



**MEDYADA
OBEZİTE HABERLERİNİN
SUNUMU VE
ALIMLANMASI**

Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1094

Kapak: Muhammet N. DUYMAZ

Baskı: Azim MATBAACILIK - ANKARA

0312 342 03 72

Her türlü yayın hakkı, T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüęüne aittir. Kaynak gösterilmeksizin alıntı yapılamaz. Kısmen dahi olsa alınamaz, çoğaltılamaz, yayımlanamaz.



T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI
SAĞLIĞIN GELİŞTİRİLMESİ
GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

MEDYADA OBEZİTE HABERLERİNİN SUNUMU VE ALIMLANMASI

EDİTÖR

Ümran BENLİ

ARAŞTIRMA EKİBİ

Mutlu KAYA
Prof. Dr. Çiler DURSUN
Doç. Dr. Deniz SEZGİN
Doç. Dr. Çağla KUBİLAY

KATKI SAĞLAYANLAR

Elif YARDIM TOK
Serkan KARAVUŞ
Hasan ÇERÇİOĞLU
Esra ÖZ

TEŞEKKÜR

Medyada Obezite Haberlerinin Sunumu, Alımlanması ve Medya Kılavuzu Projesi 2017, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi ile Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü işbirliğinde yürütülmüştür.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde desteklerinden ötürü Ankara Üniversitesi Rektörlüğüne, fakülte olanaklarından yararlanılması konusunda değerli katkılarından ötürü Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığına, araştırmanın veri toplama aşamasında haber kayıtlarını paylaşımlarından ötürü SHOW TV, FOX TV, ATV'ye ve odak grup görüşmeleri katılımcılarına teşekkür ederiz.

Araştırma Ekibi

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	3
GRAFİKLER DİZİNİ	7
FOTOĞRAFLAR DİZİNİ	9
KISALTMALAR	10
GİRİŞ	11
I. BÖLÜM OBEZİTE VE MEDYA	15
1. Dünyada ve Türkiye’de Obezite	16
2. Medyada Obezite Haberlerinin Sunumu Çalışmaları	20
3. Medyada Obezite Haberlerinin Alınlanması Çalışmaları	25
II. BÖLÜM GAZETE HABERLERİNDE OBEZİTENİN SUNUMU	29
1. Yöntem: İçerik Çözümlemesi ve Özellikleri	30
2. Gazetelerde Yer Alan Obezite Haberlerinin Çözümlemesi	32
2.1. Haberlerin Yayımlandığı Gazetelere Göre Dağılımı	31
2.2. Haberlerin Yayımlandığı Zaman Aralıkları	31
2.3. Haberlerin Gazetelerde Yayımlandığı Yerler	33
2.4. Haberlerin Kapladığı Alan ve İlgili Unsurlar	35
2.5. Görsel Malzemelerin Kullanımı ve Türleri	38
2.6. Görsellerde Obez Bireylerin Temsili	42
2.7. Kullanılan Sözcüklerin Sıklığı	44
2.8. Haberlerde Obezitenin Tanımı	45
2.9. Sayısal Göstergelerin Varlığı	46
2.10. Haberde Tıbbi Terimlerin Varlığı	47
2.11. Obezitenin Konu Edilen Yönü	48
2.12. Haberlerin Başlığının/Manşetinin Niteliği	49
2.13. Başlıkta/Manşette Yer Alan Haber Kaynakları	50
2.14. Obezitenin Sonuçlarına Dair Sağlık Profesyonellerinin Açıklamaları	51
2.15. Obezitenin Nedenleri	52
2.16. Obezitenin Neden Olduğu Hastalıklar	54
2.17. Obezitenin Üstesinden Gelinmesi İle İlgili Sorumluluk	55
2.18. Obeziteyle Mücadele Amacıyla Önerilen Yöntemler	56
3. Gazete Haberlerinde Obezitenin Sunumu Bölüm Sonucu	57
III. BÖLÜM TELEVİZYON HABERLERİNDE OBEZİTE SÖYLEMİ	59
1. Yöntem	60
2. Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Obezite Haberlerinin İçerik Çözümlemesi	62
2.1. Haberlerin Kanallara Göre Dağılımı	62
2.2. Haberlerin Yayımlandığı Aylar	62
2.3. Haberlerin Toplam Süre Dağılımları	63

2.4. Kullanılan Sözcüklerin Sıklığı	64
2.5. Haberlerde Obezitenin Tanımı	64
2.6. Kullanılan Dilin Niteliği	65
2.7. Sayısal Göstergelerin Varlığı	65
2.8. Görüşlerine Yer Verilen Haber Kaynakları	66
2.9. Obezitenin Nedenleri	67
2.10. Obezitenin Neden Olduğu Hastalıklar	67
2.11. Obezitenin Temsil Edilen Yönü	68
2.12. Obez Bireylerin Temsili	69
2.13. Obezitenin Üstesinden Gelinmesi İle İlgili Sorumluluk	70
2.14. Obezitenin Üstesinden Gelinmesiyle İlgili Öneriler	71
3. FOX TV Obezite Haberlerinin Söylem Çözümlemesi	72
3.1. Haber Kaynaklarının Konumlanması	72
3.2. Haber Sunucularının Anlatımlarının Oluşturduğu Çerçevesel	73
3.3. Haberlerde Obezite ile İlgili Neden-Sonuç Bağlantıları	74
3.4. Haberdeki Karşıtlıklar	75
3.5. Obezite İle İlgili Eğretilme ve Düzdeğişmeler	75
4. ATV Obezite Haberlerinin Söylem Çözümlemesi.....	77
4.1. Haber Kaynaklarının Konumlanması	77
4.2. Haber Sunucularının Anlatımlarının Oluşturduğu Çerçevesel	78
4.3. Haberlerde Obezite İle İlgili Neden-Sonuç Bağlantıları	79
4.4. Haberdeki Karşıtlıklar	79
4.5. Obezite İle İlgili Eğretilme ve Düzdeğişmeler	80
5. SHOW TV Obezite Haberlerinin Söylem Çözümlemesi	81
5.1. Haber Kaynaklarının Konumlanması	81
5.2. Haber Sunucularının Anlatımlarının Oluşturduğu Çerçevesel	83
5.3. Haberlerde Obezite İle İlgili Neden-Sonuç Bağlantıları	84
5.4. Haberdeki Karşıtlıklar	85
5.5. Obezite İle İlgili Eğretilme ve Düzdeğişmeler	85
6. Televizyon Haberlerinde Obezite Söylemi Bölüm Sonucu	86
IV. BÖLÜM OBEZİTE HABERLERİNİN OKURLAR VE İZLEYİCİLER TARAFINDAN YORUMLANMASI	87
1. Odak Grup Çalışması Yöntemi	88
2. Gençlerin-Orta Yaşlı/Yaşlı Okurların/İzleyicilerin Obezite Haberlerini Yorumlaması	90
2.1. Obezite ve İlgili Konulara İlişkin Genel Anlama Biçimleri ve Yerleşik Algılar	91
2.1.1. Tanımlama ve Sınırlama Çerçevesel	91
2.1.2. Neden-Sonuç İlişkileri	91
2.2. Medyanın Obeziteye İlişkin Yaklaşımı	93
2.2.1. Haberlere Yönelik İlg Durumu	93
2.2.2. Görsel Materyallerde Obeziteye İlişkin Algılar ve Değerlendirmeler	94

2.2.3. Uzmanlık Bilgisinin Sunumuna Bakış	95
2.2.4. Haberlerde Obezite Sunumlarının Alternatiflerinin Düşünülmesi	95
2.3. Belirli Obezite Haberleri Karşısında Üretilen Anlamlar ve Değerlendirmeler	96
2.3.1. Gazete Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler	96
2.3.2. Televizyon Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler	97
2.3.3. Beklentiler	98
2.4. Bulgular	99
3. Düşük ve Yüksek Eğitimli Okurların/İzleyicilerin Obezite Haberlerini Yorumlaması	100
3.1. Obezite ve İlgili Konulara İlişkin Genel Anlama Biçimleri ve Yerleşik Algılar	100
3.1.1. Tanımlama ve Sınırlama Çerçevesi	100
3.1.2. Neden-Sonuç İlişkileri	101
3.2. Medyanın Obeziteye İlişkin Yaklaşımı	103
3.2.1. Haberlere Yönelik İlgisi Durumu	103
3.2.2. Görsel Materyallerde Obeziteye İlişkin Algılar ve Değerlendirmeler	103
3.2.3. Uzmanlık Bilgisinin Sunumuna Bakış	104
3.2.4. Haberlerde Obezite Sunumlarının Alternatiflerinin Düşünülmesi	104
3.3. Belirli Obezite Haberleri Karşısında Üretilen Anlamlar ve Değerlendirmeler	105
3.3.1. Gazete Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler	105
3.3.2. Televizyon Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler	106
3.3.3. Beklentiler	107
3.4. Bulgular	109
4. Düşük ve Yüksek Gelirli Okurların/İzleyicilerin Obezite Haberlerini Yorumlaması	110
4.1. Obezite ve İlgili Konulara İlişkin Genel Anlama Biçimleri ve Yerleşik Algılar	110
4.1.1. Tanımlama ve Sınırlama Çerçevesi	110
4.1.2. Neden-Sonuç İlişkileri	111
4.2. Medyanın Obeziteye İlişkin Yaklaşımı	112
4.2.1. Haberlere Yönelik İlgisi Durumu	112
4.2.2. Görsel Materyallerde Obeziteye İlişkin Algılar ve Değerlendirmeler	113
4.2.3. Uzmanlık Bilgisinin Sunumuna Bakış	124
4.2.4. Haberlerde Obezite Sunumlarının Alternatiflerinin Düşünülmesi	114
4.3. Belirli Obezite Haberleri Karşısında Üretilen Anlamlar ve Değerlendirmeler	115
4.3.1. Gazete Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler	116
4.3.2. Televizyon Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler	117
4.3.3. Beklentiler	117
4.4. Bulgular	119
5. Haberlerin Okurlar ve İzleyiciler Tarafından Yorumlanması Bölüm Sonucu	121
GENEL DEĞERLENDİRME	123
KAYNAKÇA	128

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1.	Beden kitle indekslerinin cinsiyete göre % olarak dağılımı (2016 TÜİK verilerine göre)	17
Grafik 2.	15 yaş üzeri bireylerde BKİ değeri 25'in üzerinde olan bireylerin % olarak dağılımı (2008, 2010, 2012, 2014, 2016 TÜİK verilerine göre)	17
Grafik 3.	19 yaş ve üzeri bireylerde beden kitle indeksinin % olarak dağılımı (Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması 2010 verilerine göre)	18
Grafik 4.	7-8 yaş çocuklarda beden kitle indeksinin % olarak dağılımı (2013 Türkiye Çocukluk Çağı Şişmanlık Araştırması verilerine göre)	18
Grafik 5.	Haberlerin yayımlandığı gazetelere göre % olarak dağılımı	31
Grafik 6.	Haberlerin yayımlandığı zaman aralıkları	31
Grafik 7.	Haberlerin yayımlandığı aylara göre dağılımı	32
Grafik 8.	Haberlerin yayımlandığı gazete sayfa aralığı	33
Grafik 9.	Haberlerin gazetede yayımlandığı bölümlerin % olarak dağılımı	33
Grafik 10.	Haberlerin ana gazete ve eklere göre % olarak dağılımı	34
Grafik 11.	Haberlerin kapladığı toplam alanın dağılımı	35
Grafik 12.	Başlık/manşet punto büyüklüğünün dağılımı	35
Grafik 13.	Haberlerde alt veya üst başlıkların varlığının % olarak dağılımı	36
Grafik 14.	Haberlerde spotun varlığının % olarak dağılımı	36
Grafik 15.	Spot kullanımının gazetelere göre dağılımı	37
Grafik 16.	Görsellerin toplam alanı	38
Grafik 17.	Haberde yer alan görsel türleri	39
Grafik 18.	Görsellerin gazetelere göre dağılımı	39
Grafik 19.	Görsel türlerinin gazetelere göre dağılımı	40
Grafik 20.	Görsel malzemelerin içeriği	41
Grafik 21.	Görsel içeriğinin gazetelere göre dağılımı	41
Grafik 22.	Obez bireylerin olumsuz temsili	42
Grafik 23.	Obez bireylerin olumlu temsili	43
Grafik 24.	Kullanılan sözcüklerin sıklığı	44
Grafik 25.	Obeziteyle ilgili sözcük gruplarının gazetelere göre dağılımı	45
Grafik 26.	Haberlerde obezite tanımına yer verilme dağılımı (%).....	45
Grafik 27.	Sayısal göstergelerin varlığı	46
Grafik 28.	Haberlerde tıbbi terimlere yer verilme yüzdeleri.....	47
Grafik 29.	Haberlerde tıbbi terimlere dayalı anlatımların gazetelere göre dağılımı	47
Grafik 30.	Gazetelere göre obezitenin ağırlıklı olarak konu edilen yönü	48
Grafik 31.	Haberlerin başlığının/manşetinin niteliği	49
Grafik 32.	Başlıkların niteliğinin gazetelere göre dağılımı	49
Grafik 33.	Başlıkta/manşette yer alan haber kaynakları	50
Grafik 34.	Başlıkta/manşette görüşlerine yer verilen kaynakların gazetelere göre dağılımı	51

Grafik 35.	Obezitenin nedenlerinden söz edilen haber sayılarının gazetelere göre dağılımı	52
Grafik 36.	Obezitenin nedenleri	52
Grafik 37.	Obezitenin nedenlerinin gazetelere göre dağılımı	53
Grafik 38.	Obezitenin neden olduğu hastalıklar	54
Grafik 39.	Obezitenin neden olduğu hastalıkların % olarak dağılımı	54
Grafik 40.	Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluk	55
Grafik 41.	Obezitenin çözümü kapsamında önerilen yöntemler	56
Grafik 42.	Haberlerin kanallara göre dağılımı	62
Grafik 43.	Haberlerin toplam süre dağılımları	63
Grafik 44.	Kullanılan sözcük gruplarının sıklığı	64
Grafik 45.	Haberlerde obezite tanımının varlığı	64
Grafik 46.	Tıbbi terimlerin kullanılma durumları	65
Grafik 47.	Sayısal göstergelerin varlığı	65
Grafik 48.	Obezitenin nedenlerinin varlığı	66
Grafik 49.	Obezitenin neden olduğu hastalıklar	67
Grafik 50.	Obezitenin temsil edilen yönü	68
Grafik 51.	Obez bireylerin olumsuz temsili	69
Grafik 52.	Obez bireylerin olumlu temsili	70
Grafik 53.	Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluk	70
Grafik 54.	Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili öneriler	71
Grafik 55.	Odak grup katılımcıları ve kategoriler	88
Grafik 56.	Katılımcıların yaş aralıklarının dağılımı	89
Grafik 57.	Katılımcıların gelir durumuna göre dağılımı	89

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Fotoğraf 1.	FOX TV Ana Haber Bülteni	72
Fotoğraf 2.	FOX TV Ana Haber Bülteni	73
Fotoğraf 3.	FOX TV Ana Haber Bülteni	76
Fotoğraf 4.	ATV Ana Haber Bülteni	77
Fotoğraf 5.	ATV Ana Haber Bülteni	78
Fotoğraf 6.	ATV Ana Haber Bülteni	80
Fotoğraf 7.	SHOW TV Ana Haber Bülteni	82
Fotoğraf 8.	SHOW TV Ana Haber Bülteni	83
Fotoğraf 9.	SHOW TV Ana Haber Bülteni	84
Fotoğraf 10.	Odak grup görüşmelerinde katılımcılara gösterilen gazete haberi	90
Fotoğraf 11.	Odak grup görüşmelerinde katılımcılara gösterilen haber bülteninden bir kare	90

KISALTMALAR

BKİ	: Beden Kitle İndeksi
DSÖ/WHO	: Dünya Sağlık Örgütü / World Health Organization
TNSA	: Türkiye Nüfus Sağlık Araştırması
TOÇBİ	: Türkiye Okul Çağı Çocuklarında Büyümenin İzlenmesi
TURDEP I	: Türkiye Diyabet Epidemiyolojisi Çalışması
TURDEP II	: Türkiye Diyabet Epidemiyolojisi Çalışması
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Obezite, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde her geçen gün artış gösteren küresel boyutta önemli bir halk sağlığı sorunudur. Modern yaşamın pek çok yeniliği toplumlara sayısız olanak sağlarken dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Günümüzde endüstriyel gelişmelere bağlı olarak kentleşme oranı artmış, yaşam tarzı değişmiş ve obeziteye zemin hazırlayan endüstriyel maddeler ile tüketime hazır ürünler insanların beslenme rutinlerinde gittikçe artan bir paya sahip olmaya başlamıştır. Beslenme tarzındaki bu değişiklikler ve fiziksel aktivite eksikliği, obezite görülme sıklığını artıran etkenlerin başında gelmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) verilerine göre dünya genelinde her yıl üç milyona yakın insan, fazla kilolu veya şişman olması nedeniyle yaşamını yitirmektedir. Fazla kilolu olmanın veya şişmanlığın neden olduğu hastalıklar, yaşam süresini kısaltmanın beraberinde hastalık yükünü de iki kat artırmaktadır.

Dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi obezite, Türkiye’de de toplum sağlığı açısından son derece ciddi riskler barındıran bir sağlık sorunu olarak belirmektedir. Çağımızın önemli sağlık problemlerinden biri olan obezitenin önlenmesi konusunda sorumluluk çok paydaşlıdır. Ulusal sağlık politikalarının ana hedefi sağlıklı bireylerden oluşan sağlıklı bir topluma ulaşmaktır. Ülkemizde obezitenin önlenmesi amacıyla hazırlanan politika, kontrol programı ve eylem planları sürdürülmekte olup bu etkin ve yaygın politikalar çerçevesinde doğru bilgi kaynakları ve imkanlarla toplumun sağlıklı yaşama teşvik edilmesi alanında çalışmalar yürütülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, toplumların geleceği açısından önemli bir sağlık sorunu olan obezite konusunda hazırlanan haberleri, hem yazılı basın en önemli mecrası olan gazeteler hem de en yaygın biçimde kullanılan kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon haberleri temelinde incelemektir. Bu inceleme, gazete ve televizyon haberlerinde obezitenin sunum

tarzını analiz ederek sorunlu yanları açığa çıkarmak ve böylece bu soruna bütün yönleriyle dikkati çekmek, toplumu konuyu çeşitli boyutlarıyla kavramaya sevk etmek ve bu soruna karşı önlemler almak üzere harekete geçirecek bir habercilik anlayışının geliştirilmesine yöneliktir.

Bu çalışmanın diğer amacı, obezite haberlerini izleyicilerin ve okuyucuların nasıl yorumladıkları ve anlamlandırdıklarını ortaya koymaktır.

Çalışma 1 Ocak 2016 - 31 Aralık 2016 tarihleri arasında kapsamaktadır. Çalışmaya üç ulusal gazete *Hürriyet*, *Sabah* ve *Sözcü* ile bu gazetelerin tüm ekleri; üç ulusal televizyon kanalı *ATV*, *SHOW TV* ve *FOX TV* dâhil edilmiştir. Gazete ve televizyonların seçiminde temel ölçüt, 2016 yılında en çok satan gazeteler ile en çok izlenen ana haber bültenleri olmalarıdır. Böylelikle geniş kitlelere ulaşan mecraların içeriklerinin incelenmesi hedeflenmiştir.¹ “Obezite, obez, aşırı kilo ve fazla kilo” anahtar sözcükleri ile gazeteler taranmış ve toplamda 175 habere ulaşılmıştır. 175 haberin gazetelere göre dağılımı şöyledir: *Hürriyet*: 65, *Sabah*: 69 ve *Sözcü*: 41. Bu haberlere 36 soruluk nicel ve nitel içerik çözümlemesi uygulanmış ve haberler SPSS 16.0 istatistik programı ile analiz edilmiştir.

2016 yılında toplamda en çok izlenen ana haber bültenleri televizyon haberleri analizi için seçilmiştir. En yüksek izlenme oranlarına sahip haber bültenleri sırasıyla *FOX TV*, *ATV* ve *SHOW TV*’ye aittir. Bu doğrultuda *SHOW TV*: 31, *ATV*: 14 ve *FOX TV*: 15 haber ile analiz edilmiştir. Toplamda 60 haber hem nicel ve nitel içerik çözümlemesine hem de söylem çözümlemesine tabi tutulmuştur. Televizyon haberlerinde metin çözümlemesi yönteminin karma biçimde kullanılması, obezitenin hangi yönlerinin ön plana çıkarıldığı, hangi haber kaynaklarının yer aldığı ve obezitenin önlenmesi için ne tür çözüm yollarının sunulduğunun ortaya konulmasına olanak sağlamaktadır.

¹ 2016 yılında en çok satan gazeteler arasında üçüncü sıradaki *Posta* gazetesi Doğan Yayın Grubu’na ait olduğu için aynı yayın grubundan iki gazeteye yer vermemek amacıyla dördüncü sıradaki *Sözcü* gazetesi incelemeye dâhil edilmiştir. 2016 yılında *Hürriyet*’in günlük tirajı 343.165, *Sabah*’ın 308.379, *Sözcü*’nün ise 289.915 olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın okur ve izleyicilerin obezite haberlerini nasıl alımladıklarını ortaya koyan bölümü için 6 odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmeleri, 18 kadın ve 20 erkek olmak üzere toplamda 38 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, üç parametre temelinde gruplandırılmıştır. Bu parametreler; eğitim düzeyi, gelir durumu ve yaş olarak belirlenmiştir. Böylece az eğitilmiş ve yüksek eğitilmişler grubu; düşük gelirli ve yüksek gelirli grubu; gençler ve orta yaşlılar/yaşlılar grubu olmak üzere toplamda 6 grup çalışmaya karşılaştırmalı biçimde dâhil edilmiştir.

Katılımcıların gruplara göre dağılımı şöyledir: Gençler grubunda 8, orta yaşlılar ve yaşlılar grubunda 6; düşük gelir grubunda 6, yüksek gelir grubunda 6; az eğitilmişler grubunda 5 ve yüksek eğitilmişler grubunda 7 kişi yer almıştır. Tüm gruplarda katılımcıların cinsiyete göre dağılımlarının dengeli olmasına dikkat edilmiştir. Tüm odak grup görüşmeleri birer saatten biraz daha uzun sürmüş ve toplamda 600 dakikalık odak grup görüşmesi yapılmıştır. Her odak grup görüşmesi ses kayıt cihazıyla kaydedilmiş, sonrasında proje çalışanları tarafından deşifresi yapılarak çözümlenmeler yazılı metin üzerinden de gerçekleştirilmiştir.

Türkiye’de obezite konusunun medya metinlerinde ve özellikle haberlerde nasıl temsil edildiğine ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda sıklıkla gazete haberlerine yoğunlaşmış, buna karşın internetin ve özellikle sosyal medyanın artan yaygın kullanımına rağmen hâlâ önemini sürdüren televizyon haberleri bu çalışmalarda ihmal edilmiştir. Ayrıca bu haberlerin okuyucu ve izleyiciler tarafından nasıl alımlandığına ve yorumlandığına dair Türkiye’de yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmadığı gibi Batı’da da bu tür çalışmalar son derece sınırlıdır.

Medyada Obezite Haberlerinin Sunumu, Alımlanması ve Medya Kılavuzu Projesi Türkiye’de gazete ve televizyon haberlerini aynı anda ve karşılaştırmalı biçimde değerlendirmekte ve bunun yanı sıra bugüne kadar yapılan çalışmalarda ihmal edilen izleyicinin/okuyucunun obezite haberlerini yorumlama boyutunu dâhil ederek önceki çalışmalardan farklılaşmaktadır. Bu geniş kapsamıyla çalışmanın toplumun obeziteden korunması ve halkın bilinçlendirilmesi çabalarına önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

I. BÖLÜM

OBEZİTE VE
MEDYA

1. Dünyada ve Türkiye’de Obezite

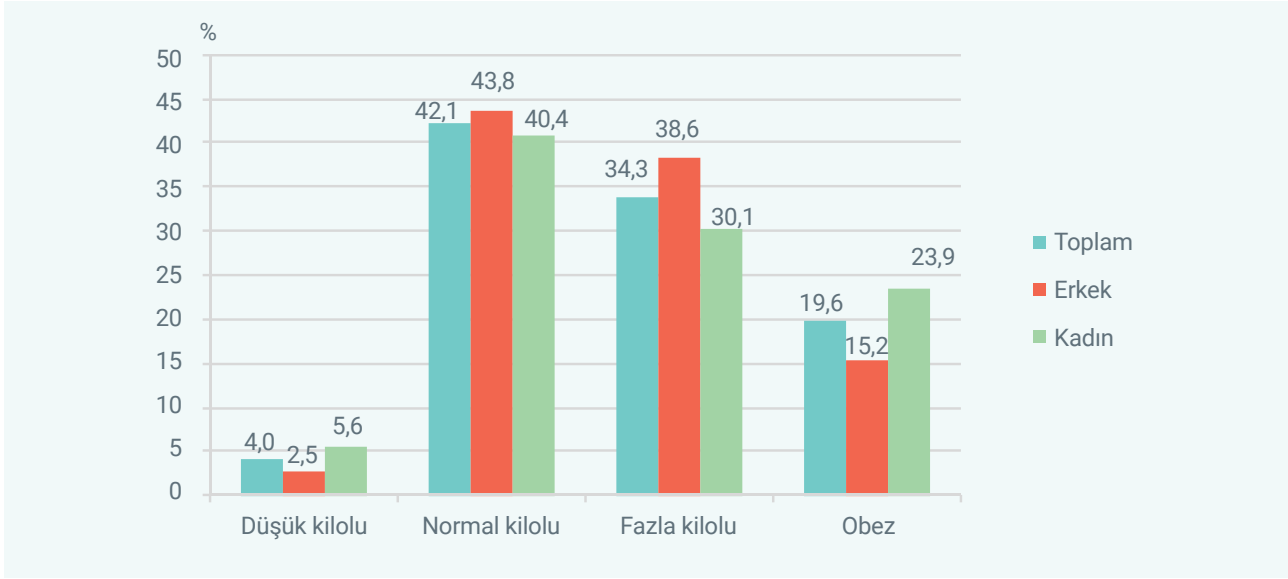
Son yıllarda pek çok ülkede giderek yaygınlaşan obezite ve fazla kilolu olma çoğu popülasyonda önlem alınması gereken bir sorun haline almaktadır. Obezite, çevresel, genetik gibi birçok faktörün etkilediği çok boyutlu bir hastalıktır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından bir “global epidemi” olarak ifade edilen obezite “sağlığı bozacak ölçüde vücutta aşırı yağ birikmesi” olarak tanımlanmaktadır. Klinik olarak obeziteyi tanımlamak için kilonun boyun metre cinsinden karesine bölünmesi (kg/m^2) ile elde edilen beden kitle indeksi (BKİ) kullanılmaktadır. Beden kitle indeksi değerinin $25 \text{ kg}/\text{m}^2$ ’nin üzerinde olması fazla kiloluluk, $30 \text{ kg}/\text{m}^2$ ’nin üzerinde olması ise obezite olarak kabul edilmektedir. Obezitenin tespiti için tek başına beden kitle indeksi değerleri yeterli görülmemekte, bel çevresi ölçümleri de kullanılmaktadır. Bel çevresi değerleri abdominal (karın bölgesi) obezitenin, vücutta yağın bölgesel dağılımının önemli bir göstergesi olup beslenmeye bağlı kronik hastalıklar için risk tanımlayıcı özelliğe sahiptir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından bel çevresi değerlerinin erkeklerde $<94 \text{ cm}$ ve kadınlarda $<80 \text{ cm}$ olması önerilmektedir. (Lean, 1998; Lear, 2010; WHO, 2017; Kalan ve Yeşil, 2011).

Obezite, başta kardiyovasküler ve endokrin sistem olmak üzere vücudun tüm organ ve sistemlerini etkileyerek çeşitli bozukluklara ve hatta ölümlere yol açabilen önemli bir sağlık problemidir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından en riskli on hastalıktan biri olarak kabul edilen obezitenin, yine aynı örgüt tarafından yürütülen son araştırmalarda kanserle yakın ilgisi olduğu da belirlenmiştir. Hipertansiyon, dislipidemi, insülin direci ve ağır psikolojik strese yol açması nedeni ile önemli bir morbidite nedeni olan obezite, çocukluk çağında da giderek artan bir sıklıkta görülmektedir (Berberoğlu, 2008; Dişçigil, 2007; Öztürk ve Aktürk, 2011; Babaoğlu ve Hatun, 2002; Onat, 2003; Sezgin, 2014). 1990’lı yıllardan itibaren çocukluk çağı obezitesindeki belirgin artış dikkati çekmektedir. Buna paralel olarak gelişmiş ülkelerde çocukların %1’i her yıl fazla kilolu gruba dâhil olmaktadır.

Obezitenin gelişmiş ülkelerde düşük sosyo-ekonomik düzeylerde, gelişmekte olan ülkelerde ise yüksek sosyo-ekonomik düzeye sahip kesimlerde daha sık görüldüğü belirtilmektedir. Beslenme biçimi ve beslenme alışkanlığı ile bağlantılı olarak yüksek kalorili yiyeceklerle beslenen çocuklarda dışsal kaynaklı (eksojen) obezite daha kolay gelişmektedir. Yapılan çalışmalarda yüksek kalorili ve düşük lifli hazır yiyeceklerin %52 oranında tüketilmesinin bu veriyi desteklemekte olduğu belirtilmektedir.

Obezite prevalansı pek çok ülkede artmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü 2014 verilerine göre dünyada 18 yaş üstü popülasyonun %39’u fazla kilolu, %14’ü de obez grubundadır. Özellikle Batılı yaşam tarzını benimseyen ülkelerde obezite bir epidemi haline almıştır. Çok sayıda araştırmada obezite epidemisinde çevresel faktörlerin rolü kabul edilse de pek çok çalışmada da güçlü bir genetik componentin varlığı desteklenmektedir (Gedik, 2003).

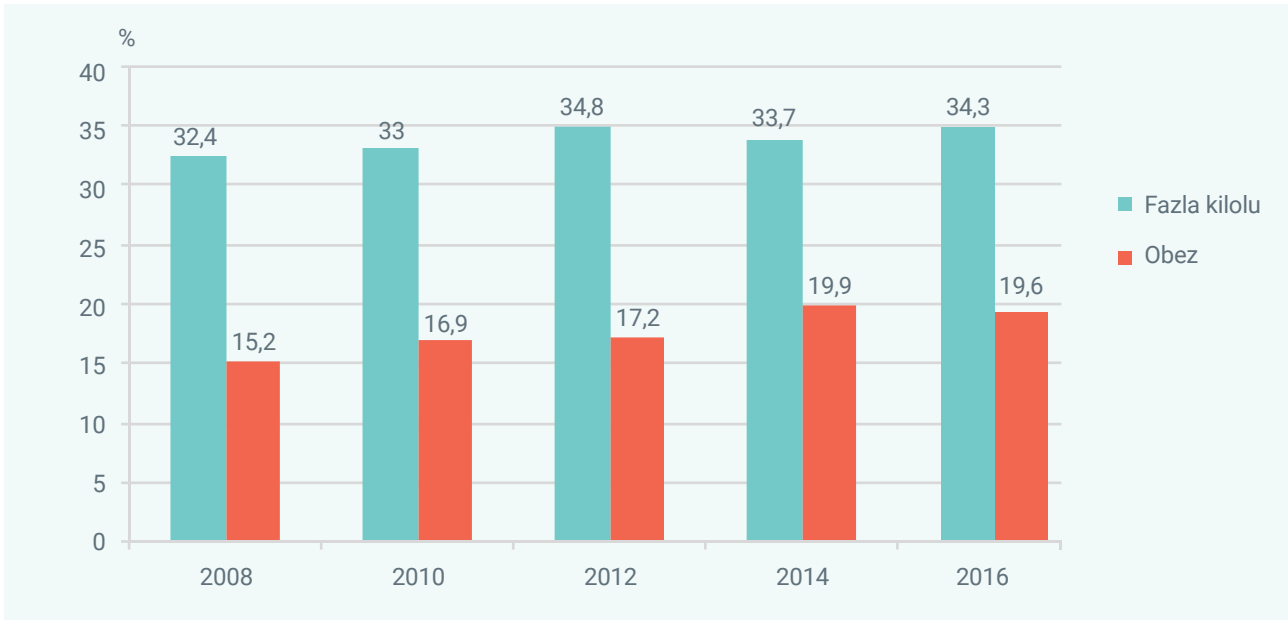
Türkiye’de de tüm dünyada olduğu gibi obezite prevalansı giderek artmaktadır. Türkiye’de obezite prevalansı 24.788 kişinin tarandığı TURDEP I (Türkiye Diyabet Epidemiyolojisi Çalışması) çalışmasının sonuçlarına göre %22 (erkek: %12,9; kadın: %29,9); prevalans kentlerde %23,8 ve kırsal kesimde ise %19,6 olarak tespit edilmiştir. Türkiye’de kadınlardaki obezite prevalansı dünya ortalamalarına göre daha yüksek bulunmuştur. Bu prevalansta yüksek doğum sayısı ve düşük eğitim düzeyinin kadınlardaki obezite ile ilişkili olduğu bildirilmiştir. TURDEP II çalışmasında 26.499 bireyde, Türkiye erişkin toplumunda 1998’de %22,3 olan obezite prevalansının %40 artarak, 2010’da %35,9’a (erkek: %27,3; kadın: %44,2) ulaştığı görülmüştür (Satman, 2010). Son 12 yılda prevalansın kadınlarda %34, erkeklerde ise %107 arttığı bildirilmiştir. TURDEP II çalışmasında morbid obezilerin ($\text{BKİ} \geq 40 \text{ kg}/\text{m}^2$) oranı ise %1’den %3,1’e yükselmiştir.



Grafik 1. Beden kitle indekslerinin cinsiyete göre % olarak dağılımı (2016 TÜİK verilerine göre)

2016 yılı TÜİK verilerine göre (Grafik 1) beden kitle indekslerinin cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde kadın, erkek ve toplam değerlerinde fazla kilolu ve obez oranlarının toplamının düşük ve normal kilolu oranlarının toplamından yüksek olduğu görülmektedir.

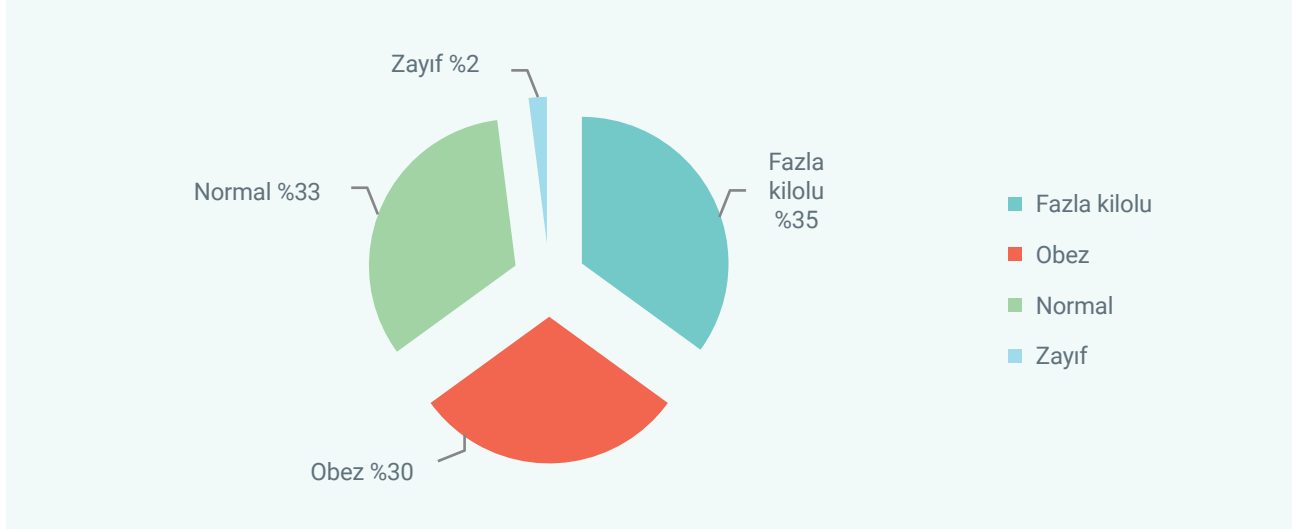
2008, 2010, 2012, 2014 ve 2016 Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre (Grafik 2) 15 yaş ve üzeri bireylerin beden kitle indeksleri fazla kilolu ve obez olarak tanımlanan gruplar için artmaktadır.



Grafik 2. 15 yaş üzeri bireylerde BKİ değeri 25'in üzerinde olan bireylerin % olarak dağılımı (2008, 2010, 2012, 2014, 2016 TÜİK verilerine göre)

Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması 2010 verilerine göre 19 yaş ve üzeri bireylerde beden kitle indekslerinin dağılımına bakıldığında (Grafik 3) fazla kilolu

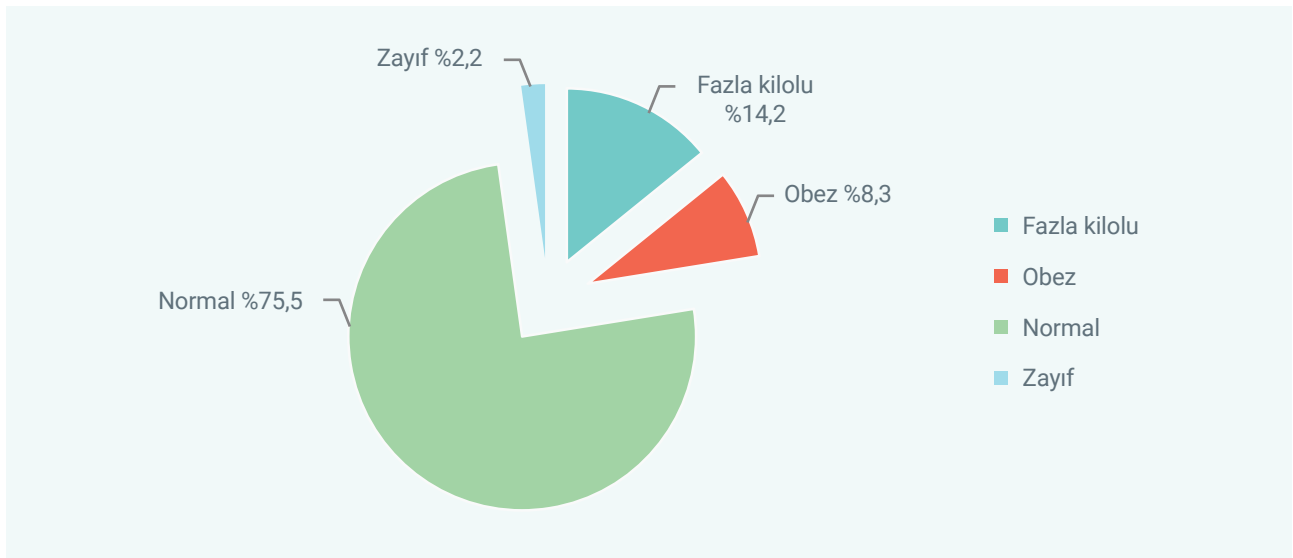
ve obez oranı %65 iken, normal ve zayıf oranı %35 olarak hemen hemen yarı değerlerdedir.



Grafik 3. 19 yaş ve üzeri bireylerde beden kitle indeksinin % olarak dağılımı (Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması 2010 verilerine göre)

Türkiye’de son yıllarda çocukluk çağı obezitesindeki artış bulgularından hareketle, yakın gelecekte önlem alınmadığı takdirde sorunun önem kazanabileceği açıktır. *Türkiye Nüfus Sağlık Araştırması (TNSA) 2013* verilerine göre beş yaş altı çocuklarda fazla kilolu/obez oranı (boya göre ağırlık 2 standart sapmanın üstü) %10,9’dur. Bir başka ifadeyle Türkiye’de beş yaş altı her 10 çocuktan biri, beş yaş üstü her beş çocuk-

tan biri fazla kilolu/obezdir. *Türkiye Okul Çağı Çocuklarında Büyümenin İzlenmesi (TOÇBI) Projesi* Araştırma Raporu’na göre Türkiye genelinde 6-10 yaş grubu çocukların %14,3’ünün fazla kilolu, %6,5’inin de obez olduğu saptanmıştır. Obezite görülme sıklığı erkeklerde %7,5, kızlarda %5,4 iken, fazla kilolu olma durumu erkeklerde %15,1, kızlarda %13,5’tir (Birinci Basamak Sağlık Hizmetlerinde Obezite Klinik Rehberi, 2017).



Grafik 4. 7-8 yaş çocuklarda beden kitle indeksinin % olarak dağılımı (2013 Türkiye Çocukluk Çağı Şişmanlık Araştırması verilerine göre)

Obeziteye yol açan risk faktörlerinden söz edilecek olursa biyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel etkenler hem tek başına hem de karşılıklı etkileşimle obezite konusunda risk faktörlerini oluşturmada, sorunun ortaya çıkmasına ve devam etmesine neden olmaktadır. Dengesiz beslenme, yetersiz fiziksel aktivite, endokrin hastalıklar, obezite ile seyirli genetik sendromlar ve bazı ilaçlar obezite nedenleri olarak sıralanmaktadır. Bununla beraber, son yirmi yılda obezite sıklığındaki artışa endüstriyel gelişmenin yanı sıra sedanter yaşam tarzı ve yüksek kalorili beslenme tarzının tercih edilmesinin etken olduğu görülmektedir. Obezite risk faktörleri olarak yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, evlilik, gebelik sayısı ve doğumlar arasındaki süre, beslenme alışkanlıkları, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik durum, sigaranın bırakılması ve alkol alışkanlığı, genetik faktörler, arkadaş ve aile bireylerinin obez olduğu bir çevrede yaşamak sıralanmaktadır (Aktürk ve Özbek, 2006; Sezgin, 2011a). Çocukluk çağında edinilen alışkanlıklar, kilo almaya sebep olabilecek yeme düzeni, ebeveynlerin kilolu olması obezitede rol oynayan etmenler arasında yer almaktadır (Dişçigil, 2007; Savaşan vd., 2015; Sezgin, 2011b). Genetik etmenlerin obeziteye etkileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda her iki ebeveyn obez ise çocuğun obez olma olasılığı %80 iken, ebeveynlerden birinin obez olması durumunda oran %50'ye, her ikisinin de obez olmaması durumunda ise oran %9'a düşmektedir. Yapılan araştırmalardan hareketle beden ağırlığını biyolojik olarak kontrol eden moleküler komponentleri belirleyen genler bulunmuş; bazı genlerin leptin sentezini düzenleyerek iştahı azalttığı veya leptin bağlanmasını düzenlediği bildirilmiştir (Ergün, 1998; Semerci, 2004). Kısaca, obezite ve genetik arasında bağ bulunmaktadır. Bunlara ek ola-

rak, bazı olumsuz durumlar ve/veya duygularla başa çıkma yolu olarak yeme alışkanlıklarını değiştiren yetişkin bireylerin tutumları da aşırı kilolu olmalarında etkili olmaktadır. Kilo konusunda kültürel faktörlerin önemi de göz ardı edilmemelidir. Türkiye'de yemek davetleri, kabul günleri, mevlit, bayram ziyaretleri, kutlama gibi özel günlerde yüksek kalorili ikramların olması ve ikramı geri çevirememek, tabakta yemek bırakmamak, yiyeceğinden fazlasının ikram olması gibi pek çok etken aşırı kilo konusundaki kültürel özellikler arasında sayılabilir.

Toplumsal alışkanlıklar nedeniyle aşırı kilolu bireyler; hekimlerden, yakın çevrelerinden, arkadaşlarından ve medyadan diyet ve davranış değişikliği önerileri, motivasyon ve çeşitli çözüm yolları beklemektedir. Bu tür beklentiler zaman zaman kendi yaş, özellik veya sağlık durumlarına uymayan diyetler uygulamalarına; yanıltıcı ve/veya yanlış yönlendiren bilgilere yönelmelerine; besin takviyesi ve/veya ilaç kullanmalarına ve benzeri sağlıklı olmayan önerileri denemelerine neden olmaktadır.

Obezite sıklığında yaşanmakta olan hızlı artışı önleme yollarından biri de bireylerin farkındalıklarını artırmaktır. Bu amaçla, toplumun bilinçlendirilmesi çabalarının çocukluk çağından itibaren başlaması büyük önem taşımaktadır. Bireye ve yönetimlere yönelik önlemlerin alınması; toplumun yeterli ve dengeli beslenme, düzenli fiziksel aktivite konusunda bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi, bu alışkanlığın kazandırılması, topluma sağlıklı beslenmeye ilişkin doğru örneklerin sunulması ve yönetimlerin sağlıklı beslenmeye elverişli olanakları sağlamaları büyük önem arz etmektedir.

2. Medyada Obezite Haberlerinin Sunumu Çalışmaları

Dünyada ve Türkiye’de aşırı kiloluluk ve obezite giderek ciddi bir halk sağlığı sorunu haline gelirken medyanın konuya ilgisinin de bu süreçte arttığı gözlemlenmektedir. Toplumsal gerçekliği yansıtmaktan ziyade inşa eden medyanın obezite konusunu ele alış biçiminin analizi ise bu nedenle son derece önemlidir. Zira medyanın toplumsal gerçekliği inşa etmesi, onun hâlihazırda var olan bir toplumsal fenomeni tıpkı bir ayna gibi yansıtmadığı, bunun yerine o fenomeni tanımladığı ve böylece onu oluşturduğu anlamına gelir. Bu bağlamda medyada obezitenin inşasının, belirli anlamların ve yorumların tercih edilmesi, belirli anlam ve yorumların ise dışlanması veya marjinalleştirilmesi yoluyla gerçekleştirildiği söylenmelidir. Tam da bu nedenle; obez ve aşırı kilolu bireylerin çeşitli medya metinlerinde nasıl resmedildiğini, hangi unsurların obezitenin nedenleri ve sonuçları olarak sunulduğunu, obezitenin üstesinden gelmek için ne tür çözüm önerilerinin getirildiğini inceleyen çok sayıda akademik çalışma yapılmaktadır. Bu çalışmalarda medyada yer alan çeşitli içerikler incelenmekle birlikte gazete ve televizyon haber metinlerinde obezitenin temsili öne çıkmaktadır.

Bu alanda erken tarihli sayılabilecek önemli çalışmalardan biri, Regina G. Lawrence’ın “Framing Obesity, The Evolution of News Discourse on a Public Health Issue” (2004) başlıklı çalışmasıdır. Lawrence, obeziteye dair haber içeriklerinin sistemik terimlerle çerçevelenip çerçevelenmediğini incelemektedir. 1985 ile 2003 yılları arasında toplam altı yılda *New York Times* gazetesinin ilk sayfasında yer alan obezite haberleri ile televizyon prime time haber içerikleri ve 10 ulusal gazetenin obezite haberlerini analiz etmiştir. Lawrence’a göre *New York Times*’ta obeziteyle ilgili haberlerde yer alan sistemik nedenlerde 2002’den itibaren dramatik bir artış gözlemlenmiş; özellikle *fast/junk food* sistemik nedenler arasında en sık vurgulanan konu haline gelmiştir. Ancak sistemik çerçevelerdeki artışa davranışsal çerçevelerdeki artış da eşlik etmiştir. Lawrence’a göre 2003 yılında kişinin sağlıkla ilişkili seçimlerindeki bireysel sorumluluğuna dair genel iddialar güçlü biçimde geri dönmüştür. Televizyon haberlerinin de *Times*’a benzer bir kalıp sergilediğini belirten yazar, 2002 öncesi obezitenin çevresel faktörlerine hemen hemen hiç yer verilmediği, bu tarihten itibaren ise 24 haberin 10’unda çevresel faktörlerin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu

rada da odakta *fast/junk food* bulunmaktadır. Yazar, 2003’te ise obezite haberlerinin *fast food*’a dair sistemik iddialar ile kişisel sorumluluk çerçevesi arasında bir mücadele alanı haline geldiğini belirtir.

Bir başka çalışma ise yine *New York Times* gazetesinin analiz edildiği “All the News That’s Fat to Print: The American ‘Obesity Epidemic’ and the Media” (2006) başlıklı çalışmadır. Natalie Boero, bu çalışmada 1990-2001 yılları arasında *New York Times*’ta yayımlanan obeziteyle ilgili 751 makaleyi inceleyerek “obezite salgınının” bir toplumsal sorun olarak tanımlanmaya başlanırken aynı zamanda bireysel bir sorun olarak çerçevelendiği süreci değerlendirmektedir. Yazar toplumsal inşacı bir yaklaşımla yürüttüğü çalışmada, obezitenin bir problematik olarak nasıl tanımlandığına ve tanımlama süreçlerinin diğer yapısal ve kültürel koşullara nasıl bağımlı olduğuna odaklanmaktadır. Boero, haberlerin söylemsel incelemesiyle sorumluluğun bireylere yüklendiği ancak profesyonellere olan güvenin devam ettirildiği ve bu yolla “obezite salgınının” bireylere, insanlara ve nüfuslara dair bir salgın olarak inşa edildiği sonucuna ulaşmaktadır. Salgının yaratılmasında şişmanlık, etnisite, ırk, toplumsal cinsiyet ve sınıfa dair bilimsel, tıbbi ve tarihsel varsayımların medya tarafından nasıl kullanıldığını ve yaratıldığını analiz eden yazar, bunun kısmen, kendi başarısızlıklarından gerçekten sorumlu tutulamayacak kârlı bir araştırma topluluğuna ve kilo kaybı endüstrisine neden olduğunu ifade etmektedir. Yazarın bir diğer önemli vurgusu, bu salgının, sağlık hizmetlerine erişimle ilgili sosyal desteğin ciddi şekilde kısıtlandığı ve refah devletinin yerinden edildiği bir dönemde, sağlığın kötüleşmesini bireyselleştirmenin bir yolu olarak ortaya çıktığıdır.

Medyada obezitenin bireysel bir sorun olarak işaretlendiği sonucuna ulaşan bir başka çalışma ise Shei-Hill Kim ve L. Anne Willis’in 2007 tarihli çalışmasıdır. Medyanın obezitenin nedenlerini ve sonuçlarını nasıl sunduğu, medyada belirli neden ve sonuçların diğerlerine göre öne çıkıp çıkmadığı sorularına yanıt arayan çalışmada ayrıca yıllar içerisinde nedenler ve sonuçların sorumluluğu bakımından bir değişiklik olup olmadığı sorgulanmıştır. Hem gazete hem de televizyon haberlerinin değerlendirildiği yazıda, bireysel nedenlerin toplumsal nedenlere kıyasla oldukça yüksek olduğu, bu bulgunun obeziteye dair

çözüm önerileri bağlamında da geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireysel çözüm önerileri toplamda 512, toplumsal olanlar ise 118 olarak saptanmıştır. Çalışmada dikkat çeken bulgu, bireysel sorumluluğa yapılan vurgunun nedenlerden ziyade çözümlerin sunumunda daha fazla olduğudur. Daha açık bir deyişle obezitenin çözümü, obezitenin nedenlerine kıyasla daha da bireyselleştirilmektedir. Ayrıca televizyon ve gazeteler arasında bireysel sorumluluğa vurgu yapma bakımından çok büyük farklılıklar olmadığı ancak televizyonun bireysel sorumluluğa biraz daha fazla yer verirken toplumsal sorumluluğa çok daha az atıf yaptığı görülmüştür. Kim ve Willis'in çalışmaları zaman içindeki değişimi göstermesi bakımından da önemlidir. Araştırmacılar, kişisel nedenler ve çözümlerin çoğunun medyada azaldığını ya da sabit kaldığını, özellikle tıbbi tedavinin en anlamlı düşüşü yaşadığını belirtmektedir. Diğer yandan toplumsal nedenler anlamlı biçimde yükselmiştir. 1995'te 10 haber metninin 1'inden daha azında toplumsal nedenlere yer verilirken 2004 yılında bu sayı 5'e ulaşmıştır. Bu eğilime uygun olarak medya, toplumsal sorunlara da giderek daha fazla dikkati çekmiştir.

Aoife De Brun vd.'nin "Examining the Media Portrayal of Obesity Through the Lens of the Common Sense Model of Illness Representations" (2015) başlıklı çalışmaları İrlanda medyasının obezite söylemini tematik analiz yoluyla incelemektedir. Gazete yazıları, radyo tartışmaları ve çevrimiçi haberlerin incelendiği çalışmada obeziteyle ilgili en çok belirtilen nedenlerin ve müdahalelerin beslenme ve aktivite düzeylerinin davranışsal boyutu olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmaya göre, ilgili haberlerde reklamcılık endüstrisinin obezite nedeniyle suçlandığı ve obeziteyle mücadelede giderek artan biçimde hükümetlere çağrı yapıldığı görülmektedir. Örneklemede obezitenin yol açtığı fiziksel hastalıklar ile psikolojik sonuçların oldukça yaygın olduğu ve ekonominin gidişatı ne olursa olsun ekonomik meselelerle obezitenin ilişkilendirildiği ortaya konulmuştur. Araştırmacılar, makalelerin çoğunluğunda bulunan tavsiyelerin uzmanların tavsiyeleriyle uyum içinde olduğunu, bunun da obezite haberlerinin akademik araştırmalar ve uzman kanaatleriyle uyumlu olma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu bulgunun Batılı diğer ülkelerde yürütülen önceki araştırmalardan farklı olduğu araştırmacılar tarafından ifade edilmiştir.

Brun vd.'nin araştırmasında da atıf yapılan Abigail C. Saguy ve Rene Almeling'e ait "Fat in the Fire? Science, the News Media, and the 'Obesity Epidemic' " (2008) başlıklı çalışmada kilo ve sağlığa dair bilimsel yayın-

lardan alınan örneklem ile bu yayınlarla ilgili haberler ve basın bültenleri incelenmiştir. Saguy ve Almeling, tıbbi yayınlar ile haberlerdeki çerçeveleri karşılaştırmış ve aralarında önemli bir örtüşme saptamıştır. Bu bulgu, Brun vd.'nin yukarıda sözü edilen çalışmalarında da ortaya konmuştur. Ancak onlardan farklı olarak Saguy ve Almeling, konuyla ilgili haberlerin meseleyi dramatikleştirdiğine ve kilo konusundaki bireysel kusurları bilimsel yayınlara göre daha fazla vurgulama eğiliminde olduklarına işaret etmektedir.

Obezitenin medyada temsilinin analizi, yazılı haber içeriklerinin yanı sıra haberlerde yer alan görsellerin de analize dâhil edilmesini gerektirir. Bu çerçevede yapılan çalışmalardan biri, Sarah E. Gollust vd.'ye aittir. Yazarlar "Picturing Obesity: Analyzing The Social Epidemiology of Obesity Conveyed Through US News Media Images" (2012) adlı çalışmalarında, fotoğrafların ve diğer görsel malzemelerin politik meselelerde toplumsal algıyı güçlü biçimde şekillendirebileceği varsayımından hareket etmektedir. Bu bağlamda, çalışmada, ABD'deki en yüksek tirajlı iki haber dergisinin -*Time* ve *Newsweek*- 1984'ten 2009'a kadar olan sayılarında obezite haberlerinde bulunan görseller analiz edilmektedir. Haber medyasında yer alan görsellerin obeziteyi ve Amerikan toplumunda obeziteden etkilenen grupları nasıl tasvir ettiğini analiz etmeyi amaçlayan çalışmada elde edilen bulgular ABD'deki gerçek obezite epidemiyolojisi verileriyle de karşılaştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, her iki dergi de giderek daha fazla beyaz olmayan aşırı kilolu ve obez bireyi tasvir etmekte ve aşırı kilolular ile obez bireyleri daha az sıklıkla stereotipik davranışla göstermektedir. Beyaz olmayanların artan temsiline rağmen bu haber dergileri hâlâ Afro-Amerikalılar ve Latin Amerikalılar az temsil etmektedir. Yaşlılar, obezite ile ilgili haberlere eşlik eden görüntülerde benzer şekilde az temsil edilirken çocuklar zaman içerisinde giderek daha fazla tasvir edilir hale gelmiştir.

Chelsea A. Heuer vd.'nin 2011 tarihli "Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis" başlıklı çalışması da obezite konusunda görsellere odaklanmaktadır. Heuer vd. çevrimiçi haberlerde bulunan görsel türlerini içerik analizi yoluyla incelemekte ve obez bireylerin haber fotoğraflarında nasıl sunulduğu sorusuna yanıt aramaktadır. Beş büyük web sitesinden 2009 yılı Eylül ayında toplanan veriler yoluyla gerçekleştirilen çalışmada 549 görsel incelenmiştir. Araştırmaya göre, incelenen 549 görselin 441'inde insanlar yer alırken bunların %65'i aşırı kilolu/obez bireyler, %27'si ise şişman olmayanlardır. Görsellerin %72'si aşırı kilolu/obez bireyleri olumsuz, damgalayıcı

bir tarzda resmetmektedir. Obez bireylerin başlarının fotoğraflardan kesilmesi, yalnızca karınlarının veya bedenlerinin alt kısmının gösterilerek resmedilmesi, kilolu olmayanlara göre bir şey yerken ya da içerken gösterilmeleri anlamlı biçimde yüksektir. Araştırmacılara göre çevrimiçi haber fotoğraflarında obez bireyler sıklıkla damgalanmaktadır; bu olgu, obez bireylerin toplumsal algılanmalarında önemli imalara sahiptir ve yaygın önyargılar ile ayrımcılığı teşvik edebilir.

Aşırı kilo ve obezite konusunda dikkatin çekildiği konulardan biri de çocukluk çağı obezitesidir. Katherine W. Hawkins ve Darren L. Linvill, "Public Health Framing of News Regarding Childhood Obesity in the United States" (2010) adını taşıyan araştırmalarında, ABD'de yayımlanan beş ulusal gazetede 1996, 2001 ve 2006 yılında yayımlanan haberlerde çocukluk çağı obezitesinin nasıl çerçvelendiğini içerik analizi yoluyla incelemektedir. Hawkins ve Linvill'e göre incelenen haberlerin neredeyse yarısı (%48,3) konuyu halk sağlığı çerçevesi içine oturtmakta; %51,7'si ise çocukluk çağı obezitesinin önlenmesi ya da düzeltilmesiyle ilgili bilgi içermektedir. Ayrıca haberlerin %84'ü risk faktörlerine yer vermekte ve %97'si geniş toplumsal ve çevresel bağlamla ilişkilendirilmektedir. Ancak hem risk faktörleri hem de önleyici ve düzeltici tedbirler bakımından bireysel düzlemin öne çıkarıldığı, bu araştırmanın da temel bulgusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Risk faktörleri içerisinde sağlıklı beslenme alışkanlıkları, fiziksel aktivite yokluğu ve okullardaki sağlıklı yiyeceklere öncelik verilmektedir. Yaygın önleyici ve düzeltici kategorilerinde ise özellikle evde veya anne babaların kontrolü altındaki alanlarda beslenmedeki değişiklikler üzerine yoğunlaşıldığı saptanmıştır.

Çocukluk çağı obezitesine odaklanan bir başka çalışma ise Amber Bastian'a aittir. Bastian, çocuklar arasında obezitenin yüksek düzeydeki yaygınlığının halk sağlığına yönelik en önemli küresel tehditlerden biri olduğu görüşünden hareketle yazılı basında çocukluk çağı obezitesinin temsilini incelemiş ve basındaki temsil biçimini akademik literatürdeki çerçeveleme biçimiyle karşılaştırmıştır. "Representations of Childhood Obesity in Australian Newsprint Media and Academic Literature" (2011) adlı çalışmada yazar, 2009 yılının ilk üç ayı boyunca Avustralya yazılı basın içeriğini ve akademik literatürü değerlendirmiştir. Yazar, her iki türde hem bireysel hem de sosyo-yapısal paradigmlar bulunmakla birlikte basının bireysel sorumluluğu öne çıkardığı, buna karşın akademik literatürün sosyo-yapısal açıklamaları desteklediği sonucuna ulaşmıştır.

