

YENİ MEDYADA SAĞLIK SÖYLEMİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

YIL / YEAR 13, SAYI / ISSUE 25 (BAHAR / SPRING 2015/1) ss. 17 - 42

BANU HÜLÜR

Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
banuhulur@gmail.com

Öz

Bu çalışmada medyanın ve özellikle yeni medya teknolojilerinin sağlık iletişimi alanındaki etkilerinin ve öneminin ortaya konulması amaçlanmıştır. Hastalar, hasta yakınları veya sağlıkla ilgili bir konuda bilgi almak isteyen kişiler, yeni medyada sunulan sağlık temalı içeriklere büyük ilgi duymaktadır. Bu içeriklerin söz konusu kişilerin tutum ve davranışları üzerinde son derece önemli etkileri ve sonuçları olabilmektedir. Buradan yola çıkarak "Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor" başlıklı internet haberi van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Dilinin evrensel olduğu varsayılan sağlık alanında söylemin nasıl oluşturulduğu değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Sağlık İletişimi, Söylem.

AN ANALYSIS ON HEALTH DISCOURSE IN NEW MEDIA

Abstract

This study aims to explain the influences and significance of the new media technologies in the field of health communication. Patients, patients' relatives and the persons seeking information about a health issue are very interested in the content having health theme. These contents may have very important influences over the attitudes and behaviors of these persons. Starting from this point of view the internet news titled "In the World 34 Million Persons Carry HIV Virus" is analyzed on the basis of van Dijk's critical discourse analysis. This study examines how the discourse is constituted in the field of health whose language is assumed as universal.

Keywords: New Media, Health Communication, Discourse.

Giriş

İçinde bulunduğumuz çağda pek çok alanda eski değerlerin ve eğilimlerin, yerini “yeni” olanlara bıraktığı görülmektedir. Toplumsal alandaki birçok yapının şekillenmesinde ve değişmesinde dikkati çeken bu aktif ve dinamik sürecin ana aktörü bilgi ve iletişim teknolojilerinin kendisidir. Sürekli olarak ve büyük bir hızla gelişen, yenilenen ve daha ergonomik formlara bürünen iletişim araçlarının artık kendine özgü bir kültürü oluşturduğu, temsil ettiği ve pekiştirdiği görülmektedir. Toplumsal alanda değişikliklere ve dönüşümlere yol açan bu araçların, birçok alanda olduğu gibi sağlık alanında da önemli etkileri olmuştur.

Günümüzde sağlıkla ilgili bilgi sahibi olmak, danışmak ya da tedavi planını oluşturmak isteyenlerin ilk ve en kolay başvuru kaynağının çoğunlukla medya olduğu araştırmalarla ortaya konulmaktadır. Geçmişte sağlıkla ilgili konularda bilgi almak isteyen kişilerin ilk ve zorunlu olarak başvurdukları yer, sağlık profesyonelleri olurken artık dünyanın pek çok yerinde yaygın kullanıma sahip olan kitle iletişim araçları ilk başvuru kaynağı olarak düşünülmektedir. Geleneksel medya ve yeni medyanın sağlık alanındaki varlığı ve bu araçların çokça tercih edilmesi sağlık iletişimi açısından dikkate değerdir.

Televizyon ve radyo gibi geleneksel kitle iletişim araçlarındaki sağlıkla ilgili programlar, haberler ya da kuşak programlarında belirli bir zaman diliminde sağlık profesyonellerinin yer almasıyla gerçekleştirilen yayınların yanı sıra yalnızca sağlıkla ilgili yayın yapan televizyon kanallarının da bulunduğu görülmektedir. Bunların yanında gelişen yeni medya teknolojilerinin sağlık alanında etkin kullanılmasıyla birlikte büyük bir değişimin yaşandığı söylenebilir.

Geleneksel medyanın özelliklerini içinde barındıran ve altyapısı internet teknolojilerine dayanan yeni medya, çoğu konuda sağladığı avantajlar ve rekabetçi niteliğiyle geleneksel medyaya güçlü bir alternatif olarak gelişmiştir (Bulunmaz, 2015: 324). Yeni medya, doğası gereği karşılıklı etkileşime açıktır. Bilgiye ulaşmada ve onu üretmede özgürlükler sunar. Kişilerin duygu ve düşüncelerini kolay ve ekonomik olarak paylaşmalarına imkan tanınması nedeniyle içinde bulunduğumuz dönemin büyük bir devrimi olarak düşünülmektedir. Artık bilgiye erişmek tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar kolaydır. Yalnız-

ca bilgiye erişmek değil aynı zamanda bilgiyi üreten bir kaynak olmak da yeni medya sayesinde mümkün olmaktadır. Yeni medya, bahsi geçen özellikleri nedeniyle sağlık açısından da birçok avantajı beraberinde getirir. Ancak bu durum, yeni medyada yer alan sağlık bilgilerinin etik açıdan düzenlenmesi ve kontrolü gibi birtakım dezavantajları da bünyesinde taşır.

Çok yakın bir tarihte, 1970'li yıllarda Amerika'da ortaya çıkan disiplinlerarası bir alan olan sağlık iletişimi kavramı, sağlık bilimleri ve sosyal bilimlerin kesişmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Medyanın toplumda oluşturduğu güçlü etkiler, sosyal bilimler alanında çoklu disiplinlerin ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Bu çok yönlü sürecin düzenlenmesi, sınırlarının belirlenmesi ve doğru şekilde işletilmesi, her iki disiplin açısından büyük önem taşımaktadır.

Sağlık iletişimi ve yeni medya ilişkisini konu alan bu çalışmada, öncelikle sağlık ve sağlık iletişimi kavramları üzerinde durulmuştur. Konu, toplumsal değişim aracı olarak medyanın önemi, yeni medya teknolojilerinin sağlık iletişimindeki yeri, etkileri ve sosyal medyanın sağlık iletişimindeki kullanımları çerçevesinde ele alınmıştır. Son olarak www.saglikplatformu.com web sitesinin en çok kullanılan sosyal ağ olan Facebook'taki sayfasında yer alan 07.12.2010 tarihli "Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor" başlıklı haber, van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemiyle çözümlenmiştir.

Sağlık ve Sağlık İletişimi

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 1948 yılında yaptığı tanımda sağlığı sadece sakatlığın ve hastalığın olmayışı değil, bedensel, ruhsal ve toplumsal olarak tam bir iyilik hali olarak açıklamıştır. Bu tanım durağan olması ve ütopyik bir yapı içermesi nedeniyle eleştirilmiş, sağlığın dinamik bir yapıda olması ve sürece bağlılık durumunun vurgulanması gerektiği ileri sürülmüştür. WHO, 1986 yılında sağlık için ön koşullar ve onu geliştirme amaçlı politik araçlar belirlemiştir. Buna göre, hastalık riskleriyle başa çıkmak konusunda bireysel bilincin güçlendirilmesi ve sosyal ve doğal çevrenin sağlığa uygun bir şekilde oluşturulması önerilmiştir. Bireysel bilincin geliştirilmesi maddesi büyük ölçüde sağlık iletişimini içermektedir. Çünkü sorunla ilgili bireysel bilinç düzeyi arttıkça risklerle başa çıkma durumu yükselmektedir (Okay, 2009: 13-

14). Bugün gelinen noktada sağlıkla ilgili bireysel bilincin gelişmesinin bir sonucu olarak kişilerin kendi ruh ve beden sağlıklarını korumalarının ve hastalanmadan önce gösterecekleri bilinçli çabaların hem kişisel hem de toplumsal açıdan birçok getirisi olduğu bilinmektedir.

Yüksel (2015: 250-251) sağlık iletişimini, genel iletişim tanımından yola çıkarak açıklar. Bir kişinin bilgilerini, duygu ve düşüncelerini bir başkasına iletmesi olarak tanımlanan iletişimde kaynak ve alıcı vurgusu ön plandadır. Sağlık iletişimi, iletişimin bir alt türüdür ve sağlık alanında gereksinim duyulan iletişim olarak tanımlanır. Sağlık iletişiminde kaynak; hizmet verenlerdir. Alıcı ise hizmet alanlar olarak sınıflandırılabilir. Bu iletişim biçimi, iletişimin kullanım biçimlerine göre farklı şekillerde kategorize edilebilir. Bunlardan birinde sağlık iletişimi; kişi içi iletişim, bireyler arası iletişim, grup iletişimi, kurumsal iletişim ve toplumsal iletişim olarak sınıflandırılır. Sağlık iletişiminin amacının ne olduğu sorusuna verilecek cevap yukarıdaki sınıflandırmalar dikkate alınarak her biri için ayrı ayrı düzenlenmelidir. Bireysel düzeyden toplumsal düzeye kadar her bir boyutta asıl amaç, sağlığın iyileştirilmesidir.

