektiğinde ilk olarak hep sağlık haberleri gözden çıkarılıyor. Siyaset, spor ya da dış haberlere daha fazla önem veriliyor. Ben, bunun son derece yanlış olduğunu düşünüyorum çünkü sağlık, kamuyu ilgilendiren ve sıkı takip edilen bir alan. Bu alanda bilgiye ihtiyaç duyanların habere erişimi engelleniyor.

DİDEM SEYMEN BALCI- SABAH GAZETESİ – 23.03.2019

1- Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

İdeal bir sağlık muhabirinin empati yeteneğinin ve iletişiminin son derece kuvvetli olması gerekiyor. Hasta ile bir röportaja gittiğinde kendisini onun yerine koyarak belli bir mesafeyi korumalı ve karşısındakinin anlattıklarına veya anlatmadıklarına saygı duymalı. Çok bilimsel bir tekniği bile basit ve sade bir dille aktarabilmeli. Özel haber yapabilmek için haber kaynakları ile iyi bir iletişim içerisinde olmalı. En konuşmayacak hastayı ya da hocayı bile konuşturabilmeli. Uzmanlaştıkça bunlar zaten kendiliğinden oluyor, siz haberin kokusunu alıyorsunuz, daha gitmeden kafanızda başlığınızı, spotunuzu oluşturuyorsunuz. Çekeceğiniz fotoğraf karesini canlandırılıyorsunuz. Hızlı ve seri şekilde haberinizi yayına hazırlıyorsunuz. Uzmanlık size tecrübeyi, tecrübe de hızı ve kime güvenip kime güvenmemeniz gerektiğini öğretiyor.

2- Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Araştırarak. Günümüzde artık tüm teknolojilere sahibiz. İnternette her bilgiye kolayca ulaşabiliyoruz. Ayrıca işimizde uzman olduğumuz için çevremizden de bu konuda çok rahatlıkla yardım alabiliyoruz. Güvenmediğim bir konuda asla haber yapma ve insanları yanıltma taraftarı değilim. Geçtiğimiz yıl (2018) Küba Kanseri ile ilgili bir PR ajansından haber yapmam için bir toplantıya davet edildim. Fakat karşımızda bir TURİZM firması vardı. Yani bir hastane, bir sağlık kuruluşu değil, KÜBA'ya SAĞLIK TURİZMİ yapan bir TURİZM firması. Elbette ki araştırdım, güvenmedim, haberi yapmadığım gibi karşıt bir haber de hazırlayıp yayınladık. Uzman dediğiniz insan; PR ajanslarının ya da haber kaynaklarının her söylediklerini araştırmadan yapmaz. Daha da detaylı araştırır, inanıyorsa, güveniyorsa, kafasında herhangi bir soru işareti yoksa yapar.

3- Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığımız en büyük sorunlar nelerdir?

Daha önce haber yapılış konuların, hekimlerin yıllar sonra yeniden aynı konu ile üzerine hiçbir şey katmadan haber olmaya çalışması... Kendi alanı dışında başka alanlarda da konuşmak istemesi veya haber yapılacak konuyu sizin seçmenize izin vermeden şu konuda konuşalım mı diyerek işi tamamen kendi çıkarı açısından ticari hale getirmeye çalışması... (İç hastalıkları hekimi ama prebiyotik konuşmak istiyor, kadın doğum hekimi ama prebiyotik konuşmak istiyor, aynı şekilde çocuk doktoru ama prebiyotik konuşmak istiyor. Neden? Çünkü bir firma ile anlaşması var!)

4- Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Bazen PR firmaları haber olamayacak veya çok sık haberi yapılmış konularda ısrarla haber yaptırmak istiyorlar. Evet, hekimler bizim haber kaynağımız ve bu kaynak ile aramızda PR ajansları köprü kuruyor. Ama her zaman firmaların veya ajansların istediği konular ilgimizi çekmiyor. Bunları da zaten kendilerine söylüyoruz. Bu konuda değil, başka bir konuda özel haber yapmak istiyorum, basın toplantısı haberi değil, özel haber kullanacağım diye söylediğimiz zaman orta yolu buluyoruz. Israrlı olanlarla ise görüşmemeyi, haber kaynağım olmamalarını tercih ediyorum.

5- Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

İdeal bir sağlık haberi gerçekleri tüm ayrıntılarıyla ama en basit ve sade dille anlatmalıdır. Herkes o haberi okuduğunda kafasında soru işareti kalmadan anlamalıdır. Sağlık haberleri çok hassas haberler. Doktorların her zaman söylediği gibi, hastalık yoktur hasta vardır. Hasta hikayelerini haber yapıyoruz. İnsanlar kendi hikayeleri ile haberdeki hikayeyi kafalarında özdeşleştiriyor. Karşılaştırıyorlar. Yaptığımız haberlerdeki doktorların hangi alanda daha iyi olduklarını tanımları açısından onlara yol göstermiş oluyoruz. Ama her zaman, “doktorunuza siz karar vereceksiniz” diyoruz. Her doktora ameliyat veya muayene olup deneme şansımız yok. Sağlık çok hassas bir konu ve biz kendi düşüncelerimizi habere yansıtmamalıyız.

Objektif olarak haber kaynağının söylediklerini haberde insanlara vermeliyiz. Zaten ben kendim ikna olmadığım konularda haber yapma taraftarı da değilim.

6- Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Ben şahsen böyle hekimlere şaşkınlık içerisinde bakıyorum. Bu konuda şunu savunuyorum: Bir hekim ne kadar “Ben, ben, ben” derse oradan hızla uzaklaşın. Bir hekim her gün TV’de ise onun hastalarına, ameliyatlarına ayırdığı zamandan şüphe etmeliyiz. Ben kendim veya ailemden bir kişiyi bu hekime götürmem. Haber de yapmam. Zaten yeterince haber oluyorsa benim kendisini haber yapmama da ihtiyacı yoktur. O “Lahmacun yiyin, et yiyin” diyen hekim yerine ben ‘no name’, ismi hiç duyulmamış ama onlarca, yüzlerce hayat kurtarmış bir hekimi haber yapmayı tercih ederim. Bir hekim hem A hem de B gazetesinde yer almak zorunda değil. Ama maalesef A gazetesinde köşe yazarı iken benim sayfamda da yer almak istiyor. Bunlara da şiddetle karşı çıkıyorum. Madem kamuoyuna ulaşabilecek bir köşen var, bırak da diğer alanları da başka hekimler kullansın. ‘Hep ben’ci hekimlerden hemen uzaklaşın.

7- Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Muhabirler, PR ajanslarının ve hekimlerin istediklerini birebir yapmak yerine, kendilerine özel haberler, vaka haberleri bulmalılar. O hekimin istediğini yapmak yerine kendi istedikleri konularda haber yapmalı görüş almalılar. Kendileri veya ailelerini teslim etmeyecekleri bir hekim ile sadece haber yapmış olamk için haber yapmamalılar.

8- Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Paralı sağlık yayınlarıdır. Her hekimin istediği her sağlık programına ücretini ödeyerek çıkabilmesi kamuoyunu yanıltmaktadır. O hekim iyi mi, başarılı mı diye sorgulanmadan yayınlara alınıyorlar ancak halk bu yayınların paralı olduğunu bilmiyor. Dolayısıyla ‘İyi hekim ki TV’ye çıkarıyorlar’ diye düşünüyor. Hâlbuki durum böyle değil. Etik olgusunu ortadan kaldıran en büyük olay paralı sağlık programlarıdır.

9- Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Halk haberin başlığını okuduktan sonra telefona sarılıyor. Haberin içeriğini düzgün okumuyor. Bu yüzden bence haberin hepsini okumalıdır. Programları da iyi izlemeliler. O doktor o hastayı iyileştirmiş olabilir ama aynı şey sizin için olacak diye bir şey yok. Çünkü doktorların da yapabilecekleri sınırlı. O yüzden bir kişi bana, ‘Hangi doktora gideyim?’ diye sorduğunda çok korkuyorum. Çünkü, ‘Hastalık yok hasta var’ ve her hastanın da vücudunda farklı farklı komplikasyonlar oluşabiliyor. Bir ilaç bile insanlarda farklı farklı yan etkiler ortaya çıkarıyor. İnternet ise tam bir kabus. Ben aslında insanların internetten sağlık ile ilgili yazıları okuyup kafalarını daha da karıştırdıklarını ve bazen sırf bu okudukları yüzünden hatalar yaptıklarını görüyorum. Sağlık okur-yazarlığı burada devreye giriyor. Doktor seçerken çıktığı TV programlarına, Instagram, Google reklamlarına bakmak yerine; diplomaya bakılması gerektiğini düşünüyorum. Evet her Hacettepe veya Cerrahpaşa mezunu doktor iyi mi? Belki değil. O zaman da çalıştığı kurumları, o kurumlarda ne kadar süreyle çalıştığını sorgulamak gerekiyor. Her ne kadar bunların çeşitli maddi, manevi sebepleri olsa da bir sene içerisinde 3 farklı hastane ya da yılda bir hastane değiştirmiş bir hekime kim güvenip de gitmek ister ki! Benim için devamlılık da esastır.

10- Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Paralı sağlık yayınlarıdır. Her hekimin istediği her sağlık programına ücretini ödeyerek çıkabilmesi kamuoyunu yanıltmaktadır. O hekim iyi mi, başarılı mı diye sorgulanmadan yayınlara alınıyorlar ancak halk bu yayınların paralı olduğunu bilmiyor. Dolayısıyla ‘İyi hekim ki TV’ye çıkarıyorlar’ diye düşünüyor. Hâlbuki durum böyle değil. Etik olgusunu ortadan kaldıran en büyük olay paralı sağlık programlarıdır. Para işin içine girdiği zaman ‘etik’ işin içinden çıkar. Bir hastanenin bütçeli bir sağlık programının tüm programlarının parasını ödeyerek sezonun başından daha satın alıp kapattığı bir ortamda hangi ‘etik’ten söz edilebilir. Bu programlar ya hiç olmamalı ya da kamuoyunu yanıltamayacak şekilde özellikle de devlet hastanelerindeki başarılar, hekimler, vakalar ön planda tutularak yapılmalı. Elbette ki özel hastanelerimizde de çok değerli, başarılı hocalarımız var. Onların zaten bu programlara bile ihtiyaçları yok ki onlar vakaları ile her zaman zaten haber olabilecek başarıya, kapasiteye sahipler.

11- Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

Bütçeli sağlık programlarının (Euro kanalları da dahil olmak üzere) kaldırılması gerektiğini düşünüyorum. Bu, halkı kandırmaktan başka hiçbir şey değil. Bir doktor, bir cerrah, para verip yayına çıkıp, ‘Ben çok iyiyim, bana gelin’ der mi? Para işin içine girdiği zaman ‘etik’ işin içinden çıkar. Bir hastanenin bütçeli bir sağlık programının tüm programlarının parasını ödeyerek sezonun başından daha satın alıp kapattığı bir ortamda hangi ‘etik’ten söz edilebilir. Bu programlar ya hiç olmamalı ya da kamuoyunu yanıltamayacak şekilde özellikle de devlet hastanelerindeki başarılar, hekimler, vakalar ön planda tutularak yapılmalı. Elbette ki özel hastanelerimizde de çok değerli, başarılı hocalarımız var. Onların zaten bu programlara bile ihtiyaçları yok ki, onlar vakaları ile her zaman zaten haber olabilecek başarıya, kapasiteye sahipler.

İŞİL ÖZDEM AÇIKEL – ATV – 02.04.2019

1-Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Bilimsel bir çalışma yayınlandığında ya da sağlık konusunda bir görüşe başvurulması gerektiğinde doğru kişiye yönelebilmek amacıyla sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemli faydası vardır. Ama sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın çerçevesini iyi çizmek gerekiyor. Çünkü muhabirin görevi uzman bulmada uzman olmaktır. Asla haber metninde bir uzman gibi yorumlarda bulunulmamalı.

2- Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Muhabir, sağlık haberini hazırlarken gerçek olaylar, hikâyeler ve açıklamalar üzerine kurmak zorundadır. Haberin parçalarını birleştirirken bazı soruları sormak gerekir. Bu sorular; 5N+1K olarak nitelendirilir. Ama bu sorular hala aklınızdaki sorulara yanıt bulduramıyorsa belge veya rapor formatında yazılı bir materyaliniz yoksa o haber şüphelidir.

3- Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Ajansların daha önce yayınladıkları haberleri de yeni diye servis etmeleri ve bunu gören haber müdürlerinin daha önce belki de defalarca yaptığınız haberi yeniden istemesi. Bir diğer sorun ise özellikle yabancı kaynaklı haberlerde uzmanların görüş vermek istememesi.

4- Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Eğer ortada bir vaka başarısı varsa, yeni bir yöntem kullanılmış ise ya da bilinen yöntemlerinin yeni faydaları ortaya çıktı ise vatandaş bilgilendirmek için haber

yapmalıyız. Bir cihazı ya da sadece doktoru öven haberler, reklamı anımsatacağından bu tarz haberlerden uzak durmalıyız.

5- Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Özellikle alanında uzmanlaşmış kişileri haberlerimizin satırlarına taşımalıyız. Hakkında hasta tedavileri konusunda olumsuz yorumlar olan uzmanlara yazılı ya da görsel basında yer verip vatandaşları yanlış yönlendirmemeliyiz.

6- Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Medyatik açıklamalar yaparak sürekli göz önünde olan doktorlar, vatandaşları yanlış yönlendirebiliyor. Vatandaş da yazılı veya görsel basında gördüğü doktoru işinde uzman zannederek tedaviye gidip kötü sonuçlar alabiliyor. Bazen haber merkezini yönetenlerin reyting kaygılarından dolayı haberlerimizde medyatik isimlere yer vermek zorunda kalıyoruz.

7- Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Etik ve vicdani açıdan haber yaparken kamunun yararını gözetmeliyiz. Çünkü haberlerimizde yer verdiğimiz uzman ya da üründe yanlışlar varsa tedavi olmak isteyen hastayı yanlış yönlendirmiş olabiliriz. Bu da hem kişiye hem de mesleğimize zarar verebilir.

8- Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Haberin sansasyonel olması ve günümüzde sosyal medyanın etkili olması ile birlikte çok tıklanan haberler içinde yer alması maalesef etik olgusunu ortadan kaldırıyor.

9- Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Maalesef sağlık alanında hastane içinde kurumsal kimliklerin öne çıkmasıyla birlikte devlet ve özel hastanelerde “basın sorumluları “ yer almakta. Ve çoğu haber de bu sorumlular tarafından gazete, internet sitesi ya da televizyonlara servis edilmekte. Yani sağlık okuryazarlığının çoğu zaman bir önemi kalmıyor. Haber yazmayı daha öğrenememiş bir muhabir bile “copy-paste” diye tabir ettiğimiz yöntemle metni kopyalayarak haberini yapıyor.

10- Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Habercilik, 100 metrelik bir koşu değildir. Bizim, kanımıza işleyen bir hayat koşusudur. Bu sebeptendir ki kamu yararını gözeterek, kişiye zarar verebilecek bazı haberleri görmezden gelebiliriz. Ama kimi haberci, günü kurtarmak adına etik ve kamu yararlarını hiçe sayıyor. Burada asıl görev, muhabirin hırsını dizginleyecek haber merkezinin yöneticileridir.

11- Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

Her sağlık habercisinin alanında daha da uzmanlaşabilmesi için mutlaka bir eğitim platformunda kendisini geliştirmelidir. Bu platform hastaneler ya da sağlık bakanlığı bünyesinde olabilir. Ve haber merkezi yöneticilerinin de sağlık muhabirine baskı yapmadan alanında çalışmasına izin vermelidir.

ZİYNETİ KOCABİYİK – TÜRKİYE GAZETESİ – 24.03.2019

1-Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?

Sağlık haberciliği kesinlikle uzmanlık gerektiren bir alan. Bir doktor bile kongreleri, literatürü, dünyayı takip etmediği, kendini geliştiremediği noktada yetersiz kalıyor. Çünkü tıp çok hızlı geliyor, değişiyor. Biz sağlık habercileri sürekli kendini geliştiren bir alanda “doğru”, aydınlatıcı ve toplumun faydasına olan haberler yapmak zorundayız. Bunun için çok okumak, araştırmak, katıldığımız yurt dışı ya da yurt içindeki kongreleri mümkün olduğunca gerçekten izlemek zorundayız. Sağlıkta uzman haberci olmak birçok sebepten dolayı çok önemli. Tıp, kendi dili, kendi jargonu olan bir alan. İktisatta ya da hukukta da anlamadığımız cümleler vardır. Ancak iki doktorun kendi arasında bir vaka ile ilgili konuşmalarının yarısını anlayabiliyorsanız gerçekten bu işi biliyorsunuz demektir. Ama biz sağlık habercileri yüzde 90’ını anlamak, yüzde 10’unu da sorarak anlamak zorundayız ki, bu dili hak diline tercüme edebilelim. O tedavi metodunu, yeniliği, farklılığı okuyucularımıza aktarabilelim.

2-Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?

Bu noktada mesleki refleksler ve uzmanlaşma devreye giriyor. İnternetin yaygın olarak kullanılması sayesinde artık hiçbir şey gizli kalmıyor. Hiç tanımadığım birinden gelen haberi internetten araştırıyorum. Arama motorlarında kişi, konu, yöntem, kurum araştırması yapıyorum. Eğer bir şüphem yoksa haberi yapıyorum.

3-Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?

Duruma göre değişiyor. İlaçla ilgili bir kriz yaşıyorsa çoğunlukla ilgili firmadan bir açıklama almak zor oluyor. Sıcak bir konuda görüş verebilecek ilgili uzmanlar medyadan uzak durmayı tercih ediyorlar. Objektif ve bilimsel altyapısı güçlü uzmanlar çoğunlukla bu tür konularla ilgili göz önünde olmamak ya da medya tarafından yanlış ifade edilme kaygısı ile görüş vermiyorlar. Sağlık Bakanlığı’nı ilgilendiren olaylarda da münferit görüş

almak mümkün olmuyor. Uygun görülen zamanda genel basın açıklaması yapılıyor. Rutin konularla ilgili bir sıkıntı yaşanmıyor. Özellikle hastane kurumsal iletişim birimleri çok iyi çalıştığı için istediğimiz bilgiye çok rahat ulaşabiliyoruz. Sadece vaka haberlerinde bazen yüksek tirajlı gazeteler tercih edilebiliyor.

Kurumsal iletişim ve basın danışmanı biz habercilerin işini kolaylaştıran unsurlar. Ancak uzman olmayan basın danışmanları bazen yıpratıcı olabiliyor. Şimdilerde özellikle güzellik, estetik ve diş hekimliği gibi rantı yüksek olan sağlık alanlarında hekimlerin bireysel danışmanlığını yapan bazı kişiler, haber olabilmek için aşırı ısrarcı davranabiliyorlar. Bu konumdaki kişilerin sınırlarını bilmemesi bizi biraz yorabiliyor.