Atanasova vd. obezitenin haberlerde temsiline dair çalışmalarda gazetelerle karşılaştırıldığında televizyonun daha sınırlı sayıda çalışmaya konu olduğunu ifade etmektedir (2012: 555). Bu çalışma kapsamında ulaşılan kaynaklar arasında da televizyonu içeren çalışmaların sayısı sınırlı olmuştur. Bunlardan biri, Catriona M. F. Bonfiglioli vd.'nin "Choice and Voice: Obesity Debates in Television News" (2007) başlıklı çalışmasıdır. Araştırmacılar, Avustralya'da televizyon haberleri ile güncel haberler içeriğinin aşırı kiloluluğu ve obeziteyi nasıl inşa ettiğini analiz etmektedir. Çalışma, medyanın aşırı kiloluluğun ve obezitenin hangi yönlerine dikkati çektiğini, medyada en çok dikkati çeken grupları, tartışılan nedenleri ve çözümleri, obezitenin sorumlusu olarak görülen kişileri ve sesleri duyulan ilgili kişileri belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere Avustralya'da yayın yapan beş televizyon kanalında yayımlanan 50 televizyon haberi ve güncel olaylar programı incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre incelenen televizyon içeriğinin çok önemli bir bölümü (%72) obeziteyi kötü beslenme sorunu olarak görmekte ve çoğunlukla (%66) bireylerin sorumluluğu olarak ele almaktadır. İncelenen içeriğin yarısından fazlası (%52) yetişkinlere, %26'sı ise çocuklara odaklanmaktadır. Obezitenin genellikle bireysel beslenme değişiklikleri, egzersiz, cerrahi ve tıbbi müdahalelerle çözülebilecek bir sorun olarak çerçvelendiği sonucuna ulaşan araştırmacılar, televizyon haberlerinin obeziteyi daha çok bireysel sorunlar ve bireysel çözümlerle birlikte tanımladığını belirtmektedir. Yazarlar, medyanın bireysel sorumluluk ve beslenmeye dair yaptığı vurgunun, aşırı kiloluluk ve obezitenin toplumsal düzeyde üstesinden gelinebilmesi için gerekli sosyo-politik ve yapısal değişikliklere dikkatin çekilmesini engelleyeceğine işaret etmektedirler.

Sherice Gearhart vd., "Network News Coverage Of Obesity in Two Time Periods: An Analysis of Issues, Sources, and Frames" (2012) adlı çalışmalarında 1995-1999 ile 2005-2009 yılları arasında ABC, NBC ve CBS televizyonlarında yayımlanan haberlerde obezitenin temsilini incelemektedir. İçerik analizi yoluyla gerçekleştirilen çalışmada epizodik-tematik çerçeveler, işlenen konular ve kaynaklar değerlendirilmiştir. Araştırmaya göre bu iki dönem karşılaştırıldığında öncelikli olarak obezite haberlerinde artış yaşanmış, tematik çerçevelerde artış, epizodik çerçevelerde ise azalma görülmüştür. Kullanılan kaynaklar arasında da iki dönem arasında farklılık söz konusudur. Kaynak olarak politikacı kullanımında anlamlı bir artış yaşanırken uzmanlar ile obez/aşırı kilolu kişilerde azalma görülmüştür. Ancak yine de uzmanlar hâlen

en önemli enformasyon kaynağı olmaya devam etmiştir. Obezite haberlerinde sayısal artış yaşanmasına rağmen ele alınan konularda çok büyük bir değişiklik söz konusu olmamıştır. Genetik faktörler ile kişisel hikâyelerde anlamlı bir düşüş yaşanmış olsa da sağlık riskleri, önleme/tedavi gibi obezitenin bireysel yönleri öne çıkarılmaya devam etmiştir.

Türkiye’de ise obezitenin medyada temsiline dair çalışmalar son derece sınırlıdır. “Obezite ve medya”, “obezite, medya ve temsil”, “aşırı kiloluluk, medya, temsil”, “şişmanlık ve medya” anahtar sözcükleriyle Ankara Üniversitesi Akademik Arama Motoru ve *googlescholar* üzerinden yapılan taramada² ulaşılabilen ilk çalışma 2012 yılında düzenlenen 15. Ulusal Halk Sağlığı Kongresi’nde sunulan bir bildiridir. Aslen tıp alanında uzman olan Salih Demircioğlu vd. “Mart, Ağustos, Ekim 2011 ve Şubat 2012 Aylarında Obezite Konusunda Tirajı En Yüksek Ulusal Beş Gazetede Yer Alan Haberlerin İçerik Açısından İncelenmesi” adlı çalışmalarında, çağımızın önemli sorunlarından biri olarak değerlendirdikleri obezite ile mücadelede toplumsal bakışın belirlenebilmesinde gazete içeriklerinin önemli bir veri kaynağı olabileceği varsayımından hareket etmektedir. Çalışmada, tesadüfi örneklem yoluyla her mevsimden bir ay belirlenerek 2012 yılında tirajı en yüksek beş gazetede yayımlanan 151 obezite haberi incelenmiştir. Yazarlar, araştırma sonucunda haberlerin büyük bir bölümünün (%61,6) bilimsel verilerle koşut olduğunu ve reklam/gıda endüstrisinden etkilenmediğini (%86,1) saptamıştır. Ayrıca her bir gazetede haberlerin yarısında haberi hazırlayanın belirtildiğini ve kanıt dışı uygulamaların çözüm olarak sunulduğu haberlerin oranının oldukça düşük olduğunu (%5,3) ortaya koymuştur.

Bu alanda yapılan ikinci çalışma ise Erkan Yüksel vd.’nin 2014 yılında yayımlanan çalışmalarıdır. “Obezite Konusu Basında Nasıl Çerçevelenmektedir?” başlıklı çalışmada yazarlar, 2010 yılında Türkiye’de yayımlanan yaygın, yerel ve bölgesel nitelikli tüm gazeteler ve eklerinde obezitenin nasıl çerçevlendiği sorusuna yanıt aramaktadır. İçerik çözümlemesi yoluyla gerçekleştirilen çalışmada sistematik tesa-

düfi örnekleme toplam 172 yazı çözümlenmiştir. Bu çerçevede gazetelerde obezite konusunun önemlilik düzeyi, yazıların türü ve kaynağı, haber ya da bilgi kaynakları, yazıların tonu ile obezitenin nedenleri, çözüm önerileri ve sonuçlarının tanımlanma biçimleri incelenmiştir. Araştırmacıların bulgularına göre haber kaynakları ağırlıklı olarak sağlık profesyonelleri (%47) ile yabancı kaynaklar, kurumlar ve kişilerdir (%42). Yazılarda %87,2 gibi büyük bir oranda obezitenin kötü, negatif ya da eleştirel bir dille tanımlandığı; %23,8’inde obezitenin nedenlerine yer verilmediği görülmüştür. Nedenlerin yer verildiği yazılarda ise ağırlıklı olarak “yanlış, yağlı ve kötü beslenme alışkanlığı” (%57,3) gibi bireysel ve davranışsal unsurların yer bulduğu saptanmıştır. Çevresel ya da sistematik unsurlara daha az yer verildiğinin bulgularında incelenen yazıların üçte birinde obeziteye dair bir çözüm önerisinin bulunmadığı; çözüm önerisi içeren haberlerde ise en sık spor ve doğru beslenmenin vurgulandığı belirtilmektedir. Obezitenin nedeninin bireysel/davranışsal unsurlara bağlanmasına koşut biçimde çözüm de yine bu unsurlara bağlanmaktadır.

Pelin Ögüt ve Aslıhan Ardiç “Public Health Framework of Writings Regarding Obesity in Turkey” (2014) başlıklı araştırmalarında, 2012 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından başlatılan Obeziteyle Mücadele Kampanyası’nın ardından sorunun Türk basınında halk sağlığı çerçevesinde ele alınıp alınmadığını analiz etmektedir. Ulusal basından beş gazetenin (*Zaman, Posta, Hürriyet, Sabah, Sözcü*) obeziteyle ilgili haberlerinin içerik analiziyle incelendiği çalışmada obezitenin basında ne sıklıkta yer aldığı, obezitenin bireysel mi yoksa sosyal bir sorun olarak mı ele alındığı ve halk sağlığı çerçevesinde ele alınan haberlerin sayısı ile kapsamı değerlendirilmektedir. Yazarlar bireysel referansların hem obeziteyle ilgili risk faktörlerinde (%41,6) hem de obeziteye dair çözüm önerilerinde (%40,4) ağırlıklı olduğunu bulgulamışlardır. Ögüt ve Ardiç da Yüksel vd.’nin bulgularına benzer biçimde obezitenin toplumsal ve çevresel bağlamından uzak sunulduğuna işaret etmektedir. Yazarlar, incelenen makalelerin çok büyük bir bölümünde halk sağlığı perspektifinin bulunmadığını vurgulamaktadır.

² Türkiye’de aşırı kiloluluk/obezite ve medya ilişkisine dair çalışmalar konunun medyada ele alınış biçimini incelemekten ziyade medyanın obezitenin artışında oynadığı role dairdir.

Ulaşılabilen son çalışma ise Fırat Adıyaman'a aittir. Yazar, "Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Obezite İle Mücadele Bakanlar Konferansının Öncesi ve Sonrasında Obezitenin Gazetelerde Sunumu" (2016) başlıklı çalışmada "uluslararası bir halk sağlığı problemi" olarak gördüğü obezitenin Türkiye'de yayımlanan gündelik gazetelerdeki temsilini ele almıştır. İçerik analizine dayalı olarak yürütülen çalışmada en çok satan ilk 10 gazeteden tesadüfi örneklem yoluyla örneklem alınmıştır. Bu doğrultuda 2002, 2004, 2006, 2008, 2010, 2012 ve 2014 yıllarında yayımlanan *Akşam*, *Güneş*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*, *Sabah*, *Takvim*, *Türkiye*, *Vatan* ve *Zaman* gazetelerinde geçen "obezite" sözcüğünü içeren yazılar taranarak obezitenin nedenleri, çözüm önerileri ve sonuçlarının sunum biçimleri incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre yazılarda, obezitenin nedeni olarak ilk sırada bireysel (%55,4), ikinci sırada sistemik (%27,5), üçüncü sırada ise biyolojik nedenlere (%17,1) yer verilmektedir. Çözüm önerilerinde de benzer şekilde en sık bireysel çözüm önerileri (%56,6) bulunmaktadır. Sonuçlar bakımından ise yazılarda, en fazla biyolojik sonuçlar (hastalıklara yakalanma, psikolojik) işlenmektedir. Diğer çalışmalardan farklı olarak haberlerin görsellerini de değerlendiren Adıyaman, görsel kullanımında ağırlıklı olarak fotoğrafın tercih edildiğini ve görsellerde kadınların erkeklerden daha fazla yer aldığını belirtmektedir. Görsellerde obez ve obez olmayanların birbirine yakın oranda sunulduğunu tespit eden yazar, obez ve obez olmayanların yemekle çok fazla ilişkilendirilmediğini, ayrıca obez ve obez olmayanların obezitenin nedenlerinden biri olan fiziksel aktivite yetersizliğiyle ilişkilendirildiğini ifade etmektedir.

Türkiye'ye dair sınırlı sayıdaki yayının en önemli ortak bulgusu, obezitenin bireysel ve davranışsal bir sorun olarak sunumu ve çözüm önerilerinin de bu doğrultuda bireyselleştirilmesidir. Meselenin gazetelerde bireysel bir sağlık sorunu olarak sunulması sistemik, çevresel, toplumsal nedenlerinin geri plana itilmesi, konunun politik alana taşınarak çözümünün önünde bir engele dönüşmektedir. Türkiye'de yapılan çalışmaların bulguları, İngilizce literatürle uyumluluk

göstermekle birlikte bu çalışmaların göze çarpan bir eksikliği, gelişen yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlığına rağmen hayatımızda hâlâ önemli bir yer tutmaya devam eden televizyona dair bir analizin yapılmamış olmasıdır. Televizyona dair bir analiz, her iki aracın sunum biçimleri arasındaki benzerlik ve farklılıkların ortaya konulmasını sağlayacaktır.

Bu çalışma bağlamında incelenen literatür, obezitenin gazete ve televizyon haberlerinde giderek daha fazla yer bulunduğunu göstermektedir. İncelenen araştırmaların en çarpıcı bulgusu, obezitenin hem nedenler hem sonuçlar hem de çözüm önerileri bakımından daha çok bireysel düzlemde ele alındığıdır. Toplumsal ve çevresel faktörlerde yıllar içerisinde belirli bir miktarda artış gözlemlense de bu artış bireysel/davranışsal unsurların önüne geçememiştir. Bu anlamda, gazeteler ve televizyonlar arasında belirgin bir farklılık bulunmadığı da her iki aracı birlikte ele alan çalışmalar tarafından ortaya konmuştur (Kim ve Willis, 2007; Lawrence, 2004). Bir halk sağlığı sorunu olan obezitenin gazete ve televizyon haberlerinde çoğunlukla bireyselleştirilmesi, bir başka deyişle hem nedenler ve sonuçlar hem de çözümler bağlamında bireyselleştirilmiş anlam ve yorumların daha fazla tercih edilmesi, işlenen konular ve kaynak kullanımındaki yapısal eğilimlerin sürekliliğiyle de desteklenmektedir. Ancak daha az tercih edilse de toplumsal ve çevresel faktörlere dair anlamların yıllar içerisinde belirli bir artış eğiliminde olması, toplumsal bir fenomen olarak obezitenin inşası konusunda bir mücadelenin varlığına da işaret etmektedir.

Obezitenin ve aşırı kilolu olmanın gazete ve televizyon haberlerinde ağırlıklı olarak "bireysel" bir sorun olarak işaretlenmesi, elbette, okurlar ve izleyicilerin otomatik bir biçimde meseleyi bu yönde alımladıkları anlamına gelmemektedir. Medyanın izleyicilerinin aşırı kiloluğu ve obeziteyi nasıl tanımladıkları, obezitenin nedenleri, çözümleri ve sonuçları hakkında neler düşündükleri ancak alımlama düzeyinde yapılan çalışmalarla ortaya konulabilir.

3. Medyada Obezite Haberlerinin Alımlanması Çalışmaları

Atanasova, Koteyko ve Gunter, 2012 tarihli "Obesity in The News: Directions for Future Research" adlı yazılarında haber medyası ve obezite alanında yapılan çalışmaların ana hatlarını ortaya koymakta ve alandaki boşlukları göstererek gelecek çalışmalar için önerilerde bulunmaktadır. Haber medyası ve obezite literatürünü değerlendiren yazarlara göre, şimdiye dek haberlerde obezitenin nasıl sunulduğuna dair çalışmalardan önemli sonuçlar elde edilmiştir. Ancak obezite haberleri özelinde, bu haberlerin üretim süreci ve izleyici boyutuna dair çalışmalar sınırlıdır. Yazarlar, obezitenin izleyiciler tarafından nasıl alımlandığına odaklanan bazı çalışmalar bulunsa da bu çalışmaların yeterli olmadığını ifade etmektedir (2012: 556). Nitekim Ankara Üniversitesi Akademik Arama Motoru ve *googlescholar* üzerinden yapılan taramada da bu alanda oldukça sınırlı bir literatüre ulaşılmıştır.

İngilizce literatürde ulaşılabilen ilk çalışma Atanasova, Koteyko ve Gunter'in de işaret ettikleri "News Media Coverage, Body Mass Index, and Public Attitudes About Obesity" adlı çalışmadır. Douglas, Renaud ve Kamerow'a ait 2006 tarihli çalışmada, yazarlar, obeziteye dair haber içeriğinin halkın tutum ve inançları üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada, haber medyasına maruz kalma düzeyi ve beden kitle indeksi (BKİ) ile katılımcıların obezitenin nedenleri ve çözümlerine dair inançları arasındaki etkileşim incelenmiştir. Bu inceleme, yapılan iki tarama araştırmasının (*survey*) sonuçlarına dayanmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, medyaya yüksek düzeyde maruz kalanlar ve yüksek BKİ'ye sahip olanlar, obezitenin nedeninin toplumsal olduğunu düşünme eğilimindeyken düşük BKİ'ye sahip olanlar sağlıklı bir kilonun korunmasını toplumun zorlaştırdığı fikrini daha az paylaşmaktadır. Araştırmanın bir başka bulgusu ise yüksek BKİ'ye sahip katılımcıların sağlıksız yiyeceklerin fiyatlarının artırılması veya erişimlerinin sınırlandırılması gibi önlemleri daha az desteklemeleridir. Bu katılımcılar, daha ziyade sağlıklı yeme içme ve egzersiz alışkanlıklarını kazandırmayı amaçlayan eğitim stratejileri gibi geniş ve temel önlemleri desteklemektedir. Yazarlar, obezitenin nedenlerine dair inançlarla ilgili bu farklılıkların seçici dikkatle ilişkili olabileceği kanaatindedir. Yazarlara göre, aşırı kilolu insanlar seçici biçimde bireysel ya da eğitimsel

yaklaşımlara odaklanan obezite haberlerine daha fazla dikkat ederken normal kilodakiler gıdaya erişim gibi politika yapım süreçlerine odaklanan haberlere dikkat ediyor olabilir. Araştırmacılar, bu iddialarının verilerine dayanmadığını, gelecek araştırmaların inceleyebileceği potansiyel hipotezler olduğunu işaret etmektedir (2006: 29-30).

Obezite haberlerinin izleyici boyutunu ele alan diğer çalışma ise Lesa Hatley Major'a aittir. "Break it to Me Harshly: The Effects of Intersecting News Frames in Lung Cancer and Obesity Coverage" (2009) başlıklı çalışmanın çıkış noktası, haberlerin çerçevelenme biçimlerinin izleyicilerin haberin konusuna yaklaşımlarını etkilediği görüşüdür. Buradan hareketle yazar, ABD'de en önemli sağlık sorunlarından olan obezite ve akciğer kanserine dair haberlerin farklı çerçevelerinin okuyucunun soruna bakışında bir değişiklik yaratıp yaratmadığını test etmektedir. Deneysel araştırma deseni kullanılan çalışmada, obezite ve akciğer kanseri konusundaki iki haber metni, tematik (geniş temalar) ve epizodik (bireysel ya da vaka) ile kazanç (yararları vurgulayan) ve kayıp (zararları vurgulayan) çerçeveleriyle araştırmacı tarafından yeniden yazılmıştır ve toplamda sekiz ayrı çerçeveye sahip haber metni oluşturulmuştur. 229 kişinin katıldığı çalışmada, katılımcılar ilk olarak "ön teste" tabi tutulmuş, bu yolla her iki konuya dair bilgi düzeyleri ile tutumları ölçülmüştür. Ardından her katılımcı hem akciğer kanseri hem de obeziteye dair haberlerin bir versiyonunu okumuş ve son teste tabi tutulmuştur. Araştırmanın en temel bulgusu, haberde kullanılan tematik çerçeveler ile kayıp çerçevelerinin sağlık sorunlarıyla ilgili toplumsal sorumluluğa daha fazla atıfta bulunduğudır. Araştırma, tematik ve kayıp çerçevelerinin bileşiminin, okuyucuların sağlık sorunlarına yol açan toplumsal belirleyicileri daha iyi anlamasını sağlamada etkili olacağını ortaya koymaktadır.

2010 tarihli bir başka çalışma ise Richard W. Blood vd.'ye ait "On Being 'Fat': Obese and Overweight Australians Respond to News Depictions of Obesity and Overweight" adını taşımaktadır. Aşırı kilolu ve obez insanların haber içeriklerini nasıl yorumladığını incelemeyi amaçlayan çalışma, Melbourne'de (Avustralya) yaşayan aşırı kilolu, obez ve morbid obez 152 kişilik bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcılar, obeziteye ilişkin paniğe sevk edici haberlerin “*obesofobik*” (obesophobic) bir ortam yarattığını; oldukça sınırlı, tek boyutlu ve yüzeysel içeriklerin obezite haberlerinin temel karakteristiği olduğunu düşünmektedir. Kendi hayatlarında çok kez dışlanmaya ve ayrımcılığa uğradıklarını ifade eden katılımcılara göre, bunların çoğu medyadaki olumsuz obezite temsilleriyle ilişkilidir. Bu olumsuz temsillerin sonuçlarından biri, aşırı kilolu ve obez kişilere dair olumsuz toplumsal algı ile aşırı kilo ve obezitenin nedenleri ve sonuçlarına dair basitleştirilmiş tutumlardır.

Danielle Couch vd.’nin “Obese Adults’ Perceptions of News Reporting on Obesity: The Panopticon and Synopticon at Work” (2015) başlıklı çalışması obez bireylerin obezite haberlerini nasıl algıladıklarını ve nasıl tepki gösterdiklerini anlamayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda derinlemesine görüşmeler ve tematik analiz kullanılarak Avustralya’daki yetişkin obezlerin deneyimleri ve tutumları incelenmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı çalışmada altı tematik alan belirlenmiştir: fiziksel ve zihinsel sağlık ve iyilik hali; kilo, kilo alma ve vermeye dair önceki deneyimler; kilo, kilo alma ve vermeye dair şimdiki deneyimler; beden imgesi ve toplumsal algı; medya ve son olarak halk sağlığı politikaları ve yaklaşımları. 142 kişilik bir örneklem üzerinden yürütülen çalışmada, katılımcıların çoğunluğunun obezite haberlerinin kişisel sorumluluğa vurgu yaptığına ve obez insanları bir tür “ucube” gibi resmettiğine inandığı ortaya çıkmıştır. Katılımcılar bu tür haber içeriklerinde kilo vermeyi başarmaları haricinde seslerinin duyulmadığına, obeziteye dair kişisel deneyimlerinin karmaşıklığına ve zorluğuna karşı biçimde haber içeriklerinin meseleyi basitleştirdiğine işaret etmektedir. Katılımcıların vurguladığı bir başka önemli noktada ise obezlere dair olumlu temsillere duyulan ihtiyaçtır. Olumlu temsiller yoluyla yaşadıkları ayrımcılığın azalacağını ve diğer insanların obezlere karşı daha olumlu yaklaşımlarına katkıda bulunulabileceğini ifade etmektedirler.

Yapılan literatür taramasında, gazeteler ve televizyonlarda yayımlanan obezite haberlerinin okuyucular ve izleyiciler tarafından nasıl alımlandığına ilişkin herhangi bir Türkçe çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte diğer medya metinlerinin obeziteyle ilgili tutum ve inançlar üzerindeki etkisine dair oldukça yakın tarihli iki yüksek lisans tezi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Gülcan Kahraman’ın “Obeziteye Yönelik Tutum ve İnançların Geliştirilmesinde Sağlık

Programlarının Etkisi” (2014) başlıklı yüksek lisans tezidir. Yazar, kilo kontrolünün sağlanabilmesi için gerekli stratejilerin belirlenmesinde kilolu ve obez bireylerin obeziteye dair algılamalarının önemli olduğu fikrinden hareket ederek televizyon sabah kuşağında yayımlanan sağlık programlarını çözümlenmiştir. Obzite sorunu olan bireylerin obeziteye yönelik tutum ve inançları üzerinde sağlıkla ilgili televizyon programlarının etkisini ölçmeyi amaçlayan çalışmada, Sakarya’da hizmet veren sağlık kuruluşlarına başvuran 365 kilolu ve obez birey üzerinde bir tarama araştırması yapılmıştır. Araştırmada, cinsiyet ve medeni hâl dışındaki diğer tüm sosyo-demografik özellikler ile obeziteye yönelik tutum ve inanç geliştirme arasında anlamlı bir fark bulunmadığı ortaya konulmuştur. Yazar, sağlık programlarının obeziteye yönelik tutum ve inançların geliştirilmesinde zayıf bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Songül Mollaoğlu’na ait “Televizyonda Yayımlanan Obzite ile İlgili Kamu Spotlarının Obz Bireylerin Kilo Vermeye Yönelik Tutum ve İnançları Üzerine Etkisi ve Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi” (2015) adlı yüksek lisans tezi de bu bağlamda sayılması gereken çalışmalar arasındadır. Mollaoğlu, çalışmasını, Mayıs-Ağustos 2015 tarihleri arasında Cumhuriyet Üniversitesi Hastanesinde yatan obezite tanısı konmuş 126 kişi üzerinden yüz yüze görüşme tekniği ile yürütmüştür. Yazar, araştırmasının sonucunda obez bireylerin %82,5’inin obezite konulu kamu spotlarını izlediğini, %17,5’inin ise izlemediğini ortaya koymuştur. Yazara göre, kamu spotları, bunları izleyen obez bireylerin büyük çoğunluğu üzerinde bir davranış değişikliği sağlayamamakta, ayrıca obezitenin tehlikeleriyle ilgili bir farkındalık oluşturmaya katkıda bulunmamaktadır. Mollaoğlu, obez bireylerin çoğunlukla kamu spotlarındaki görselleri anlaşılabilir bulduğu, obezite ile ilgili kamu spotlarının görsel tasarım açısından hedef kitleye ulaşmadığı, spotların görsel yönden hedef kitlenin beklentilerini ve isteklerini karşılayamadığı sonucuna varmaktadır. Yazarın, ulaştığı bir başka önemli sonuç ise televizyonda yayımlanan kamu spotlarını izleyenlerle izlemeyenler arasında obeziteye ilişkin tutum ve inançlar bakımından bir fark bulunmamasıdır.

Kahraman ve Mollaoğlu’nun ortak bulgusu, televizyonlarda yayımlanan her iki program türünün obeziteye dair tutum ve inançların geliştirilmesinde güçlü bir etkisinin bulunmadığı yönündedir. Ancak bu çalışmanın odağını oluşturan haber metinleri “gerçekleri” aktardığını iddia etmeleri nedeniyle pek çok diğer

medya metninden farklılaşır. Bu çalışma, hem haber metinlerine odaklanması hem de meseleyi iletişim ve medya çalışmaları içerisinde oldukça tartışmalı olan “etki” sorunsalı çerçevesinde ele almaması yönünden Kahraman ve Mollaoğlu’nun çalışmalarından ayrılmaktadır. Medya metinlerinin izleyiciler üzerinde etkili olup olmadığı iletişim ve medya araştırmaları alanında uzun yıllardır tartışılmaktadır ve yapılan ampirik araştırmalardan elde edilen sonuçlar birbirinden farklılık göstermektedir. Bazı çalışmalarda medyanın son derece güçlü ve kısa vadeli etkileri olduğu sonucuna ulaşılırken (sihirli mermi, hipodermik iğne teorisi vb.), bazı çalışmalarda medyanın oldukça sınırlı etkileri olduğu (iletişimin iki kademeli akışı modeli), bazılarında ise etkili olduğu ancak bu etkinin uzun vadede tezahür ettiği (gündem belirleme yaklaşımı,

yetiştirme tezi vb.) iddia edilmiştir. Bu çalışmada ise medya metinlerinin bireylerde bir davranış ve tutum değişikliği yaratıp yaratmadığına odaklanan etki sorunsalı bir kenara bırakılarak alımlama sorunsalına odaklanılmaktadır.

Medyada Obezite Haberlerinin Sunumu, Alımlanması ve Medya Kılavuzu Projesi başlıklı bu çalışma, Türkiye’de obeziteyle ilgili gazete ve televizyonlarda yayımlanan haberlerin okurlar ve izleyiciler tarafından nasıl yorumlandığı ile ilgili alandaki ilk çalışmalardan biridir. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sınıflandırıldığı bu çalışmada gençlerin ve yaşlıların, az eğitilmişlerin ve yüksek eğitimlilerin, düşük gelirli ve yüksek gelirli olanların obeziteye dair anlamlandırmaları ve yorumları karşılaştırmalı biçimde incelenmiştir.

II. BÖLÜM

GAZETE HABERLERİNDE OBEZİTENİN SUNUMU

1. Yöntem: İçerik Çözümlemesi ve Özellikleri

Türkiye’de 2016 yılında en çok satan ilk üç ulusal gazete olan *Hürriyet*, *Sabah* ve *Sözcü*’de yayımlanan obezite ve ilgili haberlerde gerçekleştirilen temsilin çözümlemesi amacıyla, bu çalışmada içerik çözümlemesi (*content analysis*) yönteminden yararlanılmaktadır.

Kullanımı yüz yıl öncesine dek uzanan içerik çözümlemesi yazılı, görsel veya sözel her türlü metnin incelenmesine olanak tanır. İçerik çözümlemesi, çeşitli metinlerin içerikleri hakkında sistematik veriler kazanarak ve yinelenen çıkarımlar yaparak iletişimin açık özelliklerinden açık olmayan içerik özelliklerine yönelik çıkarımlar yapmaya elveren bir veri toplama yöntemidir (Krippendorf’tan aktaran Gökçe, 2006: 18). Bu tanım daha açık bir biçimde ifade edilirse içerik çözümlemesi yönteminin öncelikli olarak bir metnin içeriğinin açık, sistematik ve nesnel bir incelemesini yapmak üzere kullanıldığı söylenebilir. İçerik çözümlemesinde, araştırmacı incelediği metnin (kitap, gazete ya da dergi makaleleri, reklamlar, filmler vb.) içeriğinin sayısal bir betimlemesini oluşturur. Bu doğrultuda objektif ve sistematik sayma ve kaydetme prosedürleri kullanır (Neumann, 2006: 466).

İçerik çözümlemesi, bir metnin içeriğinin ayrıntılı biçimde incelemesine olanak verir. Kullanılan sistematik sayma ve kaydetme prosedürleri, içerik çözümlemesini basit bir okuma veya izleme biçiminden farklılaştırır. Bu yöntemi uygulayan araştırmacı, metnin ilk bakışta fark edilemeyen yönlerini ortaya çıkarabilir. Elde edilen veri, sistematik olmayan gözlemlerle ortaya konan belirsiz fikirlerin geçerli olup olmadığını belirleyebilir. Ayrıca bu yöntemle hem çok büyük miktarda metnin içeriği incelenebilir hem de çeşitli metinlerin içerikleri karşılaştırılabilir (Neumann, 2006: 466).

İçerik çözümlemesi, medya çalışmalarında birkaç amaçla kullanılan bir yöntemdir:

- a) Medyanın kişileri ve olayları resmetmesini ve eğilimleri ortaya çıkarmak.
- b) Medya içeriğini gerçek dünyayla karşılaştırmak.
- c) Toplumdaki belirli kümelerin nasıl temsil edildiklerini değerlendirmek.
- d) Medya etkileri konusunda çıkarsama yapmak.
- e) Medya içerikleri ile medya sahiplerinin amaçları arasındaki bağlantıları kurmak.

2. Gazetelerde Yer Alan Obezite Haberlerinin Çözümlemesi

1 Ocak 2016-31 Aralık 2016 tarihleri arasında kapsayan çalışmaya üç ulusal gazete *Hürriyet*, *Sabah* ve *Sözcü* ile bu gazetelerin tüm ekleri; üç ulusal televizyon kanalı *FOX TV*, *ATV* ve *SHOW TV* dâhil edilmiştir. “Obezite, obez, aşırı kilo ve fazla kilo” anahtar sözcükleri ile gazeteler taranmış ve 175 haber elde edilmiştir.

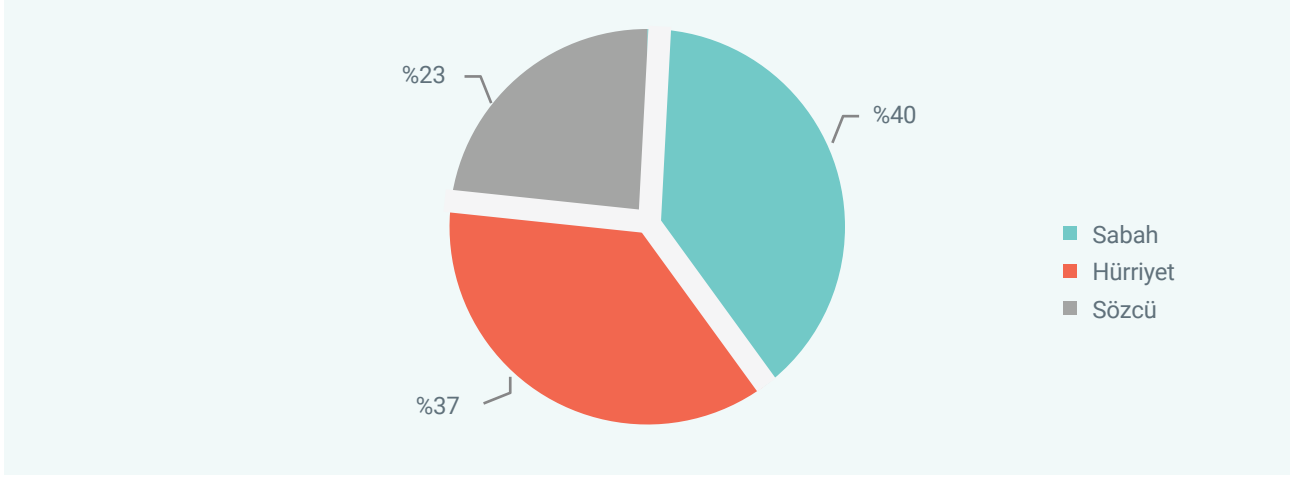
Bu haberlere uygulanan ve toplam 36 sorudan oluşan içerik çözümlemesi yönergesi ikili bir yapıya sahiptir.

İlk 15 soruda obezite haberlerinin biçimsel özelliklerini saptamaya yönelik ve bütünüyle niceliksel ölçümleri içeren sorular yönergeye dâhil edilmiştir. Soru yönergesinin ikinci kısmındaki 21 soru ile haberlerin niteliksel özellikleri saptanmıştır. Böylece sözcük seçimleri, neden-sonuç bağlantıları, görsel malzeme kullanma eğilimleri, en çok yer verilen haber kaynakları ve haberi oluşturan unsurlar incelenmiştir.

2.1. Haberlerin Yayımlandığı Gazetelere Göre Dağılımı

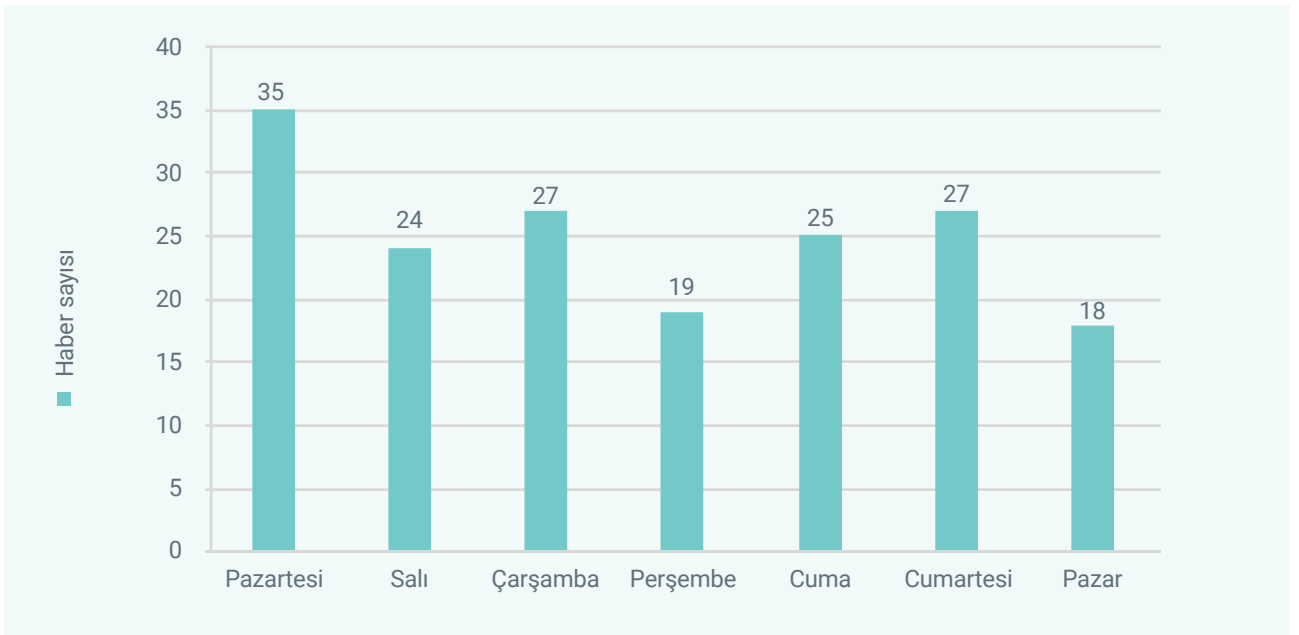
Obeziteyle ilgili haberlere en fazla yer veren *Sabah* gazetesi 69 haberle ilk sırada yer alırken (%40) onu

65 haberle *Hürriyet* (%37) ve 41 haberle *Sözcü* gazetesi (%23) izlemiştir.



Grafik 5. Haberlerin yayımlandığı gazetelere göre % olarak dağılımı

2.2. Haberlerin Yayımlandığı Zaman Aralıkları



Grafik 6. Haberlerin yayımlandığı günlere göre dağılımları

Obezite haberlerinin günlere göre dağılımına bakıldığında;

Pazartesi	: 35 haber
Çarşamba ve Cumartesi	: 27 haber
Cuma	: 25 haber
Salı	: 24 haber
Perşembe	: 19 haber
Pazar	: 18 haber yayımlanmıştır.



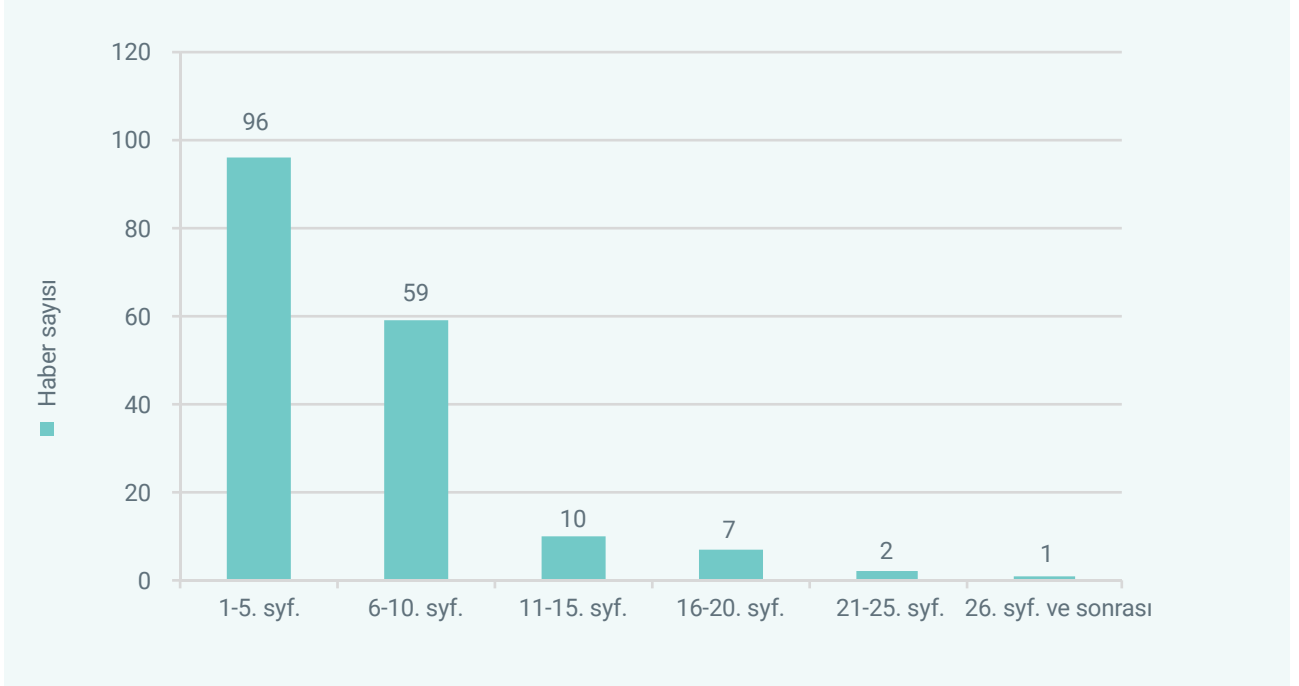
Grafik 7. Haberlerin yayımlandığı aylara göre dağılımı

Haberlerin aylara göre dağılımına bakıldığında, Eylül ve Ekim aylarında yoğunlaştığı görülmektedir. En az haberin yayımlandığı ay ise Şubat'tır.

2.3. Haberlerin Gazetelerde Yayımlandığı Yerler

Haberlerin yayımlandığı sayfa aralıkları incelendiğinde en fazla haberin 1-5. sayfa aralığında olduğu

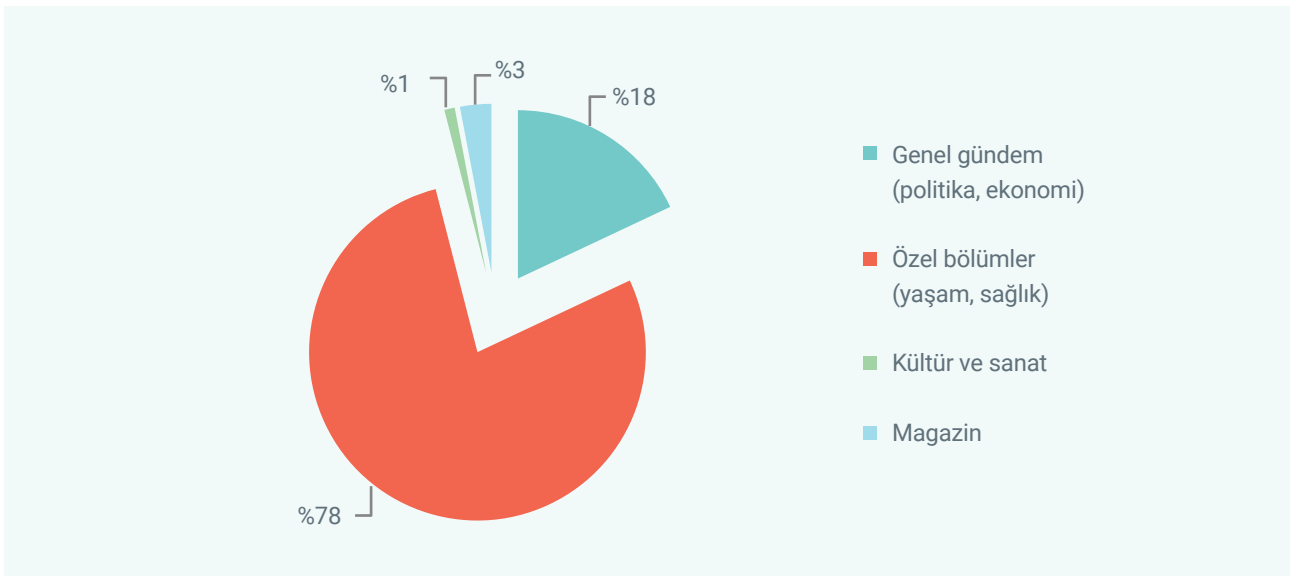
görülmektedir. En az haberin yayımlandığı yerler 20. sayfa ve sonrasıdır.



Grafik 8. Haberlerin yayımlandığı gazete sayfa aralığı

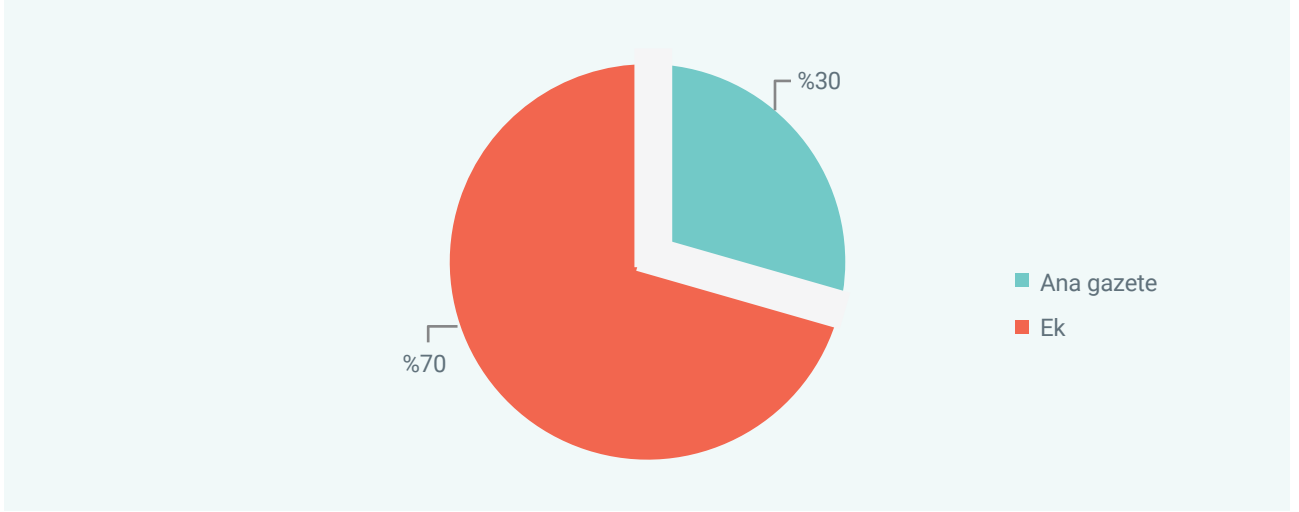
Haberlerin ağırlıklı olarak yayımlandığı bölümler incelendiğinde en fazla yaşam, sağlık, kadın, hukuk, çevre

ve medya gibi özel bölümlerde yer aldığı görülmektedir. Bu haberlerin oranı %78'dir (137 haber).



Grafik 9. Haberlerin gazetede yayımlandığı bölümlerin % olarak dağılımı

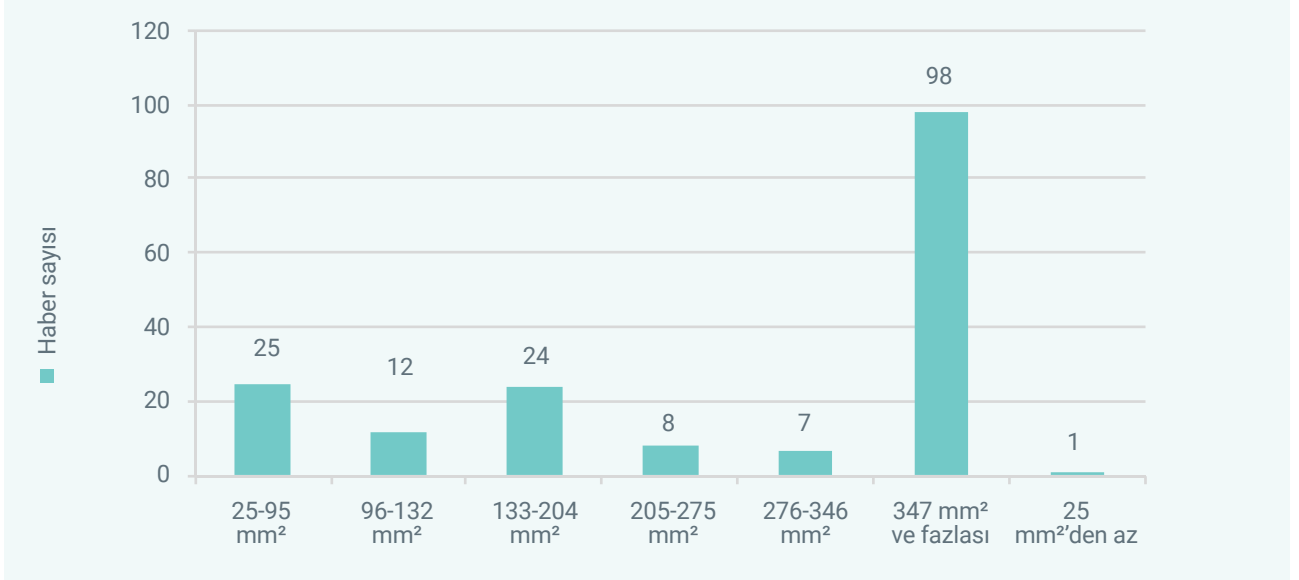
Haberlerin %70'i (122 haber) gazetelerin eklerinde yer almaktadır. Ana gazetede obezite haberlerinin yer alma oranı ise %30'dur (53 haber).



Grafik 10. Haberlerin ana gazete ve eklere göre % olarak dağılımı

2.4. Haberlerin Kpladığı Alan ve İlgili Unsurlar

Haberlerin gazetelerde kapladığı alan analiz edildiğinde 98 haberin 347 milimetrekare (ve üstü) yer kapladığı görülmektedir.

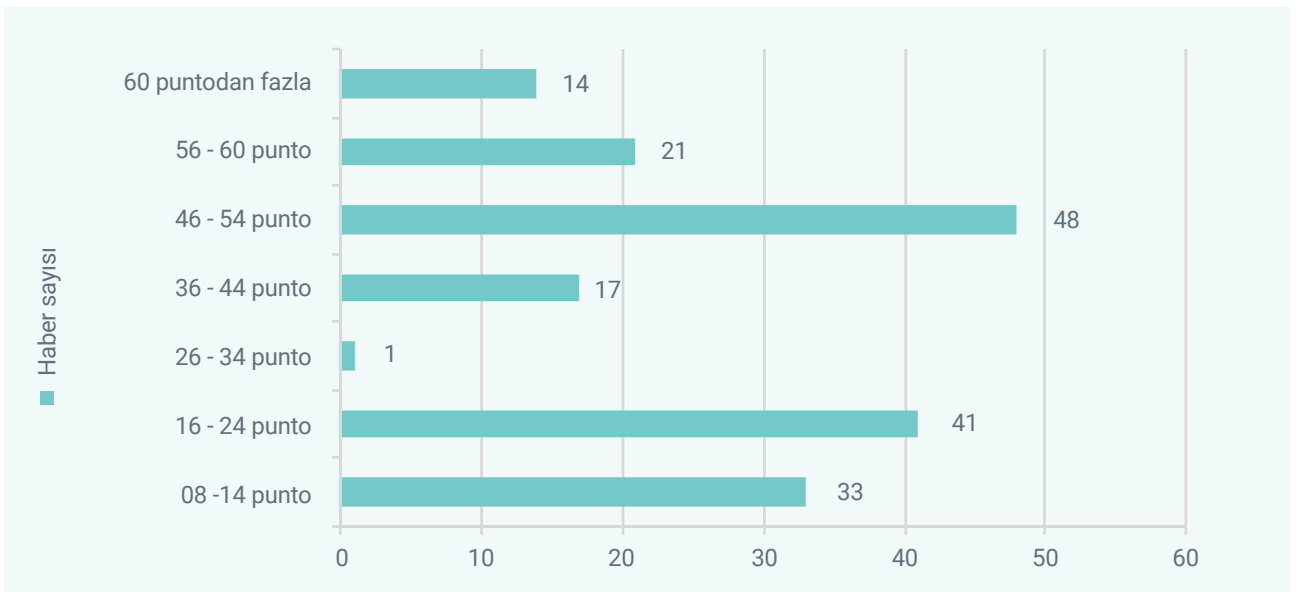


Grafik 11. Haberlerin kapladığı toplam alanın dağılımı

Haberlerin çoğunluğunda yer verilen alanın büyüklüğü, obezite haberlerine verilen önemin bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Bu önemin diğer göstergeleri ise punto büyüklüğü, alt ve üst başlıklar ile spotların varlığıdır.

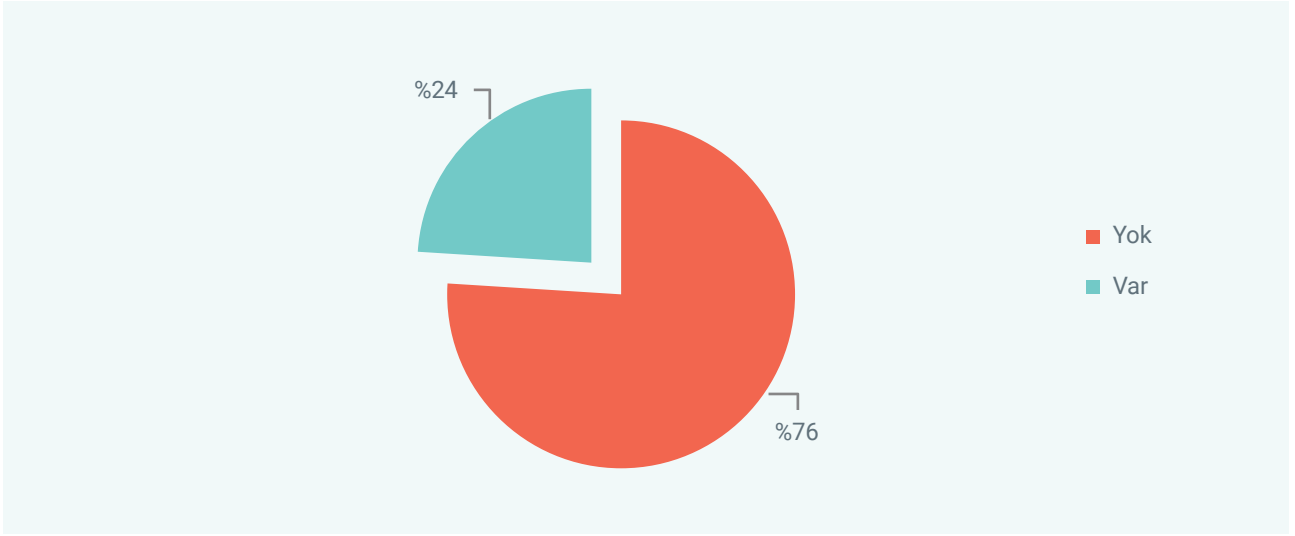
Haberlerin başlık büyüklükleri, haberlerin kapladığı

alanla bağlantılıdır. Haber başlıkları 46-54 punto aralığında yoğunlaşmaktadır. Küçük puntolu haberlerin az sayıda olması dikkati çekmektedir. Bu veriler habere ayrılan alan ile birlikte değerlendirildiğinde gazetelerde obezite konusuna dikkati çekmenin amaçlandığını göstermektedir.



Grafik 12. Başlık/manşet punto büyüklüğünün dağılımı

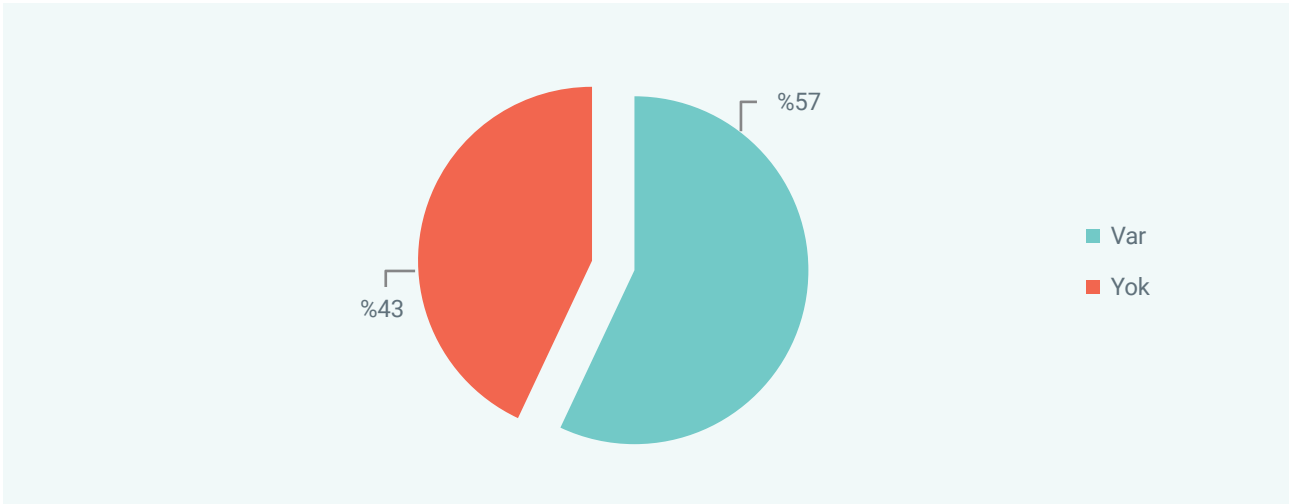
İncelenen haberlerin yalnızca %24'ünde (42 haber) alt veya üst başlık kullanıldığı saptanmıştır.



Grafik 13. Haberlerde alt veya üst başlıkların varlığının % olarak dağılımı

Haberlerde spot kullanılıp kullanılmadığı incelendiğinde; %57 oranında (100 haber) spot bulunduğu,

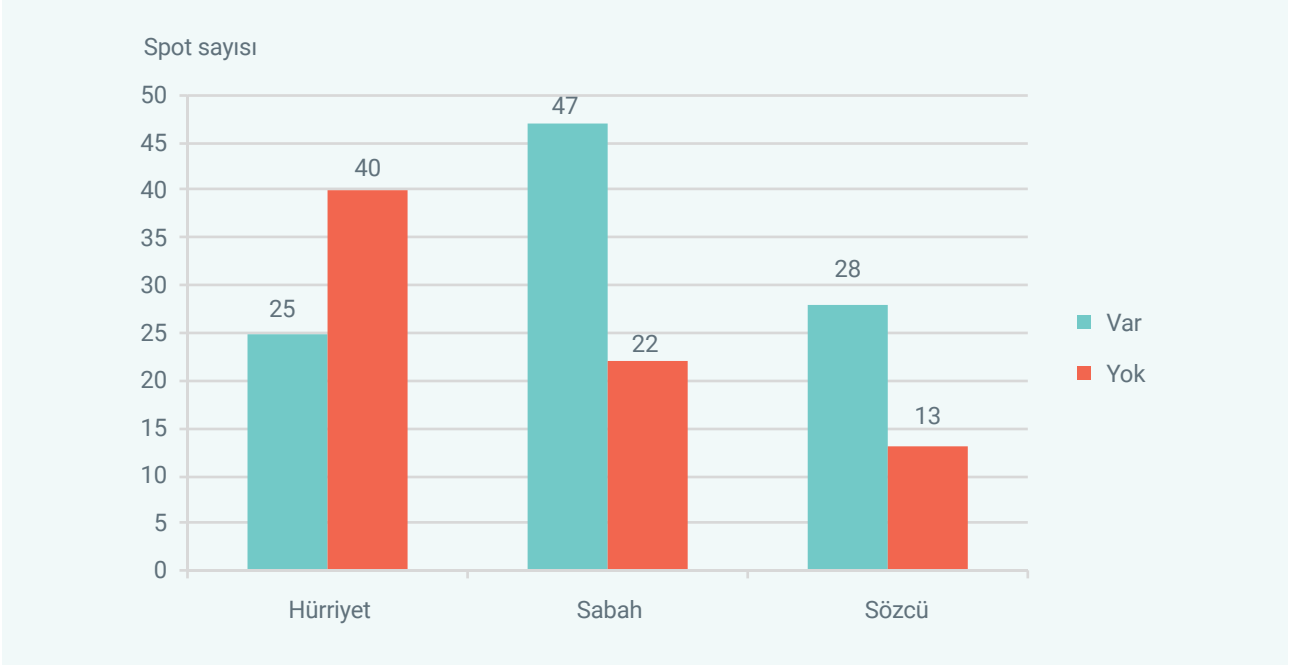
%43 oranında (75 haber) ise bulunmadığı tespit edilmiştir.



Grafik 14. Haberlerde spotun varlığının % olarak dağılımı

Spotun obezite haberlerinde alt veya üst başlıktan daha çok tercih edildiği ve spotta verilen kısa bilgiyle okurun haberi okumaya teşvik edilmeye çalışıldığı söylenebilir.

Gazetelere göre spot kullanımını incelendiğinde *Sabah* gazetesinin 47, *Sözcü*'nün 28, *Hürriyet* gazetesinin ise 25 haberinde spot kullanmayı tercih ettiği görülmüştür. *Sabah* gazetesi diğer gazetelere kıyasla daha çok spot kullanarak okuyucularını ilgili haberleri okumaya teşvik etmede öne çıkmaktadır.



