

SAĞLIK HABERLERİNDE “MUCİZE TEDAVİ”LER*

Asuman Kaya** - Erkan Yüksel*** - Pelin Ögüt****

“Önce zarar verme! (primum nil nocere)”, Hipokrat

ÖZET

Çalışmanın genel amacı Türk basınında yayımlanan sağlık konulu içerikler arasından “mucize” ve “tedavi” sözcüklerine bir arada yer veren yazıların, içerik analizi uygulamasına dayalı olarak betimlenmesi ve meslek ahlak ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmesidir. Çalışma özellikle basın meslek ahlakının sağlık haberciliğine yönelik olarak tanımlanan genel ilkelerinden “umut verme, özellikle de mucizevi tedaviden bahsetme” ifadesinin ne ölçüde uygulandığının belirlenmesi ve bundan sonra yapılacak haberlere ilişkin olarak da konuya dikkat çekilmesi açısından önemli bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında medya takip şirketi verilerine dayanarak gerçekleştirilen taramada 01 Ocak-30 Haziran 2010 tarihleri arasında Türkiye’de yayımlanan gazetelerdeki (yaygın, bölgesel ve yerel) sağlık konulu içerik arasından, “mucize” ve “tedavi” sözcüklerini içeren 182 yazı, 7 ana kategori çerçevesinde içerik analizi uygulamasına konu edilmiştir. Tanımlanan kategoriler “mucize” ifadesinin tonu (pozitif, negatif ve nötr) çerçevesinde çapraz tablolar oluşturularak değerlendirilmiştir. Verilerin yorumlanacağı basın meslek ilkeleri ise literatür taraması yöntemine dayalı olarak elde edilmiştir.

Veriler basın ahlak ilkelerinin “umut verme, özellikle de mucizevi tedaviden bahsetme” ifadesi ile çelişir nitelikte bulunmuştur. Bu çerçevede özellikle de menşei belirsiz yazılara dikkat edilmesi gerektiği, köşe yazarlarının ve muhabirlerin de “mucize” kavramının kullanımında daha özenli davranmaları gerektiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar sözcükler: Basın, gazetecilik, sağlık haberciliği, etik, medya etiği.

‘MIRACULOUS CURES’ IN HEALTH NEWS

“First, don’t harm!” (primum nil nocere)”, Hipokrat

ABSTRACT

Purpose of this study is to describe writings, which are among the published content about health in Turkish press and which include ‘miracle’ and ‘cure’ words together, in terms of content analysis and to evaluate them in terms of occupation ethics. The study is considered to be important especially for determining to what extent the expression ‘giving hope, especially talking about miraculous cure’, which is among the principles about press job ethics’ description of health casters, is applied and for taking attention to the topic for future news.

Within the context of the study, in research that has been based on press trailing company’s data, from 1st of January to 30th of June 2010, 182 writings that include ‘miracle’ and ‘cure’ words have been chosen among the health content published in Turkey (expansive, regional and local) and have been used in the frame of 7 basic categories. Described categories have been evaluated by composing crosswise tables according to the tone of (positive, negative and neutral) the expres-

* Bu çalışma TÜBİTAK tarafından kabul edilen 109 K 534 nolu proje ve Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu’na kabul edilen 1000 E 38 nolu proje kapsamında desteklenmiştir. Çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi tarafından 21-25 Eylül 2010 günleri arasında Trabzon’da düzenlenen “Sağlıkta Haklar, Sorunlar ve Sorumluluklar Kongresi” kapsamında sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

** Öğr. Gör., Anadolu Üniversitesi Porsuk MYO

*** Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

**** Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

sion. Press job ethics, which will help explanation of data, has been gathered in terms of literature scanning method.

Data has been found to contradict to expression of ethics: 'giving hope, especially talking about miraculous cure'. Thus, it was found necessary for columnists and casters to be more careful while writing about this subject and using 'miraculous' expression.

Keywords: Press, journalism, health journalism, ethics, media ethics.

1. GİRİŞ

“İnsanlar bir mucize beklentisi içinde... İşte kanserle ilgili bir konuda gazeteciler de insan, gazeteciler de mucize bekliyor. Hâlbuki yaşadığımız yüzyılda mucizelere yer yok. Mucize diye sunulan şeylerin arkasında bir karanlık ve olumsuz bir tablo var. Gazetecinin bunu yapmaya, mucize diye bir şeyi ele almaya hakkı yok. Hep arka tarafını da görmek zorundayız diye düşünüyorum”. Bu özeleştirici Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği'nin o dönemde İkinci Başkanı olan Sibel Güneş (2001: 100)'e ait. “Sağlık Bilinci ve Medya” toplantısında bir gazetecinin “kanser hastalığına yönelik mucize ilaç” denilebilecek nitelikteki haberine ilişkin açıklamasının ardından bunları söylüyor. Çünkü bilgisayarda üretilmiş bir ilaç formülüne ilişkin haber, “kansere umut” diye yayınlanınca kanserle savaşıyor ve bir çıkış yolu arayan umutsuz insanlar umuda kapılıyor ve bu sahte umut yeni bir umudun daha tükenmesine neden oluyor (Kaufman 2001: 85). Belki de hastalar kanserle savaşta psikolojik olarak bir yenilgiye daha uğruyor ve çare olmayan çare nedeniyle kendini daha da kötü hissediyor. 2000 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen bu toplantıda konuşan Güneş de anlatılan örnek olay üzerine “mucize tedavi” haberlerine yönelik eleştiride bulunuyor ve ardından toplantının sonuç bildirgesinde şöyle bir hüküm yer alıyor: “Bilimde mucize yoktur. Topluma yanlış umutlar ve beklentiler doğuracak haberler ve yazılar kadar, umutla süren yaşama isteğini kırarak haber ve yazıların yer almaması da dikkat edilmesi gereken noktalardan birisidir.”

Gerçekten de öyle mi? Bu toplantının üzerinden yaklaşık 10 yılı aşkın süre geçmesine karşın sağlık haberlerinde hala “mucize tedavi” temasına yer veriliyor mu? Bu çalışmada, 1 Ocak-30 Haziran 2010 tarihleri arasında basında (yerel, bölgesel ve yaygın gazetelerde) yayınlanmış olan “mucize” ve “tedavi” ifadelerine yer verilen yazılar içerik analizi uygulanma-

sına konu edilerek elde edilen veriler basın meslek etiği bağlamında irdelenmektedir.

1.1. Problem

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ilk sırayı “fizyolojik gereksinimler” ve ikinci sırayı da “güvenlik gereksinimi” alır. Teoriye göre bireylerin kişilik gelişimi bu sıralamaya göre sürer ve bir kategorideki ihtiyaç tam olarak giderilmeden, bir üst düzeydeki ihtiyaç düzeyine gidilemez (Maslow teorisi T.Y.). Dolayısıyla insanların en temel ihtiyaçları hayatta kalma ve sağlığını koruma içgüdüleri oluşturur.

Birleşmiş Milletler'e bağlı Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlığı; "Yalnızca hastalık ya da sakatlığın bulunmaması değil, aynı zamanda bedensel, ruhsal ve sosyal yönlerden tam bir iyilik hali" olarak tanımlamaktadır (Bulun ve ark. T.Y.). En temel insan haklarından birisi “sağlıklı yaşama” hakkıdır ve İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (Madde 25) başta olmak üzere, Avrupa Sosyal Şartı'nın 11'inci maddesinde ve Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 25'inci maddesinde “sağlık hakkı” ve “sağlığın korunması hakkı” yer bulmaktadır (Sağlık Hakkı Nedir T. Y.). Bu hak, Avrupa Sosyal Şartı'nda ifade edildiği şekilde, “sağlığı geliştirmek ve sağlık konularında kişisel sorumluluğu arttırmak üzere eğitim ve danışma kolaylıkları sağlamak” hükmünü de içermektedir (Sağlık Hakkı Nedir T.Y.). Ayrıca WHO'nun görevleri arasında sıralanan hükümler de paralel niteliktedir: “Sağlık alanında her türlü bilgi sağlamak, tavsiyelerde bulunmak ve yardımlar yapmak”, “sağlık bakımından aydınlatılmış bir kamuoyu oluşumuna yardım etmek”(Dünya Sağlık Örgütü, T.Y.).

Pek çok insan için ve dolayısıyla medya için “sağlık konulu haberler” belki de en başta sağlığın insan hayatındaki önemi nedeniyle değerlidir. İnsanlar sağlıkla ilgili gelişme ve bilgileri büyük oranda medyadan öğrenir, medya da insanların bu ilgisine karşılık verir. Bir araştır-

maya göre “basında çıkan haberler arasında sağlık haberlerinin okunma oranı” yüzde 14’lük bir payla ilk sırada yer almaktadır. Demir (2008: 4)’in aktardığı araştırmada, okuyucuların en çok sağlık haberlerinden etkilendiği kaydedilmektedir. Karagöz (2009: 192) de sağlık konusunda bilgi aktarılırken medyanın, bireylerin tutumlarını, kanaatlerini ve tavır alışlarının şekillenmesini sağlayan “birincil kaynak niteliğinde olduğunu” ifade etmektedir.