Öte yandan haber kaynağı ile haberciyi buluşturan kurumlar, mutlaka haber olabilmek için bazen işi garantiye almaya çalışıyorlar. Sağlık habercisini manipüle edemeyeceğini düşündüğü noktada köşe yazarları, çoğunlukla da internet yazarlarıyla iletişime geçiyorlar. Özellikle internet yazarlarının çoğu haberci olmadığı için bir sağlık habercisi kadar ince eleyip sık dokumadan kendilerine aktarılan bilgileri köşelerinden paylaşıyorlar.

Bir başka sorun da bloggerlar. Özellikle anne bloggerlar, sahip oldukları tek çocuk üzerinden yerine göre çocuk hastalıkları uzmanı, çocuk psikoloğu, çocuk cerrahı ve daha birçok şey olup başkalarına tavsiye vermekten çekinmiyorlar. Reklama son derece açık olan bu kişiler, bilimsel, objektif ve etik durmaya çalışan sağlık habercilerinin duruşunu da tehdit eder hale geliyor. Çünkü toplumun sağlık okuryazarlığı seviyesi son derece düşük.

4-Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?

Bülten haberleri gönderildiği şekilde kullanmıyorum. Başka bir bakış açısı ve başlıkla yeniden yazıyorum. Bu sırada eğer bu bir hastane kurumsalından gelmişse hastanenin adını sadece bir defa geçiriyorum. Benim fikrim, bir yere bağlı olarak görev yapan hekimin görev yaptığı kurumun adı bir defa kullanılmalı. Eğer kullanılmıyorsa ya da ‘özel bir hastane’ gibi saçma bir tanımlama yapılıyorsa bu durum haberin güvenilirliğini etkiliyor.

5-Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Birinci kriter elbette ki bilimsel alt yapısının güçlü olması. Günceli ve gelişmeleri takip etmesi, akıcı bir ifade ve net cümlelerle soruları cevaplaması da oldukça önemli. Elbette eğer mümkünse profesör ya da doçent gibi bir unvanı olması da önemli. Çoğunlukla mümkün olmamakla birlikte büyük devlet üniversitelerinde görev yapıyor olması da benim seçimimde etkili oluyor.

6-Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?

Bu durumu can sıkıcı ve halk sağlığını tehdit edici olarak görüyorum. Pop yıldızı gibi gazete sayfalarında ya da ekranda olabilmek için maksadını aşan cümleler kuran doktor ne yazık ki aslında mesleğe başlarken adına yemin ettikleri Hipokrat'ın kemiklerini sızlatıyorlar. Çünkü Hipokrat “önce zarar verme” diyor. Bilimsel bilgiye dayanmayan, bireysel tecrübeler ya da sadece “bundan güzel başlık çıkar” diye yapılan açıklamalar ilk önce bilimi yaralıyor daha sonra toplumun sağlığını bozuyor.

Bu kişilere mümkün olduğunca haberlerimde yer vermemeye çalışıyorum. Eğer mecburen onlarla röportaj ya da haber yaparsam bilim dışı ifadelerine yer vermiyorum. Ancak bu kişilerin reyting yapan söylemleri özellikle televizyon habercilerinin (büyük olasılıkla haber merkezinin siparişi) ve televizyon programcılarının hoşuna gittiği için bizlerin haber yapmamak için gösterdiği çaba boşa gidiyor.

7-Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Sağlık habercisi kesinlikle etik davranmak zorundadır. Bununla ilgili sorumluluğu vardır. Ancak bir yöneticiye bağlı olarak çalıştığı için yöneticisinin verdiği görevleri yerine getirmek zorundadır. Bu noktada bazen inanmadığı, katılmadığı haberleri de yapmak

zorunda kalabilir. Böyle bir durumda uzmanlığı doğrultusunda haberi kamu yararını koruyucu çizgiye çekmeye çalışmalıdır.

8-Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?

Bence reyting kaygısı ve sağlığın da bir ticari faaliyet olması etik olgusunu yaralıyor. Çok izlenebilmek için popüler kişilerin söylemlerinin yer aldığı doğru olmayan haberlerin yayınlanması, bazı gazetelerde sağlık sayfalarının sponsorlu olması, televizyonlarda sponsorlu sağlık programları, kişisel iletişimin ön plana geçtiği pr faaliyetleri bazı haberlerde etiğin sorgulanmasına sebep oluyor. Çünkü diğerleri ile eşit ya da daha az bilimsel başarısı olan uzmanların sponsorlu işlerde ya da pr faaliyeti sonucu görüş veriyor olması “eşitlik” ilkesini bozuyor. Mesela obezite cerrahisi konusunda aynı işi yapan onlarca cerrah varken birinin görüşlerine yer vermek toplumun gözünde onu bir adım daha ileriye taşıyor. Bu da çok etik bir yaklaşım değil.

9-Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Sağlık okuryazarlığı son derece önemli bir olgudur. Her ne kadar biz uzman sağlık habercileri, haberlerimizi bilimsel süzgeçten geçirerek yapmaya, kamu yararını korumaya, reklam habere alet olmamaya çalışsak da, toplumun büyük bir kesimi gazetelerde, ekranlarda yer bulan reklam haberleri, sponsorlu haberleri gerçek haberden, reyting uğruna bilimsel olmayan açıklamalar yapan uzmanları da gerçek uzmanlardan ayırabilecek farkındalığa sahip değil. Bu da bazen ağır kronik hastalıklar ya da ölümle sonuçlanan durumlara yol açabiliyor.

10-Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Türk medyasında ‘muhabir’ kadrosunun giderek tırpanlanması en önemli sorunlardan biri. Özellikle gazetelerde çok az kuruluştaki muhabir kaldı. Televizyonlarda da durum çok farklı

değil. Çoğunlukla ajans kaynaklı haberlerin, masada edit edilerek kullanılması sadece sağlıkta değil tüm haberlerde ‘kalite’ olgusunu ortadan kaldırdı. Muhabirlerin sayısı azalınca, sağlık habercilerinin sayısı da doğal olarak azaldı.

Sağlık haberleri çoğunlukla ajanslardan geldiği gibi kullanılıyor. Ajanslardan ise özel sağlık haberleri yerine büyük oranda kurumların bülten haberleri geçiliyor. Çünkü artık ajanslar hastanelerle, ilaç ve cihaz firmaları ile bütçeli çalışma yaptıkları için çok sayıda kurumun pr ajansı gibi faaliyet gösteriyorlar.

