

Televizyon Sağlık Programlarında İdeolojik Söylemler

Prof. Dr. Ümit ATABEK
Doç. Dr. Gülseren ATABEK
Ar. Gör. Deniz BİLGE

yaşar üniversitesi, iletişim fakültesi
umit.atabek@yasar.edu.tr
gulseren.atabek@yasar.edu.tr
deniz.bilge@yasar.edu.tr

Özet

Son dönemlerde televizyonlarda sıkça gördüğümüz sağlık programlarının, günümüz sağlık politikalarının ideolojik çerçevesini pekiştirici söylemler ürettiği gözlenmektedir. Bu çerçevede, Kanal D'de yayınlanan Doktorum ve Kanal 7'de yayınlanan Dr. Feridun Kunak Show adlı iki televizyon programındaki söylemler çözümlenmiş ve dört ana söylem grubunda toplanan bu söylemlerin ideolojik bağlamları ele alınmıştır. Yeni liberal ve yeni muhafazakâr iki farklı ideolojik konuma karşın kanalların temel sağlık politikaları bakımından semantik düzeyde çok farklı söylemlere sahip olmadıkları görülmüştür. Ancak yine de, programların yayınlandıkları kanalların liberal ve muhafazakâr çizgilerini yansıtan bir takım semantik ve simgesel söylem unsurlarını ürettikleri de görülmüştür.

anahtar kelimeler: söylem, ideoloji, sağlık politikaları, televizyon sağlık programları

Abstract

Ideological Discourses in Television Health Shows

It is observed that recent television health shows produce discourses to reinforce the ideological frame of current health policies. This study analyses the discourses of two Turkish television shows: Doktorum in Kanal D and Dr. Feridun Kunak Show in Kanal 7 and examines their ideological context within four key discourse groups. It is observed that although these television channels are positioned in neo-liberal and neo-conservative ideologies respectively the discourses in these programs do not differ much. However, they also produced particular semantic and symbolic discursive elements which somewhat reflect their liberal and conservative characters.

keywords: *discourse, ideology, health policies, television health programs*

Résumé

Les discours idéologiques des émissions de santé à la télévision

Actuellement, nous pouvons constater que certaines émissions de télévision maintiennent le même discours que l'idéologie politique à propos de la santé. L'émission Doktorum diffusée sur la chaîne Kanal D et Dr. Feridun Kunak Show sur Kanal 7 témoignent nettement de cette tendance divisée sous quatre catégories. On remarque que même si ces deux chaînes de télévision appartiennent à deux opinions politiques différentes, l'une libérale et l'autre conservatrice, les discours qui y sont développés ne diffèrent pas tant. Toutefois nous pouvons observer le fait que ces deux émissions de télévision ne manquent pas d'adapter le contenu suscité à leurs lignes idéologiques tant sur le plan sémantique que symbolique.

mots-clés: *discours, idéologie, la politique de santé, les émissions de santé à la télévision*

Giriş

Ülkemizde 1980 sonrası yaşanan yeni liberal politikalar çerçevesinde, sağlık alanında da önemli değişim ve dönüşümler gerçekleşmiştir. AR-GE çalışmaları içinde ilk sıralarda yer alan ve dünyada en çok bilimsel yayının yapıldığı alan olarak tıp, hemen herkesin ilgi alanına giren bir konudur. Son yıllarda tıp belirgin bir şekilde, ticari bir yatırım sektörü haline de gelmiştir. Buna bağlı olarak, tıp alanında üretilen teknolojinin satılabilmesi reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin artışı da beraberinde getirmiştir. *Big Pharma* diye de adlandırılan uluslararası tıp ve ilaç sanayi karteli, tüm tıbbi ürünlerinin nasıl üretileceğini ve pazarlanacağını bir sisteme bağlamış (Yılmaz 2012:237) ve hatta tıp alanındaki bilimsel dergileri bile bir pazarlama aracına dönüştürmüştür (Rafols vd. 2012:3). Tıp ve pazarlama alanlarının işbirliği bağlamında medya, son yıllarda sağlık ve hastalık konularına giderek artan oranda yer vermeye başlamıştır. Gazete ve dergilerde sağlık/hastalık konusu geniş bir şekilde ele alınmaya başlamıştır. Televizyonlarda ana haber bültenlerinde sağlık konulu haberlere yer verme oranındaki artışa paralel olarak sağlık programlarının da giderek artması dikkat çekicidir¹. Özellikle sabahları yayınlanan ve yayın süreleri günde 1-2 saate kadar ulaşabilen sağlık programlarında canlı yayına telefon aracılığı ile bağlanan izleyicilerin şikâyetlerini anlatıp çözüm önerisi bekledikleri bu programlar çoğu kez, hekimlerin ve sağlık kuruluşlarının reklamı haline de dönüşebilmektedir. Yayın akışı içinde kapladıkları süre bakımından daha çok ana akım kanalların yayıncılık anlayışıyla örtüşen bu programlarda doktorlar, yeni teknolojilerle tetkik ve tanı konusunu ele alırken olası komplikasyonlara yer vermemekte ve sonucun hep başarılı olacağına ilişkin olumlu bir hava yaratılmaktadır (Kök 2011). Buna paralel olarak, yazılı ve görsel medyada sağlık programlarının artışı, toplumdaki hastalık endişesini arttırmış, daha çok doktora gitme, yanlış ve gereksiz ilaç kullanımı da buna paralel olarak artmaya başlamıştır.

ABD’de 1950’li yıllardan itibaren doktorları konu alan televizyon programları yayınlanmaktadır, 1952 yılında yayınlanan *City Hospital* adlı program bu alandaki ilk program olarak kabul edilmektedir (Quick 2009:39). Dünyada bir televizyon programı türü olarak tıp-sağlık konulu şov programları ise daha çok 2000’li yıllarda yaygınlaşmıştır. 2008 yılında Amerika’daki CBS kanalında yayınlanan *The Doctors* programı bu tür programların en bilinenlerindedir. Programın yapımcılığını bir başka şov programında konuk olduğu sırada dikkat çeken Dr. Phil üstlenmiştir. Oprah Winfrey’in programına konuk olduğu dönemlerde ünlenen kalp cerrahı Dr. Mehmet Öz’ün sunduğu ve 2009 yılından itibaren NBC kanalında yayınlanan *The Dr. Oz Show* ise bir diğer çok bilinen programdır (Baydur 2010).

1 Türkiye’de 2 Ekim 2011’de yayın hayatına başlayan HTV isimli bir tematik sağlık kanalı bulunmaktadır. Bu kanalda çeşitli yaş gruplarından kadın ve erkek izleyiciye yönelik sağlıklı yaşam, aile hekimliği, hamilelik, çocuk gelişimi, beslenme, kişisel bakım, ruh sağlığı ve çevre sağlığı konularında programlar yer almaktadır.

1990'lı yılların sonlarından itibaren Türkiye'deki televizyon kanallarının sabah kuşaklarında yer alan "kadın" programlarında, sağlık konusu sıklıkla ele alınan bir içerik haline gelmiştir. Söz konusu programlara konuk olarak davet edilen doktorlar, programlarda önceden belirlenen sağlık konusuyla ilgili bilgiyi "halkın anlayacağı dilden" izleyicilere aktarmaya başladılar. Kadın programlarının çok yönlü içeriklerinde kendisine tanınan kısıtlı sürede tıbbi bilgisini aktarmaya çalışan doktorların bir kısmı bu programlara konuk olmaktan kaçındı. Kadın programlarına konuk olmayı tercih eden doktorlar ise bu tür programlarda sıklıkla görünür olmanın başarılı olmakla eş değer olduğu kanısına vararak bir kadın programından diğerine geçerek "medyatik doktorlar" olarak anılmaya başladılar. Öyle ki bu programlarda konuk koltuğunda oturan uzman doktorlar bir yemek tarifi ile bir türkü arasındaki kısa sürede önemli bir hastalıkla ilgili bilgi vermek durumunda kaldılar.

