

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SAĞLIK HABERLERİNE İLİŞKİN ALGILARININ DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Taybe TOPSAKAL*
Didem DENİZ ANAMUR**

ÖZ

Habercilik kamu yararını gözetmesi bakımından başlı başına sorumluluk içeren bir alandır. Sağlık haberciliği habercilik türleri içerisinde hassas ve dikkat edilmesi gereken önemli bir haber alanıdır. Sağlık haberleri insan sağlığını ilgilendirmesi bakımından toplumdaki tüm bireyler için önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla sağlık haberlerinin üretimi ve sunumu bilgi, dikkat ve büyük bir sorumluluk gerektirmektedir. Sağlık haberlerinin doğru okunması ve değerlendirilmesinde medya okuryazarı birey olmak da önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Her bireyin iyi bir medya ve sağlık okuryazarı olması gerekmektedir. Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sağlık haberlerine ilişkin algısının demografik değişkenler yönünden incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sağlık haberlerine ilişkin algılarını demografik değişkenler bağlamında ortaya koymaktır. Bu amaç ve sorunsaldan yola çıkılarak Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine sağlık algısı ölçeği kullanılarak bir anket uygulaması yapılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın temel sorusu, öğrencilerin cinsiyetleri, okudukları bölüm ve medya okuryazarlığı dersi alıp almamaları gibi değişkenlerin onların sağlık haberleri algısını değiştirip değiştirmediğini araştırmaktır. Nicel araştırma olan bu çalışmada ortaya çıkan bulgular, öğrencilerin demografik değişkenleri ile sağlık haberleri algısı arasında anlamlı bir farkın olmadığı yönündedir. Araştırma bulguları içerisinde sağlık algısı; öğrencilerin sınıf, medya okuryazarlığı dersi alıp almaması, bölüm, cinsiyet faktörleri açısından incelenmiştir. Ortaya çıkan bulgular sağlık haberlerine yönelik algı ile cinsiyet, sınıf ve medya okuryazarlığı dersi arasında anlamlı bir farkın olmadığı yönündedir. Ancak, sağlık haberlerine yönelik algı ile bölümler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler: Sağlık haberleri, medya okuryazarlığı, sağlık algısı, sağlık okuryazarlığı, medya etiği.

EXAMINATION OF UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS OF HEALTH NEWS IN THE CONTEXT OF DEMOGRAPHIC VARIABLES

ABSTRACT

Journalism is a field that has a responsibility in itself in terms of observing the public interest. Health journalism is an important area of news that is sensitive and needs attention among the types of journalism. Health news is important for all individuals in the society as it concerns human health. Therefore, the production and presentation of health news requires knowledge, attention and great responsibility. Being a media literate individual is an important factor in the correct reading and evaluation of health news. Every individual should be a good media and health literate. This study is important in terms of examining university students' perception of health news in terms of demographic variables. In this direction, the aim of the study is to reveal university students' perceptions of health news in the context of demographic variables. Based on this purpose and problematic, a questionnaire was applied to the students of the Communication Faculty of Uşak University by using the health perception scale. In this direction, the main question of the research is to investigate whether variables such as the gender of the students, the department they study and whether they take a media literacy course or not change their perception of health news. The findings of this study, which is a quantitative research, show that there is no significant difference between the demographic variables of the students and the perception of health news. Health perception in research findings; It was examined in terms of class, whether the students took a media literacy course, department, and gender. The findings show that there is no significant difference between the perception of health news and gender, class and media literacy course. However, a significant difference was found between the perception of health news and the departments.

Keywords: Health news, media literacy, health perception, health literacy, media ethics.

* Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü taybe.topsakal@usak.edu.tr ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1473-71720000-0002-0303-9870>

** Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü didem.deniz@usak.edu.tr ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1473-71720000-0002-0390-0245>

GİRİŞ

21. yüzyılın ilk çeyreğinin sonları dünyanın gördüğü en salgın hastalıklardan biri olan Covid-19 ile birlikte anılmaya başladı. Hastalığın virüs ailesi bilinse de bu yeni türe karşı insanlık oldukça çaresiz kaldı. Salgının ilk günlerinde çıkan yeni haberler hastalığa karşı çözüm önerileri sunarken, sosyal medyada yayılan bilgiler ise sumak bitkisinden, güneş ışığına; sirkeden aspirine kadar geniş bir yelpazede tedavi yöntemlerini önermekteydi. Virüse karşı aşı geliştirilmesi ise yeni bir tartışma ortamı yarattı: Aşının yan etkileri. Yan etkilere yönelik haberler gerek sosyal medyada gerekse profesyonel medyada oldukça geniş yer bulurken, konunun uzmanlarının yanında alternatif tıpçılar, kişisel gelişim uzmanları, hukukçular, siyasiler, psikologlar, sanayiciler, iş insanları, internet fenomenleri vb. gibi konunun uzmanı olmayan birçok insanın da görüşleri her iki medya platformunda tartışıldı. Bu haberleri takip edenlerin doğru ve gerçek bilgiye ulaşması ise bu tür nedenlerden dolayı oldukça zorlaştı. Tedavi amaçlı kullanılan ilaçlara karşı verilen tepkinin yanında aşının yan etkileri arasında öngörülmeven veya bahsi geçmeyen etkilerin kamuoyunda tartışılması (örneğin aşının kısırılık yapıyor olmasına yönelik dedikodular) sağlık ve sağlık haberlerine karşı okuryazarlık konusunu önemli bir noktaya taşımaktadır.

Covid-19 salgının tüm dünyayı etkisine aldığı 2020-2022 yılları arasında bu salgına yönelik akademik çalışmalar da hızla yayınlanmaya başladı. Kendi başına ayrı bir literatür oluşturan Covid-19 Salgının etkisi o kadar büyüktü ki dergiler Covid-19 salgınına yönelik özel sayılar çıkardı. Hatta online sayfalarında Corona ve Covid-19'a yönelik sayfalar açıldı. Dünyanın önde gelen tıp dergilerinden The New England Journal of Medicine resmi web sayfasında Covid-19'a ayrı bir başlık açtı (Coronavirus (Covid-19)) ve hastalık ile ilgili araştırma makalelerini buradan duyurdu. The Lancet da Covid-19 çalışmalarına özel önem vererek web sayfasında bir kaynak merkezi oluşturdu (The Lancet). Bu çalışmalar sadece tıp bilimi ile sınırlı kalmadı. Örneğin Researching the COVID-19 Pandemic: A Critical Blueprint for the Social Sciences (Briggs, Ellis, Lloyd, & Telford, 2021) sosyal bilimler alanında Covid 19 konusunda yazılmış kapsamlı bir kitap olarak çıktı. Bu alandaki çalışmalar Covid 19 ile ilgili veriler çoğaldıkça daha da artmaktadır.