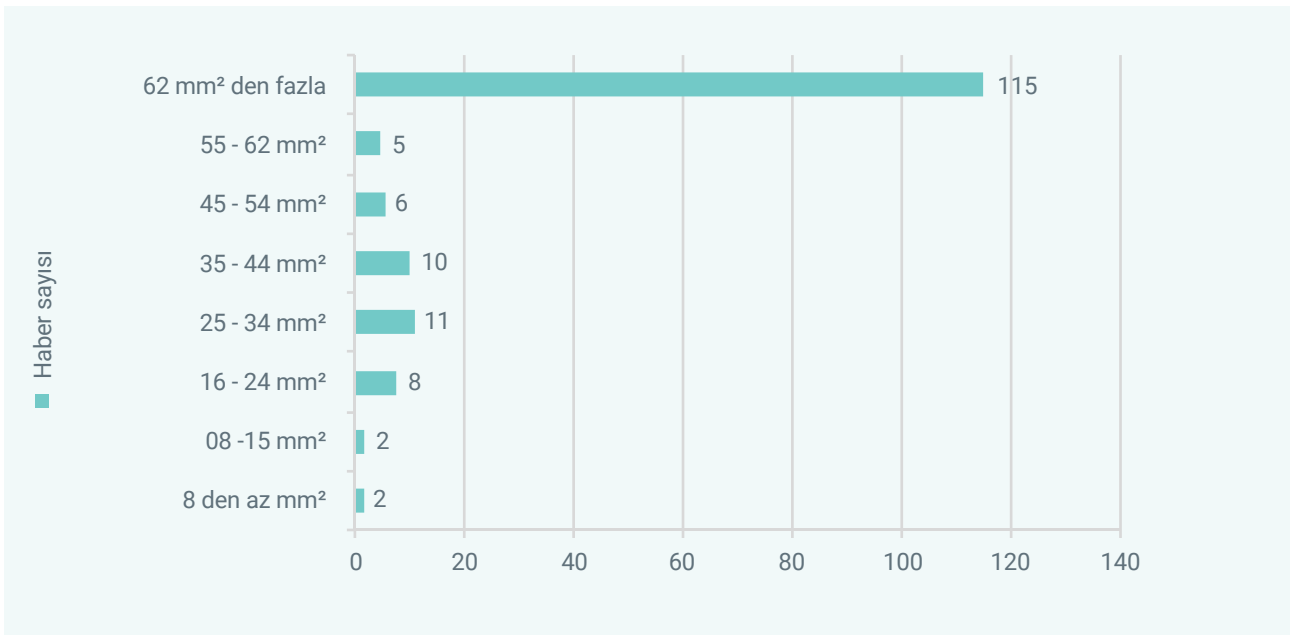
Grafik 15. Spot kullanımının gazetelere göre dağılımı

2.5. Görsel Malzemelerin Kullanımı ve Türleri

İncelenen haberlerin 159'unda görsel kullanılmıştır. Haberlerin çoğunluğunda görsel kullanılması, obezite ve ilgili konulara dikkatin çekilmeye çalışılmasının bir sonucu olarak yorumlanmalıdır.

Görsel kullanılan haberlerin sayısının yanı sıra bu haberlerde görsele ayrılan yerin büyüklüğü de önem-

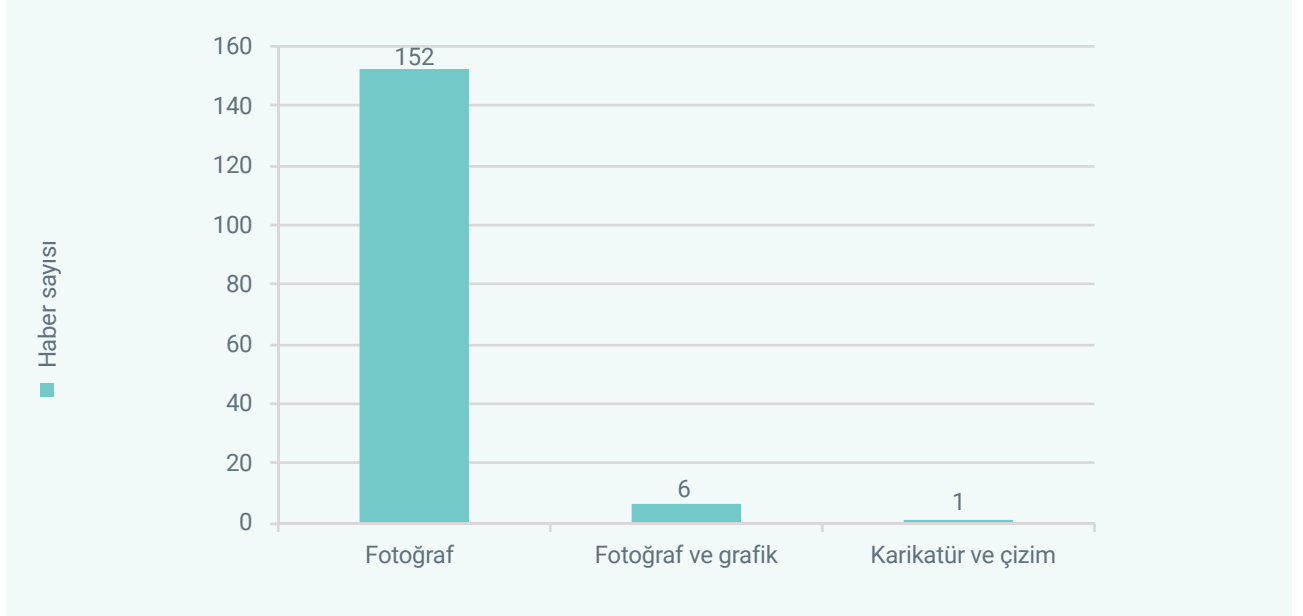
lidir. Haberde yer alan bütün görsellerin toplam alanına bakıldığında 115 haberde toplam görsel alanının 62 mm²'den fazla olduğu görülmektedir. Diğer haberlerde bulunan görsellerin toplam alanı ise birbirine yakındır. Bu bulgular, haberlerde görsellere göze çarpan bir yer ayrıldığına işaret etmektedir.



Grafik 16. Görsellerin toplam alanı

Görsel kullanılan haberlerin 152'sinde yalnızca fotoğrafa, 6'sında fotoğraf ve grafiğe yer verilmiştir. Karikatür, çizgi ve çizim 1 haberde kullanılmıştır. Obezite

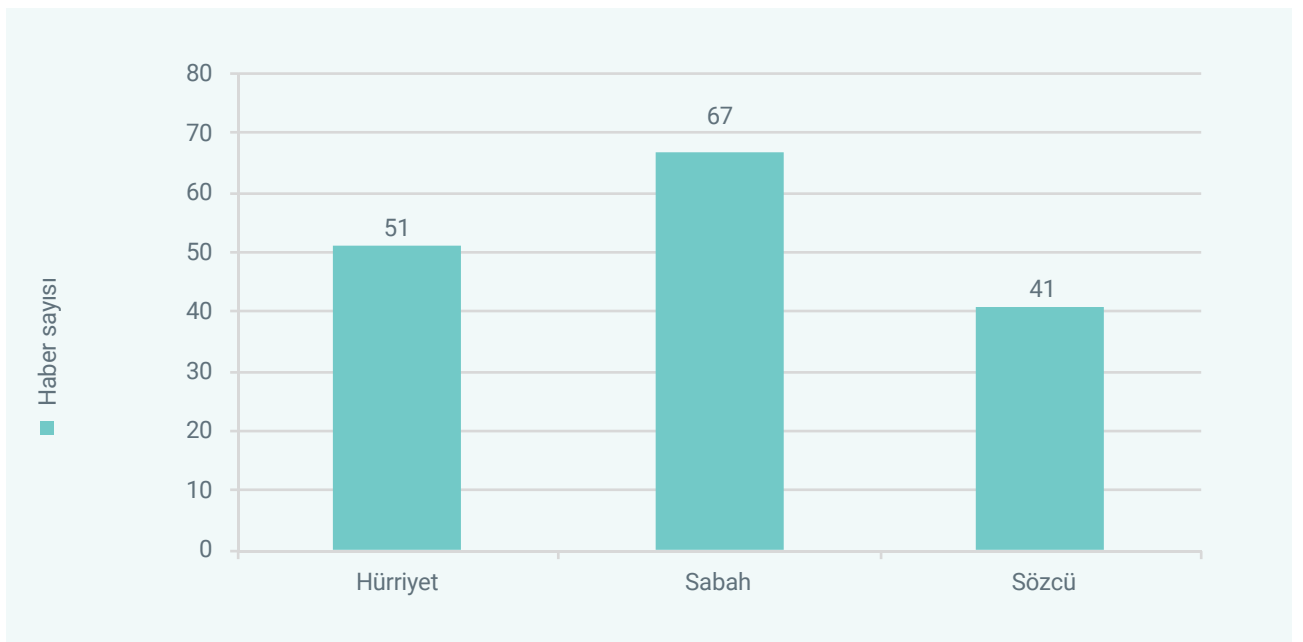
haberlerinin 16'sında ise hiçbir görsel yer verilmemiştir. Buna göre obezite ve aşırı kilo haberlerinde yaygın biçimde görsel kullanımının tercih edildiği söylenebilir.



Grafik 17. Haberde yer alan görsel türleri

Görsel kullanımı açısından gazetelere bakıldığında *Sabah* gazetesinin 69 haberinden 67'sinde görsel yer verdiği görülmektedir. Bu açıdan ikinci sırada

yer alan *Hürriyet*'in 65 obezite ve ilgili haberlerinin 51'inde, üçüncü sırada yer alan *Sözcü* gazetesinin ise 41 haberinin tümünde görsel kullanılmaktadır.



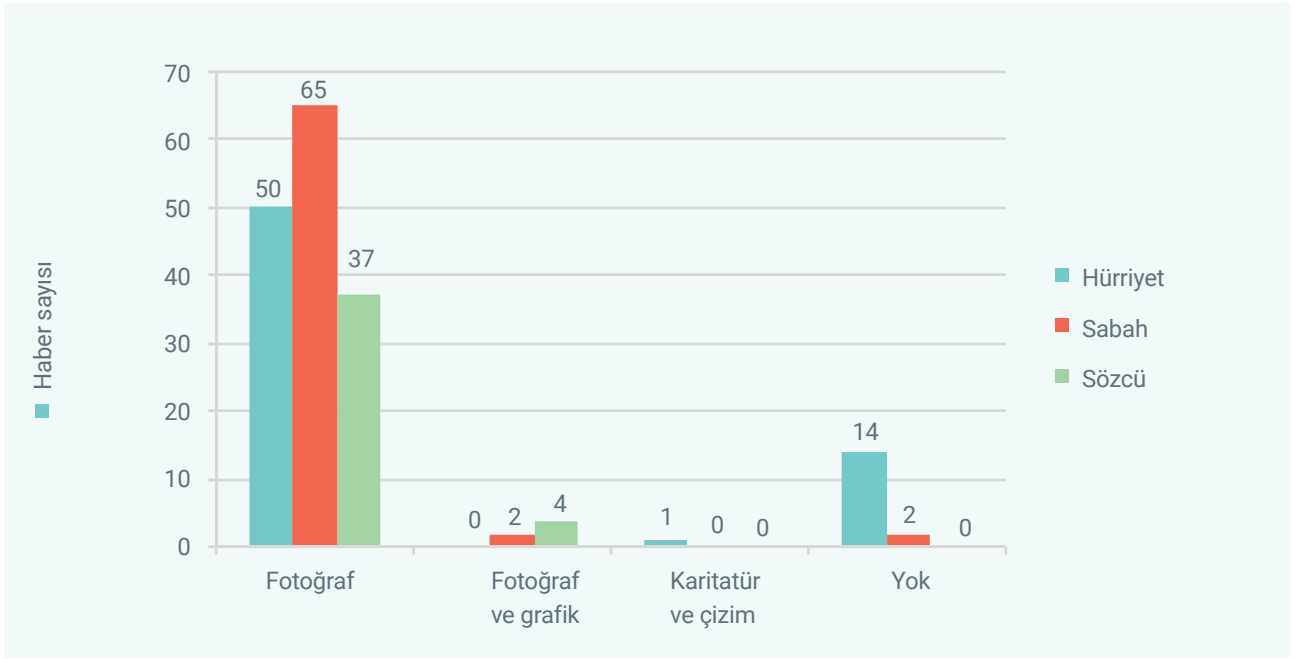
Grafik 18. Görsellerin gazetelere göre dağılımı

Sabah gazetesinin görsel kullanımında fotoğrafların ağırlığı büyüktür. 65 haberde fotoğraf, 2 haberde ise fotoğraf ve grafik birlikte kullanılmıştır. Sabah'ta karikatür ve çizime hiç yer verilmemiştir.

Hürriyet gazetesinde de *Sabah* gazetesine benzer biçimde fotoğraf kullanımı fazladır. Görsel kullanılan 51 haberin 50'sinde fotoğraf; kalan 1 haberde ise karikatür, çizgi ve çizim yer almaktadır. Fotoğraf ve grafiğin birlikte kullanımına yer verilmemiştir.

Sözcü gazetesindeki dağılımda diğer gazetelere benzer bir eğilim saptanmaktadır. 37 haberde fotoğraf, 4 haberde fotoğraf ve grafik yer almaktadır. Bu gazetede de karikatür, çizgi ve çizim bulunmamaktadır.

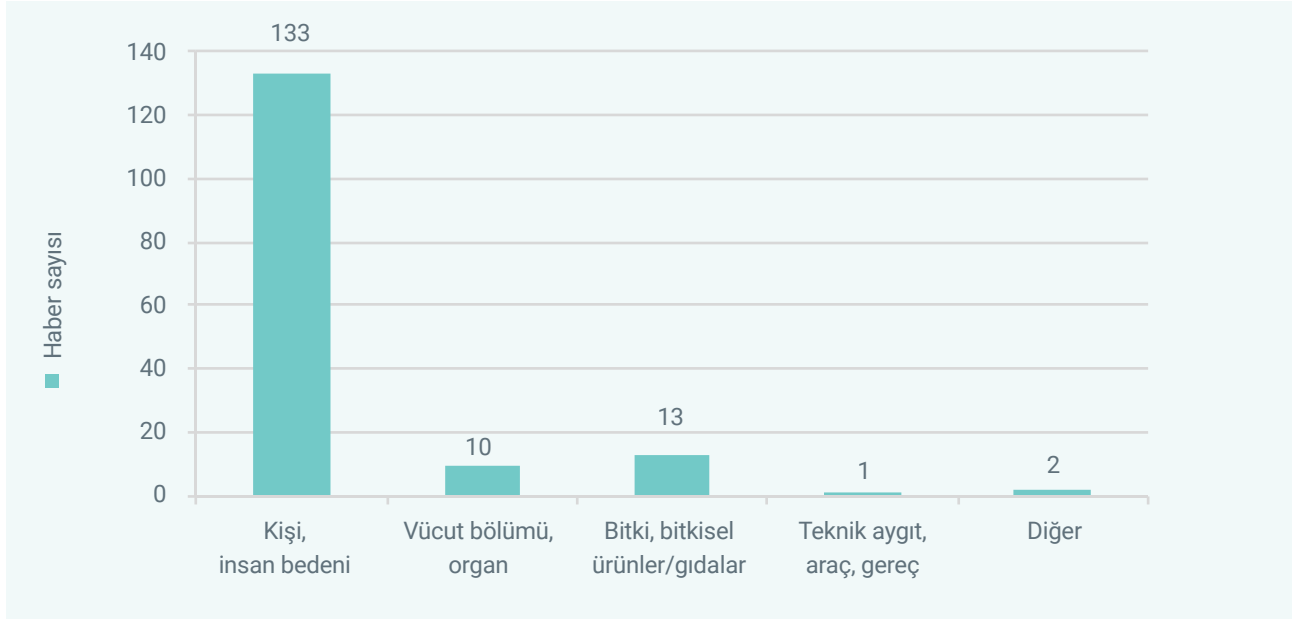
Bu bulgular, incelenen gazetelerin konuyla ilgili haberlerinde fotoğraf kullanımını tercih ettiklerini ortaya çıkarmaktadır.



Grafik 19. Görsel türlerinin gazetelere göre dağılımı

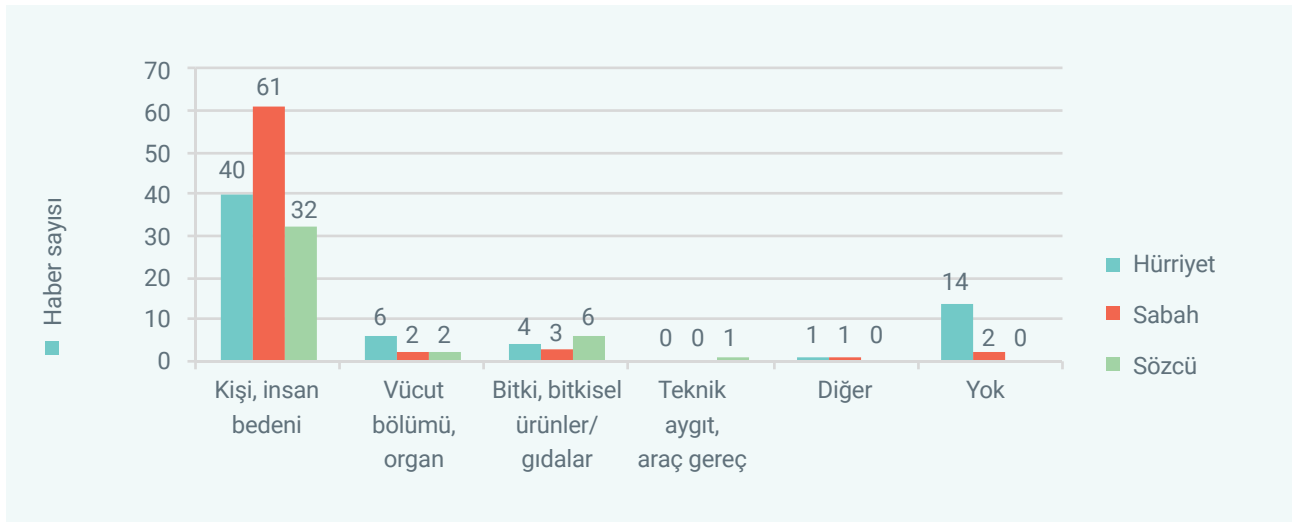
Görsele sahip haberlerin 133'ünde görselin içeriğini kişi, insan bedeni oluşturmaktadır. Görsellerin içeriğinde kullanılan diğer unsurlar ise sırasıyla şöyledir: 13 haberde bitki, bitkisel ürünler ve bitkisel gıdalar; 10 haberde vücut bölümü, organ ve 1 haberde tek-

nik aygıt, araç, gereç, alet, makine kullanılmıştır. 16 haberde ise herhangi bir görsel kullanımı yoktur. Obezitenin insan sağlığı ile doğrudan ilgisi nedeniyle fotoğraflarda kişi görüntülerinin yer alması olağan bir sonuç olarak görülmelidir.



Grafik 20. Görsel malzemelerin içeriği

Haberlerde yer alan ana görsellerin içeriğinin gazetelere göre dağılımı şöyledir:



Grafik 21. Görsel içeriğinin gazetelere göre dağılımı

Sabah gazetesinin 61 görselinin içeriğini insan bedeni oluştururken 3'ünün içeriğini bitki, bitkisel ürünler, bitkisel gıdalar; 2'sinin içeriğini ise vücut bölümü, organ oluşturmaktadır.

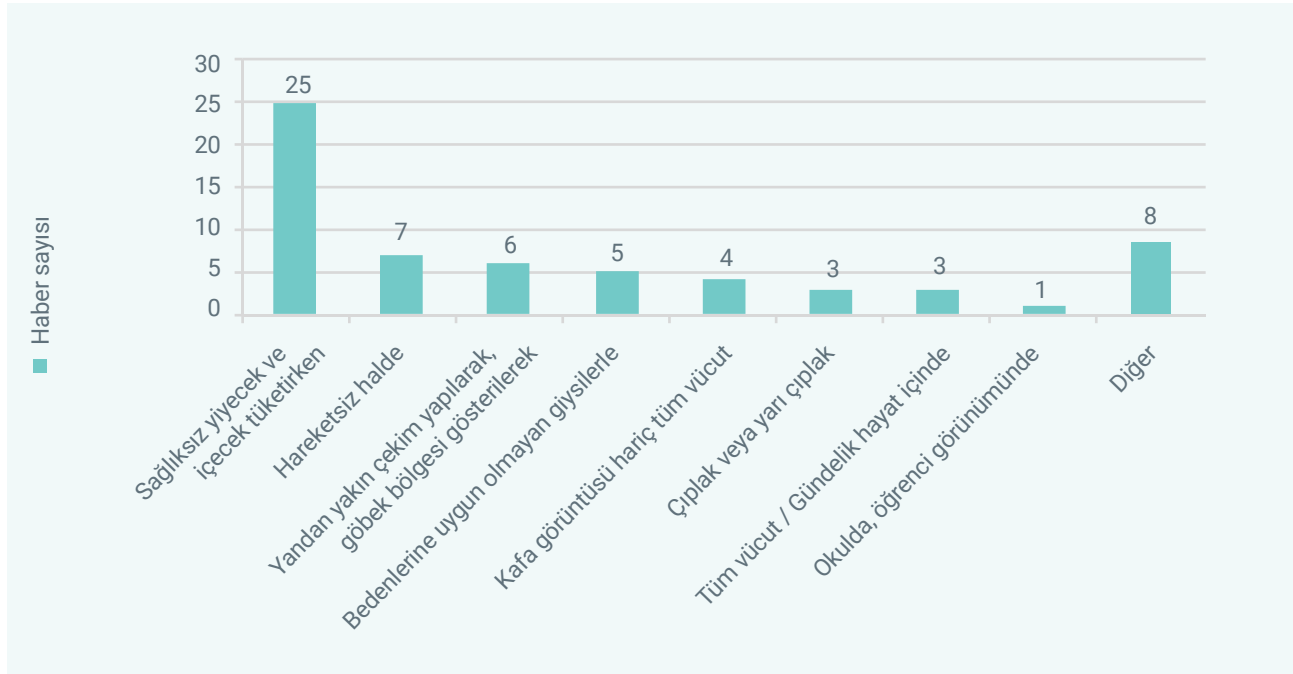
Hürriyet gazetesinde *Sabah* gazetesine benzer biçimde görsellerin içeriğinde yaygın biçimde insan bedeni bulunmaktadır. 40 haberin ana görselini insan bedeni oluştururken ikinci sırada 6 görselle vücut bölümü, organ; üçüncü sırada ise 4 görselle bitki, bitkisel ürünler, bitkisel gıdalar yer almaktadır.

Sözcü gazetesinde de insan bedeni kategorisi, ana görsellerin içeriğini oluşturmak bakımından 32 görselle ilk sırada yer almaktadır. Bunları takip eden görsel içerikleri şöyledir: 6 görselde bitki, bitkisel ürünler, bitkisel gıdalar, 2 görselde vücut bölümü, organ ve yalnızca 1 görselde teknik aygıt, araç, gereç, alet, makine bulunmaktadır.

2.6. Görsellerde Obez Bireylerin Temsili

Yukarıda sunulan bulgular, obezite ve ilgili haberlerin görsellerini ağırlıklı olarak kişi, insan bedeninin oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, görsellerde yer alan kişi görüntüleri içerisinde obez bireylerin temsil edilme biçimlerinin analizini gerekli kılmaktadır. Bu nedenle çalışmada, obez bireylerin olumlu ve olumsuz sunum biçimleri ortaya konulmuştur.

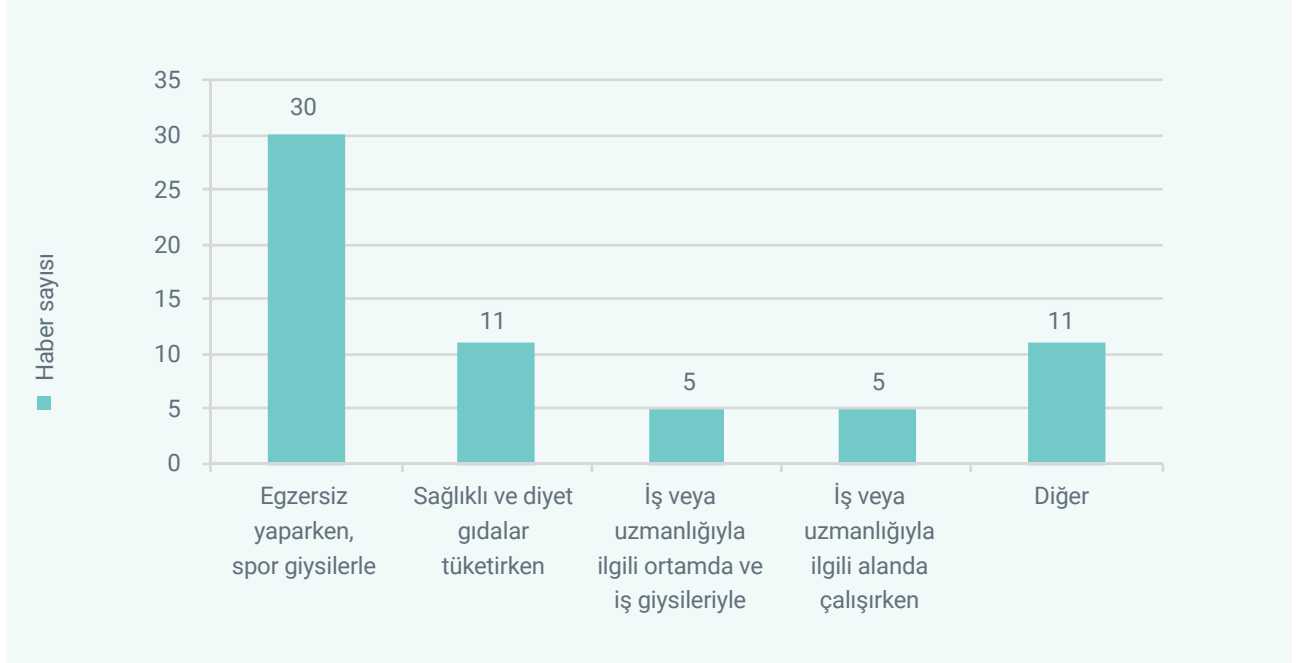
Obez bireylerin olumsuz olarak nitelenebilecek sunumları 62 haberde yer almaktadır. Bunlar arasında en sık kullanılanı 25 haber ile "sağlıksız yiyecekler ve içecekler tüketirken" kategorisidir. Diğer olumsuz sunum biçimleri arasında "hareketsiz halde", "yandan yakın çekim yapılarak, göbek bölgesi gösterilerek" ve "bedenine uygun olmayan giysilerle" kategorileri öne çıkmaktadır.



Grafik 22. Obez bireylerin olumsuz temsili

Obez bireyler 62 haberde olumlu olarak temsil edilmiştir. Obez bireylerin olumlu biçimde temsil edildiği görsellerde %17 oranında (30 haber) egzersiz yaparken, spor giysilerle sunulduğu; %6 oranında

(11 haber) ise sağlıklı ve diyet gıdalarla birlikte resmedildiği görülmektedir. Obez bireyleri, iş veya uzmanlığı ile ilgili bir ortamda ve iş giysileri ile gösteren temsiller %6 oranındadır.



Grafik 23. Obez bireylerin olumlu temsili

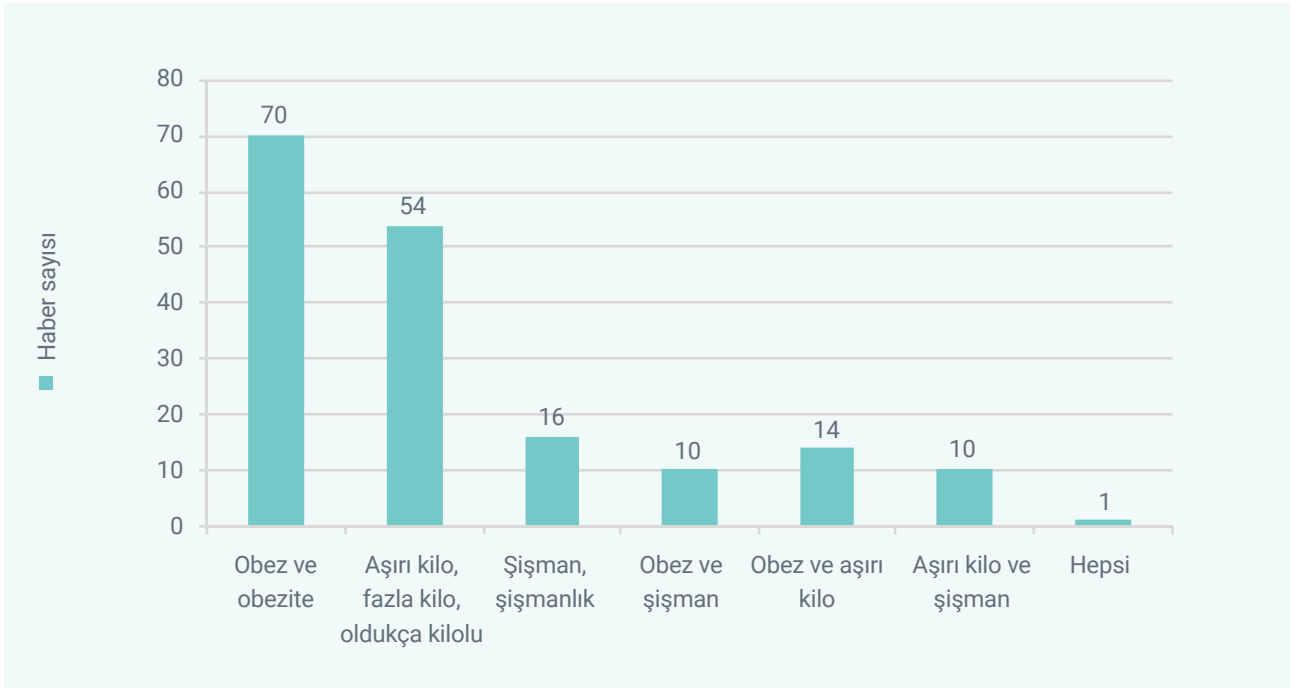
Bu dağılımdan obez ve aşırı kilolu bireylerin olumlu ve olumsuz görsel temsilleri arasında sayı ve oran olarak fark olmadığı görülmektedir. Olumsuz temsil-

lerin daha çok sağlıksız besinlerin tüketimine, olumlu temsillerin ise fiziksel aktivite üzerine yoğunlaştığı söylenebilir.

2.7. Kullanılan Sözcüklerin Sıklığı

Haberlerde en sık kullanılan sözcükler obez, obezite-
dir. Bu sözcükler 70 haberde yer alırken ikinci sırada
bulunan aşırı kilo, fazla kilo, oldukça kilolu sözcük-
leri 54 haberde kullanılmaktadır. Bunları sırasıyla 16

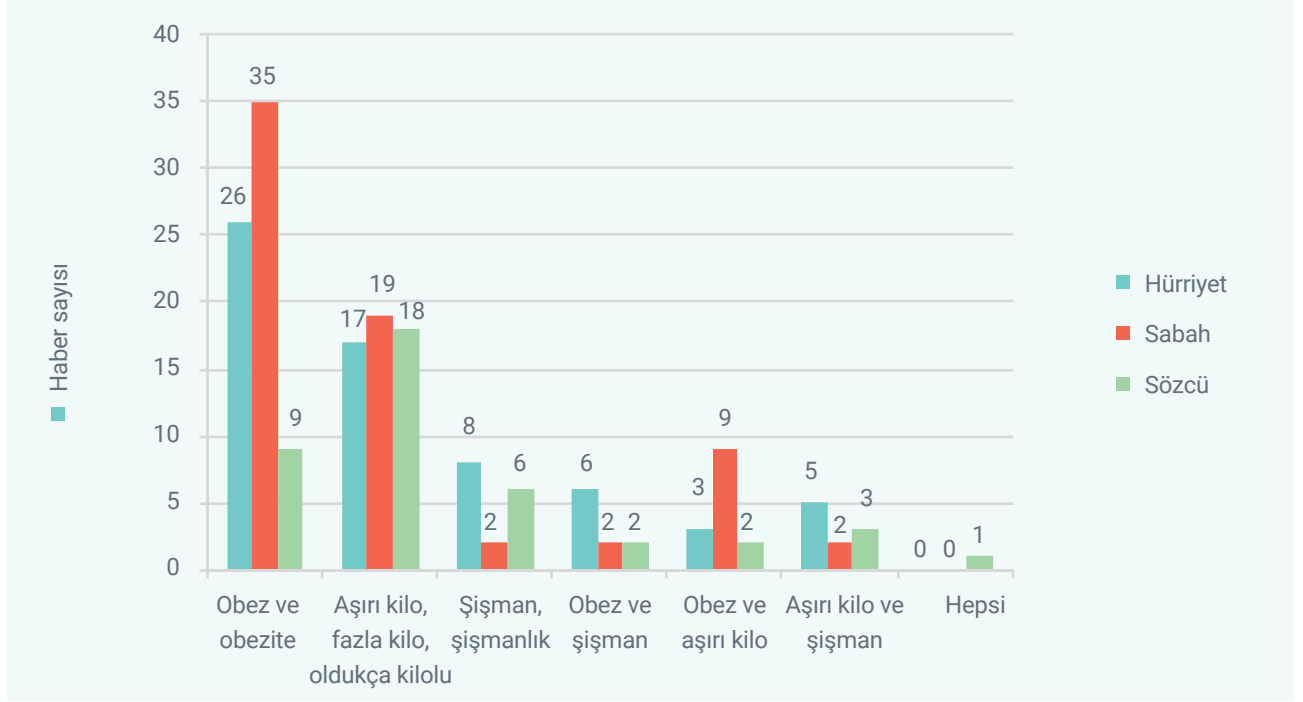
haberde bulunan şişman, şişmanlık ve 14 haberde
bulunan aşırı kilo ve obez sözcükleri takip etmekte-
dir. Eşit sayıdaki obez; şişman ve aşırı kilo ve şişman
sözcükleri ile 10 haberde karşılaşılmaktadır.



Grafik 24. Kullanılan sözcük gruplarının sıklığı

Haberlerde en çok kullanılan obez, obezite sözcüklerinin kullanımının gazetelere göre dağılımına bakıldığında *Sabah* gazetesinin 35 haber, *Hürriyet*'in 26 haber ve *Sözcü* gazetesinin 9 haberde bu sözcüklere yer verdiği görülmektedir. En sık kullanılan ikinci sözcük grubu aşırı kilo, fazla kilo, oldukça kiloludur.

Bu grupta ilk sırayı 19 haberle *Sabah* gazetesi, ikinci sırayı 18 haberle *Sözcü*, son sırayı ise 17 haberle *Hürriyet* gazetesi almaktadır. Bu sözcüklerin gazeteler arasında birbirine oldukça yakın bir kullanım sıklığı görülmektedir.

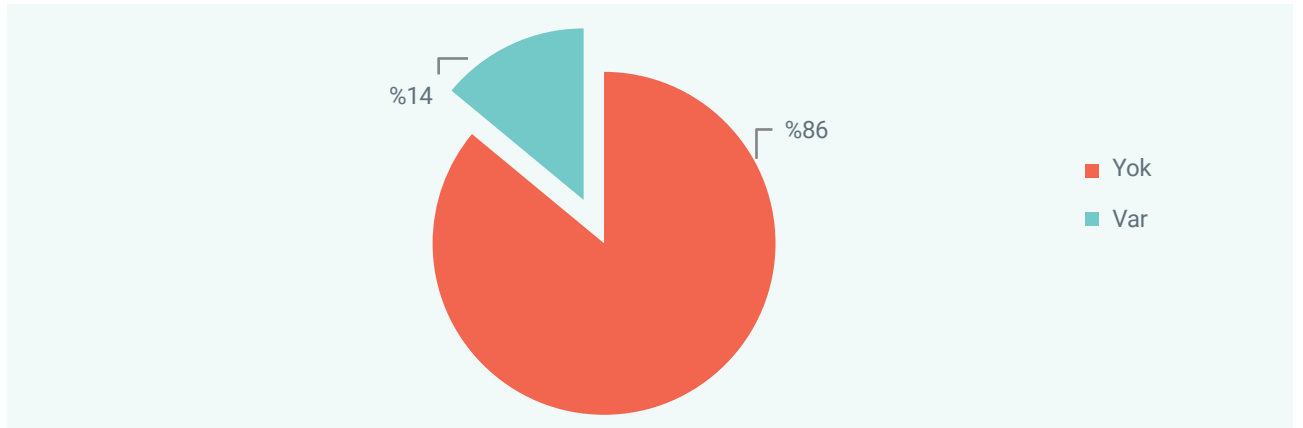


Grafik 25. Obeziteyle ilgili sözcük gruplarının gazetelere göre dağılımı

2.8. Haberlerde Obezitenin Tanımı

Haberlerin yalnızca %14'ünde (24 haber) obezite tanımı yapılırken %86'sında (151 haber) obezite tanımına hiç yer verilmemiştir. Bu bulgu, gazetecile-

rin obezitenin toplumda kavramsal olarak yaygın bir kullanıma sahip olduğu kabulüne dayandıklarını göstermektedir.

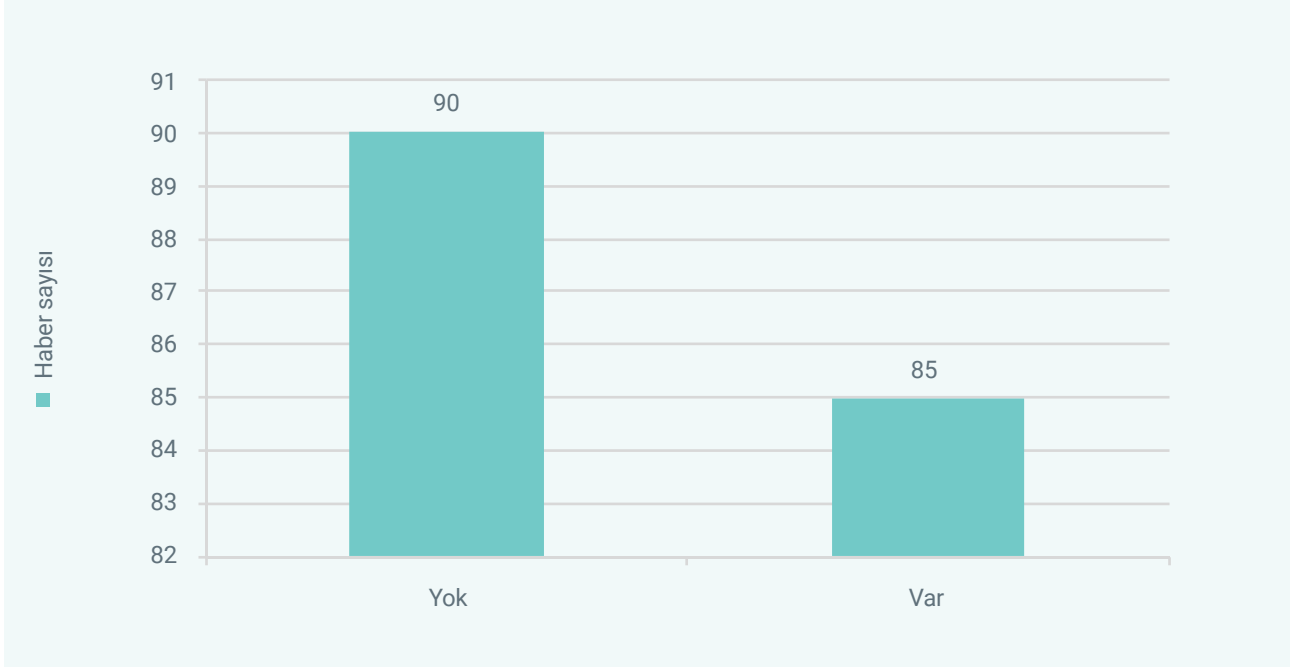


Grafik 26. Haberlerde obezite tanımına yer verilme dağılımı (%)

2.9. Sayısal Göstergelerin Varlığı

Obeziteyle ilgili sayısal göstergelere yer verilmesi bakımından haberler analiz edildiğinde, 90 haberde

sayısal göstergelerin bulunmadığı, 85 haberde ise sayısal göstergelere yer verildiği görülmüştür.



Grafik 27. Sayısal göstergelerin varlığı

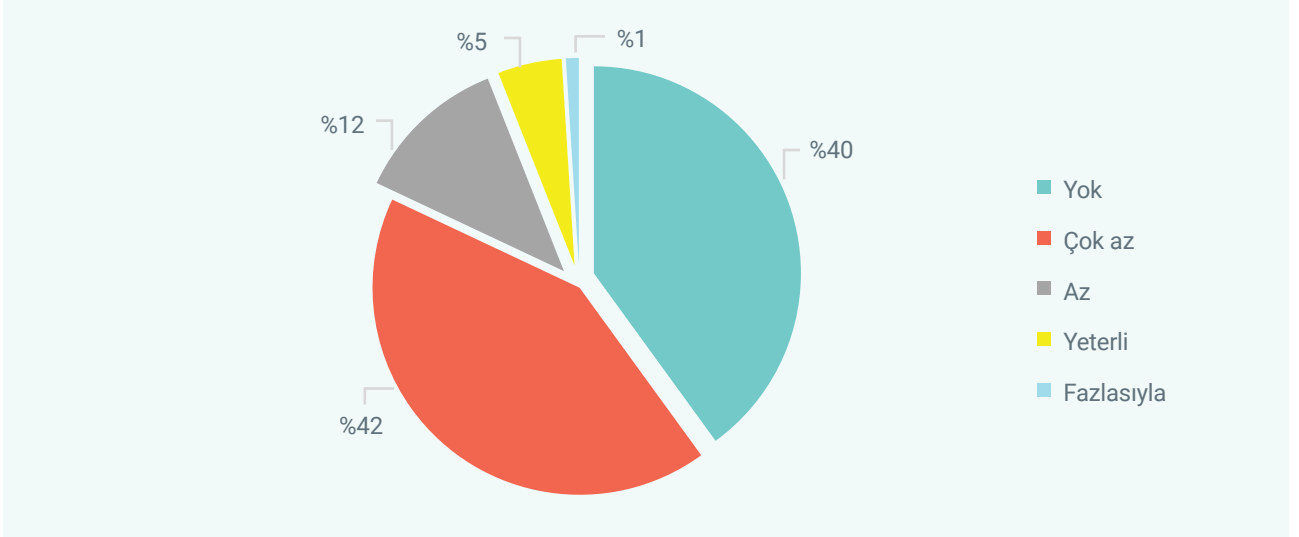
Obezite ile ilgili göstergelerde, Türkiye ve başka ülkeler arasında karşılaştırma yalnızca 14 haberde (%8) söz konusu iken 161 haberde (%92) bu türden bir karşılaştırma bulunmamaktadır. Sayısal göstergelerin olduğu haberlerin %5'inde başka ülkeler arası karşılaştırmalar

veya bilgilendirmeler yer almaktadır. Türkiye'nin obeziteye dair göstergelerde başka ülkelerle karşılaştırmalı biçimde az da olsa sunulması, okurun obeziteye dair bilgilenmesine yardımcı olacak niteliktedir. Ancak bu olanağın yeteri kadar kullanılmadığı söylenebilir.

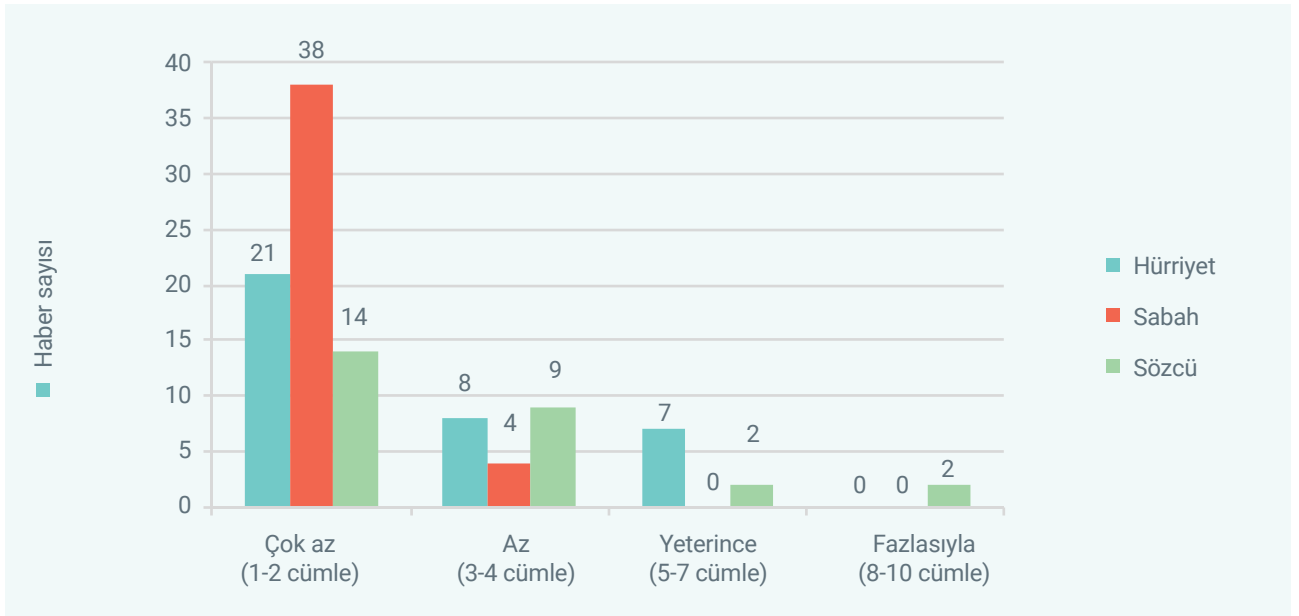
2.10. Haberde Tıbbi Terimlerin Varlığı

Haberlerde obezite ile ilgili tıbbi terimlerin kullanılmasındaki ağırlığa bakıldığında 70 haberde (%40) herhangi bir biçimde tıp terminolojisinin kullanılmadığı

görülmektedir. Tıbbi terimlerin kullanıldığı anlatımın tercih edildiği 105 haber bulunmaktadır. Ancak bu haberlerde de terim kullanımı son derece sınırlıdır.



Grafik 28. Haberlerde tıbbi terimlere yer verilme yüzdeleri



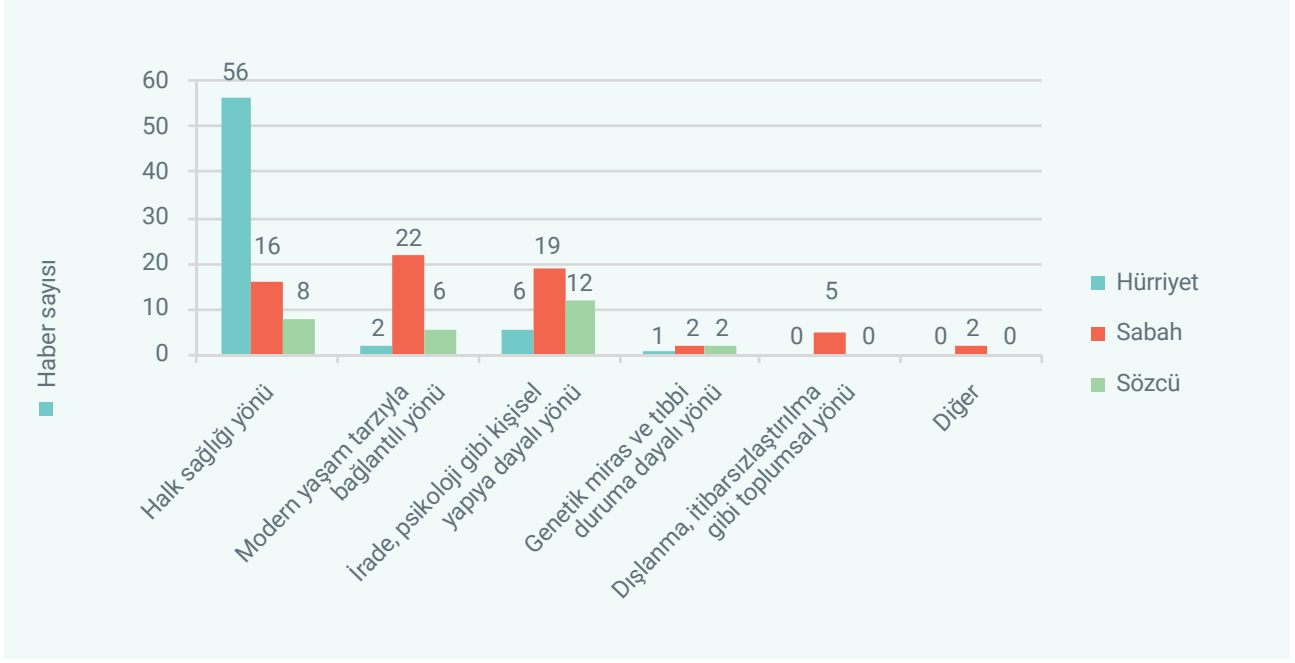
Grafik 29. Haberlerde tıbbi terimlere dayalı anlatımların gazetelere göre dağılımı

Gazetelerde tıbbi terimlerin kullanım sıklığına bakıldığında üç gazetede toplam 73 haberde tıbbi terimlere çok az (1 - 2 cümle) yer verildiği görülmüştür.

1-2 cümle veya terim kullanan gazeteler içinde *Sabah* gazetesi 38 haber (%52) ile birinci sırada yer alırken onu 21 haber (%29) ile *Hürriyet* ve 14 haber (%19) ile *Sözcü* gazeteleri izlemiştir. Gazeteler tıbbi terimler kullanmak yerine yalın, anlaşılır bir dil tercih etmiştir.

2.11. Obezitenin Konu Edilen Yönü

Obezitenin haberlerde hangi yönüyle konu edildiğinin gazetelere göre dağılımı şöyledir:



Grafik 30. Gazetelere göre obezitenin ağırlıklı olarak konu edilen yönü

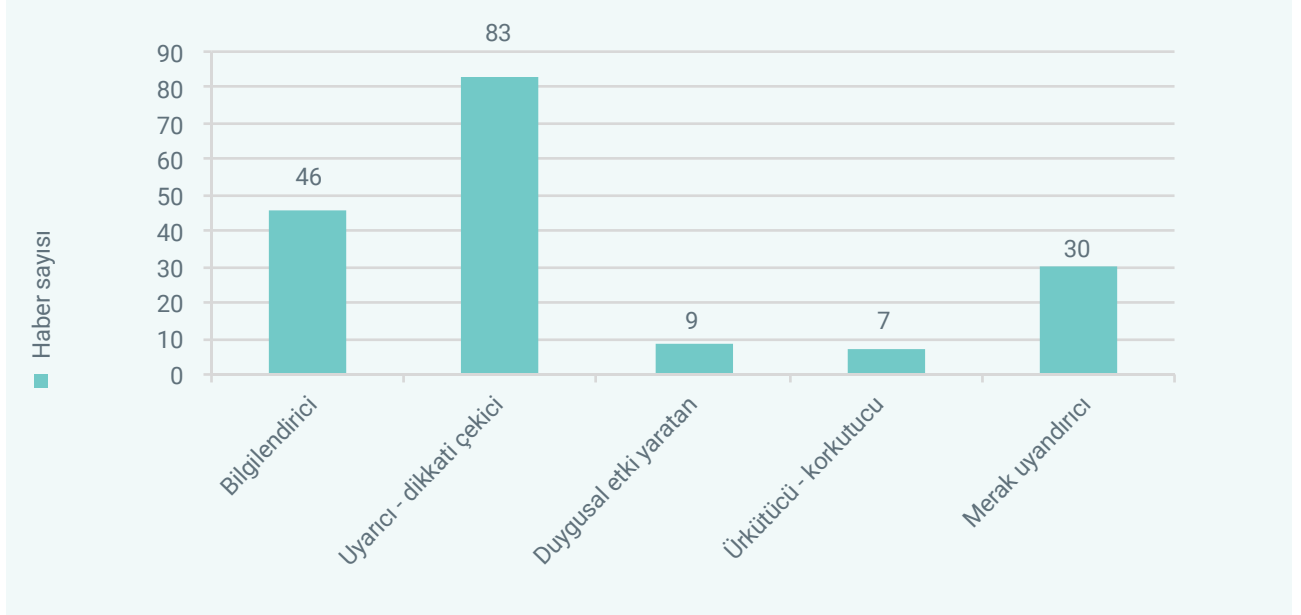
Her üç gazetede obezitenin halk sağlığı sorunu olarak sunulduğu toplam haber sayısı 80'dir. Bu çerçevede *Hürriyet* 56, *Sabah* 16, *Sözcü* ise 8 habere yer vermiştir.

Her gazetenin ağırlıklı olarak öne çıkardığı konular farklılaşmaktadır. *Hürriyet* gazetesi 56 haber ile halk

sağlığı yönünü, *Sabah* 22 haberle ağırlıklı olarak modern yaşam tarzıyla bağlantılı olumsuzlukları, *Sözcü* 12 haberle irade, psikoloji vb. kişisel yapıdan kaynaklanan yönünü vurgulamıştır. Obezitenin en az vurgulanan yönü ise genetik miras, tıbbi duruma dayalı olumsuzluk yönleri ile toplumsal ilişkiler yönüdür.

2.12. Haberlerin Başlığının/Manşetinin Niteliği

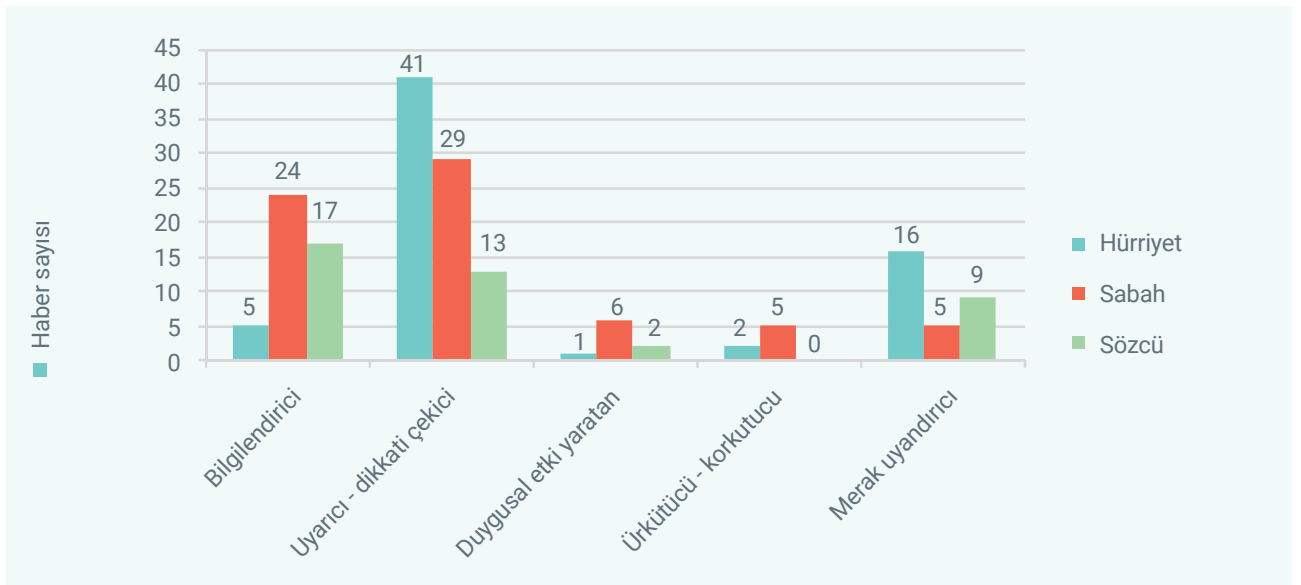
Haber başlıklarının niteliklerine göre dağılımı şöyledir:



Grafik 31. Haberlerin başlığının/manşetinin niteliği

83 haberin başlığının/manşetinin uyarıcı, dikkati çekici; 46'sının bilgilendirici; 30'unun merak uyandırıcı olduğu görülmektedir. Diğer nitelikler ise birbirine yakın oranlara sahiptir. Buradan hareketle obezite haberlerinde uyarıcı, dikkati çekici bir tonun baskın olduğu söylenebilir. Bunun nedeni, konunun insan sağlığı bakımından taşıdığı risklerdir.

Haberlerin başlığının/manşetinin gazetelere göre dağılımının incelenmesi, gazetelerin obezite konusunda nasıl bir tutuma sahip olduklarını göstermesi bakımından önemlidir. Bu açıdan yapılan incelemede şöyle bir dağılım ortaya çıkmıştır:



Grafik 32. Başlıkların niteliğinin gazetelere göre dağılımı

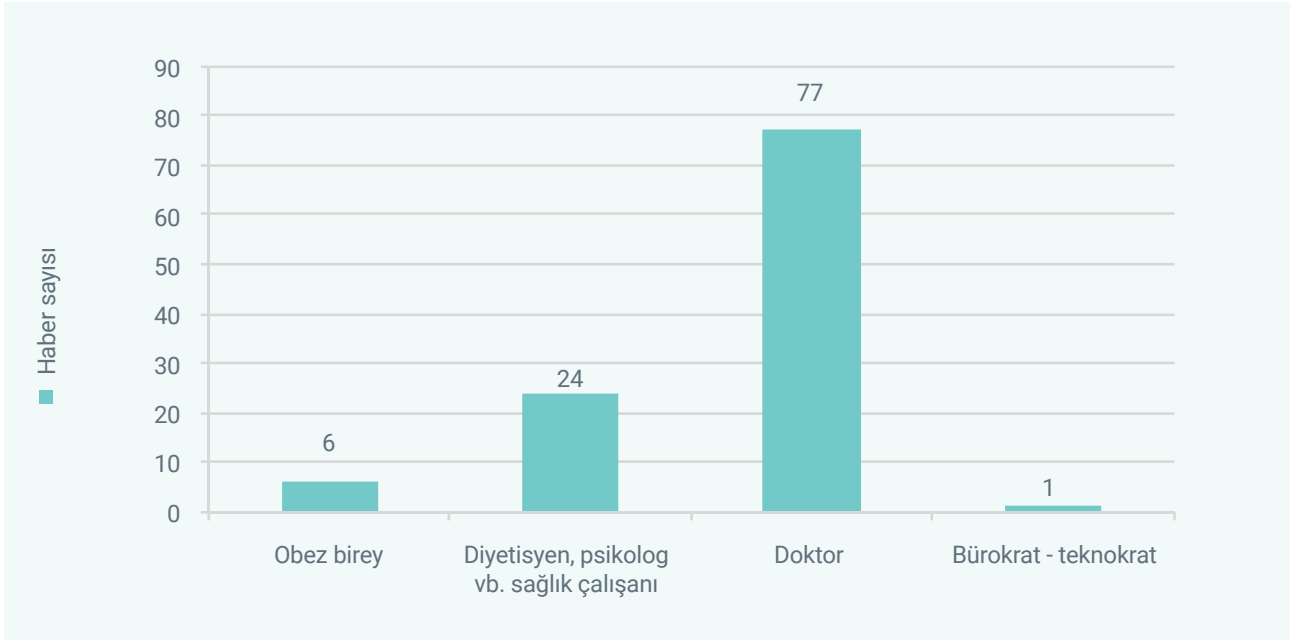
Hürriyet gazetesi, uyarıcı ve dikkati çekici başlık/ manşet türünü 41 haberde kullanmıştır. Bu başlık/ manşet türünün kullanımında *Hürriyet'i* 29 haber ile *Sabah* gazetesi izlemektedir. *Sözcü* gazetesi ise bu tür başlığa/manşete 13 haberinde yer vermiştir.

En sık kullanılan diğer bir başlık/manşet türü ise bilgilendirici başlıklardır ve üç gazetede toplam 46 haberde kullanıldığı görülmektedir.