Hem araştırmacılar hem de uygulamacılar genel olarak medyada sağlıkla ilgili içerik hakkında çeşitli sorunlara dikkat çekmektedirler. Literatürde genellikle sağlıkla ilgili medya içeriğinin yanlış ve hatalı olabileceği, sansasyonel içerik nedeniyle konunun özünün kaybolduğu, yanıltıcı içerik nedeniyle sağlık alanının giderek daha fazla ticarileştirilmesine yol açabileceği ve benzeri endişeler dile getirilmektedir. Sağlık konusunda sorunlu medya içeriğine ilişkin birçok araştırma bulgusu sunulmuştur. Medyada doğru olmayan sağlık enformasyonu konusunda uzunca bir liste sunan Seale (2002:44-64), "tıbbi soap-opera" olarak adlandırılan ve doktorların bir kahraman olarak sunulduğu televizyon programlarındaki sihirli sonuçlar veren ilaçlara dikkat çekiyor (2002:144-152). Tapper (2010), ABD'deki televizyon programlardaki doktor imajının başlangıçta kahraman, yakışıklı ve kusursuz doktordan, giderek ilaç bağımlısı, cinsel takıntılı olan bir anti-kahramana dönüştüğünü ve bunun toplumda doktorlara karşı gelişen güvensizlikle ilişkilendirilebileceğini belirtiyor. Baqai (2012) ise, reklamı yapılan ürünler için kullanılan "klinik olarak kanıtlandı" ifadesinin sorunlu olduğunu ve bu konudaki düzenlemelerin istenen sonucu veremediğini vurguluyor. Ülkemizde de medyada sağlık konulu içeriğin sorunlu yönlerine ilişkin araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin 11 gazetede yayımlanan 344 haberi inceleyen Hayran ve Özdemir (2012), gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin başlıklarıyla içeriklerinin büyük ölçüde uyumsuz olduğunu ve haber içerisinde hekim adı geçen haberlerin %58'inde içerik tıbbi açıdan doğru iken, hekim adı geçmeyen haberlerin doğruluk oranının %32'ye düştüğünü saptamışlardır. *Hürriyet* Gazetesi ve eklerindeki sağlık konulu haber ve yazıları inceleyen Sezgin (2011), bu içeriklerin "gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi" ve "sağlık sorunsalının bireyselleştirilmesi" yönünde işlev gördüklerini; sağlık alanı ile kozmetik alan arasındaki sınırı da muğlaklaştırdıklarını belirtmektedir. 3 gazetede tıpla ilgili 1034 haberi inceleyen Yaşar (2006) ise bu haberlerin %95.6'sında bir ürünün kullanımı ya da beslenme/diyet ile ilgili maddelerin promosyonunun yapıldığını saptamıştır. Yaşlıların televizyonda yayınlanan sağlık programlarını izleme motivasyonlarını ele alan çalışmada Koçak ve Bulduklu (2010), bu programları oldukça sık izleyen yaşlıların temel izleme

motivasyonunun enformasyon edinme olduğunu saptamışlardır. 2009 yılında RTÜK İletişim Merkezi hattına yapılan sağlık konulu bildirimlerin neredeyse tamamına yakınının şikâyet ve eleştiri niteliğinde olduğunu bulgulayan Yüksel vd. (2012), şikâyetlerin sigara yasağından ürün reklamı yapılmasına, tıp doktoru olmayan kişilerin konuşmasından hastaların, yakınlarının veya sağlık çalışanlarının rencide edilmesine kadar geniş bir yelpazede olduğunu saptamışlardır.

Sağlık konusunda medya sorunlarına ilişkin olarak uygulamacılar da çeşitli adımlar atmışlardır. İletişim ve sağlık profesyonellerini bir araya getiren ABD merkezli Coalition for Health Communication (CHC) adlı örgüt 2004 yılında kurulmuş olup sağlık iletişimi alanında eğitim ve araştırmayı desteklemektedir. International Communication Association (ICA) bünyesinde 1975 yılında kurulan Health Communication Bölümü de yayın ve araştırma faaliyetleri yürütmektedir. Türkiye’de de hem Sağlık Bakanlığı hem de medya meslek kuruluşları tarafından çeşitli girişimler gerçekleştirilmiştir. Sağlık Bakanlığı, 2011 yılında bir “Sağlık İletişimi Çalıştayı” düzenlemiştir ve 2012 yılında *Sağlık İletişimi* adlı bir dergi yayınlama hazırlıklarına başlamıştır. Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği ESAMDER ise 2005 yılında “Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi” hazırlayarak sağlık haberciliği sorunlarına dikkat çekmiştir (ESAMDER 2005).

Sağlık programları üretim endüstrisinin genel sorunları yanında, bu programlar aracılığı ile gündeme gelen farklı konu ve sorunlar hakkındaki kurguların, temsillerin çözümlenmesi de oldukça önemlidir. Televizyonda sağlık programları konusunu bu anlamda ele alan çalışmalardan biri Şahin Kaya’nın “Televizyon’da Kadın, Sağlık ve Hastalık” isimli çalışmasıdır. Şahin Kaya (2011) çalışmasında erillik ve dişillik inşasıyla iç içe geçmiş sağlık ve hastalık tanımlamalarının medya mesajlarınca nasıl içerildiğini ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin yeniden üretiminde medya ve sağlık endüstrilerinin ilişkisini irdelemek üzere Kanal D’de yayınlanan *Doktorum* programını incelemiştir. Şahin Kaya (2011) bu çalışmasında *Doktorum* programı içeriğinde sağlık, hastalık ve toplumsal cinsiyetin medyada yeniden üretim sürecinin kapitalizm ve tüketim ilişkileriyle olan bağıni sorgulamıştır. Benzer bakış açısıyla biz de bu çalışmamızda iki farklı televizyon sağlık programının ideolojik söylemini ele alacağız.

Yöntem

Bu çalışmada, televizyonda yayımlanan iki sağlık programında sunulan içeriğin hangi ideolojik konumlara ait olduğu ve bu konumlandırmanın hangi söylemler dolayımıyla gerçekleştirildiği araştırılacaktır. Bu televizyon programları, Kanal D’de yayınlanan *Doktorum* ve Kanal 7’de yayınlanan *Dr. Feridun Kunak Show* programlarıdır. Bu programlar amaçsal örneklem tekniğiyle seçilmiştir; amaçsal örneklem, araştırmacılar tarafından inceleyecekleri konu bakımından uygun ve zengin veriler sunacağı düşünülen birimlerin örnekleme katılmasıdır. Kanal 7 genel olarak dini söylemlerin yaygın olarak kullanıldığı bir kanaldır ve bu

kanalın özellikle “yeni muhafazakâr” ideolojiyi temsil ettiğini kabul edebiliriz. Kanal D’nin ise daha çok “yeni liberal” ideolojiyi temsil ettiği söylenebilir².

Van Dijk (1995:18) ideolojilerin tipik olarak söylemlerle ifade edildiğini ve söylemlerle yeniden üretildiğini söyler. İdeolojiyi³, bir grubun bilişsel sosyo-politik düşüncelerinin bilişsel temelini oluşturan bir sistem olarak tanımlayan Van Dijk (1995b:138), ideolojik söylem analizinin amacının ideolojik yapılarla söylem yapıları arasındaki bağlantıyı sistematik ortaya koymak olduğunu vurgular (1995b:143). Van Dijk (2000:88) ayrıca, ideoloji ve söylem arasındaki ilişkinin iki yönlü olduğunu, ideolojilerin söylemleri belirlerken söylemlerin de ideolojileri benimsememize veya değiştirmemize neden olduğunu belirtir. Biz bu çalışmada, Van Dijk’in (1989:27) “ikna edici söylem” diye nitelediği türden söylemleri ele alacağız; bu tür söylemler daha çok medya içeriği olarak sunulur ve izleyicinin gelecekteki eylemlerini etkilemeyi amaçlar. Söylemler yoluyla ideolojilerin benimsenmesi (Van Dijk 2006:133-134) bakımından bu tür söylemler önemli işlevler görmektedir. Bu çalışmamızda, iki farklı ideolojik konumda olduğunu öngördüğümüz televizyon kanallarındaki sağlık programlarının, hangi söylemler dolayısıyla ideolojik konumlarını pekiştirdiklerini saptamayı amaçlıyoruz.