Sağlık haberleri insanları hastalık ve korunma hakkında bilgilendirmekte, davranışlarını değiştirmeye motive etmekte ve sağlık politikasının ve halk sağlığının anlaşılmasını teşvik etmektedir. Böylece sağlık gazetecileri; halk ile doktorlar, bilim insanları ve ilaç şirketleri arasında arabuluculuk yapmaktadır (Sharma, ve diğerleri, 2020, s. 1446). Sağlık okur yazarlığı kavramını ilk kullanan kişi Scott K. Simond'dur (Simonds, 1974). Fonksiyonel sağlık okuryazarlığı, sağlık bilgilerini okuma, anlama ve bunlara göre hareket etme yeteneğidir. Bu, reçete etiketlerini okumak ve anlamak, randevu fişlerini yorumlamak, sağlık sigortası formlarını doldurmak, teşhis testleri için talimatları takip etmek ve bir hasta olarak sağlıkla ilgili diğer temel materyalleri anlamak gibi görevleri içermektedir (Andrus & Roth, 2002, s. 283). Sağlık haberleri okuryazarlığı da sağlık okuryazarlığını kapsayacak şekilde haber metinlerine ulaşmak, onları analiz etmek, değerlendirmek anlamında kullanılan bir ifadedir. Medya okuryazarlığı bu bağlamda medyayı en iyi bir biçimde ve doğru olarak kullanarak onun zararlı etkilerinden uzak kalma amacını gütmektedir (Bilici, 2014, s. 28).

Çalışmanın literatür kısmı sağlık haberciliği ve medya okuryazarlığı konularına ait başlıklardan oluşmaktadır. İlk olarak sağlık haberciliği kavramı açıklanmış olup, sağlık haberciliğinin etik ilke ve kuralları ile birlikte sağlık haberciliğindeki ticarileşme olgusu tartışılmıştır. Medya okuryazarlığı ve sağlık haberciliği başlığı altında medya okuryazarlığı kavramı tanımlanarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

Bu çalışma Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sağlık haberlerine yönelik algısını demografik değişkenler bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Cinsiyetin, alınan derslerin ve sınıflarının sağlık haberlerini okurken bir farklılık yaratıp yaratmadığını araştırmak amacıyla bahsi geçen öğrencilere sağlık haberleri algısı ölçeği uygulanmış ve çıkan sonuçlar SPSS kullanılarak değerlendirilmiştir.

1. Sağlık Haberciliği

Sağlık haberciliği gazetecilik alanı içerisinde habercilik türlerinden biridir. Sağlık haberciliği insan sağlığını ve hayatını ilgilendirmesi bakımından son derece önemli ve dikkatli olunması gereken bir habercilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamu yararı ve sağlığını ilgilendirmesi bakımından

halkın doğru bilgilendirilmesi gereken bir habercilik türüdür. Sansasyonel ve umut vaat eden haberler halkı yanlış bilgilendirerek insan sağlığını tehlikeye sokabilmektedir. Sağlık haberi yazmak uzmanlık gerektiren zor bir çalışmadır. Sağlık muhabirleri hem sağlık ve tıp alanında hem de gazetecilik alanında yeterli bilgi ve donanıma sahip olmalıdır. Ancak bu iki alanda yeterli bilgiye sahip ve etik kuralları bilen muhabirler insan sağlığını gözeten doğru ve gerçek haberleri yazabilirler.

Medyada öne çıkan, konular ve temalar kamuoyunda da öne çıkmaktadır. Bu nedenle sağlığın kitle iletişim araçlarında yer alması ve kalitesi çok önemlidir. Kitle iletişim araçları, genel halk için sağlıkla ilgili önemli bir bilgi kaynağıdır (Sharma, ve diğerleri, 2020, s. 1445) Haber medyası; halkın tıbbi tedavi, hastalıkların önlenmesi, sağlığın teşviki ve geliştirilmesine karşı tutumları üzerinde, hastalık ve rahatsızlıkların kavrayışını şekillendirmede temel bir rol oynamaktadır. Aslında sağlık haberlerinin halkın sağlıkla ilgili beklentilerini ve davranışlarını şekillendirmede halk sağlığı kampanyalarından daha etkili olabileceğine dair kanıtlar vardır. Bu nedenle sağlıkla ilgili haberlerin yüksek kalitede olması çok önemlidir (Lipworth, Kerridge, Morrell, Forsyth, & Jordens, 2015, s. 252). Sağlığın medyadaki temsilleri, hem insanların sağlık algıları hem de sağlıkla ilgili davranışları için temel bir rol oynamaktadır (Lalazaryan & Zare-Farashbandi, 2014) Dezenformasyon ve yanlış bilgilendirme insan sağlığını ilgilendirdiği için tüketiciler için zararlı olmaktadır (Sharma, ve diğerleri, 2020, s. 1446).

Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği'nin (ESAM) "Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi"nde tıbbi dergilerdeki araştırmaların haber kaynağı olarak kullanılması gerektiği ifade edilmektedir. Yazıları denetlenmiş tıbbi dergilerin en doğru haber kaynağı olduğu, Türkiye'de çıkan pek çok tıbbi dergideki bilimsel yayınların halkın yararına kullanılması için basın bültenleri hazırlanmasının (TTB, TÜBİTAK tarafından) sağlanması ve bu bültenlerin halk sağlığı açısından öncelikli, güncel ve en fazla sayıda kişiyi ilgilendirecek konular hakkında olması gerektiği vurgulanmaktadır (Halkın yararı için sağlık haberciliği bildirgesi, 1999).

Gazetecilik teknolojik gelişmelerle doğrudan ilgili bir alandır. Her yeni teknoloji gazeteciliği önemli oranda etkilemektedir. Bu teknolojilerden biri de internet teknolojisidir. Bilgiye erişim internet teknolojisi ile kolaylaştı ve diğer alanlarda olduğu gibi sağlık alanında da bilgi, enformasyon üreten siteler ortaya çıktı. İnternet teknolojisi ile bilgi ve haber hem hızlı ve sınırsız alan içinde yayılma imkânı buldu hem de kullanıcı etkisi ile birlikte yalan ve yanlış bilgi ve haberin yayılması kolaylaşmıştır. Sağlık haberciliği dijital ortamda suiistimal edilen alanlardan biri haline gelebilmektedir. İnsan sağlığını ilgilendirdiği için çok dikkatli ve hassas olunması gereken bu alan tık tuzağı ve bilinçsiz kullanıcılar nedeniyle olumsuz etki ve sonuçlara neden olabilmektedir.

Sağlık haberciliği literatürüne bakıldığında Lee ve arkadaşları sağlık haberlerine gönderilen çevrimiçi yorumları incelemiştir. Sonuçlar, okuyucuların çevrimiçi sağlık haberlerine yönelik çevrimiçi yorumlarının, okuyucuların bakış açılarını daha iyi anlamaları için gazetecilere anında geri bildirim sunma ve diğer okuyuculara yapıcı bilgiler sağlama açısından müzakereci söylemi teşvik edebileceğini göstermektedir (Lee & McElroy, 2019). Sağlık gazetecileri üzerine yapılan başka bir çalışma, sağlık gazetecilerinin sağlık haberlerinin yayılması için bilgi ve özel eğitimden yoksun olduğunu ortaya koymaktadır (Keshvari, ve diğerleri, 2018). Çevrimiçi sağlık haberleri ile ilgili yapılan bir çalışmada 30 bin sağlık haberi incelenmiştir. Bu haberler güvenilir ve güvenilir olmayan yayın kuruluşu aracılığıyla yayınlanan haberler olarak incelenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar, güvenilir olmayan medya kuruluşlarının, kullanıcıların dikkatini çekmek için haber başlıklarında tık avcılığı yaptığına yöneliktir. Ayrıca daha az alıntı ve hiper linklerin daha çok güvenilir olmayan yayın organları ile ilişkili olduğu sonucu ortaya konmuştur (Dhoju, Rony, Kabir, & Hassan, 2019, s. 93-96). Sağlık gazeteciliğinde hikaye anlatımı ile ilgili sağlık gazetecileri ile bir çevrimiçi anket çalışması yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda sağlık habercileri hikaye anlatımını ortak bir konuyu takip eden ve gerçek insanlarla ilgili bir hikaye olarak anladığını ortaya koymuştur. Sağlık gazetecileri hikâye anlatımını kullanma nedenleri olarak öncelikle tıbbi gerçeklerin anlaşılır ve net sunumu olarak ifade etmiştir. Ayrıca sağlık gazetecileri, anlatım unsurlarının gerçekleri çarpıtmamasına ve kişilik haklarının korunmasına özel önem vermektedir (Heimes, 2016, s. 852) .