Sağlık iletişiminin, kişisel iletişim, kişilerarası iletişim, küçük grup iletişimi, örgütsel iletişim, toplum iletişimi ve kitle iletişim düzeyinde gerçekleştirildiğini ifade eden Tabak (2006: 30) bu düzeylere şöyle açıklık getirir; kişisel iletişim düzeyinde sağlık iletişimi, bireylerin sağlık davranışını etkileyen düşünce, inanç, duygu ve düşüncelerini kapsar. Kişilerarası düzeyde, personelin personelle ve hizmet alanlarla etkileşimi anlatılırken küçük grup yapıları içindeki iletişimde, sağlık personelinin ekip iletişimi, planlama toplantıları, çalışma raporları tartışması ve kalite grupları kastedilir. Örgütsel düzey, sağlık kurum ve kuruluşlarının yönetiminde personel arasında, kurumsal kültür ve iklim içinde gelişen iletişimi kapsarken toplum iletişim düzeyindeki sağlık iletişimi bireylerin sağlıkla ilgili konularda yaptıkları sunumları, konuşmaları ve benzeri etkinlikleri kapsar. Son olarak kitle iletişim düzeyindeki sağlık iletişiminde ulusal ve evrensel sağlık programları, sağlık geliştirme kampanyaları ve halk sağlığı planları yer alır. Bu düzey sağlıkla ilgili mesajların yayılması ve yorumlanması olarak değerlendirilebilir. Hangi düzeyde gerçekleşirse gerçekleşsin sağlık iletişiminin temel konusunun sağlığın korunması ve geliştirilmesi olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Sağlık iletişimi araştırmacıları tipik olarak insani ve aracılı iletişimin sağlık hizmetleri ve kamu sağlığı üzerindeki pragmatik etkilerini incelerler, bunu genellikle sağlık hizmetleri sağlamayı pekiştirmek ve sağlığın geliştirilmesini yönlendirmek için topladıkları verileri kullanarak yaparlar (Kreps vd,2007: 34). Bununla ilgili olarak Kreps, sağlık iletişimi araştırmasının iki temel alanı olduğunu belirtmektedir: Kreps'in ileri sürdüğü ilk alan; sağlık hizmetinin sunumu olup temel konusu iletişimin sağlık hizmetlerine olan etkisidir. İkinci alan ise sağlık promosyonudur ve konuyla ilgili akademisyenlerin odak noktası kamu sağlığını desteklemek için medyanın kullanımının incelenmesidir. İlkine örnek; HIV / AIDS, kalp krizi, kanser gibi hastalıkların önlenmesi kampanyaları, ikinciye örnek; sağlık eğitim programları, sağlık promosyonu kampanyaları ve sağlık risklerini önleme çabalarıdır (akt. Okay 2009: 31). Kısaca sağlık iletişimi ile ilgili bu iki alanın kapsamında hastalığı önlemek, sağlığı iyileştirmek ve yaşam kalitesini artırmak için yapılan planlı faaliyetler bulunduğu söylenebilir.

Benzer olarak sağlık iletişiminin birçok biçiminin, insanların kendilerinin ve diğerlerinin tıbbi şartlarını yönetmeye yardım etmeyi amaçladığını ifade eden Duffy ve Thorson (2009: 93) sağlık iletişiminin daha iyi hayat şartları oluşturmak için insanlara bilgi verdiğini ve onları ikna ettiğini dile getirir. Bu amacı gerçekleştirmek için sorunun niteliğine uygun yöntemlerin kullanılması önemlidir. Kimi zaman yüz yüze iletişim yöntemi tercih edilmesi gerekirken kimi zaman da medyadan yararlanılması gerekir.

Çağımızın yeni teknolojilerinden olan geleneksel medyanın ya da yeni medyanın bir parçası olan sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşma potansiyeline sahip olması, elverişli olması, kampanyanın güvenilirlik algılamasını ve değerini yükseltici etki yapabilmesi bakımından önem taşımaktadır (Güler, 2006: 1). Medyanın her iki biçiminin doğru biçimde kullanılmasıyla sağlıkla ilgili bireysel ve toplumsal bilincin oluşturulması ve yaygınlaştırılması sağlanmakta ve sağlık iletişimi asıl amacına bu kanallar yoluyla daha aktif ve hızlı biçimde ulaşabilmektedir.

Toplumsal Değişim Aracı Olarak Medya

Diğer canlılardan farklı olarak insan, toplumsal üretim ilişkileri ve işbölümüne bağlı olarak bireysel ve toplumsal varlığını üretmektedir. Bu süreçte dil ve iletişim ilişkisi kaçınılmaz olarak ortaya çıkmaktadır. İleti-

şim, tarihsel ve toplumsal koşullarla şekillenen bir süreçtir. 19. Yüzyıldan itibaren yaşanan gelişmeler ve özellikle teknolojik araçların ortaya çıkması ve yaygınlaşması, kitle iletişimi kavramını beraberinde getirmiştir (Yaylagül, 2010: 9-10). Bilgi, enformasyon ya da verilerin depolanması ve iletilmesinde kullanılan kanallar ve araçlar, medya olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel medya, kitle iletişim araçları anlamında kavramsallaştırılırken yeni medya kavramıyla sayısal (dijital) tabanlı, eşzamanlı, karşılıklı ve çok katmanlı, çoklu ortam yapısındaki iletişim araç ve kanalları kastedilmektedir (Akt. Büker, 2013: 137-138). İnternet, bilgisayar, cep telefonu ve veri toplama aygıtları yeni medya araçları olarak sürekli bir gelişim sürecinde varlıklarını sürdürmektedir (Büker, 2013: 138).

İçinde bulunduğumuz çağda kitle iletişim araçları büyük bir hızla ve yoğun bir şekilde toplum üzerindeki etkilerini artırarak toplumu ve kültür sistemlerini etkilemektedirler. Oldukça karmaşık ve girift olan bu sürecin bütün olarak anlaşılması, kapsamlı ve çok yönlü tartışmaları beraberinde getirir. Konu, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ayrıntılı bir tartışmasını gerekli kılarken basın, düşünce ve haberleşme özgürlüğünün demokratik düzende ne ölçüde teminat altına alındığının tartışmasını da kapsamaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda dört büyüklerin; yani radyo, televizyon, film ve basının kamuoyunu biçimlendirmesi üzerine odaklanan tartışmalar bugün evrensel bilgisayar ağlarıyla şekillenen bir kitle iletişim düzeni merkezinde yoğunlaşmaktadır (Abadan, 1983: 65). Bilgisayarla gerçekleştirilen ve yakın zamanda ortaya çıkıp hızla yaygınlaşan mobil tabanlı iletişimi de içine alan yeni medya teknolojileri, birçok alanda etkili değişim ve dönüşüm sürecini beraberinde getirmiştir. İletişimin gelişmesi açısından tarihsel olarak çok eski dönemleri düşündüğümüzde bugün ulaştığımız durum, devrim niteliğindedir. Artık dünyanın çok uzak yerlerinde bulunan kişiler buldukları yerden ayrılmadan internet üzerinde fikir alışverişinde bulunup karar alabilmektedir. Geline durum çeşitli açılardan avantajlar sunmaktadır ancak bu geniş ağın ve kontrolsüz ortamın birtakım dezavantajları da getirdiği gözlemlenmektedir.

İletişimdeki köklü teknolojik gelişmelerin kültürel etkileri hakkında bir bakış açısı sunan Abadan'a göre (1983: 66) bu süreç, tüm kültürel ürünlerin ticarileşmesini, entelektüellerin toplumsal rollerinin değiş-

mesini, iletişimden yararlanan kitlelerin yapısal değişimlerini beraberinde getirmektedir. Kitle iletişim araçlarıyla yaşanan değişme sürecinin tarihi 19. Yüzyılın başlarında neredeyse tümüyle edebiyat alanında romanlar düzeyinde gerçekleştiği için sınırlı bir etkiden söz edilebilir. Ancak günümüzde teknolojinin güçlü etkisiyle kitle iletişim araçlarının çok büyük bir kültür taşıyıcısı ve oluşturucusu olduğunu söylemek mümkündür. Bir romanın verdiği mesajdan etkilenmek için her şeyden önce belli bir eğitime, motivasyona sahip olmak ve ona ulaşmak gerekmektedir. Oysaki teknoloji tabanlı kitle iletişim araçlarının çoğu, üstün bir formasyon ve bütünlük gerektirmez, çok daha kolay ulaşılabilir ve anlaşılması da o ölçüde kolaydır. Sağlık alanında medyanın kullanılması; medyanın etkileri ve kullanım alanının genişliği itibariyle üzerinde durulması gereken bir konudur.

Geleneksel medya, en temelde televizyon, radyo ve gazete gibi araçlarla gerçekleştirilen bir iletişim ortamı olarak tanımlanabilir. Çok daha uzun bir geçmişe sahip olması dolayısıyla büyük kitlelere ulaşması açısından dikkate değerdir. Özellikle geleneksel medyanın en çok tercih edilen aracı olan televizyonda sağlıkla ilgili programlar, haberler ya da kuşak programlarında belirli bir zaman diliminde sağlık profesyonellerinin yer almasıyla gerçekleştirilen yayınların yanı sıra yalnızca sağlıkla ilgili yayın yapan televizyon kanallarının da bulunduğu görülmektedir. Geleneksel medyadan sunulan enformasyonun büyük kitlelere ulaşması bir avantajken bu ortamda gerçekleştirilen iletişimin çoğunlukla tek taraflı olması, hedef kitlenin belirlenememesi, yayın zamanının kaynak tarafından belirlenmesi ve geribildirim sınırlı olması gibi dezavantajları da içerdiğinin altı çizilmelidir.