Medya ürettiği söylemler aracılığı ile temsil ettiği ideolojileri pekiştirir ve gündelik yaşama sokar. Sağlık politikaları açısından da durum böyledir; medyada sağlık programlarındaki söylemler dolayısıyla sağlık politikalarının ideolojik konumları pekiştirilir. Örneklemimizdeki sağlık programlarında ideolojik konumların, şu dört ana söylem çerçevesinde ele alınabileceğini öngörüyoruz: 1) Bilimdışı ya da “sahte bilimsel” bilgi; 2) Sağlık bir güzellik ve kozmetik konusudur; 3) Her şey sağlık(sızlık) konusu olabilir; 4) Sağlık toplumsal değil bireysel bir konudur.

Temel varsayımımız, televizyon kanallarının farklı ideolojik konumlarına (yeni muhafazakâr ve yeni liberal) karşın temel sağlık politikaları açısından çok da farklı olmayan söylemler ürettiği yönündedir. Yukarıda belirttiğimiz dört ana söylem, bu nedenle temel varsayımımızla uyumludur. Buna karşın, kanalların farklı ideolojik konumlarının temel sağlık politikaları dışında, belirli ölçüde söylem farklılıkları yaratacağını da varsayıyoruz. Bu tür söylem farklılıklarının yine ana söylemler bağlamında, ancak daha çok semantik ve simgesel söylem unsurlarında izlenebileceğini öngörüyoruz.

2 Her iki ideolojinin de “sağ” ideolojiler olduğu açıktır. Çalışmamızda, “sol” ideolojik konumdaki televizyon kanallarında yayınlanan sağlık programlarını ele almadık. Örneğin, Ulusal Kanal’da yayınlanan ve Türkiye’nin en uzun süredir yayınlanan sağlık programı olarak tanıtılan “Merhaba Sağlık” adlı programı örneklemimize dâhil etmedik. Örneklemimizdeki iki program, bizim ele almak istediğimiz söylemlerin bariz olarak sunulduğunu gözlemlediğimiz programlardır ve medyada egemen söylemi bu tür kanallar temsil etmektedir. Bu nedenle, sol ideolojik konumda olduğu söylenebilecek az sayıdaki programı amaçsal örneklemimize almadık.

3 İdeoloji ve söylem kavramlarının arasındaki fark önemlidir, ancak son yıllarda bu kavramlar günlük politik dilde neredeyse eşanlamı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu konuda bkz. Sancar (2008).

Bu ana söylemlerin semantik ve simgesel düzeylerde hangi söylem unsurlarıyla oluşturulduğunu program metinlerinden inceleyeceğiz. Bunun için her iki programın 2012 yılında Ocak ve Haziran aylarında yayınlanan tüm bölümleri izlenmiştir⁴. Böylelikle toplam⁵ 72 bölümden elde edilen 113 saatlik metinsel ve görsel içerik, hangi semantik ve simgesel söylem unsurlarını taşıdığı bakımından çözümlenmiştir. Söylem unsurları önce dört ana söylem altında gruplandırılmış, daha sonra da bunların en tipik olanları belirlenerek çalışmada yer verilmiştir.

Doktorum ve Dr. Feridun Kunak Show

Ülkemizde sağlık-tıp konulu şov programı türündeki ilk örnek Kanal D’de yayınlanan *Doktorum* programıdır. İlk kez Ağustos 2009’da üç doktorun sunumuyla banttan yayınlanan *Doktorum* programının yönetmeni olan Erhan Öz, programın ilk aylar çok düşük reytingler almasının ardından programı Zahide Yetiş ve Dr. Aytuğ Kolankaya’nın sunmasına karar verildiği belirtiyor (Erşan 2012). *Doktorum* programının düşük reytingini yükseltmenin yolu açık kalp ameliyatını canlı yayınlayarak bulunmuş ve daha sonra canlı yayında böbrek nakli ve sezaryen⁶ ameliyatı ile izlenme oranında önemli bir artış kaydedilmiştir. *Doktorum* programı sunucularından Aytuğ Kolankaya, kadın hastalıkları ve doğum uzmanıdır. Zahide Yetiş ise TRT kökenli bir sunucudur. Hafta içi her gün saat 09:00’da İstanbul’dan canlı olarak yayınlanan programda, her iki sunucu da doktor üniformasıyla ekrana gelmektedir; Aytuğ Kolankaya, Dr. Öz’ün de tercih ettiği yeşil cerrah üniforması giyerken, Zahide Yetiş sarı saçlarıyla ekranlardaki diğer kadın programlarının sunucularıyla benzer görünüşüne rağmen hekimlerin giydiği beyaz önlükle programı sunmaktadır. *Doktorum* programının her bölümünde ayrı bir sağlık sorunu ana konu olarak seçilmekte, seçilen konunun uzmanı olan doktorlar programa konuk olarak davet edilmektedir. Konuk doktorlar programda ele alınan konuyla ilgili yanlarında getirdikleri görsellerle ya da maketlerle izleyicilere sunum yapmaktadırlar. Programın bazı bölümlerinde uzman doktorlar yanlarında tedavi ettikleri hastalarını da getirerek onlardan hastalığı nasıl yendiklerini izleyenlerle paylaşımlarını istemektedirler. Programa telefonla bağlanan az sayıda izleyici

4 Ocak ve Haziran aylarının seçilmesinin nedeni, bu iki ayın kış ve yaz mevsimlerine denk düşmesi bakımından program içeriklerinde oluşabilecek mevsimsel farklılıkların hesaba katılabilmesini sağlamaktır.

5 *Doktorum* programının 2-31 Ocak 2012 tarihleri arasındaki 22 bölümünden yaklaşık 34 saatlik bir izleme, 1-22 Haziran 2012 tarihleri arasındaki 16 bölümünden de 25 saatlik bir izleme yapılmıştır. *Dr. Feridun Kunak Show* programından ise 2-31 Ocak 2012 tarihleri arasında toplam 18 bölümünden yaklaşık 28 saatlik bir izleme yapılmıştır. Aynı programın 4-28 Haziran 2012 tarihleri arasındaki toplam 16 bölümünden 26 saatlik bir izleme gerçekleştirilmiştir. Her iki programın da standart bir süresi yoktur. Program süreleri 1,5-2 saat arasında değişmektedir.

6 4 Nisan 2012 tarihli bu programda Dr. Aytuğ Kolankaya canlı yayında sezaryen ile bir hastasının doğumunu gerçekleştirmiştir. 25.04.2012 tarihli toplantısında RTÜK, Kanal D’ye “Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılmadan yayınlanamaz” hükmünün ihlâl edildiği gerekçesiyle 509.327,00 TL idari para cezası verilmiştir. Karar için bkz.: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=3292c628-22da-4bcb-a94672d5fab689e4, 10.10.2012.

uzman konuklara kendi hastalıkları ile ilgili soru yöneltebilmekte, bazı programlarda da programa daha önce başvuranlar arasından seçilen bir izleyici stüdyoda uzman doktorla buluşturularak tedavi olma “şansı” kazanabilmektedir. Programda, seçilen ana konu dışında güzellik önerileri, ev temizlemenin püf noktaları, tatile giderken bavul hazırlamanın incelikleri gibi dönemsel ve mevsimsel birçok konuda izleyicilere tavsiyeler verilmektedir. *Doktorum* programı *The Doctors* ve *Dr. Oz* programlarının yapısına benzer tarzda hazırlanmış bir stüdyo tasarımına ve program akışına sahiptir. Program, “Mucize” (doğum anı görüntüsü), “Mutluluk” (kadın ve erkek eli), “Cesaret” (engelli yüzücü), “Umut” (kan şişesi) ve “Hayat” (kadın gözleri) yazıları eşliğinde sunucuların bir ameliyathane ortamında yan yana gelmeleriyle başlayan bir jeneriğe sahiptir.