2. Sağlık Haberciliğinin Ekonomi Politikası

Ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde medyanın iktidar ve endüstri ilişkileri ile bağlantılı olması gazeteciliğin dördüncü kuvvet medya görevini yerine getirememesi sorunu ortaya çıkarmaktadır. Medyanın endüstri ile olan ilişkileri medyanın ve haberciliğin ticarileşmesine neden olmaktadır. Medya bir endüstridir. Basın endüstrisi halkı doğru bilgilendirmek ve halk adına iktidarı denetleme görevi ile ticari işletmenin gereklerini yerine getirme arasında çatışma içerisindedir. Medya endüstrisi bu iki taraf arasında ticarileşmeyi önceleyen bir pozisyonda durmayı tercih etmektedir.

Haberde magazin, reklam, eğlence unsurlarının artması ile tabloidleşme durumu ortaya çıktı. Haberler daha fazla okunsun ve okuyucunun dikkatini çeksin diye sansasyonel magazinsel haberler haberin ticarileşmesine katkıda bulunmaktadır. Daha çok eğlendirmek ve dikkat çekmek adına basın etiğine uygun olmayan haber ve içerikler hem yazılı basında hem de dijital medyada çokça yer almaktadır.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde yer alan haber-ilan (reklam) ayırımına göre; haber ve reklam amaçlı metinlerin ayrımı hiç bir karışıklığa yer vermeyecek biçimde yapılmalıdır. Ücretle yayımlanan içeriklerde mutlaka "Advertorial" ya da "Bu bir ilandır" ibaresi olmalıdır. Haber ve reklam ayrımı basın meslek ilkeleri ve gazetecinin temel görevleri içerisinde yer almaktadır. Haber hiçbir çıkar gözetmeksizin kamuyu bilgilendirme amaçlı yapılırken reklam ücret karşılığı bir ürün veya hizmetin tanıtım amaçlı yapıldığı bir iletişim aracıdır. Haber görünümünde reklam sunmak okuyucuyu aldatmak ve kandırmak anlamına gelmektedir. Çünkü okuyucu gerçekte reklam olan içeriği haber olarak algılamakta ve o niyetle okumaktadır. İzler kitle genellikle reklamları izlememeyi veya okumamayı tercih ederken haberleri izlemeyi ve okumayı tercih etmektedir. İzler kitlenin habere olan ilgisinden faydalanarak reklama maruz bırakma, habercilik etiği ve meslek ilkelerine aykırı bir durumdur. Sağlık haberleri de haberdeki ticarileşmeden etkilenen haber türlerindedir. Sağlık ürün ve hizmetlerinin tanıtımı haber görüntüsü altında reklam amaçlı yapılabilmektedir. Dijital ortamda sağlıkla ilgili çok miktarda haber görümlü reklam içerikleri yer almaktadır.

Sağlık haberleri endüstri baskıları nedeniyle genellikle basitleştirilmiş veya daha kötüsü sansasyoneldir. Sağlık haberleri sattığı için reklamı yapılabilir ve bu süreçte çarpıtılmış olabilir (Schwitzer, Mudur, Henry, Wilson, & Goozner, 2005, s. 579). Haber üzerindeki ticari baskılar haberin etik ve temel ilkeleri ile çatışmaktadır. Haberi okutmak için tık tuzağı olarak bilinen tıklanma sayısını arttırma amaçlı sansasyonel haber başlıkları kullanılabilir. Ayaz'ın (2019) internette yayınlanan sağlık haberlerinin magazinsel boyutunu ortaya koyduğu çalışmaya göre haberlerin %9,7'sinin estetik ve güzellikle ilgili olduğu, %7'sinin tüketimi teşvik edici haberler olduğu, %33'ünün popüler sağlık doktorları veya özel hastanelerdeki doktorların tanıtımını yaptığı belirtilmiştir. Ayrıca haberlerin %20,5'inde özel sağlık kuruluşlarının reklamının yapıldığı görülmüştür. Haberlerde tanıtım unsurları ön plandadır. Ticari nitelik taşımayan haberlerin oranı % 48,5'tir (Ayaz, 2019, s. 37). Haberin yayınlandığı sayfa ya da alan okunma açısından önemlidir. Basılı gazetelerde ilk sayfa en çok okunan ve önemli haberlerin yer aldığı bölümdür. Haber sitelerinde de ana sayfa ve üst kısımda yer alan haberler en çok okunan ve görülen haberleri oluşturmaktadır. Bu sayfalarda ve bu haberler arasında yer alan reklam ve ilanlar haberin önüne geçebilmektedir.

Şirketler gazetecilerin eğitimlerine, konferanslara katılımlarına ve sağlıkla ilgili gazetecilik ödüllerine sponsorluk yaparak, ticari yayınlara haber yazmaları için gazetecilere ödeme yaparak ve hediyeler sunarak gazetecilerle daha doğrudan etkileşimde bulunmaktadır. Bu etkileşimle ilgili endişe; şirketler ve gazeteci arasındaki ilişkilerin doğruluk ve tarafsızlık gibi gazetecilik ilkelerini olumsuz etkileyebileceği, medya kuruluşlarını endüstri için sözcülük yapar hale getirebileceği ve sonuçta kamu yararını tehlikeye atabileceği yönündedir (Lipworth, Kerridge, Morrell, Forsyth, & Jordens, 2015, s. 252)

3. Sağlık Haberciliğinde Etik İlkeler ve Kurallar

Haberden edinilen bilgi diğer kişilerin hayatlarını etkileyebilmektedir. Bireyler edindikleri haberlere dayanarak düşünce ve davranışlar geliştirdikleri için haberi oluşturan kişi ve kurumlar bu düşünce ve davranışlardan dolayı olarak sorumlu olmaktadır (Dedeoğlu, 2016, s. 61). Gazetecilik mesleği halkın düşünce ve davranışlarını yönlendirme etkisine sahip olduğu için etik ile birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Haberin doğru ve gerçekleri yansıtması ve manipüle etmemesi gerekmektedir. Doğru ve gerçeği yansıtmayan haberler halkı yanlış yönlendirmekte ve etkilemektedir. Bu durum sağlık haberciliğinde telafisi mümkün olmayan durumlara neden olabilmektedir.