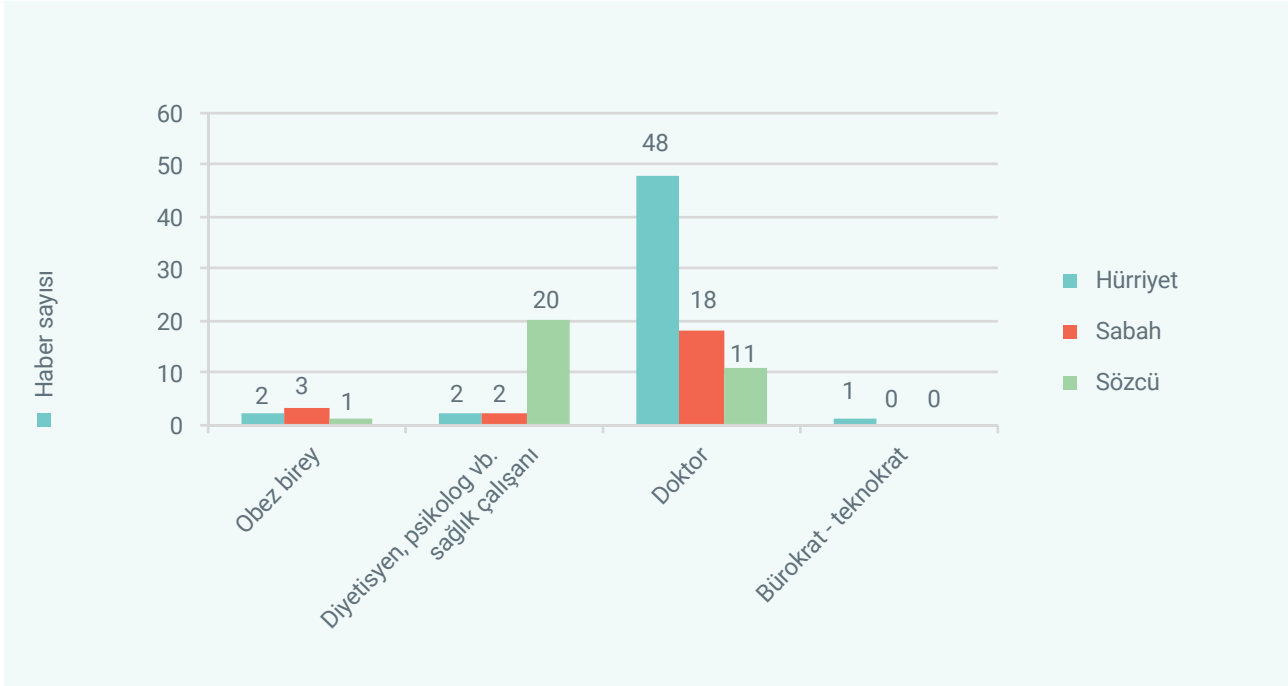
2.13. Başlıkta/Manşette Yer Alan Haber Kaynakları

Haberlerin başlığında/manşetinde hangi haber kaynaklarının ifadelerine yer verildiği incelendiğinde doktorların 77 haberle birinci sırada bulunduğu ortaya

çıkılmaktadır. İkinci sırada ise 24 haberle diyetisyen, psikolog ve diğer sağlık çalışanları bulunmaktadır.



Grafik 33. Başlıkta/manşette yer alan haber kaynakları



Grafik 34. Başlıkta/manşette görüşlerine yer verilen kaynakların gazetelere göre dağılımı

Hürriyet gazetesi 48 haberinde (%62) doktorların açıklamalarını haber başlığına diğer gazetelerden daha çok taşıyarak birinci sırada yer alırken onu 18 haber (%24) başlığı ile *Sabah* gazetesi izlemiştir. *Sözcü*, doktorların açıklamalarına haber başlıklarında 11 haber (%18) ile en az yer veren gazete olmuştur.

24 haberde (%22) diğer sağlık çalışanlarının (diyetisyen, psikolog gibi) görüşlerine başvurulmuştur. Sağlık çalışanlarının açıklamalarını haber başlığına en fazla taşıyan gazete 20 haber (%83) ile *Sözcü* gazetesidir. *Sabah* ve *Hürriyet* gazeteleri 2'şer haber (%8,5) ile en az yer veren gazetelerdir.

Başlık ve manşetlerin yanı sıra haber metinleri içerisinde görüşlerine yer verilen haber kaynakları incelendiğinde en fazla (135 haber) doktorlara başvurulduğu görülmüştür. Obez bireylerin görüş ve açıklamaları ise bunu takip etmekte ve 20 haberde temsil edilmektedir. Haberlerde görüşlerine en az yer ayrılan haber kaynakları ise sağlık bürokratları veya teknokratları olup bunların açıklama ve görüşlerine sadece 5 haberde yer verilmektedir. Bu doğrultuda gazetecilerin haber kaynağı olarak öncelikli olarak sağlık profesyonellerinin görüşlerine başvurdukları ortaya çıkmaktadır.

2.14. Obezitenin Sonuçlarına Dair Sağlık Profesyonellerinin Açıklamaları

Sağlık profesyonellerinin görüşlerinin bulunduğu 135 haberde, obezitenin yol açtığı hastalıklar bakımından sırasıyla kalp damar sorunlarına, diyabete, genel sağ-

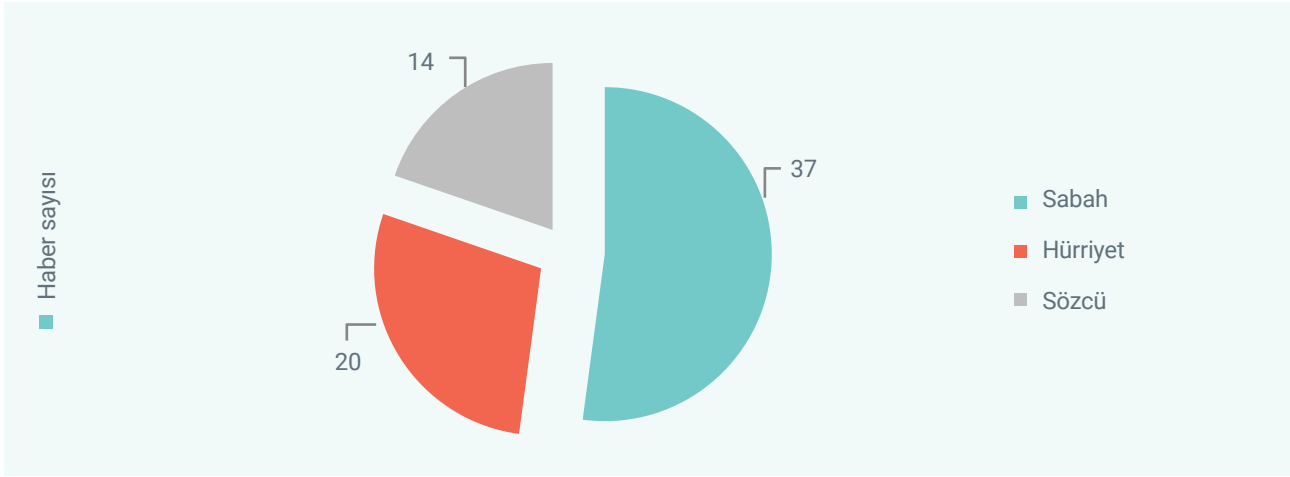
lık sorunlarına, kansere, kemik hastalıklarına, depresyona ve diğer psikolojik sorunlara, solunum sorunlarına değinilmektedir.

2.15. Obezitenin Nedenleri

Haberlerin 71'inde obezitenin ve aşırı kilonun nedenlerinden söz edilmekte, 104 haberde ise nedenlere değinilmemektedir.

Haberlerin gazetelere göre dağılımına bakıldığında,

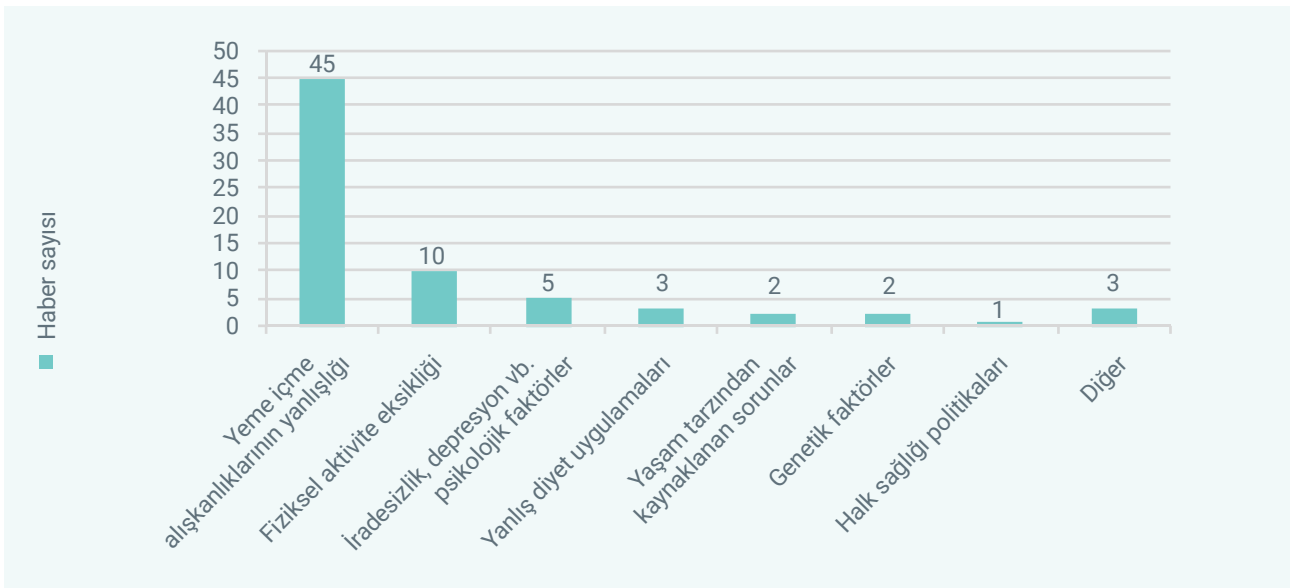
Sabah gazetesinin 37 haber ile obezitenin nedenlerinden en fazla söz eden gazete olduğu görülmektedir. Obezitenin nedenlerine *Hürriyet* gazetesi 20 haberde yer verirken *Sözcü* 14 haber ile en az yer veren gazete olmuştur.



Grafik 35. Obezitenin nedenlerinden söz edilen haber sayılarının gazetelere göre dağılımı

Yeme içme alışkanlıklarının yanlışlığı 45 haberde temsil edilerek obezitenin nedenleri arasında öne çıkmaktadır. Fiziksel aktivite eksikliği 10 haberde; iradesizlik, depresyon vb. psikolojik faktörler 5 haberde bulunmaktadır. 3 haberde söz edilen yanlış diyet uygulamaları ise dördüncü nedendir. Yanlış diyet uygulamaları başlığı, yeme içme alışkanlıklarının yanlışlığı başlığına dâhil edildiğinde obezitenin temel nedeni olarak kişilerin beslenme alışkanlıklarının gösterildiği söylenebilir.

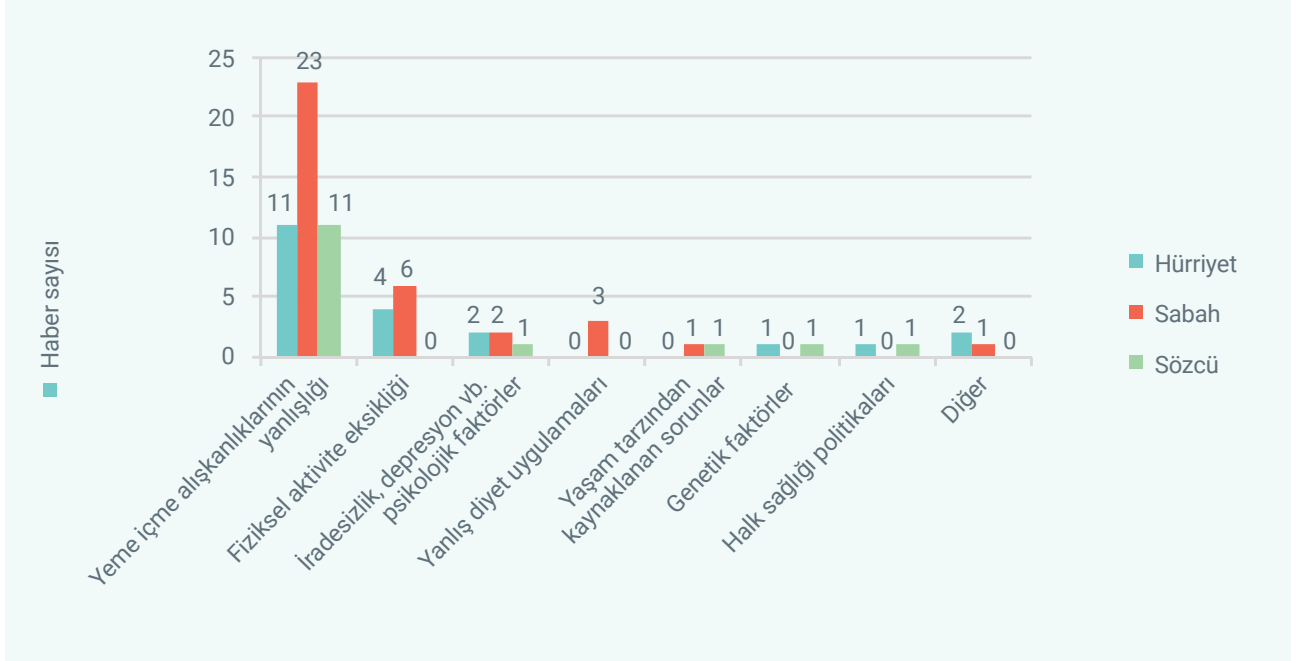
gulamaları ise dördüncü nedendir. Yanlış diyet uygulamaları başlığı, yeme içme alışkanlıklarının yanlışlığı başlığına dâhil edildiğinde obezitenin temel nedeni olarak kişilerin beslenme alışkanlıklarının gösterildiği söylenebilir.



Grafik 36. Obezitenin nedenleri

Sabah gazetesinde yayımlanan haberlerin 36'sında obezitenin nedenlerine yer verilmiştir. Bu nedenlerin başında 23 haberle yeme içme alışkanlıklarının

yanlışlığı vardır. *Sabah* gazetesinin en çok yer verdiği ikinci neden ise fiziksel aktivite eksikliğidir.

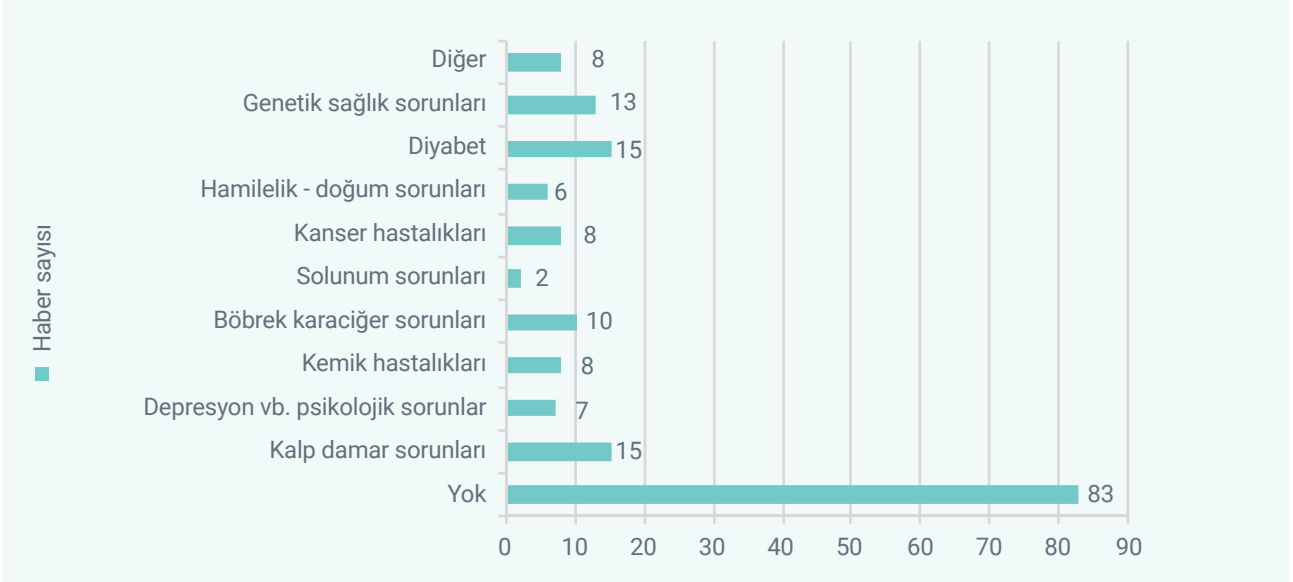


Grafik 37. Obezitenin nedenlerinin gazetelere göre dağılımı

Hürriyet gazetesinde de *Sabah* gazetesine benzer biçimde obezitenin nedenleri arasında ilk sırada 11 haberle yeme içme alışkanlıklarının yanlışlığı vardır.

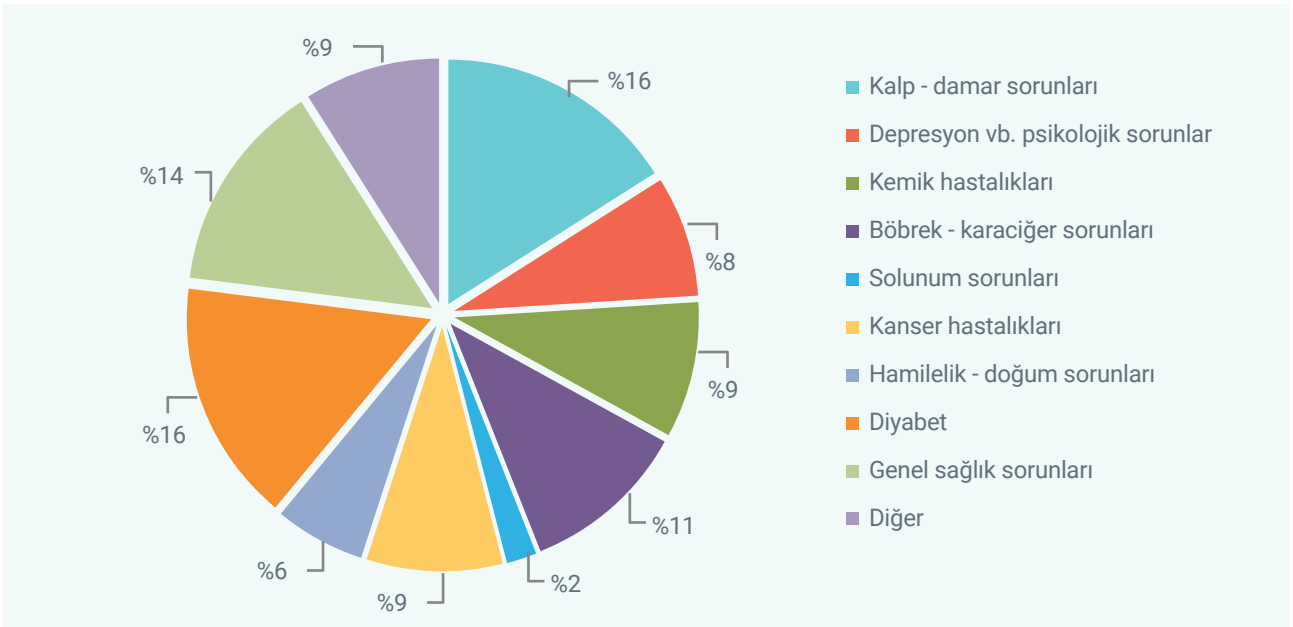
Sözcü gazetesinin toplam 41 obezite ve ilgili haberinin 27'sinde obezitenin nedenlerine yer verilmemektedir. Yalnızca 15 haberde nedenler gösterilmekte, bunların 11'inde yeme içme alışkanlıklarının yanlışlığı obezitenin nedeni olarak sunulmaktadır.

2.16. Obezitenin Neden Olduğu Hastalıklar



Grafik 38. Obezitenin neden olduğu hastalıklar

Haberlerin 92'sinde obezitenin neden olduğu hastalıklara yer verilirken 83 haberde bu hastalıklardan söz edilmemektedir.



Grafik 39. Obezitenin neden olduğu hastalıkların % olarak dağılımı

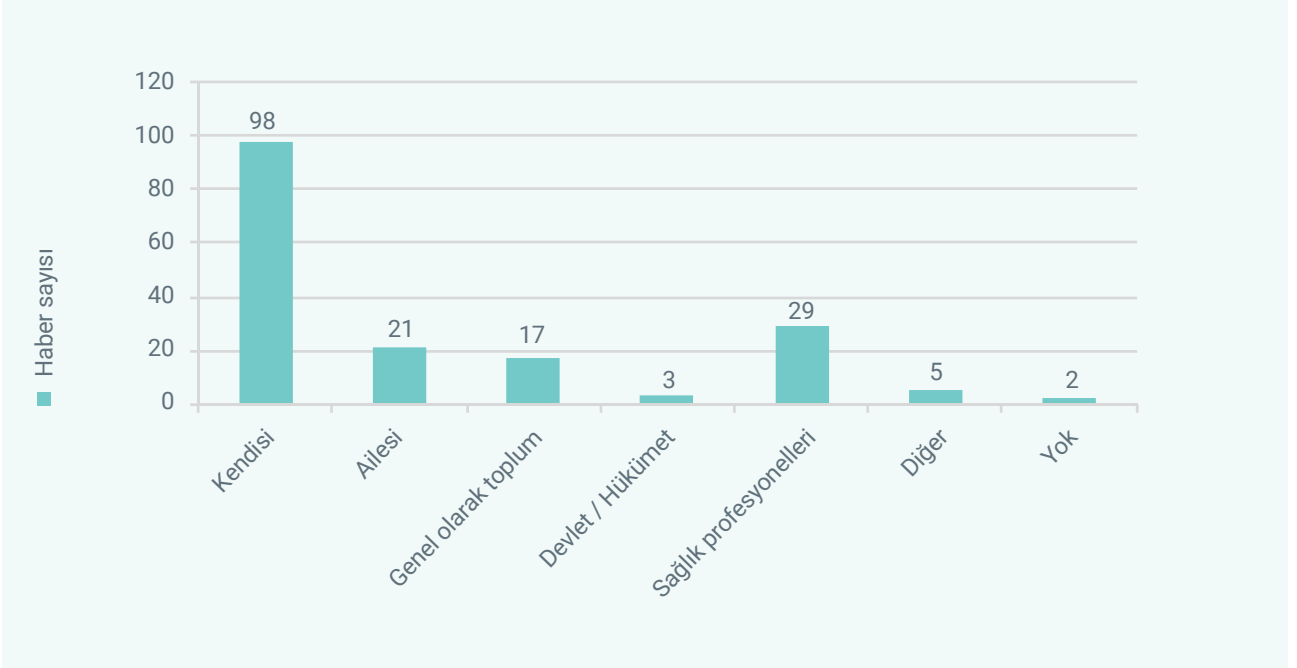
Obezitenin neden olduğu hastalıklar açısından bakıldığında, 15 haberde (%16) diyabet, 15 haberde (%16) kalp ve damar hastalıklarının öne çıktığı görülmektedir. Genel anlamda sağlık sorunlarına yol açan bir hastalık olarak obezite; 13 haberde %14 oranında, böbrek

ve karaciğer sorunlarına yol açan bir hastalık olarak ise 10 haberde %11 oranında temsil edilmektedir. Kanseri ve kemik hastalıklarına yol açması 8'er haber (%9), depresyon vb. psikolojik sorunlar 7 haber (%8) ile obezitenin yarattığı sonuç olarak belirtilmektedir.

2.17. Obezitenin Üstesinden Gelinmesi İle İlgili Sorumluluk

Haberlerde, obezitenin üstesinden gelme sorumluluğunun sorunu yaşayan bireylere atfedildiği görülmektedir. Bu yöndeki haberlerin sayısı 98'dir. Sağlık profesyonelleri 29 haberde obezite ile mücadeledeki

önemli ikinci aktördür. Yapılan 21 haberde obez bireylerin aileleri obezite probleminin çözümünden sorumlu olarak sunulmaktadır.

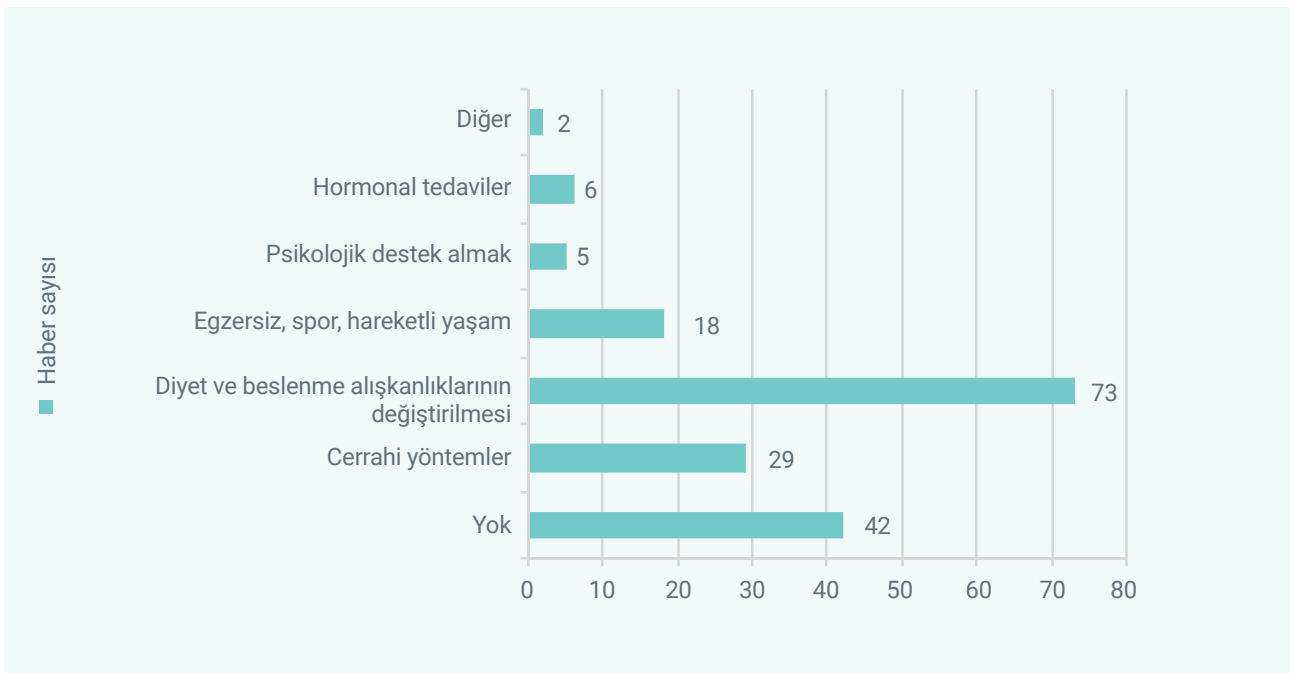


Grafik 40. Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluk

2.18. Obeziteyle Mücadele Amacıyla Önerilen Yöntemler

Obeziteden korunmak ve obeziteyle mücadele etmek üzere haberlerde en sık önerilen yöntem, 73 haberde yer alan diyet ve beslenme alışkanlıklarının değiştirilmesidir. İkinci olarak cerrahi yöntemler (29 haber), üçüncü sırada ise egzersiz ve spor (18 haber) yer almaktadır. Bu bulgular diyet ve beslenme alışkanlıkları-

nın değişimiyle sonuca ulaşamayan bireylere cerrahi yöntemlerin ilk sırada önerildiğini göstermektedir. Fiziksel aktivite ve hareketli yaşam önerilerinin cerrahi yöntemlerden önce gelmesi beklenirken cerrahi yöntem haberlerinin fazlalığı dikkati çekmektedir.



Grafik 41. Obezitenin çözümü kapsamında önerilen yöntemler

3. Gazete Haberlerinde Obezitenin Sunumu Bölüm Sonucu

1 Ocak 2016-31Aralık 2016 tarihleri arasında yayımlanan *Hürriyet*, *Sabah* ve *Sözcü* gazetelerinin tüm nüshaları ile bu gazetelerin ekleri incelenmiş; obezite ve ilgili 175 habere ulaşılmıştır. İçerik çözümlemesi uygulanarak haberlerin nicel ve nitel özellikleri saptanmıştır.

Sabah gazetesinde 69, *Hürriyet*'te 65 ve *Sözcü* gazetesinde 41 obezite ve ilgili haber yayımlanmıştır. Haberlerin büyük çoğunluğu gazete eklerinde ve yaşam, sağlık, kadın gibi özel bölümlerde yer almaktadır.

Haberlere ayrılan yerin büyüklüğü, gazetenin habere verdiği önemin göstergelerinden biridir. Bu açıdan yapılan incelemede haberlere büyük yer ayrıldığı (347 m² ve üstü) görülmüştür. Bu haberlerde büyük puntolu başlıklar kullanılmış, özellikle spot kullanımıyla okuyucular haberi okumaya teşvik edilmeye çalışılmıştır.

Haberlere dikkati çekmenin bir diğer yolu da görsel malzeme kullanımınıdır. Obezite ve ilgili haberlerin çoğunluğunda büyük yer kaplayan görseller kullanılmıştır. Tercih edilen görsel türü ise ağırlıklı olarak fotoğraftır ve ana görsellerin içeriğini çoğunlukla kadın veya erkek görüntüleri oluşturmaktadır. Görsellerde insan fotoğrafları kullanımının gerisinde obezitenin insan sağlığı konusunda taşıdığı risklere dikkati çekme isteğinin bulunduğu söylenebilir.

Gazete haberlerinde kullanılan görsellerde ağırlıklı olarak insanların kullanımı, bu kullanım biçiminin de analizini gerektirir. Bu doğrultuda yapılan analizde obez bireylerin olumlu ve olumsuz temsillere konu olduğu saptanmıştır. Obez bireylerin olumlu temsilleri arasında en fazla yer alan egzersiz yaparken ve spor kıyafetlerle olan sunumdur. Ayrıca sağlıklı gıdalar tüketirken olan görüntüler de yer verilen olumlu temsiller arasındadır. Olumsuz temsillerde ise sağlıksız yiyecekler tüketirken olan görüntüler öne çıkmaktadır. Bu bulgu, obezitenin yeme içme davranışıyla ilişkilendirilmesine de olanak yaratmaktadır. Diğer olumsuz temsil biçimleri ise hareketsiz halde, yandan yakın çekim yapılarak, göbek bölgesi gösterilerek ve bedene uygun olmayan giysilerle.

Haberlerde obez ve obezite sözcükleri sıklıkla kullanılmıştır. Bu sözcükleri aşırı kilo, fazla kilo, oldukça kilolu; şişman, şişmanlık sözcükleri izlemektedir.

Obezite ve ilgili haberlerin bir bölümünde sayısal göstergelere yer verilmekle birlikte, karşılaştırmalı nitelik taşıyan sayısal göstergelerin oldukça az olduğu görülmektedir. Kullanılan dil bakımından değerlendirildiğinde ise haberlerde tıbbi terimlere yer verildiği ancak terime dayalı bir anlatımın sınırlı olduğu görülmektedir. Haberlerin dili yalın, basit ve kolay anlaşılır niteliktedir.

Haber başlıkları/manşetleri, gazetelerin bir konuyu ele alma biçimini ortaya koyar. Bu açıdan obezite ve ilgili haberler incelendiğinde en fazla uyarıcı/dikkati çekici, bilgilendirici ve merak uyandırıcı başlık/manşet türlerinin kullanıldığı saptanmıştır.

Başlıkta/manşette ağırlıklı olarak doktorların görüşlerine yer verilmektedir. Doktorları, diyetisyen, psikolog gibi diğer sağlık çalışanları takip etmektedir.

Obezitenin nedenlerinin haberlerde yer alış biçimi incelendiğinde, en sık sözü edilen yanlış yeme içme alışkanlıkları olduğu görülmektedir. Bu kategoriyi, fiziksel aktivite eksikliği; iradesizlik, depresyon gibi psikolojik faktörler; yanlış diyet uygulamaları izlemektedir.

Obezitenin neden olduğu hastalıklar içinde ise kalp-damar hastalıkları ile diyabetin öne çıktığı görülmüştür. Haberlerde obezitenin üstesinde gelme sorumluluğu, bu sorunu yaşayan bireylere bırakılmaktadır. Obeziteyle mücadeledeki ikinci önemli aktör ise sağlık profesyonelleridir.

Haberlerde obeziteden korunmak ve obezite ile mücadele etmek için en sık önerilen yöntem, diyet ve beslenme alışkanlıklarının değiştirilmesidir. İkinci olarak cerrahi yöntemler, üçüncü olarak ise spor ve egzersiz önerilmektedir. Fiziksel aktivite ve hareketli yaşam önerilerinin cerrahi yöntemlerden önce gelmesi beklenirken cerrahi yöntem haberlerinin fazlalığı dikkati çekmektedir.

III. BÖLÜM

TELEVİZYON HABERLERİNDE OBEZİTE SÖYLEMİ

1. Yöntem

Bu bölümde Türkiye’de 2016 yılında en çok izlenen ana haber bültenlerinde yer alan obezite ve ilgili haberlerin çözümlenmesi yer almaktadır. Televizyon haberleri, Türkiye’de halen geniş kitleler için gündelik olaylara ve içinde yaşadıkları dünyanın nasıl bir yer olduğuna dair enformasyon akışını sağlayan temel mecradır. Toplumsal gerçekliğin ne olduğu izleyicilere, televizyon haberlerindeki görüntüyü öne çıkaran çerçevelerden ulaşmaktadır. Tıpkı gazete haberlerine benzer şekilde televizyon haberleri de obezite hakkında izleyicilere bilgi akışı sağlamaktadır.

Obezitenin televizyon haberlerinde nasıl sunulduğunun ortaya konabilmesi için ikili bir çözümlenme yöntemi tercih edilmiştir. Bir yandan nicel ve nitel içerik çözümlenmesi uygulanarak televizyon haberlerindeki ortak biçimsel özellikler veya farklılaşan yönler ayırt edilmeye çalışılmıştır. Diğer yandan da söylem çözümlenmesi ile obeziteye dair gerçekliğin temel aktörleri, yoğunlaşan çağrışımlar, kurulan karşıtlık ilişkileri gibi analitik kategoriler yoluyla haber söylemi incelenmiştir.³

Söylem çözümlenmesi, metinlerdeki yaklaşım ve anlamları çözümlenmeye yönelik bir yöntemdir. Söylem, bir konu hakkında belirli bir bilgi türünü temsil eden bir dil sağlayan ifadeler grubudur. Bu terim, Fransızca *discours* sözcüğünden gelir: anlam, konuşma, temsil vb. demektir. Söylem, hem anlamların üretildiği etkileşimli süreç hem de bu sürecin sonucu olan ürün demektir. Bir söylem, -temsil yoluyla- bir konu hakkındaki belirli bir bilgi üzerine konuşabilmek için bir dil sağlayan ifadeler topluluğudur. Söylem, konuyu belirli bir tarzda inşa etmeyi olanaklı kılar; o konunun başka türlü inşa edilebilme tarzlarını da sınırlandırır

(Hall, 1992). Söylem, toplumsal bir pratiktir, toplumsal gerçekliği oluşturur ve başka söylemlerle etkileşimi boyunca belirir. Söylemi konuşan veya yazan kişi için konuştuğu ve yazdığı gerçeklikle bağlantılı çeşitli konular üretir. Herhangi bir konu hakkında neyin söylenip söylenemeyeceği ile ilgili sınırları da hâkim söylem koyar. Söylem, ancak hakikat iddiası üreterek var olan bir anlam pratiğidir.

Bu yöntemeye dayalı olarak bu bölümde beş analitik kategori oluşturulmuştur:

Haber kaynaklarının konumlanması: Bu alt başlıkta haberlerde yer alan obez bireyler, aileleri, doktorlar, uzmanlar, diyetisyenler vb. haber kaynaklarının görüş bildirdikleri konular ve temalar; ifadelerinin ortak özellikleri; ilk haber kaynağı ve son haber kaynağı olarak yer alanların ağırlıklı olarak kimler olduğu; haberde yer verilen kişilerin görsel olarak nasıl temsil edildikleri anlatılmaktadır.

Haber sunucularının anlatımlarının yarattığı çerçeveler: Sunucuların ilk anonsa nerede başladıkları (hastane, ev ortamı, dış çekim, muayenehane, lokanta vb.), kullandıkları temel terimler, ifadeler, haberi nasıl kapattıkları (kimin sözüyle, nerede, neyi vurgulayarak?) bu alt başlıkta ortaya konularak haberin nasıl biçimlendirildiği incelenmektedir.

Haberde obezite ile ilgili neden-sonuç bağlantıları: Haberde obezitenin verili bir durum olarak ele alınıp alınmadığı, nedenleri ve sonuçları, hangi neden ve sonuçlara değinildiği, hangilerine daha baskın olarak yer verildiği değerlendirilmektedir.

³ İçerik çözümlenmesi ve söylem çözümlenmesi, iletişim ve medya çalışmalarında geri planlarında farklı bilim ve bilgi anlayışlarının yer aldığı yöntemlerdir. İçerik çözümlenmelerinde, pozitivist bir bilim ve bilgi anlayışına dayalı olarak olguya dair veya gerçekliğin içindeki bilginin çıkarılıp sergilenmesiyle ilgili bir amaç ön plandadır. Oysa söylem çözümlenmeleri, genel olarak, gerçekliğe dair bilginin, olgunun kendi içinde öylece durmadığını söyler: Olguya dair anlatım, olgunun gerçeklik boyutunu farklılaştırarak inşa edilmesini mümkün kılmaktadır.

Haberdeki karşıtlıklar: Haberde sağlıklı insanlar ile obeziteden etkilenenler arasında geliştirilen karşıtlıkların neler olduğu, bu karşıtlıkların hangi ifadelerle geliştirildiği, karşıtlıkların görsel ya da sözel biçimlerinden örnekler üzerinden sergilenmektedir.

Obezite ile ilgili eğretilme ve düzdeğişmeler: Eğretilme (metafor) ve düzdeğişmece, daha çok gündelik konuşma diline yerleşik olup yan anlamlar ürettikleri için önemlidir. Eğretilmenin temel mantığı, bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şey açısından ifade etmektir. (Fiske, 2014: 191). Eğretilmede iki şey arasındaki ilişki, benzerliğin kurulmasıyla bildirilir.⁴ Bu-

nun için genellikle “gibi” ve “kadar” edatları kullanılır. “Ad aktarması” olarak da adlandırılan düzdeğişmece, kısaca “bir parçanın bütünü temsil etmesini sağlamak” biçiminde tanımlanır. Gerçekliğin temsilinde düzdeğişmecelerin kullanımı kaçınılmazdır. Çünkü parçadan hareketle gerçekliğin geri kalanı inşa edilir. Örneğin fotoğrafı çekilen bir sokak, sokağın kendisini temsil etmekten ziyade belirli bir tür kent yaşamını anlatan bir düzdeğişmecedir. Gerçekliğin geri kalanı parçadan hareket ederek inşa edildiğinden düzdeğişmecelerin seçimi önemlidir. Bu seçimlerin ortaya çıkarılması, gerçekliğin nasıl aktarıldığını gösterebilmek bakımından hayati önemdedir (Fiske, 2014: 195-196).

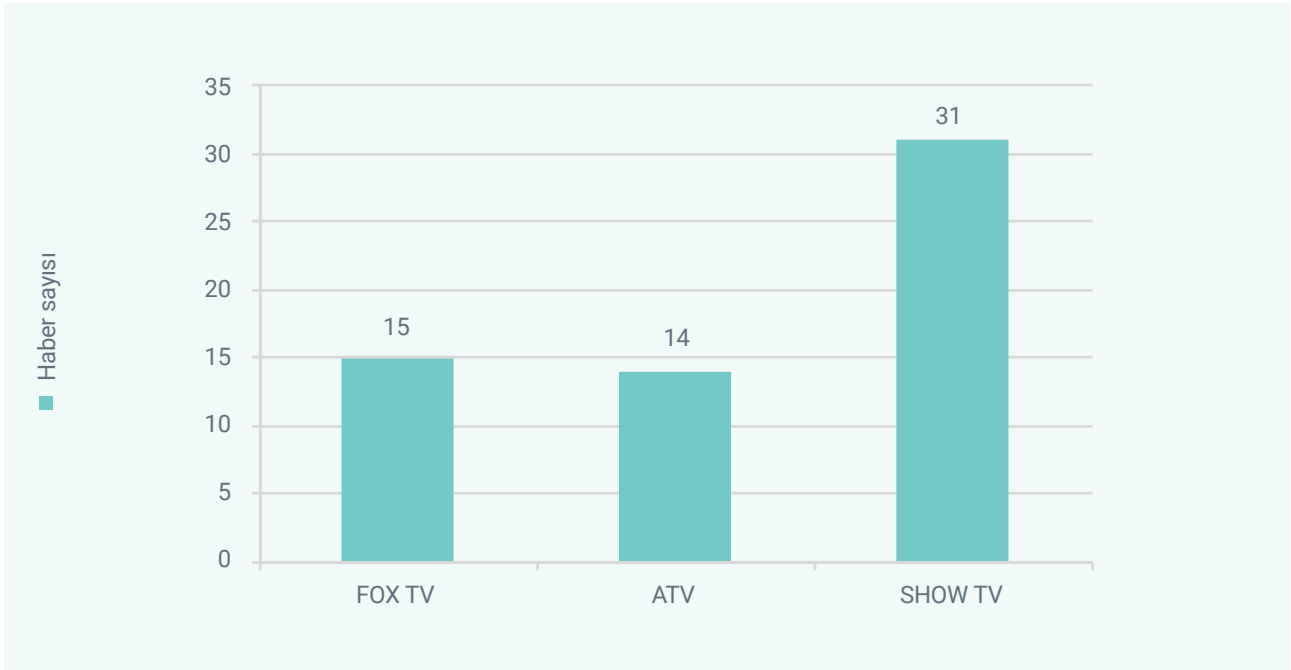
⁴ Örneğin, “Benim aşkım kırmızı bir güldür.” cümlesinde aşk, kırmızı güle benzerliği yoluyla ifade edilir. Böylece cümlenin yazarı, aşkı kırmızı gülün özellikleriyle açıklama yoluna gitmektedir.

2. Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Obezite Haberlerinin İçerik Çözümlemesi

2.1. Haberlerin Kanallara Göre Dağılımı

Televizyon kanallarında ana haber bültenlerinde obezite ve ilgili haberlere yer verilme sıklığı sı-

rısıyla *SHOW TV* (31 haber), *FOX TV* (15 haber), *ATV*'dir (14 haber).



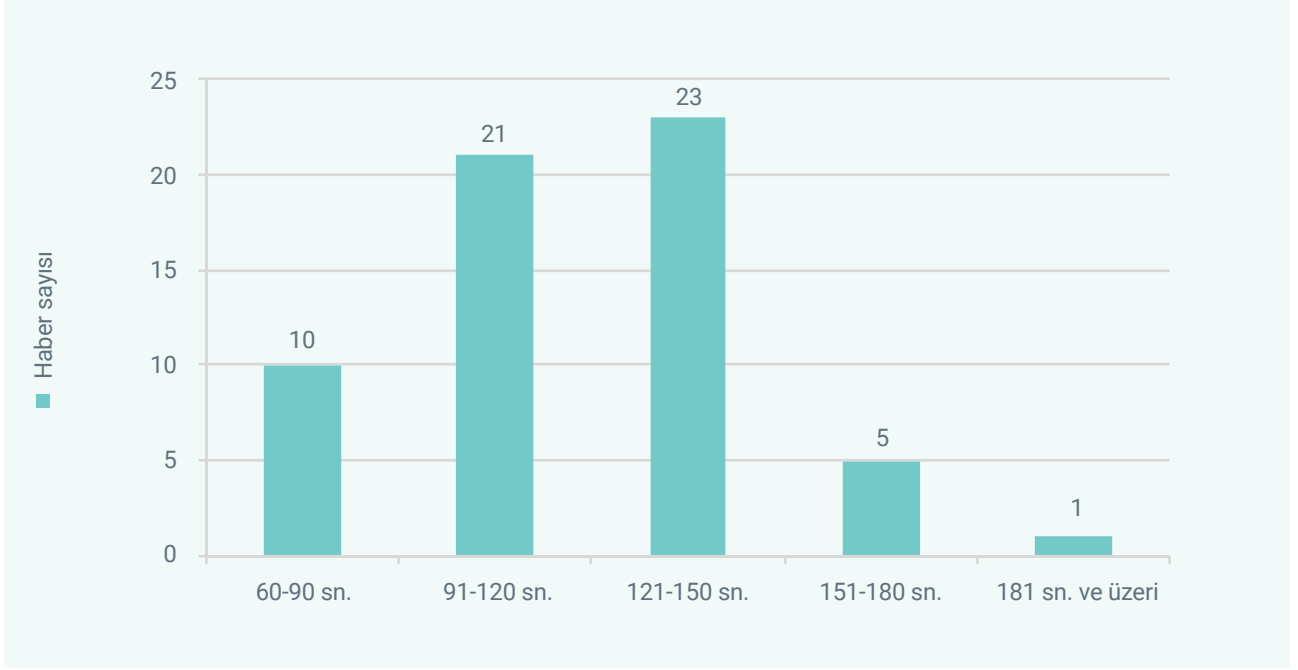
Grafik 42. Haberlerin kanallara göre dağılımı

2.2. Haberlerin Yayımlandığı Aylar

Haberlerin aylara göre dağılımına bakıldığında sırasıyla Şubat (12 haber), Ocak (9 haber), Ekim (7 ha-

ber) ayları gelmektedir. En az haberin olduğu ay ise Ağustos (2 haber) ayıdır.

2.3. Haberlerin Toplam Süre Dağılımları

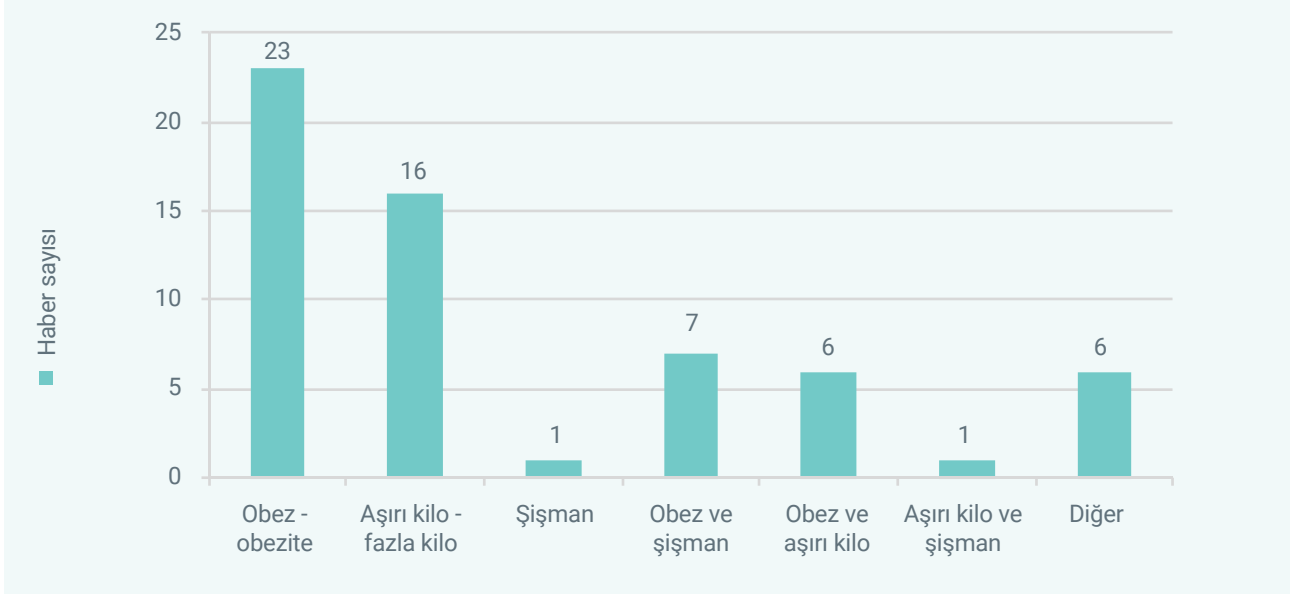


Grafik 43. Haberlerin toplam süre dağılımları

Haberlerin toplam süreleri incelendiğinde en uzun süreli haberden başlayarak 1 haber 181 saniye ve üzeri, 5 haber 151-180 saniye, 23 haber 121-150 sa-

niye, 21 haber 91-120 saniye, 10 haber 60-90 saniye-dir. Özetle, 1 dakikadan az süreli haber yapılmamıştır.

2.4. Kullanılan Sözcüklerin Sıklığı

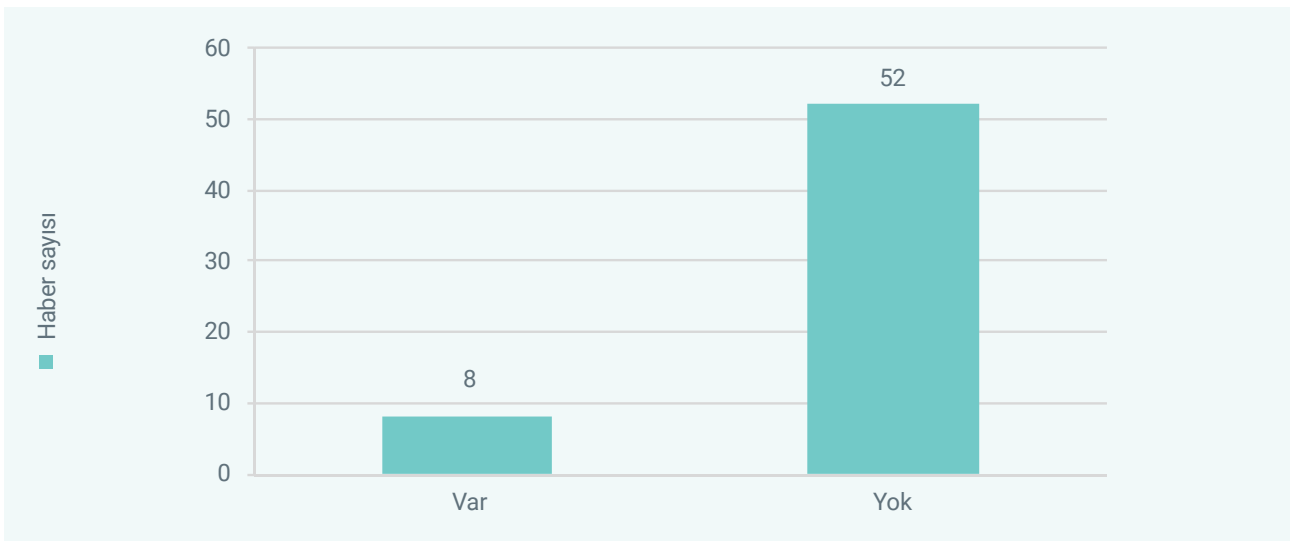


Grafik 44. Kullanılan sözcük gruplarının sıklığı

Haberlerde sık kullanılan sözcükler incelenmiştir. “Obez, obezite” kavramları 60 haberin 23’ünde kullanılmıştır. “Obez ve şişman” sözcükleri 7 haberde, “şişman” ve “aşırı kilo-şişman” sözcükleri 1’er haberde

yer bulmuştur. Sıklıkla kullanılan “obezite” ve “obez” sözcükleri konunun toplumda kavramsal olarak yayıldığını göstermektedir.

2.5. Haberlerde Obezitenin Tanımı



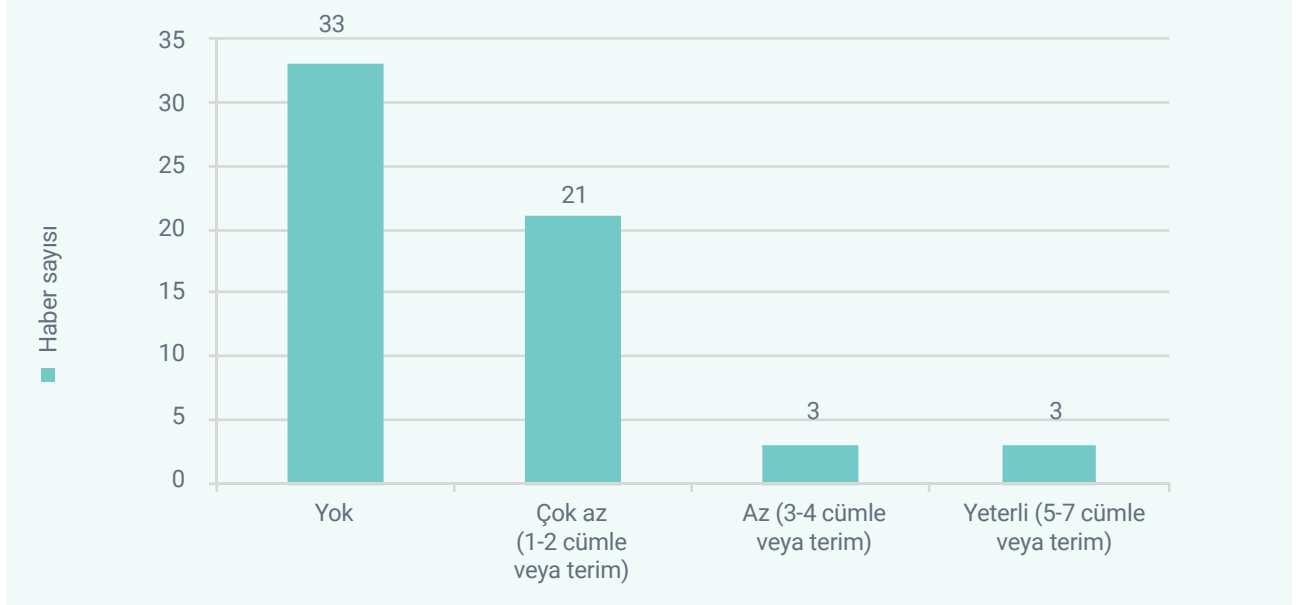
Grafik 45. Haberlerde obezite tanımının varlığı

Obezite tanımı 52 haberde yapılmamıştır. Haberlerin 8’inde obezite tanımı bulunmaktadır. Bu bulgudan

hareketle, obezitenin ne olduğu konusunda toplumun bilgi sahibi olduğunun varsayıldığı söylenebilir.

2.6. Kullanılan Dilin Niteliği

Haberlerin dili analiz edildiğinde 33 haberde tıbbi terim kullanılmadığı ortaya çıkmıştır.

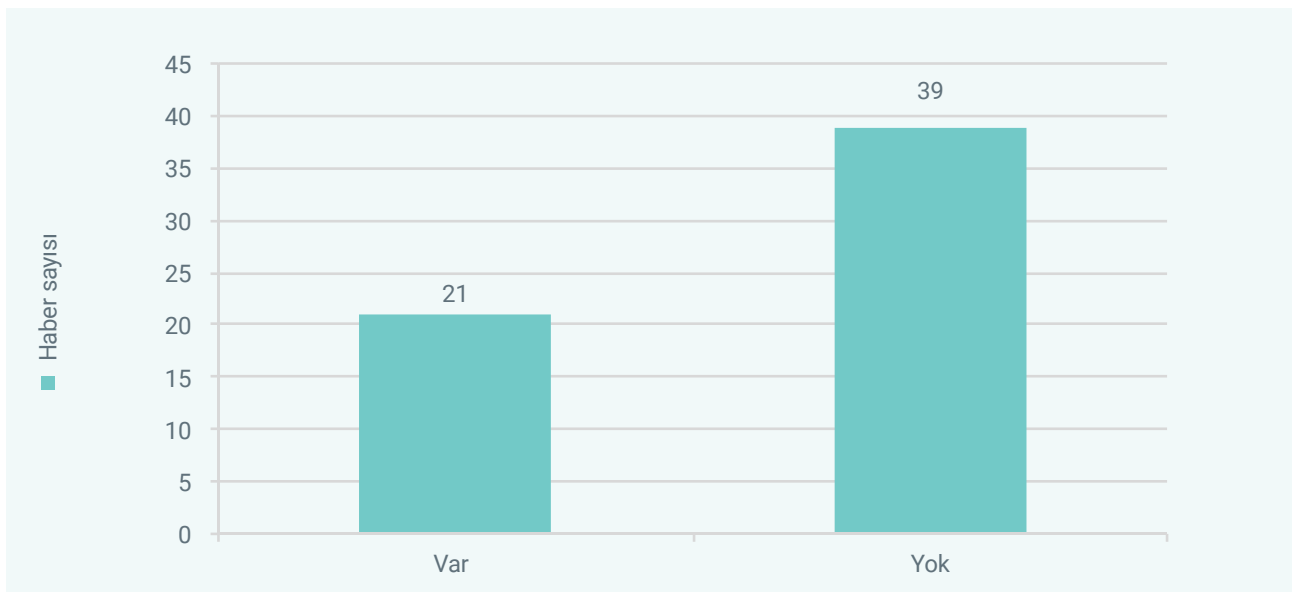


Grafik 46. Tıbbi terimlerin kullanılma durumu

2.7. Sayısal Göstergelerin Varlığı

39 haberde sayısal gösterge veya oranlara yer verilmemiştir. 21 haberde ise sayısal gösterge ve oranlardan yararlanılmıştır. Haberlerin çoğunluğunda

sayısal gösterge veya oranın yer almayışı, obezite haberlerinin yapılışında bilimsel verilerden yeterince yararlanılmadığını göstermektedir.



Grafik 47. Sayısal göstergelerin varlığı

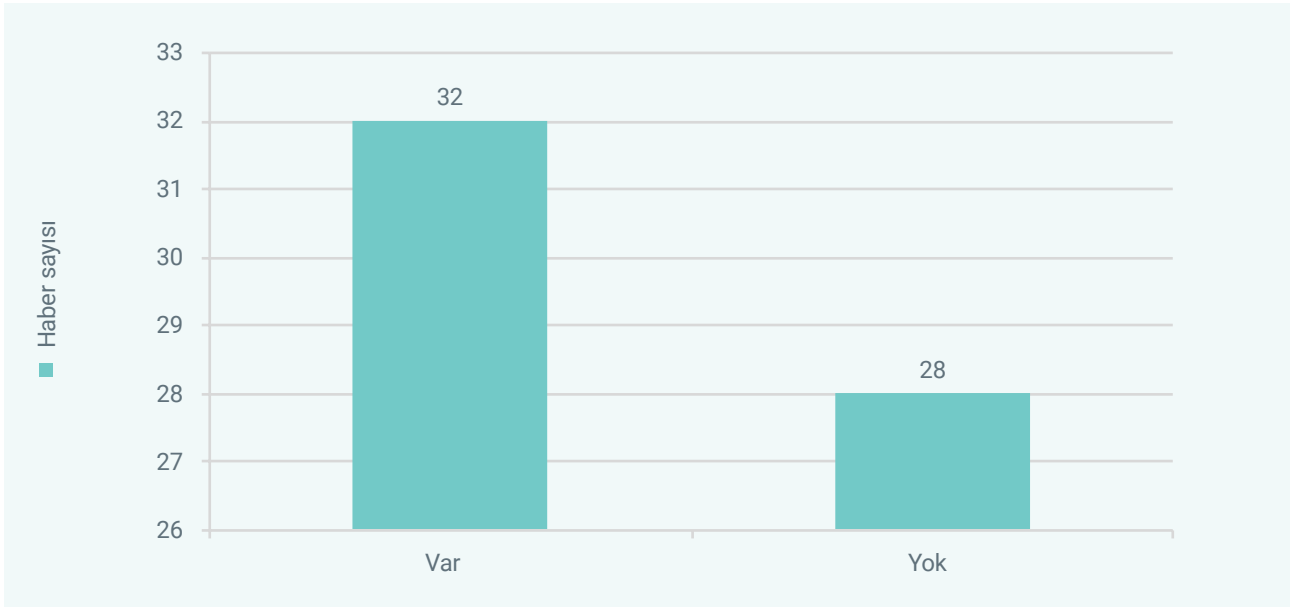
2.8. Görüşlerine Yer Verilen Haber Kaynakları

46 haberde obez bireylerin, 30 haberde sağlık profesyonellerinin, 1 haberde bürokrat ve teknokratların görüşlerine yer verilmiştir.

2.9. Obezitenin Nedenleri

32 haberde obezitenin nedenlerinden söz edilmiştir. 28 haberde ise obezitenin nedenlerine yer verilmiştir. Obezitenin nedenlerinin haberlerde yer alması

toplumun bilinçlendirilmesi ve bilgilendirilmesi açısından önemlidir.