Medyada yer verilen sağlık konulu içeriğe insanların büyük önem verdiğine ve güven duyduğuna ilişkin başka araştırmalar da mevcuttur. Örneğin 1997 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nden 2 bin 256 denekli bir araştırmada elde edilen bulgular, katılımcıların yüzde 50’sinin “orta” ve yüzde 25’inin de “önemli” derecede medyada yer alan tıbbi yayınlara güvendiğini ortaya koymuştur. Aynı araştırmada katılımcıların sağlık konulu bilgileri nereden edindikleri sorusuna verdikleri yanıt da medyayı ön plana çıkarmaktadır. Katılımcılar sağlık konulu bilgileri “hekimlerden çok televizyonlardan” edindiklerini söylemişlerdir. Televizyondan bilgi edinme oranı yüzde 40, dergilerden bilgi edinme oranı yüzde 35 ve gazetelerden bilgi edinme oranı yüzde 16’dır. Buna karşılık hekimlerden alınan bilginin oranı yüzde 36 olarak ifade edilmiştir. Medyadan edinilen bilgiler çerçevesinde “önlem alma” konusunda ise deneklerin yüzde 58’i “davranış değiştirdiklerini” ve yüzde 42’si ise daha çok bilgi alabilmek için doktora başvurduklarını söylemişlerdir (Demir 2008: 4).

Ülkemizde yapılan bir anket çalışmasında 18-59 yaşlarındaki 2050 kişiyi kozmetik ürün alırken nelerin etkisinde kaldıkları sorulmuş ve yüzde 13’ü görsel medyadan, yüzde 1,9’u da basından etkilendiğini söylemiştir. Hekimin önerisine önem verenlerin oranı yüzde 1,6’dır. İlk sırada ise yüzde 16,8’lik oranla arkadaş tavsiyesi gelmektedir (aktaran Kaymak ve ark. 2007: 13).

Yeniliklerin yayılmasında ve duyurulmasında medyanın en etkili yolların başında geldiği bilinmektedir. Bu nedenle sağlık konulu bilgi ve yenilikler de en hızlı ve en etkili biçimde medya aracılığıyla kamuoyuna duyurulabilmektedir. Kitlesele bir eğitim aracı olarak medyanın sağlık alanında önemli işlevler yüklen-

diği geçmişteki örneklerde görülmüştür. Örneğin Türkiye, İtalya, Hindistan ve Afrika’nın birçok ülkesinde, kimi zaman UNESCO’nun da desteklediği sağlık, çevre sağlığı, beslenme ve okuma-yazma gibi birçok konuda radyo ve televizyon aracılığıyla eğitimler gerçekleştirilmiş, kampanyalar düzenlenmiş ve oldukça başarılı sonuçlar alınmıştır (Hoşgeçin ve Tozkoşparan 1995: 11). Bu tür sağlık yayınlarında, ülkelerin sağlık sorunları ve öncelikleri doğrultusunda işlenen konular her ne kadar farklılık gösterse de ana amaç değişmemektedir: Gelişmiş ülkelerde daha çok kronik hastalıklar, yaşlılık, AIDS ve yaşam kalitesinin yükseltilmesine yönelik konular işlenirken, gelişmekte olan ülkelerde bulaşıcı hastalıklar, kişisel hijyen, ana ve çocuk sağlığı gibi konular daha fazla ele alınmaktadır (Erdoğan 2007: 98). Dolayısıyla medya sağlık konulu bilgilendirme ve eğitim çalışmalarının en önemli ve en etkili aracı konumundadır.

Öte yandan sağlık konulu yayın içeriklerinin kamuoyu tarafından medyadaki diğer içeriklerden farklı algılandığına ilişkin araştırma sonuçları da mevcuttur. Halk, sağlık bilgisine ilişkin medya içeriğine diğer içeriklere göre daha fazla güven duymaktadır. Cinsel Eğitim Tedavi ve Araştırma Derneği (CETAD) tarafından Türkiye genelinde yürütülerek 2006 yılında tamamlanan “Cinsel Sağlık ve Üreme Sağlığı Araştırması”, cinsellik gibi mahrem bir konuda en çok televizyondaki sağlık programlarının izlendiği (yüzde 41) ve programlardaki bilgilere güvenildiği (yüzde 32) sonucuna ulaşmıştır. Araştırmaya göre medyadan öğrenip, daha ileri bilgi için doktora başvuruların oranı yüzde 30,5’tir. Bu oran kadınlarda yüzde 36,3’e yükselirken, erkeklerde yüzde 24,67’ye düşmektedir. Eğitim oranı yükseldikçe medyadan edildiği bilgiden hareketle, daha fazla bilgi için doktora başvuruların oranı daha da artmaktadır. Bu oran üniversite ve üstü mezunlarda yüzde 47,2’ye çıkmaktadır (Cinsel Sağlık ve Üreme Sağlığı Araştırması 2006 T.Y.).

Sağlık konusuna verilen önem medya yöneticileri açısından da dikkat çekicidir. Medya yöneticileri de yayınlarında sağlık konusuna daha fazla önem vermek istediklerini belirtmektedirler. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri’nde 502 medya şirketi üzerinde yapılan bir araştırma, haber kuruluşlarının yüzde 73’ünün “hafta-

lık olarak sürekli ve düzenli olarak kamu sağlığına ilişkin haber almak istediklerini” tespit etmiştir. Aynı çalışmada medyanın sağlık konusuna gösterdiği önem şu bulgu ile ifade edilmiştir: Televizyon kanallarının yüzde 71’i günlük olarak sağlık programlarına yer vermektedir. Haber bültenlerinin yüzde 75’den fazlasında da düzenli olarak bilim-sağlık bölümlerine yer vermektedir (Çöklü 2002: 48-55).

Türkiye’de de son yıllarda gazetelerde sağlık sayfaları hazırlanmaya başlamış, televizyon kanallarında sağlık konulu yayınlar dikkat çeker hale gelmiştir. Özellikle televizyon kanallarında sabah ve gece yarısı kuşakları bu türde yayınlara ayrılmıştır. Türkiye’de sağlık konulu yayıncılık denilince akla gelen isimlerden biri olan Prof. Dr. Osman Müftüoğlu (2006) bu konuda şöyle demektedir:

“Son on yılda medyada sağlık, beslenme ve hastalık haberlerinde tam bir patlama yaşanıyor. Sağlık haberleri medyada her yıl biraz daha artan oranda yer bulacak. Yaşam süresi beklentisi uzadıkça, refah düzeyi iyileşip yaşam kalitesi arttıkça bu beklenen gelişme, sağlığa ayrılan sayfa ve sürelerin artması olacak.”

Ancak Müftüoğlu’nun da dediği gibi bu artışla birlikte “bilgi kirliliğine” de dikkat edilmelidir. Sağlık haberlerini ciddi bir denetim ve elekten geçirdikten sonra yayınlamak gerekmektedir; çünkü bilgi kirlenmesi, yanlış bilgilendirme tehlikelerini de beraberinde getirmektedir.

1.1.2. Medya İçeriğine Yönelik Eleştiriler

Medyada sağlık konusunda görülen artış, bir yandan olumlu karşılanırken, diğer yandan da eleştirilere konu olmaktadır. Elbette sağlık konulu yayınlara ayrılan yer ve süre kadar, bu yayınların içeriklerinde hangi mesajların verildiği de önemlidir ve Müftüoğlu’nun da işaret ettiği gibi tartışmanın odak noktasını da burası oluşturmaktadır.

Günaydın (1999) sağlık haberlerini “iki ucu keskin bıçak” olarak yorumlamakta ve şöyle demektedir: “Tıp konusunda verilen haberler şüphesiz iki ucu keskin bir bıçak gibidir. Çok önemli konularda kamuoyunu aydınlatmak ve

eğitmek mümkün olabileceği gibi, verilen bilgiler eksik, yanlış yorumlanmaya veya yönlendirmeye uygun ise tehlikeli hale dönüşebilir. Kanada’da 1996 yılında bir yıl içinde gazetelerde tıp konusunda yayınlanan makalelerden rastgele seçilen 109’unun bu konuda uzman doktorlarca yapılan değerlendirilmelerinde ilginç sonuçlar alındı. Makalelerin yüzde 50’sinde önerilen yöntemler doğru değildi ve yüzde 28’inde ise verilen bilgiler son derece tehlikeli ve hatta yaşamı tehdit edebilecek sonuçlara varabilecek kadar yanlışlarla doluydu. Yine yazıların yüzde 22’sinde önerilen yöntemlerin etkilerinden bahsedilmemişti.”

Günaydın (1999)’ın kaydettiği gibi “Kamuoyunun dikkatini çekecek denli tıpta devrim mucizeleri çok nadir gerçekleşmekte, çeşitli hastalıklar, tedavileri ve koruyucu yöntemler gibi izleyeni bilgilendirici konular ise ülkemiz insanına sıradan gelmektedir”.

Türkiye’deki ölüm nedenleri arasında ilk sırada gelen kalp hastalıkları (1994 yılında yapılan bir çalışmaya göre bu oran yüzde 42 düzeyindedir. Aktaran Tezcan ve ark. 2005), dikkate alındığında, yüksek tirajlı 10 gazetede yayımlanan kronik arter hastalığı ve risk faktörleri konusundaki araştırmanın bulguları daha önemli hale gelmektedir. Gazeteler bu konuya nasıl yer vermekte ve hangi derecede önemli bulmaktadırlar? Bu soruya yanıt arayan Tezcan ve arkadaşları (2005), 1999 yılı Ekim ayı ile 2000 yılı Ocak, Nisan ve Temmuz aylarının ilk 15 günlerinde yayımlanan gazeteleri incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçlarını değerlendiren yazarlar “gazetelerin dünyada bir numaralı ölüm nedeni olan KAH ve risk faktörlerine gereken önemi vermediği” görüşünü ifade etmektedirler. Çünkü bu konuda çıkan yazıların gazetelerin yüzde 1,2’sinden daha azını kapsadığı tespit edilmiştir. Ayrıca yazıların 1/5’inden fazlası resimsizdir. Bu da gazetelerin yazıları yeterince etkin verme çabası içinde olmadıkları şeklinde yorumlanmıştır. Yine yazıların yüzde 21,9’unda hiçbir kaynak gösterilmemiştir. Yazıların bilimsel doğruluğu anlamındaki değerlendirme bulguları ise yazıların yüzde 16,4’ünün kısmen doğru ve yüzde 5,5’inin de doğru olmadığını ortaya koymaktadır. Bu da halkın tam olarak doğru bilgilendirilmediği yorumuna neden olmaktadır.