11-Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?

- İletişim fakültelerinde sağlık konusu ders olarak okutulmalı, sağlık haberciliği ise ayrı bir ders olarak okutulmalıdır.
- Medya kuruluşları uzman sağlık habercisi ve sağlık editor istihdam etmelidir.
- Yayınlanacak bütün sağlık haberleri uzman sağlık editörlerinin denetiminden geçmelidir.
- Medya yöneticilerinin de sağlık haberciliğinin önemi ve uzman sağlık habercilerinin istihdamı konusunda eğitilmeleri gereklidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

“Türkiye’deki Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı Olgusu” isimli tez çalışması, haberin kavramı, nitelikleri ve değerleri temel alınarak sağlık haberciliğinin tanımlanması ve sağlık haberciliğinin günümüzdeki yapısı ve koşulları değerlendirilerek ortaya çıkarılmıştır. Sağlık haberciliğinin bir uzmanlaşma alanı olarak kabul görmesi ve bu noktadan sonra hem muhabir hem de sektörün bileşenleri tarafından konumlandırılması çeşitli başlıklar altında değerlendirilmiştir.

Tez çalışmasında, sağlık haberciliğinin misyonu, edindiği konular, çalışma şekli, yaşanan zorluklar ve etik – kamu yararı olgusunun bu alan için ne denli önem arz ettiği irdelenmiştir. Araştırma boyunca hem literatür taraması yapılmış hem de Türkiye’de şu anda çalışmakta olan sağlık muhabirlerinin bir bölümüyle görüşülmüş ve bazı sorulara yanıt aranmıştır. Tez boyunca yanıt aranan sorular şu şekildedir:

- Türkiye’de sağlık haberciliği medya kuruluşlarında bir uzmanlaşma alanı olarak ne ölçüde kabul görmektedir?
- Türkiye’de sağlık habercileri haber üretim sürecinde hangi zorlukları yaşamaktadır?
- Türkiye’de sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu yeterince gözetilebilmekte midir?
- Türkiye’deki sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunu ortadan kaldıran durumlar nelerdir?
- Türkiye’deki sağlık muhabirleri kendi branşlarını nasıl görmektedir, etik ve kamu yararı olgusuna bakış açıları nasıldır?

Yapılan araştırmada Türkiye’de sağlık haberciliğinin özellikle 90’lı yıllarla birlikte bir uzmanlaşma alanı olarak kabul edildiği ve sağlık haberlerinin medyada çok daha fazla yer bulduğu gözlemlenmiştir. Ancak sağlık haberciliğini değerlendirirken sadece medya sektörüyle değil başta sağlık sektörü olmak üzere birçok farklı alt sektörünü de beraber değerlendirmenin daha doğru olacağı anlaşılmıştır. Çünkü sağlık haberciliğinin beslendiği sağlık sektörü hem Türkiye’de hem de dünyada önemli bir ekonomiye ve güce sahiptir.

Bu güç medyada daha fazla yer bulma arzusunu, medyayı yönlendirebilme isteğini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle sağlık haberciliğinin etik ve kamu yararı olgusu çerçevesinde kalabilmesi daha da zorlaşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, tüm çalışmaya temel olabilmesi amacıyla kavramlara yer verilmiştir. Haber kavramı, haberin değerleri, haberin nitelikleri, sağlık kavramı ve sağlık iletişiminin ne olduğu literatür taramasıyla irdelenmiş ve sonraki bölümlerde işlenecek başlıklar için temel oluşturmuştur.

İkinci bölümde sağlık haberciliği başlığı ele alınmış ve sağlık haberciliğine dair birçok başlık bu ana başlık altında açıklanmaya çalışılmıştır. Sağlık haberciliği kavramı, sağlık haberciliğinin konuları, sağlık haberlerinde kaynak, sağlık haberlerinde dilin kullanımı, sağlık haberciliğinde uzmanlaşma, Haber üretim sürecinde sağlık muhabirinin karşılaştığı sorunlar, medyatik doktorlar, köşe yazarı olan/program sunan doktorlar ve sağlık haberlerinin nasıl okunması gerektiği bu bölümde incelenmiştir. Bu bölümdeki başlıklar ele alınırken özellikle medyada yer alan haberler üzerinden örnekler bulunmuş ve bu örnekler değerlendirilmiştir. Bu noktada Türkiye’de sağlık haberciliğine dair yanlış örneklerin bulunmasında hiç zorlanılmadığını söylemekte fayda var. Başlık-içerik uyuşmaması, sansasyonel haber başlıkları, yanıltıcı haberler, güvenilir bir kaynağa dayandırılmayan haber örneklerine çalışma sırasında çok sık rastlanılmıştır.

Araştırma boyunca, sağlık haberciliğinde sağlık profesyonellerinin kaynak olarak rolünün önemi ortaya çıkmıştır. Sağlık muhabirlerinin doğru kaynaktan bilgi alabilmesi, doğru kişilere ulaşabilmesinde sağlık profesyonellerinin önemi büyüktür. Sağlık muhabirlerinin en çok iletişimde olduğu kaynaklardan bir diğeri olan halkla ilişkiler profesyonelleri ile iletişimin ise çok güvene dayalı olmadığı tespit edilmiştir. Halkla ilişkiler profesyonellerinin verdiği bilgiler daima daha fazla teyide muhtaç görülmektedir. Medikal firmaların sektör içindeki varlığı ve konumu da sağlık muhabirlerinin haber üretim sürecini etkileme potansiyeline sahiptir. Bu noktada sağlık muhabirinin dikkati, tecrübesi ve etik tavrı belirleyici unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Medyatik Doktorlar” ve “Köşe Yazarı Olan/Program Sunan Doktorlar” ikinci bölümün en çok dikkat çeken başlıkları arasında yer almaktadır. Görülmüştür ki, sağlıktan medya alanına uzanan doktorların son yıllarda etkinliği oldukça artmış, sağlık haberciliğini de çok olumlu yönde etkilememiştir. Bu doktorların birçoğunun medyada sunuluşunda reyting/okunma kaygısının olduğu ve verdikleri bilgilerin çok daha çabuk ve sorgusuz kabul edildiği, bu nedenle de daha çok yanlış anlaşılabilirdiği gözlemlenmiştir. Medyatik doktorlar, birçok meslektaşının da tepkisini çekmiş hatta meslek kuruluşlarında kınanmıştır.

