TÜRKİYE'DE YAZILI BASIN ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN GIDA VE BESLENME HABERLERİNİN AKTARILIŞINDAKİ SORUNLAR

Mutlu SERELİ KAAN*

Öz: Teknoloji ve sağlık alanındaki gelişmeler, ortalama yaşam süresi ve sağlıklı olma durumu ile ilgili kışkırtılmış bir beklenti yaratırken; yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim araçlarında ve sosyal ağlarda bu beklentiyi besleyen haberlere ilgi de çoğalmıştır. Ağırlıkla; çağın hastalıkları olarak nitelenen "obezite", "kanser", "diyabet" gibi hastalıkların etrafında yoğunlaşan bu haberler, "beslenme", "güzellik", "diyet" vb. gibi başlıklar altında, kozmetik/estetik bir boyut kazanmıştır. Bununla birlikte bu haberlerin doğruluğu, etken-neden ilişkisi, kaynak bilgisi çoğu zaman göz ardı edilmekte, içerikte birbiriyle çelişen bilgilere yer verilebilmektedir. Gıda ve beslenme haberleri; gıda ve tarım politikaları, beslenme hakkı, gıdaya eşit ulaşım yönleriyle değil, zayıflama, güzellik, estetik, uzun yaşama kavramları üzerinden şekillenmektedir. Ayrıca reklam içerikli haberler çokça yer almakta ve ne yazık ki her zaman okuyucu yararı gözetilmemektedir. Bu çalışmada, gıda ve beslenme haberlerine okuyucuya aktarılışındaki sorunlar, yazılı basın örnekleri üzerinden değerlendirilmektedir.

Anahtar sözcükler: sağlık haberleri, gıda ve beslenme haberleri, Türkiye, yazılı basın, Türkiye'de yazılı basın

The Issues About The Food and Nutrition News Through the Examples of Turkish Press Media

Abstract: *Developments in the field of technology and health create a provocative expectation about the average life expectancy and health status; in written, visual, audiovisual media and social networks, the interest in the news that feeds this expectation has increased. Mostly; these news intensified around diseases such as "obesity", "cancer" and "diabetes" which are called "diseases of the age", has gained a cosmetic dimension under such titles "nutrition", "beauty", "diet" etc. However, the accuracy of this news, the causal relationship between the cause and the source is often ignored and conflicting information can be included in the content. Food and nutrition news are shaped by the concepts of losing weight, beauty, aesthetics and long life rather than the food and agriculture policies, right of nutrition and equal access to food. There is also a lot of news about advertising, and unfortunately, the reader does not always benefit. In this article, the problems in the transfer of food and nutrition news to the reader are evaluated through the written press samples.*

Key words: *health related news, food and nutrition news, Turkey, Turkish press media*

Giriş

Pazar hegemonyası çağındayız. Asıl adıyla neoliberalizm aslında. Herşeyi satan, her şeyi metaya çeviren bu hegemonya medyayı etkisi altına almamış olabilir mi? Elbetteki hayır. Aksine, bir sermaye birikimi haline gelmeye başladığı andan itibaren medya toplumdaki güçlü çıkar gruplarının uzantısı olarak işlev görmeye başlamıştır. Buradaki ilişki karşılıklıdır; egemen ideoloji medyanın ürettiği haber içeriğini etkiler hatta belirlerken, medya da egemen ideolojinin yeniden yeniden üretiminde rol oynamaktadır **(Shoemaker ve Reese, 2014)**.

Medyanın bir sermaye birikimi hâline gelmesi 1980'lerde gerçekleşmiştir. Bu tarih neoliberalizmin yükselişinin de başladığı tarihtir **(Yücesan Özdemir ve Kaderoğlu-Bulut, 2016)**. Medya sermaye birikimi hâline geldikten sonra artık yalnızca bir ideolojik aygıt olarak değil, ekonomik işleviyle de önemli bir güç hâline gelmiştir. Bu kritik bir noktadır. Smythe, medyanın okur ve izleyicileri reklam verenlere sattığına dikkat çekmektedir **(Smythe, 2006)**. Buna göre okur ya da izleyiciler medya ürününü değil, reklamcılar okur ve izleyicileri satın almaktadırlar. Yani sistem içinde izleyicilerin kendileri asli metadır **(Golding ve Murdock, 2002)**. Medyanın günümüzdeki en önemli işlevi bu ilişki dönüşümü sonucunda ortaya çıkmaktadır.