“Medyada yanıltıcı sağlık haberleri” konusunda birçok sivil toplum kuruluşu ve hekim tarafından yapılan açıklama ve uyarı da mevcuttur (Erdoğan 2007, Günaydın 1999, Hatun 2004). Bu konudaki eleştiriler büyük oranda “Medyada sağlık haberleri çok defa üzerinde titizlikle durulmadan, gerçekliği ve bilime uygunluğu yeterince araştırılmadan ve sorgulanmadan veriliyor (Özdemir 2008)” ifadesinde düğümlenmektedir. Bazen gülünç, bazen üzücü ve çoğunlukla halkı yanlış bilgilendiren ve yönlendiren bu haber ya da açıklamalar olumsuz sonuçlar doğurmakta ve “tehlikeli” bulunmaktadır. Tıbbi konulardaki yanlış bilgilendirmeye yönelik önlem alınması için örneğin Türkiye Kas Hastalıkları Derneği, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’na başvuruda bulunmuştur (20 Nisan 2009). Türkiye Kardiyoloji Derneği de medyada yer bulan çeşitli ürünler hakkında “herhangi bir biçimde kanıt dayalı tıp ilkelere sınıranmış, yararı ve zararı hakkında herhangi bir bilimsel hükme varılmadığı” eleştirisinde bulunmakta ve şu değerlendirmeyi yapmaktadır: “Ekonomi haberciliğinde sermaye piyasalarında oluşan bazı olumsuz değişiklikleri küçük yatırımcıyı panik içine sokmadan ve doğru tahlil edebilme hassasiyeti ne kadar önemliyse, sağlık haberciliği de en az aynı dikkati hak etmektedir (Medya ile İlişkilerde Etik 2009).”

Türk Tabipler Birliği (TTB)’nin 18 Mart 2010 tarihli basın açıklaması bu konuya ilişkin iyi bir örnek olarak verilebilir. Mart ayı başında, Zeytinburnu’ndaki tramvay kazasında ağır yaralanan ve tedavi gördüğü hastanede beyin ölümü gerçekleşen Buket Bulut hakkında basında çıkan haberlerde şöyle denilmektedir: “Başbakan beyin ölümü gerçekleşen hasta için mucize doktoru devreye soktu”. Konuyla ilgili olarak TTB’nin yaptığı açıklamada beyin ölümünün dönüşsüz olduğu, doğada ‘mucize’ olmadığı, “mucize doktor” ifadesinin hem bilimsel, hem de ahlaki açıdan yanlış olduğu, Başbakan’ın mucize doktor getirtmesinin hem hatalı, hem de güven azaltıcı olduğu kaydedilmektedir. “Ölüm gerçekleştikten sonra kişinin yaşama geri dönme olasılığı bulunmamaktadır” denilen açıklamada “mucize” kavramı şu şekilde açıklanmaktadır (Basın açıklaması2010):

“Mucize’nin anlamı ‘aciz bırakan şey’dir. Günlük dilde beklenmedik, öngörülemeyen ya

da oluşma olasılığının bulunmadığı düşünüldüğü halde oluşan olaylar, dini söylemden ödünç alınarak, ‘mucize’ biçiminde nitelenmektedir. Ancak bu ifadenin metaforik olduğu gözden kaçırılmamalı, ‘mucize’nin esasen ‘açıklamakta güçlük çekilen şey’ olduğu unutulmamalıdır. Tarih boyunca deneyimlenmiştir ki, var olan bilgiyle açıklanamayan olgular, bir süre sonra, bilimsel bilginin artmasıyla açıklanır, anlaşılır ve sonrasında müdahale edilebilir hale gelmiştir. Basın; doğada bulunmayan, gerçekleşmesi olanaklı olmayan mistik ifadeleri gerçekleştiribilmiş gibi sunmamalı, toplumu yanlış yönlendirmemeli, duyguların aklın önüne geçmesine elindeki olağanüstü güçle katkıda bulunmamalıdır.”

Açıklamada ayrıca basın organlarının “beyin ölümü” kavramının anlamına dikkat etmeden haber yapmalarının üç açıdan olumsuz sonuç doğurabileceğine işaret edilerek kavramın daha özenli kullanılması uyarısında bulunmaktadır (Basın açıklaması 2010):

“1. Toplumda tıbbı olan güven azalacak, tıbbın “ölüm” dediği olgularda dahi, ölmeme, bir geri dönme olasılığının var olduğu zanni oluşacaktır.

2. Beyin ölümü kavramının en önemli uygulama alanlarından biri olan organ bağışlarını azaltabilecektir. Nitekim hastanın yakını “mucize” beklentisiyle organ bağışında bulunmayacağını açıklamıştır.

3. Beyin ölümü gerçekleşen bir hastanın bir “mucize” ile de olsa sağlığını kazanabileceği zanni, sınırlı sayıda olan yoğun bakım birimlerine daha fazla gereksinim duyan/ gerçekten yarar sağlanabilecek olan hastaların bu olanaktan yararlanmalarını engelleyebilecektir.”

Öte yandan son yıllarda dikkati çeken en önemli sağlık haberleri “Deli dana”, “Domuz gribi”, “Kırım Kongo Kanamalı Ateşi Hastalığı” ya da “Kene ısırması” olayları gibi özetlenebilir. Bunlardan en sonuncusu olarak domuz gribi haberleri üzerine RTÜK yayın kuruluşlarını uyarmak durumunda kalmıştır. “Hem halkı zamanında ve doğru bilgilendirme açısından, hem de sağduyulu davranma ve gereksiz panik havası oluşturmama noktasında medyanın sorumluluğu ve sorumlu yayın anlayışının önemi

daha da artmaktadır” denilen 8 Mayıs 2009 tarihli RTÜK’ün açıklamasında, yayıncı kuruluşların Genel Yayın Yönetmenleri/ Müdürleri’nden bazı önlemler almaları istenmiştir.

Yanılıcı sağlık haberleri konusu incelenmesi ve üzerinde dikkatle durulması gereken ayrı bir konudur. Ancak bu çalışmada sağlık alanındaki “sorumluz” yayıncılık örneklerinden biri olarak gösterilebilecek “mucize tedavi” konusu ele alınmaktadır. Bir anlamda; çare bekleyenlere umutsuz bir çare sunan “mucize tedavi” haberlerine ilişkin eleştirilere bir örnek de Günaydın (1999) tarafından şu şekilde ifade edilmektedir: “Bu konudaki son örnek ‘menopozu bitiren Türk doktor’ haberiyle ortaya çıktı. Henüz tamamen deneysel olan ve 1997’den beri üzerinde çalışılan yumurtalık nakli konusu bir anda yeni bulunmuş bir yöntem olarak ortaya atıldı. Sadece kanser tedavisi gören hastalarda önerilen ve ilk insan deneyi yeni yapılan bir konu, kadınların kısırlık ve menopoz ile ilgili tüm sorunlarını çözecek bir mucize olarak tanıtıldı. Türk gazetelerin hemen hepsinde birinci sayfa haberi olarak verildi. Sonradan Amerikan basını hastane tarafından yeniden bilgilendirilirken, Türk basını haberin modası geçtiği için detaylı bilgi vermeye gerek görmedi. Hastaneler ise yüzlerce kadın hastanın başvurusuna yanıt vermek zorunda kaldı”.

Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Şükrü Hatun (2004) da şöyle demektedir: “Medyadaki sağlık haberlerinin çoğunda ya bir hastalığın mucize yaratan tedavisinden ya da "insülin iğnesi tarihe karışıyor" gibi yeni buluşlardan söz ediliyor ve haber dili olarak magazin haberlerinin kalıpları kullanılıyor. Çoğu zaman abartılı ve iyimser bir başlığın altında, başlıktaki iyimserliğe denk düşmeyen bilgilerin yer aldığı zayıf bir haber içeriği ile karşılaşılıyor... Ülkemizdeki büyük gazeteler ve görsel medya ne yazık ki sağlık haberleri konusunda özenli davranmıyor ve sağlık haberleri gazetelerin üçüncü sayfasındaki "kötü, karamsarlık ve mutsuzluk üreten" haberleri dengelemek için "iyimser, abartılı ve mucizevi beklentilere neden olan" başlıklarla verilmeye devam ediliyor. Amaç, her iki haber türünde de aynı: İnsanların psikolojik durumları istismar ediliyor ve kolaycı bir yöntemle gazetelerin çok satması amaçlanıyor. Bu konu hem hasta-

larda erken ve dolayısıyla sonra karamsarlığı artıran umutlar yaratılması açısından önemli, hem de serbest piyasa çağında ne yazık ki hekimlerin sağlık haberlerini örtülü reklam amacıyla sıklıkla kullandığı, dahası bazı hekimlerin ve özel sağlık kurumlarının bunun için profesyonel elemanlar kullandıkları biliniyor.”