Gazeteciliğin kamu yararını önceleyen bir meslek olması gerektiği için etik ilkelere uyması ve kamuyu gözetmesi önem arz etmektedir. Gazetecilik içerisinde sağlık haberciliği etik ilkeler açısından daha fazla hassas ve özen gösterilmesi gereken bir alandır. Basın meslek ilkeleri içerisinde sağlık haberciliği ile ilgili ilke ve kurallar yer almaktadır. Bu ilkelere temel nokta kamu sağlığının ve hasta haklarının öncelenmesidir.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde sağlık haberleri ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bunlar; sağlık konusunda sansasyondan kaçınılması, insanları umutsuzluğa sürükleyecek veya sahte umut verecek yayın yapılmaması, tıbbi alandaki araştırmaların kesinleşmiş sonuçlar gibi yayınlanmaması, araştırmaları destekleyen kuruluşların açıkça belirtilmesi, bilimsel kanıta dayalı olmayan tanı ve tedavi yöntemlerine haberlerde yer verilmemesi, ilaç tavsiyesinde bulunulmaması, sağlık kuruluşlarında araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazetecinin kimliğini belirtmesi ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin izniyle girmesi gerektiği, gazetecinin hastanın ses ve görüntü kaydını izinsiz almaması gerektiği, doktor veya hastanelerin suçlandığı haberlerde mutlaka onların da görüşüne başvurulması gerektiğidir (Türkiye gazetecileri hak ve sorumluluk bildirgesi, 2019). İlgili literatüre bakıldığında sağlık haberlerinin içerik analizi ile incelendiği, umut verme ve mucizevi tedavilerle ilgili yapılan bir çalışmada basın ahlak ilkelerine yeterince uyulmadığı ve sağlık haberlerinde gerekli özenin gösterilmediği ortaya konulmuştur (Kaya, Yüksel, & Ögüt, 2011).

Medya enfeksiyon, virüs gibi konularla ilgili bilginin daha geniş topluma yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Genellikle, riskler ve en son sağlık tartışmaları hakkında halkı ilk uyarıcı medyadır. Ancak durumu çarpıtıcı ve abartıcı haberciler halkı panik ve telaşa düşürebilirler (Furlan, 2016, s. 176). Medya sağlık konularında hassas davranmalıdır. Bulaşıcı hastalıklar ve virüslerle ilgili haberler halkta gereksiz bir panik yaratmadan gerçekler ölçüsünde sunulmalıdır. Geçmiş yıllarda yaşanan SARS hastalığı, domuz gribi medyada çokça yer almış ve halkta korku ve paniğe neden olmuştur. Sağlık haberciliğinde sansasyondan ve abartıdan kaçınmak halk sağlığı için son derece önemlidir. Küçük bir sorunu çok büyük bir problem gibi göstermek halk arasında gereksiz yere korku ve paniğe neden olabilmektedir. Bu günlerde Korana virüsü ile ilgili pek çok haber yayınlanmaktadır. Özellikle sosyal medyada birçok video ve paylaşım insanlar arasında korku ve telaşa neden olabilmektedir. Hatta virüsün Çin'de ortaya çıkması Çinli insanlara karşı ırkçı tavırların oluşmasına neden olmaktadır. Sosyal medya bu ırkçı davranışların artmasına ve yayılmasına sebep olabilmektedir.

Editörlerin, gazetecilerin ve yazarların sağlık haberlerinde kullanılan terminolojiyi incelemeleri gerekir. Belirsiz, sansasyonel terimler (“tedavi”, “mucize” ve “büyük buluş” gibi) yanıltıcı ve yanlış bilgi vererek haber tüketicilerine zarar verebilir. Gazeteciliğin değerlerinin temelinde, bu tür terimler anlamsız oldukları için kullanılmamalıdır (Schwitzer, Mudur, Henry, Wilson, & Goozner, 2005, s. 576). Bütün haber türlerinde olabildiği gibi sağlık haberlerinin çok okunması ve tıklanması için haber başlıkları ilgi çekici ve sansasyonel olabilmektedir. Mucize tedavi, kansere çare bulundu gibi haberler okuyucuyu çekmekle birlikte haberin içeriği başlıktaki yargıyı kanıtlamaktan uzak olabilmektedir. Kanser kesin bir çare bulunmamasına karşın haberlerde çare bulundu gibi gösterilmesi okuyucunun aldatılması ve yanıltılması anlamına gelmektedir.

Bilim, tıp ve sağlık haberlerinin sürekli bilimsel olarak incelenmesi sonucunda bir takım eleştiriler ortaya kondu. Bunlar; araştırma süreçlerinin yanlış anlaşılması, verilerin yanlış yorumlanması, tek

kaynaklı hikâyeler, belirli konuların diğerlerinden daha fazla tercih edilmesi, abartı kullanımı ve halkla ilişkiler (PR) uygulayıcıları tarafından sağlanan kaynak bilgilerinin eleştirel olmayan kullanımınıdır (Furlan, 2016, s. 176). Sağlık haberciliği alanında uzmanlık gerektiren bir habercilik türüdür. Tıbbi konu ve terimlerini, gazetecilik etiğini iyi bilen, hem sağlık hem de gazetecilik etiğini harmanlayan gazeteciler sağlık haberlerini kamusal yararı gözeterek sunabilirler. Birçok basın kuruluşunda sağlık alanında uzmanlığı ve bilgisi olmayan muhabirler sağlık haberi yazabilmektedir. Dolayısıyla sağlık haberlerinde etik ihlallere sıkça rastlanabilmektedir. Halkla ilişkiler kaynaklı bültenlerin kullanımı da sağlık haberciliği için sorun teşkil edebilmektedir.

Güncellik ve etkililik gibi standart haber kriterleri, öyküleri seçmek için kullanılabilir. Ancak sağlık haberciliğinde bağlam çok önemlidir. Rapor edilecek ön araştırmanın bağlam içine yerleştirilmesi gerekmektedir. Bu, konuyla ilgili daha önceki araştırmalara atıfta bulunarak ve perspektife yeni bir bulgu getirebilecek bağımsız uzmanlardan yorumlar arayarak elde edilebilir. Bazen sağlık araştırmaları çelişkili bulgular ortaya çıkarır. Bir gen bir hastalıkla bağlantılı mı? Bir çalışma bağlantılı olduğunu bulur, diğeri ise bulmaz. Bu gibi durumlar sağlık yazarları açısından yorumlayıcı ve analitik beceriler gerektirir. Aksi takdirde yazarlar okuyucuları yanlış yönlendirebilir veya kafalarını karıştırabilir (Schwitzer, Mudur, Henry, Wilson, & Goozner, 2005, s. 577).

Hem tıp bilimcilerinin hem de gazetecilerin kendilerini tanıtmak ve halka ulaşmak için acele davranmaları mesleklerinin kutsal ilkelerini ihlal etmelerine neden oldu. Bilim geleneksel olarak bireysel anekdotlar üzerindeki kolektif verileri vurgulamak ve ilk önce bunu doğru bir şekilde elde etmekle birlikte, tıp dünyasının temsilcileri genellikle erken klinik araştırmaları halka erken yayınlama baskısı hissettiler (Johnson, 1998, s. 88). Sağlık ve tıp ile ilgili birçok araştırma sağlık haberlerinde kesinleşmiş gibi sunulabilmektedir. Kesin olmayan ve hayvanlarda denenmiş araştırma sonuçları ile ilgili sağlık haberleri pek çok hastalık ve sağlık sorununa kesin çözüm bulundu olarak servis edilebilmektedir. Oysa bu araştırmalar kesin sonuçlanmış araştırmalar olmadığından hastalıkların kesin çözümü olarak sunulması doğru değildir.