Sağlık haberciliğinde karşılaşılan en büyük sorunlardan birinin de son yıllarda duyduğumuz “Tık Gazeteciliği” olmuştur. Gazeteciliğin her alanında var olan yanıltıcı başlıklar, sağlık haberciliğinde de etkin olarak kullanılmaktadır. Sağlığın çok geniş bir kitleyi ilgilendiren bir alan olması, “tık gazeteciliğine” daha müsait bir alan olarak görülmesine neden olmuştur. İnternet gazeteciliğinin gelişmesi, sosyal medyada da internet gazeteciliğinin sürdürülmesi, yalnızca “tıklanma” gayesiyle yanıltıcı başlıkların sayısının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bu bağlamda önemi anlaşılan sağlık okuryazarlığının ise Türkiye’de istenilen düzeyde olmaması okurların/izleyicilerin daha çok dezenformasyonla karşılaşmasına neden olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde “Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı” başlığı ele alınmıştır. Etik kavramı, medya etiği, gazetecinin etik sorumluluğu, gazetecilikte kamu yararı kavramları anlatılmaya çalışılmış, tanımlamalara ve değerlendirmelere yer verilmiştir. Bu kavramların ışığında son başlık olan “Sağlık Haberciliğinde Etik ve Kamu Yararı Olgusu” irdelenmiştir. Sağlık haberciliğinde etik davranmanın, kamu yararını gözetmenin bir nevi insan sağlığını korumanın bir yolu olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan yanlış, yanıltıcı ya da reklam odaklı bir haberin insan ya da birçok insanın sağlığını hatta hayatını tehdit edebileceği nettir. Sağlık okuryazarlığının çok gelişmemiş olduğu Türkiye’de sağlığa dair bilgilerin çoğunun medya aracılığıyla öğrenildiği aşikârdır. Dolayısıyla etik çerçeve dışında kalan sağlık haberleri, habercilik yanlışından öte bir sorundur. Sağlık haberciliğinde etiğin bilinçli olarak ihlal edildiği haberler söz konusu

olduğu gibi bilinçsiz olarak, tecrübesizlikten, ikinci bölümde bahsedilen, üretim sürecindeki zorluklar nedeniyle de ihlal edildiği gözlemlenmiştir. Sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı doğrultusunda habercilik toplum bilgi alma hakkı ve toplum sağlığı açısından çok önemli bir ihtiyaçtır. Ancak bu her zaman mümkün olamamaktadır. Hangi haberin etik hangisinin yanıltıcı olduğunu anlayabilmek için okuyucuların/izleyicilerin sağlık okuryazarlığı bilgisini arttırmasının çok büyük önem taşıdığı anlaşılmaktadır.

Tez çalışmasının son bölümünü ise uygulama oluşturmaktadır. Bu bölümde sağlık muhabirleri ile Türkiye’deki sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu üzerine görüşme yapılmıştır. Türkiye’deki ulusal medya kuruluşlarında faal şekilde sağlık haberciliği yapan muhabirlere 11 soru yöneltilmiştir. Sağlık muhabirleri bu soruları kendi çalışma prensipleri, tecrübeleri ve görüşleri doğrultusunda cevaplandırmıştır. Her sağlık muhabirinin sorulara yanıt verme şekli farklı olsa da temelde benzer görüşlerde olduğu tespit edilmiştir.

Sağlık muhabirlerinin hepsi uzmanlaşmanın çok önemli olduğunu belirtmektedir. Uzmanlaşmanın, sağlık haberlerinde hata yapmayı en aza indirdiğini ve doğru kaynak seçimini kolaylaştırdığının altını çizmektedir.

Sağlık muhabirlerinin çoğu medyatik doktorların haber aktörü olması konusundaki görüşlerde de hemfikir olmakta ve onlardan görüş almamaya çalıştıklarını ifade etmektedir. Bu da tez çalışmasının ikinci bölümünde “Medyatik Doktorla” başlığı altında verilen bilgilerle, pratiğin, yani sağlık muhabirlerinin görüşlerinin örtüştüğünü göstermektedir.

Sağlık muhabirlerine yöneltilen sorular arasında hepsinin fikir birliğine vardı diğer konular ise sağlık muhabirinin etik sorumluluğu ve sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusu. Sağlık muhabirlerinin hepsi yaptıkları mesleğin yüklendiği etik sorumluluğun farkında olduğunu belirtmekte ve ona göre hareket ettiklerini söylemektedir. Sağlık muhabirleri, sorulara verdikleri yanıtlarda sağlık haberciliğinin

toplum sağlığı açısından sorumluluklar taşıdığını ve yanıltıcı ya da yanlış bilginin ne tür sonuçlar doğurabileceğinin altını sıklıkla çizmiştir.

Tez çalışmasının geneli değerlendirdiğinde Türkiye’deki sağlık haberciliğinin öneminin yıllar içinde artmakta olduğu ve sektör içinde önemsenmeye başladığı görölmektedir. Sağlık haberciliğinin ideal haliyle yapıldığı söylenemese de Türkiye’de sağlık haberlerini doğru şekilde ele alan medya kuruluşları ve sağlık muhabirleri olduğu gözlemlenmektedir. Sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunun önemi, mesleğin uzmanlaşmış kişileri, sağlık muhabirleri, tarafından yeterince bilinmektedir. Sağlık muhabirleri uzmanlaşmanın önemini bilmekte ve bu alanın uzman muhabirler tarafından yapılmasını istemektedir.

Çalışmadaki bilgilerden yola çıkarak sağlık haberciliğinde etik ve kamu yararı olgusunu ortadan kaldıran en büyük etkenin reyting/tıklanma olduğu anlaşılmaktadır. Birçoğu muhabirden bağımsız olmak üzere, bazı medya kuruluşları daha çok izlenmek, daha çok okunmak için sansasyonel haberlere, içerikle ilgisi olmayan başlıklara yer vermekte, yanıltıcı bilgilerle topluma yayın yapmaktadır.