1.1.3. Sağlık Haberciliğinde Dikkat Edilmesi Gereken Kurallar

Peki, sağlık konulu yayınlara nelere dikkat etmek gerekmektedir? Bu konuda da yapılmış pek çok açıklama mevcuttur. Örneğin RTÜK’ün, 8 Mayıs 2009 tarihli açıklamasında sıralanan önlemler arasında tüm haber ve yayınlarda Sağlık Bakanlığı’ndan bilgi alınması, konu hakkında kamuoyunu bilgilendiren kimselerin alanında güvenilir, uzman kimseler olmasına dikkat edilmesi, arşiv görüntüler yayımlandığında bunun kesinlikle belirtilmesi ve kamuoyunu paniğe sevk edecek ifade ve görüntülere yer verilmemesi, kamuoyunu bilgilendirmek amaçlı, ilgili kurumların hazırladığı bilgilendirici spot filmlere yer verilmesi, konunun bahane edilerek sosyal, kültürel, ekonomik ve turizm gibi alanlarda birtakım yanlış beklenti ve hedefleri olanlara fırsat verilmemesi ve Türkiye’nin uluslararası camiada yanlış tanıtılmamasına dikkat edilmesi yer almaktadır. Uyarıda ayrıca yer alan kısa bir açıklama da oldukça dikkat çekici niteliktedir. Çünkü 2003 yılında yaşanan SARS hastalığıyla ilgili haberlerin eleştirildiği bu ifadede şöyle denilmektedir: “SARS hastalığıyla ilgili oluşturulan atmosferde, hastalığın sosyal ve ekonomik sonuçları tıbbi sonuçlarından daha olumsuz olmuştur” .

Örneğin Prof. Dr. Şükrü Hatun (2004) da önlemler olarak şöyle demektedir: “Bilimsel araştırmaların birçok süzgeçten geçtikten sonra geçerlilik kazandığını, tek bir araştırmaya dayanan genellemelerin gerçeği anlamamıza yardım etmediği çok uzun zamandır biliniyor. Dolayısıyla bilimsel araştırmaların hangi aşamada ve nasıl haber haline getirileceği büyük önem taşıyor. Öncelikle araştırmacıların ham verileri spekülasyonlara açık bir şekilde medyaya servis etmemeleri gerekiyor ama bunun kadar önemlisi gazetecilerin tıp araştırmalarını güncel politikayla ilişkilendiren heyecanlı başlıklarla sunmamaları ve kendilerine ulaşan böy-

lesi önemli bilgileri TÜBİTAK gibi ulusal bilim merkezlerinden danışmanlık olarak değerlendirmeleri gerekiyor.”

TÜBİTAK önerisi dışında, Türk Tabipler Birliği’nin, Sağlık Bakanlığı’nın ya da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun “yetkili uzmanlardan” oluşan birimler oluşturarak “medya içeriklerini izleme ve denetleme” görevi üstlenmelerine ilişkin başka öneriler de bulunmaktadır. Ancak bu konuda hukuksal ve etik sorun ve tartışmalar da gündeme gelmektedir (Çakkal 2009).

Medya ve sağlık sektörü ilişkisinin “yaşamsal” olduğuna işaret edilen Türk Kardiyoloji Derneği’nin açıklamasında şu ifadeye yer verilmektedir (Medya ile İlişkilerde Etik 2009): “Hasta, artık şifa arayan çaresiz bir kişiden hizmet satın alan küçük tüketiciye dönüşmüştür. Bu tüketicinin haklarının bilincinde olması ve istismar edilmesini önleyen uygun tercihlerde bulunabilmesi ise ancak doğru bilgilendirilmesiyle mümkündür. Kitleli iletişim ortamlarının tayı edici rolü bu noktada yaşamsal önem kazanmaktadır. Kavram kargaşalarının berraklaştırılması, sorunların doğru tanımlarının ve çözüm önerilerinin, en yalın ve açık biçimlerde kamuoyuna aktarılabilmesi bakımından medyanın vazgeçilemez bir işlevi olmalıdır”.

Sağlık habercilerine düşen görev konusunda Başhekim Dr. Mehmet Salman, Önce Vatan (19 Mart 2010) gazetesine verdiği röportajda daha net bir ifadeyle kullanılmaması gereken sözcükleri sıralamakta ve şöyle demektedir: “Sağlıkla ilgili olarak ‘en, tek, mucize, son’ başlıklarını taşıyan haberler yapılmamalıdır.”

Öte yandan medyanın sağlık konulu yayınlar karşısında göstermesi gereken sorumluluk doğrultusunda, Türkiye’de 1991 yılında ESAM (Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği) kurulmuştur. “Eğitilmiş gazeteci – sağlıklı haber” anlayışı içerisinde kurulan derneğin amaçları; eğitim ve sağlık alanında haberciliğin kalitesinin artırılması, mesleki dayanışma, halkın doğru bilgilendirilmesi ve etik kuralların uygulanmasını sağlamak şeklinde özetlenmektedir (ESAM Kuruluş Amacı T.Y.).

ESAM, Türk Tabipler Birliği ve TÜBİTAK tarafından 18-20 Haziran 1999’da ortaklaşa

düzenlenen “Sağlık Bilinci ve Medya Toplantıları 1” sonrasında, “Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi” açıklanmıştır. 12 maddeden oluşan bildirgenin ilk maddesinde sağlık haberciliği alanında önemli sorunlar yaşandığına işaret edilmiş, 6. maddede “sağlık habercileri için bir bilimsel danışma havuzu oluşturulmalıdır” önerisine yer verilmiştir. 7. Maddede “sağlık alanındaki kaynaklar da eğitilmelidir” denilmektedir. Son olarak da etik ilkelere vurguda bulunmaktadır (Halkın yararı için... 2005).

Söz konusu bildirmede de işaret edilen Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nin “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”nde sağlık konusuna ayrı bir başlık açılmıştır. “Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları” başlığı altında “sağlık” konusunda şöyle denilmektedir: (Türkiye Gazetecileri... T.Y.) “Sağlık konusunda sansasyondan kaçınmalı, 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 izniyle girmelidir. Yetkilinin, hastanın veya yakınının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda hiç bir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.”

ESAM’ın “Etik İlkeleri”nin ilk maddesinde de şöyle denilmektedir: “ESAM üyesi gazeteciler, yalan, taraflı, kamuoyunu yanıltıcı, yönlendirici, umut tacirliğine yönelik haber yapamaz. Haberlerinde öğrenci, öğretmen, hasta, hekim haklarına saygı gösterir” (Eğitim ve Sağlık Muhabirleri... T.Y.).

Öte yandan Dünya Sağlık Örgütü’nün 28-30 Mayıs 1998’de Moskova’da düzenlediği “Sağlık İçin İletişim” konulu toplantının sonuç bildirisinde sağlık muhabirleri için hazırlanan 9 maddelik rehber ise şu görüşleri içermektedir: (aktaran Çelik 2006).

1. Önce zarar verme,
2. Araştır, doğruyu bul,
3. Umut verme (özellikle mucizevi tedaviden bahsetme),

4. Kendine “bu haberden kim yararlanır” sorusunu sor,
5. Haber kaynağının gizliliği ilkesini unutma,
6. Vereceğiniz haberler hasta, sakat ve çocuklara aitse, bir kez daha düşün,
7. Özel hayatı ve acıları haber yapma,
8. Acıyı duygu sömürüsü için asla kullanma,
9. Kararsız kalırsan haberden vazgeç.

Sağlıkla ilgili haberlerin sağlık muhabirleri ya da editörlerinin denetiminden geçerek yayınlanması yönünde öneride bulunan ESAM başkanlarından ve NTV Sağlık Editörü Sibel Güneş ise farklı bir noktaya; bu tür sağlık haberlerinin menşesine yani kaynağına işaret etmektedir: “Ben bu mesleğe başladığımdan beri kansere çare bulunuyor, AIDS’in aşısı bulunuyor vb. Bu haberler nereden kaynaklanıyor? Bu bilgiyi Türkiye’de kimse üretmiyor. Bu bilgi yurt dışından geliyor... Oradan gelen bilgi birbir aktarılarak medyada yer alabiliyor. Dış haberlerden gelen bu tip haberler medyada sık sık yer alabiliyor. Ama bu haberleri üretenler de yurt dışındaki hekimler ve araştırmacılar...”

Öte yandan 2009 yılı başında Türkiye’de NTV televizyon kanalı ve Sabah gazetesi dışında sağlık servisi ve editörlük sistemi bulunan başka bir yaygın medya kuruluşu bulunmamaktadır (Çakkal 2009). Sağlık alanında yayınlanan 10 kadar dergi ve sayısı her geçen gün artan internet portallarında sağlık konusuna ağırlık verilmektedir. Ancak bu dergi ve internet portallarından birinin yayın koordinatörü Ömer Çakkal (2009)’ın da ifade ettiği gibi “bilhassa internet portallarındaki sağlık haberciliği; birey sağlığına yönelik ‘müjdeli’ haberlerin, ‘şok buluşlar’ın ötesine geçebilmiş değil.”

Sonuç olarak bu tartışmaların da ışığında, basında sağlık konulu yayın içerikleri arasında, “mucize tedavi” ifadesine yer veren yazılar bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada basında çıkan “mucize tedavi” konulu yazılar betimlenerek, basın meslek ahlak ilkeleri çerçevesinde irdelenmektedir.