4. Sağlık Haberciliği ve Medya Okuryazarlığı

Basit bir tanımla medya okuryazarlığı her türlü iletiden gelen bilgiye erişme ve bilgiyi işleme yeteneğidir. Geleneksel olarak, saygın edebiyat eserlerini analiz etme ve takdir etme ve buna bağlı olarak iyi yazarak etkili iletişim kurma becerisini içeren bu kavram, geçtiğimiz zaman diliminde, yetkin bir şekilde analiz etme ve basılı gazeteciliği, sinema yapımlarını, radyo ve televizyon programlarını ve internet ürünlerini ustaca kullanma yeteneğini olarak tanımlanmaya başlamıştır (Brown, 1998, s. 44). Bu bağlamda Medya okuryazarlığı, kendimizi medyaya maruz bırakmak ve karşılaştığımız mesajların anlamını yorumlamak için aktif olarak kullandığımız bir dizi bakış açısıdır. Çok boyutluluk ve süreklilik arz etmektedir (Potter, 2019, s. 49).

Potter'a göre medya okuryazarlığı ile ilgili yazıların genelinde kitle iletişim araçlarının zararlı olduğuna odaklanılır. Medya mesajlarının zararlı etki riskini artırma potansiyeline sahip olduğunu kabul etse de Potter açık fikirli bir bakış açısıyla medya mesajlarının da olumlu etkiler için büyük bir potansiyel olduğunu göstermeye çalışmaktadır (Potter, 2019, s. 51).

Medya okuryazarlığı günümüz medya toplum ilişkisinin en önemli sacayaklarından birini oluşturmaktadır. Giderek artan medya ürünleri karşısında çoğu zaman pasif kalan kullanıcıların medya okuryazarlığı becerisine sahip olması gerekliliği akademik platformlarda oldukça sık tartışılır olmuştur. Medya okuryazarlığı becerisi bilginin, demokrasinin, kültürel katılımın ve aktif vatandaşlığın gelişimindeki önemine vurgu yapan Koltay eğlence ve popüler kültür mesajlarının sosyalleşme aracı olarak kullanıldığı bir ortamda çocuk ve gençlerin büyük miktarda medya mesajına maruz kaldığına vurgu yapmaktadır. Bu sebeple bilgiyi kullanmak, manipüle etmek ve oluşturmak, özellikle internete ve bilgi işlem araçlarına giderek daha fazla güvenenler için artan bir önem kazanmaktadır (Koltay, 2011, s. 212).

Medya okuryazarlığı becerisi, medya ürünlerine karşı geliştirilmiş bir beceri olmakla birlikte erişim, analiz, değerlendirme ve içerik oluşturmak üzere dört ana bileşenden oluşmaktadır. Bu dört bileşen birlikte medya okuryazarlığına yönelik becerilere dayalı bir yaklaşım oluşturur. Her bileşen, doğrusal olmayan, dinamik bir öğrenme sürecinin parçası olarak diğerlerini destekler: İçerik oluşturmayı öğrenmek, kişinin başkaları tarafından profesyonel olarak üretilenleri analiz etmesine yardımcı olur; analiz ve değerlendirme becerileri, internetin yeni kullanımına, erişimin genişletilmesine vb. şeylere kapılarını açar. (Livingstone, 2004, s. 5-8).

Potter ise medya okuryazarlığı becerisini 7 maddede dile getirmiştir (Potter, 2019, s. 54):

1. Analiz: Bir mesajı anlamlı öğelere bölmek,
2. Değerlendirme: Bir mesaj öğesini bazı standartlarla karşılaştırarak karar vermek. Bir mesajın değerini yargılamak,
3. Gruplama: Öğeler arasında hangi unsurların birbirine benzediğini belirlemek; Bir grup öğenin diğer öğe gruplarından nasıl farklı olduğunu belirlemek,
4. Tümevarım: Küçük bir öğe kümesinden bir örüntü çıkarmak, ardından örüntüyü kümedeki tüm öğelere genellemek,
5. Tümdengelim/çıkarmak: Genel ilkeleri ayrıntıları açıklamak için kullanmak,
6. Sentez: Parçalarla yeni bir yapı oluşturmak,
7. Özetleme/ Soyutlama: Mesajın özünü mesajın kendisinden daha az sayıda kelimeyle yakalayan kısa, net ve doğru bir açıklama oluşturmak,

Bu beceriler elbette ki daha da arttırılabilir. Ancak, bu noktada en dikkat çekici unsur medya okuryazarı olabilmek için medya ürünlerini, bazı standartlar ve değerler süzgecinden geçirip yeni bir öğe halinde ele alabilmektir. Benzer bir durum sağlık haberleri çerçevesinde de geçerlidir. Okur/izler kitle medyada yer alan haberleri, belirli standartlar çerçevesinde değerlendirmeli, neyin reklam, neyin asparagas neyin doğru bilgi olduğunu ayırt edebilmelidir. Bu sebeple medya okuryazarlığı becerisi bireylere küçük yaşlardan itibaren kazandırılırsa, üretilen medya metinlerine karşı gerçekleştirecekleri tutum sayesinde daha net ve doğru haberlere ulaşabileceklerdir. Bu durum belki de haber üretim sürecine de etki ederek habercilerin daha dikkatli davranmalarını da sağlayabilecektir.

Medya okuryazarlığı sayesinde öğrenciler, çeşitli medya kuruluşlarında yer alan mesajları eleştirel olarak değerlendirmeyi öğrenebilirler. Öğrenciler medyanın mesajları nasıl sunduklarını anladıklarında, ne aradıklarını ve gördüklerini ve duyduklarını nasıl yorumlayacaklarının daha fazla farkında olacaklardır. Böylelikle sağlıkla ilgili tüm mesajlar incelenecek ve eleştirel bir gözle değerlendirilecektir. Bu tür bir inceleme, öğrencileri sağlıkları konusunda daha bilinçli hale getirebilir ve sağlıksız davranışlardan kaçınmaya teşvik edebilir (Yates, 1999, s. 184).

Türkiye’de anaakım medyanın sağlık haberleri üzerinde yapılan bir araştırmaya göre ana akım medyanın sağlık haberciliği konusunda tabloid ve sansasyonel bir haber tarzı benimsediği, haberlerin yarısından fazlasının genel sağlık haberi niteliği taşımadığı, belirli tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzlarını öneren, özendirilen haberlerin sağlık haberleri içine yedirildiği, sağlık haberlerinin üçte birinde açıkça sansasyonel unsurlar kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Taylan & Ünal, 2017, s. 42). Bu sebeple sağlık haberleri üzerinden bir medya okuryazarlığı becerisi geliştirebilmek bu tür medya metinlerinin olumsuz etkilerine maruz kalmamayı sağlayabileceği gibi, sağlıklı bir birey olmak konusunda bilinçli bir tüketici olmayı da beraberinde getirebilecektir.

5. Araştırma

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sağlık haberleri algısı demografik değişkenler bağlamında incelenmiştir. Çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sağlık haberlerine ilişkin algılarını demografik değişkenler bağlamında ortaya koymaktır. Araştırmada sağlık haberleri algısı, demografik değişkenlerin yanında öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi alıp almaması açısından da incelenmiştir. Çalışma demografik değişkenler olarak öğrencilerin cinsiyeti, okudukları sınıfı ve bölümleri temel alınarak analiz edilmiştir.