Türkiye’deki sağlık haberciliğine etik ve kamu yararı olgusunun gözetilmesi için bazı öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Özellikle haber kanalları ve gazetelerde olmak üzere, haber bülteni olan tüm televizyon kanalları ve haber sitelerinde uzman bir sağlık muhabiri istihdam edilmeli, gerekirse yetiştirilmeli,
- Sağlık muhabirlerinin eğitim ve gelişim ihtiyaçları çalıştıkları kuruluşlar tarafından desteklenmeli,
- Kaynağın güvenilirliğinden emin olunmayan hiçbir haber yapılmamalı,
- Reyting/tıklanma kaygısı en azından sağlık haberleri söz konusu olduğunda düşünölmemeli,
- Medya kuruluşları sağlık muhabirlerinin onaylamadığı hiçbir kaynağa mecralarında yer vermemeli,

- Sağlık haberciliği konusunda meslek rgt daha aktif rol oynamalı, meslek ilkeleri güncellenmeli,
- Sağlık haberciliği daha fazla iletişim fakültesinde ders olarak okutulmalı,
- Sağlık okuryazarlığının önemine dikkat çekilmeli, toplumda sağlık okuryazarlığının arttırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalı.



KAYNAKÇA

- Adak, Nurşen Ö. : **Sağlık Sosyolojisi Kadın ve Kentleşme**, İstanbul, Birey Yayınları, 2002
- Adaklı, Gülseren: “Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Mülkiyet ve Kontrol Sorunu”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010
- AFAD, **Açıklamalı Afet Yönetimi Terimleri Sözlüğü**, (Çevrimiçi), <https://www.afad.gov.tr/tr/23792/Aciklamali-Afet-Yonetimi-Terimleri>
Sozlugu?kelime=halk+sa%C4%9Fl%C4%B1%C4%9F%C4%B1, Erişim Tarihi: 14.03.2019
- Ahmed, Rukhsana: “Medical and Health Journalism”, **Module JD 100**, (Çevrimiçi), <https://www.openschoolofjournalism.com/medical-and-health-journalism-jd100>, Erişim Tarihi:13.03.2019
- Akdal, Tuğba: “Haberciliğin Etik Kodları Bağlamında Gazetecilerin Polis Adliye Haberlerine Ve Haber Öznelerine Bakışıyla İlgili Bir Derinlemesine Mülakat Çalışması”, **Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 18, Ankara, 2017,
- Aslan, Kemal: **Haberim Var**, İstanbul, Anahtar Yayınları, 2003
- Banar, Seçil: “Medyada Etik Sorumluluk Anlayışı:2005 Yılında Türk Medyasına İlişkin Değerlendirmeler”,**İstanbul Üniversitesi**

İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 24, İstanbul, İÜ Basım ve
Yaynevi, 2006

- BBC: “Kamu Yararı”, (Çevrimiçi),
<https://www.bbc.co.uk/academy/tr/articles/art20140408123758668>, Erişim Tarihi: 17.03.2019
- BBC: “What is ethics?”, (Çevrimiçi),
http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml, Erişim
Tarihi:16.03.2019
- Bolsoy, Nursen:
Ümran Sevil, “Sağlık-Hastalık ve Kültür Etkileşimi”, **Atatürk Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dergisi**, Erzurum, Sayı 3, 2006
- Bülbül, A.Rıdvan: **Genel Gazetecilik Bilgileri**, İstanbul, İletişim Kitapları, 2000
- Çağlar, Şebnem: “**Sağlık Haberciliği**”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,
İstanbul, Sayı 23, 2005
- Çınarlı, İnci: “Stratejik Sağlık İletişiminin Sağlığın Tıbbileştirilmesindeki
Rolü”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Gazi
Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi, Sayı 43,
2016
- Çopurlar, Canan
Kendir, Mehtap
Kartal: “Sağlık Okuryazarlığı Nedir? Nasıl
Değerlendirilir? Neden Önemli?”, **Turkish Journal of Family
Medicine and Primary Care**, Cilt 10, Sayı 1, 2016
- Demir, Müge: **Sağlık Haberleri ve Medya Gerçeği**, İstanbul, Nobel
Yayınları, 2010

- Demir, Müge: “Yazılı Basında Yayınlanan Sağlık Haberlerinin Kamuoyuna Etkisi”, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**, İzmir, Ege Üniversitesi, 2008
- Demir, Sevtap: “Muhabirlerin Çalışma Yaşamı: Sınırlar ve Sorunlar-Ajans ve Gazete Muhabirleri Temelinde Bir Alan Araştırması”, **Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, Sayı 14, 2016
- Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Demeği: “Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi”, (Çevrimiçi),<http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>, 1999, Erişim Tarihi: 17.03.2019
- Elliott, Denie: “An Introduction to Ethical-Decision Making Essay: Cases and Moral Systems”, **Media Ethics-Issues and Cases**, Ed:Philip Patterson, Lee Wilkins, Chad Painter, Maryland, Rowman&Littlefield, 2019
- Erdağ, Gülay Çiler: “Sağlığın Temel Belirleyicisi Olarak Sağlık Okuryazarlığı”, **Sağlık Okuryazarlığı**, Editörler: Yrd.Doç.Dr.Filiz Yıldırım, Dr.Dyt.Alev Keser, Ankara, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Yayını, Yayın No:3, 2015
- Erol, Gülbuğ: İletişim ve Etik, 1.Baskı, İstanbul, Hiperlink Yayınları, 2012
- Evers, Hubb: “Medya Etiği”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010
- Geçer, Ekmel: “Sağlık Haberciliği ve Hasta-Hekim İlişkileri: Etkileşimler ve Riskler”, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, Cilt 3, Sayı 5
- Girgin, Atilla: **Haber Yazmak**, İstanbul, Der, 2002

- Girgin, Atilla: **Yazılı Basında Haber ve Habercilik “Etik”i**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2000
- Gönenç, Özgür: **Medya Dünyası**, İstanbul, İÜ İletişim Fakültesi Yayınları, 2004
- Işıklar, Hakan Cem: “Haber Televizyonlarında Haber Yapım ve Yayın Süreçleri: NTV, Habertürk ve CNN Türk Televizyonlarının Karşılaştırılmalı Çözümlemeler”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Konya, Selçuk Üniversitesi, 2011
- İnal, Ayşe: “Tarihsel gelişimi içinden gazetecilik etiğini yeniden düşünmek”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010
- Kart, Erdal: “Türkiye’de Sağlık Haberlerine ve Sağlık Haberciliğine Eleştirel Bir Bakış”, (Çevrimiçi), <https://evrimagaci.org/turkiyede-saglik-haberlerine-ve-saglik-haberciligine-elestirel-bir-bakis-7201>, Erişim Tarihi: 17.03.2019
- Kars, Neşe: **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010
- Koçak, Abdullah, Yasin Bulduklu: “Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları”, **Selçuk Fakültesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Konya, Sayı 3, Cilt 6, 2010