Kanal 7’de hafta içi Pazartesi’den Perşembe’ye sabah kuşağında 09:45’te Ankara stüdyolarından canlı olarak yayınlanan *Dr. Feridun Kunak Show*, Ortopedi ve Travmatoloji Uzmanı Op. Dr. Feridun Kunak ve eşi Serap Kunak tarafından sunulmaktadır. Programın başında sunucuların kızları Sude Kunak “Dr. Feridun Kunak’la Show Başlıyor” isimli cingılı dans ederek seslendirmektedir. Programın müziği ise “Doktor Civanım” şarkısı olarak belirlenmiştir. Yönetmenliğini Ayhan Babayigit’in yaptığı programda çok sayıda izleyici telefonuna yer verilmektedir. Telefonla canlı yayına bağlanan izleyicilere tedavi imkânları sağlandığı da iddia edilmektedir. Program içeriğinde tıbbi bilgilerin yanı sıra zayıflama teknikleri, ağrılar için alternatif yöntemler, ilkyardım uygulamaları, gevşeme hareketleri, taşların ve renklerin dünyası gibi konular da ele alınmaktadır. Feridun Kunak’ın eşi Serap Kunak ise programda yüz maskesi tarifleri, güzellik sırları gibi bölümleri sunmakta ve stüdyodaki konuklarla örnek uygulamalar yapmaktadır. Yine Serap Kunak “sağlıklı” yemek tariflerini de programda uygulamalı olarak izleyenlere anlatmaktadır. Programın sunucuları gündelik kıyafetlerle programı sunmaktadırlar, hatta Dr. Feridun Kunak her programın başında stüdyodaki konuklara sabah sporu yaptırdığı için daha çok spor kıyafetlerle programı sunmaktadır.

Doktorum programının sonunda ana sponsor olan Uğur Derin Dondurucu’nun yanısıra Voit Home Fitness, Gelişim Tıp Laboratuvarı, Titanic Wellnes & SPA ve Max Tone İditme Cihazları gibi sağlıkla ilgili kurumların adları da yer almaktadır. *Dr. Feridun Kunak Show* programının sonunda ise bir sponsor listesi verilmemektedir, ancak programın web sitesinde sunulan hizmetlerin tanıtımı yapılmaktadır. Her iki programda da herhangi bir sağlık/kozmetik ürününün doğrudan satışı bulunmamaktadır. Durumun bu şekilde olmasında, RTÜK’ün 06.09.2011 günlü toplantısında “gizli ticari iletişime izin verilemez” ilkesi çerçevesinde toplam 27 televizyon kuruluşuna uyarı cezası vermesinin⁷ etkili olduğu düşünülebilir.

7 Karar için bkz.: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/icerikGoster.aspx?icerik_id=3dacc463-d7bf-4931-b494-cf9814284a88 (10.10.2012). RTÜK daha sonra 03.07.2012 tarihli bir duyuru ile “ticari iletişim yanıtıcı olamaz ve tüketicinin çıkarlarına zarar veremez” ilkesine aykırılık oluşturacak sağlık/kozmetik ürünlerinin bir listesini hazırlamış ve yayın kuruluşlarını uyarmıştır.

Sağlık Programlarında İdeolojik Söylemler

Televizyonda sağlık programlarındaki söylemleri; 1) Bilimdışı ya da "sahte bilimsel" bilgi 2) Sağlık bir güzellik ve kozmetik konusudur 3) Her şey sağlık(sızlık) konusu olabilir ve 4) Sağlık toplumsal değil bireysel bir konudur şeklinde dört ana söylem başlığı altında ele alacağımızı belirtmiştik. Böylelikle, bu söylemlerin içinde yer aldıkları ideolojik bağlamlardan hareketle söz konusu iki program arasındaki benzerlik ve farkları izleyebileceğiz.

Bilim dışı ya da "sahte bilimsel" bilgi

Medyanın genel olarak bilimsel bilgiyi sorunlu bir şekilde sunduğu ileri sürülmektedir. Bilim gazeteciliği olarak adlandırılan uygulama alanının çeşitli sorunları literatürde yaygın bir şekilde ele alınmaktadır. Secko vd. (2012:1-2), literatürde bilim gazeteciliği alanına yönelik eleştirilerin uzun bir listesini vererek bu eleştirilerin yanlış bilgi verme, sansasyonelleştirme, aşırı basitleştirme ve bilimsel konularda anlamlı bir tartışma yaratamama başlıklarında toplanabileceğini belirtiyorlar. Grant (2011) ise şirketlerin ve çıkar gruplarının medyada kendi çıkarlarına uygun yanlış ve yanlış bilgiyi yaymakta maharetli olduklarını ve bu durumun demokratik toplum idealine büyük bir tehlike oluşturduğunu vurgulamaktadır. Özellikle televizyon, bilimsel bilgiyi bozmakta ve bilimle ilgili konuları bir yandan magazinleştirirken diğer yandan da bilim dışı bir içerikle sunmaktadır.

Bilimsel bilgi ile bilim dışı bilgi arasındaki temel fark, bilginin elde edilişiyile ilgilidir ve dolayısıyla epistemolojiye ve yöntemle ilişkin bir konudur. "Sözde bilim" ya da "sahte bilim" olarak Türkçeleştirdiğimiz *pseudo-science* kavramı da çoğunlukla bilimdışı yöntemlerle elde edilmiş bilgi söz konusu olduğunda kullanılmaktadır. Sokal (2011:292), bilim ve sahte bilim arasındaki temel ayrımın, bunların ele aldığı konularda değil, bu konuları ele alış yöntemlerinde olduğunu vurgulamaktadır. Medyada özellikle de sağlık alanında bilimdışı bilginin ve sahte bilimsel önermelerin çok yaygın bir şekilde sunulduğu gözlenmektedir.

Bu sunumların en tipik örneği, dinsel bağlamlar ve söylemlerle birlikte sunulan içeriklerde görülür. Özellikle "inşallah", "maşallah" gibi sözcükler, bu tür söylemlerde sıkça kullanılırlar ve bilimdışı ya da sözde bilimsel söylemlerin saptanmasını kolaylaştırırlar. Bu tür ifadelerin ve sözcüklerin, ele aldığımız her iki programda da yer aldığını gözledik. Kanal D'de yayınlanan 8 Haziran 2012 tarihli *Doktorum* programında doktor sunucu "*Hastaya yaşam biçme lüksüne kimse sahip değildir bunu kimse bilemez bir tek bilen varsa Allah'tır, geri kalanımızın bir hastanın geleceği konusunda konuşması abesle iştigaldir*" diyerek tıp bilgisinin bilimsel sınırlarını daraltmaktadır. Yine aynı programda doktor sunucu "*Amansız diye bir kavram yoktur, şifa yukarıdan gelir; doktor tarafından bir miktar dağıtılmaya çalışılır; eğer siz doğru yere giderseniz vücudunuz da o tınıya ulaşır*" diyerek tıp biliminin tedavi yeteneğinin sınırlarını açıklamaktadır.