"Reklam baskısı" olarak nitelenebilecek bu durum, medya çalışanının niteliğinden, üretilen haberin/

*Basın Danışmanı, Türk Tabipleri Birliği (ORCID No: 0000-0001-5447-1762)

Geliş Tarihi / Received : 20.09.2019
Kabul Tarihi / Accepted : 02.10.2019

ürünün içeriğine ve sansür uygulamalarına kadar oldukça geniş karşılığı olan sonuçlar yaratmaktadır **(Golding ve Murdock, 2002)**. Gıda ve beslenme ile ilgili sağlık haberleri geniş reklam potansiyeli nedeniyle bu baskının en çok etkilediği haberler arasında yer almaktadır.

Sağlık algısının değişimi ve medyaya yansıması

Günümüz toplumlarında sağlık ve hastalık kavramlarının tanımlanış ve algılanışı büyük bir değişim geçirmekte ve bu değişim yeni bir sağlık anlayışının yapılandırılmasını amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, hastalık kavramından çok, hastalıktan korunma, iyi yaşam, iyilik hali kavramına doğru bir kültürel geçiş yaşanmaktadır. Alternatif ve tamamlayıcı tedavi yöntemleri siyasal iktidarın da desteğiyle yaygınlaştırılırken, sağlık ve sağlık bağlamlı konular medyada giderek yaygınlaşmakta ve sağlıklı olarak yaşamak olağan ve istenen bir durum olmaktan çok, gereklerine uyulduğu zaman elde edilebilecek bir durum olarak ortaya çıkmaktadır **(Sezgin, 2016)**.

Teknoloji ve sağlık alanındaki gelişmeler, ortalama yaşam süresi ve sağlıklı olma durumu ile ilgili kışkırtılmış bir beklenti ve olası hastalık (özellikle; kanser, obezite, diyabet) riskleri dolayısıyla korku senaryoları yaratırken; yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim araçlarında ve sosyal paylaşım ağlarında bu beklentiyi besleyen haberlere olan ilgi de çoğalmıştır. Medya da içinde bulunduğu ticari dinamiklerin etkisiyle sağlık bağlamlı haberlere son derece geniş yer ayırmakta ve bu haberleri kozmetize edilmiş şekilde sunmaktadır. Ana akım olarak nitelenecek pek çok gazetede çoğu zaman tam sayfa gıda ve beslenme ile ilgili sağlık haberlerine yer verilmektedir **(Sezgin, 2016)**. Özellikle gazetelerin ekleri çok geniş şekilde bu çeşit haberlere ayrılmaktadır.

Bu haberlerde her tür yan etkenin göz ardı edildiği, bireyin merkeze yerleştirildiği söylem kullanılmaktadır. Okur, bilgi aktarılmak yerine, malumat bombardımanına maruz bırakılmakta ve herhangi bir sorgulama yapılmaksızın okurun söylenenler arasında tercih yapması beklenmektedir. Sağlık/hastalık konusu toplumsal ya da kamusal bir sorun olarak değil, bireyin gündelik yaşam deneyimi ve yükümlülüğü olarak inşa edilmektedir. Sağlık, tıbbın bilimsel üstünlüğünün ötesine geçerek, ağırlıklı olarak tüketime odaklı ve sürekli olarak genişletilmek zorunda olan, kapitalist pazara endeksli hâle getirilmiştir. "Sağlık" konusu, "bireylerin zayıf noktası" olarak, tüketimin artırılması için aracı olarak kullanılmaktadır **(Sezgin, 2016)**.

Bu çalışmanın konusu olan gıda ve beslenme haberlerinin aktarılışında da, konunun ağırlıklı olarak "sağlık" bağlamında, "kozmetik", "estetik" bir yaklaşıma indirgenerek birey merkezli olarak sunulduğu gözlenmektedir. Gıda ve tarım politikaları, toplumun gıdaya erişimi, beslenme hakkı, gıdanın adaletsiz paylaşımı vb. çerçevesinin ikinci plana atıldığı, konunun ideolojik ekseninin saptırılarak, devletin bu alandaki sorumluluğu göz ardı edildiği dikkati çekmektedir. Bu çalışmada, gıda ve beslenme haberlerine okuyucuya aktarılışındaki sorunlar, yazılı basın örnekleri üzerinden değerlendirilmektedir.

Medyada yer alan gıda ve beslenme ile ilgili sağlık haberlerin güvenilirliği

Gıda ve beslenme ile ilgili sağlık haberlerinin yazılı basında nasıl yer aldığına ilişkin ayrıntılara geçmeden önce şu haberi paylaşalım:

Sağlık haberlerinin yarısı yalanmış!

ABD'deki Stanford Üniversitesi, yiyecekler üzerine yapılan sağlık araştırmalarının yaklaşık yüzde 50'sinin "yalan" olduğunu belirledi. Belirli bir gıdanın faydalarını öne çıkaran araştırmalardaki bilimsel dayanakların oldukça uyduruk olduğu tespit edildi **(Sözcü Gazetesi, 2018)**.