Araştırma, üniversite öğrencilerinin sağlık haberlerine ilişkin algısının demografik değişkenler yönünden incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Araştırma, sağlık haberleri algısının öğrencilerin

cinsiyetine, okuduğu sınıf ve bölüme göre değişip değişmediğini ortaya koyarak değişkenlerin etkisini ölçmeye yöneliktir. Ayrıca, medya okuryazarlığı dersinin sağlık haberlerini algılama noktasında etkisi olup olmadığını ortaya koyması açısından da çalışma önem teşkil etmektedir. Bu yönü ile araştırma ilgili literatürde üniversite öğrencilerine yönelik benzer bir çalışma olmaması yönü ile de önem taşımaktadır.

5.1.Yöntem

Bu araştırma, yöntem açısından nicel bir çalışmadır. (Büyüköztürk, Akgün, Demirel, Karadeniz, & Çakmak, 2015, s. 14)'e göre tarama araştırması, bir grubun belli özelliklerini ortaya koymak için verilerin toplanmasını kapsayan çalışmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada araştırma soruları sayısal veriler üzerinden incelenmiştir. Bu sorular SPSS yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu araştırmanın evrenini iletişim fakülteleri öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerini kapsamaktadır. Fakültenin bölümleri; Gazetecilik, Yeni Medya, Radyo Televizyon Sinema ve Halkla İlişkiler ve Reklamcılık'tır. Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi toplam öğrenci sayısı 2563 olup % 5 güven aralığında 202 öğrenciye ulaşılmıştır. Anket formu online olarak düzenlenip online ortamda öğrencilere gönderilmiş ve yanıtları alınmıştır.

Çalışmada kullanılan anket çalışması; Çınar ve arkadaşlarının "Sağlık Haberleri Algısı: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması" adlı makalesinde geliştirdikleri ölçek kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Çınar, Şengül, H., Çakmak, & Bilge, 2018). Bu çalışmada katılımcılara ölçek soruları ile birlikte bölüm, sınıf, cinsiyet ve medya okuryazarlığı dersi alıp almaması gibi demografik değişkenler sorulmuştur. Bu sorular ışığında araştırma soruları oluşturulmuştur. Araştırma soruları ile sağlık haberciliği algısı ve bölüm, sınıf, cinsiyet, medya okuryazarlığı arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır.

Araştırma 1-8 Ağustos 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçekte 5 faktör bulunmaktadır. Bu faktörler: ticari kaygı ve reklam, Tüketime Yönelme, davranış değişikliği, sağlık davranışını istismar ve sağlık haberlerine duyulan inanç. Ankette bu faktörler üzerinden sağlık algısına yönelik sorular sorulmuştur. Çalışma, üniversite öğrencilerinin sağlık algısı ile demografik değişkenler arasındaki ilişki temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu bağlama dayanarak çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

Araştırma sorusu 1: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Araştırma sorusu 2: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile okudukları bölüm arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Araştırma sorusu 3: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile medya okuryazarlığı dersi alıp almama durumu arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Araştırma sorusu 4: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile öğrencilerin okudukları sınıfa göre anlamlı bir fark var mıdır?

5.2.Bulgular

Çalışmada araştırma kapsamında kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Bu hesaplama sonucunda ölçeğin güvenilirliği .85 olarak elde edilmiştir. Literatürde güvenilirlik analizi için katsayının .70 üzerinde olması kabul edilmektedir. Bu nedenle elde edilen bu sonuca göre kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: Cinsiyete Göre Dağılım

		Sayı	%
Cinsiyet	Erkek	96	47,5
	Kadın	106	52,5
Bölüm	Gazetecilik	63	31,2
	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	41	20,3
	Radyo Televizyon Sinema	28	13,9
	Yeni Medya	70	34,7
Sınıf	1. sınıf	38	18,8
	2. sınıf	38	18,8
	3. sınıf	56	27,7
	4. sınıf	70	34,7
Medya Okuryazarlığı dersi var mı?	Evet	100	49,5
	Hayır	102	50,5
	Total	202	100,0

Tablo 1’de öğrencilerin; cinsiyet, bölüm, sınıf ve medya okuryazarlığı dersi alıp almadığına dair veriler sayı ve yüzde olarak gösterilmektedir. Anket çalışmasına katılan toplam 202 öğrencinin 96’sı erkek, 106’sını ise kadın oluşturmaktadır. Yüzde olarak % 47,5 erkek, % 52,5 ise kadındır. Bölümler olarak incelendiğinde Gazetecilik bölümünden 63 kişi katılmış olup % 31,2’yi oluşturmaktadır. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünden 41 kişi katılmış olup % 20,3’ü oluşturmaktadır. Radyo Televizyon Sinema bölümünden 28 kişi katılmış olup % 13,9’u oluşturmaktadır. Yeni Medya bölümünden 70 kişi katılmış olup % 34,7’yi oluşturmaktadır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi alıp almadığı sorusuna bakıldığında sayı ve oranların birbirine yakın olduğu görülmektedir. 202 kişiden 100’ü medya okuryazarlığı dersi aldığını belirtirken 102 kişi ise bu dersi almadığını belirtmiştir. Yüzde olarak dersi alan öğrenciler % 49,5 olup dersi almayan öğrenciler ise % 50,5’i oluşturmaktadır.

Araştırma sorusu 1: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Üniversite öğrencilerinin sağlık haberciliğine ilişkin algılarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği 202 kişiden elde edilen veri üzerinden araştırılmıştır. Bağımsız örneklem T testi sonuçları tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

		N	Ort	SS	df	t	p
Sağlık haberciliği algısı	Kadın	106	3,1967	,50899	,04944	-,115	,908
	Erkek	96	3,2047	,48363	,04936		

Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sağlık haberciliği algısına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>.05$). Bağımsız örneklem T testi sonuçları sağlık haberciliği algısının cinsiyet açısından bir farklılık olmadığını ortaya koymaktadır.

Araştırma sorusu 2: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile okudukları bölüm arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Üniversite öğrencilerinin sağlık haberciliğine ilişkin algılarının bölüme göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği 202 kişiden elde edilen veri üzerinden araştırılmıştır. Anova testi ile elde edilen sonuçlar tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3: Anova Testi Tablosu

	N	Mean	Std. Deviation	f	p
Gazetecilik	63	3,3272	,43955	3,264	,022
Yeni Medya	70	3,1132	,55229		
Radyo Televizyon Sinema	28	3,2981	,49428		
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	41	3,0882	,43226		
Total	202	3,2005	,49588		

Öğrencilerin sağlık haberciliğine yönelik algısının okudukları bölüme göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin elde edilen veriler tablo 3’ de gösterilmektedir. Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin okudukları bölümlere göre sağlık haberciliğine yönelik algısı farklılık göstermektedir ($p < .05$). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını gösteren çoklu Tukey testi sonuçlarına bakıldığında Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo Televizyon Sinema bölümleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Ancak Yeni Medya ile Gazetecilik bölümlerinin sağlık haberciliğine ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ($p < .05$).

Araştırma sorusu 3: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile medya okuryazarlığı dersi alıp almama durumu arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Tablo 4: Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

	N	Ort	SS	df	t	p
Sağlık Haberciliği Algısı Evet	100	3,2196	,52518	200	0,542	,589
Hayır	102	3,1817	,46722			

Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sağlık haberciliği algısına ilişkin görüşlerinin medya okuryazarlığı dersi alıp almama durumuna göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi sonucu ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre sağlık haberciliğine ilişkin algı ile medya okuryazarlığı dersi alıp almama arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$).