Kanal 7'de yayınlanan *Dr. Feridun Kunak Show*'da ise dinsel sözcüklerin daha çok kullanılması yeni muhafazakâr ideoloji ile uyum göstermektedir. 12 Haziran 2012 tarihli programda Dr. Kunak "*Şuradan bir şeye girelim; yüce Allah bu hastalıkları biz kullarına imtihan için veriyor, bir kere sabredeceksin sabredeceğiz ama şifasını da doğru yerlerde aramamız lazım*" diyerek hasta kullara hastalıklarının asıl nedenini açıklamaktadır. 13 Haziran 2012 tarihli programda ise "*Gece uykusu çok önemli, niçin Allah geceyi gündüzü yaptı? Niçin yaptı? Niçin gece yaptı? Gece olduğu zaman sizin vücudunuz bir hormon salgılıyor bu hormon size dinlendirici gençleştirici yenileyici bir hormon...*" diyerek hormonların ardındaki ilahi gerekçeye işaret etmektedir. Yine aynı gün "*Kardeşlerim güvendiğiniz bildiğiniz yerden almak kaydıyla Kur'an-ı Kerim'de âyet var. Nahl Suresi'nde 68-69. âyetlerde yüce Allah arılara emretmiş gidin size söylediğim gibi çiçeklerden alın gelin ve insanlara karnınızdan çıkardığınız o balı yapın ey insanlar siz de bunlardan yiyeceksiniz; ey inanmayanlar görün bunda çok büyük hikmet vardır*" sözleriyle bal yemenin faydalarını doğrudan dinsel referanslarla açıklamaktadır. 19 Haziran 2012 tarihi programda ise bir izleyiciyle bütünüyle dinsel sözcüklerle bezeli bir telefon görüşmesi gerçekleştirmiştir: "*Selâmün aleyküm hocam; Ve aleyküm selam hoş geldin; Nasılsınız?; Elhamdülillah iyiyim; Allah iyilik versin; 60 yaşındayım; Maşallah sesin hiç 60 gibi gelmiyor abla, şöyle 25-30 gibi geliyor maşallah; Teşekkür ederim Allah razı olsun; Allah nazardan korusun...*". Sıklıkla dini bilgilerin verildiği *Dr. Feridun Kunak Show*'daki bir bölümün adı ise "*Şükür Jimnastiji*" dir.

Bilimsel bilgilerin "mutlak" doğruluğu konusu da bilim dışı söylemlere yol açmaktadır. Bilimsel bilgi, kategorik olarak, mutlak bilgi değildir. Mutlak bir gerçek aramak, "bilen" özne olarak insanın yerine "aşkın" öznelere koymaktır (Şenel 2012:22-23). Tanrısal sözler, buyruklar ve yasalar her yerde ve her zaman değişmez mutlak gerçekler olarak kabul edilir. Oysa bilimsel bilgi sınamaya ve eleştiriye açıktır, bilimsel doğrular belli olasılık sınırları içindeki doğrulardır. Bu nedenle bilimde, tedavi yöntemleri ya da ilaçlar için "%100 kesin çözüm" gibi ifadeler kullanılamaz.

Bir diğer tipik bilim dışı bilgi sunumu ise sihir ve mucize bağlamlarına yöneliktir. Tıpkı dinsel bağlamlı sözcüklerde olduğu gibi, sihir ve mucize bağlamlı sözcükler de bilim dışı bilgiyi kolaylıkla saptamamıza yol açarlar. Eğer bir ilaç ya da tedavinin doğurduğu sonuç "mucize", "inanılacak gibi değil", "harika" gibi sözcüklerle ifade ediliyorsa bu bilginin bilimsel değeri hakkında kuşku duymak gerekecektir. Örneğin 6 Ocak 2012 tarihli *Doktorum* programında "*Yoğun bakımda mucize uyanış*" alt yazısı geçerken, yoğun bakımdan yeni çıkmış hasta Serhat'ın öyküsü "*Mucizenin adı: Serhat*", "*Film gibi bir mucize*" ifadeleriyle anlatılmakta, ancak olayın tıbbi boyutlarına ilişkin bir ayrıntı verilmemektedir. 10 Ocak 2012 tarihinde yayınlanan *Dr. Feridun Kunak Show* programında ise siroz hastası bir annenin doğumu "*Hasta anneden mucize bebek*" alt yazısı ile

verilmiştir. Aynı programın 2 Ocak 2012 tarihli yayınında ise önerilen yöntem “*vücut çatlakları için mucize formül*” alt yazısı ile tanıtılmıştır. Yine 6 Haziran 2012 tarihli *Dr. Feridun Kunak Show*’da hasta kendisine uygulanan yöntem hakkında “*mucize gibi*” betimlemesini kullanırken doktorun ısrarıyla “*Mucize gibi, düzeldi yani bitti gibi, mucize oldu*” açıklamasını yapıyor ve yürüyerek yerine oturuyor.

Öte yandan, bilimsel içeriğin “sulandırılması” olarak da betimlenebilecek “magazinsel bilim” (Helvacıoğlu 2012:202-203) olgusu da bu çerçevede ele alınmalıdır. Magazinsel bilim, bilimin uzman olmayan kitlelerce daha kolay anlaşılması için basitleştirilerek damıtılması anlamındaki “popüler bilim”den farklı olarak, bilimsel bilginin içeriğini çarpıtır ve bağlamını değiştirir. Örneğin, *Higgs Bozonu* yerine “Tanrı parçacığı” denmesi, magazinsel bilimin konuyu tekrar Tanrısal zemine oturtarak çarpıtmasıdır. Kitle medyası, sansasyonel içeriğin daha etkili olacağı gerekçesiyle bilimsel bilgileri abartarak verme eğilimindedir ve bu abartılar genel olarak magazinsel söylemler dolayısıyla gerçekleşir. Medyanın sansasyon yaratma eğiliminin hangi boyutlara ulaştığını, son olarak “yüz nakli” operasyonunun ülkemiz basınındaki sunumunda gördük. Sansasyonel haberciliği basının tabloidleşmesinin bir sonucu olarak değerlendiren İnal (2010), özel yaşantıları seyirlik⁸ hale getiren sansasyonel haberciliğin sadece talep edilip çokça tüketildiği gibi salt ekonomik nedenlerle açıklanamayacağını vurguluyor.

Ülkemizdeki son yüz nakli “kahramanının” seyirlik hale getirilen yaşantısı, 27 Ocak 2012 tarihli *Doktorum* programında “Filmlere konu olacak olayın tüm detayları ...” alt yazısı eşliğinde verilmiştir. Öte yandan, haber dilinde metaforların sıkça kullanılmasını⁹ ve bu kullanımın özellikle de magazinsel haber dilinde yaygınlaşmasını ele aldığımız programlarda da gözleyebiliyoruz. 21 Ocak 2012 tarihli *Doktorum* programında doktor sunucu tiroit hastalığıyla ilgili olarak “*Aslına ben onu hep arabanın gaz ve freni gibi düşünüyorum, arabanın bir rölantide çalışma hızı vardır, bazen bu yükselir rrrrr diye ses gelir, hiper tiroit hastalarında bu sesi duyacağımız gibi gelir*” derken konuk doktor ekliyor “*Öyleyse hipertiroid stop eder diyebiliriz*”. 7 Haziran 2012 günlü *Doktorum* programında yine otomobil metaforu kullanılıyor: “*Ben ona şöyle diyorum mesela, 40.000, 50.000 bakımı 55.000 bakımı hani arabalara bakım yapılıyor ya vücudumuzun da bakıma ihtiyacı var*”. Aynı metafora 20 Haziran 2012 günlü *Dr. Feridun Kunak Show* programında da rastlıyoruz; aşırı kilolarla ilgili olarak doktorun açıklaması şöyle: “*Ağzınıza sağlık, 10 tonluk kamyona koymuş 20 ton, diyor ki bu tekerlekler niye çekmiyor*”.

8 Sağlıkla ilgili yazılı basın haberlerinde hastaların fotoğraflarına sıkça yer verildiği görülmektedir. Türkiye’de 2007-2008 arasında bir yıllık dönemde organ nakliyle ilgili 2449 gazete haberinin incelendiği bir araştırmada (Çolak M.Y. vd. 2010) %79.9 oranında fotoğraf kullanıldığı ve bunların da %45.6’sının donör ya da alıcıya ait fotoğraflar olduğu saptanmıştır.