Buna karşın zaman içinde geleneksel medyadan farklı özelliklere sahip web 1.0 gelişmiştir. Web 1.0'da temel amaç kullanıcıya bilgi sunmaktır. Daha sonra kullanıcının aktif rol aldığı Web 2.0 tabanlı internet teknolojileri gelişmiş, bu teknolojiler giderek gündelik yaşamın pek çok alanında geniş bir uygulama alanına sahip olmuştur. Bireyin yaşam pratiklerine yerleşen ve gündelik yaşamını fark etmeden şekillendiren, dönüştüren bu araçlar, artık yaşamın gereksinimleri karşılama noktasında vazgeçilmez bir işlev üstlenirler. Bilgisayar, mobil telefonlar, internet ortamı, oyun konsolları, avuç içi veri bankası kayıtlıyıcısı ve işlemcisi gibi teknolojileri içine alan bu yeni medya ortamı geniş bir yelpaze-

de değerlendirilir (Akt. Göker ve Keskin, 2015: 862). Sosyal medya Web 1.0'dan Web 2.0'a geçilmesiyle yeni bir alan olarak ortaya çıkmış, web teknolojisi üzerinde kurulu olarak içerik ve etkileşim paylaşımına olanak sunan online uygulamalar ve platformlar olarak yaşamımıza dahil olmuştur (akt. Aydoğan ve Akyüz, 2010: 67).

Yeni medyanın karşılıklı etkileşimin en yoğun gerçekleştiği ortamı olan sosyal medyanın toplumsal süreçler üzerinde kapsamlı bir etkisi bulunmaktadır. Günümüzde internet ve yeni teknolojiler dünya çapında bilgilendirme, eğitim ve insanların iletişimde büyük bir rol oynamaktadır. Şirketler sosyal medya platformları sayesinde haberleri ve mesajları geleneksel medyaya kıyasla hızlı ve maliyeti düşük bir şekilde yayabilirler (Vasquez ve Velez, 2011: 159).

İnternet, kaynakla alıcı arasında çift yönlü işleyen interaktif bir iletişim ortamıdır. Hedef kitleye birebir ulaşma olanağı sağlaması ve onu analiz etme, istek, beklenti ve şikâyetlerini doğru düzeyde belirleme ve milyonlarca insana bireysel özelliklerine uygun iletişim faaliyetleriyle ulaşma olanağı sağlaması bakımından önemli bir işleve sahiptir (Akt. Başok ve Öksüz, 2007: 119). İnternetin etkileşime açık doğası onu geleneksel iletişim araçlarına üstün kılar. Günümüzde ihtiyaçlara yönelik herhangi bir araştırma yapmak isteyen bir kişinin artık ona ulaşması popüler bir deyişle "bir tık" uzağındadır. İnternetin çeşitli konularda sunduğu bu kolaylıklar, bu çağın getirdiği en büyük avantajlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Bilgilendirme, eğitime, eğlendirme, sosyalleşme ve katılma gibi çeşitli işlevleri üstlenen medya artık yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir.

Yeni medyada hız, görsellik ve sunum ön plandadır ve bu medyayı kullananlar da buna uygun bir forma bürünürler. Bu kullanıcıların değişen okuma alışkanlıkları, çabuk sıkılmaları, görselliğe önem vermeleri ve hızın belirlediği rekabet ortamının bir parçası olmaları nedeniyle yeni medyada üretilen içeriğin ve sunum biçiminin oldukça önemli olduğu düşünülmektedir (Bulunmaz, 2015: 322). Yeni nesil kullanıcılar, alıcı konumundan çıkmış ve daha proaktif bir yapının parçası olmak istemektedir. Bunun için yeni medyanın içeriklerini hedef kitlenin özelliklerine ve isteklerine uygun olacak şekilde teknolojinin avantajlarını kullanarak hazırlamak ve sunmak artık bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir (Bulunmaz, 2015: 331).

Yeni Medya Teknolojilerinin Sağlık İletişimine Yansıması

Nüfus artışı, kentleşme ve çevre değişikliğinin sonucu olarak ülkeler de toplumsal ve kültürel bir değişim göstermektedir. Bu süreç, iletişimin ve ticaretin küreselleşmesi nedeniyle hız kazanmaktadır. Bu değişimlere paralel olarak sağlığın belirleyicilerinin daha geniş anlamda tespiti için yeni yaklaşımlara gereksinim duyulmaktadır. Gelişen teknoloji, bilimin evrenselleşmesi, sağlık teknolojilerinin hızla gelişmesine karşılık 21. yüzyılda hala çoğu sağlık konusundaki en ucuz ve en etkili yöntem sağlık eğitimi ve sağlığın geliştirilmesidir (Yardım, Gögen, Mollahaliloğlu, 2009). Yazılı, görsel ve dijital medyada sunulan içerikler, sağlık temalı birçok enformasyona yer vermektedir. Bu içeriklerin güvenilir ve kullanılabilir olması sağlık eğitimi ve sağlığın geliştirilmesine önemli katkılarda bulunur. Kitle iletişim araçlarında sağlıkla ilgili yapılan araştırmalar, bu araçlardan verilen sağlıkla ilgili mesajların olumlu yönlerine odaklandıkları kadar bu içeriklerdeki etik dışı uygulamaların olumsuzluklarını da gözler önüne sermektedir (Ardıç, Köksoy, 2014: 899).

Günümüzde yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla bu teknolojilerin sağlık iletişimi alanında nasıl kullanılabileceğine yönelik araştırmalar, sağlık iletişimi literatüründe yerini almaktadır (Okay, 2009: 31). Yeni medyanın, sağlık alanında bu medyayı kullanma olanağına sahip hedef kitlenin bilgilendirilmesinde önemli bir araç olduğu yapılan araştırmalar sonucunda doğrulanmaktadır. Sağlık konusunda bireysel ve toplumsal ilgi düzeyinin artmasıyla medyada bu konulara gittikçe daha fazla yer verilmesi arasında güçlü bir ilişki vardır. Medyada sağlık konularının farklı araçlardan ve yönlerden ele alınması, sürekli kendini yenileyen bir sağlık anlayışını da beraberinde getirir. Sağlık iletişimini daha iyi sağlık koşulları oluşturmak için bireysel ve toplumsal bilinci oluşturmak ve pekiştirmek olarak ele aldığımızda medyanın bu açıdan çok büyük bir işlevi üstlendiği görülmektedir.

Sağlık ve finans, internette bilgi almak için en fazla incelenen konuları oluşturmaktadır (Yeğenoğlu ve Sözen, 2007: 46). İnternet kullanıcılarının yarısından fazlası, sağlık konusunda bilgi almak için internete başvurmuştur. En yaygın kullanım şekli sağlık konularında ansiklopedik bilgiye ulaşmakken sağlık hizmetleri ve kendi kendine yardım bilgisi için de internetten yararlanıldığı bilinmektedir. Sağlıkla ilgili web say-

falarının önemli bir kısmı yetersiz ve yanlış bilgilendirilmeler de içerir. Bunun yanında sağlıkla ilgili bilgi almak için olduğu kadar sağlık profesyonelleriyle iletişim kurmak için de interneti yoğun olarak kullananlar bulunmaktadır (Aygün, 2007: 294). İnternetin günlük hayata girmesiyle birlikte sağlıkla ilgili konulara daha kolay ulaşılabilen bu durum da sağlığı korumaya, hastalıkla mücadeleyle ve yaşam kalitesini artırmaya katkıda bulunmaktadır.

2009 yılında yapılmış Pew internet and American Life Project çalışmasına göre, internet kullanıcılarının % 80'i sağlık bilgilerini online olarak araştırmaktadır (Akt. Hether, 2009: 15). "Manhattan Araştırma Merkezi verilerine göre ABD'de doktorların %39'u hastalarıyla yüz yüze ve muayene gerektirmeyen konularda iletişimi internet üzerinden yürütüyorlar ... Facebook'ta kronik hastalıklarla ilgili, hasta topluluklarının oluşturduğu 1.200 sayfa var. Kronik rahatsızlığı olan hastaların %75'i internette buldukları tedavileri uyguluyor. İspanya Miguel Hernandez Üniversitesi'nin yaptığı araştırmada hastaların %90'ının doktora gitmeden önce gideceği doktorla ilgili bilgileri internette aradığı sonucu ortaya çıkıyor" (Kayabalı, 2011: 17). ABD'de yapılan araştırma sonuçlarının da doğruladığı gibi çok büyük bir kitle, sağlıkla ilgili konularda aktif olarak yeni medyayı kullanmaktadır. Bu kişiler çeşitli nedenlerle yeni medyadan yararlanırlar. Bu nedenler sağlıkla ilgili araştırma yapmak, doktorlarla iletişim kurmak, hastalıklarla ilgili konularda bir araya gelmek, tedavi yöntemleri bulmak, bu yöntemleri uygulamak ve gideceği doktorla ilgili bilgilere ulaşmak olarak özetlenebilir.