Bu haber 7 Temmuz 2018 tarihinde Sözcü gazetesinde yer almış. Kaynağı belirtilmeyen, ajans ya da muhabir imzası bulunmayan bu haberin kendi doğruluğunun tartışması bir yana; medyada yer alan gıda ve beslenme haberlerine bakışımızın nasıl olması gerektiğine dair bir veri olarak bunu bir yanda tutalım.

Sağlık-beslenme haberlerinde temel etik ilkeler

Nutrition adlı uluslararası dergide Eylül 2018'de, Türkiye'ye ilişkin olarak yayımlanan "Sağlık iletişiminde Etik Sorunlar: Sağlıkla İlgili Haber Kaynakları Çalışması – (Ethical Issues in Health Communication: Health-Related News Sourcing Practices)" başlıklı araştırma da benzer sonuçlar sunuyor. Türkiye'de en fazla trafik alan 3 haber portalında 10 gün süreyle yer alan sağlık ve beslenme içerikli haberler incelenerek gerçekleştirilen 2017 tarihli araştırmanın sonuçlarına göre;

- Sağlık ve beslenme haberlerinin yüzde 94,7'si imzasız olarak yayımlanıyor.
- Haberlerde referans kaynak belirtilmeme oranı yüzde 40.4.
- Kaynak gösterilen haberlerde; ulusal kaynaklı olanların oranı yüzde 31.9, uluslararası kaynakların oranı ise yüzde 15.8.

- Sağlık ve beslenme haberlerinde fotoğraflardan oluşan "slider" haberlerin oranı ise yüzde 59,4.

- Değinilen farklı perspektifler ve açılar yönünden de incelenen haberlerin yüzde 98'inin farklı açılardan yoksun olduğu tespiti yapılıyor.

Bu veriler, sağlık ve beslenme haberlerinin medyaya yansımasında çeşitli sorunlar olduğunu ortaya koyarken, çalışmada şunlara dikkat çekilmektedir:

Medya, tüketicilerin temel sağlık bilgisi kaynağıdır. Okuyucu ya da izleyiciler haber kaynakları hakkında daha eleştirel olmalıdırlar. Bazı haberler hiçbir atıf ya da sağlık kaynağından doğrudan alıntı içermemektedir. Gazetecilik perspektifinden bakıldığında, bu bir eksikliktir; çünkü etik ve yasal olarak bir bilgiyi bir kaynağa atfetmek gerçeğin fikirden ayrılmasına katkıda bulunur ve okuyucunun bilginin kaynağını anlamasını sağlar ve doğruluğunu sorgulamasına yardımcı olur. Ek bilgiye ulaşmak isteyen okur açısından nereye başvuracağı konusunda eksiklik/boşluk bırakabilir **(Çaplı ve ark., 2018)**. Oysa, sağlık/beslenme haberlerin okuyucuya aktarılması; yararlılık, zarar vermeme, kişisel özerkliğe saygı ve adalet gibi belirli etik ilkelere göre olmalıdır **(Strasser ve Gallagher, 1994)**.

Gereç ve yöntem

Bu çalışma, tanımlayıcı tipte bir araştırmadır. Türkiye'de ulusal basında nelerin gıda ve beslenme ile ilgili sağlık haberlerine konu edildiği ve bunların nasıl ele alındığı değerlendirilmektedir. Bunun için, en yüksek tirajlı 4 ulusal gazete olan Sabah, Sözcü, Hürriyet ve Posta gazeteleri ile alternatif oluşturması açısından tirajları dikkate alınmaksızın Cumhuriyet, Evrensel ve Birgün gazeteleri ele alınmış ve Medya Takip Merkezi'nin Türk Tabipleri Birliği'ne "beslenme", "gıda ve tarım politikaları", "sağlık", "gıda", "gıda güvenliği", "gıda hijyeni" anahtar sözcükleri üzerinden aktardığı haberler incelenmiştir. Bu noktada, gerek anahtar sözcük sınırlılığı, gerekse elektronik olarak yapılan taramada atlanan haberler olabileceği ihtimali göz önünde bulundurulmakla birlikte, değerlendirme var olan haberler üzerinden yapılmıştır. Çalışma için Ocak 2018 ile Ocak 2019 tarihleri arasındaki haberler değerlendirmeye alınmıştır. Öte yandan, en yüksek tirajlı 4 gazetenin bölgesel, dönemsel ve hedef kitlenin kadın okurlar olduğu magazin ekleri bulunmaktadır. Bu ekler gıda ve beslenmeyle ilgili sağlık haberlerinin yer aldığı asıl mecralardır. Ancak incelemeye alınan tüm gazetelerin benzer eklere sahip olmamaları nedeniyle, değerlendirme ana gazetelerde yer alan haberler üzerinden yapılmıştır.