1.2. Amaç ve Önem

Çalışmanın temel amacı, Türkiye’de yayımlanan günlük gazetelerdeki sağlık konulu içerik

arasından “mucize” ve “tedavi” ifadelerine yer verilenlerin içerik analizi uygulamasına dayalı olarak betimlenmesi ve meslek ahlak ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmesidir. Bu bağlamda çalışmada şu alt sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Yazılar hangi tür yayın organlarında yer bulmuştur?
2. Yazılar, yayın organı içerisinde nasıl bir önemlilik derecesine sahiptir?
3. Hangi sayfada yayımlanmıştır?
4. Hangi büyüklükte yayımlanmıştır?
5. Yazı türleri (haber, köşe yazısı, bilgilendirici metin) nelerdir?
6. Yazıların menşei nedir?
7. Bilgi/haber kaynakları kimlerdir?
8. Yazılarda işlenen temalar nelerdir?
9. “Mucize tedavi” ifadesi hangi bağlamda sunulmaktadır?
10. Basın meslek ahlak ilkeleri çerçevesinde içerik analizi verileri nasıl değerlendirilebilir?

Çalışma özellikle basın meslek ahlakının sağlık haberciliğine yönelik olarak tanımlanan genel ilkelerinden “umut verme, özellikle de mucizevi tedaviden bahsetme” ifadesinin ne ölçüde uygulandığının belirlenmesi ve bundan sonra yapılacak haberlere ilişkin olarak da konuya dikkat çekilmesi açısından önemli bulunmaktadır.

2. YÖNTEM VE SINIRLILIKLAR

İletişim biliminde haber metinleri üzerine yapılan çalışmalarda iki temel eğilim dikkati çekmektedir. Bunlardan ilki içerik çözümlemesini kullanarak, görünen (açık/manifest) anlam üzerine yoğunlaşan pozitivist eğilim; ikincisi ise, haberi söylem olarak ele alan eleştirel eğilimdir (İnal 1996: 27). Bu çalışmada, içerik analizi uygulaması gerçekleştirilmiştir.

İçerik analizini ilk defa sistemleştirerek 1952’deki kitabını yayınlayan Berelson, onu, “iletişimin belirgin içeriğinin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” diye tanımlamıştır (Gökçe 2006: 35). Günümüzde ise içerik analizinin en kapsayıcı

tanımı olduğu belirtilen Merten’in tanımına göre içerik analizi “sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntem” olarak ifade edilmektedir (aktaran Gökçe 2006: 18).

İçerik analizi uygulamasının ilk aşamasını “medya içeriğinin temini” oluşturur. Bu çalışmada “medya içeriği”, Türkiye’de yayımlanan yaygın, yerel ve bölgesel nitelikteki gazetelerin 1 Ocak-30 Haziran 2010 tarihleri arasındaki sayılarıyla sınırlı tutulmuştur. Bu tarih ve yayın türlerinin seçilmesinde yürütülmekte olan “Türkiye’de Sağlık Konulu Yayıncılık İlkelerinin Belirlenmesi” başlıklı TÜBİTAK ve Anadolu Üniversitesi destekli proje için toplanan verilerden yararlanılacak olması etkili olmuştur. Söz konusu projede yayın içeriklerine İnterpress medya takip şirketi aracılığıyla erişilmektedir. Şirket tarafından Türkiye’de yayımlanan 407 yaygın gazete ve eki, 59 bölgesel gazete, 236 yerel gazete ve eki ile 1079 dergi olmak üzere 1781 yayın düzenli olarak sağlık konusuna ilişkin 60 kadar anahtar sözcük çerçevesinde taranmaktadır. Bu tarama ile elde edilen “sağlık konulu yayın içerikleri” arasından, ilgili dönem içerisinde yayınlanan “mucize” ve “tedavi” sözcüklerini içeren yazılar elektronik ortamda anahtar sözcük araması yöntemiyle listelenmiştir. Ortaya çıkan 225 yazı üzerine yapılan taramada da bunlardan 14’ünün sağlık konusuyla ilgisi olmadığı ve 29’unda da (kaza, polis-adliye, spor, magazin gibi başka haber türlerine ait yazılar olmasına karşın) sağlık sözcüğüne dolaylı bir şekilde değindiği tespit edilmiştir. Bu sınırlılıklar çerçevesinde belirlenen ve doğrudan sağlık konusuna değinilen 182 yazı amaç sorularında belirtilen ana kategoriler çerçevesinde içerik analizi uygulamasına konu edilmiştir.

Çalışmada içerik analizi kodlaması öncelikle iki Basın ve Yayın Bölümü doktora öğrencisi tarafından birbirinden bağımsız olarak gerçekleştirilmiş ve kodlayıcılar arası uyumun yüzde 90’ın üzerinde olması koşuluna dikkat edilmiştir (Nuendorf 2002, Poindexter ve McCombs 2000). Bu bağlamda üç araştırmacının ortak görüşü çerçevesinde her bir haber ayrı ayrı tartışılarak daha sonra üçüncü bir kodlama ger-

çekleştirilerek veriler bu ortak ve son kodlama üzerinden değerlendirilmiştir.

Frekans dağılımları ve çapraz tabloları alınan veriler, toplamda en az 5 kez değinilmiş olan kategoriler bağlamında tablolaştırılmış ve daha az değerdeki kategoriler “diğer” kategorisinde birleştirilmiştir.

3. BULGULAR

Çalışma kapsamında içerik analizi uygulamasına konu edilen 182 yazıya ilişkin bulgular alt başlıklar halinde şu şekilde açıklanabilir.

3.1. “Mucize” İfadelerinin Tonu

İncelenen yazılarda “mucize” sözcüğünün tonu, kavramın kullanım şekline göre pozitif (olumlayan, kabul eden, doğrulayan, umut vaat eden, öven), negatif (olağanüstü beklentiye girilmemesi gerektiğini kaydeden, mucizeyi reddeden, kabul etmeyen, eleştiren) ve nötr olmak üzere üç ayrı biçimde değerlendirilmiştir.

Kodlayıcılar arası uyumun % 100 olarak tespit edildiği bu kategoride ortaya çıkan sonuç 124 yazıda (% 68,1), mucize kavramının olumsuz (negatif) anlamda, 45 yazıda (% 24,7) ise olumlu (pozitif) anlamda kullanıldığını; buna karşılık 13 yazının (% 7,2) ise kavrama ilişkin bir ton içermediğini (nötr) belirlenmiştir.

3.2. Yayın Periyodu ve Mucize’nin Tonu

İncelenen yayınların periyodu dört ayrı kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre yazıların 101’i yaygın günlük gazetelerde (% 55,5), 57’si yerel gazetelerde (% 31,3), 20’si bölgesel gazetelerde (% 11) ve 4’ü de yaygın haftalık gazetede (% 2,2) yer bulmuştur (Tablo 1).

Pozitif tonlu yazıların üçte ikiden fazlası yaygın gazetelerde (N=81, % 65,3), dördte biri (N=31, % 25) yerel gazetelerde, 11’i (% 8,9) bölgesel ve 1’i de yaygın haftalık gazetede yer almıştır. Buna karşın mucizeyi reddeden (negatif) yazıların yarıya yakını (N=20, % 44,4) yerel gazetelerde, üçte birden azı (N=14, % 31,1) yaygın gazetelerde yer bulmuştur.

Yaygın günlük gazetelerde “pozitif” yazı oranı % 80,2; bölgesel gazetelerde % 55; yerel gazetelerde % 54,4 iken, yaygın haftalık gazetelerde

bu oran “negatif” yazılar yönünde daha yüksektir (% 75).

Tablo 1. Yayın Periyodu ve “Mucize”nin Tonu

Yayın Periyodu		Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam
Yaygın günlük	Frekans	81	14	6	101
	%	65,3	31,1	46,2	55,5
Yaygın haftalık	Frekans	1	3	0	4
	%	0,8	6,7	0,0	2,2
Bölgesel	Frekans	11	8	1	20
	%	8,9	17,8	7,7	11,0
Yerel	Frekans	31	20	6	57
	%	25,0	44,4	46,2	31,3
Toplam	Frekans	124	45	13	182
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

3.3. Yazıların Önemlilik Derecesi

Çalışmada yazıların önemlilik derecesi yayımlandığı sayfa ve yazıların sayfada kapladığı alan bakımlarından değerlendirilmiştir. Buna göre “mucize” ve “tedavi” sözcüklerini içeren sağlık konulu yazıların beşte birden fazlası (N=38, % 20,9) gazetelerin vitrin sayfası olan ve en önemli haberlerin yer verildiği birinci sayfadan okurlara sunulmuştur. 22 yazı 4. sayfada (% 12,1), 22 yazı da 6. sayfada yayımlanmıştır. Diğer sayfalarda yayımlanan haber sayısı ise 100’dür.

Birinci sayfadaki yazıların mucize kavramına ilişkin tonu incelendiğinde, 32’sinin (% 84,2) pozitif, 5’inin (% 13,2) negatif ve birinin de nötr (% 2,6) bulunduğu belirlenmiştir. Eş deyişle gazetelerin vitrin sayfalarındaki ya da en önemli haberlerin yayımlandığı sayfalardaki haberlerin çok büyük bölümü mucizenin varlığı

gını olumlamakta ve mucizeye olan inancı desteklemektedir.

Öte yandan mucizeyi olumsuzlayan nitelikteki yazıların 2’si yaygın günlük gazetelerde, 2’si yerel gazetelerde ve biri de yaygın haftalık yayında yer bulmuştur. Birinci sayfada yayımlanan 1 nötr yazı yaygın günlük gazetede yer almıştır. Diğer yazılar ise olumlu niteliktedir.