Grafik 48. Obezitenin nedenlerinin varlığı

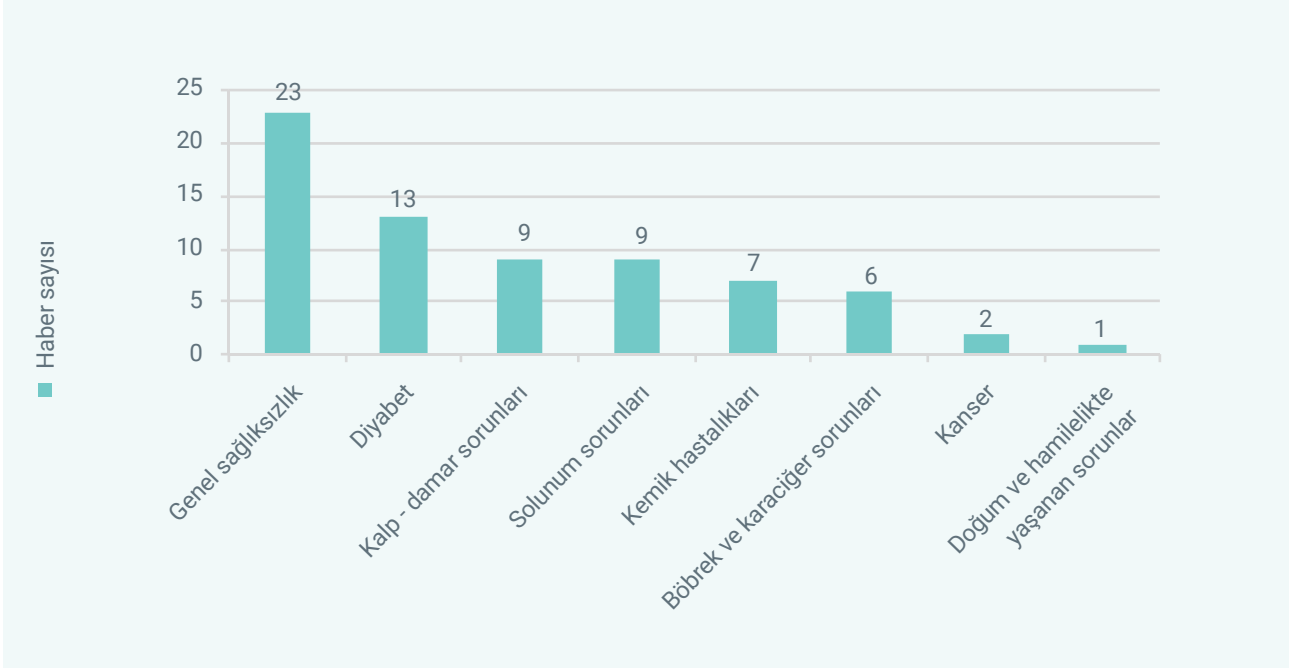
Obezite nedenleri olarak 28 haberde beslenme alışkanlıkları, 6 haberde fiziksel aktivite eksikliği, 4 haberde yaşam tarzı, 2 haberde yanlış diyet uygulamaları sunulmuştur. Obezite nedenleri arasında fiziksel

aktivite eksikliğine az yer verilmesi ile genetik faktörler ve ardında yatan olası hastalıklardan söz edilmesi dikkati çekicidir.

2.10. Obezitenin Neden Olduğu Hastalıklar

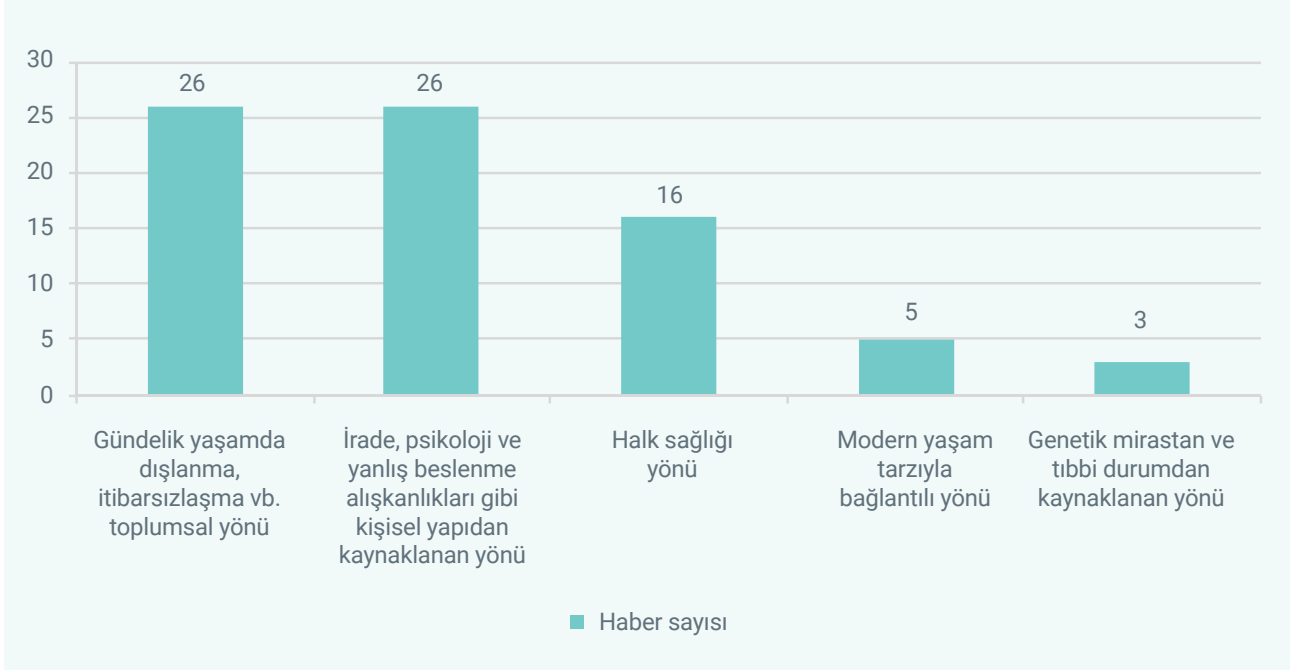
Obezitenin neden olduğu hastalıklardan 48 haberde söz edilmiştir. Hastalıklar sırasıyla genel sağlıksızlık (23 haber), diyabet (13 haber), kalp-damar sorunları (9

haber), solunum sorunları (9 haber), kemik hastalıklarıdır (7 haber).



Grafik 49. Obezitenin neden olduğu hastalıklar

2.11. Obezitenin Temsil Edilen Yönü



Grafik 50. Obezitenin temsil edilen yönü

Obezitenin ağırlıklı hangi yönünün temsil edildiğine bakıldığında, 26'şar haberde gündelik yaşamda dışlanma, itibarsızlaşma, güvensizleşme vb. toplumsal yönü ile irade, psikoloji ve yanlış beslenme alışkanlıkları gibi kişisel yapıdan kaynaklanan olumsuzluk

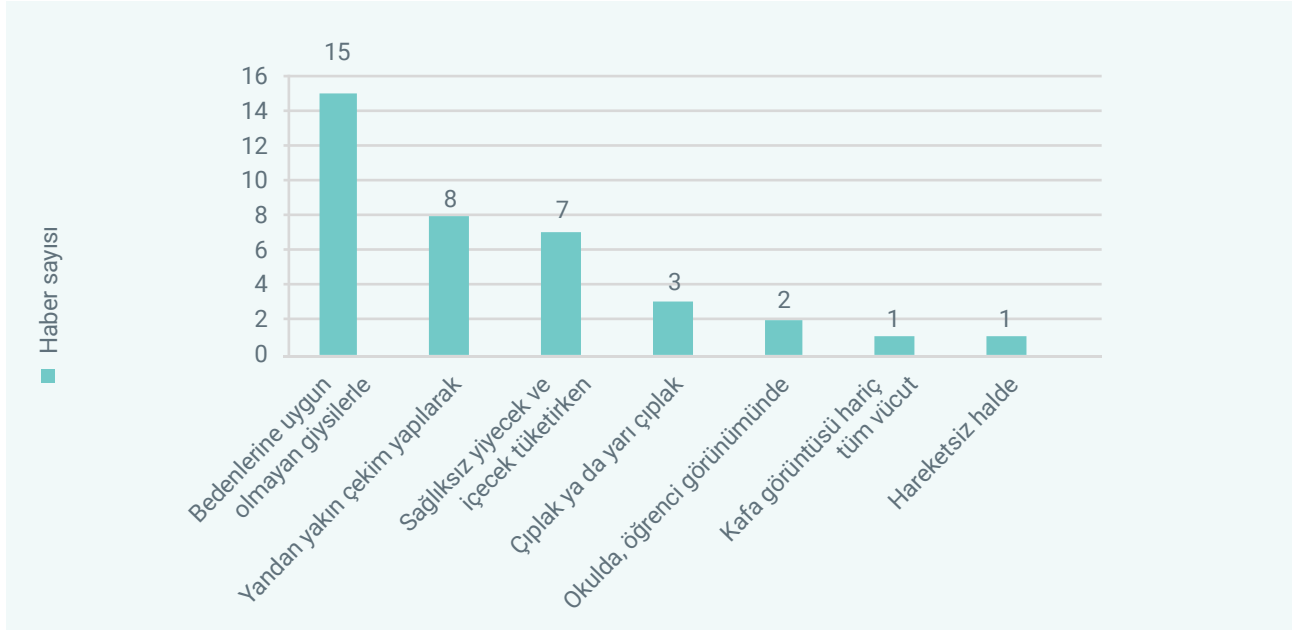
yönüne vurgu yapıldığı görülmüştür. 16 haberde halk sağlığı problemi olarak sunumu tespit edilmiştir. 5 haberde modern yaşam tarzıyla bağlantılı olumsuz yönü; 3 haberde ise genetik mirastan ve tıbbi durumdan kaynaklanan olumsuz yönleri yer almaktadır.

2.12. Obez Bireylerin Temsili

35 haberde obez birey görüntüsü olarak yalnızca kadınlar yer almaktadır. 4 haberde ise yalnızca erkekler bulunmaktadır. Kalan 21 haberde hem erkek hem kadın görüntülerine yer verilmiştir. Obeziteye dair televizyon haberlerinde ağırlıklı olarak kadınların yer

almasının obezitenin daha çok kadınlarla özdeşleştirildiği anlamına geldiği ifade edilebilir.

29 haberde obez bireylerin olumsuz şekilde temsil edildiği görülmüştür.



Grafik 51. Obez bireylerin olumsuz temsili

Obez bireyler, 15 haberde bedenlerine yapışan, çok dar veya çok bol gelen kıyafetlerle; 8 haberde yandan yakın çekim yapılarak ve göbek kısmı gösterilerek; 7 haberde abur cubur tüketirken; 3 haberde çıplak ya da yarı çıplak sayılacak şekilde; 2 haberde okul or-

tamında olumsuz temsillere konu olmuştur. Yalnızca 1 haberde obez birey görüntüsü, kafa görüntüsü olmadan tüm vücut olarak verilmiş, yine 1 haberde de hareketsiz şekilde sunulmuştur.

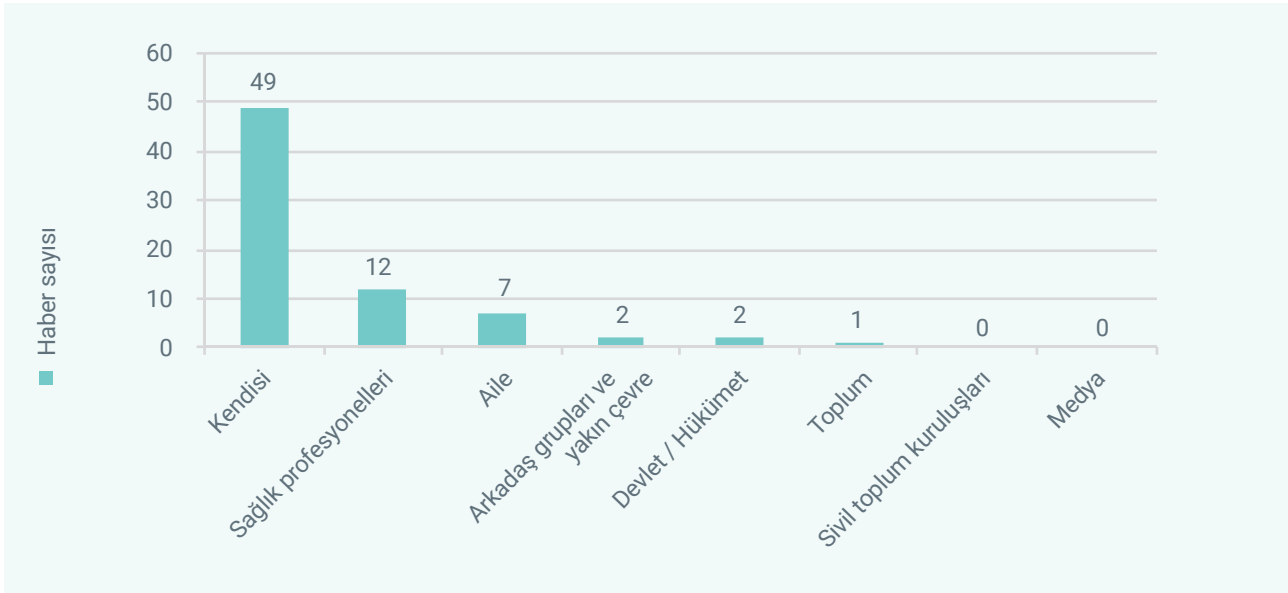
Obez bireylerin olumlu temsili şu şekildedir: 18 haberde spor yaparken ve spor kıyafetle, 9 haberde iş veya uzmanlıkları ile ilgili giysileriyle sunulmuştur. 1 haberde ise sağlıklı gıdalar tüketirken veya diyet yap-

tıklarını çağrıştıracak biçimde temsil edilmiştir. Obez bireylerin 15 haberde olumlu anlamda yer bulamadıkları saptanmıştır.



Grafik 52. Obez bireylerin olumlu temsili

2.13. Obezitenin Üstesinden Gelinmesi İle İlgili Sorumluluk



Grafik 53. Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluk

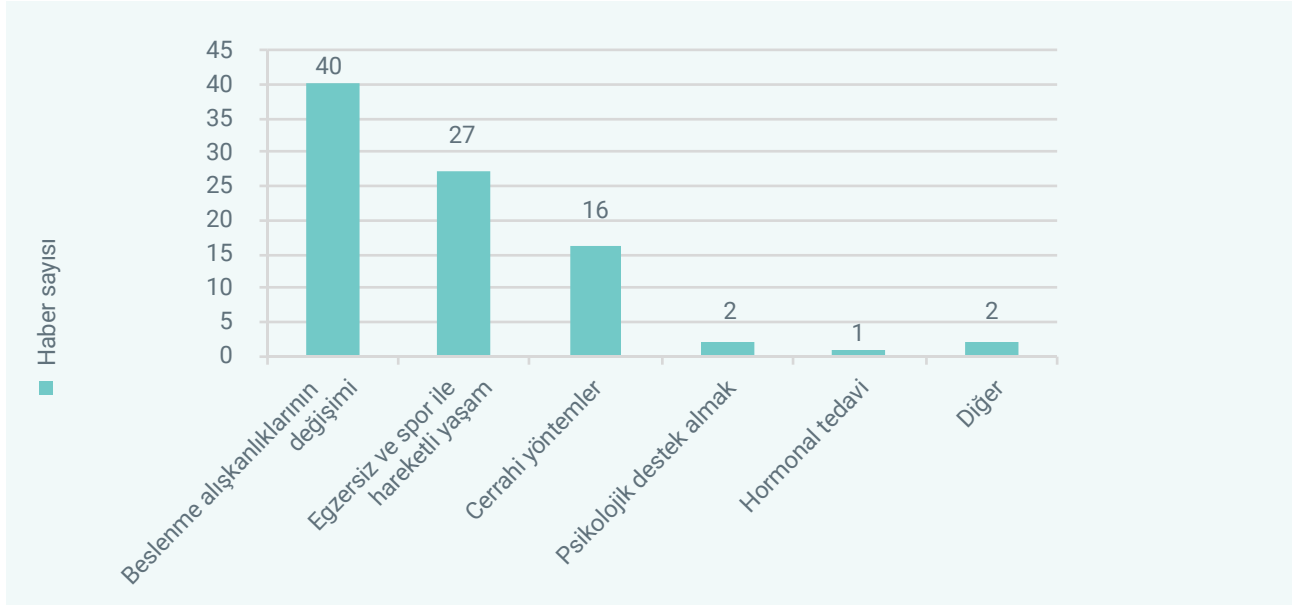
Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluk, haberlerin tamamında bireye atfedilmiştir. Bir başka deyişle tüm haberlerde obezite ile mücadele edilebileceği ve bu süreçte belirleyici olan aktörlere yer verilmiştir. Bu kişi ve kurumlar, 49 haberde kişinin kendisidir. Obeziteyle mücadelede bu sorumluluk 12

haberde sağlık profesyonelleri, 7 haberde aileye atfedilmiştir. Haberlerin hiçbirinde bu çaba derneklere, sivil toplum kuruluşlarına veya medyaya atfedilmemiş; ayrıca belirlenen kişi ve kurumlar dışında farklı bir kişi veya mecradan söz edilmemiştir.

2.14. Obezitenin Üstesinden Gelinmesiyle İlgili Öneriler

Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili öneriler 57 haberde bulunmaktadır. Diyet-zayıflama ve beslenme alışkanlıklarının değişimi 40 haberde, egzersiz ve

spor ile hareketli yaşam 27 haberde, cerrahi yöntemler 16 haberde, psikolojik destek almak 2 haberde, hormonal tedavi 1 haberde yer almaktadır.



Grafik 54. Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili öneriler

3. FOX TV Obezite Haberlerinin Söylem Çözümlemesi

3.1. Haber Kaynaklarının Konumlanması

Doktorlar ile diyetisyenler başta olmak üzere sağlık profesyonelleri, obez bireyler ve halktan bireyler (obez, aşırı kilolu veya normal ölçülerde) incelenen haberlerde yer alan başlıca kaynaklardır. Ancak bu kaynakların ve obeziteye dair söylediklerinin haber söylemi içerisinde temsili birbirinden önemli farklılıklar göstermektedir.

Obeziteden etkilenen bireyler haberlerde, neredeyse bütünüyle başarı öykülerinin konusu olabildikleri ölçüde kendilerine yer bulabilmektedir. Haberin söylemi içinde başarılı olmak, kilo vermekle ve ideal beden

ölçülerinde olmakla eşitlenmektedir. Bu nedenle, bir obez bireyin haberde temsili, ancak çok miktarda kilo kaybıyla mümkün görünmektedir. Obezite, bu çerçevede daha çok "önce-sonra" görüntüleriyle sunulmaktadır. Bilindiği gibi "önce" kaçınmak/kurtulmak istenen bir durumu; "sonra" ise arzulanan, hedeflenen durumu simgeler. Bu bakımdan obez bireylerin önceki kilolu fotoğrafları ile şimdiki görüntüleri kıyaslanmakta; bu kıyaslama kiloluyken giydikleri ve artık bol gelen giysilerinin gösterilmesi yoluyla desteklenmektedir. FOX TV haberleri içerisinde, kilo vermeyi başaramamış obeziteden etkilenen bir bireye rastlanmamıştır.



Fotoğraf 1. FOX TV Ana Haber Bülteni

Halktan bireyler, genellikle sokak röportajlarıyla obezite haberlerinde yer bulmaktadır. Sokak röportajları genellikle kadınlarla yapılmakta, erkeklerin de yer aldığı röportajlar ise daha sınırlı kalmaktadır. Bu durum, haberin söyleminde obezitenin genellikle kadınlara dair bir sorun olarak işaretlendiğini, dahası habercilerin sağlık söylemini kadının bedeni ile ilişkilendirdiğini göstermektedir. Röportajlarda halktan

bireylere "Kaç kilosunuz?", "Kaç kilo fazlanız var?", "Bel çevreniz kaç cm?", "Diyet yaptınız mı?" gibi kilolu olma deneyimine/sorununa dair sorular yöneltilmektedir. Verdikleri yanıtlar oldukça kısa biçimde haber metni içerisine girebilen halktan kişilerin haberdeki varoluşları, bu sorunu somutlaştırma maksadıyla işlevselleştirilmiş görünmektedir.



Fotoğraf 2. FOX TV Ana Haber Bülteni

Hem obez bireyler hem de obez olmayan halk, bir sorunu deneyimleyen ya da deneyimleme ihtimali olan kişiler olarak temsil edilirken başta doktorlar ve diyetisyenler olmak üzere sağlık profesyonelleri sorunun ne olduğunu, kaynağını izleyiciye gösteren ve çözüm önerileri sunan bir konumda yer almaktadır. Genellikle doktor ve diyetisyenler muayenehane, hastane, klinik gibi mekânlarda ve beyaz önlük giymiş halde görüntülenmekte; çekimler sıklıkla bu bireylerin diplomalarının önünde yapılmakta veya kullandıkları kimi tıbbi alet ve cihazlar görüntüye dâhil edilmektedir. Diploma, önlük, tıbbi cihazlar gibi tıp söylemine ait göstergeler yoluyla sağlık profesyonellerinin

ürettiği bilgiye bir güç atfedilerek meşruiyet kazandırılmaktadır. Daha açık bir deyişle doktor veya diyetisyenlerin verdiği bilgi ile obez bireylerin veya halktan bireylerin verdiği bilgi arasında bir hiyerarşi kurulmakta ve haberler, ürettiği bilgiyle güç sahibi olan sağlık profesyonellerinin sözleriyle çerçevelenmektedir. Haber metni içerisinde obezite ve aşırı şişmanlığın çerçevelenmesinde, sağlık profesyonellerinin görüşleri egemen bir konuma yerleştirilerek bu görüşlerin inanılabilirliği artırılmaktadır. Böylece belirli sağlık profesyonelleri obeziteyi tanımlama gücüne sahip olmakta ve onların dile getirmediği konular da genellikle tartışma dışı bırakılmaktadır.

3.2. Haber Sunucularının Anlatımlarının Oluşturduğu Çerçeveler

Muhabirler ilk anonsa restoran, sokak veya muayenehane, hastane, klinik gibi sağlık birimleri içerisinde başlamaktadır. Genellikle bir sorunun ortaya konması (aşırı kilo, obezite ve aşırı kilodan kaynaklanan diğer sağlık sorunları) ile başlayan haberlerde bu sorunların somutlaştırılması, halktan bireylere (özellikle de kadınlara) mikrofon uzatılması yoluyla gerçekleştirilmektedir. Buradan hareketle bir uzman görüşüne yönelinmekte ve konu, bu uzmanın söyledikleriyle çerçevelenmektedir. Haberlerin uzmanların görüşleriyle çerçevelenmesi, haberin kapatılmasında da geçerlidir. Haberler çoğunlukla muhabirin bir uzman görüşlerini özetlemesi veya bir uzmanın doğrudan kendi sözleri ile kapatılmaktadır. Bu kapatmalar obezitenin tehlikelerine ve risklerine dikkati çeken uyarılar veya üstesinden gelmek üzere yerine getirilmesi

istenen önerilerle gerçekleşmektedir. Örneğin karbonhidrat tüketimini azaltmak, kalori hesabı yaparak doğal yiyeceklerle beslenmek, haftada yarım kilodan fazla vermemek, insülin direncinin tedavi edilmesi gibi uyarıcı tonu baskın önerilerle haber kapatılmaktadır. Haberde tehlike, risk ve buna bağlı olarak önerilerin uyarıcı bir tonla sunumu, obezitenin tanımlanmasında önemli bir yer tutmaktadır.

Zaman zaman obeziteden etkilenen ve kilolarından kurtulmuş veya kurtulmakta olan bireylerin sözleriyle de haber metinleri kapatılabilmektedir. Ancak bu durumda da genellikle obeziteden etkilenen bireyin, doktorun/diyetisyenin tavsiyelerine uymasıyla elde ettiği başarı ve buna bağlı öneriler söz konusu olmaktadır. Kısacası, obezite haberlerinde, tıpkı diğer tüm haber

metinlerinde olduğu gibi, muhabir haberde nesnellik ve tarafsızlığı sağlamak amacıyla haber kaynaklarına

dayanmakta ancak haber kaynaklarına bağımlılık, onların söylemlerinin yeniden üretilmesiyle sonuçlanmaktadır.

3.3. Haberlerde Obezite İle İlgili Neden - Sonuç Bağlantıları

FOX TV'nin obezite ve aşırı şişmanlık haberlerinin küçük bir bölümü obeziteyi verili bir durum olarak kabul etmekte, büyük çoğunluğu ise obezitenin nedenlerine yer vermektedir. Nedenler açısından, yanlış/dengesiz/sağlıksız beslenme ile hareketsizlik haber metinlerinde ağırlıklı bir yer tutmaktadır. Beslenmeye ilişkin nedenlerin sunumu özellikle fastfood ürünler başta olmak üzere kilo alımına neden olan "sağlıksız" yiyeceklere ilişkin görsellerle desteklenmektedir. Beslenme bozuklukları ve hareketsizliğin yanı sıra başka sağlık sorunları da az sayıda haberde obezitenin nedenleri arasında sayılmaktadır. Tüm bu nedenler, aslında, obezitenin bir halk sağlığı sorunu olarak değil, bireysel ve davranışsal bir sorun olarak sunumuna yol açmaktadır. Nitekim çevresel faktörlere, şehir yaşamının bireye dayattığı yaşam tarzından kaynaklanan nedenlere veya yoksulluktan kaynaklanan yetersiz ve dengesiz beslenme gibi toplumsal ve ekonomik nedenlere haber metinlerinde ya çok nadir yer verilmekte ya da hiç yer verilmemektedir. Örneğin Dünya Sağlık Örgütü'nün obeziteyi önlemek üzere günde beş porsiyon meyve-sebze tüketimi için başlattığı kampanya bağlamında yapılan haberde, Türkiye'de nüfusun yalnızca %3'ünün bu tavsiyeye uyabildiği belirtilmektedir. Bu haberde yalnızca bir sokak röportajında bu durumun nedeni sorulmuş ancak "ücretlerden olabilir" yanıtı üzerinde durulmamıştır. Kısacası, haber "neden" sorusuna yanıt vermemekte, bu soruyu boşlukta bırakmaktadır. Aslında bu durum, obezitenin bireysel bir sorun haline getirilerek sunulduğuna, toplumsal ve çevresel nedenlerine çok az yer verildiğine dair tespitle uyum içindedir.

Obezitenin sonuçları açısından en çok üzerinde durulan ise çeşitli kanser türleri, karaciğer yağlanması, uykusuzluk, diyabet gibi genel sağlık sorunlarıdır. "Genç yaşta itibaren alınan kilolar kanseri de tetikliyor."; "O

zaman ilerde kalp hastalığı gibi veya şeker gibi belli rahatsızlıklarla karşı karşıya kalmanız çok daha mümkün." gibi ifadeler yoluyla obezitenin fiziksel sağlık üzerinde yaratacağı olası riskler konusunda izleyiciler uyarılmaktadır. Bu tür bilgileri verenler onkolog, kardiyolog, beslenme uzmanı vb. sağlık profesyonelleridir. Obezitenin ağırlıklı olarak fiziksel sağlık üzerindeki sonuçları bakımından ele alınması, meselenin yalnızca bir yanıyla anlamlandırıldığını göstermektedir. Zira obezitenin fiziksel sonuçlarının yanında psikolojik, toplumsal ve zihinsel sonuçları da bulunmaktadır. Obezite, bireylerin toplumsal yaşama uyum sağlama, toplumsallaşması, iş yaşamına veya eğitim yaşamına katılımı önünde önemli bir engelle dönüşebilmektedir. Bu türden sonuçlar ise genellikle başarı öyküsüyle haber metni içerisinde yer bulabilen obezite bireylerin hikâyelerinde yer almaktadır. Haberi çerçeveleme gücüne sahip sağlık profesyonelleri arasında özellikle herhangi bir psikolog veya psikiyatrin bulunmaması obezitenin bu boyutlarının haberin söylemi içinde büyük ölçüde göz ardı edildiğinin kanıtıdır.

Haberlerde nedenler ve sonuçların yanı sıra çözüm önerilerine de yer verilmektedir. Yanlış beslenmenin ve hareketsizliğin obezitenin nedeni olarak bireyselleştirilerek sunumuna koşut biçimde çözüm önerilerinde de beslenmeye ve hareket etmeye ilişkin bireysel olarak gerçekleştirilebilecek öneriler baskındır. Örneğin "İdeal kilonun ise formülü basit ama uygulaması zor: Karbonhidrat, protein, yağ, vitamin ve minerallerin dengeli ve yeterli olduğu bir beslenme planıyla bu işi çözebiliriz." şeklindeki ifadelerle izleyicilere obezitenin nasıl ortadan kaldırılacağı da gösterilmektedir. Sunulan bir başka çözüm ise obezite cerrahisidir ki bu çözüm de yine bireysel bir niteliğe sahiptir.

3.4. Haberdeki Karşıtlıklar

Obezite ve aşırı şişmanlık haberlerinde kullanılan ikili karşıtlıklar anlamların üretiminde önemli bir rol oynamaktadır. Obezitenin bir sağlık sorunu olarak tanımlanmasında, tehlikeleri ile risklerine dikkatin çekilmesinde ve yine obezitenin sonuçlarının ifade edilmesinde bu karşıtlıklardan yararlanılmaktadır. Haberlerde en yaygın olarak kullanılan karşıtlık, şişman/obez-normal⁵ ile sağlıklı-sağlıklı ve dert-çare karşıtlıklarıdır. Bu karşıtlıklar bağlamında şişman veya obez olmak sağlıklı olmakla ve dertle, normal ölçülerde olmak ise çare ve sağlıklı olmakla eşleştirilmektedir. Dolayısıyla kilo vermenin/zayıflamanın amacı fit bir görünüme kavuşmaktan ziyade sağlıklı olmakla ilişkilendirilmektedir. Bu durum, obezitenin sonuçları bakımından en sık genel sağlık sorunlarına yer verildiğine yönelik bulguyla da uyumludur.

Bu çerçevede kullanılan bir başka temel karşıtlık ölüm ve yaşam arasındaki karşıtlıktır. Bu karşıtlık, örneğin bir haberde obezitenin en sık ölüme yol açan hastalıkların başında sayılmasıyla bir başka haberde ise düzenli spor yapan, alkol ve sigaradan uzak duran ve dengeli beslenmeye dikkat edenlerin ömrünün bunlara dikkat etmeyenlere göre en az 12 yıl uzun olduğunun belirtilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Haber metinle-

rinde, önceden aşırı kilolu olup kilolarından kurtulan bireyler için kullanılan “yeniden doğdu” ya da “hayata döndü” ifadeleri de bu karşıtlığın belirginleşmesi olarak okunmalıdır. Bu anlamda kilo vermek (yeniden) doğmakla ve hayatla, aşırı kiloluluk ya da obezite ölümle eşdeğer tutulmaktadır. Her ne kadar doğrudan zikredilmese de ölüm-yaşam karşıtlığı tüm obezite ve aşırı şişmanlık haberlerinde mevcuttur. Daha açık bir deyişle yüzeyde görünmemekle birlikte derin yapı düzeyinde ölüm-yaşam karşıtlığı anlamların kurulmasını sağlayan en temel karşıtlık olarak ortaya çıkmaktadır. Zira sağlıklı-sağlıklı arasında kurulan karşıtlık, aslen, ölüm-yaşam karşıtlığının bir uzantısıdır.

FOX TV'nin obezite ve ilgili haberlerinde anlamların üretiminde göze çarpan diğer karşıtlıklar, aşırı kilo-ideal kilo, mutsuz-mutlu, soyutlanma-toplumsallaşma karşıtlıklarıdır. Bu bağlamda karşıtlıkların birinci ve ikinci kısmında bulunan sözcüklerin birbirleriyle ilişkilendirilerek düşünüldüğünü söylemek mümkündür. Bir başka ifadeyle haberlerde ideal kiloda olanların mutlu olduğu ve toplumsallaşabildiği, aşırı kilolu olanların ise mutsuz olduğu ve toplumsal yaşamdan soyutlandığı bu karşıtlıklar arasında kurulan ilişkiler yoluyla ifade edilmektedir.

3.5. Obezite İle İlgili Eğretileme ve Düzdeğişmeceler

Obezite ve aşırı şişmanlığa dair haberler, çok sayıda eğretileme (metafor) ve düzdeğişmece (metonimi) barındırmaktadır. Eğretilemeler ve düzdeğişmeceler, yukarıda sözü edilen karşıtlıkların kurulmasında ve somutlaştırılmasında kullanılmaktadır.

Obeziteye dair bilimsel ve dolayısıyla “doğru, güvenilir, geçerli” bilginin görsel eğretilemeleri ve düzdeğişmeceleri; tıbbi cihaz ve aletler, beyaz önlüklü doktor, diplomalar ve kitaplar önünde konuşan doktor, anatomik görüntüler, obezite ameliyatının yapılışına

dair animasyonlar, zararlı hücre çoğalma görüntüleri, mezura, hesap makinesi gibi ölçüm aletleri vb.'dir. Sağlıklı bir yaşamın görsel eğretilemeleri ve düzdeğişmeceleri ise meyve ve sebze gibi doğal ve sağlıklı yiyecekler, doğada veya spor salonunda spor yapan (yürüyen, koşan, egzersiz yapan, bisiklet süren) insan görüntüleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kilo vererek habere konu olan obez bireylerin öncesi ve sonrası görüntüleri hem eğretileme hem de düzdeğişmece olarak düşünülebilir.

⁵ Burada dikkati çeken haberlerde obez olmanın karşıtının anoreksik olmak gibi aşırı zayıflık değil, normal beden ölçülerinde olmak olarak işaretilenmiş olmasıdır.



Fotoğraf 3. FOX TV Ana Haber Bülteni

Obezitenin nedeni olarak gösterilen düzensiz/sağlıksız beslenmenin ve yaşamın görsel eğretilmeleri ve düzdeğişmeceleri ise şunlardır: Karbonhidrat ve şeker yönünden zengin besinler (özellikle makarna,

hamburger, baklava vb.), aşırı kilolu insanların özellikle başlarının olmadığı karın ve göbek bölgelerine odaklanan, tam boy verildiğinde ise sırtın kameraya dönük olduğu görüntüler.

4. ATV Obezite Haberlerinin Söylem Çözümlemesi

4.1. Haber Kaynaklarının Konumlanması

ATV’de yayımlanan obezite ve ilgili haberlerdeki başlıca haber kaynakları; doktorlar, obez bireyler, halktan insanlar (fazla ya da normal kilolu) ile hasta yakınlarıdır. Ancak bu kanalın haberlerinde yer alan çeşitli kaynakların ve sözlerinin sunum biçimleri de birbirinden farklılık göstermektedir.

Obeziteden etkilenen bireylerin haber değeri kazanabilmesi, burada da ancak başarı öyküleriyle mümkündür. Zira kilo kaybında başarılı olamayan obezlere dair herhangi bir haber yoktur. Obez olup kilo vermeyi başarmış bireyler; kilolu olma nedenlerine, kiloları nedeniyle yaşadıkları zorluklara ve ayrıca kilo verdikten sonra yaşamlarında meydana gelen değişikliklere dair kişisel anlatılarıyla haber metinlerinde yer bulabilmektedir. Başarı öyküleri, yine, önce-sonra görüntülerinin karşılaştırılması yoluyla desteklenmektedir. FOX TV’nin hiçbir haberinde obez bireylerin yakınlarına mikrofon uzatılmazken ATV’de hasta yakınlarına iki haberde söz verilmiştir. Ancak bu durum zorunluluğun sonucudur. Zira ilk haberde tüp mide ameliyatı sonucu ölen bir kadının kızı konuşurken ikinci

haber bir bebeğin yaşadığı obeziteye dairdir. Zorunlu hallerin dışında obezite yalnızca hastanın kişisel bir sorunu olarak kurulmakta, yakınları haber içerisinde görünse de onların görüşlerine yer verilmemekte ve böylece ailenin veya yakın çevrenin bu sürece olası katkıları tartışma alanının dışında bırakılmaktadır.

Obez bireyler bu sorunu nasıl deneyimledikleri ve nasıl üstesinden geldiklerine dair anlatılar yoluyla haber metinlerinde kendilerine yer bulurken aşırı şişmanlık ve obeziteyi tanımlama gücü sağlık profesyonelleri gibi akredite kaynaklardır. Başta doktorlar olmak üzere sağlık profesyonelleri obezitenin nedenleri ve sonuçları ile çözüm önerilerini ortaya koyan bir konumdur. Bu kişiler genellikle hastane, muayenehane gibi kapalı mekânlarda ve sıklıkla diplomalarının, kitapların önünde yapılan çekimlerle veya çeşitli tıbbi cihazları kullanırken görülmektedir. Bu görüntüler, sağlık profesyonellerinin görüşlerine güvenilirlik, geçerlilik ve otorite kazandırmaktadır. Böylece bu kişiler obezitenin tanımlanma ve çözümlenme yollarını belirleyen bir konuma yerleşebilmektedir.



Fotoğraf 4. ATV Ana Haber Bülteni

ATV’de, FOX TV’den farklı olarak çocukluk çağı obezitesine yönelik haberlere önemli bir yer ayrılmıştır. Bu bağlamdaki haberlerde, haberin çerçevesini kuranlar

yine akredite kaynaklardır. Örneğin Millî Eğitim Bakanlığının çocuklardaki fiziksel aktivite eksikliğini gidermek üzere öğrencilere fiziksel aktivite karnesi verme

uygulanmasına dair haberin çerçevesini öğretmenler, çocukluk çağı obezitesi konulu bir bilimsel araştırmaya dair haberin çerçevesini ise bir doktor kurmaktadır. Çocukların veya anne babaların sözlerine yer verilmekle birlikte onlar, daha çok haberin çerçevesini veya sözün sınırlarını çizenlerin dile getirdikleri çeşitli tavsiyeleri ve uyarıları kendi yaşantılarında ne şekilde ve ne ölçüde gerçekleştirdikleri bilgisini edinmek üzere habere dâhil olabilmektedir.

Örneğin annenin çalışmasının ailenin beslenme düzenini bozması nedeniyle çocuklarda obeziteye yol açtığı iddiasına yer verilen haberde anne ve babalara yalnızca kahvaltılı edip etmedikleri sorulmakta; böylece anne-babalar obezitenin engellenmesinde kah-

valtının önemini ifade eden doktorun çizdiği sınırlar çerçevesinde haber metni içerisinde kendilerine yer bulabilmektedir. Ergenlik çağında yapılan yanlış diyetlerin çocukların ve gençlerin gelişim sürecine engel olduğu yönündeki bir başka haberde ise çocuklara/gençlere yalnızca diyet yapıp yapmadıkları ve bunun nedenleri sorulmuştur. Bu örnekler, haberlerde çocuk, ergen veya yetişkinlerin haberin çerçevesini çizmeye ehil olarak görülmediğini, onların ancak akredite kaynakların çizdikleri çerçeveler içerisinde haber metinlerinde kendilerine yer bulabildiklerini göstermektedir. Bu durum aslında ne ATV ne de FOX TV haberlerine özgüdür; bir söylem olarak haberin çok çeşitli haber kaynakları arasından güvenilir olanların durum tanımlarına dayanmasından kaynaklanır.



Fotoğraf 5. ATV Ana Haber Bülteni

4.2. Haber Sunucularının Anlatımlarının Oluşturduğu Çerçeveler

Muhabirlerin ilk anonsları, genellikle hastane, muayenehane, klinik gibi sağlık profesyonellerinin iş ortamlarında başlamaktadır. Bunların dışında özellikle beslenmeye vurgu yapılan haberlerde restoran ve kafe gibi ortamlar da kullanılmıştır. Belirtildiği üzere haber metinlerinin akredite kaynakların sözleriyle çerçelenmesine koşut biçimde, haberler yine akredite kaynakların tavsiye ve uyarı niteliğindeki sözlerinin ya doğrudan verilmesi ya da muhabir tarafından özetlenmesi yoluyla kapatılmaktadır. Örneğin obezitenin önlenmesi için doğal besinlere yönelmek, sabah ve öğlen arası saatlerde birkaç ceviz tüketmek, şekerli besinlerden uzak durmak gibi doktor veya diyetisyen tavsiyeleri ya doğrudan onlar tarafından verilerek ya da habercinin kendi anlatımına dönüştürülerek haber

sonlandırılmaktadır. Bununla birlikte obeziteyle mücadele etmiş ve başarı kazanmış kişilere dair haberlerde doğrudan herhangi bir akredite kaynak bulunmayabilmektedir. Örneğin obezite cerrahisi ile 125 kilo vermiş bir bireyle ilgili haber ile insülin direnci ve tiroid sorununun çözülmesiyle ameliyatsız 70 kilo vermiş bir kadınla ilgili haberde doktor ve diyetisyen gibi herhangi bir sağlık profesyoneli bulunmamaktadır. Bununla birlikte her iki örnekte de bu kişilerin doktor veya diyetisyenin müdahalesi, önerileri ve uyarıları sayesinde başarıya ulaştığı vurgulanmaktadır. Örneğin ameliyat olmadan 70 kilo veren kadınla ilgili haber, kadının "Özellikle benim gibi yolu uzun olanlar kesinlikle diyetisyen yardımı almalılar." sözleri ile kapatılmaktadır. Dolayısıyla haberlerin kapanışlarında, obezite ve aşırı şişmanlık ko-

nusunda otorite sayılan kişilerin otoritelerinin yeniden üretildiğini söylemek gerekir. Nitekim haberin yapıldığı

ortam yine bir klinikdir ve görüşlerine doğrudan yer verilmemiş olsa da bir doktorun görüntüleri mevcuttur.

4.3. Haberlerde Obezite İle İlgili Neden - Sonuç Bağlantıları

ATV'nin obezite ve ilgili haberlerinde de obezitenin nedenleri arasında ağırlıklı olarak yanlış beslenme ve hareketsizlik gösterilmekte, obezitenin nedenlerinin doğrudan söylenmediği durumlarda dahi görüntüler yoluyla beslenme bozuklukları ima edilmektedir. Sunulan bu nedenler yetişkinlerin yaşadığı obezitenin yanı sıra çocukluk çağı obezitesi için de geçerlidir. Yanlış beslenme ve hareketsizliğin dışında tiroid, insülin direnci gibi bazı sağlık sorunları da obezitenin nedeni olarak sunulmaktadır. Tıpkı FOX TV haberlerinde olduğu gibi burada sunulan nedenlerin de obeziteyi bireyselleştirdiği, obezitenin çevresel ve toplumsal nedenlerine yer verilmediği belirtilmelidir. Bunun gerisinde haber metnindeki yapısal bir sorunun olduğunu söylemek mümkündür. Zira haber metinleri çoğunlukla habere konu olan olayların tarihsel, siyasal ve toplumsal nedenlerini vermek yerine daha çok olayın sorumlularına odaklanır. Haber metnindeki bu yapısal eğilim, obezite haberlerinde de görülmekte; haberlerde obezitenin bireysel düzlemdeki nedenlerine odaklanılarak sorumluluk, aşırı kilo alan ve böylece bedeninde pek çok sağlık sorununa yol açtığı düşünülen bireylere atfedilmektedir.

Obezitenin sonuçları bağlamında en çok üzerinde durulanlar, genel sağlık sorunları (karaciğer yağlan-

ması, kalp krizi riski, diyabet vb.) olmakla birlikte hareket etmede zorluktan ve buna bağlı olarak yaşam kalitesinin düşmesinden de söz edilmektedir. Örneğin *"Bunlar, hem çok düşük bir yaşam kalitesinde yaşıyorlar, kendileri gün içerisinde çok zor hareket ediyorlar, günlük hayata çok zor adapte oluyorlar. Uzun vadede bu insanlar birçok ek hastalığa gebe."*; *"Ameliyatla birlikte aşırı kiloya bağlı şeker, tansiyon, karaciğer yağlanması, kalp krizi riski ve uyku apnesi gibi rahatsızlıklar da ortadan kalkıyor."* şeklindeki ifadeler yoluyla obezitenin yol açtığı tehlikeler ve yaşam kalitesi üzerindeki olumsuz etkiler ile riskler konusunda izleyiciler uyarılmaktadır. Bu uyarıları yapanlar doktor, diyetisyen gibi sağlık profesyonelleridir. ATV haberlerinde, obezitenin toplumsal yaşama dair sonuçları üzerinde kısmen de olsa durulurken psikolojik boyutu göz ardı edilmektedir. Obeziteyle başa çıkmada önerilen çözümler de elbette sunulan nedenlerle ilişkilidir. Bu bakımdan düzenli ve dengeli beslenme, bilinçli tüketim alışkanlıklarının kazanılması, ameliyat veya başka tıbbi müdahaleler öne çıkmaktadır. Bu noktada ATV'nin haberlerinde obezite cerrahisinin daha fazla yer bulduğunu belirtmek gerekir. Haberlerde sunulan çözüm önerileri, obeziteyi bireyselleştirmekte, çözüme dair toplumsal ve çevresel katkılar ise göz ardı etmektedir.

4.4. Haberdeki Karşıtlıklar

ATV haberlerinde aşırı kilolu-normal kilolu karşıtlığı; sağlıklı-sağlıklı, eski-yeni, bilinçsiz-bilinçli, ölüm-yaşam ve dert-çare gibi karşıtlıklar bir arada görülmektedir. Karşıtlıkların ilk kısmında yer alanlar olumsuz, ikinci kısımda yer alanlar ise olumlu anlamla yüklüdür. Bu karşıtlıkların birinci ve ikinci kısmında yer alan sözcükler bir arada düşünülmekte, aralarında kurulan ilişkiler yoluyla obezite ve aşırı şişmanlığa dair anlamlar üretilmektedir. Buna göre, normal kiloda olmak sağlıklı olmakla, yeni olanla, bilinçli olmakla, çareyle ve yaşamla ilişkilendirilirken şişmanlık ya da obezite, eski olanla, bilinçsizlikle, dertle ve ölümlerle bir arada kavranmaktadır. Örneğin başarı öyküsü olarak adlandırılacak bir haberde çok kilo vermiş bir erkek, önceki aşırı kilolu halini *"Ölümün eşğine gelmişim."* diyerek tarif etmek-

tedir. Haber metni içerisinde de bu durum "Artık hayatını tehdit eder hale gelmişti." cümlesiyle ifade edilmiş; yine aynı haberde, kilolu olmak "kâbus, cehennem" gibi olumsuz anlamla yüklü sözcüklerle nitelendirilmiştir. "Önce-sonra" fotoğrafları ile önceki kıyafetlerin büyüklüğünün/artık bol gelen halinin gösterimi yoluyla obezitenin olumsuzluğuna dair anlamlar desteklenmiştir. ATV haberlerinde de yüzeyde görülen karşıtlık aşırı kilolu-normal kilolu olarak görülse de hem bu karşıtlığın hem de diğer karşıtlıkların esasen ölüm-yaşam karşıtlığının uzantıları olduğu söylenebilir. Nitekim, obezite ameliyatı geçirmiş hastalara dair bir haberde kullanılan "Geçirdiği mide küçültme ameliyatının ardından adeta yeniden doğdu." ifadesi de kilo vermekle doğumu, yeni bir başlangıcı işaret etmektedir.

4.5. Obezite İle İlgili Eğretilme ve Düzdeğişmeceler

ATV haberlerinde de obeziteye dair anlamların üretiminde kullanılan eğretilmeler ve düzdeğişmecelerden karışıklıkların kurulmasında yararlanılmaktadır. Burada da tıbbi cihaz ve aletler, doktorlara ait diploma, ameliyathane görüntüleri, ameliyat animasyonları ile vücut, damar, hücre çizimleri konuya dair “doğru, geçerli ve güvenilir” bilimsel bilginin ve bunlarla bağlantılı olarak spor yapan çocuklar ve gençler, meyve ve sebze, protein yönünden zengin besin görüntüleri sağlıklı bir yaşamın eğretilmeleri ve düzdeğişmeceleridir.

Abur cubur ve diğer sağlıksız besinleri tüketen çocuklar, televizyon izleyen ve bilgisayar oyunu oynayan çocuklar, yemek yiyen kadın ve erkekler, aşırı kilolu ve çıplak erkek üst bedenine ait görüntüler, kilo vermiş bireylere ait eski fotoğraflar, eski ve bollaşmış giysiler, kilolu bedenlerin sırtı kameraya dönük görüntüleri, karbonhidrat ve şeker yönünden zengin besinler, sağlıksız bir yaşamın eğretilmeleri ve düzdeğişmeceleridir.



Fotoğraf 6. ATV Ana Haber Bülteni

Haberlerde sağlıksız ve sağlıklı olan arasındaki karışıklık bu görsel eğretilme ve düzdeğişmecelerin yanı sıra sözel olanlar tarafından da kurulmaktadır. Örneğin “talihsiz çocuk”, “tatlı zehir”, “gerçeğin çok daha başka olması”, “gerçeğin halının altına süpürülmesi”, “morfin bağımlısı gibi bağımlı olmak”, “kilo kâbusu”

gibi ifadeler obeziteye dair olumsuz anlamların; “şişmanlık kader değil”, “yepyeni bir görünüme kavuşmak”, “hayata yeniden başlamak”, “obezite bilincinin artması”, “yeniden doğmak”, “hayata gülümseyerek bakmak”, “hayat konforunun artması” gibi ifadeler ise olumlu anlamların üretiminde kullanılmaktadır.

5. SHOW TV Obezite Haberlerinin Söylem Çözümlemesi

5.1. Haber Kaynaklarının Konumlanması

SHOW TV'de yayımlanan obezite ve ilgili haberlerin başlıca haber kaynakları; obeziteden etkilenen bireyler, doktor, diyetisyen gibi sağlık profesyonelleri ile obezitenin üstesinden gelmiş kişilerin yakın aile üyeleridir.

Haberlerin neredeyse tamamı, obeziteden etkilenen, aşırı kilo nedeniyle sağlık sorunlarıyla karşılaşan insanların kilo verdikten sonraki durumlarını içeren "başarı öyküsü"leridir. Başarı öyküleri, haberlerin izlenmesini sağlayacak zengin görsel malzeme içerdiğinden televizyon haberlerinde sıklıkla yer alır. İncelenen 31 haberin tamamında en uzun süre konuşanlar, obeziteden etkilenen ancak çabaları ile başarılı olan kişilerdir. Başarı öykülerinin çok büyük bir kısmı obeziteyi yenen kadınlara, çok azı ise erkeklere aittir. Bazı haberler, eşlerin veya aile üyelerinin birlikte kilo vererek obeziteden kurtulma konusundaki başarılarını konu edinmektedir. Bazı haberler ise Türkiye dışındaki başarı öyküleridir ve bu öykülerin öznelerine söz verilemediği için ifadeleri üst ses⁶ ile habere dâhil edilmektedir.

İkinci grup kaynakları, başta doktorlar olmak üzere sağlık profesyonelleri oluşturmaktadır. Haberlerde obezitenin üstesinden gelmiş kişilerin yanı sıra cerrahi uygulamaya dayalı yönü ya da doktor ve diyetisyen kontrolünde zayıflama söz konusu ise sağlık profesyonellerinin görüşleri habere dâhil edilmektedir.

Üçüncü grup kaynaklar ise obezitenin üstesinden gelmiş kişilerin yakın çevresindekiler; anne, baba, eş, kardeş, çocuklar, arkadaşlar, yakın aile üyeleridir. Bu

kaynaklar da obeziteyle mücadele sürecinde obez bireylere destek olan ve onların mücadele süreçlerini aktaran kişiler olarak haberde yer almaktadır. İncelenen haberlerde obeziteyi yenenlerin arkadaş veya iş çevresinden kişilere ise söz verilmemiştir.

Obeziteyi yenen kişilerin anlatımları, haber açılışlarında genellikle "Tam X kilo verdim." diye başlamaktadır. Açılışların ardından obez bireyler, aşırı kilolu oldukları dönemde karşılaştıkları sıkıntıları gerek kişisel gerekse sosyal boyutlarıyla ifade etmektedir: "Eskiden nefes nefese kalıyordum, mağazalara girince çalışanlar beni geri çeviriyordu, aynalara küsmüştüm, sadece görünüşüm değil sağlığım bozulmuştu, panik atak krizlerine yol açıyordu, mutlu değilmişim, rol yapıyor muyum, hayat kalitem düşmüştü, beni hamile zannediyorlardı, yemek için yaşıyordum." gibi ifadelerle aşırı kilolu oldukları dönemde yaşamlarında başa çıkma ya çalıştıkları sorunları dile getirmektedir. Bu anlatım, obeziteyi yenen kişilerin geçmişteki fotoğraf, video vb. görüntüleriyle de somut hale getirilmektedir.

Haberlerin yarıdan fazlasında kapanış ifadelerini obeziteyi yenenler söylemektedir: "Daha vereceğim kilolar var, bir 20 kilo daha, hedef 70'i görmek." vb. Üst sesin son sözü söylediği haberlerde ise ağırlıklı cümle "Obeziteyle mücadele edenlere ilham veriyor." cümlesidir. Bu cümle, özellikle Türkiye dışındaki başarı öykülerinde yer alan kişilere dair söylenmektedir. İlham vermek, aynı sorunu yaşayanlara örnek olmak anlamında kullanılmaktadır.

⁶ Sinema ve televizyonda görüntüde bulunmayan bir kaynaktan çıkan ya da görüntüdeki bir kimsenin iç konuşması, düşüncelerinin dışa vurumu olarak duyulan ses. (Voice Over)



Fotoğraf 7. SHOW TV Ana Haber Bülteni

Obeziteden etkilenen ve bu süreci aşmış kişilerle genellikle dış mekânlarda röportaj yapılırsa da bazı haberlerde ev ve işyeri gibi başka ortamlar da kullanılır.

mıştır. Haberlerde ortak özellik, obeziteyi yenenlerin önceden giydikleri bol bir giysiyi göstererek aradaki büyük farkı somut hale getirmeleridir.

5.2. Haber Sunucularının Anlatımlarının Oluşturduğu Çerçeveseler

İncelenen haberlerin çoğunda muhabirler, sokak-park gibi dış mekânlarda ilk anonlarını yapmaktadır. Dış mekân çekimleriyle başlayan ve biten çoğu haber, obeziteyi yenen kişilerin toplumsal yaşama karıştıkları, hayatın olağan akışı içinde oldukları, izole olmadıkları izlenimi vermektedir. Rahat hareketlerle yürüyerek ve boydan tam vücut çekimlerle görüntülenen bu kişiler; rahat, neşeli ve mutlu ifadelerle muhabirin sorularına yanıt vermektedir. Dış çekimler, iç mekânların durağanlaştırıcı etkisine karşıt olarak yürüyerek veya basit sportif hareketler sergileyerek obeziteyi

yenen bireylerin sunulmasını da kolaylaştırmaktadır. Böylece obeziteyi yenen kişiler, dinamik ve hareketli bir biçimde haberlerde yer almaktadır.

Evde veya iş yerinde yapılan çekimler haberlerde nadiren de olsa bulunmaktadır. Bu çekimlerde örneğin kayınvalidesine kızarak ameliyat olup kilo veren bir kadın, ev yaşantısı içinde sorulara yanıt vermektedir. İş hayatında başarılı bir kadın ise işyerinde çekilen görüntülerle güçlü bir imaj içinde çerçevelenmektedir.



Fotoğraf 8. SHOW TV Ana Haber Bülteni

Sunucular anonlarının çoğunda “*Tam X kilo verdi.*” ifadesini kullanarak obez bireylerin mucizevi bir sonuca ulaştıkları bilgisi ile izleyicilerin dikkatini çekmektedir. Haberlerin tümündeki anonlarda muhabirler kaç kilo verildiğini, giysi beden ölçülerindeki değişimi, kişinin uzman kontrolü altında diyetle mi, kişisel olarak uyguladığı yöntemlerle mi yoksa cerrahi müdahale ile mi zayıfladığını belirtmektedir.

Yalnızca birkaç haberde beden kitle indeksi terimi hastalar tarafından dile getirilmiş, zayıflamanın cerrahi müdahaleyle gerçekleştiği haberlerde birkaç uzman yine beden kitle indeksi terimini telaffuz

etmiştir. Hiçbir haberde muhabirler, hastalar, uzmanlar teknik, tıbbi, anlaşılması zor ifadelerle yer vermemiş; yalın, gündelik akıcı bir dille görüşlerini belirtmişlerdir.

Muhabirler sunumları sırasında “*işte bu haldeydi*”, “*aynalara küsmüştü*”, “*zoru başardı*”, “*inanılacak gibi değil ama*” “*mucizevi biçimde*” ve “*hayallerini gerçekleştirdi*” ifadelerinden bir veya birkaçını kullanmaktadır. “*Sadece görünümü değil sağlığı da bozulmuştu.*” ifadesi de muhabirler tarafından önceliğin görünümde olduğunu, sağlığın ikincil öneme sahip olduğunu ifade eder biçimde sıklıkla kullanılmaktadır.

5.3. Haberlerde Obezite İle İlgili Neden - Sonuç Bağlantıları

Haberlerin çoğunluğunda obezite, muhabirler tarafından temelde kişilerin yeme içme davranışlarındaki aşırılığa bağlı bir sorun olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla obezitenin asıl nedeni, insanların iradelerine hâkim olamayışlarından kaynaklanan içsel nedenlerdir. Örneğin *"İflah olmaz bir fast food düşkünüydü."*, *"İradesine sahip çıkınca zoru başardı."*, *"Yemek bağımlısıydı."* *"Boğazını tutamıyordu."* gibi ifadelerle obezitenin neredeyse iradi bir tercih gibi algılanmasına yol açacak anlamlar üretilmektedir. Yalnızca birkaç haberde *"İnsülin direncine bağlı"* veya *"Aldığı ilaçların etkisiyle hızla kilo aldı."* gibi ifadeler yoluyla kişinin iradesi dışındaki faktörler de sunulmuştur.

Obezitenin nedeninin kişilerin kendi hareketsiz yaşamları olduğu anlamı ise obez veya aşırı kilolu bireylerin zayıflamak için beslenme düzenlerini değiştirmelerinin yanı sıra spor yapmaya başlamalarının öne çıkarılmasıyla da üretilmektedir.

Obezitenin sonuçları arasında en sık ifade edileni, fiziksel görünüşün olağan ve normal olmaktan çıkmasıdır. Haberlerde bu durum: *"aynalarla barışık değildi"*,

"aynalara küsmüştü", *"istediği kıyafeti bulamıyor, giyemiyordu"*, *"kapılara sığmıyordu"*, *"koltuklara oturamıyordu"* gibi sözel ifadelerle ve geniş giysi görüntüleri gibi görsellerle desteklenmektedir.

Çok az sayıda haberde obezitenin hastalıklara bağlı bir sorun olduğu dile getirilmiştir. Obezitenin bir hastalık olarak başka hastalıkları da tetikleyen sonuçlar yarattığı ile ilgili örnek haber, kilolarından dolayı anne olamayan bir kadına dairdir. Haberde kadının çocuk sahibi olabilmek için obeziteyi yenmesi öne çıkarılmıştır. Birkaç haberde geçen *"terleme, kolesterol, diyabet"*, *"nefes nefese kalıyordum"*, *"tiroid hastasıydım"* ifadeleri, obezitenin yarattığı fizyolojik sorunlara dair örnekler olarak verilebilir.

Obezitenin sosyal dışlanmaya neden olduğu ise 3-4 haberde obeziteyi yenen kişiler tarafından açıkça belirtilmiştir. Bu dışlanmayı örnekleyen *"insanlar seni dışlıyorlar"*, *"iğrenç espriler yapıyordu"*, *"evladının kendisinden utanmasına katlanamadı"* gibi ifadeler obeziteyi yenen kişilerin yanı sıra muhabirler tarafından da haberde doğrudan söylenebilmektedir.