İlk olarak, gazetelerin gıda ve beslenme haberlerine nasıl yaklaştıkları ele alınmış, haberlerin bireyi hedef alan içerikte mi yoksa konunun toplumsal/kamusal boyutuna dönük haberler mi olduğu incelenmiştir. Daha sonra haberlerin ağırlıklı olarak hangi kategorilere ayrıldığı değerlendirilmiştir. Son olarak da, haberlerin yazar ve kaynak durumu incelenmiştir.

Bulgular

İnceleme sonucunda elde edilen bulgular gazetelerin tiraj sırasına göre şöyledir:

Söz konusu dönemde, belirtilen kategorilerde, tüm gazetelerde toplam 495 haber tespit edilmiştir. Sezgin'in sözünü ettiği; sağlık ve hastalık kavramlarının tanımlanış ve algılanışındaki değişim ve birey merkezli yeni bir sağlık anlayışının yapılandırılması amacının gazetelerde haberlerin ele alınış biçimine yansıması Tablo 1'de açıkça görülmektedir. Evrensel ve Birgün gazeteleri dışındaki tüm gazetelerde gıda ve beslenme politikalarına yönelik kamusal yaklaşımı içeren haberlerdense, hastalıktan korunma, uzun ve iyi yaşam, güzellik vb. haberleri ağırlıktadır. Bunun bir nedeni de yine yukarıda belirtildiği gibi "satıcısı" çok olan bu tarz haberler için daha çok "alıcı" hedeflenmesidir.

Tablo 1. Gazetelerin gıda ve beslenme haberlerine yaklaşımı

	Birey merkezli (sağlık, hastalık, güzellik		Kamusal (mevzuat, uygulanan politikalar)		Reklam içerikli		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Sabah	25	68	11	30	1	3	37	100
Sözcü	88	65	38	28	9	7	135	100
Hürriyet	43	54	22	28	15	19	80	100
Posta	31	70	11	25	2	5	44	100
Cumhuriyet	53	54	38	39	7	7	98	100
Birgün	23	37	39	63	0	0	62	100
Evrensel	8	21	31	79	0	0	39	100
Toplam	271	55	190	38	34	7	495	100

Tablo 2. Gıda ve beslenme ile ilgili haber gruplarının gazetelere göre dağılımı

	Beslenme-Sağlık İlişkisi		Çocuk Sağlığı ve Beslenme		Beslenme-Hastalık İlişkisi		Güzellik, Gençlik, Zayıflama, Estetik		Bitkisel/ Hayvansal Tarım		Mevzuat/Gıda ve Beslenme Politikaları		Yoksulluk ve Sağlıklı Beslenme İlişkisi		Reklam İçerikli		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Sabah	7	19	0	0	10	27	8	22	4	11	6	16	1	3	1	3	37	100
Sözcü	38	28	5	4	28	21	17	13	15	11	10	7	13	10	9	7	135	100
Hürriyet	15	19	9	11	13	16	6	8	6	8	13	16	3	4	15	19	80	100
Posta	9	20	0	0	11	25	11	25	4	9	1	2	6	14	2	5	44	100
Cumhuriyet	34	35	10	10	7	7	2	2	17	17	8	8	13	13	7	7	98	100
Birgün	15	24	5	8	2	3	1	2	28	45	1	2	10	16	0	0	62	100
Evrensel	7	18	1	3	0	0	0	0	12	31	2	5	17	44	0	0	39	100
Toplam	125	25	30	6	71	14	45	9	86	17	41	8	63	13	34	7	495	100

Sağlık/hastalık konusunu toplumsal ya da kamusal bir mesele olarak değil de, bireyin gündelik yaşam deneyimi ve yükümlülüğü olarak inşa eden ve bireyi merkeze alan yaklaşımla hazırlanan haberlerde yüzde 70 ile Posta gazetesi ilk sırada, yüzde 68 ile Sabah Gazetesi ikinci sırada, yüzde 65 ile Sözcü gazetesi üçüncü sıradadır. Bu üç gazeteyi yüzde 54 oranla Hürriyet ve Cumhuriyet gazeteleri izlemektedir. Burada ilginç olan, alternatif olarak ele alınan gazetelerden Cumhuriyet gazetesinin, bireysel söylemde ana akım ile benzer yaklaşım içinde olduğunun görülmesidir. Birgün ve Evrensel gazeteleri ise gıda ve beslenme haberlerine kamusal bir mesele olarak yaklaşan gazetelerdir. Her iki gazetede de var olan mevzuat, gıda ve beslenme konusunda uygulanan politikalar, diğer grup gazetelere göre ağırlıklı olarak yer almıştır. Evrensel gazetesi gıda ve beslenme ile ilgili politikalar ve konunun kamusal yönden ele alınması konusunda yüzde 79 ile ilk sıradadır, Birgün gazetesi de yüzde 63 oranla onu izlemektedir.