9 Krennmayr (2011:291-292 ve 296), edebi kurgu ve konuşma diline göre haber dilinde daha sık metafor kullanıldığını saptayan araştırmasında, gazetecilerin metaforları daha dikkat çekici bir metin oluşturmak için kullandıklarını belirtiyor.

Sağlık bir güzellik ve kozmetik konusudur

Sağlık ve güzellik konularının iç içe geçmesi olgusunu antik dönemlere kadar izlemek olanaklıdır. Özellikle kadın resim ve heykellerinde güzel bir kadın genellikle sağlıklı bir kadın olarak betimlenmiştir. Kadının sağlamlığının öncelikle doğurganlığıyla ilişkilendirildiğini, bunun da güzellik anlayışını şekillendirdiğini söyleyebiliriz. İngiliz yazar William Shenstone'un (1714-1763) "Sağlık güzelliktir; en kusursuz sağlık ise en kusursuz güzellik demektir", sözünü aktaran Singh vd. (2007) İngiliz, Hint ve Çin edebiyatlarında güzel kadınların ince belli betimlenmesine sıkça yer verildiğini belirtiyorlar. Singh vd. (2007:894) bel kalınlığının sağlıksızlık göstergesi olduğu yönündeki çağdaş tıp bulgusunun, çok eskilerden beri edebiyatta da yer aldığına dikkat çekiyorlar. Bedeni "en güzel tüketim nesnesi" olarak tanımlayan Baudrillard (2012:149-150), modern kadının bedenini keşfettikçe, ona yatırım yapılacak bir nesne olarak baktığını ve bunun da giderek bir incelik ve hatlarını koruma saplantısına dönüştüğünü belirtiyor. Baudrillard'a göre modern etik, bireyin bedeninin hizmetine girmesini buyurmaktadır, bu bağlamda birey sağlığına ve beden bakımına özen göstermek zorundadır; modern kadın bedenini güzel ve rekabet edecek şekilde tutmalıdır (2012:164). *Playboy* dergisindeki kadınlar ile *Miss America* güzellik yarışması katılımcılarının ağırlıklarını inceleyen Wiseman vd. (1992), bu kadınların kendi yaş gruplarına göre daha zayıf olduğunu ve yıllar itibarıyla giderek daha da incelendiğini gözlemlemişlerdir; dergideki zayıflama ve diyetle ilgili yazıların oranı da büyük ölçüde artmıştır. ABD'de kız öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırma, sağlık ve çevre bilinci yüksek genç kızların, diğerlerine göre güzelliklerine daha çok hassasiyet gösterdiklerini ve güzellik ürünlerine daha fazla ödemeye hazır olduklarını ortaya koymuştur (Kim ve Seock 2009). Tayland'da transseksüellere yönelik operasyonların yapıldığı "sağlık" kliniklerinde beyazlatıcı kremler başta olmak üzere çok sayıda güzellik malzemesinin de satıldığını gözlemleyen Aizura (2009), sağlık ve güzelliğin birer meta olarak fetişleştirilerek bir araya getirildiğini ve bunun da giderek bir turizm konusu haline geldiğini vurguluyor. Sağlık gereksinimi için seyahatin giderek sağlık turizmine, bunun da giderek sağlık-güzellik turizmine döndüğünü ülkemizde de gözlemleyebiliriz. Sağlık turizmi ile ilgili bir sektörel raporda (BAKA 2011:16) Türkiye'ye 2010 yılında yaklaşık 10 milyon turist sağlık turizmi için geldiği ileri sürülmekte¹⁰ ve sektörün her yıl %6-12 arasında büyüdüğü belirtilmektedir. Sağlık Bakanlığı'nca yaptırılan bir araştırmada (Yılmaz 2011) fakir ABD vatandaşlarının Meksika, Kosta Rika, Brezilya gibi ülkelerden ucuz sağlık hizmeti aldıkları belirtilmektedir. Yine aynı araştırmada, bu ülkelerin zenginlerinin de ABD'den pahalı ve lüks sağlık hizmeti aldıkları belirtilerek sağlık turizmi arasındaki çelişkiye dikkat çekilmekte ve Türkiye'deki sağlık turizmi sektörünün gerçekçi fiyat analizi yapılması önerilmektedir.

Ele aldığımız programlarda sağlığın bir güzellik ve kozmetik konusu olarak ele alınışına ilişkin çok sayıda örnek gözlemledik. Her iki programda da sağlık ve

¹⁰ Bu rakamın abartılı olduğunu söyleyebiliriz. Aynı raporda tedavi için Türkiye'ye gelen yabancıların sayısı 2005-2009 yılları arasında yılda yaklaşık 150.000 kişi olarak verilmiştir (BAKA 2011: 9).

güzellik ilişkisi vurgulanırken cilt bakımı, selülit tedavisi, çatlaklar için formüller, saçlara maske gibi birçok konuda ayrıntılı içerik sunulmaktadır. Ancak, programların yayınlandığı kanalların ideolojik konuları güzellikle ilgili içeriğin farklılaşmasına neden olmaktadır. Örneğin, *Doktorum* programında mevsime uygun olarak mayo diyeti (6 Haziran 2012), bikini diyeti çorbası (8 Haziran 2012), göğüs toplama (8 Haziran 2012) gibi konularda tesettür giyimi benimsemeyen kadınlara yönelik içerik sunulmaktadır. Hâlbuki aynı ayda, Dr. Feridun Kunak Show'da ise domatesli sivilce maskesi (11 Haziran 2012) ya da kefirli saç maskesi (18 Haziran 2012) gibi geleneksel güzellik yöntemleri önerilmektedir. Programa telefonla katılan kadın izleyicilerin doktorlara yönelttiği sorularının çoğu güzellikle ve kozmetikle ilişkilidir. Örneğin *Doktorum* programına (19 Haziran 2012) telefonla katılan bir kadının şikâyeti ilginçtir: "Yüzünüzün nerelerinden şikâyetçisiniz?"; "Komple yüzümden çok şikâyetçiyim".

Her şey sağlık(sızlık) konusu olabilir

"Yaşamın tıbbileştirilmesi" kavramsallaştırması, Illich'in (1975) sağlık sistemine yaptığı radikal eleştiridir. Bir konu, problem ya da durumun tıbbi çerçeve içinde, tıbbi müdahalelerle ele alınması şeklinde özetlenebilen (Sezgin 2011:59) tıbbileştirmenin yaşamın tüm alanlarına yayılmasına dikkat çeken Illich, tıbbi tedavi nedeniyle ortaya çıkan sağlık sorunlarının giderek artmasına dikkat çekmektedir (1975:74). ABD'de ulusal sağlık bütçelerinin sürekli büyümesine karşın erkeklerin yaşam beklentisinin azaldığını vurgulayan Illich, tıpkı artan araç sayısının tehlike oluşturduğu gibi artan doktor sayısının da bir tehlike oluşturabileceğini ileri sürüyor (1975:75-77). Illich (2011) ayrıca, ilaç sanayinin sağlığa önemli bir tehdit oluşturduğunu ve günümüz tıbbının ilaç tüketimini körüklediğini vurguluyor. Benzer bir saptamayı tıp teknolojileri için yapan Postman (2006:109-123), aşırı teknoloji kullanımı nedeniyle giderek daha çok röntgen vb. görüntüleme yapıldığına ve cerrahi işlemlere başvurulduğuna işaret ediyor.

Öte yandan, olağan tüm yaşam süreçlerinin (doğum, ergenlik, yaşlılık vb.) tıbbi birer sorun gibi sunulmasında medyanın da önemli bir rol oynadığını görüyoruz. Williams vd. (2008) farmakolojik ürün kullanımının medyada teşvikinin de yaşamın tıbbileştirilmesinde önemli bir unsur olduğuna dikkat çekmektedirler. Artık neredeyse tıbbi sorun olarak algılanmayan bir yaşam alanının bırakılmamasında, medyadaki tıbbileştirici söylemlerin yeri dikkat çekicidir.