Fotoğraf 9. SHOW TV Ana Haber Bülteni

5.4. Haberdeki Karşıtlıklar

Haberlerin hepsi başarı öyküleri olduğu için, sağlıklı insanlar ile obez bireyler arasındaki karşıtlık, habere konu olan kişilerin eski ve yeni halleri arasında kurulmaktadır. Bir başka ifadeyle sağlıklı olan ile olmayan, güzel olan ile olmayan, normal olan ile olmayan arasındaki karşıtlık bizatihi habere konu olan kişinin obeziteden etkilendiği dönemdeki hali ve obezitenin üstesinden gelmiş hali arasında kurulmaktadır. Bunun en açık örneklerinden biri *“eski Ceren ile yeni Ceren”* ifadesidir: Eski Ceren kilolu, özgüveni düşük, mutsuz, sosyal yaşama karışamayan, fizyolojik rahatsızlıkları olan 54 beden bir kadın iken yeni Ceren

normal kilosunda, mutlu, sosyalleşmiş, fizyolojik rahatsızlıklardan kurtulmuş ve 38 beden kıyafet giyebilen bir kadın olarak sunulmaktadır.

Haberlerde sağlıklı insanlar ile obez bireyler arasındaki karşıtlıklar; mutlu-mutsuz, özgüvenli-kendine güvensiz, hareketli-hareketsiz, kararlı-karar veremeyen, iradesine hâkim-iradesiz, sosyal-asosyal, genç-yaşlı, güzel-çirkin gibi karşıtlıklarla da ilişkilendirilmektedir. Bu karşıtlıklar görüntü düzeyinde ise önceki aşırı kilolu görüntüsü ile kilo verdikten sonraki normal kilolu görüntüsü arasında kurulmaktadır.

5.5. Obezite İle İlgili Eğretileme ve Düzdeğişmeler

İncelenen haberlerde belirli ifadeler tekrar edilmektedir. Bu ifadeler, obezite başarı öykülerinin klişeleri haline dönüşmüştür. *“Aynalara küs olmak”, “Ciddi bir savaş kararını verdi ve harekete geçti”* gibi ifadeler haber metinlerinde sıklıkla kullanılan klişelere dönüşmüştür. Örneğin obeziteyle mücadelenin ciddi bir savaş olarak ifade edilmesi, kazanma/kaybetme üzerine kurulu bir sürecin içinde olmayı ifade etmektedir.

Obeziteden etkilendiği zaman giyilen bol kıyafetler, obezite haberlerinde ve özellikle başarı öykülerinde neredeyse her haberde mevcuttur. Bu kıyafetler obez olan ile olmayan arasındaki karşıtlığı sembolik biçimde anlatan görsel malzeme haline dönüşmüştür.

6. Televizyon Haberlerinde Obezite Söylemi Bölüm Sonucu

FOX TV, ATV ve SHOW TV'nin obezite ve ilgili toplam 60 haberi, hem içerik çözümlemesi hem de söylem çözümlemesi yöntemleriyle incelenmiş ve obezite haberlerinin karakteristikleriyle ilgili bulgular elde edilmiştir.

Haberlerde ağırlıklı olarak geçmişte obeziteden etkilenen veya hâlihazırda yaşamakta olan bireylerin görüşleri yer almaktadır. Bu durum, obezite ve ilgili haberlerin daha ziyade başarı öyküleri olarak sunulmasından kaynaklanmaktadır. Obezite haberlerinde en çok kadınlar görünmekte, erkekler ise tek başlarına nadiren haber konusu olmaktadır. Televizyon haberlerinde çoğunlukla kadınların gösterilmesi, obezitenin daha çok kadınlara dair bir sorun olarak sunulduğu anlamına gelmektedir.

Obez bireylerin yanı sıra görüşlerine en çok başvuru alanlar doktor ve diyetisyen gibi sağlık profesyonelleridir. Bu bağlamda, kanallar arasındaki farklılıklardan söz edilebilir. *ATV ve FOX TV'de* doktorlar ve diğer sağlık profesyonelleri haberin çerçevesini kuran temel kaynaklardır. Bu kişiler neredeyse tüm haberlerde hastane, muayenehane gibi ortamlarda, diplomalarının, kitapların önünde röportaj vermekte veya tıbbi cihazları kullanırken görüntülenmektedir. Sözü edilen bu görsellerle sağlık profesyonellerinin haberin çerçevesini belirleme güçleri artırılmaktadır. *FOX TV ve ATV'den* farklı olarak *SHOW TV* haberlerinde sağlık profesyonelleri ikincil konumdadır. *SHOW TV'de* obezite ve ilgili haberlerin hemen hepsi başarı öyküleri olduğundan bu haberlerde obezitenin üstesinden gelen kişilerin anlatımları haberlerin temel çerçevesini kurmaktadır. Sağlık profesyonelleri ise verdikleri tıbbi bilgilerle, başarı öykülerinin öznelerinin anlatımlarını destekleyen konumdadır.

Televizyonda yayınlanan obezite haberlerine dair önemli bir başka bulgu, haberlerin çok büyük bir çoğunluğunda obezite tanımının yapılmamış olmasıdır. Bu bulgu, habercilerin obezitenin ne olduğu konusunda toplumun bilgi sahibi olduğunu varsaydığı şeklinde yorumlanabilir.

Haberlerin yarısında obezitenin nedenlerine yer verilmiş ve bunlar arasında ağırlıklı olarak beslenme alışkanlıkları gösterilmiştir. Nedenler arasında fiziksel aktivitenin azlığına, genetik faktörlere ve olası diğer hastalıklara oldukça az yer ayrılmıştır. Beslenmeye ilişkin nedenlerin sunumu başta *fast food* ürünler olmak üzere kilo alımına neden olan sağlıksız yiyecek görselleriyle pekiştirilmektedir. Beslenme alışkanlıklarının obezitenin başlıca nedeni olarak sunulması,

obezitenin bireysel bir sorun olarak kavramsallaştırılmasına yol açmaktadır.

Konunun bireyselleştirilerek sunumuna dair iddia, bu çalışmadan elde edilen diğer bulgularla da desteklenmektedir. Nitekim tüm haberlerde obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluk bireye atfedilmiştir. Bu birey ise ağırlıklı olarak obez bireyin kendisi olarak işaretlenmekte, obezitenin üstesinden gelinmesine dair çaba obez bireye bırakılmaktadır. Obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili öneriler de bu iddiayı destekler niteliktedir. Diyet-zayıflama ve beslenme alışkanlıklarının değişimi, egzersiz ve spor ile hareketli yaşam, cerrahi yöntemler gibi öneriler, obezitenin birey tarafından çözülebilecek bir sorun olarak tanımlanmasına neden olmaktadır.

Obezitenin yol açtığı sonuçlar, daha çok hastalıklar düzleminde ele alınmıştır. Genel sağlıksızlık, diyabet, kalp-damar sorunları sözü edilen başlıca hastalıklar arasındadır. Diğer yandan haberlerde, obezitenin daha çok gündelik yaşamda dışlanma, itibarsızlaşma, güvensizleşme vb. toplumsal yönü ile irade, psikoloji ve yanlış beslenme alışkanlıkları gibi kişisel yapıdan kaynaklanan olumsuzluk yönüne vurgu yapıldığı saptanmıştır.

Obezitenin yol açtığı sorunlar arasında haberlerde en çok anılanlar *ATV ve FOX TV'de* kanser türleri, karaciğer yağlanması, uykusuzluk, diyabet gibi fizyolojik sağlık sorunları; yine *ATV'de* genel sağlık sorunlarına ek olarak hareket etmede zorluklar ve yaşam kalitesinin düşmesidir. *SHOW TV* haberlerinde ise obezitenin yol açtığı fizyolojik sorunlardan çok toplumsal yaşamda yalnızlaşma, sosyalleşememe, dışlanma gibi sosyo-psikolojik sorunlardan söz edilmektedir.

Haberlerde obeziteye dair anlamların üretimi, çeşitli karşıtlıklar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Sağlıklı ve obez olan arasındaki karşıtlık, diğer başka karşıtlıklarla beraber yer almaktadır. Televizyon haberlerinin tamamında obeziteyle ilgili karşıtlıklar obeziteyi olumsuz kavramlarla ilişkilendirmektedir. Buna göre obezite; iradesizlikle, bilinçsizlikle, dertlerle, kalitesiz yaşamla, mutsuzlukla, dışlanmayla, güzel olmamakla, kendine güvensizlikle ve ölüme bağlantılı kılınmaktadır. Obez olmamak ise normal kiloda veya zayıf olmakla, iradeli ve bilinçli olmakla, kaliteli yaşamla, mutlulukla, sosyallikle, güzellikle, özgüvene sahip olmakla ve yaşamakla eşitlenmektedir. Bu karşıtlıklar, haber kanallarında açık veya örtük biçimde kurulmaktadır.

IV. BÖLÜM

OBEZİTE HABERLERİNİN OKURLAR VE İZLEYİCİLER TARAFINDAN YORUMLANMASI

Obezite haberlerinin gazetelerde ve televizyonlarda sunulma biçimleri ile ilgili yapısal özelliklerine önceki bölümlerde yer verilmişti. Bu bölümde ise okurların ve izleyicilerin haberleri yorumlama ve alımlama biçimleri ortaya konulmaktadır. Okurlar ve izleyiciler; yaş, eğitim ve gelir bakımından farklılaşan heterojen bir yapıdadır.

Bu bölümde, izleyici ve okurların obezite ve ilgili haberlere dair algı, yorum ve konumlanmalarını saptayarak haberlerin düzenlenişine ilişkin temel itiraz noktalarını, önerilerini, değerlendirmelerini derlemek amaçlanmaktadır.

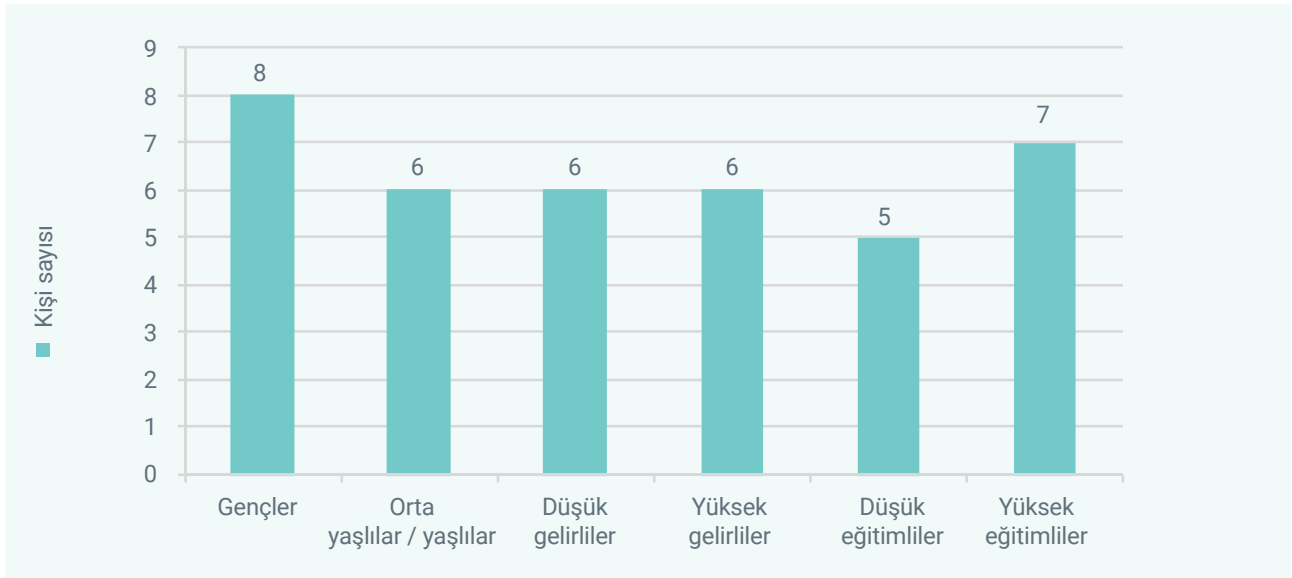
1. Odak Grup Çalışması Yöntemi

Obezite ve ilgili haberleri gazetelerde okuyan ve televizyon haberlerinde izleyen heterojen bir kitleyi temsil eden görüşler, odak grup çalışması ile derlenmiştir. Odak grup çalışması, haberlere ilişkin herhangi bir konu ve temadaki alımlama çalışmalarında, medya ve iletişim çalışmaları alanında uluslararası düzlemde sıklıkla başvurulan bir yöntemdir.

Alımlama analizi, kitle iletişimi süreçlerinde izleyicinin ve okurun ürettiği anlamlara yani anlamlandırma pratiklerine yöneliktir. Metinde yer alan anlamların, izleyici ve okurların toplumsal, ekonomik ve kültürel geçmişi bağlamında, farklı biçimlerde yorumlanabileceğini

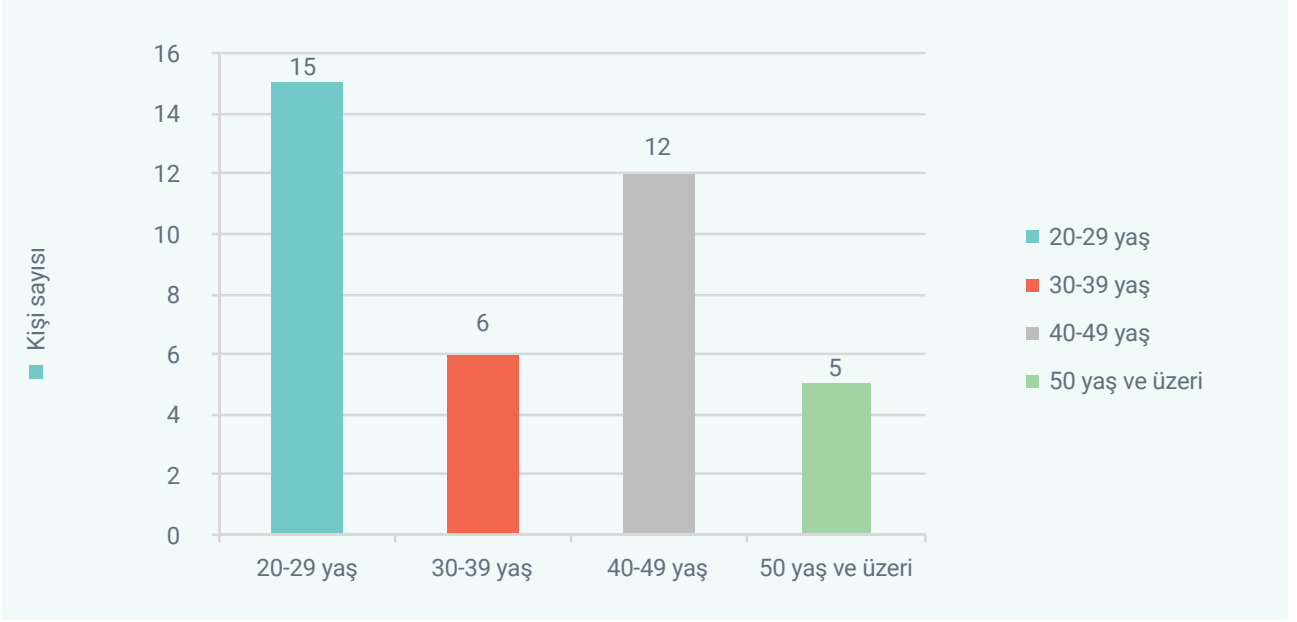
hareket noktası olarak alır. Böylelikle toplumda aynı medya metni ile (örneğin aynı haber ile) karşılaşan okurlar ve izleyiciler arasında farklı yorumlar ve algıların gerçekleşme biçimini araştırır. Burada temel neden, izleyici ve okurların toplumsal konumlanmaları, yorum ve değerlendirme farklılığıdır (akt. Yavuz, 2007).

Medyada obezite haberlerinin alımlanması için 6 farklı odak grup belirlenmiştir: Gençler-orta yaşlılar/yaşlılar, düşük eğitimliler-yüksek eğitimliler, düşük gelirli-yüksek gelirli. Bu odak gruplara toplam 38 kişi katılmıştır. Katılımcıların dağılımı aşağıda sunulmuştur.

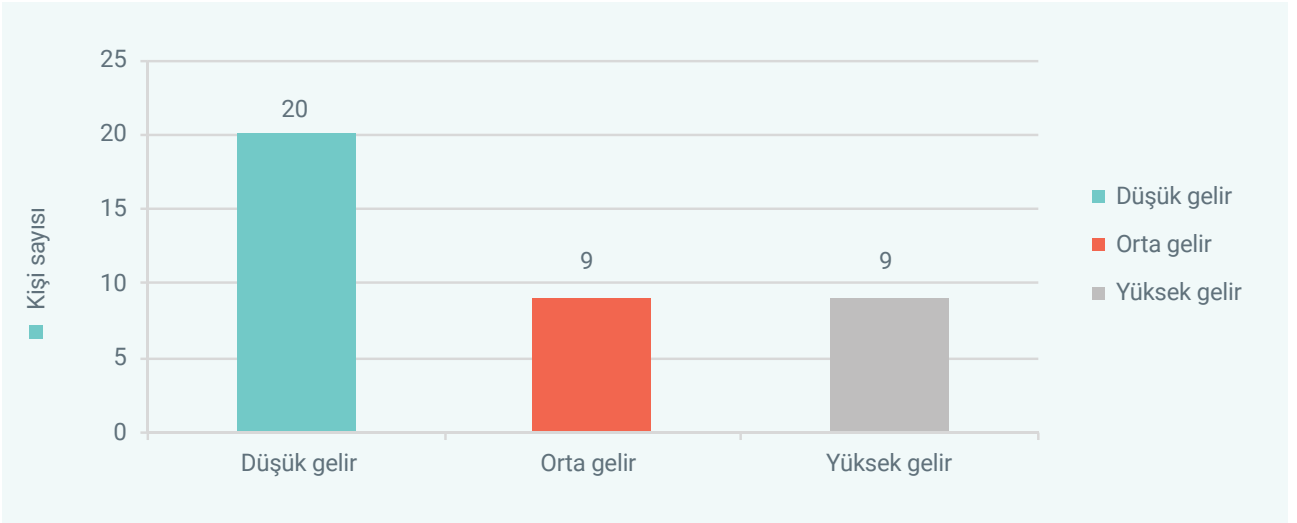


Grafik 55. Odak grup katılımcıları ve kategoriler

%47'si kadın, %53'ü erkek olan katılımcıların yaş ve gelir düzeylerine göre dağılımları şu şekildedir:



Grafik 56. Katılımcıların yaş aralıklarının dağılımı



Grafik 57. Katılımcıların gelir durumuna göre dağılımı

Odak grupların tamamı Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesinde görüşmeler için tahsis edilen seminer odasında, Nisan ve Mayıs 2017 tarihlerinde yapılmıştır.

Odak grup görüşmeleri için toplam 20 soru hazırlanmış, bu sorular her bir gruba sözlü olarak yöneltilmiştir. Her görüşme 70-90 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. 6 grupta toplamda yaklaşık 600 dakikalık odak grup görüşmesi yapılmıştır.

Sorular üç ana bölümden oluşmaktadır. Genel sorulardan oluşan birinci bölümde, katılımcıların obeziteyle ilgili düşünceleri ve bilgi düzeyleri hakkında fikir sahibi olmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde, gazete ve televizyonlarda yayımlanan obezite haberleri ile ilgili sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise katılımcılara gazete ve televizyon haberlerinden seçilmiş örnekler gösterilmiş ve haberin görsel unsurları ile dil ve anlatım özelliklerine dair sorular yöneltilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların medyada obezite haberleri ile ilgili önerileri alınarak tamamlanmıştır.

Odak grup görüşmelerinde katılımcılara gösterilen gazete ve televizyon haber örnekleri aşağıdadır:



Fotoğraf 10. Odak grup görüşmelerinde katılımcılara gösterilen gazete haberi



Fotoğraf 11. Odak grup görüşmelerinde katılımcılara gösterilen haber bülteninden bir kare

2. Gençlerin - Orta Yaşlı/Yaşlı Okurların/İzleyicilerin Obezite Haberlerini Yorumlaması

2.1. Obezite ve İlgili Konulara İlişkin Genel Anlama Biçimleri ve Yerleşik Algılar

2.1.1. Tanımlama ve Sınırlama Çerçevesi

Gençlere ve orta yaşlı/yaşlı katılımcılara aşırı kilo, obezite ile ilgili bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuş, bu konuya ilişkin genel anlama biçimlerini ve yerleşik algılarını ortaya koymak amaçlanmıştır.

Genç grubun katılımcıları, obeziteyi tanımlarken ağırlıklı olarak hareketsizlik, yanlış beslenme ve toplumsal yaşamdan dışlanmaya işaret etmektedir. Yalnızca bir katılımcı tıbbi bir tanım yapmaya çalışmış, beden kitle indeksinin hesaplanışından hareketle obezitenin belirli bir sınırın üzerinde olma hali olduğunu ifade etmiştir. Ancak katılımcı bu sınırların ne olduğu hakkında bilgi sahibi değildir. Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcılarının çoğunluğu ise obeziteyi, düzensiz ve yanlış beslenmeye dayalı aşırı kilolu olma hali olarak tanımlamıştır. Bu grubun katılımcıları, genç gruptan farklı olarak toplumsal dışlanma ve hareketsizliğe değinmemekte; obeziteyi yalnızca beslenme biçimine dayalı olarak kavramaktadır. Bu grupta da obeziteye dair sınırlara dikkati çeken bir katılımcı (K6) bulunmaktadır ancak o da konuyla ilgili değerler hakkında kesin bir bilgi sahibi değildir.

Genç grubun katılımcılarının tamamı, yakın çevresinde obez veya aşırı kilolu kişiler olduğunu belirtmektedir. Çevrelerindeki obez ve aşırı kiloluları tarif ederken bir

kısmı sağlık sorunlarına dikkati çekerek bu sorunların kilo vermede güçlük yarattığını ifade etmişlerdir. Örneğin E5 "Obez olarak halam var, kendisi şeker hastası, çeşitli hastalıkları da var. Kilo verme konusunda zorluk çekiyor."; E4 ise "Benim yengelerim var, amcalarımın eşleri. Onlar bayağı kilolu. Dizlerinde filan sıkıntıları var. Kilo vermeleri gerekiyor ancak arkadaşın dediği gibi biraz zor oluyor kilo vermeleri. Ev hanımı hepsi." diyerek obeziteyi sağlık sorunları nedeniyle aşılması imkânsız olmasa da güç bir durum olarak tarif etmektedir.

Orta yaşlı/yaşlı grup katılımcılarının çoğunluğunun çevresinde de obez veya aşırı kilolu kişiler bulunmaktadır. Yalnızca tek bir katılımcı ailesinde ve yakın çevresinde obez veya aşırı kilolu kimse olmadığını ifade etmiştir. Bu grubun katılımcıları çevrelerindeki obez ve aşırı kilolu kişileri tarif ederken obezite tanımında olduğu gibi yine düzensiz ve aşırı beslenmeye vurgu yapmaktadır:

"Benim de gözlemim şu, aslında benim bu yakınlarda edindiğim izlenim yakınımdan, sadece sağlıksız beslenme değil, o gayet sağlıklı besleniyor, çok sağlıklı besleniyor yediği içtiği her şeyin sağlıklı olmasına dikkat ediyor. Ama düzensiz ve aşırı besleniyor." E7 sözleriyle obeziteyi düzensiz beslenmeyle ilişkilendirmektedir.

2.1.2. Neden - Sonuç İlişkileri

Katılımcılara obezitenin sebeplerinin onlara göre neler olduğu ve obezitenin insan sağlığı üzerinde yarattığı sonuçların neler olabileceği sorulmuştur.

Genç grubun katılımcılarının çoğu, obezitenin nedeni olarak hareketsizlik ile düzensiz ve aşırı beslenmeyi ön plana çıkarmaktadır. Katılımcıların her iki nedeni de çalışma yaşamı, zamansızlık, teknoloji, beslenme alışkanlıkları gibi yaşam tarzıyla ilişkili olarak düşünceleri dikkate değerdir:

"İnsanların yemeklere ayırdığı zaman gitgide azalıyor çünkü daha fazla çalışmaları gerekiyor, para kazanmak için. Yedikleri yemeği düşünmüyorlar, ne yiyeceklerini düşünmeyi unutuyorlar, hızlı tüketebilecekleri gıdalara yöneliyorlar, bu nedenle de fast fooda yöneliyorlar." (E2).

"Teknolojinin ilerlemesiyle insanlar daha çok kolay her şeye erişim sağlayabildikleri için bu da onları hareketsizliğe itiyor." (E5).

Katılımcıların bazıları da çocukluk çağına vurguyla özellikle bilgisayar oyunlarının çocukları hareketsizliğe yönelttiğini ve geleneksel beslenme alışkanlıklarıyla annelerin çocukları aşırı yemeye zorladığını belirtmektedir. Genç gruptan iki katılımcı ise genetik faktörlere de dikkati çekmiştir. E1, hareketsizlik ve düzensiz beslenmenin obeziteye neden olduğu fikrini paylaşmakla beraber anne babanın kilolu olmasının çocuğun kilolu olması sonucuna yol açtığını düşünmektedir. K1 ise teknoloji kullanımını obezitenin nedeni olarak gösterenlere katılmayarak meseleyi genetik faktörlerle açıklamaktadır.

Orta yaşlı/yaşlı grupta da obezitenin nedeni olarak aşırı ve dengesiz beslenme ile hareketsizlik ifade edilmiş olmakla birlikte genç gruptan farklı olarak sınıfsal farklılıklar söz konusu edilmiştir. Bu konuda katılımcılardan biri (K4) insanların alım güçleri arttıkça ve zenginleştikçe obezitenin de arttığını ifade etmiştir. Alım gücünün yüksek olduğu çevrelerde, ailelerin de müdahale etmemesiyle çocukların çok aşırı beslenerek kilo aldığını söyleyen K4'e karşıt biçimde E7, sınıfsal aidiyet yükseldikçe hem sağlıklı beslenme hem diyet hem bilinç oranlarının yükseldiğini söylemiştir:

"İşte diyetisyene gitmek, spor programını sıkı sıkıya takip etmek, şimdi maddi gücünüzün olması lazım. İkincisi, vücudu çalıştırabilmek, egzersizler spor yapabilmek için olanaklara erişim bakımından da belirli bir maddi güç gerekiyor. Ve üçüncüsü, bilgiye erişmek bakımından da benzer bir şekilde. Bu bakımdan üst sınıflara doğru gittikçe, hem bilincin, şöyle söyleyeyim, bilincin yükseldiğini, obezite oranının düştüğünü görüyorum" (E7) diyerek obezitenin üst sınıflarda daha az görüldüğünü öne sürmüştür. Diğer katılımcılardan K5, E6 ve K6 da bu görüşe katıldıklarını ifade etmiştir.

Obezitenin insan sağlığı üzerinde yarattığı sonuçlar konusunda genç grubun katılımcıları; kalp ve damar hastalıkları, karaciğer sorunları, şeker, kanser gibi hastalıklara işaret etmekle birlikte ağırlıklı olarak psikolojik ve toplumsal sonuçlarına vurgu yapmaktadır. Obeziteden etkilenen bireylerin psikolojik sıkıntılarının daha fazla olduğunu ifade eden katılımcı şöyle demektedir:

"Karaciğer yağlanması olabilir, kalp-damar hastalıkları olabilir, ama bence en ciddi yaşanan sıkıntı K2'nin söylediği gibi psikolojik. Çünkü farkında olmadan otobüsle giderken yanınızda oturan, oturmasını diye şey

yapıyoruz. İster istemez farkında olmadan kucağıma otursaydın veya bunu tek söyleyen teyzeleri duydum ben. Kızım kay biraz kucağıma otursaydın. Çünkü herkese ayrılmış bir koltuk ve yaşam alanı varken onlar senin yaşam alanını gasp ediyor gibi. Dolayısıyla insanlar öyle davranıyor, o nedenle ben psikolojik bir hasar oluşturduğunu düşünüyorum." (E7).

Psikolojik ve toplumsal sonuçlar bakımından hemen hemen tüm katılımcılar, toplumsal yaşamla bütünleşmede yaşanan sorunları; dışlanma, soyutlanma ve uyum sağlayamama biçiminde dile getirmiştir.

Orta yaşlı/yaşlı grubun büyük çoğunluğu da ötekileştirilme, dışlanma, yaşam kalitesinin düşmesi ve özgürlüğün kısıtlanması gibi obezitenin psikolojik ve toplumsal sonuçları üzerinde durmuştur. Katılımcılar, yaşam kalitesinin düşmesini ve özgürlüğün kısıtlanmasını daha çok fiziksel hareketlerin kısıtlanması bağlamında düşünmektedir.

Bu durumu E6 *"Şimdi hocam, yaşam kalitesi düşer şişman insanların. Yürümesinde, gezmesinde, oturmasında kalkmasında bayağı bir zorluk yaşar."* K7 *"İnsanların istediğini alamama, giyememe, hani toplumdandan işte herkes dal gibi dururken böyle şey durmak insanın tabii yaşam kalitesini falan istediğini yapmıyor, hani mesela, giyemiyorsun."* şeklinde ifade etmiştir. Çocukluk çağı obezitesine vurgu yapan K4 de obez çocukların fiziksel güçlüklerin yanı sıra dışlanma sorunuyla karşılaşabileceklerini belirtmektedir.

Obezitenin çeşitli organlar üzerinde yarattığı olumsuz sonuçları ve hastalıkları, tek tek organ ve hastalık adları sayarak ifade eden genç grubun katılımcılarından farklı olarak, orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcılarının büyük çoğunluğu bu konuda herhangi bir yorum yapmamış, obeziteyi psikolojik ve toplumsal sonuçlarıyla ele almışlardır. Bu grupta yalnızca E7, obezitenin fizyolojik sonuçlarından doğrudan söz etmiş ancak o da bu sonuçları toplumsal ve psikolojik sorunların ardından sıralamıştır:

"Galiba bazı sosyo-psikolojik sorunlar var, modaya uyamamak, deniz tatilini keyifli yapamamak vs. gibi. Bunun yanında sağlık problemleri var. İşte buna bağlı hastalıklar ve bütün bunların aynı zamanda sinirsel sonuçlara yol açması gibi galiba sonuçları var." (E7).

2.2. Medyanın Obeziteye İlişkin Yaklaşımı

2.2.1. Haberlere Yönelik İlgil Durumu

Katılımcılara medyada yer alan obezite, şişmanlık, aşırı kilo vb. ile ilgili haberlerin ilgilerini çekip çekmediği, haberleri takip edip etmedikleri ve nedenleri sorulmuştur. Genç grubun katılımcılarının çoğu, gazeteler ile televizyonlarda yer alan obezite ile ilgili haberleri genel olarak takip etmediklerini ifade etmiştir. Haberleri takip etmeyenlerin bir kısmı ise hayatlarının bir döneminde yaşadıkları aşırı kilo nedeniyle bu tür haberleri izlemiş ancak bu sorunun ortadan kalkmasıyla haberlerle ilgilenmeyi bırakmıştır:

"Ben bir ara çok kilo almıştım, işte 106 kg filan olmuş-tum. O süreçte dikkatimi çekiyordu ama normal olarak girip bakmıyorum." (E4).

"Ben bir ara spor yapmaya başlamıştım, çok zayıftım, 65 kiloydum. Sonra nasıl kilo alabilirim diye internette araştırma yaptım, diyetle başladım. O sırada çok hızlı şekilde kilo kaybeden insanların belli bir zaman dilimi sonunda nasıl yürüttüklerini merak edip açıp bakıyordum ama o kadar. Şimdi hiçbir bilgim yok." (E2).

E2 ve E4 bu ifadelerle kendi yaşantılarında konunun önem arz ettiği durumlarda haberleri okuduklarını ve izlediklerini belirtmektedir. Bu bakımdan grubun kadın ve erkek üyeleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. E5 ve K2 ise sürekli olmasa da haberleri takip ettiklerini ifade etmektedir.

Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları açısından söz konusu haberleri takip edenler ve etmeyenler hemen eşittir. Obezite ve aşırı şişmanlık haberlerini izlemeyenlerin temel gerekçesi, haberlerin içerik bakımından çok fazla tekrar içererek yeni bir bilgi veremeyişidir. Bu durumu E7 *"Ben haberler çok birbirini tekrar ettiği için, hep aynı mesajları verdiği için doğrusunu söylemek gerekirse özel olarak takip etmiyorum. Karşıma çıktığında da geçiyorum."*, K6 da *"Ben de sordüğünüzde E7'nin söylediği şeyi düşündüm, yani aynı şeyi düşünmüştük. Şöyle tekrarlar var, kaç kiloydu, kaç kiloya düştü. Bu tür haberler çok fazla oluyor, onlar çok ilgimi çekmiyor ama sağlıklı beslenme ile ilgili haberler ilgimi çekiyor."* şeklinde ifade etmiştir. Bu grubun katılımcı-

ları arasında obezite haberlerini izleyenlerin gerekçesi ise meselenin kendilerinin veya yakınlarının hayatlarını ilgilendiriyor olmasıdır. Örneğin K4, kendi çocuklarında aşırı kilo eğilimi bulunması nedeniyle bu tür haberleri takip ettiğini şöyle dile getirmektedir: *"Ben çok ilgileniyorum, okuyorum. Sonra da onu, çocuklar nefret ediyor benden, uzmanlar şöyle şöyle diyor ya, senin şu uzmanlığın yeter artık diyorlar. Hani uzmanlar şunu yemeyin bunu yemeyin, işte bu obeziteye neden olur, genelde öyle şeyler söylüyorum."* İlk sorulduğunda bu haberleri izlemediğini belirten K7, grup içerisinde haberleri izlediklerini söyleyenlerin ardından kendisinin de izlediğini söylemiş, gerekçe olarak da oğlunun kilo problemini göstermiştir. Gençler grubunda hâlihazırda izlememekle birlikte hayatlarının bir döneminde bu tür haberleri izlediklerini söyleyenler, kendi bedenlerine ilişkin problemlere işaret ederken orta yaşlı/yaşlı grupta izleyenler ise aile bireylerinin ve özellikle de çocuklarının problemlerine çözüm bulmak amacıyla izlediklerini belirtmektedir.

Katılımcılara bu haberlerde aşırı kilolu kişilerin sunumu açısından kadın veya erkek olması ile ilgili fark olup olmadığı konusundaki görüşleri sorulmuştur. Genç grubun katılımcılarının tamamına göre haberlerde kadın ve erkek aşırı kilolu ve obez kişilerin sunumu açısından farklılık bulunmaktadır. Bu tür haberlerin genellikle kadınlar üzerinden, sağlık yerine güzellik ve zayıflama bağlamında yapıldığı konusunda bir görüş birliği söz konusudur. Örneğin E5 *"Vücut normları üzerinde durulan genelde kadınlar ve bunlar üzerinden yapıldığını biliyorum, dikkat ediyorum haberlerde."* diyerek obezite haberlerinin erkekler değil kadınlar üzerinden yapıldığına dikkati çekerken, K1 ise *"Daha geçen bir haber izledim. Genelde benzer haberler görüyoruz. Kadınlar zayıfladıktan sonraki veya zayıflamalarına sebep olan erkek arkadaşları buna sebep olan erkek arkadaşların aileleri, genelde obezite haberleri kadınlar üzerinden yapılıyor ve güzellik kaygısıyla ele alınıyor."* şeklindeki sözleriyle kadınların zayıflamalarının temelinde erkek bakışı olduğunu vurgulamıştır. Grubun tamamı erkeklerle ilgili haberlerde benzeri vurguların olmadığı konusunda görüş birliği içindedir.

Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcılarında, obezite haberlerinde kadın ve erkeklerin sunumları açısından bir farklılık olup olmadığı konusunda görüş birliği yoktur. Bu grubun erkek katılımcıları bir farklılık olmadığını ifade ederken kadın katılımcılar arasında yalnızca K5 fark olmadığını söylemiş, diğerleri ise farklılıklara işaret etmiştir. Kadınların ve erkeklerin sunumlarında fark olmadığını söyleyen E7 iddiasını şöyle açıklamıştır: *"İkisi için de benzer haberleri görüyorum. Yani fit erkekler, aşırı şişmiş erkekler, fit kadınlar aşırı şişmiş kadınlar... Bir de kodlamalar tabii ki, işte fazla kilolu olmak,*

obez olmak negatif olarak kodlanıyor. İşte ondan kurtulmak da pozitif olarak bir başarı öyküsü olarak kodlanıyor. Hem erkekler için hem kadınlar için, yani şu kilodan şu kiloya düşen, düşüş bir başarı öyküsü. Ya da ani çıkışlar bir trajik öykü olarak takdim ediliyor hem kadınlarda hem erkeklerde." (E7).

K4, K6 ve K7 ise sunum açısından kadınlar ve erkekler arasında farklılıklar olduğunu, bu tür haberlerde erkekler yer verilse de haberlerin ağırlıklı olarak kadınlar üzerinden yapıldığını ifade etmektedir.

2.2.2. Görsel Materyallerde Obesiteye İlişkin Algılar ve Değerlendirmeler

Gazete ve televizyon haberlerindeki görsel materyallerde kadınlarla ve erkeklerle ilgili akılda kalan görüntülerin ne olduğuna dair soruda genç grubun katılımcıları yanıt vermekte zorlanmıştır. Bir katılımcı (E5), bir televizyon programındaki oyuncuyu hatırlamış ancak haberlerdeki kadın görüntülerine dair bir yanıt verememiştir. Yalnızca K2, obez bir kadının sunumunu anımsamış, *"Göbek dışarıda obez bir kadın diye düşünüyorum, altına bikini giydirip göbeğini yağlı yağlı dışarıda görüp görüntülüyorlar."* diyerek kadınların sunumunda aşırı kiloluluğun olumsuz bir biçimde sunulduğunun altını çizmiştir. Katılımcılar, obez erkeklere dair görüntüleri hatırlamakta da güçlük çekmektedir. Yalnızca E4, obez bir erkeğin taşınmasındaki güçlüğü dair bir haberi anımsamıştır.

Orta yaşlılar/yaşlılar grubu bu soruya kadınlara dair görüntüleri öne çıkararak yanıt vermektedir. K4 ve K7, obezite haberlerinde genellikle kadınların gösterildiğine işaret etmiştir. Bu durumu K7, kadınların estetiğinin daha önemli olmasıyla açıklamaktadır. K6 ise birçok obez kadın sanatçı olmakla birlikte kadınların bu kimlikleriyle medyada yer almadığını ancak obez erkeklerin toplumsal kimlikleriyle de karşılaştığını belirtmektedir. K6'nın bu değerlendirmesi, obez kadınların başarılarının kilo vermeye eşitlendiğini ve hapsedildiğini, erkeklerin başarılarının ise mesleki vb. diğer alanlardaki başarılarla da birlikte düşünüldüğünü göstermesi bakımından önemlidir.

Genç grubun üyelerinin çoğunluğu, obez çocuklarla ilgili haberlerdeki materyallerden akılda kalanlar so-

rulduğunda da hatırlamakta güçlük yaşamıştır. K1 ve K3 dışında obez çocuklara dair görüntü hatırlayan olmamıştır. K1, çocukları *fast food* yerken gösteren çok sayıda haber hatırladığını belirtmektedir. K3 ise hatırladığı haberde obezitenin kötü bir şey olarak sunulmadığını söyleyip şöyle devam etmektedir: *"Biraz önce bir haber vardı. İki tane obez çocuk zayıflamak için çıkmışlardı. Orada mesela onun obez olduğuna dikkat etmeyip ne kadar tatlı çocuklar diye paylaşıyordu ama orada obez veya kötü bir şey gibi lanse edilmiyordu, sevimli ve tatlı şekilde."* (K3).

Çocuklara dair obezite haberlerini grubun hiçbir erkek üyesinin hatırlamayıp hatırlayan iki katılımcının kadın olması da önemli bir bulgudur.

Orta yaşlı/yaşlı grubun erkek katılımcıları da çocuklara dair haberleri hatırlamamıştır. Bu grupta çocuklarla ilgili görselleri hatırlayan yalnızca bir kadın katılımcı olmuştur ve o da çocukların daha çok *fast food* görüntüleri ile birlikte sunulduğunu ifade etmektedir. Haberlerde çocukları görmediğini belirten K5'in bu noktada verdiği yanıt dikkati çekicidir. K5: *"Ben hiç haberlerde öyle bir şey görmedim. Etrafımdaki obez çocuklara yapılanları görüyorum da, televizyonda, öyle haberlerde görmedim yani. Zaten gördüğümüz insanların erkek mi kadın mı olduğunu, çoğunlukla kafa gözüküyor, şuradan aşağı, yani göğüsten aşağısı şişmiş bir vaziyette haberler öyle gözüküyor."* sözleriyle obezite haberlerinde sunulan insanların bedenlerinin bütünsel değil de parçalı halde gösterilmesine işaret etmiştir.

2.2.3. Uzmanlık Bilgisinin Sunumuna Bakış

Katılımcılara Türkiye’de obezite konusuna dair sayılar, oranlar hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Genç grubun katılımcıları Türkiye’de obeziteye dair herhangi bir sayısal veri veya oran hakkında bilgi sahibi değildir. Yalnızca K1 “Sadece Avrupa ve Amerika ülkelerinden daha düşük oranda olduğunu biliyorum.” şeklinde yanıt vermiş, E5 ise böyle bir bilgisinin olduğunu ancak emin olmadığını söylemiştir. Genç grubun katılımcıları, sayısal veri ve göstergelere dair herhangi bir tahmin yapma girişiminde bulunmamıştır. Aynı soruya yanıt veren orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcılarının tamamı da net bir sayı veya oran vermemektedir. Ancak genç grubun üyelerinden farklı olarak bazı üyeler başka birtakım göstergelerden hareketle tahminde bulunmaya yönelmiştir. Örneğin E7, Sağlık Bakanlığının ve Millî Eğitim Bakanlığının aldığı tedbirlerden hareketle Türkiye toplumunun risk sınırlarına doğru gittiğini sezdiğini ifade etmiştir. K4 de haberlerde söylenenlerden Türkiye’de obezitenin arttığı sonucuna vardığını belirtmiştir ve diğer katılımcılar da K4’e katılmıştır.

Genç grubun üyeleri, obeziteye dair haberlerde görüşlerine en çok yer verilenin kim olduğu sorusuna kilo vermede başarılı olan hastalar, diyetisyenler ve doktorlar gibi uzmanların olduğunu ifade etmektedir. Katılımcıların tamamı obeziteden etkilenen ancak kilo verme konusunda başarılı olamayanlara haberlerde yer verilmediği konusunda hemfikirdir. Genel olarak uzmanlar kategorisinin dışında haberlerde temsil edilen obez bireylerin ancak başarı öyküleriyle yer bulabildiklerine dair tespit önemlidir. Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları ise aynı soruya doktorlar, diyetisyenler ve başarıya ulaşmış hastalar ve ünlü figürler olarak yanıt vermiştir. Bu bağlamda genç ve orta yaşlı/yaşlı grup arasında belirgin bir fark bulunmamaktadır. Ancak orta yaşlı/yaşlı grubun üyeleri genel olarak uzmanlar olarak ifade edilebilecek kategori içerisindeki görüş farklılıklarının medya içeriklerinde yer bulduğuna dikkati çekmektedir. Bu farklılık da muhtemelen bu grubun katılımcılarının bu yöndeki medya içeriklerine yönelik ilgisinin daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

2.2.4. Haberlerde Obezite Sunumlarının Alternatiflerinin Düşünülmesi

Katılımcılardan obezite ile ilgili bir haberde kişilerin olumlu görüntülerinin nasıl olabileceği konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Genç grup, obezite haberlerinde obez bir kişinin olumlu görüntüsünün kilo vermek ile eşdeğer olduğunu ifade etmektedir. Olumsuz sunum örnekleri bağlamında ise obez kişilerin yemek yedikleri sırada çekilen görüntüler ile kilolarından kaynaklanan kötü görüntüler dile getirilmiştir. K1, “Olumlu görüntüsü kilo vermesi, kilo vermiş olanlar zaten olumlu bir görüntü sergiliyor. Olumsuz görüntüsü de yemek yemeye devam etmek, sürekli yemek yerken çekmek.” sözleriyle obezite haberlerindeki olumlu ve olumsuz sunumları örneklemiştir. K2 de “Zayıflamış haliyle obez hali arasındaki farkı göstermek için kadının yine bikinili, obezken de bikinili; bir de küçük bir sandalyede oturan halini göstermişlerdi bir haberde. Zayıfladıktan sonra artık sandalyede güzelce oturuyor, obezken sandalyeden taşma pozisyonu gösterilmiş, bikinili haliyle.” şeklindeki ifadeleriyle olumlu ve olumsuz sunumların zayıflık ve şişmanlık üzerinden yapıldığını belirtmiştir. Bu noktada soru aslında obezite sunumlarının alternatiflerinin neler olabileceğidir ancak genç grubun katılımcıları diğer olasılıklar üzerine düşünmek yerine takip ettikleri ve anımsayabildikleri medya içeriklerinden hareketle ya-

nıt vermişlerdir. Bu bakımdan genç grubun üyelerinin medyada hâlihazırda gördükleri anlam dünyasının çok da ötesine gitmedikleri söylenebilir.

Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları obez ve aşırı kiloluların olumlu ve olumsuz sunumlarına dair değerlendirmelerinde popüler kültür içerisindeki figürlere başvurmaktadır. Örneğin E7 “Olumlu görüntüsü bahsettiğim ünlünün kendisi, olumsuz görüntüsü de canlandırdığı karakter bence.” sözleriyle obez bireylere dair sunumları örneklemiştir. K6 da “E7 miydi, E7’nin de dediği gibi, mesela erkek opera sanatçısı gösterildiği zaman obez olduğu düşünülüyor ama televizyondaki sanatçının obez olduğu düşünülüyor.” diyerek yapılan işin mahiyetinin kimi zaman obez olmayı geride bıraktığına işaret etmektedir. Katılımcılar, ayrıca olumlu sunum örneği olarak obez insanların çok mutlu, kendileriyle barışık, hallerinden memnun sunumlarına dikkati çekmişlerdir. Şişmanların zayıf insanlara göre daha mutlu olduğu yargısının medyada geniş bir biçimde yer bulduğuna işaret eden bu grubun katılımcıları, genç grubun katılımcılarından farklı olarak daha ziyade olumlu sunumlara odaklanmış, olumsuz sunum alternatiflerine dair oldukça sınırlı biçimde görüş bildirmiştir.

2.3. Belirli Obezite Haberleri Karşısında Üretilen Anlamlar ve Değerlendirmeler

2.3.1. Gazete Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler

Katılımcılara, gösterilen obezite haberinde yer alan görseller hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Genç grup, gazete haberinin görsellerine dair değerlendirmelerini öncelikli olarak haberde yer alan iki kadın ile bir erkek görseli arasında yaptıkları ayırım üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu ayırım ise ideal veya estetik olan ile olmayan arasında kurulmaktadır. Grup, haberin görsellerinde zayıf kadınların gösterilmesinin kadının bedeninin ideal olanla özdeşleştirildiği konusunda hemfikirdir. Katılımcılar, haberde kilo vermenin, zayıf olmanın kadınlara dair bir sorun olarak sunulduğunu, buna karşılık erkeklerin kilolu olmasının haber metni içerisinde bir sorun olarak işaretlenmediğini ifade etmektedir. Örneğin K1 bu görüşü "Güzel ideal kadın bedeniyle çirkin ve ideal olmayan bedeni erkek ile özdeşleştirmiş. İdeal beden kadın ile özdeşleştirilmiş"; E4 ise "Erkek de çok çok emin. Ezik gibi değil özgüven var adamda. Bunlarda klasik vardır ya 90-60-90 olacak, erkek her yaşta kilolu göbekli olabiliyor." biçiminde dile getirmektedir. Grup üyeleri, görsellerin cinsiyetçi boyutunun farkında olarak değerlendirmelerini yapmaktadır.

Orta yaşlı/yaşlı grubun üyeleri de görsellere dair değerlendirmelerinde cinsiyetçi boyutu açık ya da örtük biçimde ifade etmiştir. Görsellerdeki kadın ve erkek sunumlarının cinsiyetçi boyutunu açık olarak dile getiren K6 "Soldaki kadına da dikkat edecek miyiz bilmiyorum, sağdaki kadın cinsel nesneleştirme şeyi taşıyor, bir cinsellik taşıyor ama erkekte öyle bir şey söz konusu değil." diyerek kadın bedeninin haber metninde bir cinsellik unsuru olarak sunumuna dikkati çekmektedir. Bu grubun üyeleri de tıpkı genç grup üyeleri gibi, erkeğin kilolu olmasının bir sorun olarak sunulmadığını vurgulamaktadır. Örneğin K4 "Yani soldaki resmin çok konuyla alakası yok, öyle belini ölçüyor ama yani sadece oradaki mezura diye bir çağrışım yaptırıyor. Onun dışında başka bir şeyi anlatıyor bir de. Erkek obez gayet mutlu, hiç problem yok diye bir imaj."; K7 ise "Onlar kilo verdiği için çok mutlu, o da obez, şey kilolu olduğu için mutlu." diyerek obezitenin erkekler açısından bir sorun olarak görülmediğini söylemektedir.

"Ne obez olun ne anoreksik" şeklindeki haber başlığını yorumlamaları istendiğinde genç grup katılımcıla-

rı, başlıkta bir norm olduğunu belirtmektedir. Başlıkta bir standardın belirlendiği, ortada olma, uçta bulunmama yönünde bir çağrıda bulunduğu konusunda aynı fikirde olan katılımcılar, başlığın kime yönelik olduğu noktasında ise farklı yaklaşımlar sergilemiştir. Bu bağlamda bir yandan başlığın yalnızca obez veya anoreksik olanlara, diğer yandan ise genel okura yönelik olduğu fikri dile getirilmektedir. Örneğin K1 "Ben sadece obezlere ve anoreksiklere seslendiğini düşünüyorum. Ne onu olun ne de bunu. Obez ve anoreksik kelimelerini seçici olmak için vermişler insanlara." şeklindeki ifadeleriyle ilk görüşü savunmaktadır. E1 ise başlığın uyarıcı tonuyla kendisi de dâhil herkese seslendiğini belirtmiştir: "Ortalamaya sesleniyor ama benim derdim yok, benim problemim yok. Hedef kitle si ben değilim, ben ilgilenmediğim için bakmıyorum." diyerek sorunu doğrudan deneyimlememesi nedeniyle böyle bir haberi görmesi durumunda okumaya çağını dile getirmektedir.

Haberin başlığını değerlendiren orta yaşlı/yaşlı grup üyelerinin büyük bir çoğunluğu da haberin yalnızca aşırı kilolu olanlara yönelik olduğunu düşünmektedir. Grup üyeleri, başlığın okuyuculara belirli bir standart önerdiğini, ne çok kilolu ne de çok zayıf olmanın iyi bir şey olmadığı yönünde bir düşünce barındırdığını ifade etmektedir. K4 "Yani tabii bir standart gösteriyor ama aynı zamanda da şişman olup mutsuz olan insan da bu başlığı gördüğünde, haa yani aşırı zayıflık da iyi bir şey değilmiş gibi bir düşünceye kapılıp bir rahatlık veriyor yani. Öyle bir anlamı var haberin." şeklindeki yorumuyla haberde bir "ortada bulunma/aşırı uçlara gitmeme" halinin önerildiğini belirtmektedir.

Genç grubun katılımcılarının çoğunluğu, haberin terimlerini yalın, dilini ise teknik olmaktan uzak ve basit olarak nitelendirmektedir. Ayrıca katılımcılar haberin uyarıcı bir ton taşıdığı konusunda hemfikirdir. Uyarıcı tonuna rağmen haberin ikna edici olmadığını da katılımcılar tarafından dile getirilen bir başka önemli husustur. Örneğin E2, "Haberin aslında insana bir şey yaptırmaya yönelik söylemleri var ama okuduktan sonra ben bir şeye ikna olmam. Okuduktan sonra beni bir şeye ikna edemez, çünkü bilmediğim bir şeyleri bile anlatsa sonuçta ben kilo vermeye çalışıyorum,

öyle düşünüyorum yani. Yani beni bir şeye başlatmaz.” şeklindeki cümlelerle bu görüşü dile getirmektedir. Grubun katılımcıları haberin içerik bakımından ise tatmin edici olmadığı ve bu nedenle okuyucuları istenen yönde davranışa yöneltmede başarısız olacağı kanaatinde. Haber dilinin basit olmadığını düşünen yalnızca bir katılımcı bulunmaktadır. K1, haberde sözü edilen beden kitle indeksinin ortalama okur tarafından kolayca hesaplanamayacağını, tam da bu nedenle haberi çok kolay anlaşılır bulmadığını ifade etmektedir.

Genç gruptan farklı olarak orta yaşlı/yaşlı grup haber dilini ve anlatımını basit ve anlaşılır bulmamakta; başlık ve içerik itibarıyla kolay anlaşılır bir dile sahip olmadığını ifade etmektedir. Grup üyeleri başlıkta kullanılan “obez” teriminin bilinebilir olmasına rağmen “anoreksik” teriminin herkes tarafından bilinemeyeceğini, içerikte sözü edilen beden kitle indeksi hesaplamasının kolayca yapılamayacağını

vurgulamıştır. K4 bu durumu şöyle ifade etmektedir: *“Hesaplama meselesi ilk çıktığı zaman biz bayağı bir bunalıyorduk nasıl yapacağız okumuş üniversite bitirmiş olarak bile. Hani normal, hiç okumamış insan böyle bir matematiksel hesap yapıp da kendi beden kitle indeksini bulması bence biraz zor. Dolayısıyla belli bir kesime hitap edebilir, ama çoğunluk böyle bir hesaplamayı yapmaz. Yapmaya kalksa da yapamaz gibi geliyor bana.”*

Orta yaşlı/yaşlı grubun hiçbir üyesinin haber metninin dilini ve anlatımını yalın ve kolay anlaşılır bulmayışı, bu grubu genç gruptan ayıran temel farklılık olarak ortaya çıkmaktadır.

Haber metninden akıllarında kalanı tek cümleyle belirtmeleri istendiğinde genç grup üyeleri ideal kilo, sağlıklı kilo, normal beden ölçüleri; orta yaşlı/yaşlı grup üyeleri ise kişiye özel kilo, uygun olan kilo, sağlıklı kilo gibi ifadeler kullanmıştır.

2.3.2. Televizyon Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler

Katılımcılardan kendilerine izletilen televizyon haberinde yer alan görseller ile ilgili görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Televizyon haberinde yer alan görselleri değerlendirmede genç grup katılımcıları, haberde kilo vermiş insanların başarı öykülerinin ön planda olduğunu söylerken bu başarının obezite cerrahisiyle ilişkilendirilmesi üzerinde durmuşlardır. Bu tartışmada bir yandan obezite cerrahisinin obeziteyle mücadelede bir “son çare” olarak sunulduğu ve obezitenin tehlikelerine/risklerine karşı izleyicileri uyarmak üzere işler kılındığı dile getirilmektedir. Örneğin K2 *“Gazete haberine göre bu daha şey ideal haber gibi geldi bana en azından halktan seçilmiş kişilerin ölçüleri. Ama biraz da şey var tabii, bu öykü ameliyatla birleştirilmiş. İnsanlara bunu söylüyor. İnsanlara tedbirli olun diyor.”* şeklindeki ifadeleriyle cerrahi yöntemin izleyicileri obezitenin riskleri konusunda uyarmak amacıyla haber metni içerisinde yer aldığına işaret etmektedir. Öte yandan bazı katılımcılar cerrahi yöneme yer verilmesinin bir tür özendirme işlevi gördüğünü belirtmektedir. Örneğin K3 *“Aslında son çare diyor ama kesinlikle bir özendirme var. Arkadaşın da dediği gibi diğer zayıflamaya yönelik yürüyüşür şeydir yapabileceği sağlıklı şeylerden hiçbir şekilde bahsedilmeyip tek gösterilen şey ameliyat masası. Kesinlikle özendirme olduğunu düşünüyorum ameliyata.”* biçimindeki açıklamalarıyla diğer yöntemlerin haber metni içerisindeki yokluğunu cerrahi yöntemin özen-

dirilmesi biçiminde yorumlamaktadır. Genç grubun katılımcılarının haber görsellerini değerlendirmede dikkati çektikleri bir başka konu ise haberde yer alan kalabalık görüntüleridir. Katılımcılar, kalabalık görüntülerinin kilo veren kişilerin özgüven kazanarak sosyalleşebildiği anlamına geldiğini belirtmektedir.

Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları, genç gruptan farklı olarak haberdeki görsellere dair değerlendirmelerini kendi yaşantılarıyla ilişkilendirmektedir:

“Mesela, bir erkeğin bir bayanla yürüyüşü, o etlerinin böyle hani sallanması, ben genelde öyle düşünürüm, hep ileriye, hani yaşlandığımız zaman bir hastalığımız olsa o kilolu insan, hani bakana da zor yatana da zor derler ya, hani nasıl kaldıracaklar, nasıl indirecekler, hep o orası. Şimdi o adamı, bayanı görünce insanın aklına o geliyor.” (K7).

“Vallahi ben görüntüleri görünce, kendine çeki düzen ver ve akıllı ol. Aman haa fren yap falan.” (E7) sözleriyle haberdeki uyarıcı tonu, kendi bedenleriyle ilişkileri çerçevesinde yorumlamışlardır. Bu grubun katılımcılarının bir bölümü obezitenin risk ve tehlikelerini kendileri üzerinden değerlendirerek haberdeki korku faktörüne ve haberin rahatsız edici içeriğine dikkati çekerken K4 ve K6 ise haberin umut verici olduğunu belirtmektedir. Örneğin K6 *“Görseller, çok dikkatimi*

çekmedi, kadınlar da erkekler de konuşuyor sonuçta, ben de umutlu bir şey çıkardım. Kilo veriyorlar bayağı hızlı ve iyi bir duygu bırakıyor.” sözleriyle habere dair olumlu yaklaşımını dile getirmiştir. Bu grupta yalnızca bir katılımcı obezite cerrahisinin sorunlu yanlarına dikkati çekmiş, cerrahi müdahale sonrası kilo alımının yeniden yaşandığını oysa haberde buna ilişkin herhangi bir içeriğin olmadığını söylemiştir.

Genç grubun katılımcıları, televizyon haberinden akıllarında kalanın ne olduğu sorusuna karşılık obezi-

2.3.3. Beklentiler

Katılımcılardan obeziteden muzdarip olduklarını düşünmeleri ve bu durumda hangi içerik veya görüntünün haberlerde daha fazla yer almasını istedikleri konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Genç grubun katılımcıları, kendilerinin obeziteden etkilenmeleri durumunda, haber görüntülerinde ve içeriklerinde obez bireylerin veya çok zayıf, manken görünümündeki kişilerin ve sorunu hafife alan görüntülerin (örneğin kiloluyken giyilen giysilerin artık bollaşmış hallerinin gösterilmesi vb.) bulunmasını istemediklerini ifade etmektedir. Haberlerde yer almasını istedikleri görüntüler ve içerik bakımından ise grubun tamamı görüş birliği içindedir. Bütün katılımcılar kilo verme ve obeziteyle ilgili bilgilendirici, yönlendirici, motive edici içeriklerin bulunmasını istemektedir. Örneğin E3 “Obez insanların görünmesini istemem ben obez olsam. Bunu zaten yaşıyorum bir de bunu görmek istemem. İnsan aynaya bile bakmak istemez, bunu görmek istemem. Bilgilendirici şeylerin verilmesini isterim, nasıl kurtulabilirsin, ne yapabilirsin, spor olarak ne yapabilirsin, yeme içme olarak ne yapabilirsin, nasıl düzenlenmeli vs. Bu şekilde bilgilerin verilmesini isterim. Ama obez görüntü veya zayıf manken gibi görüntü istemem.” demektedir.