Tablo 2'de; gazetelerin gıda ve beslenme haberlerine yaklaşımı alt kategorilere ayrılmış ve yüzdeleri belirtilmiştir. İçeriklerine göre yapılan değerlendirmede, tüm haberlerin ağırlıklı olarak "beslenme-sağlık ilişkisi", "çocuk sağlığı ve beslenme", "beslenme-hastalık ilişkisi", "bitkisel-hayvansal tarım", "mevzuat-gıda ve beslenme politikaları", "yoksulluk-beslenme ilişkisi", "güzellik, diyet, zayıflama" ve "açık-örtülü reklam" konulu haberler oldukları belirlenmiş ve buna göre kategorize edilmiştir.

"Beslenme ve sağlık ilişkisi" hangi besinlerin ve hangi beslenme türünün sağlık için "yararlı" olduğu fikrine odaklanırken, aynı şekilde "çocuk sağlığı ve beslenme" grubundaki haberler çocukların hangi besinlerle ve nasıl beslenmeleri gerektiğine yönelik içerik taşımaktadır. "Beslenme-hastalık ilişkisi" ise hangi besinlerin ve hangi beslenme türünün sağlığa "zararlı" olduğuna odaklanmıştır. "Güzellik, diyet, zayıflama" grubundaki haberler ise –doğal olarak- "hangi besinleri yersek daha güzelleşebiliriz, nasıl beslenirsek kilo verebiliriz" içeriğindeki haberleri kapsamaktadır. Esasen, bu 4 kategoride yer alan haberler birbirine çok yakın içeriktedir ve geçişlidir.

"Bitkisel/hayvansal tarım", "mevzuat/gıda ve beslenme politikaları", "yoksulluk ve beslenme ilişkisi" kategorilerinde yer alan haberler ise incelemeye alınan gazetelerin konuya politik yaklaşımını daha açık ortaya koyan haberlerdir. Ayrıca, açık ya da örtülü reklam içeren gıda ve beslenme haberleri de ayrı bir kategori olarak değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 3. Gazetelerde yer alan haberlerin yazar ve kaynak durumuna göre dağılımı ve yüzdeleri

	Sabah		Sözcü		Hürriyet		Posta		Cumhuriyet		Birgün		Evrensel	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Muhabir	10	27	51	38	24	30	1	2	20	20	12	19	9	23
Köşe yazarı	3	8	8	6	12	15	0	0	2	2	6	10	1	3
Ajans	0	0	8	6	1	1	0	0	16	16	0	0	6	15
Uzman (kişi/kurum)	1	3	39	29	16	20	28	64	32	33	32	52	17	44
Kaynağı belirsiz (dış haberler)	22	59	20	15	12	15	13	30	21	21	12	19	6	15
Reklam	1	3	9	7	15	19	2	5	7	7	0	0	0	0
Toplam	37	100	135	100	0	100	44	100	98	100	62	100	39	100

Gıda ve sağlık haberlerinin kaynağı

Haberlerde kaynak gösterilmesi, okur ya da izleyicinin bilginin güvenilirliğini belirlemesi açısından önemlidir. Habercilerin, isimli ya da isimsiz, çeşitli kaynaklardan bilgi sağlamaları ve okuyucuya kaynaklar hakkında -sayı, şeffaflık, güvenilirlik, çeşitlilik vb.gibi- mümkün olduğunca detaylı ve bağlamında bilgi vermesi beklenir. Kaynakların şeffaflığı, okur ya da izleyicinin haberin gerçek mi yoksa söylenti mi olup olmadığını belirlemesine yardımcı olur. Bu nedenle, muhabirin bilginin nereden geldiğini söylemesi ve raporun kaynaklarının ne olduğunu açıkça ifade etmesi önem taşır. Kaynağın yetkinliği ve güvenilirliği, konuyu iyi bilmesi, konuyla ilgili yorum yapabilir olması önemlidir. Farklı kaynaklara başvurmak doğru ve adil bilgiyi sağlamak açısından gazetecilere de yardımcı olur. İnsanlar genellikle bu konulardaki haberlere inanma eğiliminde oldukları için, sağlıkla ilgili haberlerde kaynak konusu çok daha kritik hâle gelmektedir. Muhabirin haberi yetiştirmek için içinde bulunduğu zaman baskısı ise bu konudaki zorluklardan biridir **(Çaplı ve ark., 2018)**.