İnternet, interaktif tv ve diğer iletişim araçlarıyla bilgiye ulaşma olanaklarındaki artış ve sağlık bilgisinin kişilerin evine taşınması, sağlık sistemlerindeki değişimleri de beraberinde getirmiştir. Hastalar bu araçları hastalıklarıyla ilgili araştırma yapmak, psiko-sosyolojik gruplara katılmak, kişisel bakımları ve hekimleriyle karar verme sürecinde paylaşımda bulunabilmek gibi amaçlara yönelik kullanmaktadır (Yeğenoğlu ve Sözen, 2007: 3). İnternet yoluyla sağlık konularına, hastalıkla ilgili bilgilere ve önerilere ihtiyacı olan kimseler, buldukları ortamdan, zahmetsizce ve fazladan bir bedel ödemedi amaçlarını gerçekleştirebilmektedir.

Kişiler farklı nedenlerle sağlıkla ilgili web sitelerini kullanırlar. Doktorların verdiği reçeteye ilgili bilgi almak, kendi reçetelerindeki ilaçlara benzer nitelikteki ilaçları aramak, sağlık durumuyla ilgili bilgi almak, muayene

öncesi ilaçlarla ilgili bilgi edinmek, ürün, kupon ve indirimlerinden yararlanmak, ilaç satın almak, sağlık web sitesine ait e-posta hizmetinden yararlanmak ve diğer hastalarla iletişim kurmak bu nedenlerden bazılarıdır (Yeğeneoğlu ve Sözen, 2007: 3). Genel olarak kişilerin sağlıkla ilgili konularda bilgi almak için sağlık web sitelerini kullandıklarını söyleyebiliriz.

Çeşitli düzeylerde gerçekleşen sağlık iletişimi, farklı araçlar sayesinde birçok insanı etkileyebilmektedir. Bazen kişilerin yüz yüze bir sağlık sorunu hakkında bilgilendirilmesi yeterliyken bazı durumlarda da toplumsal düzeyde kişilerin bilgilendirilmesi gerekir. İletişimin hangi düzeyde gerçekleştirileceğini uzmanlar belirleyerek sorunun niteliğine ve yaygınlığına uygun araçları seçmelidir. Gerçekleştirilecek olan iletişimin düzeyine göre broşürler, televizyon spotları ya da sinema filmleri artık günümüz sağlık iletişimi uygulamalarında sık kullanılan araçlardır (Okay, 2015). Bunların yanında tüm kitle iletişim araçları ve yeni medya sağlık iletişimi de kullanılan ve önemli etkiler oluşturan araçlardır.

Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi

Zaman içinde bu teknolojik gelişmelerin sonucu olarak internet ortamında yeni bir alan olan sosyal medya ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın hayatımıza girmesi her ne kadar yeni olsa da onun varlığı birtakım amaçlar ve gereksinimler doğrultusunda şekillenmiştir.

Doksanlı yılların başlarında edilgen bir yapı olarak gündelik hayata giren internet teknolojisi, hızla yaygınlaşması, ticari amaçlı kullanılması ve etkileşimin büyük bir gereksinim olarak algılanıp belirginleşmesiyle hızlı bir biçimde gelişmiştir. Önceleri bilgiyi tüketen konumda olan kullanıcı, zamanla bilgiyi oluşturan bir topluluk haline dönüşmüştür. Örneğin önceden sitelerin içerikleri site sahiplerinin belirlediği biçimlerde yapılandırılırken giderek kullanıcıların katılımına da olanak tanıyan kolektif web siteleri oluşmaya başlamıştır (Kayabalı, 2011, 15). Web 1.0'dan Web 2.0'a geçilmesiyle yeni bir alan olan sosyal medya ortaya çıkmıştır. Web teknolojisi üzerinde kurulu olarak içerik ve etkileşim paylaşımına olanak sunan online uygulamalar ve platformlar sosyal medya olarak tanımlanmaktadır (akt. Aydoğan ve Akyüz, 2010: 67).

2004 yılında O'Reilly Media, ikinci nesil internet hizmetlerini, toplumsal iletişim sitelerini, iletişim araçlarını, wikileri ve internet kullanıcılarının ortaklaşa paylaşımlarda bulunarak oluşturduğu sistemi Web

2.0 olarak tanımladı.. Bilgi kavramı Web 2.0'da yeniden şekil almış, bilgiye ulaşmak zaman ve mekan sınırından kurtulmuş, istenildiği an, istenilen ortamdan ulaşılabilen yeni bir yapı kazanmıştır. Bloglar, mikrobloglar, fotoğraf paylaşım siteleri, video paylaşım siteleri, Facebook ve Twitter benzeri sosyal ağlar Web 2.0 kavramı altında tanımlanan ikinci nesil internet hizmetlerini oluşturur. Web 2.0 kullanıcı ve web sitesi arasında etkileşime olanak tanır ve ortak ilgileri olan kişiler sosyal medyada çevrimiçi (*online*) ortamda bir araya gelerek düşüncelerini ve görüşlerini paylaşırlar (Kayabalı, 2011: 15). Web 2.0'ın bir parçası olan, internet ve mobil destekli işleyen bir sistem olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medya, katılımcılarının yazıştığı, sohbet edebildiği, fotoğraf ve video paylaşımı yapabildiği dijital bir platformdur.

Sosyal medyada gerçekleşen iletişim, geleneksel medyadaki iletişime göre daha katılımcı bir özellik gösterir. Örneğin kitle iletişim araçlarında izleyiciye sunulan içerik tek yönlüken ve geri bildirim yok denecek kadar az olurken, sosyal medyada paylaşılan içeriğin en önemli özelliği, iki yönlü iletişime, katılıma ve geri bildirimde açık olmasıdır.

Yeni teknolojiler sayesinde hastalar yalnızca internetteki tıbbi bilgilere erişmekle kalmayıp güvendikleri doktorlara doğrudan danışabildikleri ortamları da elde ederler. Bazı hekimler sosyal medya veya şifre korumalı yazılımlar aracılığıyla sağlıkla ve tedaviyle ilgili bilgileri hastalarıyla paylaşırlar. Randevu, muayene bilgisi ve laboratuvar sonuçlarına internet yoluyla ulaşan hastalar, bu kanalı kullanarak güvenli bir portaldan doktorlarıyla özel görüşmeler de yapabilmektedir. Bunun yanında hastaların muayenehanelerin sosyal medya sitelerindeki forumlara katılması ve tecrübelerini birbirlerine aktarmaları yeni teknolojilerin sağlık iletişimindeki olumlu etkileri olarak değerlendirilmektedir.

İletişim teknolojilerinin özellikle yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması, sağlıkla ilgili bilinç düzeyinin artmasını beraberinde getirmektedir. Bu iletişim ortamlarına duyulan ilginin büyüklüğünün ve bu mecraların hızla yaygınlaşmasının öneminin farkında olan birçok sağlık profesyoneli ve sağlık hizmeti organizasyonu sosyal ağlara hızla yatırım yapmaktadır.

Patients Like Me ve The Center For Connected Health, sosyal medyadaki sağlıkla ilgili başarılı sosyal ağlara örnek gösterilebilir. Patients

Like Me (Benim gibi hastalar) 2004 yılında oluşturulmuş hastaların kendi tecrübelerini ve bilgilerini paylaştıkları bir internet sitesidir. Amacı aynı ya da benzer hastalıklara sahip kişilerin iletişim kurması ve birbirlerini desteklemesini sağlamaktır. The Center For Connected Health (Birbirlerine Bağlı Sağlık Merkezi) sağlık hizmeti sağlayıcıları ve politikaları için oluşturulmuş bir internet sitesidir. Topluluğun üyeleri deneyim ve fikirlerini ve sağlık sorunlarını tartışıp araştırma ve organizasyonları paylaşabilirler. Hastaneler kurumsal olarak da sosyal medyanın içindedir. Örneğin, Henry Ford Hastanesi Twitter aracılığıyla 1900 kişiyle bağlantı kurmuş ve beyin ameliyatı sırasında soruları cevaplamıştır (Sağlık Sektörü ve Sosyal Medya, 2010).

Sosyal paylaşım ağları kişisel ya da topluluk amaçlı olup her geçen gün daha fazla sayıda kişinin kullanım alanına dâhil olmaktadır. Bu tür sanal sosyal ortamlarda herhangi bir sağlık problemi olan hasta ya da yakınları bir araya gelerek kendi tecrübelerini paylaşırlar. Bu paylaşımlar yalnızca hasta, hasta yakını ya da ilgi alanına girdiği için o soruna odaklanan kişiler olmakla sınırlı kalmayıp sağlık profesyonellerini de içine alan bir platforma dönüşmüştür. Sağlıkla ilgili profesyonellerin bir araya geldiği çeşitli sitelerde hasta ya da hasta yakınları doğrudan uzman kişilere danışma imkânını elde etmektedir. Bunun yanında dünyanın çok uzak yerlerinde bulunan sağlık profesyonelleri kendi aralarında kendi bilgilerini ve tecrübelerini paylaşma imkânına bu ortamlar sayesinde ulaşmıştır. Gelineen noktada yeni medyanın sunduğu olanaklar oldukça etkileyici ve önemlidir.