K3’ün bilgilendirici içeriğin mahiyetiyle ilgili söyledikleri de önemlidir: “Bilgilendirici şeyler olsun isterim ama yapamayacağım hayali şeyler görmek istemem. Daha böyle normal standartlarda 60 kg, 70 kg obezite olduğum için hani 60, 70, 80 bile belki zamanlar bana daha uygun görünümlü bir kilo olacağı için daha orta kilolarda birini görmek isterim, manken gibi birini görmek istemem. Çünkü ne kadar zayıflarsam da zayıflayayım o mankenin olduğu görüntüye ulaşamam. Mantıksal olarak o yüzden de yapamayacağı bir şeyi görmek istemem.” diyerek obeziteden etkilenenler aslında başarması son derece güç hayaller değil, gerçekleştirilebilir makul birtakım hedefler konulmasını

tenin tehlikeli yanlarını ve obezite cerrahisini odağa alan yanıtlar vermektedir. Örneğin E4 “Paranız varsa kelepçe taktırım.”; E2 ve E5, “Ameliyat son çare.”; K1 “Obezlik çaresizlik değildir.” (Ameliyat masasına referansla); E1 “Obezitenin tehlikesi”, K3 “Hayata geri dön.”, E3 “Zayıfla ve mutlu ol” şeklinde yanıtlamıştır. Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları ise “hareketli, dengeli, sağlıklı yaşam”, “zayıflık”, “zayıflama ve mutluluk” gibi temalara vurgu yapmışlardır.

istemektedir. Bir diğer katılımcı (K1) ise obez bireylerin başarılarının yalnızca kilo vermeyle ilişkilendirilmesinin de sıkıntılı olduğunu, başka alanlarda başarılı olmuş obez bireylerin haberlerde yer olmadığını ve onların başka alanlardaki başarılarını da görmek istediğini belirtmektedir.

Orta yaşlı/yaşlı grup da benzer şekilde obez bireyler ile manken veya manken kadar zayıf kişileri görmek istemediklerini ifade etmektedir. Örneğin E7, obez bireylerin bir tür kaygı, korku, ürküntü kaynağı olarak sunulmasından; K6 ise obez görüntüsü olarak kadınların gösterilmesinden rahatsızlığını dile getirmiştir. Bu grup da gençler grubuna benzer şekilde obezite haberlerinde obeziteyle baş etme yollarını görmek istediklerini belirtmektedir. K5 bu durumu şöyle dile getirmektedir: “Yani o sarkık görüntüyü istemem ama nasıl gideceğim, mide küçülmesi veya herhangi bir sporla veya diyetle falan, onu görürsem mutlu olurum obez olsaydım. Onu görsem mutlu olurum. Yani nasıl kurtulacağımı görsem.” (K5).

Her iki grubun katılımcılarına da son olarak medyada obezite haberleri ile ilgili söylemek istedikleri bir şey olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruya gençler grubu ticari kaygıdan uzak, magazin değil tıbbi yönü olan bilgilendirici, bilinçlendirici, motive edici ve obeziteyi bireyin tek başına uğraş verdiği bir sorun olarak ifade etmek yerine aile bireylerinin de dâhil olduğu bir şekilde çerçeveyeleyen haberlerin yapılması gerektiği şeklinde yanıtlamışlardır. Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları ise medyada bu tür haberler yapılırken cinsiyetçi olmayan, bu sorunun üstesinden gelinebileceğini gösteren, obeziteyi bir fiziksel görünüm sorunu olarak değil de bir sağlık sorunu olarak sunan, obez bedenleri birer ürküntü, korku ve çirkinlik objesi olarak resmetmeyen haber içeriklerinin üretilmesini önermektedir.

2.4. Bulgular

Genç grubun katılımcıları obeziteyi hareketsizlik, yanlış beslenme ve toplumsal dışlanmaya dayalı olarak, orta yaşlı/yaşlı grup daha ziyade yanlış beslenme temelinde tarif etmektedir.

Orta yaşlı/yaşlı grup obeziteyi sınıfsal konumla ilişkisi içerisinde düşünürken genç grup üyeleri bu ilişkiyi göz önünde bulundurmamıştır.

Gençler ağırlıklı olarak psikolojik ve toplumsal sonuçlarının daha yakıcı olduğunu ifade etseler de obezitenin genel sağlık üzerindeki sonuçlarını tek tek hastalık adlarını zikrederek ortaya koymuşlardır. Orta yaşlı/yaşlılar grubu ise büyük çoğunlukla toplumsal ve psikolojik sonuçlara odaklanmıştır.

Her iki grupta da tüm üyeler obeziteye dair haberleri takip etmemektedir. Haberleri takip etmeyen genç grubun üyeleri gerekçe olarak konunun ilgi alanlarına girmediğini, orta yaşlı/yaşlı grubun üyeleri ise haber içeriklerinde yeni bir şey olmadığı için izlemediklerini ifade etmektedirler. Hâlihazırda veya geçmişte takip edenler bakımından ise gençler ve orta yaşlı/yaşlılar arasında önemli sayılabilecek bir farklılık bulunmaktadır. Genç grubun üyeleri kendi bedenleriyle ilgili sorunlar nedeniyle, orta yaşlı/yaşlılar grubundaki bireyler ise genellikle yakın aile bireylerinin (özellikle çocukların) kiloyla ilgili sorunları bağlamında haber takibi yapmaktadır.

Genç grup katılımcılarının tümü, haberlerde kadın ve erkeklerin sunumu açısından farklılık bulunduğunu söylerken diğer grupta bu yönde bir fikir birliği bulunmamaktadır. Üyelerin neredeyse yarısı bir farklılık olmadığı kanaatindedir.

Hem genç hem de orta yaşlı/yaşlı gruptaki erkekler obez çocuklarla ilgili haberlerdeki materyalleri hatırlamamaktadır. Bu bağlamdaki haberleri ve haber görsellerini yalnızca her iki gruptaki bazı kadın katılımcılar hatırlayabilmektedir.

Her iki grup da obeziteye dair sayısal veriler konusunda kesin bir bilgi sahibi değildir. Bununla birlikte genç grup sayısal verilerle ilgili bir tahmine yönelmezken diğer grupta başka alanlardaki göstergelerden hareketle tahminler yapılmaya çalışılmıştır.

Genç grubun katılımcılarının çoğunluğu, gazete haberinin terimlerini ve dilini, yalın ve basit olarak nitelirken, orta yaşlı/yaşlı grup aksi kanaattedir. Bu grubun üyeleri haberin kolay anlaşılır nitelikte olmadığını düşünmektedir.

Televizyon haberinde yer alan görselleri değerlendirmede orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları, genç gruptan farklı olarak haberdeki görsellere dair değerlendirmelerini kendi yaşantılarıyla ilişkilendirmektedir.

Gençler, televizyon haberini değerlendirirken özellikle obezite cerrahisi meselesi üzerine bir tartışma yürütürken orta yaşlılar ve yaşlılar cerrahi yönteme dair eleştirel bir tavır sergilememiştir.

Genç grubun katılımcıları, televizyon haberinden akıllarında kalanın ne olduğu sorusuna karşılık obezitenin tehlikeli yanlarını ve obezite cerrahisini odağa alan yanıtlar vermektedir. Orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları ise hareketli, dengeli, sağlıklı yaşam, zayıflık, zayıflama ve mutluluk gibi temalara vurgu yapmışlardır.

Genç grup ile orta yaşlı/yaşlı grubun katılımcıları arasında kendilerinin obeziteden etkilenmeleri durumunda haberlerde istemedikleri görüntüler konusunda bir farklılık bulunmamaktadır. Her iki grup da obez veya çok zayıf bireyler görmek istemediklerini; bunun yerine bilgilendirici, sürecin üstesinden gelmeye yardımcı olacak içeriklerin olmasını istediklerini belirtmişlerdir. Bu noktada, katılımcıların istenmeyenler konusunda daha sınırlı bir yaklaşım sergilemelerine karşılık, istenen içerikler konusunda daha zengin önerilerde buldukları söylenmelidir. Bu farklılık, obeziteyle ilgili gazete ve televizyon haber içeriklerinin sınırlılığında kaynaklanmaktadır.

3. Düşük ve Yüksek Eğitimli Okurların/İzleyicilerin Obezite Haberlerini Yorumlaması

3.1. Obezite ve İlgili Konulara İlişkin Genel Anlama Biçimleri ve Yerleşik Algılar

3.1.1. Tanımlama ve Sınırlama Çerçevesi

Düşük ve yüksek eğitimli katılımcılara aşırı kilo, obez olmak ve obezite ile ilgili bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuş, bu konuya ilişkin genel anlama biçimlerini ve yerleşik algılarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Düşük eğitimli grubun katılımcıları herhangi bir terminolojiye dayanmayan, obez bireylerin görünüşünü betimleyici nitelikte veya davranış biçimlerini işaret eden şekilde tanımlamalar yapmıştır: *"Kilolu bir insan, boğazına fazla düşkün, kendisine dikkat etmeyen, fazla yiyen, sürekli kendini aç hissedenden, normal ölçülerin üzerinde kiloya sahip olma durumu, şişman."*

Yüksek eğitimli gruptaki katılımcıların gündelik hayattaki dile dâhil olan tıbbi açıklayıcı bilgilere kendi anlatım biçimlerinde kolayca yer verdikleri görülmüştür: *"Boy kilo oranının tutmaması, kılunun beden kitle indeksine uymaması, beden kitle indeksinin 27'yi veya işte 17'yi geçmesi, boy-kilo, bölüm-çarpım gibi oranları var, vücuttaki yağ oranının fazla olması özellikle bel çevresindeki yağların, insan sağlığını olumsuz yönde etkileyecek derecede kiloya sahip olmak, sağlıklı beslenen insanların aşırı kilo alması, iç organların ve bel çevresinin yağlanma oranı."*

Her iki grubun obeziteyi tanımlama biçimleri arasında ayrım vardır. Düşük eğitimli katılımcılar obez bireylerin davranışlarına yönelik bazı ifadeler kullanmıştır. Yüksek eğitimli katılımcılar ise davranışlardan çok kişilerin görünüşlerindeki farklılık ve beden kitle indeksinin yüksek olmasına odaklanmıştır.

Düşük eğitimli grubun katılımcılarının görünüşle ilişkilendirerek yapmış oldukları obezite tanımı şöyledir: *"İnsanın bakınca belli bir ölçüsü vardır. Belli bir oranın üzerine çıkarsa insan obez olarak değerlendirildiği için biz de göz olarak gördüğümüz, fiziki olarak gördüğümüzde bu boy-kilo orantılı olmadığı için biz onu obezite olarak düşünüyoruz."* (E17).

Her iki grubun katılımcılarının ifadelerinde ortak olarak yer alan oran, ölçü, normal, standart gibi sınır durumunun altını çizen sözcüklerle; fazla, aşırı, olumsuz, sorun, uymama gibi olumsuz anlam yüklü sözcükler bir arada kullanılmıştır.

Düşük eğitimli katılımcıların büyük çoğunluğunun yakın çevrelerinde obez olan veya obezitenin üstesinden gelmiş kişiler bulunmaktadır. E15'in kızı mide tüpü ameliyatı olmuştur. Aynı şekilde yüksek eğitimli grup katılımcılarından K15'in ağabeyi obezitenin üstesinden düzenli diyet ve sporla gelmiştir. Yine yüksek eğitimli K17'nin annesi de halen obezitenin üstesinden gelmeye çalışıyordu. K17 *"Hep hayatında bu meseleyle savaşmış biri."* diyerek obezitenin annesi için de bir sorun olduğunun altını çizmektedir. Yüksek eğitimli katılımcıların büyük çoğunluğunun çevrelerinde de tanıdıkları obez bireyler vardır.

Her iki grubun katılımcıları tanıdıkları obez kişilerin sağlık durumlarından kendilerinin de rahatsız ve mutsuz olduklarını ve sürekli üstesinden gelmeye çalıştıklarını belirtmiştir.

3.1.2. Neden - Sonuç İlişkileri

Katılımcılara obezitenin ve sebeplerinin onlara göre neler olduğu ve obezitenin insan sağlığı üzerinde yarattığı sonuçların neler olabileceği sorulmuştur. Düşük eğitilmiş grup katılımcılarının çoğunluğu obezitenin, ki-şideki engellenemeyen bir "yeme isteğinden" kaynaklandığını söylemektedir.

"Tutamıyorum diyor boğazımı, böyle söylüyor. Yani ha bire yemek istiyor." (E16).

"Bu bir hastalık, beslenmesiyle tetiklenen bir şey bence. Kendini dizginlemesi lazım." (K14).

K13, bu yeme isteğinin gerisinde daha temel ve tıbbi başka bir nedene de işaret etmektedir:

"Yani hormon eksikliği olabilir. Hipofiz beziyle ilgili bir sıkıntı olabilir. Tıbbi bir eksiklik olduğundan yeme içme isteği duyuyor." (K13).

E15, obezitenin asıl başlangıç nedeninin ailelerin çocuklara yemek konusundaki ısrarcı yaklaşımları olduğunu belirtmiştir:

"Ben biraz arkadaşlara, katılımcılara katılmıyorum. Şöyle ben bunu bire bir yaşadığım için. Aile! Genelde bizim Anadolu toplumunda şu vardır. Şöyle diyoruz 'Aman yemin. Kilo alsın.' Kiloyu hiçbir zaman yadırgamadık yani. Yedikçe verdik. Sonradan da 'Kızımı biz engelleyemedik. Belli bir yaştan sonra yeme dedikçe yedi. Yeme dedikçe yedi.'" (E15).

E15'in ailelerin sorumluluğunu hatırlatması üzerine diğer katılımcılardan bu konuda ekleme yapanlar olmuştur:

"Toplumun, çevrenin yeme alışkanlığı ailelerin üzerinde... Mesela bizim İç Anadolu kültüründe yani genelde tahıl, un. O tür şeyler çok tüketilir. Ekmek, hamur işi." (E17).

E16 ise hareket eksikliğine dikkati çekmiştir:

"Hareketsizlik başka hiçbir şey değil. Yani yemek yedikçe oturuyor. Kalk şöyle bir gez dolan. Mesela köylerde ekmek, bulgur yiyor ama çalışıyor adam. Kalkıyor ekin ekiyor, tarlaya gidiyor, yakıyor. Şimdi ne yapıyor? Hiçbir şey yapmadan televizyonun başında şu dizi bu dizi..." (E16).

Yüksek eğitilmiş katılımcılardan biri obezitenin nedenleriyle büyük kent yaşantısının beraberinde getirdiği yaşam tarzının bağlantılı olduğunu dile getirmiştir:

"Akşamları özellikle işten eve geç gittiğimizde yemek-

leri geç yiyoruz. Bir de yaşla ilgili sanırım. Yaş ilerledikçe biraz daha kilo almaya müsait hale geliyoruz. Onun dışında ben çalışan insanların, geçim sıkıntısı yaşayan insanların stresten de yemek yediğini düşünüyorum. Aileler, özellikle çocuklarını hafta sonları AVM'lerde, fast food tarzı yerlerde besliyorlar. Şehir hayatının da etkili olduğunu düşünüyorum. Eskiden köyde yaşayan insanlar mecburen çalışıyordu. Bir hareketlilik söz konusuydu. Geçimlerini işte tarladan sağlamak zorundaydılar bedensel olarak. Şimdi şehir yaşantısında öyle değil, işe gidiyor insanlar, akşama kadar bir masanın başında oturuyor. Ama köyde insanlar tarlaya gidiyor, bahçeye gidiyor bedensel anlamda bir efor sarf ediyor. Onun dışında şehirde bütün yiyeceklerin hormonlu olduğunu düşünüyorum." (E20).

Katılımcılar obezitenin nedenleri olarak psikolojik nedenler, genetik faktörler, meslekle yeme alışkanlıkları arasındaki bağlantı, kültürel faktörler ve gündelik yaşam pratikleri ile ilgili görüşlerini paylaşmıştır:

"Benim annem çok zor bir hayat yaşamış. Gençken de zayıf birisi değilmiş. Kendisi anlatıyor. Üvey annesini sınırlendirmek için yani bazen yemek yiyormuş mesela". (K17).

"Şimdi 49 yaşındayım ve son bir-iki yıldır işte 25 kiloyu bu iki buçuk yılda aldım. Bunun benim üzerimdeki etkilerini bir raf dolusu kitapla ancak okuyup anlamlandırabilirim. Hayatın çok zor bir dönemiydi. İşte akademinin çok zor yılları." (K18).

"Tamamen toplumdaki sosyal etkiden dolayı bu kiloyu aldım, bu psikolojik problemlerin içinde bulunduğu sosyal ortamın zorluklarından dolayı olduğunu düşünüyorum." (K16).

"Yani okuyup yazan sürekli kitap başında masa başında çalışan insanların bedenlen harcamadıkları enerjisi bir yerde harcamaları gerekiyor. Fakat buna bir zaman ayrılmadığını görüyorum. Yani haftalık belli bir spor takvimi oluşturulamıyor. Tabii ki mecburen kiloya dönüşüyor." (E18).

"Biz Türkiye dediğimizde de hamur, hamur üzerine et, hamur tatlısı veya hamur mantı işte gibi beslenme ile ilgili..." (E19).

"Birincisi geleneksel bir kategori. Mesela köyde de çok kilolu kadınlar var. Kırdada daha çok kadınların problemi gibi geliyor bana. Çünkü daha az hareket ettiği,

işte hamurla belki çok daha fazla haşır neşir olduğu için... İkincisi, biraz daha modern ve daha tehlikeli, daha sinsî ve daha gizli olan kilo diye düşünüyorum. O da belki 15-25 yaş aralığını verebilirim. Öğrencilerden de gözlemlediğim, işte evde de bir kızım var onun da civarından gözlemlediğim. Onlar artık bildiğimiz şey, sürekli bir laptop'un başına veya cep telefonunun başında oturmak... Üç öğün dışarıda yiyen çocuklar var. 10 yaşından 19 yaşına kadar yaklaşık 8-9 yıl bu şekilde besleniyorlar.” (K18).

Yüksek eğitilmiş katılımcılar tarafından modern kent yaşamı, meslek, hareketsizlik, yaşam tarzı, düzensiz beslenme obezitenin nedenleri olarak sıralanmıştır. Düşük eğitilmiş katılımcılar ise obezitenin nedenlerini daha çok kişinin yeme isteğine dayandırmaktadır. Buradan hareketle yüksek eğitilmiş ve düşük eğitilmişlerin obeziteye yönelik olası çözüm yolları da farklılaşmaktadır.

Aynı zamanda tüm katılımcıların hemen hemen hepsi obezitenin pek çok sağlık sorunu, psikolojik etkileri ve toplumsal dışlanma gibi sonuçları olduğu görüşünü paylaşmıştır:

“Bir kere psikolojik bir şeyi var, insan üzerinde etkisi var. Farklı gözükmeye. Bizim toplumumuz biraz şeydir hani dalga geçme adına şişman deriz. Bu da bir hakaret olarak sayılıyor. Bir o. İkincisi psikolojik yanında bir de şey var, hastalıklara davetiye çıkarıyor.” (E17).

“Genel hastalıklara davetiye çıkarıyor. En başta yüksek tansiyon. Yüksek tansiyona bağlı olarak şey görülüyor. Böbrek yetmezliği, kalp yetmezliği. En büyük sorun da şeker hastalığı. Yani diyabet olarak şeker hastalığı. Şişman obez biriyle yürüyorsunuz yürüyemiyor. En büyük sorunu, giydiği pantolonun bacak arasında yırtılma oluyor. Bacak sürtmesi oluyor işte orada yara, tahriş oluyor. Bir ter kokusu oluyor, kendini soyutluyor. Yani birinin yanına gitmekten çekinir oluyor çocuk. Kendi içine kapanıyor. Birinin yanına gitmiyor yani. Bir sohbet katılmıyor, bir toplumun içine girmiyor. Otururken daha kenara oturuyor, pasifleşiyor. Bu da sürekli içine kapanıyor. Kendisine zarar vermeye başlıyor. Agresif oluyor. E diyor ki yiyeyim, öleyim ben diyor. Yani artık o dereceye geliyor. Bunu deyince yapacak bir şeyimiz kalmadı.” (E15).

“Kız çocuklarının obezitesi toplumda bence biraz daha fazla gibi. Toplumumuzda kızların güzel, estetik olması çevrede şeydir. O yüzden bence onların psikolojisi biraz daha, erkeklere göre daha çok etkileniyor.” (E17).

“Bunlar medikal testlerde de çıkıyor. Şeker yükseliyor. Başka kötü yağlar insanın vücudunda yükseliyor ve kalbin çevresinde de yağlanma oluyor. Bir de arkadaşlar, bunu da sağlık dışında şeyler, sosyalleşme konusunda insanlar sorun yaşıyor.” (K17).

Her iki grubun katılımcıları ifadelerinde ayrımcılık sözcüğünü hiç kullanmamış olsa da toplumsal dışlanmaya değinmişler ve toplumsal dışlanmanın neden olabileceği psikolojik sorunları dile getirmişlerdir.

3.2. Medyanın Obeziteye İlişkin Yaklaşımı

3.2.1. Haberlere Yönelik İlgil Durumu

Katılımcılara medyada yer alan obezite, şişmanlık, aşırı kilo vb. ile ilgili haberlerin ilgilerini çekip çekmediği, takip edip etmedikleri ve nedenleri sorulmuştur. Düşük eğitilmiş katılımcıların büyük çoğunluğu obezite haberlerini denk geldikleri takdirde izlediklerini belirtmiştir. Katılımcılardan sadece biri, E16, özellikle izlemediğini ifade etmiştir. E15 ve K13, obezite konulu haberleri dikkatli biçimde izlemelerini kendi ailelerindeki bireylerin beslenme ve aşırı kiloya bağlı hastalıkları ile açıklamıştır. Yüksek eğitilmiş grubun katılımcıları, ağırlıklı olarak obezite haberlerinin merak uyandıracak biçimde verilmesinden dolayı izlediklerini belirtmiştir:

"O haberleri büyük değişim şeklinde verdikleri için insanda bir merak uyandırıyor." (K15).

"İnsanların problemlerinden, insanlar nasıl para kazanıyor o boyutuna bakıyorum daha çok" (K20).

Haberlerde kadın ve erkek obez bireylerin sunumu açısından düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının tamamı herhangi bir fark görmediklerini belirtmiştir. Yüksek eğitilmiş grubun katılımcıları ise kadın ve erkek obez bireylerin sunumunda farklılık gördüklerini ifade etmişlerdir. Sadece K16 *"Benim takip ettiğim yerlerde, erkek mi kadın mı çok ayırt ettiğini düşünmüyorum."* diyerek bir fark olmadığını belirtmiştir. Bununla birlikte grubun çoğunluğu bir farklılığın olduğu konusunda aynı fikir-

dedir. K15, K17 ve K18 haberlerde kadın görüntülerini daha fazla hatırladıklarını söylemiştir:

"Kadınlar için bir problem gösterdiğini düşünüyorum. Sanki erkekler daha kolay başarıyı elde ediyorlarmış ve erkek obezitesi daha azmış gibi." (K18).

"Hani yemesini bilmeyen, kendine dikkat etmeyen hep kadınmış gibi gösterilmesi dikkatimi çekmişti. Erkekler düzenli beslenir gibi algılanıyordu." (K15).

E18 ve E19 da medyada obeziteden etkilenen kadınların sunumlarındaki farklılığa dikkati çekmiştir:

"Kadınlar daha ilgi çekici olabiliyor bence medyada. Bu konuda da bir ortamda bir gazetede, genelde kadına yoğunlaşıyor ilgide çekicilik olarak. O da biraz ülke kültüründen kaynaklanıyor, yani kadın güzel olmak zorunda, erkek o kadar önemli değil gibi bir algı var bence Türkiye'de." (E19).

"Kadın ve erkeği ayırdığımızda erkek için genelde şöyle bir imaj vardır; erkekte kilo olmaz göbek olur. Erkeğin kilo vermiş hali göbeğini yok ettiği hal. Erkeğin 'before ve after' (önce-sonra) hali, göbekli ve göbeksiz hali. Ama kadın öyle düşünülmez. Kadın topyekün şişmanlar ve topyekün zayıflar zayıflayacaksa." (E18).

3.2.2. Görsel Materyallerde Obeziteye İlişkin Algılar ve Değerlendirmeler

Düşük eğitilmiş grubundaki katılımcılar, haberlerde kullanılan fotoğraflar veya görüntülerle ilgili olarak kadın ve erkek arasındaki farklılıklara değil ortak yönlere dikkati çekmişlerdir. E16, haberlerde obez bireylerin vücutlarının bütünsel olarak verilmemesini, kilolu bölgelerin gösterildiğini ifade etmiştir. Diğer katılımcılar da bu saptamaya yataktan çıkmayan, vinçle kaldırılan ve hareket edemediklerini gösteren görüntülerin olduğu görüşlerini eklemiştir:

"Obeziteyle ilgili aşırı 180-250 kiloluk insanlar var. Yataktan kalkamıyor. Böyle vinç geliyor. Ambulans geliyor. El arabasıyla böyle şeyle taşınan insanlar var. Obeziteyle ilgili birkaç haberi böyle hatırlıyorum. Öbür haberleri de zaten yatağa yığılmış böyle bir hastalık yani." (E17).

Katılımcılar, obeziteden etkilenen çocukların ise ağırlıklı olarak yemek yerken çekilen görüntülerini hatırlamıştır. Az eğitilmiş grup katılımcıları çocuk obezite hastaları ile ilgili görüntü sunumlarıyla ilgili herhangi bir ayrıntı hatırlamamıştır. Yüksek eğitilmiş katılımcılar ise bu konuda daha fazla ayrıntı vermiştir.

Yüksek eğitilmiş grup katılımcıları diğer ülkelerin görüntülerinden de örnekler vermiştir:

"Mesela Amerika örneğinde sanki obezite daha Hispantiklerin, değil mi, alt kültürün, daha yoksulların problemiymiş gibi..." (K18).

"Amerika'da obezite ile ilgili haberler çıktığında direkt insanın aklına saktıkları bir resim var. Hamburger ısırın bir obez erkek var. Benim aklıma ilk o geliyor çünkü yıllardır, bu 90'lı yıllardan beri, o resmi kullanıyorlar." (E19).

3.2.3. Uzmanlık Bilgisinin Sunumuna Bakış

Düşük eğitilmiş grubun katılımcıları, haberlerdeki sayısal göstergelere ilişkin herhangi bir somut rakam veya oran hatırlamalarına rağmen obezitenin hızla artış eğiliminde olduğunu ifade etmektedirler:

"Tam hatırlamıyorum şimdi aklıma gelmedi ama obezitenin durumu iyice çoğaldı diye biliyorum da oranını pek aklımda tutamadım." (E16).

"Ben de arttığını biliyorum ama yüzde kaç oranında arttığını bilmiyorum." (K14).

"Sağlık Bakanlığının geçen yıllarda '10 Bin Adım' diye bir projesi vardı. Onda sürekli söylüyorlardı da işte aklımızda tutamıyoruz. Ama epey bir artış var." (E15).

Yüksek eğitilmiş grup katılımcıları ise obeziteye dair bazı oranlar dile getirmeye çalışmıştır. Katılımcılar, obezite oranlarından emin olmamakla birlikte toplumun tüm kesimlerinde genel bir kilo artışı olduğuna dikkati çekmektedir.

Düşük eğitilmiş katılımcıların çoğu, obezite haberlerinde doktorların ve diyetisyenlerin görüşlerine daha çok yer verildiğini, obez bireylerin görüşlerine ise ancak obezitenin üstesinden geldikleri durumlarda başvurulduğu düşünmektedir:

"Diyetisyenler bence çok konuşuyor." (K13)

"Diyetisyenler ve doktorlar çok konuşuyor." (E16).

Düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının çoğu, haberlerde cerrahi operasyona yönlendirme amacının bulunduğunu ifade etmiştir.

Yüksek eğitilmiş katılımcıların haberlerde en çok kimin görüşlerine yer verildiği konusundaki görüşleri birbirinden farklılık göstermektedir.

"En çok böyle artist konuşan, zayıflatacağım şöyle yapacağım böyle yapacağım diyen açığöz diyetisyenler, doktorlar..." (K18).

"Diyetisyenlerin, doktorların yer aldığı gibi, aynı zamanda obezitenin kilo veren, sağlığına kavuşan insanlara da çok fazla yer veriliyor aslında" (K15).

"Bence ünlülerin yine. Genelde bir ünlüyü bir diyetisyen zayıflattıysa beraber televizyona çıkıyorlar şöyle yaptık böyle yaptık, beraberdik, grup çalışmasıdır falan." (E19).

Yüksek eğitilmiş grup katılımcıları; doktor, diyetisyen ve ünlülerin görüşlerinin haberlerde daha çok yer bulunduğunu düşünmektedir.

3.2.4. Haberlerde Obesite Sunumlarının Alternatiflerinin Düşünülmesi

Katılımcılardan obezite ile ilgili bir haberde kişilerin olumlu görüntülerinin nasıl olabileceği konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir.

Düşük eğitilmiş grubun katılımcıları, haberlerde obez bireylerin temsilini şöyle örneklendirmektedir:

"Onu şişman olarak gösteren... Şişman olduğu yerlerini gösteriyor." (E16).

"Sağlıklı insan yemek yerken gösterilmiyor. Hastayı az gösterir, hocayı doktoru kim varsa onu ayrı gösterir." (E17).

Yüksek eğitilmişler ise olumsuz temsili şöyle değerlendirmektedir:

"Sürekli o eski halinin verilip sonra bu kadar zayıfladı, çok iyi oldu, süper oldu, manken oldu." (K16).

"Mesela sigara, Sağlık Bakanlığı sigarayla ilgili kamu spotunda, hadi baba hadi yapabilirsin düğünde oynuyorlar falan, yani, onu gördüğüm zaman sigarayla ilgili bir hastanın resmini koydukları zaman o beni olumsuz etkiliyor. Ama hani bırakmış insanların daha sağlığının iyiye gitmesi sağlığının veya yüzünün renginin değişmesi hani bu tarz haberler de olumlu şekilde etkiliyor. Olumsuz tablolar da işte hastanedeki hali." (E19).

"Kiloluyken olan sosyal ve psikolojik durumunu sürekli dile getirilmesi de olumsuz." (K19).

"Sağlık boyutunun arka plana atılması, sadece ideal güzellik boyutunun ön plana çıkarılması olumsuz oluyor aslında." (K15).

Tüm katılımcılar olumsuz temsil örnekleri vermenin yanı sıra bu temsillerin obeziteyle mücadelede beklenen sonucu getirmemesinin nedenlerini de ayrıntılı biçimde açıklamıştır:

“Korku, korkutmanın sağlıklı bir motivasyon olduğunu düşünmüyorum. Tıpkı o sigara haberlerindeki gibi veya sigaranın üzerine yapıştırılan o ağzı burnu bantlı herifin bir motivasyon oluşturamayacağını. Yani işte vinçle kaldırılan obez insanın gösterilip gösterilip durulması, ne bileyim kötü yanlarının sunulması insanlarda sanki böyle evet ya böyle olmak için şöyle yapmalıyım gibi bir motivasyon oluşturacağına inanılıyor ama o hem pedagojik olarak imkansız bir şey. Medyanın da böyle bir yol izlemesi hiçbir zaman başarı getirmeyecektir.” (E18).

Her iki grubun katılımcıları, obez bireylerin olumlu sunumları için önerilerde bulunmuşur:
“Mesela şu arkadaşımız şu kadar kiloluydu şöyle

obezdi falan değil. Onu göstermeden yapacaksın. Gösterilmeden haftada bir veya akşam iş çıkışı sporunu yapacaksın gibi.” (E17).

Yüksek eğitilmiş katılımcıların tümü ise başarı öykülerine yer verilmesini ancak eski-yeni giysi gibi klişe görüntülerden kaçınılmasının yerinde olacağını belirtmiştir.

“Televizyonda benim gördüğüm genelde kilo vermiş insanlar gelip konuşuyorlar. Ama burada bazen şunu yapıyor, hani şu kadar kilo verdim istedim elbisenin içine girebiliyorum, elbiseleri kendime yakıştırabiliyorum.” (K15).

3.3. Belirli Obezite Haberleri Karşısında Üretilen Anlamlar ve Değerlendirmeler

3.3.1. Gazete Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler

“Ne obez olun ne anoreksik” başlıklı gazete haberini okuyan düşük eğitilmiş ve yüksek eğitilmiş katılımcıların habere dair yorumları farklılaşmaktadır.

Düşük eğitilmiş katılımcılar, görsellerde yer alan kadın figürleri “zayıf” olarak nitelemişlerdir:

“Erkeği şişman vermiş, solgun. Ama zayıf olan kişi daha böyle canlı daha dolgun.” (E16).

“Zayıf olanlar ben çok güzelim diyor.” (K13).

Yüksek eğitilmiş grubun katılımcıları, gazetadaki haberin zayıflığa övgü gibi olduğunu ifade etmiştir:

“Görsellere baktığımız zaman iki kadın bir erkek görüyoruz ve kadınlar zayıf fit.” (K15).

“Güzel...” (K16).

“Güzeller ve mutlu görünüyorlar. Aynı zamanda obez olan erkek de mutlu yani burada hani, kadınlar zayıflarsa mutlu olabilir, erkekler her halinde mutlu onlar için önemli değil gibi bir algı oluştu bende.” (K15).

Haberdeki erkek görüntüsünü düşük eğitilmişler grubu “Erkeklerin kilo tasası yok.” anlamında yorumlamışlardır:

“Kadınlar için daha önemli olduğunu görüyorum, erkekler fazla kafaya takmıyorlar.” (K14).

Haberin görseli ve içeriği ile verdiği anlamın “Zayıf olursanız çok ilgi çekici olursunuz.” (E17) görüşünde, düşük eğitilmiş katılımcıların tümü hemfikirdir.

Yüksek eğitilmiş grup katılımcılarından E18, haberdeki gülümseyen erkek fotoğrafı için “Mutlu olduğundan emin değilim.” demiştir:

“Erkeğin gülmesi var bir de orada. Kadınlar özgüven içerisinde bakıyorlar.” (E18).

“Kadınların erkek için güzelleştiklerini düşünüyorum. Erkek kilolu olsa da çok önemli değilmiş gibi bir his yarattı bende. Zengin gösterir şeyi var.” (E20).

Yüksek eğitilmiş katılımcılardan E19 görselde yer alan obez erkek görüntüsünün küçümseyen bir anlamının olmadığını düşünmektedir:

“Bence gelişigüzel hazırlanmış bir şey, bence mesaj iletmek için değil gibi geldi.” (E19).

Haberin başlığı yüksek eğitimlilerin çoğu tarafından kabul edilebilir bulunmaktadır:

“Çok kilo almayın, makul olun diyor, haber baştan sona bunu anlatıyor. Makul diyetin dışına çıkmayın. Biraz mütevazı bir yol öneriyor insanlara.” (E18).

"Bence başlık iyi atılmış gibi geldi. Bana şu anlamı da veriyor kendinizi zinde tutun. Psikolojiniz güçlü olsun gibi bir anlam da doğdu bende." (K15).

"Aslında güzel bir başlık okumadan da iki kavramı öğretiyor bence. Başlık iyi bence." (E19).

Yüksek eğitilmiş katılımcılardan biri haber başlığını sansasyonel bulmuştur:

"Benim için sansasyonel bir şey olsun diye söylenmiş bir başlık. Çünkü obez de anoreksik de kişinin kendi elinde olan şeyler olduğunu düşünmüyorum." (K16).

Yüksek eğitilmiş katılımcıların çoğunluğu haberdeki dilin anlaşılabilirliğini yeterli bulmaktadır:

"Bence gayet anlaşılır olmuş. Çünkü hani boy kitle indeksinin açılımını da yazmışlar." (K15).

"Popüler günlük bir dille yazılmış." (K15).

"Aynen, popüler kolay." (K16).

"Bence görsellerin rolü büyük. Yani insanlar açısından. Okurken kelime dağarcığını da geliştirmeli insanların. Anlayabilirler bence." (E19).

Haberden akılda kalan anlamın tek bir cümleyle dile getirilmesi istendiğinde yüksek eğitimliler şunları söylemişlerdir:

"Bel çevresinin 88'i geçmemesi gerektiği." (K16).

"Beden kitle indeksinin nasıl hesaplandığı." (K15).

"Benim aklımda, 'Aman dikkat' kaldı." (E18).

3.3.2. Televizyon Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler

Katılımcılardan kendilerine izletilen televizyon haberinde yer alan görseller ile ilgili görüşlerini paylaşımları istenmiştir.

Düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının çoğunluğu, haberde cerrahi müdahalenin vurgulandığı konusunda hemfikirdir:

"... kilo vermek öyle çok kolay başarılabilecekmiş bir işmiş gibi öyle sunuldu. İlk önce doğal yollarla değil, beslenme alışkanlığını değiştirerek değil, bunu en sonda söyledi. Cerrahi operasyon en son çare deniliyor ama ilk çare olarak da bu gösteriliyor." (E17).

"Onun için orada öyle bir etkinin oradaki kişilerin yüzde 90'ı ameliyat olmuş kişilerdi. Bizim doktorun 900 tane şeyi var, hastası var yani ameliyat olmuş. O kişileri topluyorlar böyle bir etkinlik yapıyorlar." (E15).

"Sadece ameliyat ediyor yani başka bir şey yok." (E16).

"İnsan iradesini ortadan kaldırıyor. Çünkü mide olmanınca ne yiyeceksin?.. (kişinin) kendi başarısıymış gibi veriliyor. Sanki kendi iradesi, sporuna dikkat etmiş, her türlü şeyi yapmış falan." (E17).

Düşük eğitilmiş katılımcılardan sadece biri haberin beslenme alışkanlıklarının önemini vurguladığı görüşündedir:

"Bence kilo almaya başladığın an önce kendin dikkat

et, yemene dikkat edeceksin. En son çare ameliyat dedi ama öyle de sanki bana tıbbi cerrahinin şeyi gibi." (K14).

Düşük eğitilmiş grubun katılımcıları cerrahi operasyonların maddi boyutlarına dikkati çekmektedir:

"Bir de bunun maddi boyutu var haberde hiç bunu söylemediler. Hasta zannediyor gideceğim devlet hastanesine hocaya diyeceğim ki bana mide küçültme, tüp neyse bana yap diyecek. En az bunu yaptırmak için 20 milyar değil mi, 20 milyar ameliyat parası falan lazım." (E17).

"Yok canım kimse onu sormuyor söylemiyor." (E15).

"Biraz önce söyledi arkadaş her ameliyatta 20 milyar 20 milyar diye. Demin dediğimiz işte çıkıyor kendi kendisi işte ben şu kadar zayıfladım. Ama ben kendim şu kadar tedavi oldum şu kadar bilmem ne demiyor." (E16).

Düşük eğitilmiş grubun katılımcıları, cerrahi operasyonların riskleri ve maddi boyutları konusunda yeterince bilgi verilmemesini eleştirmiştir.

Bu haberden akıllarında kalanı tek cümle ile ifade etmeleri istendiğinde katılımcılar şu cümleleri sıralamıştır:

"Tıbbın başarısı diyorum hocam." (E15).

"Ameliyat ol, kurtul." (E17).

"En doğruyu söyledi, tek çözüm." (K14).

"İradeli olursak hepimiz zayıflarız. Sadece ameliyat değil." (E16).

Yüksek eğitilmiş katılımcılar ise habere dair görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

"Ciddiyetini biraz azaltmış gibi, sanki alelade bir ortamda yapılmış gibi." (E20).

"Bence bu obeziteyle yaşam derneği gibi bir toplantısında buluşmuşlar zannettim. Belki öyle ama onu da haber vermiyor. Bu arada birçok kişi herhalde kilo vermiş. Çok sıkıcı bir haberdir, zaten koştum haberin ortalarında ve sonra hareketli yaşamdan falan bahsetti. Mantık dışı geldi, amaç başta neydi, sonra neydi, uyum yoktu yani haberde." (K16).

"Yani konuştu konuştu konuştu son cümlede bu hale gelmemek için bir şey vermedi yani. Doktor riskleri anlattı, yine bir korku durumu var. Aman işte en riskli ameliyatlardan birisidir falan, peşinden dedi ki, en iyisi bu hale hiç gelmemektir. Baştan sona komikti yani. İlk gördüğümde herhalde böyle bir sünnet düğününde falan birisi mikrofonla geziyor kilo vermeye ilişkin soru soruyor... Birden bir teyze çıkıyor ve ben işte buna iki tane üç tane giriyorum falan, çok ciddiyetsiz." (E18).

"Hiçbirimiz bu haberi beğenmedik gibi geliyor ama Türkiye'nin genelini biz oluşturmuyoruz. Ciddiyetsiz bir haber. Daha profesyonel, daha akademik insanların görüşünün alınıp bir haber sunulsaydı daha iyi olabilirdi. Konuşanlar sürekli elbise gösteriyorlar." (E19).

Bir katılımcı haberde zayıflık ve mutluluk arasında bir bağlantı kurulduğunu söylemiştir:

3.3.3. Beklentiler

Katılımcılardan obezite hastası olduklarını düşünmeleri ve bu durumda hangi içerik veya görüntünün haberlerde daha fazla yer almasını istedikleri konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir.

Düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının çoğunluğu motive eden ve moral veren anlatımların geliştirilmesinin yerinde olacağını ifade etmiştir:

"Aslında haberin ilk başlarında verilen görüntülerde zayıflayan hastaların mutlu olduğunu görüyoruz. Gülüyorlar, eğleniyorlar. Burada da verilen mesaj, siz eğer sağlıklı kilonuza kavuşursanız siz de böyle mutlu olabilirsiniz." (K15).

Yüksek eğitilmiş katılımcılar haberi beğenmeseler de kendilerinden daha düşük eğitilmiş veya gelir düzeyi düşük izleyicilerin bu haberi beğenebileceklerini iddia etmektedir:

"Bana itici geldi haber. Ama işte yoldan geçen bir insan, küçümsemek için tabii ki demiyorum, Akdere'den, hani veya bir fabrikada çalışan bir ablamız gelse hani, veya bir abimiz gelse hani, onların da görüşü alınsa belki hoşuna gidecektir. Bizim buradaki kararımız, kendi şahsıma beğenmedim haberi." (E19).

Katılımcılardan biri haberin pek çok insanın yaşadığı gerçekliği temsil ettiği görüşündedir:

"Aslında burada toplumdaki gerçekliği görüyoruz. Çünkü evet öyleler, mutlu oluyorlar kilo verince kendilerini iyi hissediyorlar. Haberde hastaların ağzından duyuyoruz, daha çok kilo verdikleri için elbiseleri daha böyle büyük geliyor artık vs. güzellik algısı üzerinden konuşuluyor." (K15).

Yüksek eğitilmiş grubun katılımcılarından televizyon haberine bir başlık atmaları istendiğinde verdikleri yanıtlar şunlardır:

"Obeziteyle savaşanlar buluştu." (K16).

"Kararlılık bazı güçlükleri ortadan kaldırır." (E20).

"Kararlılık, başarının öyküsü, azim." (E19).

Bu başlık önerileri, yüksek eğitilmiş grubun katılımcılarının insan iradesini, düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının ise cerrahi yöntemi öne çıkardığını göstermektedir.

"Biraz daha moral verecekleri tarzda olsun. İnsanları oraya çıkarmasınlar yani beni orada göstermesinler." (E16).

"Ümitli olarak bakmalarını isterim. Barışık, ümitli. En azından karşıdaki ümidini yitirmesin diye." (E14).

"Bence haberlerin insanlara daha moral vermek, obez insanlara ya bu kiloyu vermiş şeyi sağlamak için yapı-

lan haberler yani biraz daha insanların motivasyonunu artırmak için yapılan haberler olması gerek.” (E17).

Katılımcılar, görsellerde, obez bireyleri yatakta, bol giysilerle karşılaştıran görüntülerin yer almaması gerektiğini düşünmektedir:

“İyi de yer alsın şişman da alsın. İnsanlar nasıl göründüğünü ona bakarak karşılaştırsın.” (K13).

“Mesela hatırladığım obez hasta için vinç getiriliyor duvarı pencereyi kırıyorlar. Orada onun eşya gibi taşınması. O öyle eve de getirilemez öyle. Düşünün vinçle buradan dışarı çıkarılıyor.” (E16).

“İdeal kilosunda kalması yani düzgün bir görüntü. Biraz daha düzgün haberler olmasını istiyorum. Yani şey olarak görsel olarak. İnsanları eğitici yani bu gibi şeyler özellikle ev yemeklerine yönelterek dışarıda yememelerini. En başta da çikolatadan vazgeçmelerini.” (E15).

Yüksek eğitilmiş katılımcıların kendilerini obez bir birey yerine koyarak haberleri dil, görsellik ve anlatım biçimi açısından yorumlamaları istendiğinde farklı görüşler dile getirilmiştir:

“Bütün obezlerin filmde oynamasını isterim. Çok fit, çok güzel insanlar olmamasını isterim, moralim bozulur.” (E20).

“Obez olsam, bir obezite hikâyesi olmayan, olmamış fit insanların sunulmasını istemem.” (E18).

Katılımcılar obez bireylerin dünyalarına daha geniş bir çerçeveden bakan haberleri önermektedir:

“Onun yerine işte başarı hikâyesi olsun veya işte obez insanlarla görüşülsün, obez insanlar kendi problemlerini anlatsın veya bir obezite geçmişi olan insanlar olsun.” (E18).

Yüksek eğitilmiş katılımcılar da obez bireylerin deneyimlerine yeterince yer verilmediğini ve sorunun sadece kilo alıp-vermek gibi sunulduğunu ifade etmiştir. Yine bu gruptaki katılımcılar kilolu olanların da güzel olarak temsil edildiği haberlerin yapılabileceğini belirtmiştir:

“Bu kilolu mankenler, bikinili büyük beden, o tip görüntüleri görmek beni mutlu ederdi. Yani sadece zayıfların güzel olmadığı, kilolu bayanların da güzel olduğu bir haber.” (K16).

“Konuşulduğu gibi televizyonda daha çok benim gibi insanlar görmek isterdim. Yani bana beni anlatabilecek insanlar görmek isterdim. Çünkü şu an reklamlarda, filmlerde sürekli ideal insan, ideal kadın görüyoruz. Ben benim gibi birinin spor yaparken görürsem daha çok etkilenirim diye düşünüyorum, onları görmek isterdim.” (K15).

“En önemlisi herkesi kucaklayıcı, her kesime hitap edici bir haber olması lazım.” (E19).

Ayrıca katılımcıların tümü obeziteyle mücadeleyi sadece cerrahi operasyonla sınırlayan bakış açısını destekleyen haberleri de görmek istememektedir. Katılımcılar, başarısız cerrahi müdahalelerin veya yanlış diyet uygulamalarının da haberleştirilmesi ve konunun tüm boyutlarıyla ele alınması gerektiğini belirtmektedir:

“Obezlerin bıçak altına yatmasını zorlayarak haberleri ben de istemezdim. İşte o, ne olduğunu bilmediğimiz ilaçları, şunu da al zayıflarsın, yok bunu iç, istemezdim.” (E20).

“Çok başarısız ameliyatlar var. Onların gündeme çok getirilmediğini düşünüyorum. Yakınlarımdan da iki kişiye kelepçe takıldı, çok ciddi problemleri oldu. Türkiye’de sanırım bu tip ameliyatlar çok kötü durumda. Bunun vurgulanabileceğini düşünüyorum.” (K19).

“Diyet haplar yüzünden hayatını kaybeden insanlar var çok fazla. Veya zayıflama kampları gibi kampları oluyor bazı yerlerde orada hayatını kaybedenler oluyor. Benim bununla ilgili hatırladığım bir haber var. Bu da demek ki çok sık yapılmıyor ki o yapılan bir haber benim çok dikkatimi çekmiş, hafızamda kalmış. Buna daha çok dikkatin çekilmesi gerektiğini düşünüyorum.” (K15).

Katılımcılardan bazıları obeziteyle mücadelenin konunun uzmanları tarafından yapılması gerektiğinin altını çizmektedir:

“Sonuçta bu bir ülke stratejisi. Uygulanması gerekiyorsa bunu profesyonel kişiler yapmak zorunda diye düşünüyorum. O da bizim sorunumuz olmasın devletin sorunu olsun bunu profesyonel insanların vermesi, anlatması.” (E19).

“Bu tür açıklamaları yapan insanların yeterli ehliyete sahip olmaları lazım. Eğer değilse bu insanlara güzel bir ceza vermek lazım ki konuşmasınlar.” (E20).

3.4. Bulgular

Düşük eğitilmiş ve yüksek eğitilmiş grup katılımcılarının tümü, obezite konusuna aşinadır ve konu hakkında bazı bilgilere sahiptir. Obeziteyi tanımlamalarında, düşük eğitilmiş grup katılımcıları terimlerden uzak, betimleyici nitelikte ifadeler kullanırken yüksek eğitilmiş katılımcılar terimlere yer vermiştir.

Her iki grubun katılımcılarının büyük çoğunluğunun ailelerinde veya yakın çevrelerinde obez bireyler vardır.

Düşük eğitilmiş grup katılımcılarının çoğunluğu obezitenin nedeni olarak kişilerin yeme-içme ve hareket etme davranışlarındaki olağandışılığa vurgu yapmaktadır. Başka bir ifade ile obeziteyi kişilerin yeme isteklerine dayandırmaktadır. Yüksek eğitilmiş katılımcıların vurgusu ise obezitenin nedenleriyle büyük kent yaşamının beraberinde getirdiği yaşam tarzının bağlantılı olduğu konusundadır. Her iki grubun katılımcılarının büyük çoğunluğu obezitenin pek çok sağlık sorununu beraberinde getirdiğini, psikolojik etkilerinin olduğunu ve ayrımcılık ifadesini kullanmasalar da toplumsal dışlanmaya neden olduğunu düşünmektedir.

Her iki grubun katılımcılarının çoğunluğu oran, ölçü, normal, standart gibi sınır durumunun altını çizen sözcükler ile fazla, aşırı, olumsuz, sorun, uymama gibi olumsuz yüklü sözcükleri bir arada kullanmıştır.

Düşük eğitilmiş katılımcıların büyük çoğunluğu, obezite haberlerini denk geldikleri takdirde izlediklerini belirtmiştir. Yüksek eğitilmiş grubun katılımcıları ağırlıklı olarak obezite haberlerinin merak uyandıracak biçimde verilmesinden dolayı izlediklerini ifade etmiştir.

Düşük eğitilmiş grubun katılımcıları haberlerdeki sayısal göstergelere ilişkin herhangi bir somut rakam veya oran hatırlamalarına rağmen obezitenin hızla artış eğiliminde olduğunu ifade etmektedir. Yüksek eğitilmiş grup katılımcıları ise obeziteye dair bazı oranlar dile getirmeye çalışmıştır. Katılımcılar, obezite oranlarından emin olmamakla birlikte toplu-

mun tüm kesimlerinde genel bir kilo artışı olduğuna dikkati çekmektedir.

Düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının tamamı, haberlerde kadın ve erkek obez bireylerin sunumu açısından herhangi bir fark görmediklerini belirtmiştir. Yüksek eğitilmiş grubun katılımcıları ise kadın ve erkek obez bireylerin sunumunda farklılık gördüklerini ifade etmiştir.

Düşük eğitilmiş grup katılımcıları, çocuk obezite hastaları ile ilgili görüntü sunumlarından herhangi bir ayrıntı hatırlamamıştır. Yüksek eğitilmiş katılımcılar ise bu konuda daha fazla ayrıntı vermiştir.

Düşük eğitilmiş katılımcıların çoğu, obezite haberlerinde doktorların ve diyetisyenlerin görüşlerine daha çok yer verildiğini, obez bireylerin görüşlerine ise ancak obezitenin üstesinden geldikleri durumlarda başvurulduğu düşünmektedir. Düşük eğitilmiş grubun katılımcılarının çoğu, haberlerde cerrahi operasyona yönlendirme amacının bulunduğunu ifade etmiştir. Cerrahi operasyonların maddi boyutlarının ve olası risklerinin haberde konu edilmemesini de eleştirmişlerdir. Yüksek eğitilmiş grup katılımcıları doktor, diyetisyen ve ünlülerin görüşlerinin haberlerde daha çok yer bulduklarını düşünmektedir.

Her iki grubun katılımcılarının tümü obeziteyle ilgili korkutucu veya ürkütücü görüntüler ve içerikler yerine başarı öykülerine ve klişe olmayan görüntülere yer verilmesinin yerinde olacağını ifade etmiştir.

Her iki grubun katılımcıları da haberlerde zayıflık ile mutluluk arasında doğrudan bir ilişkinin kurulmasına karşın sağlıklı olmak ile bir bağlantı kurulmadığına dikkati çekmiştir. Obezitenin, haberlerde ağırlıklı olarak estetik sorun gibi sunuluyor olduğunu ima eden katılımcılar, haberlerde bu konunun tıbbi boyutlarına odaklanması gerektiğini düşünmektedir.

4. Düşük ve Yüksek Gelirli Okurların/İzleyicilerin Obezite Haberlerini Yorumlaması

4.1. Obezite ve İlgili Konulara İlişkin Genel Anlama Biçimleri ve Yerleşik Algılar

4.1.1. Tanımlama ve Sınırlama Çerçevesi

Düşük ve yüksek gelirli katılımcılara aşırı kilo, obezite ile ilgili bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuş; bu konuya ilişkin genel anlama biçimlerini ve yerleşik algılarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu obeziteyi tanımlamış; konuyla ilgili bilgilerini paylaşmıştır. İki grup arasında tanımlama açısından belirgin bir fark yoktur. Düşük gelir grubu katılımcıları görece daha az teknik terim kullanarak gündelik dil içinde obezitenin ne olduğunu ifade etmişlerdir. Yüksek gelirli katılımcılar, teknik terimler kullanarak tanımlama çerçevelerini olabildiğince geniş tutarak obeziteden anladıklarını dile getirmişlerdir. Düşük gelirli kişilerden sadece bir kişi (E10), obezite konusunda herhangi bir şey duymadığını belirtmiştir.

Düşük gelirli ve yüksek gelirli katılımcıların obezite tanımları şu şekildedir:

"Bir çeşit yeme bozukluğu...Endokrin bozukluğu...Şişmanlık...Beden kitle indeksinin 25 ve üstü olması..." (K8).

"Normalden fazla kilo alma durumu." (E8).

"Vücuttaki bazı hormonal şeker ve yağ dengesinin bozulması...Vücuttaki bir denge bozukluğu olarak tanımlanıyor." (K9).

"Çağın hastalığı, virüsü gibi..." (E9).

"Tıbbi terim olarak söylersek fazla kiloluluk ayrı bir şey, obezite ayrı bir şey. Morbid obez denilen bir kavram var. Vücudun kilosunu boy karesine bölünerek hesaplanan bir şey. Benim bildiğim 25 üzeri insan fazla kilolu sayılıyor, 30 üzeri obezite yanlış bilmiyorsam, yanlış hatırlamıyorsam 35 üzerine morbid obezite kriterleri, 32'nin üzerinde miydi? Obezite bir çeşit hastalık, fazla kiloluluktan öte bir hastalık." (E14).

Katılımcılar, obezite ile ilgili tıbbi terimlerle kavramı tanımlamanın yanı sıra tanımlarına obezitenin kökenine ve obez birey olmanın bireylerin toplum içinde var olma biçimlerini nasıl etkilediğine dair eleştirel değerlendirmelerini de eklemişlerdir. Eleştirel çerçevelendirmelerinde katılımcılar gıda endüstrisinden sağlık sistemine kapsamlı görüş bildirmiştir. Eleştirel değerlendirme yapanların büyük çoğunluğu yüksek gelirli katılımcılardır:

"Bence obezite gelişmiş ülkelerin bir sorunu. Çünkü tarihe geri dönüp baktığınızda bildiğim kadarıyla bu vakayla çok karşılaşılmamış. Dolayısıyla, insanların yaşam tarzlarıyla ve ülke gelişimiyle alakalı olduğunu düşünüyorum. Hazır yiyecekler, hareketsizlik, hareketsiz bir yaşam, ekonomik gelişmelerin katkısıyla insanlar hareket etmeyi bir nebze bırakmış, unutmuş..." (E11).

Bazı katılımcılar obezite tanımı yaparken aynı zamanda bireylerin beden kitle indekslerine göre obez olarak tanımlanmasını standartlaştırılma, etiketlenme ve topluma yük olma olarak yorumlamaktadır:

"Beden kitle indeksinin altında veya üstünde olmasıyla standartlaştırılmış bir hale gelmesi sıkıntılı bir durum. İkincisi iyi vatandaş olmakla obez olmak arasında kurulan tuhaf bir ilişki var. Çünkü obezsen iyi vatandaş olmuyorsun, topluma zarar veriyorsun, sağlık harcamaları sana daha fazla oluyor falan gibi yani... Obez olmanın nedenleri arasında cips, hamburger falan tüm orta sınıfın veya üst sınıfın sayılabilir ama alt sınıfın da obezitesi çok fazla... Bu standartlaştırılmış tanım veya standartlaştırılmış anlatım çok kişiyi itiyor... Endüstri bir şekilde bu obezlikten kurtulmanın yolunun başka bir yemek yeme içme endüstrisi yaratmakla mümkün olabileceğini pompalayabilir. Bir sektöre dönüştüğü kesin." (E12).

Her iki grubun katılımcılarının büyük çoğunluğu obeziteyi ötekileştirme aracı olarak görmelerinin yanı sıra obez kavramının günümüzde kullanılan pek çok kavram gibi bir tür moda haline geldiğini, aynı zamanda her iki grubun yaklaşık yarısı toplumsal baskı aracı olduğunu ve endüstrinin bir oyunu olduğunu düşünmektedir:

“Şişman, aşırı şişman, sağlığını bozacak kadar şişman falan gibi kategorilerle şişman daha bizim tanıdık olduğumuz bir kavramken obeziteyle bunun böyle tehlikeli bir hal aldığını düşünüyorum. Gerçekten bir ötekileştirilme haline dönüşüyor.” (K13).

“Obez gerçekten toplumda aslında böyle yeni dikte edilen kelimelerden bir tanesi. Aslında herkes bir beslenme koçu, bir diyetisyen arayışlarına başladı. “Ben obez miyim? Olmayayım! Sağlıklı kalayım.” kaygıları yaşanmaya başlandı. İnsanlar, kendine bırakılsa zayıflamayacak ama toplumda aslında kabul görmek için belki bunu yapıyor. Herkes yediğinden, içtiğinden uta-

4.1.2. Neden - Sonuç İlişkileri

Katılımcılara obezitenin sebeplerinin onlara göre neler olduğu ve obezitenin insan sağlığı üzerinde yarattığı sonuçların neler olabileceği sorulmuştur. Düşük ve yüksek gelirli her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu obezitenin dengesiz beslenme, işlenmiş gıdalar ve hızlı yaşam temposundan kaynaklandığını düşünmektedir. Buradaki bağlantı, insanları işlenmiş ve hormonlu endüstriyel gıdalara başvurmaya zorlayan modern kent yaşamının dinamiklerini vurgulamaya doğru kurulmaktadır.

“İnsanların fazla koşuşturmacasında gün içinde daha çok işlenmiş gıdalara yönelmesi, paketli gıdalara. Hemen, çabuk tüketim. Diğer neden de hareketsizlik.” (K9).

“Dengesiz beslenmeden de olan bir şey olduğunu düşünüyorum.” (E10).

“Modernitenin getirmiş olduğu bir sıkıntının sonucu... Kırsal alanlardaki yaşam biçimlerinde insanlar kentsel yaşamdaki insanlar gibi aşırı göbekli falan değiller. Gıda endüstrisinin bir metaya dönüştürmesi... Hani kırsal alanlarda bu kadar yaygın hastalık yok mesela.” (E9).

“Kırsal kesimde obezite sorunu yok, çünkü insanların hareket alanı daha geniş, kenttekilere göre daha geniş

nır hale geliyor. Toplumsal baskılar oluşturmaya başladı obezite kavramı. Ama belki de beslenme koçları, diyetisyenlerin çoğalmaları, popüler meslek dalları haline gelmesinin de kaynağı bu kadar ticarileşmesi.” (K11).

Çevrelerinde, ailelerinde obez bireyler olup olmadığına dair soru yöneltildiğinde düşük gelirli ve yüksek gelirli her iki grup da büyük çoğunlukta kendileri, aile bireyleri ve yakın çevrelerinde obez bireyler olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan çok azının aile ve yakın çevresinde obez birey yoktur.

Her iki gruptaki katılımcılar da obezitenin normal kıldan bir sapma ve aşırılık hali olduğunu doğrudan veya dolaylı biçimde ifade etmiştir. Sorunun gıda endüstrisindeki işlenmiş ürünlerle ve buna yönelmek zorunda kalan insanların modern yaşam tarzıyla olan bağlantısı, konuşmaların başından itibaren hem düşük gelirli hem de yüksek gelirli katılımcıların önemli bir kısmı tarafından ifade edilmiştir.

ve hormonsuz besinleri daha fazla alabiliyorlar.” (E8). *“Fiziksel olarak normal sisteminiz bozuluyor. Bir de, herkes nasıl zayıflaman gerektiğine dair doktor kesiyor başına.”* (K9).