Bu çalışmada, gazetelerde yer alan haberlerin yazar ve kaynak durumu da ele alınmıştır. Sabah gazetesinde (ünlü) bir diyetisyen ve Hürriyet gazetesinde (ünlü) bir hekim, bu yelpazedeki bütün haberlerin "auteur"u olarak düzenli yazı yazmaktadırlar. Ayrıca, ismi öne çıkmış birkaç uzmanın görüşüne Birgün ve Evrensel gazeteleri hariç olarak, aşağı yukarı aynı çerçevede bütün gazetelerde başvurulmaktadır. Çoğu, "Dr.", "Doç. Dr.", "Prof. Dr." unvanlı bu uzmanların bir kısmı esasen hekim de değildir. Eczacıdan diyetisyene, fitoterapi uzmanından estetisyene kadar çeşitli alanlardan ancak sınırlı birkaç ismin etrafında dönen şekilde, gıda ve beslenme üzerine "bilgi" vermektedirler. Ancak, "uzman" görüşüne dayandırılan bu bilgilerin güvenilirliği de ne yazık ki tartışmalıdır. Gazeteci Faruk Bildirici, ayrılmadan önce okur temsilcisi olarak görev yaptığı Hürriyet gazetesinde, bu alanda düzenli yazılar yazan ünlü hekimin, bir whatsapp mesajına dayanan içeriği, nasıl Dünya Sağlık Örgütü'ne atferek yanlış bir şekilde yayılmasına neden olduğunu ve konuyu okur temsilcisi köşesine aldıktan sonra gazetede yaşanan polemiği "Günahlarımızla Yıkandık" kitabında anlatmaktadır **(Bildirici, 2018)**.

Bu grupta kaynağı belirsiz çok sayıda haber bulunmaktadır. Bu durumu bertaraf etmenin en iyi yolu olarak "dış haberler" mahreciyle ya da "İngiltere, Amerika, Finlandiya,… vs.'de uzmanlar", "Almanya'da yapılan bir araştırma" gibi ifadelere başvurmak olduğu görülmektedir. Birbiriyle çelişen haberler olduğu gibi özellikle mevsim dönümleri, yılbaşı, bayramlar gibi zaman dilimlerinde nasıl beslenileceğine ilişkin sürekli birbirini tekrar eden haberler yer almaktadır.

Posta gazetesinde tereyağı yemenin zararlı olduğuna ilişkin haberden yaklaşık 8 ay sonra tereyağı yemenin faydalı olduğuna dair bir başka haber yer almış; yine kısa süre aralarla bir uzman günde 2 öğün yemeği tavsiye ederken, bir başka uzman da 2 öğün yemek yemenin kesinlikle zararlı olduğunu ve insanlar için ideal olanın 3 öğün yemek olduğunu vurgulamıştır.

İlginç bir örnek de Sözcü gazetesindedir. "Doktorunuz Diyor ki" başlıklı küçük bir köşede, Prof. Dr. George Lexington adıyla, düzenli olarak sağlık bilgilerinin aktarıldığı küçük bir köşe bulunmaktadır. Gerçek olmayan bir isme dayandırılan bu köşede yer alan bilgilerin nereden alındığı, kaynağının ne oluğu belirsizdir. Açık ya da gizli reklam içeren gıda ve beslenme haberlerine de Birgün ve Evrensel gazeteleri hariç, bütün gazetelerde rastlanmıştır.

Esasen, çok daha ayrıntılı bir içerik analizine ihtiyaç bulunan bu bölümde, gazetelerde yer alan haberlerin yazar ve kaynak durumuna göre dağılımı Tablo 3'te görüldüğü gibidir.

Sabah gazetesinde yer alan gıda beslenme haberlerinin yüzde 59'u kaynağı belirsiz, yüzde 27'si gazetenin muhabirleri tarafından, yüzde 8'i köşe yazarları tarafından, yüzde 3'ü uzman kişi ya da kurum görüşüne dayandırılarak yazılmıştır, yüzde 3'ü de reklam içeriklidir.

Sözcü gazetesindeki haberlerin yüzde 38'i gazetenin kendi muhabirlerinin haberlerine, yüzde 29'u uzman kişi/kurum görüşüne dayandırılmıştır. Yüzde 15'inin kaynağı belirsizken, yüzde 7'si reklam içerikli olarak karşımıza çıkmaktadır. Ajanslara dayandırılarak ve gazetenin köşe yazarları tarafından yazılan haberler ise her iki grup için yüzde 6'dır.