- Krüger, Franz: “Ethical Journalism in a time of AIDS”, **African Journal of AIDS Research**, Cilt 4, Sayı 2, 2005, s.126-127 (doi: 10.2989/16085900509490351)
- Kuru, Bekir : “Medya ve Sağlık”, Birikim Dergisi, (Çevrimiçi), <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5333/medya-ve-saglik#.XI0So9UzbIW> ,Sayı 117, 1999, Erişim Tarihi: 16.03.2019
- Manovich, Dr. Lev: What is new media?, <https://www.mheducation.co.uk/openup/chapters/0335217109.pdf> , Çevrimiçi Erişim Tarihi:16.03.2019
- MEGEP: Gazetecilik Modülü, Çevrimiçi), http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Haberin%20Nitelikleri.pdf , Erişim Tarihi 15.03.2019
- MEGEP: “Gazetecilik Alanı- Haberin Nitelikleri Modülü”, Ankara, 2007Okay, Ayla: **Sağlık İletişimi**, İstanbul, Derin Yayınları, 2016
- Özgen, Murat: **Gazetecinin Etik Kimliği**,2.Baskı, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları,2002
- Özkan, Mehmet Ali : “Tıp Kongreleri”, (Çevrimiçi), <http://www.medikalplus.com/2011/12/14/tip-kongreleri/>, Erişim Tarihi: 15.03.2019
- Rigel, Nurdoğan: **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 2000

- Rosen, Jay: “Optimizing Journalism for Trust”, medium.com, (Çevrimiçi), <https://medium.com/de-correspondent/optimizing-journalism-for-trust-1c67e81c123> , Erişim Tarihi 16.03.2019
- Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Sözlüğü: 1.Baskı, Ankara, Sağlık Bakanlığı Yayını No:14, 2011
- Sağlık ve Sosyal Hizmet Çalışanları Sendikası: “Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Araştırması”, Sağlık-Sen Yayınları No:25, Ankara, 2014
- Shwitzer, Gary: “A Statement of Principles for Health Care Journalists”, **The American Journal of Bioethics**, Cilt 4, Sayı 4, (doi:10.1080/15265160490908086)
- Sosyal Sorumluluk Nedir? : (Çevrimiçi), <http://www.sosyalsorumluluk.org/sosyal-sorumluluk-nedir/>, Erişim Tarihi: 14.03.2019
- Sütlaş, Mustafa: **Medya İçin Sağlık Sağlık İçin Medya**, İstanbul, Bas-Haş Yayınları, 1.Basım, 2007
- Taş, Oğuzhan: “Medya etiğinin tarihsel temelleri ve gelişimi”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Editör: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 2010
- Teyit.org: “Baş ağrısı şikayetiyle hastaneye giden adamın “beyinsiz” çıktığı iddiası”, (Çevrimiçi) <https://teyit.org/bas-agrisi-sikayetiyle-hastaneye-giden-adamin-beyinsiz-ciktigi-iddiasi/>, Erişim Tarihi: 29.06.2018
- Tokgöz, Oya: **Temel Gazetecilik**, Ankara, İmge Yayınevi, 2008
- Türk Dil Kurumu: Büyük Türkçe Sözlük, (Çevrimiçi),

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=179785, Erişim

Tarihi: 17.03.2019

Türk Tabipler
Birliği,

(Çevrimiçi),
http://www.tt.org.tr/userfiles/files/ba_15_01_2019.pdf, Erişim
Tarihi:15.03.2019

Türkiye Gazeteciler
Cemiyeti:

“Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”,
(Çevrimiçi),<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>, Erişim Tarihi:
17.03.2019

Vatan Gazetesi:

“Kahvaltı Gevreklerinde Kanseri Riski”, (Çevrimiçi)
<http://www.gazetevatan.com/kahvalti-gevreklerinde-kanser-riski--1179235-saglik/>, Erişim Tarihi: 01.07.2018

White, Aida:

“Five Core Principles of Journalism”,(Çevrimiçi),
<https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>, Erişim Tarihi: 16.03.2019

World Health
Organization:

(Çevrimiçi), <http://www.who.int/suggestions/faq/en/>, Erişim
Tarihi: 21.06.2018

World Health
Organization:

“Health literacy and health behaviour”, 7th Global Conference
on Health Promotion, (Çevrimiçi),
<https://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/track2/en/>, Erişim Tarihi: 16.03.2019

Yıldırım, Pelin Ögüt: “Türkiye’de Sağlık Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi”, **Atatürk İletişim Dergisi Sağlık İletişimi Özel Sayısı**, Erzurum, Sayı 14, 2017

Yılmaz, Temel : “Magazin Tıbbı ve Medyatik Doktorlar”, **Habertürk Gazetesi**, (Çevrimiçi), <https://www.haberturk.com/yazarlar/prof-dr-temel-yilmaz/1757094-magazin-tibbi-ve-medyatik-doktorlar>, Erişim Tarihi: 15.03.2019

Yurdigül, Yusuf : “Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi”, **Atatürk İletişim Dergisi**, Erzurum, Sayı 1, 201

EK

SORULAR

1. Sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın önemi ve avantajları nelerdir?
2. Haberi hazırlarken kaynağın güvenilirliğinden ve haberi oluşturan unsurların doğruluğundan nasıl emin olursunuz?
3. Sağlık haberi hazırlarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdir?
4. Sağlık haberi hazırlarken uzmanın, kurumun ya da firmanın reklamı haline dönüşmesini engellemek için nelere dikkat ediyorsunuz?
5. Bir haberde görüş alacağınız uzmanı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?
6. Medyatik doktorların sansasyonel açıklamalarıyla haber aktörü olmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Haberlerinizde bu isimlere yer verdiğiniz/vermek zorunda olduğunuz oluyor mu?
7. Sağlık haberlerini kamu yararı yönünde ele aldığınızda muhabirin etik sorumluluğu hakkında ne düşünüyorsunuz?
8. Sağlık haberlerinde etik olgusunu ortadan kaldıran faktörler sizce nelerdir?
9. Sağlık haberlerinin toplumda yarattığı etki bağlamında sağlık okuryazarlığının önemi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
10. Türkiye’de sağlık haberciliğini etik ve kamu yararı olgusu bağlamında değerlendirdiğinizde en önemli sorunların neler olduğunu düşünüyorsunuz?
11. Türkiye’de sağlık haberciliğinin ilerleme kaydetmesi ve hedef kitlesine daha yararlı olabilmesi noktasında önerileriniz nelerdir?