Araştırma sorusu 4: Sağlık haberciliğine yönelik algı ile öğrencilerin okudukları sınıfa göre anlamlı bir fark var mıdır?

Tablo 5: Sınıflara Göre Anova Testi Tablosu

	N	Mean	Std. Deviation	f	p
1.sınıf	38	3,0789	,38523	1,984	,118
2. sınıf	38	3,3482	,54532		
3.sınıf	56	3,1717	,47373		
4. sınıf	70	3,2093	,52677		
Total	202	3,2005	,49588		

Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sağlık haberciliği algısına ilişkin görüşlerinin okudukları sınıflara göre farklılık gösterip göstermediği Anova testi yapılarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sağlık haberciliğine ilişkin algı ile öğrencilerin okudukları sınıflar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

SONUÇ

Sağlık haberleri toplumun genel sağlığını ve kamu yararını ilgilendirdiği için tüm bireyler açısından önemlidir. Sağlık konulu haber, içerik ve programların doğru okunması ve değerlendirilmesi her

bireyin sahip olması gereken bir beceridir. Gerek sağlık haberleri gerekse diğer haber türlerinin okunması ve değerlendirilmesinde medya okuryazarlığı büyük önem teşkil etmektedir. Medya okuryazarlığının bilgi ve donanımına sahip bireyler haberleri doğru okuyup değerlendirerek olası olumsuz etkilerinden kendilerini koruyabilmektedir. Toplum doğru bilgilendirmesi gereken medya ve gazetecilik pratikleri içinde bulunduğu ekonomi politik nedenlerden dolayı bu görevini yerine getirmeyebilmektedir. Bu durum bireyleri medya karşısında savunmasız duruma getirirken bireylerin bilinçli ve eleştirel medya ve okuryazarı olmalarını gerekli hale getirmektedir.

Bu çalışmada, öğrencilerin sağlık haberleri algısı demografik değişkenler bağlamında incelenmiştir. Bu amaçla Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine sağlık haberleri algısına yönelik bir anket çalışması uygulanmıştır. Bu anket çalışmasında Fadime Çınar ve arkadaşlarının geliştirdiği sağlık algısı ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeğe ek olarak cinsiyet, bölüm, sınıf ve medya okuryazarlığı dersi alıp almaması gibi demografik değişkenlere yönelik sorular eklenmiştir. Araştırma soruları olarak öğrencilerin sağlık haberciliğine yönelik algısı ile cinsiyet, okudukları bölüm, okudukları sınıf ve medya okuryazarlığı dersi alıp almamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda sağlık algısı ile cinsiyet, sınıf ve medya okuryazarlığı dersi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak öğrencilerin sağlık algısı ile okudukları bazı bölümler arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo Televizyon Sinema bölümleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Buna karşılık Yeni Medya ve Gazetecilik bölümleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Gazetecilik bölümünde okutulan dersler ağırlıklı olarak haberciliğe yönelik derslerden oluşmaktadır. Yeni Medya bölümünde okutulan dersler ise ağırlıklı olarak dijital iletişim ve sosyal medyaya yönelik derslerden oluşmaktadır. İki bölüm arasında fark oluşması ders farklılıklarından kaynaklanabilmektedir.

Benzer bir çalışma bireylerin sağlık haberlerine yönelik algı düzeylerini incelemiştir. Çalışmada bireylerin sağlık haber algılarının yaş ve medeni durum gibi değişkenlerden etkilenmediği sonucu ortaya konmuştur. Kadınların sağlık haber algılarının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Lisansüstü eğitim düzeyine sahip bireylerin sağlık haber algısı daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca gelirin sağlık haberlerinin algılanmasında etkili bir faktör olduğu vurgulanmıştır (Ertaş, Kıraç , & Ünal, 2019). Bu araştırma, üniversite öğrencilerine yapılması, bölüm, okuduğu sınıf gibi farklı değişkenler ile birlikte medya okuryazarlığı dersinin etkisini ortaya koyması açısından farklılık göstermektedir.

Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesinde medya okuryazarlığı dersi Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo Televizyon Sinema bölümlerinde seçmeli olarak okutulmaktadır. Yeni Medya bölümünde ise Yeni Medya Okuryazarlığı dersi zorunlu dersler listesinde yer almaktadır. İletişim Fakültelerinde medya okuryazarlığı ders konularını ilgilendiren başka farklı dersler de okutulmaktadır. İletişim Kuramları, İletişim Sosyolojisi, Medya Etiği gibi dersler de Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesinde medya okuryazarlığı becerisi geliştiren dersler arasında değerlendirilebilmektedir. Elde edilen bulgularda öğrencilerin sağlık haberciliğine ilişkin algısında medya okuryazarlığı dersi alıp almamasının bir fark oluşturmaması, öğrencilerin diğer aldıkları dersler ile medya okuryazarlığına ilişkin bilgi ve beceri sahibi olabildiklerini gösterebilmektedir. İletişim fakültelerinde medya ile ilgili çok fazla ders olması öğrencilerin medyaya dair bilgi ve algılarını güçlendirmektedir. Dolayısıyla öğrencilerin medya okuryazarlığını da güçlendirmektedir. Bu çalışmada öğrencilerin sağlık haberciliği algısı ile medya okuryazarlığı dersi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak çalışma, iletişim fakülteleri dışındaki fakültelerde uygulandığı takdirde anlamlı bir farklılık çıkabilir. Dolayısıyla gelecek çalışmalar İletişim Fakültesi dışında farklı fakültelerde yapılabilir. Farklı fakültelerde medya ile ilgili dersler okutulmadığı için öğrencilerin sağlık algısı ve medya okuryazarlığı arasında anlamlı bir fark bulunabilir.