Her alandan kişi ve kurumu bünyesine katan, sürekli büyüyen ve gelişen sosyal medyada, birtakım sektörlerin dönüşüm sancısı yaşadığı görülmektedir. Bu sektörlerin başında sağlık sektörünün yer alması ise şaşırtıcı değildir. Kendi içinde birçok kısıtlayıcı koşullara sahip olan sağlık sektörünün hem içeriğine hem de sosyal medyada yapacağı aktivitelerde birçok konuya dikkat etmesi gerekmektedir (Kayabalı, 2011, 16). Sağlık hizmeti endüstrisinde, içinde teknoloji ve özellikle internetin hastalar ve sağlık hizmeti tüketicileri için daha merkezi bir rol üstleneceği değişiklikler gerçekleşmektedir (Hether, 2009: 15). Artık, sağlıkla ilgili bilgi almak isteyen kişilerle iletişim kurarken geleneksel ve bununla ilişkili olarak sınırlı yöntemler kullanmak yerine yeni medya aracılığıyla yeni yöntemleri kullanmanın çok daha verimli ve etkili olduğu bilinmektedir.

Türkiye’de yaygın olarak kullanılan sosyal medyaya bakıldığında dünyadaki eğilime uygun olarak sağlık konusunda toplumun büyük bir ilgi ve merak içinde olduğu görülmektedir. Hastaların, hasta yakınlarının ya da konuyla ilgilenenlerin bir araya geldiği platformların sayısı her geçen gün artmaktadır. Artık sağlık sorunlarıyla ilgilenen kişiler, günün her saatinde bu ortamlarda paylaşımda bulunabilmektedir. Yine aynı şekilde sağlık çalışanlarına yönelik platformlar da mesleki anlamda çok yönlü yararlar sağlayabilmektedir.

Facebook, Twitter, LinkedIn, Wikipedia gibi içeriğin kullanıcı tarafından oluşturulduğu sosyal ağlar, tüm diğer sektörlerde olduğu gibi sağlık sektörünü de etkilemektedir. Bu platformlarda hastalıklar tartışılmakta, ilaçlarla ilgili bilgiler paylaşılmakta, ilaç firmaları ürünlerini ve faaliyetlerini direk hastalara ya da ilgililere anlatabilmekte ve hastalıkların farklı tedavileriyle ilgili bilinçlenmeleri sağlanabilmektedir. Yapılan araştırmalarda da bu yeni mecraların tedavi kararlarını etkilediği, ortalama bir internet kullanıcısının bile doktor, ilaç, hastalık gibi konularda tavsiye vermek için sosyal medyayı kullandığı görülmektedir (Adalığ, 2010).

Kayabalı’nın 2011 (17) yılında dikkati çektiği gibi, kronik hastalıklarla ilgili olarak yaygın kullanıma sahip ağlardan biri olan Facebook’ta hasta topluluklarının oluşturduğu 1.200 civarında sayfa bulunmaktadır. Kronik hastalığa sahip hastaların %75’inin internet yoluyla ulaştıkları tedavi yöntemlerini uyguladığı bilinmektedir. İspanya’da Miguel Hernandez Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada hastaların %90’lık büyük bir kısmının gideceği doktor hakkında bilgi edinmek için interneti kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu sayılan faktörler nedeniyle sağlık alanında geleneksel ve yeni medyanın doğru kullanılmasının büyük bir önem taşıdığı düşünülmektedir.

Bu kanallar yoluyla sunulan bilgilerin doğruluğu, doğrudan insan sağlığına olan etkileri nedeniyle önemli bir sorunsal oluşturmaktadır. Özellikle yeni medyada sunulan bilgilerin kontrolsüzce yayılması ve her kullanıcının sağlık alanında profesyonel olup olmamasına bakılmaksızın bilgi paylaşımında bulunabilmesi nedeniyle yanlış bilinç oluşturması da söz konusu olmaktadır.

Kişilerin sosyal medyadan ya da internetten yanlış bilgilerle karşılaşma ihtimalleri olduğu kadar farklı linklere yönlendirecek bir bilgi kirlili-

ğine de maruz kaldıkları görülmektedir. Bu ortamlarda kişilerin henüz etkisi kanıtlanmamış tedavi yöntemleriyle ya da onları olumsuz etkileyecek yanlış örneklerle karşılaşabildiği bilinmektedir. Bu olumsuz durumlarla karşılaşmamak için hastalara, hasta yakınlarına ya da bilgi almak isteyen kişilere akademik sitelere ve ticari amaçlı olmayan organizasyonların sayfalarına başvurmaları önerilmektedir (Kayabalı, 2011: 20). Yeni medya ortamında sağlıkla ilgili doğru bilgilerin olumlu etkilerinin aksine olumsuz etkilerinin hayati önem taşıdığı düşünüldüğünde bu tür kontrolsüz uygulamaların en kısa sürede denetlenmesinin sağlanması büyük bir önem arz etmektedir.

“Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor”

Araştırmanın Önemi ve Amacı

Sağlıkla ilgili konularda bilgi almak, beklentileri, memnuniyeti, eleştirileri ya da şikâyetleri ilgili mecraya iletmek ve buna yönelik geri bildirim alabilmek, bugünün şartlarında en gelişmiş şekliyle yeni medya sayesinde mümkündür. Geleneksel medyanın en çok tercih edilen medyası olan televizyon, doğası gereği sağlık iletişimi konusunda en çok “bilgilendirme” ihtiyacına cevap verirken sosyal medyanın “karşılıklık” özelliği dolayısıyla bundan çok daha öte ihtiyaçları karşılayabildiği görülür.

Sosyal medya çok sayıda kullanıcıya ulaşması nedeniyle büyük bir avantaj oluştururken bu alandaki sınırların belirsizliği ve alana yönelik düzenleme ve kontrol eksikliği ise büyük bir dezavantaj olarak belirlemektedir. İnsanların hayatlarını etkileyebilecek potansiyele sahip sağlık haberlerinin sunumu, biçimi, doğruluğu ve amacı büyük bir önem arz etmektedir. Bu açıdan çalışmada, yaygın kullanılan ve kapsamlı sağlık sitelerinden olan www.saglikplatformu.com web sitesinin en çok kullanılan sosyal ağ olan Facebook'taki sayfasında yer alan 07.12.2010 tarihli “Dünyada 34 milyon kişi HIV virüsü taşıyor” başlıklı haberine söylem analizi uygulanmıştır. (Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor, 2010).

Çalışma, sosyal medyada yer alan bir haber çerçevesinde dilin, sağlık alanında nasıl yapılandığı, hangi varsayımlardan yola çıkılarak kurgulandığı ve ideolojik ve kültürel bir özellik taşıyıp taşımadığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Örnek sağlık haberi üzerinde söylem analizi yapmadan önce söylem analiziyle ilgili kısa bir giriş yapmak konunun anlamlandırmasına katkı sağlayacaktır.

İnceleme alanına dili alan söylem analizi, ifadelerin ve yazılı metinlerin retoriksel, yorumsal, sentaktik ve semantik olarak yeniden üretilen anlam ve ideolojilerini ortaya çıkarır. En basit anlatımıyla söylem analizi, dilin incelenmesidir. İfadelerin söz dizimsel ve semantik sınırlarının ötesine gitmeyi ve ötesinde yatan anlam ve içeriği incelemeyi gerektiren bir inceleme olan söylem analizi, söylem ya da dil kullanımının sadece biçimsel olan fonolojik ya da söz dizimsel yönü ile ilgilenmez. Bundan çok, ilgi odağı, sosyal ve kültürel bağlam içinde iletişim kuran dil kullanıcılarının oluşturduğu sosyal olaylardır. Başka bir ifadeyle dil kullanımının daha büyük bölümlerini sosyokültürel bağlam çerçevesinde ele alıp inceleyen bir yaklaşımdır. Söylem analizinde biçimsel olarak yazılı hale getirilmiş her türlü kayıtsal malzeme ya da metin; haber bildirimleri, siyasal parti, örgüt gibi kuruluşların demeç ve bildirimleri, akademik makaleler ile sosyal etkileşim niteliği taşıyan her türlü belge; sohbet, odak grup tartışması, bireysel görüşme ya da medya, televizyon programları, reklamlar, dergiler, romanlar, hikayeler vb. araştırma konusu olabilir (Çelik ve Ekşi, 2008: 105- 110). Ancak söylem analizi çoğunlukla medya metinlerinde kullanılır. Kökleri 1940'lı yıllara, Amerika Birleşik Devletlerinde kullanılan nicel bir yöntem olan içerik çözümlemesine dayanan söylem analizi daha sonra Avrupa'da göstergebilim ve hermenötik gibi yöntemlerin katkısıyla gelişir (Akt. Solak, 2011: 3).

“Haber metinleri içerik açısından birer söylemdir. Haberin söyleminin oluşmasında haber kaynağı, haberin üretildiği kurumun ve toplumun ekonomi politikası, haber profesyonelleri ve editoryal süreç belirleyici bir rol oynamaktadır. Haber ve buna bağlı olarak söylem belirli bir üretim sürecinin sonunda oluşmaktadır. Bunun sonucunda üretim sürecini kontrol edenlerin de parçası olduğu egemen ideoloji üretilmektedir. Bu ideolojik unsurlar haber metnin düzenlenişi ile oluşurlar. Çünkü haber metinleri içerisinde belli egemen düşünceler, yaklaşımlar, anlatılar öne çıkarılır. Bunun sonucunda belli dünya görüşlerini taşıyan ideolojik ve kapalı bir metin ortaya çıkar” (Bulut ve Yaylagül, 2004: 124).