Hürriyet gazetesinde yer alan haberlerin yüzde 30'u gazetenin muhabirleri tarafından, yüzde 20'si uzman kişi ya da kurum görüşüne dayandırılarak yazılmış, yüzde 19'u reklam içeriklidir. Kaynağı belirsiz haberler ve köşe yazarlarınca kaleme alınan yazılar her iki grup için yüzde 15'tir. Ajanslara dayandırılan haber oranı yüzde 1 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Posta gazetesinde, uzman kişi ve kurumların görüşüne dayandırılarak oluşturulan gıda ve sağlık haberleri yüzde 64 ile ilk sıradadır. Kaynağı belirsiz olanlar yüzde 30 ile ikinci sıradadır. Gazetedeki gıda ve sağlık haberlerinin yüzde %5'i reklam içerikli olarak karşımıza çıkarken, gazetenin kendi muhabirlerine dayandırarak verdiği haber oranı yüzde 2'dir.

Cumhuriyet gazetesinde gıda ve beslenme haberlerinin yüzde 33'ü uzman kişi ya da kurumlara dayandırılarak, yüzde 21'i dış haberler mahreçli ya da kaynağı belirsiz, yüzde 20'si gazetenin muhabirlerinin imzasıyla, yüzde 16'sı ajanslara dayandırılarak, yüzde 7'si reklam içerikli, yüzde 2'si de köşe yazarlarınca kaleme alınmış yazılar olarak yayımlanmıştır.

Birgün gazetesinde haberlerin yüzde 52'si uzman görüşü, yüzde 19'u dış haberler ya da kaynağı belirsiz, yüzde 19'u muhabir imzasıyla yayımlanmıştır, yüzde 10'u köşe yazısıdır.

Evrensel gazetesinde de yine yüzde 44 ile ağırlıklı olarak uzman görüşü, yüzde 23 ile gazetenin muhabirlerinin imzasıyla, yüzde 15'i ajanslara, yine yüzde 15'i de dış haberlere dayandırılarak ya da kaynağı belirsiz olarak yayımlanmıştır. Birgün ve Evrensel gazetelerinde reklam içerikli habere rastlanmamıştır.

Sağlık haberlerinin tüketicisi olan okur ve izleyicilere sunulacak içeriğin üretilmesi konusunda medyanın kendi kaynakları yetersizdir. Sağlık muhabirlerinin ürettiği haber ve yazıların niteliği, okurların bu yöndeki talebinin küçük bir bölümünü karşılayabilmektedir. Bu noktada medya, tıp ve sağlık dünyasından uzmanlar ve temsilcilerle işbirliği yapar ve bunun sonucu olarak doktor, diyetisyen vb. gibi uzmanlar medyada istihdam edilmeye başlar. Okur/izleyici bu yolla sağlık yazıları, beslenme reçeteleri sağanağına tutulur. Doğru ve güncel sağlık bilgisi ile tanıtım/reklam ve PR metinleri birbirine karışır. Sadece ilaç şirketlerinin, özel hastanelerin değil, kimi uzmanların kişisel beklentileri de bu bilgi kirliliğinde önemli rol oynar **(Bildirici, 2018)**.

Piyasalaşan sağlık ortamında "tüketicileri" çoğaltmak için kullanılabilecek en iyi aracın medya olduğu değerlendirilmekte, sağlık alanındaki özelleştirmenin doğal sonucu olarak ortaya çıkan "sektör içi rekabette" de medya gerek reklam, gerek talep yaratma amaçlı olarak kullanılmaktadır. Oysa hekimlik meslek etiği kuralları sağlık kuruluşlarının reklam yapmalarını yasaklamaktadır. Buna karşın, görsel, işitsel, yazılı medyada ve sosyal ağlarda gözlenen en sık etik ihlal reklamdır. Bu ihlal, açık reklam yapmak şeklinde olabildiği gibi vatandaşlara bilgi verme görüntüsü altında örtülü/gizli de olabilmektedir. "Başarılı uygulamalar, yeni yöntemler, üstün teknoloji, uzman kadro, alanında tek, kesin çözüm, eşsiz, müthiş" vb. ifadelerle kurulan haberler bu yasağı delmenin "en kolay yollarından" birini oluşturmaktadır **(Bulut, 2016)**.