KAYNAKLAR

- Andrus, M. R., & Roth, M. T. (2002). Health literacy: a review. *Pharmacotherapy*, 22(3), 282-302.
- Ayaz, F. (2019). Online sağlık haberciliğinin magazinsel boyutu. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 20(44), 37-50.
- Bilici, I. E. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Briggs, D., Ellis, A., Lloyd, A., & Telford, L. (2021). *Researching the COVID-19 pandemic: A critical blueprint for the social sciences*. Policy Press.
- Brown, J. A. (1998, Winter). Media literacy perspectives. *Journal of communication*, 48(1), 44-57.
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Demirel, F., Karadeniz, Ş., & Çakmak, E. K. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Coronavirus (Covid-19). (tarih yok). Mart 25, 2022 tarihinde The New England Journal of Medicine : https://www.nejm.org/coronavirus?query=main_nav_lg adresinden alındı
- Çınar, F., Şengül, H., H., Ç., Çakmak, C., & Bilge, Y. (2018). Sağlık haberleri algısı: bir ölçek geliştirme çalışması. *JAREN/Hemşirelik Akademik Araştırma Dergisi*, 4(3), 164-171.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, iletişim, yeni medya ve etik*. Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Dhoju, S., Rony, M. M., Kabir, M. A., & Hassan, N. (2019, Aug 21). A large-scale analysis of health journalism by reliable and unreliable media. IOS Press.
- Ertaş, H., Kırac , R., & Ünal, S. (2019). Halkın Sağlık Haberleri Algı Düzeylerinin İncelenmesi. 3. *Uluslararası 13. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi* (s. 723-734). Sakarya Üniversitesi.
- Furlan, P. (2016). Australian medical/health journalists on the value of science-based education and training. *Asia Pacific Media Educatio*, 26(2), 175-188.
- Halkın yararı için sağlık haberciliği bildirgesi*. (1999, Haziran 18-20). Haziran 26, 2021 tarihinde <http://www.esamder.org.tr/bildirgedetay.asp?bildirgeID=120> adresinden alındı
- Heimes, S. (2016). Storytelling in health journalism: Online survey of health journalists on definition and use. *Gesundheitswesen (Bundesverband der Ärzte des Öffentlichen Gesundheitsdienstes (Germany))*, 78(12), 852-854.
- Johnson, T. (1998). Medicine and the media. *New England Journal of Medicine*, 339(2), 87-92.
- K., S. S. (1974). Health education as social policy. *Health Education Monograph*, 2, 1-25.
- Kaya, A., Yüksel, E., & Öğüt, P. (2011). Sağlık haberlerinde mucize tedaviler. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 49-64.
- Keshvari, M., Yamani, N., Adibi, P., Shahnazi, H., Peyman, A., & Shahnazi, H. (2018). Health journalism: Health reporting status and challenges. *Iranian Journal of Nursing & Midwifery Research*, 23(1), 14-17. doi:10.4103/ijnmr.IJNMR_158_16
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.
- L. Ohno-Machado, B. S. (2019). A large-scale analysis of health journalism by reliable and unreliable media. D. Sameer, U. R. Md Main, K. Muhammad Ashad, & H. Naeemul içinde, *MEDINFO 2019: Health and Wellbeing e-Networks for All* (s. 93-97). Netherlands: IOS Press.
- Lalazaryan, A., & Zare-Farashbandi, F. (2014). A Review of models and theories of health information seeking behavior. *International Journal of Health System & Disaster Management*, 2(4), 193-203.
- Lee, N. Y., & McElroy, K. (2019). Online comments: The nature of comments on health journalism. *Computers in Human Behavior*, 92, 282-287.
- Lipworth, W., Kerridge, I., Morrell, B., Forsyth, R., & Jordens, C. F. (2015). Views of health journalists, industry employees and news consumers about disclosure and regulation of industry-journalist relationships: an empirical ethical study. *Journal of Medical Ethics*, 41(3), 252-257.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Potter, W. J. (2019). *Media literacy* (9. b.). Los Angeles: Sage Publications.
- Schwitzer, G., Mudur, G., Henry, D., Wilson, A. J., & Goozner, M. (2005, Haz). What are the roles and responsibilities of the media in disseminating health information? *The PLoS Medicine Debate*, 2(7), 576-582.
- Sharma, D. C., Pathak, A., Chaurasia, R. N., Joshi, D., Singh, R. K., & Mishra, V. N. (2020). Fighting infodemic: need for robust health journalism in India. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14(5), 1445-1447.
- Simonds, S. (1974). Health education as social policy. *Health Education Monograph*, 2, 1-25.
- Taylan, A., & Ünal, R. (2017). Ana akım medyada sansasyonel habercilik: sağlık iletişimi örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*(14), 27-44.
- Taylan, A., & Ünal, R. (2017). Ana akım medyada sansasyonel habercilik: sağlık iletişimi örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*(14), 27-44.

The Lancet. (tarih yok). Mart 24, 2022 tarihinde the Lancet COVID-19 Resource Centre: <https://www.thelancet.com/coronavirus> adresinden alındı

Türkiye gazetecileri hak ve sorumluluk bildirgesi. (2019, Şubat 12). Haziran 10, 2021 tarihinde <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html> adresinden alındı

Yates, B. L. (1999). Media literacy: a health education perspective. *Journal of Health Educatio*, 30(3), 180-84.

Extended Abstract

Access to accurate and reliable information is important in health journalism, as in all types of news. Health news is a field of journalism that needs to be sensitive as it closely concerns public health. The political economy aspect of the media causes the media to not fully fulfill its public duty towards society. For this reason, media literacy and critical media literacy are extremely important for individuals, both for other types of news and for the correct reading and evaluation of health news. Critical media literate individuals know the commercial and political structure behind the news and can evaluate the news accordingly. A health journalism that is intertwined with the commercial structure can pose a danger to the society. Health news, whose priority is not public benefit, but commercial, can threaten the health of individuals in the society. It can also cause unnecessary health expenditures and an increase in individuals' doubts about health. It is extremely important for public health to avoid sensationalism and exaggeration in health reporting. Showing a small problem as a huge problem can cause unnecessary fear and panic among the public. Since the profession of journalism has the effect of directing the thoughts and behaviors of the public, it should act together with ethics. The news must be accurate and reflect the facts and not manipulate. True and untrue news mislead and influence the public. This situation can cause irreversible situations in health journalism. For this reason, every individual should be media literate in the evaluation of health news. media literate individuals can see the facts and interests behind the news. Therefore, they can protect themselves from manipulated information and news. Every individual in the society should be media and health literate. Thus, individuals can protect themselves from possible harm by evaluating health news correctly. This research was conducted for the students of Uşak University Communication Faculties. The sample of the study includes the students of Uşak University Faculty of Communication. Departments of the faculty; Journalism, New Media, Radio Television Cinema and Public Relations and Advertising. The total number of students in the Faculty of Communication of Uşak University is 2563, and 202 students were reached at the 5% confidence interval. The questionnaire form was prepared online and sent to the students online and their answers were received. Participants were asked about their department, class, gender, and whether they had taken a media literacy course. In the light of these questions, research questions were formed. The relationship between research questions and perception of health news and department, class, gender, media literacy course was tried to be revealed. As a result of the findings, no significant difference was found between variables such as class, gender and media literacy course. However, a significant difference was found between the New Media and Journalism departments. There was no significant difference between the departments of journalism, public relations and advertising, radio, television and cinema. The research was carried out between 1-8 August 2021. The research was conducted on demographic variables such as gender, department, class and media literacy course through the health perception scale. There are 5 factors in the scale used in the research. These factors are: commercial concern and advertising, consumerism, behavior change, abuse of health behavior, and belief in health news. In the questionnaire, questions about these factors and demographic variables were asked. In the study, no significant relationship was found between the perception of health news and the media literacy course. In Communication Faculties, other courses related to media literacy course subjects are also taught. Courses such as Communication Theories and Sociology of Communication can also be considered among the courses that develop media literacy skills at the Faculty of Communication of Uşak University. In the findings obtained, the fact that students' perception of health journalism does not make a difference whether they take a media literacy course or not, can show that students can have knowledge and skills about media literacy with the other courses they take. Having too many courses on media in communication faculties strengthens students' knowledge and perceptions about

the media. Therefore, it also strengthens students' media literacy. In this study, no significant difference was found between the students' perception of health journalism and the media literacy course. However, if the study is applied in faculties other than communication faculties, a significant difference may occur. Therefore, future studies can be carried out in different faculties other than the Faculty of Communication. Since media-related courses are not taught in different faculties, there may be a significant difference between students' health perception and media literacy. This study is important in terms of measuring the relationship between students' perception of health news and demographic variables. Since there is no similar study in Turkish literature, it is thought that this research will contribute to the field.