Söylem analizi uygulamasında izlenmesi gereken bir yol vardır. van Dijk'in geliştirdiği eleştirel söylem analizi, söylemi sosyo-kognitif bir yaklaşım temelinde açıklar. Yani bu yöntem metin yapılarını incelemekle sınırlı kalmayıp anlamları, fikirleri ve ideolojileri de ortaya koymayı amaçlar (Sözen,2014: 122). Temel olarak makro yapı çözümlemesi ve mik-

ro yapı çözümlemesine dayanan bu yöntemde birtakım kurallara göre metin çözümlenir. Makro yapı incelemeleri temel olarak tematik ve şematik çözümleme olarak tasnif edilir. Tematik çözümlemede metin genel bir gözle değerlendirilir ve devamında başlığı, girişi, spot gibi metni oluşturan öğelere ve bu öğelerin birbirleriyle olan ilişkisine odaklanılır. Makro yapı incelemelerinin ikinci düzeyi olan şematik çözümlemede olayın ele alınış biçimi, öznellik, nesnellik gibi durum ve yorum özelliklerine odaklanılır. Mikro analizde metin kelime, cümle ve retorik olarak üç düzeyde incelenir. Cümlelerin yapısından, seçilen kelimelere, kullanılan terimlerden, mecazlara, noktalama işaretlerinden yazı tipi boyutuna, renklendirmelerden, fotoğraflara kadar metin ayrıntılı olarak ele alınır. Vurgular, önemsizleştirilen ya da önemli hale getirilen unsurlar dikkate alınarak metin çözümlenir.

“Van Dijk, haber söylemlerini veya haber metinlerini, ‘haber metni analizi’, ‘metin anlambilimi’, ‘yerel ve küresel bütünlük’, ‘etkiler’, ‘üst yapılar: haber şemaları’, ‘üslup ve retorik’, ‘sosyal kognisyon ve sosyokültürel bağlam’ları inceleyerek keşfeder”(Sözen, 2014: 120).

Söylem analizi söylemle toplumsal ve kültürel olaylar arasındaki ilişkileri ortaya koymayı amaçlar. Tuğan 2015 (49-50) yılında yaptığı çalışmada hastalığı ve engelliliği toplumda hâkim olan düşünce yapısını yansıtan tıbbi söylemlerin ürünleri olarak ele alır. Beden ve iktidar ilişkisine odaklanarak tarih boyunca iktidarların bedeni şekillendirmeye çalıştığı iddiasını şöyle sürdürür; “Beden, verili bir biyolojik gerçekliği yansıtan bir olgu değil, tersine toplumsal ve kültürel olarak kurulan bir yapıdır. Bedene bu açıdan yaklaşıldığında hastalık da doğada biyolojik ya da fizyolojik olarak ortaya çıkan bir durum değil, toplumsal ve tarihsel süreçlerin bir sonucu olarak görülür. Bu sebeple beden, hastalık ve engellilik kavramları içerisinde yer aldıkları toplumsal koşullardan ve dünyadaki betimlendikleri dilden bağımsız olarak ortaya çıkan doğal olaylar olarak ele alınamaz”. Söylem analizinin çok çeşitli araştırmalarda izlediği bu eleştirel bakış açısının, sağlık haberlerinin analizinde de amaca doğru bir şekilde hizmet ettiği düşünülmektedir.

Araştırma Bulguları

AIDS hastalığına yönelik bilgi vermeyi amaçlayan “Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor” başlıklı internet haberi van Dijk’in eleştirel söy-

lem analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Bu incelemede haberin hangi şekilde düzenlendiği, kaynak olarak hangi kişi ya da kurumun bilgilerine dayandırıldığı, hangi konuların işlendiği, hangilerinin öne çıkartıldığı eleştirel söylem analizi çerçevesinde ele alınmıştır. Bu açıdan haberdeki başlıklara, kelimelere, cümlelere ve bütün olarak metnin geneline odaklanılmış ve en temel makro ve mikro göstergelerle analiz sınırlandırılmıştır. Haber önce makro düzeyde incelenmiştir. Daha önce de vurgulandığı gibi makro analizde; haberin ana başlığına, alt başlıklara, haber girişine ve ana olayın ele alınışı biçimine odaklanılır.

Düzenlenme biçimine göre “bilgi haber” kapsamına giren bu haberin ana başlığı şöyledir; “Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor”. Ana başlık genel olarak konuyla ilgili bilgi vermektedir. Okuyucunun virüsün adını bildiği varsayılmıştır. Oysaki AIDS hastalığına neden olan bu virüsün hangi hastalığa karşılık geldiğini haberi okuyan her kişi anlamayacaktır. Ancak başlıktaki anlatım, virüsün bölgesel olmayıp dünya genelinde görüldüğü ve büyük oranda, neredeyse Türkiye nüfusunun yarısı kadar kişi üzerinde etkili olduğu izlenimini oluşturmuştur. Bu ifade durumun ciddiyetini vurgulayan yan anlamları barındırmaktadır. Buna bağlı olarak da başlık, virüsün adını bilmeyen fakat sağlıkla ilgilendiği için sağlıkla ilgili internet sitesinin sayfasında gezinen herhangi birinin ilgisini de çekecek biçimde kurgulanmıştır.

Spotta “1 Aralık Dünya AIDS Günü’nde dikkat!” ifadesine yer verilmiş, hem HIV virüsüyle AIDS arasındaki bağ vurgulanmış hem de “dikkat” kelimesiyle önemli bir durum olduğu etkisi oluşturulmaya çalışılmıştır. Ünlü işaretleri de bu uyarıyı desteklemiştir. Haber zamanlama olarak Aralık ayının ilk haftasında yayınlanmıştır. 1 Aralık Dünya AIDS günü ve bunu izleyen günler hastalığın işlendiği hafta olarak anılmaktadır.

Haber girişinde “Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre” ifadesiyle okuyucu toplum sağlığıyla ilgili uluslararası çalışmalar yapan bir örgütün verileriyle bilgilendirilmiş ve haberin resmi araştırmalarla desteklendiği izleniminin oluşturulması hedeflenmiştir. Dünya Sağlık Örgütü kaynak gösterilerek ortaya konulan HIV virüsü taşıyanların sayısı, net rakamı değil, ortalamayı yansıtırken rakamın başına “ortalama, yaklaşık vb.” zarflar kullanılması gerekirken kullanılmadığı görülmektedir. Sonraki cümle; “Türkiye’de resmi verilere göre HIV taşıyıcılarının sayısı 1630”. Bu cümlede hedef kitle olarak büyük oranda Türkiye’deki okuyucuların dikkatinin

çekilmesi amaçlanmıştır. Ancak önceki cümledeki verinin kaynağı belirtilmişken bu cümlede veri kaynağı belirtilmemiş, daha genel bir ifade kullanılmış, bu verilerin resmi olduğu söylenmiş ancak hangi resmiyete dayandığı netleştirilmemiştir. Giriş paragrafının son cümlesi “Ancak bu verilerin gerçek sayıyı yansıtmadığı düşünülüyor” ifadesi rakamlarla ilgili bir belirsizlik olduğunu doğrular niteliktedir. Aynı zamanda HIV virüsü taşıyan kişilere ait rakamların binlerle ve milyonlarla ölçülmesine rağmen, virüs taşıyıcılarının daha fazla olduğuna ilişkin bir ima yapılmaktadır.

Haberin alt başlıkları sırasıyla şöyledir:

**Aşı Çalışmaları Sürüyor*

**Kadınlar ve Çocuklarda Risk Fazla*

**ABD ve Avrupa Artışı Kontrol Altına Aldı*

**Cinsel Yolla Bulaşma*

**Kan ve Kan Ürünleri İle Bulaşma*

**Anneden Bebeğe Bulaşma*

Genel olarak incelendiğinde alt başlıkların metnin ana düşüncesini yansıttığı ve metinle ilgili bilgileri özetlediği görülür. Alt başlıklarda soruna yönelik çözümün geliştirilmeye çalışıldığı, risk gruplarının vurgulandığı, sorunun gelişmiş ülkelerde kontrol altına alındığı ve virüsün bulaşma yollarıyla ilgili bilgiler içerdiği söylenebilir. Bu bağlamda başlıkların birbiriyle uyumlu olması, birbirini desteklemesi için çaba gösterilmiş ve hastalığın sorunun uzmanları tarafından tanındığı ve çözüme doğru yaklaşıldığı izlenimi oluşturulmuştur. Sorun, alt başlıklarda spesifikleştirerek, vurgulanarak ve didaktik bir üslupla ele alınmıştır.