İncelenen yazıların bir gazete sayfasında kapladığı alan ise uluslararası değer olan 465 sütun x santimetre hesabıyla dört ayrı kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre incelenen yazıların yaklaşık yarısı (N=90, % 49,5) çeyrek sayfa (116 sütun x cm) ya da daha az büyüklüktedir. Yazıların üçte biri (N=60, % 33) ise çeyrek sayfa ile yarım sayfa (232 sütun x cm) arasında büyüklüktedir. 17 yazı (% 9,3) ise yarım sayfa ile tam sayfa arasındadır. Bir tam sayfadan büyük alan kaplayan yazıların sayısı ise 15’dir (%8,2).

Tablo 2. Yazıların Büyüklüğü ve Tonu

		Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam
Çeyrek sayfa ve daha azı	Frekans	60	22	8	90
	%	48,4	48,9	61,5	49,5
Yarım sayfa ile çeyrek arası	Frekans	42	15	3	60
	%	33,9	33,3	23,1	33,0
Tam sayfa ile yarım arası	Frekans	10	5	2	17
	%	8,1	11,1	15,4	9,3
Tam sayfadan fazla	Frekans	12	3	0	15
	%	9,7	6,7	0	8,2
Toplam	Frekans	124	45	13	182
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Yazıların tonuna ilişkin dağılımda ise pozitif ve negatif tonlu yazılar arasındaki ayrım, tam sayfadan fazla büyüklükteki yazılarda çıkmaktadır. Pozitif yazılarda bu kategori üçüncü sırada gelirken, negatif yazılarda dördüncü ve son sıradadır.

3.4. Yazıların Türü

İncelenen yazıların 129’u (% 70,9) haberdır. Ayrıca bu haberlerin 38’inin de ilk sayfadaki ya da önceki sayfalardaki anonslara bağlı olan devam haberleri olduğu da belirtilmelidir. Ya-

zıların 33’ü (% 18,1) köşe yazısı, 18’i (% 9,9) yazı dizisi ve 2’si (% 1,1) de söyleşi olarak yayımlanmıştır.

Tablo 3’deki verilere göre, “mucize” kavramı olumlayan ifadelerin çoğunlukla haber olarak yayımlandığı anlaşılmaktadır (N=84, % 67,7). Köşe yazılarının da üçte ikiden çoğu (N=22, % 66,7) mucize kavramını olumlamaktadır. Yazı dizisi olarak yayınlanan yazılardan biri hariç, 16’sı (% 94,1) mucize kavramını olumlar niteliktedir.

Tablo 3. Yazıların Türü ve Tonu

		Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam
Haber	Frekans	84	37	8	129
	%	67,7	82,2	61,5	70,9
Köşe Yazısı	Frekans	22	7	4	33
	%	17,7	15,6	30,8	18,1
Yazı Dizisi	Frekans	17	1	0	18
	%	13,7	2,2	0	9,9
Söyleşi	Frekans	1	0	1	2
	%	,8	0	7,7	1,1
Toplam	Frekans	124	45	13	182
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablo 4. Yazıların Menşei ve Tonu

		Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam
Belirtilmemiş / kurumun kendisi	Frekans	51	25	7	83
	%	41,1	55,6	53,8	45,6
Köşe yazarının kendisi	Frekans	39	8	4	51
	%	31,5	17,8	30,8	28,0
Muhabirin adı	Frekans	22	5	1	28
	%	17,7	11,1	7,7	15,4
Dış haberler servisi	Frekans	7	1	1	9
	%	5,6	2,2	7,7	4,9
Haber ajansı	Frekans	5	4	0	9
	%	4,0	8,9	0	4,9
İnternet sitesi	Frekans	0	2	0	2
	%	0	4,4	0	1,1
Toplam	Frekans	124	45	13	182
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

3.5. Yazıların Menşei

İncelenen yazıların yaklaşık yarısının menşei belirsizdir ya da yayın organının kendisi olarak görünmektedir (N=83, % 45,6). 51 yazı (% 28), adı belli bir köşe yazarı tarafından kaleme alınmıştır. 28 yazı (% 15,4) da muhabirin adı belirtilerek verilmiştir.

Mucize kavramını olumlayan yazıların yarısının (N=51, % 41,1) menşei belirsiz ya da “yayın organının kendisi” şeklinde görünmektedir.

39 “pozitif” yazıda (% 31,5), köşe yazarının adı bulunmaktadır. 22 yazıda (% 17,7) muhabirin adı belirtilmektedir. Beş yazı haber ajansı kaynaklıdır ve yedisi de “dış haberler servisi” imzalıdır.

İnternet sitesinden alınan iki yazı kavramı olumsuzlamaktadır. 4 haber ajansı ve 1 “dış haberler servisi” kaynaklı yazıda da kavram olumsuzlanmaktadır. Yine kavramı olumsuzlayan 5 yazıda muhabirin adı belirtilirken, 25 yazının menşei belirsiz ya da kurumun kendisi

gözükmektedir. 8 yazıda da köşe yazarının adı bulunmaktadır.

3.6. Bilgi ve Haber Kaynakları

Bir yazıda geçen bilgi ve haber kaynaklarına ilişkin kodlamada, “yazıda en ön plandaki ilk üç kaynak kodlaması” yapılmıştır. Başka bir deyişle, yazıda kaynak olarak gösterilen en önemli ilk üç kaynak kodlanmış, varsa daha az önemli görülen dördüncü ya da beşinci kaynak kodlanmamıştır. Buna göre gerçekleştirilen içerik analizinde haber kaynakları toplam 19

farklı alt kategoride kodlanmış ve toplamda en az beş kez değinilmiş olan kategoriler Tablo 5’de sunulmuştur.

Tabloya göre “mucize tedavi” konulu yazıların en çok atıfta bulunulan kaynakları sağlık görevlileri ya da doktorlardır (N=73, % 27,3). Ardından köşe yazarlarının bu ifadeyi sıklıkla kullandıkları belirlenmiştir (N=50, % 18,7). 33 yazıda (% 12,4) “hastanın kendisi” kaynak olarak kullanılmıştır. Bunun dışında kaynağı belli olmayan yazıların sayısı da 21’dir (%3,8).

Tablo 5. Bilgi ve Haber Kaynakları ile Yazıların Tonu

	Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam	%
Sağlık Görevlisi veya Doktor	40	24	9	73	27,3
Köşe yazarının kendisi	38	8	4	50	18,7
Hastanın Kendisi	33	0	0	33	12,4
Belirtilmemiş	16	4	1	21	7,9
Yabancı kişi / kurumlar	14	5	1	20	7,5
(Hasta) Yakını	17	1	1	19	7,1
Yabancı yayınlar	6	9	0	15	5,6
Akademisyen, Bilim adamı	7	2	0	9	3,4
Sivil Toplum Örgütleri / Temsilcileri	2	6	0	8	3,0
Ege lokman	6	0	0	6	2,2
Diğer (9 kategori)	9	3	1	13	4,9
Toplam	188	62	17	267	100

Öte yandan “diğer” kategorisi içinde değerlendirilen alt kategoriler; Yabancı bilimsel araştırma raporu (N=4), Muhabir (N=2), Eczacı/ lar, Uluslararası Sağlık Örgütü, İş adamı/yatırımcı, Erkan Topuz, Haydar Dümen, Ünlü kişiler, Yaygın gazeteler (N=1) şeklinde sıralanmaktadır.

Mucize kavramını olumlayan yazıların 16’sında (% 8,5) haber kaynağı belli değildir. Kavramı olumlayan 40 yazıda (% 21,3) ise bir sağlık görevlisi ya da doktora atıfta bulunmaktadır. 38 yazı (% 20,2) köşe yazarları tarafından kaleme alınmıştır. 17 yazıda (% 9) hasta yakını kaynaklık etmektedir. 14 (% 7,4) yazıya da yabancı kişi ya da kurumlara, 6 yazıda da yabancı yayınlara atıfta bulunmaktadır. Ege Lokman’ın kaynaklık ettiği 6 yazı da mucizeyi olumlamaktadır.

“Mucize yoktur” ifadesinin kullanıldığı yazılar arasında, 24 yazıya (% 38,7) bir sağlık görevlisi ya da doktor haber kaynaklığı yapmaktadır. 9

yazıda yabancı yayınlara atıfta bulunulmakta ve 5 yabancı kişi ya da kuruma atıfta bulunulan yazıda da mucize olumsuzlanmaktadır. 8 yazı, köşe yazarının kendisi tarafından kaleme alınmıştır. Sivil toplum örgütü temsilcilerinin kaynaklık ettiği 6 yazı da mucizeyi olumsuzlamaktadır.

Nötr nitelikteki yazıların 9’unda bir sağlık görevlisi ya da doktora atıfta bulunulduğu da kaydedilmelidir.

3.7. Yazılarda İşlenen Temalar

Bir yazıda değinilen temalara ilişkin kodlamada, “yazıda en ön plandaki ilk üç tema kodlaması” yapılmıştır. Başka bir deyişle, yazıda işlenen en önemli ilk üç ana konu kodlanmış, varsa daha az önemli oranda değinilen dördüncü ya da beşinci alt konular kodlanmamıştır. Buna göre içerik analizi uygulamasında 31 alt kategoride incelenen temalara ilişkin elde edilen veriler Tablo 6’da sunulmaktadır.