Ele aldığımız programlarda da bu yönde birçok söylem bulunmaktadır. Örneğin, *Doktorum* programındaki "Evimiz ne kadar güvenilir ve sağlıklı?" ve "Perdeler en sağlıklı nasıl temizlenmeli?" (17 Ocak 2012); "Bavul hazırlamanın da sağlıklı var" (19 Haziran 2012) gibi alt yazılar sağlık konusunun nasıl her alana genişlediğini göstermektedir. Dr. Feridun Kunak Show'da ise dua (9 Ocak 2012), abdest ve namaz (12 Haziran 2012) gibi gündelik dinsel eylemlerin sağlıkla ilişkilendirildiğini görüyoruz. Her iki sağlık programının da gündelik yaşama ilişkin hemen her konuyu programa taşıdıkları gözlenmiştir.

Sağlık toplumsal değil bireysel bir konudur

Sağlığın bireysel bir sorumluluk alanı olarak tanımlanmasına karşı çıkan Illich (1990), Galen ve Hipokrat tıp geleneğinin Avrupa modernleşmesi ile bir kırılma yaşadığını, sağlığın giderek bir değer olmaktan çıkarak sahiplilik konusu haline geldiğini ve bugün artık “sağlık” üzerine konuşmanın anlamsız olduğunu ileri sürmektedir. Tıp ile ilgili tartışmalarda konunun sosyal ve ekonomik bağlamının ihmal edildiğine vurgu yapan Doyal ve Pennell (1994:23), sağlık alanında ortalama ömrün uzaması gibi gelişmelere karşın, kapitalist sermaye birikiminin kitleler için yeni sağlık sorunları çıkardığını belirtmektedirler. Sanayi Devrimi'nden bu yana çalışma koşullarının sağlık üzerinde birçok olumsuz etkisinin ortaya çıktığını söyleyen Doyal ve Pennell, bu olumsuzlukların 20. yüzyılda kısmen giderildiğini, ancak yerlerine yine işle ilgili yeni sorunların geldiğine işaret etmektedirler (1994:141-176). Bu olumsuz tablonun, gelişmişlik düzeyleri farklı tüm kapitalist toplumlarda şu ya da bu boyutta sürdüğü görülmektedir. Toplumsal bağlamından koparılmış ve bir özel girişim alanına dönüştürülmüş sağlık hizmetleri anlayışı, sağlığın toplumsal değil bireysel bir alan olduğu söylemini öne çıkarmaktadır.

Türkiye’de sağlığın toplumsal bağlamından kopararak bireysel bir konu haline gelmesi özellikle 1980’den sonra ortaya çıkan yapısal düzenlemelerle ilgilidir. Başlangıcı Özal hükümetlerine kadar giden “sağlıkta reform” söyleminin temelini özelleştirme politikaları oluşturmaktadır ve bunlar genellikle Dünya Bankası’nın geliştirmekte olan ülkeler için önerdiği politikalar (Belek ve Soyer 1995). Bu politikalar belirli ölçülerde 1990’lı yılların koalisyon hükümetlerince de izlenmiş, ama asıl ivmesini 2000’li yıllarda AKP hükümetlerinde kazanmıştır (Sönmez 2012).

Toplumsal boyutu göz ardı edilmiş sağlık alanının, bireysel bir konu olarak sunulmasında medya söylemlerinin etkili olduğu görülmektedir. (Sezgin 2011:79-85 ve 172-173). Ele aldığımız programlarda da bu tür söylemlerle sıkça karşılaşmıştır. Bu bağlamda sağlık konusunda bireysel sorumluluğun özellikle öne çıkarıldığı görülmektedir. Örneğin 2 Ocak 2012 tarihli *Doktorum* programında “*Hastalık bulmak için kendinizi dinleyin*” alt yazısı eşliğinde doktor “*Mutlaka kendinizi dinleyin, vücudumuzdan haberdar olmamız lazım ama neyin normal neyin aşırı olduğunu da kestirebilmemiz lazım... Doktorlarınızdan talepkâr olacaksınız, bu ilgiyi isteyeceksiniz*”, diyerek izleyicileri sorumlu olmaya davet etmektedir. Öte yandan anneler, her iki programda da çocuklarının sağlığı açısından başlıca sorumlu kabul edilmektedirler. 16 Ocak 2012 tarihli *Dr. Feridun Kunak Show*’da ise sorumluluk bir adım öteye taşınmakta ve “*Domuz gribiymiş yok kış gribiymiş hiç korkmayın, hiç korkmayın gripten kardeşim, siz vücudunuzu güçlü tuttuğunuz sürece size gelmez siz adını boş verin*”, denilerek izleyiciler toplum sağlığı ile de sorumluluğa davet edilmektedirler. 8 Haziran 2012 tarihli *Doktorum* programındaki “*Tüm hastalıkların nedeni kendi ihmallerimiz mi?*” alt yazısını, toplumsal bağlamından koparılmış ve bireysel sorumluluğa terk edilmiş sağlık anlayışının belirgin bir ifadesi olarak değerlendirebiliriz.

Sonuç

Medyanın söylemler aracılığıyla ideolojileri devam ettirme ve yaygınlaştırmada önemli bir rolü bulunmaktadır. Çalışmamızda, medyanın bu rolünü, sağlık konulu iki televizyon programındaki ideolojik söylemlerin çözümlenmesi ile de belirgin bir şekilde gözlemledik. Yeni liberal ideolojik konuma yakın duran Kanal D’de yayınlanan *Doktorum* programı ile yeni muhafazakâr ideolojik konuma yakın duran Kanal 7’de yayınlanan *Dr. Feridun Kunak Show* programındaki söylemlerin, bu ideolojik konum farklılıklarını bir ölçüde koruyacak şekilde, ama genel olarak her iki ideolojinin de sağlık politikalarında benzeşmesi nedeniyle birbirine çok yakın söylemler ürettiklerini gözledik.

Çalışmamızda bu tür sağlık programlarındaki söylemleri; 1) Bilimsel ya da “sahte bilimsel” bilgi 2) Sağlık bir güzellik ve kozmetik konusudur 3) Her şey sağlık(sızlık) konusu olabilir 4) Sağlık toplumsal değil bireysel bir konudur başlıkları altında ele aldık. Bu programlardaki söylemlerin temel özelliği, tıp alanına ilişkin bilginin mağazinsel bir düzeyde sunulması, bu bağlamda da bilimsel olmayan birçok içeriğin üretilmesidir. Öte yandan, bu programlardaki söylemler, hem mağazinsel yaklaşımları hem de ticari kaygılar nedeniyle sağlık alanını daha çok bir güzellik ve kozmetik konusu haline getirmektedirler. Son olarak bu programlar, bir yandan yaşamın her alanını sağlık konusu olarak sunarlarken diğer yandan da sağlık alanını toplumsal bağlamından koparıp salt bireysel sorumluluk alanına indirgemektedirler. Bu ise, yeni liberal ve yeni muhafazakâr ideolojilerin sağlık politikalarında benzeşmesi nedeniyle, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan sağlık krizinin giderek daha içinden çıkılmaz hale gelmesine neden olmaktadır.

Televizyonun, onu en önemli enformasyon kaynağı olarak kullanan geniş kitlelerin yaşamlarını bir sağlık sorununa dönüştürmesine katkıda bulunması kabul edilemez bir durumdur. Bir alternatif olarak, toplumsal yayıncılık ilkesine bağlı yayıncıların, kitlelerin kolaylıkla anlayacağı ama bilimselliğini yitirmeyen; sağlığı salt bir güzellik/kozmetik alanı olarak sunmayan; yaşamı tıbbileştirip sağlık sorunlarını toplumsal bağlamından koparmayan nitelikteki bir içeriği özenle üretmesi gerekmektedir. Bu konuda, hem sağlık hem de yayıncılık alanındaki kamu otoritelerinin de sorumluluğunun bulunduğu unutulmamalıdır.