Medya haberlerinin oluşturulmasında haberin inandırıcılığını arttıran temel unsur, kaynağa başvurmadır. Onun için gazeteciler haberleri yaparken, belli kurum, kuruluş ya da kişilere haber kaynağı olarak başvururlar (Bulut ve Yaylagül, 2004: 136). Haberde ele alınan sorun, uzmanlık alanından bir kişinin görüşlerine başvurularak kurgulanmış ve bu şekilde ikna ve inandırıcılık pekiştirilmeye çalışılmıştır. Söz konusu uzmanın, akademik kariyerin en üst düzeyinde bir profesör olması ve alanının HIV virüsü konusuyla doğrudan ilişkili enfeksiyon hastalıkları olması, okurda yorumların inandırıcı olduğuna dair bir kanaatin oluşması-

nı destekler niteliktedir. Aynı zamanda uzman kişinin çalıştığı sağlık kurumunun adının belirtilmesi ve habere Dünya Sağlık Örgütü'nün verileriyle başlanması yoluyla okur üzerinde haberin güvenilirliğinin sağlanması amaçlanmıştır.

Uzman kişinin görüşlerine dayanarak yapılan haberde sorunla ilgili yorumlarında uzmanın öznel değerlendirmeleriyle nesnelliğin yan yana gittiği görülmektedir. İkinci paragrafta; "Cinsel yolla bulaşan hastalıklar bildirimi zorunlu hastalıklardır. Sağlıklı istatistikler oluşturulamadığı için bu rakamları en az 10 ile çarpmak gerekiyor. Üstelik ülkemize gelen yabancı turistlerin artması ve çok eşliliğin yaygınlaşması nedeniyle bu artışın her geçen gün daha hızlı arttığı tahmin ediliyor. AIDS'ten korunmak da öncelikle her ilişkide mutlaka prezervatif kullanmak ve tek eşliliği benimsemekten geçiyor" ifadesinde bu virüsü taşıyan kişilerin sayısını belirlemek için mevcut rakamları en az 10 ile çarpmak gerektiği ifadesi, uzmanın öznel yaklaşımıdır. Devamındaki ifadede, yabancı turistlerin hastalık taşıyıcısı gibi algılanmasını güçlendirmekte, çok eşliliğin yaygınlaşmasının olumsuzluğuna da göndermede bulunarak tek eşliliğin benimsenmesi gerektiğine dair bir tutum aşılama çalışıldığı görülmektedir.

Haberin başka bir bölümünde uzman "AIDS hastalığının tedavisinde kullanılan ilaçlar pahalı. Bu bedeli ülkemizde devlet karşılıyor. Eskiden ilaçlar zor bulunurdu, artık daha kolay bulunabiliyor." ifadesiyle hastalığın tedavisinin pahalı olduğunu vurgularken yine öznel bir değerlendirmede bulunmakta ve pahalı tedavinin devlet tarafından karşılandığını belirterek devleti ön plana çıkaran bir düşünce vurgulamaktadır. Hatta burada son dönemdeki hükümetlere olumlu yaklaşan bir tavır sergilenmiştir.

Haberin diğer bir bölümünde; "Hastalığın bulaşmasında kadınların erkeklere göre daha fazla risk altında bulunduğunu, özellikle de eşi yurtdışında ya da turizm sektöründe çalışan kadınların risk altında olabileceği" vurgulanmaktadır. Böylece yabancıların HIV bulaştıracığına yönelik bir yargı belirleyici hale gelmekte, hastalık ya da HIV virüsü ile yabancı arasında bir özdeşlik kurulmaktadır. Burada ayrıca çok partnerli ilişki, erkeklere özgüymüş gibi değerlendirilmekte ve yurtdışında olan ya da turizm sektöründe çalışanların çok eşliliği benimsediklerine yönelik bir vurgu yapılmaktadır. Erkeklerin, yabancıların ve turizm sektöründe çalışanların AIDS hastalığının kaynağı gibi gösterilmesi dikkat çekicidir.

“HIV (+) ise ve gebe kalmışsa, erken dönemde kürtaj yapılması pek çok ülke tarafından kabul edilmiş bir doğrudur” ifadesinde de AIDS hastası bir gebeye kürtaj yapılması, evrensel bir doğruymuş gibi gösterilmektedir. Oysaki kürtajla ilgili olarak farklı ülkelerde farklı uygulamalar ve yasalar bulunmakta, sivil toplum kuruluşları birbirinden farklı görüşleri sürmektedir.

Söylem analizinin ikinci düzeyi olan mikro analizde, daha önce de belirtildiği gibi haber, kelime, cümle ve retorik bağlamında incelenmektedir. Çalışmada, örnek olarak, haberdeki ilk alt başlığın giriş paragrafı üzerinde mikro analiz uygulanmıştır.

“Uzun yıllardır AIDS aşısıyla ilgili çalışmalar devam ediyor. Ancak henüz piyasaya sürülmüş bir aşı bulunmuyor. Prof. Dr. Ayşe Sesin KOCA-GÖZ, yakın bir tarihte aşının çıkabileceğini ümit ettiklerini belirterek, “Hastalığın tedavisinde çok yeni ilaçlar var. Bu ilaçlar sayesinde kronik bir hastalığı tedavi eder gibi, sürekli ilaç kullanılarak HIV taşıyıcılarının normal yaşamlarını sürdürmeleri mümkün olabiliyor. Tek bir ilacın içinde farklı kombinasyonlar olduğu için eskisi gibi çok sayıda ilaç kullanmak zorunda kalmadan tedavilerine devam edebiliyorlar. İlaç tedavisiyle 30 yıldır normal hayatını sürdürenler var” diye konuşuyor.”

Genel olarak konuşma dilinde kurgulanmış olan haberin bu bölümünde de konuşma biçiminde cümlelerin olduğu dikkati çekmektedir. Birbirini takip eden cümleler aşı ve ilaç konusu etrafında birbirini tamamlar niteliktedir. Cümleler şimdiki zaman kipinde kurulmuştur. Aktif yapıdaki cümlelerde genel olarak açık bir dil kullanılmıştır. Şu anki tedavi planının geçmişteki uygulamalara üstünlüğü vurgulanmış, ilaç tedavisiyle normal bir yaşam kalitesi sağlandığının altı çizilmiştir.

Muhabirin tamamen uzman kişinin görüşleri merkezinde haberi kurguladığı, bu yolla da inandırıcılığı sağlamaya çalıştığı göze çarpmaktadır. Geçmişteki tedavi yöntemi ve şimdiki arasında kıyaslamaya gidilerek tedaviye yönelik olumlu gelişmeler olduğu, tedaviyle HIV taşıyıcılarının normal hayatına devam edebildiği vurgulanarak hastalıkla ilgili olumlu yöndeki gelişmeler öne çıkartılmıştır. Yeni geliştirilen ilaçlardan bahsederek “Bu ilaçlar sayesinde kronik bir hastalığı tedavi eder gibi, sürekli ilaç kullanılarak HIV taşıyıcılarının normal yaşamlarını sürdürmeleri mümkün olabiliyor.” ifadesine yer verilmiştir. Bu ifade de vurgu-

landığı gibi AIDS, kronik bir hastalığa benzetilmiş, tedavi edilebilen bir hastalık olduğu iddia edilmiştir.

Haber metninde işlenen konunun hedef kitle üzerinde etkisinin ve inandırıcılığının artması için kelimelerin seçimi ve anlatım biçiminin tutarlı olması son derecede önemlidir. Çünkü metinde yer alan her kelime retoriksel olarak haberi güçlendirir. Metinde gündelik yaşamda sık kullanılmayan HIV (+), ELISA, enfekte, monogamik gibi terimlerin kullanılması, tırnak işaretleri, uzman kişinin akademik kariyeriyle birlikte adının sık sık tekrarı ve soyadının büyük harflerle yazılması gibi vurgular da dikkat çekmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişim süreci, her alanda olduğu gibi sağlık sektöründe de dikkati çekmektedir. Tıp bilimiyle iletişim biliminin birlikteliğinden oluşan ve 1970'lerden beri hızla hayatımızın önemli bir parçası olma yönünde ilerleyen sağlık iletişimi alanının medya ve özellikle yeni medya açısından öneminin vurgulanması bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Sağlıkla ilgili konularda en çok tercih edilen iki medya, televizyon ve internettir. Gittikçe önem kazanan medya teknolojilerinin sağlık iletişimi alanında nasıl kullanılacağına yönelik araştırmalar gittikçe daha da önem kazanmaktadır. Bu teknolojilerin artık birçok kişi tarafından ulaşılabilir olması ve kullanım kolaylığı, kullanıcıların sağlıkla ilgili konularda bilgi alabileceği ve çeşitli düzeylerde etkileşim kurabileceği alanlar olmasını sağlamaktadır.

Kişilerin bilgi paylaşımında bulunduğu, tartışma yaptığı, ilgi alanlarına göre gruplar oluşturduğu, kısacası çok yönlü paylaşımlarda bulunduğu platformlar olarak tanımlayabileceğimiz yeni medyada sağlıkla ilgili içeriklerin oldukça popüler olduğu görülmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de durum benzerdir ve sağlıkla ilgili konulara büyük bir ilginin olduğu, hastaların, hasta yakınlarının ya da konuyla ilgilenenlerin sayısının her geçen gün arttığı ve bu ortamlarda ortak bir sorun çevresinde ilgili kişilerin bir araya geldikleri bilinmektedir.