Tablo 6. Yazıların Teması ve Tonu

	Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam	%
Alternatif / tamamlayıcı tıp	41	6	0	47	14,4
Onkoloji/ kanser	27	13	3	43	13,1
Beslenme	16	15	0	31	9,5
Kardiyoloji/kalp damar cerrahi	12	16	1	29	8,9
Eczane / Farmakoloji / İlaç Sektörü	15	9	2	26	8,0
Güzellik / Bakım/ Zayıflama / Sağlıklı Yaşam	13	7	0	20	6,1
İç hastalıkları / Genel cerrahi	12	3	2	17	5,2
Fizik tedavi ve ivileştirme	14	0	0	14	4,3
Nöroloji / bevin ve sinir cerrahisi	7	4	0	11	3,4
Estetik / plastik cerrahi	9	1	0	10	3,1
Ruh sağlığı	3	3	2	8	2,4
Ortopedi / Travmatoloji	7	0	0	7	2,1
Cinsel sağlık	4	2	0	6	1,8
Deri hastalıkları / dermatoloji	5	1	0	6	1,8
Kadın hastalıkları ve doğum	5	0	1	6	1,8
KBB	1	0	5	6	1,8
Diğer (15 alt kategori)	23	10	7	40	12,2
Toplam	214	90	23	327	100,0

Tabloya göre yazılarda en çok işlenen tema “alternatif/ tamamlayıcı tıp” şeklindedir (N=47, % 14,4). Ardından “onkoloji/kanser” (N=43, % 13,1), “beslenme” (N=31, % 9,5) ve “kardiyoloji/kalp damar” konuları dikkat çekmektedir. Öte yandan “diğer” kategorisi içinde 4’er yazıda AIDS/HIV, Etik, Göz sağlığı, Mevzuat, Sağlık kurumları kategorilerine, 3’er yazıda Bebek bakımı, Genetik, Madde Bağımlılığı, Sağlık Çalışanlarının Sorunları kategorilerine, 2’şer yazıda Çocuk sağlığı ve domuz gribi kategorilerine ve birer yazıda da Acil tıp, Fiziksel ve zihinsel engelliler, görüntüleme teknikleri ve organ nakli alt konularına değinilmektedir.

Temalar açısından ise “mucize” kavramını en çok olumlayan yazılarda “alternatif ya da tamamlayıcı tıp” temasının işlendiği belirlenmiştir (N=41). 27 yazıda “onkoloji, kanser”, 16 yazıda “beslenme” ve 15 yazıda “eczane, farmakoloji, ilaç sektörü” temalarına rastlanmıştır. Kavramı olumsuzlayan yazılarda ise çoğunlukla “kardiyoloji, kalp damar cerrahisi” (N=16), “beslenme” (N=15) ve “onkoloji, kanser” (N=13) temaları işlenmiştir. Nötr yazılarda ise en çok işlenen temalar “Kulak, burun, boğaz” (N=5) ve “onkoloji, kanser” (N=3) şeklinde sıralanmaktadır.

3.8. “Mucize” İfadesinin Kullanım Biçimleri

İncelenen yazılarda “mucize” sözcüğünün kullanım biçimi toplam 24 alt kategoride incelenmiştir. Buna göre yazılarda en çok vurgulanan

ifade, “mucize” haberlerini de eleştirir nitelikteki “mucize beklenmemelidir” şeklindeki ifadedir (N=49, % 17,9). Bu yazılarda çoğunlukla tıpta mucize beklenmemesi gerektiği ve mucize yaratılmayacağı kaydedilmektedir. Yazılarda ikinci sırada ise “mucize bitki, ot, meyve-sebze ya da gıda” ifadesine yer verildiği belirlenmiştir (N=41, % 15).

Tabloda sunulan veriler, “mucize ilaç, ürün”, “tedavi, teknik, sistem, teknoloji”, “doktor/ekip”, “diyet”, “içecek”, “iğne/akupunktur”, “formül”, “klinik” gibi gerçekleşen bir mucizeden söz eden, mucizenin varlığı olumlayan ya da onaylayan anlatımlardır. Bu anlamda bakıldığında ise “mucize beklenmemelidir” ifadesinin bunlar karşısında oldukça düşük bir oranda tekrarlandığını söylemek mümkündür.

“Mucize” kavramının kullanım biçimleri anlamında ise mucizelyi olumlayan ifadeler en çok “mucize bitki, ot, meyve, sebze, gıda” (N=31), “(tıp, doktor, ilaç) nedeniyle mucize eseri hayatta kalmak” (N=20) ve “mucize ilaç, aşı ya da ürün” (N= 17) kategorilerinde bulunmaktadır. Kavramı olumsuzlayan ifadeler ise en çok “mucize beklenmemelidir” (N=38), “mucize ilaç, aşı, ürün” (N=13) ve “mucize bitki, ot, meyve, sebze, gıda” (N=10) kategorilerinde tespit edilmiştir. Nötr ifadeler ise daha çok “mucize beklenmemelidir” (N=9), “mucize tedavi” (N=6) ve “mucize tedavi yöntemi, tekniği, teknoloji” (N=6) kategorilerinde yer almaktadır.

Tablo 7. “Mucize” İfadesinin Kullanım Biçimi ve Yazıların Tonu

	Pozitif	Negatif	Nötr	Toplam	%
Mucize beklenmemelidir / Mucize yaratamaz	2	38	9	49	17,9
Mucize bitki/ ot /meyve sebze / gıda	31	10	0	41	15,0
Mucize ilaç /aşı /ürün	17	13	2	32	11,7
Mucize tedavi yöntemi / teknik / sistem /teknoloji	15	2	6	23	8,4
Mucize tedavi	10	6	6	22	8,1
(Tıp, doktorlar, ilaçlar) nedeniyle mucize eseri hayatta kalmak	20	0	0	20	7,3
Mucize olay	10	2	0	12	4,4
Mucize doktor/ekip	8	4	0	12	4,4
Mucize şekilde (sakatlıktan, hastalıktan) iyileşmek	9	0	0	9	3,3
(Bitkiler) nedeniyle mucize eseri hayatta kalmak/ hayatına devam etmek	9	0	0	9	3,3
Mucize etki	7	0	1	8	2,9
Mucize diyet	2	4	0	6	2,2
Mucize molekül	6	0	0	6	2,2
Hayatı mucizeye bağlı	3	0	2	5	1,8
Diğer (9 alt kategori)	19	0	0	19	7
Toplam	168	79	26	273	100,0

4. SONUÇ

“Umut verme, özellikle de mucizevi tedaviden bahsetme.” Bu ilke, Dünya Sağlık Örgütü’nce sağlık muhabirleri için bir “rehber” niteliğinde sunulmaktadır. Türkiye’de de bundan 10 yıl kadar önce bir toplantıda konuşan Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği yöneticisi Sibel Güneş’in sözleri de aynı paraleldedir: “Gazetecinin mucize diye bir şeyi ele almaya hakkı yok. Hep arka tarafını da görmek zorundayız.”

Bu sözlerin ardından on yıl sonra, bu çalışmada, Türk basınında “mucize” ve “tedavi” sözcüklerini içeren sağlık haberleri içerik analizi uygulamasına konu edilmiştir. 1 Ocak – 31 Haziran 2010 tarihleri arasında Türkiye’de yayımlanan tüm gazetelerin tarandığı çalışmada, 182 yazının bu iki kavramı bir arada içerdiği tespit edilmiştir. Yazıların % 68’inin “mucize” kavramını olumlu, kabul eden, doğrulayan, umut vadeden ve öven nitelikte kullandığı; buna karşın dörtte birinin (% 25) ise kavramı reddeden, eleştiren ya da olağanüstü beklentilere girilmemesi gerektiğini kaydeden nitelikte bulunduğu belirlenmiştir. Altı aylık bir dönemde toplam 182 yazı “az” gibi değerlendirilse de, bu yazıların 124’ünün mucizeyi olumlama dikkate değer niteliktedir. Ayrıca pozitif tonlu yazılardan beşte birden fazlası (N=38), gazetelerin vitrin sayfası olan ve en önemli haberlere

yer verilen birinci sayfada yayımlanmıştır. Pozitif tonlu yazıların 22’si de tam sayfa ve tam sayfadan fazla büyüklükte yer bulmuştur. Bu da “mucize” haberlerine gösterilen önemin büyüklüğünü ortaya koyar niteliktedir.

Pozitif tonlu yazıların büyük çoğunluğu haber olsa da, bunların beşte ikiden fazlasının (% 41,1) menşei belirsizdir. 22 köşe yazısı ve 19 yazı dizisinde de “mucize” pozitif anlamda kullanılmıştır. Köşe yazılarının “yorum” içermesi, ancak haberin “yorumsuzluğu”, “sıfat ve zamir kullanırken dikkatli olunması” gazetecilik mesleğinin genel ilkeleri arasında ifade edilse de konu “mucize” olunca, daha özenli davranılması gerektiği açıktır. Bu bağlamda da gerek muhabirler, gerek köşe yazarları ve gazete yöneticilerinin “mucize tedavi” konusuna daha fazla özen göstermeleri gerektiği düşünülmektedir.

Pozitif tonlu yazıların, negatif tonlu yazılardan farklı olarak bilgi ve haber kaynaklarına dikkat çekilebilir. Pozitif tonlu yazılarda farklı olarak daha çok köşe yazarlarının kendisi, hastalar, hasta yakınları ve belirsiz kaynaklar ön plandadır. Dolayısıyla bu kişilerin kendi bakış açılarını ortaya koyan yoruma dayalı ifadeleri “mucize tedavi” ifadesini ön plana çıkarmaktadır.