Sonuç

Araştırmanın bulguları, Türkiye'de en yüksek tirajlı 4 gazetenin ve alternatif olarak değerlendirilebilecek 3 gazetenin gıda ve beslenme haberlerine yaklaşımlarına dair bazı sonuçlar ortaya koymaktadır. Sabah, Sözcü, Hürriyet, Posta ve Cumhuriyet gazetelerinde gıda ve sağlık haberlerinin kamusal bir yaklaşım ile değil birey merkezli bir yaklaşımla ele alındığı görülebilmektedir. Farklılık Birgün ve Evrensel gazetelerinde ortaya çıkmaktadır. Açık/örtülü reklam içeren haberler sadece Birgün ve Evrensel gazetelerinde yer almamıştır. Bunun dışındaki tüm gazetelerde gıda ve beslenme haberlerinin reklam boyutu dikkat çekmiştir. Sağlık alanındaki reklam yasağına karşın açık ya da örtülü şekilde çok yaygın olarak kullanılan reklam içeriği, önemli bir sorun başlığına işaret etmektedir. Bu durumda her iki alanın etik değerleri ve her iki alanın profesyonellerinin kendi meslekleriyle ilgili değerlere sahip çıkmaları önem kazanmaktadır.

"Uzman" görüşüne dayandırılan ve kaynağı belirsiz haberlerin çokluğu, gıda ve beslenme haberlerin dayanağı konusunda da soru işaretleri yaratmaktadır. Bu kaynağı belirsiz ve güvenilir olmayan bilgi sağanağı, "sağlıklı olma", "hastalıktan korunma" iddiasıyla sunulan haberlerin antagonistik bir biçimde okurun ya da izleyicinin sağlığını tehdit etme riskini de içermeye başlamaktadır.

Bu, yukarıda da belirtildiği gibi salt bilgi kirliliği ya da etik bir sorun olmasının ötesinde, ideolojik bir problemdir. Neoliberal sistem, medya aracılığıyla kendini yeniden yeniden üretmektedir. Medya, gıda ve beslenme haberleri konusuna toplumsal odaklı ve kamusal politikalar merkezinden yaklaşma eğiliminde değildir. Gıda politikaları, gıdaya erişim hakkı, yoksulluğun gıdaya erişime olan etkisi gibi başlıklar reklam verenlerin ilgisinde olmadığı için medya da bu başlıklara ilgi göstermemektedir. Medyanın var olmaya devam edeceği makul bir tahmin ise eğer buradaki iyileştirmeye bir yerden başlamak gerekecektir **(Belsey ve Chadwick, 2014)**. Bu hem sağlık alanında hem medya alanında etik ilkelere göre şekillenecek, hem de ideolojik bir mücadeleyi esas alan bir hatta gerçekleşecektir. İlk adım, medyanın sermayenin ve iktidar odaklarının egemenliğinden arındırılması olacaktır.

Kaynakça

***Belsey, A., Chadwick, R**. (2014) "Medya, Kültür ve Siyaset" içinde "Medyada Kalitenin Bir Aracı Olarak Etik", 305-3016.*

***Bildirici, F.** (2018) "Günahlarımızda Yıkandık" içinde "Sağlıkta Sağlıklı Habercilik", 248-257.*

***Bulut, N.** (2016) "Medyada Tıbbi Etik İhlaller", Toplum ve Hekim Dergisi, 31(2): 122-127.*

***Çaplı, B., Karataş-Özaydın, Ş. ve Öztürk, Ş.** (2018) Ethical Issues In Health Communication: Health-Related News Sourcing Practices, 55-56:14-15, https://search.proquest.com/openview/d6711e104deddd0537d87f4b724bb14d/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=105601.*

***Golding, P., Murdock, G.** (2002) "Medya, Kültür ve Siyaset" içinde, "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik", 59-94.*

***Medya Takip Merkezi**, www.medyatakip.com.tr*

***"Sağlık Haberlerinin Yarısı Yalanmış"**, Sözcü Gazetesi, 7 Temmuz 2018.*

***Sezgin, D.** (2016) "Sağlıkta Dönüşüm, Sağlık Paradigması ve Medya", Toplum ve Hekim Dergisi, 31 (2): 101-109.*

***Shoemaker, P. ve Reese, S.D.** (2014) "Medya, Kültür ve Siyaset" içinde "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", 97-132.*

***Smythe D.W.** (2006) "Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği" içinde "Batı Marksizminin Kör Noktası", 127- 172.*

***Strasser, T., Gallagher, J.** (1994) "The Ethics of Health Communication", World Health Forum, 15:175-177, https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/51651/WHF_1994_15%282%29_p175-177.pdf?sequence=1&isAllowed=y*

***Yücesan-Özdemir G., Kaderoğlu-Bulut Ç.** (2016) "Medyanın Sınıfsal Temelleri: Emeğin Gerçekleri ve Sermayenin İllüzyonları", Toplum ve Hekim Dergisi, 31(2): 85-95.*