Daha çok bilgilendirmeye dayalı olan ancak sosyal medya özelliği de bulunan sağlık medyasında dilin nasıl düzenlendiği önemli bir sorun ola-

rak ele alınmıştır. Çalışmada, eleştirel söylem analiziyle ilgili özet mahiyetinde genel bir anlatımın ardından www.saglikplatformu.com web sitesinin, sosyal medyanın en çok kullanılan ağı olan Facebook'taki sayfasında 07.12.2010 tarihli "Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor" başlıklı sağlık haberine makro ve mikro düzeyde söylem analizi uygulanmıştır.

Söylem analizinde metnin makro ve mikro düzeyde ele alınmasında birtakım ölçütlere dikkat etmek gerekmektedir. Çalışmada haberin başlığı, spotu, girişi, alt başlıkları, kelime yapıları, cümle yapıları, anlatım biçimi gibi unsurlar dikkate alındığında haberin genelinde başlığın, alt başlıkların ve anlatım biçiminin birbiriyle uyumlu olduğu ve bu öğelerin birbirini desteklediği görülür. Ancak bunların ötesinde eleştirel söylem analizinde değerler, toplumsal ilişkiler, ideolojiler ve cinsiyet gibi olguların metin aracılığıyla nasıl yansıtıldığı ve sunulduğu üzerinde durulur. Örneğin bu haber metninde kürtaj ve tek eşlilikle ilgili göndermelerde bulunulmuştur. Her iki konu da tarihsel ve toplumsal ideolojik tartışmaların merkezinde yer alır.

Genellikle, bilgilendirmeye dayandığı için, dilinin evrensel olduğu varsayılan sağlık alanında bile dilin nasıl yapılandığını, hangi örtülü varsayımların bulunduğunu, hangi tarihsel, kültürel ve ideolojik boyutlarla iç içe geçtiğini araştırmak önemli görülmüştür. Aslında, bu alanda söylem analizi yapmak, söylem analizinin amaçladığı şeye daha fazla hizmet eder. Çünkü söylem analizi, hangi alanda olursa olsun dilin arkasındaki sosyal ve kültürel öğeleri bulmaya çalışır ve söylemin nasıl oluşturulduğunu ortaya koyar.

Informative Abstract

Health Communication In New Media: An Analysis of Health News

With each passing day the media that is developing, renewing and reaching to wide masses has strong effects over the society. The messages transmitted through new media technologies have an impact on various domains ranging from daily life to politics, from economy to health. Understanding the influence and importance of new media technologies in the sphere of health communication is the main problem of this study.

Dealing with the health issues in media from the different point of views, brings about a health conception that perpetually renews it-

self. When health communication is considered as developing and reinforcing individual and social consciousness in order to develop better health condition media is seen as undertaking a big function in this respect. There is a great concern in the content related to health in the new media as in the traditional media. In this respect understanding the content of the offered message is very important.

Starting from this point of view the internet news titled "In the World 34 Million Persons Carry HIV virus" is analyzed on the basis of van Dijk's critical discourse analysis. Within the framework of news in social media this study aims to explain how the language is structured in the domain of health, over which assumptions it is built and whether or not it carries cultural and ideological features. In general, to investigate how the language is structured, which covert assumptions exist, which historical, cultural and ideological aspects are intermingled is significant even in the domain of health where the language is assumed as universal since it is considered as informative.

Keywords: New Media, Health Communication, Discourse

Kaynakça

- Abadan Unat, Nermin, Kitle İletişimi ve Kültür, *İletişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Ulusal Kültürlere ve Basma Etkisi Konferansı*, İstanbul 26-28 Eylül 1983.
- Adalığ, Burkay, http://x.p-tms.com/cms/front_content.php?idcat=287, Erişim: 20 Kasım 2010.
- Ardıç Çobaner, Aslıhan; Köksoy, Sümbüle, Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı: Twitter'da Sağlık Mesajları, *Akademik Bilişim'14 - XVI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, ss. 899-906, Mersin Üniversitesi 5 - 7 Şubat 2014.
- Aydoğan, Filiz; Akyüz, Ayşen, *İkinci Medya Çağında İnternet*, Alfa Yayınları, İstanbul 2010.
- Aygün Cengiz, Serpil, İnternet ve Etik: Örnek Uygulama Alanı Olarak Sağlık İletişimi, *XII. Türkiye'de İnternet Konferansı* Ankara, 8-10 Kasım 2007.
- Başok Yurdakul, Nilay; Öksüz, Burcu, Hastanelerde Bir Tanıtım Aracı Olarak Web Siteleri: İzmir İli Eğitim Hastaneleri ve Özel Hastanelerin Kurumsal Web Sitelerinin Kıyaslamalı Analizi, *Selçuk İletişim*, Cilt 5, Sayı 1, ss 118-134, 2007.
- Bulunmaz, Barış, Yeni İletişim Teknolojileriyle Değişen Medya Yayıncılığı: Yeni

- Medyada İçerik Üretimi ve Sunumu, *İletişim Çalışmaları 2015*, Editörler Aydin Ziya Özgür, Aytekin İşman, Burak Ofset, Sakarya 2015.
- Bulut, Selda; Yaylagül, Levent Türkiye'deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişmesine Yönelik Haberler, *İletişim*, Sayı 19, ss. 119-142, 2004.
- Büker Nalan Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya, Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri, editör Müge Demir, ss. 137-170, *Literatürk Yayınları*, Konya 2013.
- Çelik, Hilal; Ekşi, Halil Söylem Analizi, *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Sayı 27, Cilt I, 2008.
- Duffy, Margaret E.; Thorson, Esther *Emerging Trends in the New Media Landscape*, New York 2009.
- Göker, Göksel; Keskin, Savaş, Sosyal Medya Türevi Olarak Sosyal İçerik Platformları: Betimsel Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 39, Ağustos 2015.
- Hether, Jane H., *Social Media and Health Social Support and Social Capital on Pregnancy – Related Social Networking Sites*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Güney Kaliforniya Üniversitesi Sosyal Bilimler Okulu, 2009.
- Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor, <http://www.facebook.com/home.php#!/notes/saglik-platformu/dunyada-34-milyon-kisi-hiv-virusu-tasiyor-07122010/147023812015636>, Erişim: 14 Aralık 2010.
- Dünyada 34 Milyon Kişi HIV Virüsü Taşıyor, <http://www.facebook.com/home.php#!/notes/saglik-platformu/dunyada-34-milyon-kisi-hiv-virusu-tasiyor-07122010/147023812015636>, Erişim: 14 Aralık 2010. Güler, Çağatay, Kitle İletişim Araçları ve Sağlık, *Toplum Hekimliği Bülteni*, Cilt 25, Sayı 1, 2006.
- Kayabalı, Kıvılcım, İnternet ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık, *İku Dergisi*, Sayı 25, İstanbul, 2011.
- Kreps, Gary L. Query; Jr., Jim L. ; Ellen W. Bonaguro (2007) The Interdisciplinary Study of Health Communication and Its Relationship to Communication Science, http://www.class.uh.edu/comm/classes/comm6337/pdf/week_1/Ch1_Interdisciplinary_Study_of_Health_Com_Lederman%20Book.pdf, Erişim: 07.01.2016.
- Okay, Ayla, *Sağlık İletişimi*, MediaCat, İstanbul, 2009.

Okay, Ayla, Sağlık iletişiminde internet <http://www.sdplatform.com/Baslik.aspx?BID=245> Erişim: 15 Aralık 2015.

Sağlık Sektörü ve Sosyal Medya, http://blog.vodacoagency.com/saglik_sektoru_ve_sosyal_medya/, Erişim: 5 Kasım 2010.

Solak, Ömer, Küçük Ağa Romanının Eleştirel Söylem Analizi, *Akademik Bakış Dergisi* Sayı: 26, Eylül – Ekim 2011.

Sözen Yavuz, Edibe, *Söylem -Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Rafleksitive*, Birleşik Yayınevi, Ankara 2014.

Tabak, Ruhi Selçuk, *Sağlık İletişimi*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2006.

Tuğan, Nuray Hilal, Son Dönem Türk Sinemasında Hastalık Temsilleri: 'Saç' Filminin Eleştirel Söylem Çözümlemesi, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi - Sayı 40 / Bahar 2015*.

van Dijk, Teun A., *The Common Roots of the Studies of Literature and Discourse, A Handbook of Discourse Analysis*, der. Teun A. van Dijk, London: Academic Press, 1985.

Vasquez, Lina Margarita Gomez; Velez, Ivette Soto, *Social Media As A Strategic Tool For Corporate Communication*, *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, N° 2, Vol. Pp 157-174, 2011.

Yardımlı, N., Gögen, S., Mollahaliloğlu, S., Sağlık Geliştirilmesi (Health Promotion): Dünyada ve Türkiye'de Mevcut Durum, *İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, Cilt 72, Sayı 1, ss. 29-35, 2009.

Yaylagül, Levent, *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları, Ankara, 2010.

Yeğenoğlu, Selen; Sözen, Bilge, Türkiye'deki Eczacılıkla İlgili Web Sitelerinin Bazı İlkeler Işığında Değerlendirilmesi, *XII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı*, Ankara 8-10 Kasım 2007.

Yüksel, Erkan, Sağlık İletişiminin Anatomisi, *İletişim Çalışmaları 2015*, Editörler:Aydın Ziya Özgür, Aytekin İşman, ss 249-261, Burak Ofset, Sakarya 2015.