Yine pozitif tonlu yazıların daha çok alternatif (tamamlayıcı) tıp, beslenme, güzellik, bakım,

zayıflama ve sağlıklı yaşam gibi konular dışında, umuda daha çok ihtiyacı olduğu söylenebilecek onkoloji, kanser ya da kardiyoloji, kalp damar cerrahisi gibi alanlar ile eczane ve ilaç sektörü konularındaki yazılarda ön plana çıkması da anlamlı bulunmuştur. Doğa üstü bir kavram olarak “mucize” ile “alternatif tıp” teması arasında paralellik kurulabilir. “Beslenme”, “güzellik” ve “sağlıklı yaşam” temaları da yine “mucize bitki”, “mucize ilaç”, “mucize diyet” gibi ifadelerle birlikte “umut” sunmaktadır. Ayrıca “onkoloji” ya da “kardiyoloji” gibi hassas alanlarda “mucize tedavi”, “mucize doktor”, “mucize etki”, “(bitkiler) nedeniyle mucize eseri hayatta kalmak” gibi daha fazla “ilgi” ve “umut” uyandırdığı söylenebilecek ifadelere rastlanması da sağlık haberciliği rehber ilkelerinin çiğnenmesi şeklinde yorumlanabilecek niteliktedir.

Öte yandan 38 yazının “mucize beklenmemelidir” ya da “mucize yaratamaz” şeklindeki “mucize” ifadesine karşı negatif tonlu anlamı da basındaki “pozitif” yönlü anlatımlara karşı bir yanıt niteliği taşımaktadır. Bu yazılar, mucizenin varlığını onaylayan içeriklere karşı, mucizenin olmadığını anlatmaya çalışan anlatımlara sahiptir. Ancak bu anlatımların “pozitif” anlatımlara karşı çok düşük oranda kaldığının da altı çizilmelidir.

5. TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Haberde yorumsuzluk gazetecilik mesleğinin genel ilkelerindedir. Bir haber kaynağına dayandırılarak ifade edilmiş olsa da haber içeriklerindeki “mucize tedavi” söylemlerini olduğu gibi yayımlamak, “arkasına bakmamak” mesleğin gereğini yeterince yerine getirmemek anlamına gelir.

Madalyonun iki yüzü gibi bir haberde de mutlaka karşıt görüşlere yer vermek ve özellikle sağlık haberlerinde “mucize tedavi”den söz ederken; köşe yazarı da olursa, en az iki kere düşünmek, insanlara sahte umut ya da umutsuzluk vermemek daha doğru olacaktır.

Bu çalışmada Türk basınında yayımlanan sağlık haberlerinde “mucize” ve “tedavi” sözcüklerine yönelik bir tarama yapılmış ve belirlenen 182 yazıya içerik analizi uygulanmıştır. Bundan sonra yapılacak başka çalışmalarla özel

bazı haber konuları ele alınarak “mucize tedavi” temasına yönelik daha derinlemesine, uzun dönemli bir şekilde incelemede bulunulabilir. Örneğin kanser konulu haberlerdeki “mucize” vurgusu incelenebilir.

Öte yandan sağlık haberlerinde “sahte umut” ve “umutsuzluk” ayrı bir inceleme konusudur. Bu anlamda örneğin “güzellik”, “beslenme” ve “diyet” konulu haberler incelenebilir.

Ancak bu haberlerin analizinde ortaya konulacak sonuç her ne olursa olsun, sağlık haberlerinde dikkat edilmesi gereken kurallar, bu çalışmanın literatür taraması bölümünde de tanımlanan temel ilkelerdir. Söz konusu taramalar, bu ilkelere ne kadar uyulup, ne kadar uyulmadığını gözler önüne serecek ve yine bu çalışmanın literatür taramasında ifade edilen medya içeriklerine yönelik eleştirilere somut deliller sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Beyin ölümü ve mucize doktor haberi üzerine... (18 Mart 2010) Türk Tabipler Birliği, Erişim Adresi: <http://www.ttb.org.tr/index.php/haberler/basinaciklamalari/1921-mucizedr>

Bulun M F, Demirbaş M ve Kapıcıoğlu İ S (T.Y.) Koruyucu Sağlık Hizmetlerinde Bilişim Teknolojileri Kullanımının Önemi, <http://ab.org.tr/ab02/tammetin/57.doc>, [15.08.2010].

Cinsel Sağlık ve Üreme Sağlığı Araştırması 2006 (T.Y.) Birinci bölüm, Erişim Adresi: http://www.cetad.org.tr/pdf/Arastirma_sonuclari_Dosyasi_1.pdf

Cinsel Sağlık ve Üreme Sağlığı Araştırması 2006 (T.Y.) İkinci bölüm, Erişim Adresi: http://www.cetad.org.tr/pdf/Arastirma_sonuclari_Dosyasi_2.pdf

Çakkal Ö (8 Haziran 2009) Medya ‘sağlığına’ dikkat etme yolunda, Mart-Nisan-Mayıs 2009 tarihli SD Dergi10’dan aktaran: <http://www.sdplatform.com/Baslik.aspx?BID=246>, [30.07.2010].

Çelik F (1 Ekim 2006) Sağlık Haberciliği ve Hekimler, http://www.sagliginsesi.com/author_article_detail.php?id=1054, [30.07.2010].

Çöklü Y E (2002) Sağlık Sektöründe İnteraktif Bir Pazarlama Yaklaşımı: Sağlık İletişimi ve Florence Nightingale Hastanesi Örneği”, *Selçuk İletişim Der*, 2 (2), 48-55.

Demir M (2008) Yazılı Basında Yayınlanan Sağlık Haberlerinin Kamuoyuna Etkisi, Doktora Tezi, EÜ Sos. Bil. Enst., İzmir.

Dünya Sağlık Örgütü”, (T.Y) Erişim Adresi: http://tr.wikipedia.org/wiki/D%C3%BCnya_Sa%C4%9Fl%C4%B1k_%C3%96rg%C3%BCt%C3%BC

Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği Etik İlkeleri (T.Y.) Erişim Adresi: <http://www.esamder.org.tr/etik.asp>

Erdogan G (2007) Ulusal Yazılı Basında Uzman Gazetecilik: Kültür Sanat Haberciliğinin Ana Akım ve Fikir Gazetelerindeki Uygulamaları”, Doktora Tezi, EÜ Sos. Bil. Enst., İzmir.

ESAM Kuruluş Amacı (T.Y.) Erişim Adresi: <http://www.esamder.org.tr>

Gökçe O (2006) İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Günaydın S (1999) Medyanın Yeni Reyting Starı: Tıp Haberleri Hürriyetim/Agora/Sağlık/16 Aralık 1999’ dan aktaran: <http://www.doktorunyeri.4t.com/gunaydin.htm>, [23.07.2010].

Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi (14 Mayıs 2005) Erişim Adresi: <http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>.

Hatun Ş (2004) Sağlık haberleri magazinleşirken... http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=4170, 12 Aralık [23.07.2010].

Hoşgeçin K ve Tozkoparan G (1995) Kitle İletişim Araçlarında Sağlık Haberciliği ve Halkın Sağlık Eğitiminde Kullanımı, Sağlık Bakanlığı Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü İletişim ve Dokümantasyon Grubu, Ankara.

İnal M A (1996) Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul.

Karagöz K (2009) Sağlık Haberlerinin Risk Algısı Oluşturma Bağlamında Etik Açından Değerlendirilmesi, Medya ve Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Elazığ.

Kaymak Y, Şimşek I ve İlter N (2007) Gazetelerdeki Dermatoloji ve Kozmetoloji ile ilgili

Yazıların İncelenmesi, Türkiye Klinikleri J. Dermatol 2007, 17: 9-14.

Maslow Teorisi (T.Y.) Erişim Adresi: http://tr.wikipedia.org/wiki/Maslow_teorisi

Medya ile İlişkilerde Etik (2009) Türk Kardioloji Derneği, Erişim Adresi: http://www.tkd.org.tr/pages.asp?pg=:dergi/dergi_content&plng=tur&id=1826&dosya=173.

Müftüoğlu O (2006) Sağlık Haberlerinde Bilgi Kirlenmesi, <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/4122840.asp?yazarid=95>, [23.07.2010].

Nuendorf K A (2002) The Content Analysis Guidebook, Sage, Thousand Oaks, CA.

Önce Vatan (19 Mart 2010), Vitaminlerin Sağlığımızdaki Yeri.

Özdemir C (28 Aralık 2008) Medyada yanıltıcı sağlık haberleri, Cumhuriyet gazetesinden aktaran: http://www.haberinyeri.net/Saglik/Medyada-yaniltici-saglik-haberleri_43241.html, [23.07.2010].

Poindexter P M ve McCombs M E (2000) Research in Mass Communication, Bedford / St. Martin’s, Boston.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’ndan Radyo ve Televizyon Yayıncılarına Domuz Griibi Uyarısı (8 Mayıs 2009) Erişim Adresi: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=dc518aa2-a4d4-4cbd-bec2-d6ea86659281

Sağlık Hakkı Nedir (T.Y) Erişim Adresi: [http://www.saglikkutuphanesi.com/Hasta_Haklar%C4%B1/Sa%C4%9Fl%C4%B1k_Hakk%C4%B1_Nedir_s_\(Uluslararası%C4%B1_Belgelerde_Sa%C4%9Fl%C4%B1k_Hakk%C4%B1\)_i1485.htm](http://www.saglikkutuphanesi.com/Hasta_Haklar%C4%B1/Sa%C4%9Fl%C4%B1k_Hakk%C4%B1_Nedir_s_(Uluslararası%C4%B1_Belgelerde_Sa%C4%9Fl%C4%B1k_Hakk%C4%B1)_i1485.htm).

Tezcan S, Altıntaş H, Kaya M, Oktay Kocaoğlu vd. (2005) On Ulusal Günlük Gazetede Yayınlanan Koroner Arter Hastalığı ve Risk Faktörleri ile İlgili Yazılar, TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni 2005, 4 (5), 253-264.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi (T.Y.) Erişim Adresi: <http://www.tgc.org.tr/bildirge.html>