Kaynakça

AIZURA Aren (2009), "Where Health and Beauty Meet: Femininity and Racialisation in Thai Cosmetic Surgery Clinics", **Asian Studies Review**, 33 (3):303-317.

BAKA (2011), "Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı Sağlık Turizmi Sektör Raporu", <http://baka.org.tr/uploads/1303486601SAGLIK-KATALOG-TURKCE-.pdf>, 28.10.2012.

BAQAI Huma (2012), "Use and Abuse of Scientific Knowledge: The Portrayal in the Media", **Business Review**, 8(3):82-93.

BAUDRILLARD Jean (2012), **Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları**, İstanbul, Ayrıntı.

BAYDUR Melis (2010), "Medyada "Sağlıklı" İnsan Sunumları: Popüler Kültürde Sağlık ve Sürdürülebilir Yaşam Görünümleri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, MÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BELEK İlker ve SOYER Ata (1995), **Sağlıkta Özelleştirme**, İstanbul, Sorun Yayınları.

ÇOLAK M.Yavuz vd. (2010), "Health Content Analysis of Organ Donation and Transplantation News on Turkish Television Channels and in Turkish Print Media", **Transplantation Proceedings**, 42(1): 134-136.

DOYAL Lesley ve PENNELL Imogen (1994), **The Political Economy of Health**, London, Pluto Press.

ERŞAN Mesude (2010), "Tıbbiyeli Şekerler", http://www.hurriyet.com.tr/pazar/15868308_p.asp, 20.08.2012.

ESAMDER (2005), "Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi", <http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120>, 01.09.2012.

GRANT John (2011), **Denying Science: Conspiracy Theories, Media Distortions, and the War Against Reality**, New York, Prometheus.

HAYRAN Mürvet ve ÖZDEMİR Berk (2011), "Sağlık Haberlerinin İçerik Analizi ve Medya Etiği", **İKU Dergisi**, 25:30-36.

HELVACIOĞLU Ender (2012), "'Popüler Bilim' ve 'Magazinsel Bilim' Ne Demektir? Aralarındaki fark nedir?", İçinde: **50 Soruda Bilim ve Bilimsel Yöntem**, Alaeddin Şenel (ed.), İstanbul, Bilim ve Gelecek.

ILLICH Ivan (1975), "The medicalization of life", **Journal of Medical Ethics**, 2(1): 73-77.

ILLICH Ivan (1990), "Health as One's Own Responsibility: No Thank You!

Bremen", http://ournature.org/~novembre/illich/1990_health_responsibility.PDF, 01.09.2012.

ILLICH Ivan (2011), **Sağlığın Gaspsı**, Çev. Süha Sertabiboğlu, 2. Basım, İstanbul, Ayrıntı.

İNAL Ayşe (2010), "Tabloid habercilik", içinde: **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (ed.), Ankara.

KIM Soyoung ve SEOCK Yoo-Kyoung (2009), "Impacts of Health and Environmental Consciousness on Young Female Consumers' Attitude Towards and Purchase of Natural Beauty Products", **International Journal of Consumer Studies**, 6(33): 627-638.

KOÇAK Abdullah ve BULDUKLU Yasin (2010), "Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları, **Selçuk İletişim**, 6(3): 5-17.

KÖK, Ahmet Nezh (2011), "Televizyonda Sağlık Programları" **Medimagazin**, <http://www.medimagazin.com.tr/authors/ahmet-nezh-kok/tr-index-72-62-0.html>, 10.10.2012.

KRENNMAYR Tina (2011), **Metaphor in Newspapers**, Amsterdam, TOL, Vrije Universiteit.

POSTMAN Neil (2006), **Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni**, Mustafa Emre Yılmaz (çev.), İstanbul, Paradigma.

QUICK Brian L. (2009), "The Effects of Viewing Grey's Anatomy on Perceptions of Doctors and Patient Satisfaction", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 53(1): 38-55.

RAFOLS Ismael vd. (2012), "Big Pharma, Little Science? A Bibliometric Perspective on Big Pharma's R&D decline", **Technological Forecasting & Social Change**, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162512001540>, 10.11.2012.

SANCAR Serpil (2008), **İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme**, Ankara, İmge.

SEALE Clive (2002), **Media and Health**, London, Sage.

SECKO David M. vd. (2012), "Four Models of Science Journalism: A Synthesis and Practical Assessment", **Journalism Practice**, in press (Online first DOI:10.1080/17512786.2012.691351).

SEZGİN Deniz (2011), **Tibbileştirilen Yaşam, Bireyleştirilen Sağlık**, İstanbul, Ayrıntı.

SINGH Devendra vd. (2008), "Did the Perils of Abdominal Obesity Affect Depiction of Feminine Beauty in the Sixteenth to Eighteenth Century British Literature? Exploring the Health and Beauty Link", **Proceedings of Royal Society: Biological Sciences**, 274(1611): 891-894.

SOKAL Alan (2011), **Şakanın Ardından: Postmodernizmin Bilimsel, Felsefi ve Kültürel Eleştirisi**, Gülsima Eryılmaz (çev.), Alfa, İstanbul.

SÖNMEZ Mustafa (2012), "Sağlığa Harcadıkça Sağlıklı mı Oluyoruz?", içinde: **Tıp Bu Değil**, İlnur Arslanoğlu (ed.), İstanbul, İthaki.

ŞAHİN KAYA Şehriban (2011), "Televizyonda Kadın, Sağlık ve Hastalık" **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, 14(2): 118-150.

ŞENEL Alaeddin (2012), "Bilgi Edinmenin Bilimsel ve Bilimsel Olmayan Yöntemleri Nelerdir?", içinde: **50 Soruda Bilim ve Bilimsel Yöntem**, Alaeddin Şenel (ed.), İstanbul, Bilim ve Gelecek.

TAPPER Elliot B. (2010), "Doctors on Display: the Evolution of Television's Doctors", **Proceedings (Baylor University, Medical Center)**, 23(4): 393-399.

Van DIJK Teun (1989), "Structures of Discourse and Structures of Power", içinde: **Communication Yearbook 12**, J.A. Anderson (ed.), Sage.

Van DIJK Teun (1995a), "Discourse Analysis as Ideological Analysis", içinde: **Language and Peace**, C. Schäffner ve A. Wenden, Aldershot (ed.), Dartmouth Publishing.

Van DIJK Teun (1995b), "Ideological Discourse Analysis", **New Courant: Special issue on interdisciplinary approaches to discourse analysis**, 4: 135-161.

Van DIJK Teun (2000), "Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction", <http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20Ideology%20and%20Discourse.pdf>, 10.11.2012.

Van DIJK Teun (2006), "Ideology and Discourse analysis", **Journal of Political Ideologies**, 11(2): 115-140.

WILLIAMS Simon vd. (2008), "Waking up to Sleepiness: Modafinil, the Media and the Pharmaceuticalisation of Everyday/Night Life", **Sociology of Health & Illness**, 30(6): 839-855.

WISEMAN C.V vd. (1992), "Cultural Expectations of Thinness in Women: An Update", **International Journal of Eating Disorders**, 11(1): 85-89.

YAŞAR Doğa (2006), "Türk Basınında Alternatif Tıbbın Sunumu Üzerine Bir İnceleme", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

YILMAZ Cemal (2011), "Medikal Turizm Araştırması", Sağlık Bakanlığı, <http://tuyev.org/yayinlarimiz/SB.pdf>, 10.11.2012.

YILMAZ Uğur (2012), "Tıp Neydi, Ne Oldu?", İçinde: **Tıp Bu Değil**, İlknur Arslanoğlu (ed.), İstanbul, İthaki.

YÜKSEL Erkan vd. (2012), "Radyo ve Televizyonlardaki Sağlık Konulu Yayınlaraya Yönelik RTÜK'e Yöneltilen Bildirimler Üzerine Bir İçerik Analizi alışması", **Selçuk İletişim**, 7(2): 32-43.