Aynı zamanda tüm katılımcıların hemen hemen hepsi obezitenin pek çok sağlık sorunu, psikolojik etkileri ve toplumsal dışlanma gibi sonuçları olduğu görüşünü paylaşmıştır:

“Benim gözlemim, mesela askere gittiğimde, acemi birliğinde birkaç tane kilolu arkadaşım vardı. Eğitimde çok zorlanırlardı. Yani o kilodan dolayı. Ve bizi eğiten rütbeli kesim, mesela onlara mobbing uygulardı. Onlar da bunun biraz psikolojik çöküntüsünü yaşırdı yani.” (E8).

“Yani, en büyük sonucu fiziksel olarak şişmanlamak herhalde. Ve bir de sosyolojik olarak düşününce, hani insanlar gerçekten şişman gördüklerinde hemen bir yaftalıyorlar. Bildiğim kadarıyla bu bir hastalık. Yani yesen de yemesen de olabilecek bir şey yani.” (K10).

“Açıkçası ben mesela çevremde de görüyorum, bir nevi ötekileştirme pratiğine de nesne olan bir durum. Yani sürekli bir alay edilme veya dışlanma olarak... Kendinizden tiksindir bir vaziyete geliyorsunuz. Yani ‘Ne kadar iğrenç bir bedensel yapım var.’ şeklinde.” (E9).

Düşük gelirli katılımcılardan biri diğerlerinden farklı olarak obezitenin beslenme biçimiyle doğrudan bağlantılı olduğunu düşünmemekte, çevresel faktörleri obezitenin nedenleri arasında görmektedir. Bununla beraber dışlanma, ötekileştirme ile ilgili görüşü tüm katılımcılarla ortaktır:

“Ben sadece yeme içmeyle alâkalı olduğunu düşünmüyorum. Çevresel faktörlerin çok büyük etkisi olduğunu düşünüyorum. Yani aslında birazcık daha şey gibi oluyor, cinsiyetsizmişsiniz gibi oluyor. Dışlanma durumu da var bence.” (K8)

4.2. Medyanın Obeziteye İlişkin Yaklaşımı

4.2.1. Haberlere Yönelik İlgi Durumu

Katılımcılara medyada yer alan obezite, şişmanlık, aşırı kilo vb. ile ilgili haberlerin ilgilerini çekip çekmediği, takip edip etmedikleri ve nedenleri sorulmuştur. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların çoğunluğu, obezite özelinde olmaksızın sağlıkla ilgili haberleri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Bu tür haberlere ilgilerinin nedenini kendilerine ve aile bireylerine sağlık konusunda destek olmak, yeni şeyler öğrenmek, algıda seçici olmak gibi ifadelerle paylaşmışlardır. Buna karşın medyadaki obezite sunumlarının “nasıl zayıfladı?, nasıl başardı?” gibi sunumlarını ciddiye almadıklarını, konuya ilgilerinin dağıldığını ve ciddi, bilgilendirme amaçlı olmayanları takip etmediklerini ifade etmişlerdir.

“Ben ilgileniyorum. Ama nasıl zayıflarsınız, işte bir ayda 10 kilo verdim vs. böyle şeyleri ciddiye almıyorum.” (K8).

“Ben iki-üç yıl öncesine kadar izlemiyordum. Ama kendi değerlerimin de bozulmasıyla birlikte bu tarz haberlere bakmaya başladım artık.” (K10).

“Denk geldiğim zaman muhakkak okur veya seyredirim.” (E9).

“Evde acayip izlenir. Eşim de şişman dolayısıyla sürekli gözü kulağı o şeylerde.” (E12).

Düşük gelirli katılımcılardan sadece iki kişi, obezite ve benzeri haberleri izlemediklerini belirtmiştir.

Katılımcılara bu haberlerde aşırı kilolu kişilerin sunumu açısından kadın veya erkek olması ile ilgili fark olup olmadığı konusundaki görüşleri sorulmuştur. Düşük gelirli ve yüksek gelirli katılımcıların hemen

hemen hepsi haberlerin sunumunda kadınlara daha çok yer verildiğini ve belirli estetik ve güzellik kodları üzerinden kadınların temsil edildiğini belirtmiştir:

“Erkekler için zaten obezite diye bir şeyden söz edilmiyor. Bahsedilen genelde kadınlar, zayıf olmalı falan. Sağlıkla ilgili çok bir şey söylendiğini düşünmüyorum aslında.” (K8).

“Erkekler üzerinden daha çok bir ayırım var, kadın-erkek ayırımı da; erkeklerde daha çok ‘sağlığına kavuştu’ tarzında bir haber, kadınlar üzerinden ‘azmetti, başardı’. Daha çok kadınlar meta olarak, güzel olması gereken kadınlar, sağlıklı olması gereken erkekler.” (K9).

“Belli şablonlar var, kadının nasıl olması gerektiğine dair bir imge vardır. Yani, idealleşmeye kavuştu, ideal olana kavuştu ve güzel oldu imgesi daha çok.” (K10).

“Kadınlar. Reklamlara vesaireye bakınca özellikle bu beslenmeye yönelik şişmanlamamaya yönelik diyet önerilerinde kadınların çok daha yoğun olduklarını görüyoruz.” (K12).

Düşük gelirli katılımcılardan E8, cinsiyet ayırımı yapıldığı görüşüne katılmadığını belirtmiştir. Bununla beraber bu tür haberlerin sağlık profesyonellerine yer verilerek yapılmadığı görüşünü de vurgulamıştır: *“Ben cinsiyet ayrımcılığı olduğunu zannetmiyorum.”* (E8).

Yüksek gelirli katılımcılardan biri de bu tür haberlerle ilgilenmediği için cinsiyet ayırımı yapıp yapılmadığına dair gözlemi olmadığını ancak buna karşın kadınların kilo konusunda çok daha fazla çaba harcadığını düşünmektedir.

4.2.2. Görsel Materyallerde Obeziteye İlişkin Algılar ve Değerlendirmeler

Katılımcılara aşırı kilolu/obez kadın, erkek ve çocuk hastalarla ilgili hatırladıkları görüntüler, imajlar ve haberlerden akıllarında kalanlar hakkında görüşleri sorulmuştur. Düşük gelirli ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu görsel materyallerde vinç, dozer ve benzeri araçlarla obez kişilerin taşındığı haberlerini hatırladığını; haberlerin trajik bir görüntü ile sunulduğunu; görüntülerin "intikam almak", "başardı, güzelleşti, başkasını buldu" mesajı ile desteklendiğini; yığılmış göbük ve kaslı vücut görüntülerinin veya beden görüntülerinin ortak olduğunu belirtmiştir:

"Yurt dışında bir yerde bir kadın hasta, obezite hastası, 480 kilo mu, 500 kilo, yani yarım ton. Evinden çıkarırken vinçle, vinç yardımıyla çıkardılar. Sonrasında ilginç bir şey işte 100 küsur kiloya falan düştü artık evine yürüyerek girip çıkabilecekti." (E9).

"230 kiloydu bayan. Ve belediyeden çağrılan bir traktörün, yani dozer gibi şeye aldı belediye görevlileri, balkondan aşağı indirdiler iş makinesiyile. Kadın veya erkek olması çok fark etmiyor benim için." (E8).

İntikam alma, başarma, yeni birini bulma temalı olduğunu belirttikleri haberlerde kadınların ön planda olduğu görüşü katılımcıların yaklaşık yarısı tarafından paylaşılmıştır:

"Vinç haberleri. İşte vinçle çıkarıldı, zor çıkarıldı, cenazesine zor getirildi. Şu son iki seneden beri şey var hep, zayıfladı intikamını aldı. Sağlığı için zayıflamadı da, intikamını almak için adamın dediğine geldi, zayıfladı tarzında bir algı oluşuyor." (K9).

"Geçenlerde gazetede okumuştum... 'İntikamını fena aldı' şeklinde bir haber. İşte kadın obezite hastası olduğu gerekçesiyle eşi boşanma davası açmış. Sonra kadın bunun intikamını alması gerektiğine dair bir inanca kapılıyor ve kilolarından kurtularak." (E9).

"Kemer üzerine yığılmış bir göbük ve işte şu kadar kilo verdi güzelleşti, işte intikamını aldı, başkasını buldu vs..." (K8).

"Çok ileri aşamalara gelmiş yataktan artık kalkamaz halde oldukça böyle etler taşarcasına bir fotoğraf ve nedense bu tarz fotoğrafta üst beden çıplak gösteriliyor. Sonra da işte nasıl 138 kilo verdi falan diyor, işte büyük başarı vesaire." (K11).

Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların yarıdan azı, toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadınların güzel, alımlı olmaları beklentisinin ve bunun yolunun kadının zayıf olması gerektiği düşüncesinin karşısında erkeğin kilosunun herhangi bir sorun yaratmadığına dair sunumların yapıldığını düşünmektedir. Bunlara ek olarak kadın erkek fark etmeksizin obez olan bireylerin neşeli ve tasasız oldukları izlenimi veren paylaşımların yapıldığı görüşünü paylaşmışlardır:

"Toplumda şöyle bir algı var. Kadın kilolu olursa göze hitap etmediği için sağlıklı ve güzel değil, erkek kilolu olursa o erkek o olabilir. Kadınlar hep estetik güzellik üzerinden gidiliyor." (K9).

"Medyadaki kadını erkeği karşılaştırdığımız zaman obez erkekler çok da hani böyle nasıl diyeyim uğraşılması gereken, zayıflaması gereken gibi değil daha kabullenilebilir gibi gözüküyor. Kadınlar manken gibi olmak zorunda ama erkelerde böyle bir durum söz konusu değil." (K11).

"Çok mutlu kahkahalı neşeli yani ne güzel kendisiyle barışık demek ki. Kadın obezlerin işi psikolojik anlamda kabullenmiş olduğunu ben gözlemliyorum görüyorum. Elbette ki rahatsız olanları da vardır. Ama belki medyada bize gösterilen gösterilmek istenilen budur." (E11).

Yüksek gelirli katılımcıların yarısı, geleneksel ve yeni medyada ünlülerin kilolarının, zayıflama ameliyatlarının ve öncesi-sonrası paylaşımlarının konunun farklı açıdan çerçevelendirilmesinden duydukları rahatsızlığı dile getirmiştir. Bununla beraber "manken" gibi olması beklenen kadın imgesi ile toplumsal kabul gören kilolu "tonton teyze" imajı arasındaki farka dikati çekmiştir:

"Mesela ünlüleri takip ediyoruz. Durumlarını çok iyi biliyoruz. Türkiye'nin yakından takip ettiği kişiler. Ha zayıfladı... Ha kilo aldı... Şimdi zayıfladı... Bir de tonton teyze var. Eleştirilecek bir tarafı yok. O tonton... Kilo, hayır tonton teyze başka bir şey!" (E12).

"Haberlerde ünlü kilolu erkeklerin ameliyat olup bilmem kaç kilo vermeleri veya o işte ameliyatların geri tepmesi daha fazla hastalanmaları falan gibi haberler hatırlıyorum. Ameliyat olup zayıfladıktan sonraki imajlarına baktığım zaman aslında daha korku verici bir şey benim için." (K12).

"Aslında son dönemde yapılan bu bence. Sürekli karşılaştırma falan filan. Ama konulan şey diyeyim zayıfladıktan sonraki fotoğraflar biraz bence abartılı." (E14).

Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğunun çocukların medyadaki sunumlarına ilişkin değerlendirmeleri aynı şekildedir. Büyük porsiyon yemek görüntülerinin, aşırı kilolu ve obez çocuk görüntülerinin daha sık olduğunu ve yine yetişkinlerde olduğu gibi bu sunumun çocukların da etiketlenmesine neden olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar çocuklarla ilgili uç örneklerin gösterilmesini rahatsız edici bulmaktadır. Düşük gelirli bir katılımcı "tonton teyze" gibi kabul gören "tosun çocuk" toplumsal adlandırmasının çocuğun ruhsal ve fiziksel sağlığı açısından etkisine değinmiştir.

"Normal çocukların önüne küçük küçük bir şeyler verilirken obez, daha iri çocukların önüne daha büyük kaplardan yemekler yedirilirken gösterilmesi falan veriliyor haberlerde." (K10).

4.2.3. Uzmanlık Bilgisinin Sunumuna Bakış

Katılımcılara Türkiye'de obezite konusuna dair sayılar, oranlar hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Tüm katılımcıların büyük çoğunluğunun konuya ilişkin kesin ve net bir bilgisi yoktur. Düşük gelirli katılımcılar yaklaşık oranlar vermeye çaba gösterirken yüksek gelirli katılımcıların tamamı net bir sayı veya oran bilmediklerini belirterek tahmini değerlendirmeler yapmaktan kaçınmıştır.

"Benim tahminim %20'ler civarında. Ama Amerikan toplumunun %40'ının obez olduğunu biliyorum." (E8).

"Tam olarak genel, hani yüzde kaç bilmiyorum ama 10 kişiden 7'si Türkiye'de." (K9).

"Ben de net şu kadardır diyemiyorum ama 10 kişiden 6'sı 7'si diye biliyorum." (K8).

Katılımcılara obezite ve obez olma konusundaki haberlerde en çok sesi duyulan ve söz sahibi kişilerin kimler olduğunu düşündükleri sorulmuştur. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu; medyada doktorların, uzmanların, diyetisyenlerin ve medyatik (doktor, uzman ve ünlü) kişilerin daha çok yer bulduğunu belirtmiştir:

"Birkaç yıl öncesine kadar diyetisyenlerdi. Daha sonra doktorlar olmaya başladı. Hastalara çok söz verildiği-

"Sosyolojik olarak şu var, hani tosun gibi çocuk, bebek derler ya, halbuki çocuk küçükken kilo alırsa büyüdüğü zaman o kiloları atması zor oluyor bilimsel olarak öyle bir gerçek var. Çocuk çocukken kilo alırsa yetişkin olduğu zaman o kiloları vermekte bayağı bir sıkıntı çeker." (E8).

"Çocukların haberini verirken önünde büyük ve işlenmiş gıdalar, karbonhidratı bol gıdalar konuluyor." (K9).

"IQ obeziteyle eşleştiriliyor, karıştırılıyor. Bir de mesela şablon bir şey var. 'Çağımızın vebası obezite çocuklarımızı mahvetmeye devam ediyor.', 'Uzmanlardan alınan bilgiye göre' gibi." (E12).

"Kötü anne baba o çocukları ne hale soktu.' Bir de böyle bir şey hissettim ben, sadece ekstrem uçlardaki çocukların annesi yanında oturuyor, o elinde şöyle bir hamburger yiyor. Şöyle bir imaj var: Sanki kötü anne baba niye müsaade ediyor?" (E12).

ni düşünmüyorum ama bence hani psikologların da bu işe dahil olması gerektiğini düşünüyorum." (K8).

"Önceden diyetisyenleri çıkarırdı hep. Şimdi medyatikleşmiş profesörler..." (K9).

"Konuşan doktor oluyor, ama görüntüde yine hastayı gösteriyorlar. Yani o süre boyunca hasta görünüyor." (K10).

"Bence obeziteyle ilgili yapılan yayınlarda bu konu hakkında bilgi sahibi olmayan ama bunu bir şekilde yaşamış insanlar, meşhur insanlar, medyatik insanlar daha fazla göz önünde." (E11).

"Sanatçılar daha medyatik insanlar veya daha fazla aklımıza sokulmaya çalışılıyor." (K11).

"Daha medyatik doktorlar ve daha medyatik diyetisyenlerin topluma pompalandığını düşünüyorum." (K12).

"Baktığımda müşteri çekebilmek için hep aynı röportaj." (E12)

"Medyada maalesef çok şey para üzerinden olduğu için bazı hekimler sağlık personelleri para vererek ekrana çıkıyorlar. Bazı program kuruluşları da para karşılığı program teklif ediyorlar, bunu teşvik ediyorlar." (E13)

4.2.4. Haberlerde Obezite Sunumlarının Alternatiflerinin Düşünülmesi

Katılımcılardan obezite ile ilgili bir haberde kişilerin olumlu görüntülerinin nasıl olabileceği konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu, benzer bir olumlu görüntü tanımlamışlardır. Dengeli beslenen, spor yapan, aktif, bilinçli kişi görüntüsünün etkili olacağı düşüncesi hâkimdir. Beraberinde, bu çizilen olumlu çerçeve içinde sağlıklı yaşam tarzı benimsemeyen kişilerin karşılaşılabilecekleri hastalık ve sorunların gösterilmesinin etkiliği olacağı ifade edilmiştir:

"Olumlu görüntü... Mesela kelepçe falan takılmadan kişi spor yaparak, dengeli beslenerek, vücudunu hareket ettirerek, besin düzeyini kendisi, yani kendisinin, kendi kendinin doktoru olacak. Yani magazinden uzak ama gerçek tıp, gerçek bilim, böyle olmalı. Kilit nokta burası. (E8).

"Mesela ben de obezim. Benim gibi bir insan gösterilmiyor. Bayağı bir morbid obez gösteriliyor. Hani sanılıyor ki 'Aaa ben bu kadar yokum!'. Olumlu olarak aslında daha gerçekçi görsel konulabilir." (K9).

"Ben gayet normal bir insan görmek isterim yani ne yani, six pack kaslı bir adam ne? Hani incelikten kopacak bir kadın, öyle bir imaj istemem açıkçası. Ne bileyim normal kiloda normal insanlar üzerinden kurgulanmasını isterim öyle bir haberin." (K12).

"Obezite şeyinde illa bir obezite imajı kullanmak zorunda mısınız? Bu kavramlar insanlara hep olumsuz gelir. Obez görseli kullanmamak kaydıyla pozitif mesajlar veren kelimeler kullanılmalı diye düşünüyorum." (E13).

"En azından obez olan bir insanın gelecekte neler yaşayabileceğine ilişkin görüntü olabilirse bence çok iyi olabilir. Obezitenin getireceği hastalıkların bir sorun şeklinde yansması daha iyi bir görüntü olabilir. Görüntüden ziyade obezitenin yanında getireceği sorunlar, "İlerleyen süreçte ben de böyle olacağım." diyen bir görüntünün olması lazım." (E14).

Yüksek gelirli katılımcıların yarısı, olumlu görüntü olarak kişileştirmeden hem yetişkinler hem de çocuklar için karakter animasyonu ve çizgi uygulamaların etkili olacağını ifade etmiştir:

"Obez bir insan demeyeyim de bir karikatür olabilir. Özellikle çocuklar üzerinde etkisi büyük olur." (E14).
"Ben de karikatür edilmiş çizgisel görselleri etkili bu-

luyorum. Hem aslında fiziksel olarak gerçek bir insanı görmüyorsunuz. Çizgiyle ifade edilmiş gerçek insanlar kullanılmamış bir şablon o ekran arkasında veya o haber arkasında hani bir nokta olarak gösterilmesi rahatsız edilmeden görmek açısından mutlu olurdum." (K11).

Katılımcılardan obezite ile ilgili bir haberde kişilerin olumsuz görüntülerinin nasıl olabileceği konusunda düşüncelerini paylaşmaları istenmiştir. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu aşırı kilolu kişilerin, sarkan göbeklerin, yemek yerken dağılmış ve yatağa bağımlı görüntülerin olumsuz ve itici olduğunu düşünmektedir:

"Mesela yemek yiyen, sürekli yemek yiyen birisinin gösterilmesi. Hamburger yiyen bir çocuk hani bir kadın veya bir erkeğin gösterilmesi. Bir de 200-250 kilo artık evden kapıdan dışarı çıkarılmayacak kadar hani kilolu kişilerin mesela haberlerde gösterilmesi ciddi olumsuz bir şey." (K12).

"Yemeği yerken orasına burasına bulaşmış hali biraz daha dağınık hani sorumsuzca bir görüntü biraz önceki şey, ciltteki o katmer katmer o kiloların özellikle çıplak şekilde gösterilmesi, bunlar beni rahatsız eder yani." (E13).

"Yatağa yatırılmış bir şekilde hareketsiz, işini yapamayan, işini göremeyen, yani tamamen dışarıdan birisinin yardımını bekleyen...." (E9).

"Oturan, kat kat göbeği olan bir obez. Bir de spor yapan terlemiş ve şişman." (K9).

Düşük ve yüksek gelirli katılımcılardan biri obezite haberlerinin bir trajedi içinde sunulduğunu, ayrıca obezitenin yoksullukla ilişkilendirildiğini ifade etmiştir:

"Daha çok trajedi içerisinde sunuluyor. Yoksulluğun getirmiş olduğu bir hastalık... Maddi imkanlara dair, yetersiz olması, işte hasta olan kardeşlerin tedavi edilememesi... Erkeklerle ilgili olarak da trajik, işte askere gidemedi gibi mesela. Kilolu olduğu gerekçesiyle. Türkiye toplumunda bu çok önemli bir şey işte askere gitmek, veya o kutsal olarak atfedilen şeyleri yerine getirmek veya içinde olmak. 'Evlenebilecek' mesela bu çok önemli bir şey. 'Kız alamayacak', 'Kız vermeyecekler' sanki alınıp verilen kullanım değeri olan bir şeymiş gibi." (E9).

4.3. Belirli Obezite Haberleri Karşısında Üretilen Anlamlar ve Değerlendirmeler

4.3.1. Gazete Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler

Katılımcılara gösterilen obezite haberinde yer alan görseller hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu erkek görselinin daha olumlu bir imaja sahip, sağlıklı olma çabası içinde olduğunu; kadın görselinin ise dik-kati çekmek amaçlı, cinsellik ön planda, ideal beden ölçüleri sunan biçimde verildiğini ifade etmişlerdir:

“Şekilde görsel iyi olmamış bence yani. Erkeğinki olumlu kadına göre.” (E10).

“Kadınlar seksapiteleri ile öne çıkarılmış. Adam şiş-manken çok mutlu bence.” (K9).

“Görselleri de bence haberi okutmak için koymuşlar.” (K10).

“Kadının cinselliği ön plana çıkarılmış. Yani estetik daha çok göze batıyor.” (E8).

“Kadını cinsel obje olarak sunarken hani erkeği sağlıklı olmaya çalışsan.” (E9).

“Erkek gerçek olarak sunuluyor. Kadın ideal olması gereken olarak.” (K8).

Katılımcılara *“Ne obez olun ne anoreksik”* şeklindeki haber başlığının kendilerinde habere dair nasıl bir etki bıraktığı sorusu yöneltilmiştir. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu ortalama bir kiloda olmanın ideal olan olarak sunulduğunu düşünmektedir:

“Uçlarda değil de normal, ortalarda yaşayın diyor. Yani ne çok zayıf ol ne çok şişman. Görseller çok magazin-sel. Fakat başlık daha profesyonel. Daha tıbbi.” (K9).

“Ortalama bir şey tutturunuz.” (K8).

“Boyla kilo dengeli olduğu zaman kadın için de erkek için de görünümü açısından bir güzellik olur.” (E8).

“Manşet tıbbi olarak milletin çoğunun bilmediği bir şey. Çok keskin yargılar var yani 25’i aşmamalı 20’nin

altına inmemeli. Başlık çok sert, yargısal. Topluma hitap etmiyor.” (E14).

Düşük gelirli katılımcıların ikisi başlıktaki *“anoreksik”* tanımını anlamamış olduklarını belirtmiştir.

Katılımcılara haberin kendilerinde nasıl bir etki bıraktığı ve haber içeriğinin başlıkla ilgisi hakkındaki görüşleri sorulduğunda düşük ve yüksek gelirli katılımcıların yarısı umut veren, motive eden bir içeriğe sahip olduğunu belirtmiştir.

“Tıbbi bir şey söyleyecekmiş gibi geliyor. Yani magazin-sel bir şey değil de önemli bir şey söyleyecekmiş gibi. Birinin zayıflama hikayelerinden ziyade, bunu nasıl başarabilirizi göstermeye çalışıyor.” (K10).

“İçerik biraz daha hani umut verici. Aslında o kadar da kaslı veya kadınlarda bunu nasıl söylüyorlar, fit olma durumu, yani gerek yok aslında yeter ki aslında sadece sağlıklı olan ölçüleri yakalayın yeter size diyor.” (E9).

Düşük gelirli katılımcılardan biri haber içeriğinin halka hitap eden, anlaşılır bir dili olduğunu, fazla tıbbi terim kullanılmadığını belirtmiştir:

“İçerikte tıbbi terminoloji pek kullanılmamış. Genelde halka hitap eden bir dili var. Daha sonra burada rahatlatıcı bir hava var. İlle sıkı bir diyet veya sıkı bir spor önerisi yok. Olduğunuz gibi. Okuyan herkesin anlayabileceği tarzda, çok tıbbi terimler kullanılmamış.” (K9).

Yüksek gelirli katılımcılardan biri sağlık haberlerinin genel olarak terimlerle dolu olduğunu ve anlaşılır olma özelliğinin az olduğunu, bunun da okuyucuyu metinden uzaklaştırdığını ifade etmiştir:

“Çok teknik. Haberi okurken birçok yerinde kaybolduğumu hissediyorum. Ortalama bir medya okurunun okuduğu zaman tamamıyla kaybolacağını düşünüyorum.” (K12).

4.3.2. Televizyon Haberine Dair Anlamlar ve Değerlendirmeler

Katılımcılardan kendilerine izletilen televizyon haberinde yer alan görseller ile ilgili görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların yarısı, televizyon haberinde mide küçültme ameliyatının olduğundan basit hatta bir tür saadet zinciri gibi gösterildiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda mide küçültme ameliyatlarının bir nevi reklamının yapıldığını ve bu ameliyatlara özendirildiğini düşünmektedir. Ek olarak neşeli, şenlikli bir havada bu tür mesajların verilmesinin dikkati çekici olduğunu belirtmişlerdir. Düşük gelirli katılımcıların azı, haberde kıyafetlerin gösterilmesini, gerçek bene ulaşma yolunun zayıflamaktan geçmek gibi gösterilmesini doğru bulmadıklarını belirtmiştir. Zayıflamış olduğu gösterilen kişilerin gerçekten bu tür ameliyatlara zayıflayıp zayıflamadığının anlaşılmadığını eklemiştir:

"Bu haberde herkes ideal kilosunda ve herkes mutlu gibi görünüyor. Elbiseleri falan göstermeleri bir açıdan kötü olmuş olabilir. Ben pek sevmem öncesi-sonrası haberlerini. Ama onun dışında çok olumlu bir habermiş gibi geldi bana." (K10).

"Şey gibi hissettim ben orada, yani bir saadet zinciri var ve herkes ona dahil olmuş. Yani mide ameliyatı olanlar grubu ama diğer taraftan da risklerden bahsediyorlar. Aslında riskler çok yüksek, bu haberlerde de duyuyoruz esasında. Yani işte obezlerin geçmesi, kıyafetlerin benden şu kadar çıktı, gerçek ben oldum vs. Bu haberi izleyince sağlıksızlığından bahsediyor son çare olduğundan bahsediliyor ama izleyen herkes aman ne güzel ben de gideyim alayım gibi bir şeye giriyor." (K8).

"Bir saadet zinciri var, insanların çok mutlu oluşu. Sondaki doktorun çok ciddi riskler var ve ameliyat masasını göstermesiyle insanda hani çok da risklerini dikkate almış gibi bir algı oluşturacağını zannetmiyorum." (K12).

4.3.3. Beklentiler

Katılımcılardan kendilerini obez bir birey yerine koymalarını ve bu durumda hangi içerik veya görüntünün haberlerde daha fazla yer almasını istedikleri konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Düşük gelirli katılımcılardan biri obezitenin bireysel değil toplumsal bir konu olduğunun, mide küçültme ameliyatları ile ilgili bir sektör olduğunun ve bedelinin yüksek olduğunun altını çizmiştir. Bilinç oluşturulmasının önemine vurgu yapmıştır. Düşük gelirli katılımcılardan birinin görüşü ise obezitede sorumluluğun

"Sanki bu ameliyatın reklamı yapılmış gibi, öyle hissettim yani." (E8).

"Dışarıdan bir müdahale ile çözüme kavuşabileceğine dair bir anlam veya bilgi aşılmasını görüyorum." (E9).

Habere bir başlık koyacak olsalar nasıl bir başlık seçecekleri sorusuna yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğunun cevapları hemen hemen aynıdır:

"Mide ameliyatı." (E11), "Mide cerrahisine çekilmiş gibi." (K11), "Mide ameliyatı nedenleri." (E12), "Mide ameliyatının sonuçları." (K12), "Mide ameliyatı ve sonuçları." (E13), "Yanlış bilgilendirilmiş mide ameliyatı ve sonuçları. Korkutmak diyeceğim biraz." (E14).

Yüksek gelirli katılımcılardan biri gösterilen haberin caydırıcı özelliği olduğuna vurgu yapmıştır. Katılımcılardan biri ise haberin güzel başlayıp ardından kötü olduğunu söylemiştir:

"Aslında çok güzel başlayan bir haber ama sonunu çok yani batırmışlar yani." (E13).

"Obez olan bir hasta belki de son çare olarak mide ameliyatı düşünse bile bu habere bakıp yok olmaz, böyle vazgeçebilir." (E14).

Düşük gelirli katılımcıların habere ilişkin başlıkları ise birbirinden tamamen farklıdır:

"Vatandaş hiçe saymak" (E8), "Bundan iki tane girer içine." (K8), "Mide küçültme ameliyatının çok tehlikeli olduğu." (K10).

bireyde olduğunu ve bireylerin kendi kendilerinin doktoru olmalarının gerektiğini; iradelerine hâkim olmalarının önemli olduğunu söylemiştir:

"Aslında bu sorunun hani bireysel bir sorun olmadığını toplumsal bir sorun olduğunu, yani bunun içerisinde ekonomi-politiğin olduğunu, yani birçok sektöre dönüştürüldüğünü, işte bu mide operasyonu dedikleri küçültme, yani müthiş bir sektör şu anda. Yani olumsuz taraflarının da gösterilmesi gerektiğini, yani bizim

tükettiğimiz ürünlerin hani bu hastalıkların bir nedeni olduğunu, öte taraftan, nasıl insanların hangi o gündelik yaşamdaki kaygılarının her geçen gün daha da artması, zaman sınırlaması, her şeyin kontrol altına alınmaya çalışılması gibi.” (E9).

“Ben insan iradesini görmek isterdim. Kişi dediğim gibi kendi kendisinin doktoru olacak, araştırmacı olacak.” (E8).

Yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu görmek istediklerini ifade ettikleri içerik ve görsellerin olumsuz içerikli olmaması; sağlıklı, motive eden görsellerin olması gerektiği yönündedir. Sunumlarda uç örnekler yer verilmemesi ve hedeflerin ulaşılmaz gibi gösterilmemesi gerektiğini vurgulamışlardır. Yüksek gelirli kişilerden biri medyada haber sıralamasının obezite gibi bazı konuların önemini azaltmakta olduğunu belirtmiştir.

“Haberlerin bir kamu spotu şeklinde, sorumluluk bilincinde olması lazım. İkincisi insanların obez olup olmadıklarını görsellikten ziyade, sağlıklı yaşamın rehberlerinin verilmesi lazım. Ama bu da medya kirliliği içerisinde değil. İkinci en önemli nokta da, insanların spor egzersiz yapmasının gösterilmesi gerekiyor ki dolaylı yollardan bu olayla mücadele edilmesi gerekiyor.” (E11).

“Toplumsal bir kategori şeyi olmadığı ve haberi seçişi çok önemli...Nasıl diyorlar onu bilmiyorum ama obezlerin arkasından hayvanlar alemi böyle tuhaf tuhaf dizilimler var gerçekten. Biliyorsunuz bunları çünkü obez yarı ciddi haberler. Hep arkasında kesin Karadeniz’den komik bir haber var. Arkasından hayvanlar alemi falan diye böyle gidiyor.” (E12).

“Obezite sadece çok yemekle ilgili bir şey değil. Obezite çok faktöriyel bir olaylar. Onun için sadece yemeye yönelik bir şeyi değil bütün her şeyi içermesi lazım daha böyle detaylı bilgilendirmesi lazım...” (E14).

“Uç örneklerin olmadığı mesajlar kullanırdım. Mesela kesinlikle ulaşmaları imkansız olduğu fikrini asla pekiştirmeyeceği, hayal kırıklıklarını yaşatmayacak örnekler. Aşırı obez görselleri de olmaması olaya hep negatif algı olumsuz bak işte kilo vermezsen böyle olursun kilo vermezsen bu olur.” (E13).

“Ben daha çok yani cinsel görüntü ve cinsel istekliliği artıracak görüntülerden çok biraz daha sağlık problemi olacağı risk faktörü olacağı ve çocuğun psikolojik durumunu çok etkileyeceği şeklinde haberler daha

çok yer alması lazım. Yani biraz daha sağlıklı bir dille yani sağlık sorunları olacağını bildirmek daha önemli.” (E14).

Katılımcılardan obezite hastası olduklarını düşünmeleri ve bu durumda hangi içerik veya görüntünün haberlerde daha az yer almasını istedikleri konusunda görüşlerini paylaşmaları istenmiştir. Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu daha önce ifade ettiklerini, söyledikleri değerlendirmelerini toparlayarak görüşlerini bildirmişlerdir. Tek çözüm yolunun ilaç, ameliyat olmadığı; azim ve kararlılığın teşvik edildiği, insanların belirli bir kalıba sokulmadığı; olumsuz görüntülerin sunulmadığı; dışlayan ötekileştiren bir dilin kullanılmadığı haberler önermişlerdir.

“Görmek istemediğim bu şekil, yani hastanelerin topluma empoze edilmesi. Daha çok insan iradesi ön plana çıkartılmalı ve kişi kendi dediğim gibi azimli olmalı. Obezitenin ilacı harekettir.” (E8).

“İnsanları belli bir fiziğe sokması, belli bir kalıba sokmalarını isteme. Şuna gelmelisin, şöyle olmalısın veya işte erkek ve kadın için sen fit olmalısın, baklavalardan olmalı falan o şekilde görmek istemem.” (K10).

“Obeziteyle ilgili olumsuz haberlerde şişman, aşırı katmerleri olan bir insanın gösterilmesi kesinlikle yer almaması lazım.” (E11).

“Ameliyat masalarından yağ çekilme sahnelerini görmek istemem. Sonra, daha gerçekçi olmasını isterim. Sürekli bu morbid obezlerin öncesi ve sonrası gösteriliyor, aslında bu obezitede sağlığa kavuşma işi sürekliliğe dayanan bir iştir. Yani biraz zamana ve sabra ihtiyacınız vardır.” (K9).

Çok dışlayıcı bir dil kullanılıyor. Görsellerde de öyle. Ben bunu görmek istemiyorum, ameliyat masaları görmek istemiyorum. Mesela şey benim çok hoşuma gidiyor, spor yapan insanların görüntüleri, ama gerçek insanlar mankenler ve modeller değil.” (K8).

“Çok uç örnekler olmamalı, daha normal görüntülerin olması gerektiğini düşünüyorum.” (K12).

“Şişman veya obezler neden haberlere çıksın. İnsan sırf zayıfladığı için veya ameliyat olduğu için habere neden çıkıyor yani çok yani anlayamadım.” (E12).

“Niye obezite reklamı haberi yapıyoruz yani onu yaptırın kim? Diyetisyenler mi? Mide ameliyatı yapmak isteyen doktorlar mı? Fitness hocaları mı? Yani anla-

tabiliyor muyum aslında niye bunu haber yapıyoruz? Yani bu bir sağlık problemiye bu bir kamu spotu olur farkındalık yaratan bir şey olur.” (K11).

Düşük gelirli katılımcılardan biri, haberlerde görmek istemediği herhangi bir olumsuz görüntü ifade etmemiştir.

4.4. Bulgular

Düşük ve yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu obeziteyi tanımlamış; konuyla ilgili bilgilerini paylaşmıştır. İki grup arasında tanımlama açısından belirgin bir fark yoktur. Düşük gelir grubu katılımcıları görece daha az teknik terim kullanarak gündelik dil içinde obezitenin ne olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların değerlendirmeleri gelir düzeylerinden bağımsız bilinçli, eleştirel ve sonuca odaklıdır. Eleştirel değerlendirme yapanların büyük çoğunluğu yüksek gelirli katılımcılardır.

Her iki grubun katılımcılarının büyük çoğunluğu, obeziteyi ötekileştirme aracı olarak görmelerinin yanı sıra obez kavramının günümüzde kullanılan pek çok kavram gibi bir tür moda haline geldiğini; aynı zamanda her iki grubun yaklaşık yarısı, toplumsal baskı aracı olduğunu ve endüstrinin bir oyunu olduğunu düşünmektedir.

Düşük gelirli ve yüksek gelirli her iki grupta da büyük çoğunlukta kendileri, aile bireyleri ve yakın çevrelerinde obez bireyler vardır.

Düşük ve yüksek gelirli her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, obezitenin dengesiz beslenme, işlenmiş gıdalar ve hızlı yaşam temposundan kaynaklandığını düşünmektedir. Her iki grubun katılımcılarının büyük çoğunluğu, obeziteyi ötekileştirme aracı olarak görmelerinin yanı sıra obez kavramının günümüzde kullanılan pek çok kavram gibi bir tür moda haline geldiğini; aynı zamanda her iki grubun yaklaşık yarısı, toplumsal baskı aracı olduğunu ve endüstrinin bir oyunu olduğunu düşünmektedir.

Her iki gruptaki katılımcıların çoğunluğu, obezite özelinde olmaksızın sağlıkla ilgili haberleri takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların aşırı kilolu/obez kadın, erkek ve çocuk hastalarla ilgili hatırladıkları görüntüler, imajlar ve haberlerden akıllarında kalanlar sıralanabilir: Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, görsel materyallerde vinç, dozer ve benzeri araçlarla obez kişilerin taşındığı haberleri hatırladığını; haberlerin tra-

jik bir görüntü ile sunulduğunu; görüntülerin intikam almak, başardı, güzelleşti, başkasını buldu mesajı ile desteklendiğini; yığılmış göbek ve kaslı vücut görüntülerinin ortak olduğunu belirtmiştir.

Tüm katılımcıların yarıdan azı, toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadınların güzel, alımlı olmaları beklentisinin ve bunun yolunun kadının zayıf olması gerektiği düşüncesinin karşısında erkeğin kilosunun herhangi bir sorun yaratmadığına dair sunumların yapıldığını düşünmektedir. Bunlara ek olarak, kadın erkek fark etmeksizin obez olan bireylerin neşeli ve tasasız oldukları izlenimi veren paylaşımların yapıldığı görüşünü paylaşmışlardır.

Yüksek gelirli katılımcıların yarısı, geleneksel ve yeni medyada ünlülerin kilolarının, zayıflama ameliyatlarının ve öncesi-sonrası paylaşımlarının konunun farklı açıdan çerçeveselendirilmesine neden olmasından duydukları rahatsızlığı dile getirmiştir.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu çocuklarla ilgili uç örneklerin gösterilmesini rahatsız edici bulmaktadır.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğunun Türkiye’de obezite konusuna dair sayılar, oranlar hakkında bilgisi yoktur. Yüksek gelirli katılımcıların tamamının bilgisi yokken düşük gelirli katılımcıların yarısı bilgi sahibi olmamakla birlikte tahminde bulunmuştur.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, medyada doktorların, uzmanların, diyetisyenlerin ve medyatik (doktor, uzman ve ünlü) kişilerin daha çok yer bulduğunu belirtmiştir.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, haberlerde dengeli beslenen, spor yapan, aktif, bilinçli kişi görüntüsünün olumlu olabileceğini düşünmektedir.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, aşırı kilolu kişilerin, sarkan göbeklerin, yemek yerken dağılmış ve yatağa bağımlı görüntülerin olumsuz ve itici olduğunu düşünmektedir.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, obezite haberinde yer alan erkek görselinin daha olumlu bir imaja sahip, sağlıklı olma çabası içinde olduğunu; kadın görselinin ise dikkati çekmek amaçlı, cinsellik ön planda, ideal beden ölçüleri sunan biçimde verildiğini ifade etmişlerdir.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu haberde kilonun dengede olması gerektiği mesajını aldıklarını belirtmiştir.

Her iki gruptaki katılımcıların yarısı, izletilen televizyon haberinde yer alan mide küçültme ameliyatının olduğundan basit hatta bir tür saadet zinciri gibi gösterildiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda mide küçültme ameliyatlarının bir nevi reklamının yapıldığını ve bu ameliyatlara özendirildiğini düşünmektedir.

Yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğunun habere koyacakları başlık hemen hemen aynıdır.

Yüksek gelirli katılımcıların büyük çoğunluğu, görmek istediklerini ifade ettikleri içerik ve görsellerin olumsuz içerikli olmaması; sağlıklı, motive edici olması gerektiği yönündedir. Sunumlarda uç örneklerle yer verilmemesi ve hedeflerin ulaşılmaz gibi gösterilmemesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Her iki gruptaki katılımcıların büyük çoğunluğu, obezite hastası olduklarını düşünmeleri durumunda hangi içeriklerin veya görüntülerin haberlerde yer almasını istedikleri konusunda; tek çözüm yolunun ilaç veya cerrahi müdahale olmadığı; azim ve kararlılığın teşvik edildiği, insanların belirli bir kalıplara sokulmadığı, olumsuz görüntülerin sunulmadığı, dışlayan ve ötekileştiren bir dilin kullanılmadığı içeriklerin veya görüntülerin haberlerde yer almasını önermişlerdir.

5. Haberlerin Okurlar ve İzleyiciler Tarafından Yorumlanması

Bölüm Sonucu

Obezite ve ilgili haberleri gazetelerde okuyan ve televizyon haberlerinde izleyen heterojen bir kitleyi temsil eden görüşler, odak grup çalışması ile derlenmiştir. Medyada obezite haberlerinin alımlanması için 6 farklı odak grup belirlenmiştir: Gençler-orta yaşlılar/yaşlılar, düşük gelirli-yüksek gelirli, düşük eğitimli-yüksek eğitimli. Odak grup görüşmelerinde katılımcılar, obezite konusunda birbirlerinin sözünü tamamlayarak, destekleyerek, ekleyerek veya karşı çıkarak yaklaşımda bulunmuştur. Gruplardan elde edilen bilgiler bir arada değerlendirildiğinde, okurların/izleyicilerin obezite ve ilgili haberlere ilişkin yorumları şu şekildedir:

Obezite farklı yaş, eğitim ve gelir seviyelerine sahip bireylerin bildiği, kısmen tanımlayabildiği, hakkında görüş bildirdiği bir konudur.

Katılımcıların konuya hâkimiyetleri öncelikle kişisel deneyimlerinden, beraberinde aile bireyleri ve yakın çevrelerindeki kişilerin deneyimlerinden kaynaklanmaktadır. Bununla beraber, obezitenin ardında yatan nedenler, sonuçlar ve olası riskler de katılımcıların görüş bildirdikleri konulardır. Katılımcıların konu ile ilgili görüş ve deneyimlerinin olması çeşitli dinamikleri ayırt edebilmeleri anlamına gelmektedir. Medyada obezite ve ilgili konulara sıklıkla yer verilmesinin katılımcıların konu hakkındaki bilgilerini ve uzman görüşlerine hâkimiyetlerini artırmış olduğu söylenebilir.

Obeziteyi; hareketsizlik, yanlış ve düzensiz beslenme, yeme bozukluğu, normalden fazla kilo alma, sınırın üstünde olma, standart olandan sapma olarak tanımlamaktadırlar. Tanımlamalar davranış bozukluğu, kendine hâkim olamama olarak ifade edildiği gibi çalışma koşulları, zamansızlık, teknoloji, beslenme alışkanlıklarının değişmesi kısacası modern yaşamın getirdiği gündelik hayat pratiklerinin bir sonucu olarak görülmektedir. Genetik faktör; katılımcılar tarafından kontrollerinde olmayan, davranışlarından bağımsız bir dışsal faktör olarak tanımlamaya dâhil edilmektedir. Eklenen hastalıklarla birlikte obezitenin üstesinden gelmenin daha güç hale geldiğini belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, obeziteyi ötekileştirme aracı olarak görmelerinin yanı sıra obezite kav-

ramının günümüzde kullanılan pek çok kavram gibi bir tür moda haline geldiğini ve toplumsal baskı aracı olarak kullanıldığını düşünmektedir.

Katılımcıların hemen hemen hepsi, obezitenin genel sağlık üzerindeki sonuçlarını, hastalık adlarını belirterek ifade etmiştir. Katılımcılar hastalık adlarının yanı sıra toplumsal ve psikolojik sonuçlarına da değinmişlerdir. Toplumsal dışlanmaya ve ötekileştirmeye sebep olması nedeniyle psikolojik sonuçları olduğunun altını bir kez daha çizmişlerdir.

Katılımcıların hemen hemen hepsi, obezite ve ilişkili haberleri takip etmektedir. Obezite konusu ilgi alanlarına girmeyen katılımcılar ise bu tür haberleri takip etmemektedir. Obezite ve ilgili haberleri takip etme sebebi olarak katılımcılar kendi bedenlerinde yaşadıkları sıkıntılara çözüm yolu bulmak ve aile bireylerine yardım etmek için bilgiye ihtiyaç duymalarını dile getirmektedir. Bilgi ihtiyacının yanı sıra bu tür haberleri izlemelerinin ardındaki neden olarak obezite ve ilişkili haberlerin merak uyandıracak şekilde verilmesini belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, haberlerde kadın ve erkeklerin sunumunda bir farklılık görmemektedir. Bununla beraber orta yaşlı/yaşlı ve yüksek eğitimli grup katılımcılarından bazıları kadın ve erkek obez bireylerin sunumunda farklılık gördüklerini ifade etmiştir. Tüm katılımcıların yarısından azı, toplumsal cinsiyet rolleri açısından toplumda kadınların güzel, alımlı olmaları beklentisi olduğunu ve bunun yolunun kadının zayıf olması gerektiği düşüncesinin temelde yattığını düşünmektedir. Buna karşın medyada erkeğin kilosunun herhangi bir sorun yaratmadığına dair sunumların yapıldığı görüşünde hemfikirlerdir. Bunlara ek olarak, kadın erkek ayrımı gözetmeksizin obez bireylerin neşeli ve tasasız olduklarına dair bir izlenim veren paylaşımların yapıldığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, çocukluk çağı obezitesi ile ilgili görsel veya bilgileri hatırlamamıştır. Bununla beraber katılımcıların büyük çoğunluğu, özellikle çocuklarla ilgili uç örneklerin gösterilmesini rahatsız edici bulmaktadır.

Obeziteye ilişkin sayısal veriler konusunda katılımcıların hiçbiri kesin bir bilgiye sahip değildir. Bilgi sahibi olmamakla birlikte orta yaşlı/yaşlı grup katılımcıları ile düşük gelirli katılımcıların tahmin yapmaya ve yüzdelere vermeye çalıştıkları görülmüştür.

Katılımcıların hemen hemen hepsi ilgili haberlerde doktor, uzman ve ünlü kişilerin görüşlerine daha çok yer verildiğini düşünmektedir. Katılımcılar, obezite ile ilgili haberlerde obez birey görüşlerine bir başarı hikayesi olması durumunda yer verildiğini düşünmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, cerrahi operasyona yönlendiren giderek artan sayıda haber olduğunu ve bu haberlerde operasyonun maliyeti ile olası risklerinden söz edilmemesini eleştirmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, obezite ve ilgili haberlerde olumlu, motive eden, klişe olmayan görüntülere; dengeli beslenen, spor yapan, aktif, bilinçli kişi görüntülerine ve başarı hikayelerine yer verilmesinin yerinde olacağını belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu uç örneklere yer verilmesinin doğru ol-

madığını, "aşırı kilolu kişilerin", "sarkan göbeklerin", "yemek yerken dağılmış" ve "yatağa bağımlı" görüntülerin olumsuz ve itici olduğunu, ulaşılmaz hedefler verilmemesi gerektiğini düşünmekte olup korkutucu, ürkütücü ve benzeri görüntülerden ve içeriklerden kaçınılması gerektiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, gazete haberlerinin kolay anlaşılır olmadığını düşünmektedir. Terimler ve anlaşılmaz sözcüklerle metinden uzaklaştıklarını eklemiştir.

Katılımcıların tamamı, obezite hastası olduklarını düşünmeleri durumunda hangi içeriklerin veya görüntülerin haberlerde yer almasını istedikleri konusunda; tek çözüm yolunun ilaç veya cerrahi müdahale olmadığı, azim ve kararlılığın teşvik edildiği, insanların belirli kalıplara sokulmadığı, olumsuz görüntülerin sunulmadığı, dışlayan ötekileştiren bir dilin kullanılmadığı içeriklerin veya görüntülerin haberlerde yer almasını istediklerini özellikle vurgulamışlardır.

GENEL DEĞERLENDİRME

Obezite, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde her geçen gün artış gösteren küresel boyutta önemli bir halk sağlığı sorunudur. Günümüzde endüstriyel gelişmelere bağlı olarak kentleşme oranı artmış, yaşam tarzı değişmiş ve obeziteye zemin hazırlayan endüstriyel maddeler ile tüketime hazır ürünler insanların beslenme rutinlerinde gittikçe artan bir paya sahip olmaya başlamıştır. Beslenme tarzındaki bu değişiklikler ve fiziksel aktivite eksikliği, obezite görülme sıklığını artıran etkenlerin başında gelmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre dünya genelinde her yıl üç milyona yakın insan, fazla kilolu veya şişman olması nedeniyle yaşamını yitirmektedir. Fazla kilolu olmanın veya şişmanlığın neden olduğu hastalıklar, yaşam süresini kısaltmanın beraberinde hastalık yükünü de iki kat artırmaktadır.

Obezite, Türkiye’de de toplum sağlığı açısından son derece ciddi riskler barındıran ve tehlikelere yol açan bir sağlık sorunu olarak belirmektedir. Çağımızın önemli sağlık problemlerinden biri olan obeziteden korunma konusunda sorumluluk çok paydaşlıdır. Ülkemizde obeziteden korunma amacıyla hazırlanan politika, kontrol programı ve eylem planları sürdürülmekte olup bu etkin ve yaygın politikalar çerçevesinde doğru bilgi kaynakları ve imkanlarla toplumun sağlıklı yaşama teşvik edilmesi alanında çalışmalar yürütülmektedir.

Obezite ve medya ilişkisinin önemini belirten bu çalışmanın amacı, toplumların geleceği açısından önemli bir sağlık sorunu olan obezite konusunda hazırlanan haberleri, hem yazılı basının en önemli mecrası olan gazeteler hem de en yaygın biçimde kullanılan kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon haberleri temelinde incelemektir. Bu inceleme, gazete ve televizyon haberlerinde obezitenin sunum tarzını analiz ederek sorunlu yanları açığa çıkarmak ve böylece bu soruna bütün yönleriyle dikkati çekmek, toplumu konuyu çeşitli boyutlarıyla kavramaya sevk etmek ve önlemler almak üzere harekete geçirecek bir habercilik anlayışının geliştirilmesine yöneliktir.

Bu çalışmanın diğer amacı, obezite haberlerini izleyicilerin ve okuyucuların nasıl yorumladıkları ve anlamlandırdıklarını ortaya koymaktır.

Çalışma 1 Ocak 2016 - 31 Aralık 2016 tarihleri arasında kapsamaktadır. Çalışmaya üç ulusal gazete *Hürriyet*, *Sabah* ve *Sözcü* ile bu gazetelerin tüm ekleri; üç ulusal televizyon kanalı *ATV*, *SHOW TV* ve *FOX TV* dâhil edilmiştir. Gazete ve televizyonların seçiminde temel ölçüt, 2016 yılında en çok satan gazeteler ile en çok izlenen ana haber bültenleri olmalarıdır. Böylelikle geniş kitlelere ulaşan mecraların içeriklerinin incelenmesi hedeflenmiştir. “Obezite, obez, aşırı kilo ve fazla kilo” anahtar sözcükleri ile gazeteler taranmış ve toplamda 175 habere ulaşılmıştır. 175 haberin gazetelere göre dağılımı şöyledir: *Hürriyet*: 65, *Sabah*: 69 ve *Sözcü*: 41. Bu haberlere 36 soruluk nicel ve nitel içerik çözümlemesi uygulanmış ve haberler SPSS 16.0 istatistik programı ile analiz edilmiştir.

Çalışmanın üçlü bir yapısı bulunmaktadır: İlk bölümde gazete haberleri nicel ve nitel içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. İkinci bölümde televizyon haberleri içerik çözümü ve söylem çözümlemesi yöntemleriyle incelenmiştir. Son bölümde ise gazete okurları ve televizyon izleyicilerini temsil eden farklı demografik özelliklere sahip altı grupta ve 38 kişiyle odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Böylece okurların, izleyicilerin obezite haberlerini nasıl yorumladıkları incelenmiştir.

Üç ulusal gazetenin obezite ve ilgili haberleri üzerine yapılan çözümlemeyle haberlerin nicel ve nitel özellikleri saptanmıştır. Haberlerin büyük çoğunluğu gazete eklerinde; yaşam, sağlık, kadın gibi özel bölümlerde yer almaktadır. Haber konusuna verilen önemin göstergeleri haberlere ayrılan alan, başlık ve manşetlerde kullanılan punto büyüklüğü, spot kullanımı, alt ve üst başlıklardır. Bu açıdan obezite ve ilgili haberler incelendiğinde, haberlere büyük yer ayrıldığı ve buna bağlı olarak büyük puntolu başlık/manşet kullanıldığı görülmektedir. Okurların dikkatini habere çekmek üzere ise alt ve üst başlık kullanımı yerine spot kullanımının tercih edildiği saptanmıştır.

Görsel malzeme kullanımı da haberlere dikkati çekmenin bir diğer yoludur. Bu açıdan haberler incelendiğinde, çoğunluğunda görsellere geniş yer ayrıldığı, görsel türü olarak daha çok fotoğraf tercih edildiği görülmüştür. Ana görsellerin içeriğini ağırlıklı olarak kadın-erkek görüntüleri oluşturmaktadır. Görsel kullanımında ortaya çıkan bu eğilimlerin gerisinde,

obezitenin insan sağlığı konusunda taşıdığı risklere dikkati çekme isteğinin bulunduğu söylenebilir.

Görsellerde ağırlıklı olarak kadın-erkek görüntüleri incelendiğinde, obez bireylerin olumlu ve olumsuz temsillere konu olduğu saptanmıştır. Haberlerde en fazla egzersiz yaparken ve spor kıyafetlerle olan olumlu temsiller öne çıkmaktadır. Ayrıca sağlıklı gıdalar tüketirken olan görüntüler de olumlu temsiller arasındadır. Obes bireylerin olumsuz temsillerinde ise daha çok sağlıksız yiyecekler tüketirken olan görüntüler kullanılmaktadır. Diğer olumsuz temsil biçimleri ise hareketsiz halde; yandan yakın çekim yapılarak, göbek bölgesi gösterilerek ve bedenine uygun olmayan giysilerle olan görüntülerle sunulmaktadır.

Haber çözümlemelerinde önemli bir yeri olan sözcük seçimleri açısından bakıldığında, obezite ve ilgili haberlerde en sık kullanılan sözcüklerin obez ve obezite olduğu tespit edilmiştir. Bu sözcükleri aşırı kilo, fazla kilo, oldukça kilolu; şişman, şişmanlık sözcükleri izlemektedir. Obesite ve obez sözcüğünün haberlerde yoğun kullanımına rağmen obezitenin tanımının yapıldığı haberler çok azdır. Bu bulgu, obezitenin gazeteciler tarafından okuyucuların bildiği varsayılan bir sözcük olarak görüldüğü şeklinde yorumlanabilir.

Obezite ve ilgili haberlerin bir bölümünde sayısal göstergelere yer verilmektedir. Ancak Türkiye'nin başka ülkelerle veya farklı ülkelerin birbirleriyle karşılaştırıldığı haberler son derece sınırlıdır. Bu sınırlılık, obezite ve ilgili haberlerin bilgilendirici boyutunu zayıflatmaktadır.

Kullanılan dil bakımından değerlendirildiğinde ise haberlerde tıbbi terimlere yer verildiği ancak terime dayalı bir anlatımın sınırlı olduğu görülmektedir. Haberlerin dili yalın, basit ve kolay anlaşılır niteliktedir.

Haber başlıkları/manşetleri açısından obezite ve ilgili haberler incelendiğinde, en fazla uyarıcı/dikkati çekici, bilgilendirici ve merak uyandırıcı başlık/manşet türlerinin kullanıldığı görülmüştür. Başlıkta/manşette görüşlerine yer verilenler ise çoğunlukla doktorlardır. Doktorları diyetisyen, psikolog gibi diğer sağlık çalışanları takip etmektedir.

Yanlış yeme içme alışkanlıkları, obezitenin nedenleri arasında en sık yer verilir. Bu kategoriyi fiziksel aktivite eksikliği; iradesizlik, depresyon gibi psikolojik

faktörler ile yanlış diyet uygulamaları takip etmektedir. Haberlerde obezitenin yol açtığı hastalıklara da yer verilmektedir. Bunlar arasında kalp-damar hastalıkları ile diyabetin öne çıktığı görülmektedir.

Obezite ve ilgili haberlerde, sürecin üstesinden gelme sorumluluğu obeziteden etkilenen bireylere bırakılmaktadır. Obesiteyle mücadeledeki ikinci önemli aktör ise sağlık profesyonelleridir. Haberlerde obeziteden korunmak ve obezitenin üstesinden gelmek için en sık önerilen yöntem, diyet ve beslenme alışkanlıklarının değişimidir. İkinci olarak cerrahi yöntem, üçüncü olarak ise spor ve egzersiz önerilmektedir. Fiziksel aktivite ve hareketli yaşam önerilerinin cerrahi yöntemlerden önce gelmesi beklenirken cerrahi yöntem haberlerinin fazlalığı dikkati çekmektedir.

Çalışmanın çözümleme bölümünün ikinci kısmında FOX TV, ATV ve SHOW TV'nin obezite ve ilgili toplam 60 haberi, hem içerik çözümlemesi hem de söylem çözümlemesi yöntemleriyle incelenmiştir.

Televizyon haberlerinde çoğunlukla geçmişte obeziteden etkilenen veya halen aşırı kiloları vermeye çalışan bireylerin görüşlerine başvurulmaktadır. Haberlerde ağırlıklı olarak obez bireylerin görüşlerinin yer almasının temel nedeni, televizyon haberlerinin daha çok başarı öyküleri formatında sunulmasıdır.

Obezite haberlerine cinsiyet açısından bakıldığında kadınların daha fazla görüldüğünü, erkeklerin ise tek başlarına son derece sınırlı bir biçimde habere konu olabildikleri söylenmelidir. Haberlerde kadınların ağırlıklı biçimde yer alması, obezitenin kadınlarla özdeşleştirilerek sunulduğu anlamına gelmektedir.

Haberlerde görüşlerine en sık yer verilenler, obez bireylerin yanı sıra doktor ve diyetisyen gibi sağlık profesyonelleridir. Ancak görüşlere yer verme bakımından kanallar arasında farklılıklar söz konusudur. SHOW TV'de obezite ve ilgili haberlerin neredeyse tamamı başarı öyküsüdür ve bu nedenle haberlerde obezitenin üstesinden gelmiş kişilerin anlatımları haberlerin çerçevesini kurmaktadır. Buna karşılık ATV ve FOX TV'de doktorlar ve diğer sağlık profesyonelleri haberin çerçevesini kuran temel kaynaklardır. SHOW TV haberlerinde ise sağlık profesyonelleri ikincil konumdadır ve daha çok verdikleri tıbbi bilgilerle başarı öykülerinin öznelerinin anlatımlarını destekler bir biçimde haberde yer almaktadır.

Televizyonda yayımlanan obezite haberlerine dair önemli bir başka bulgu, tıpkı gazete haberlerine benzer şekilde, haberlerin büyük çoğunluğunda obezite tanımının yapılmamış olmasıdır. Bu bulgu, habercilerin, obezitenin ne olduğu konusunda toplumun bilgi sahibi olduğu kabulüne dayanarak haber yaptıkları şeklinde yorumlanabilir.

Haberlerin yarısında, obezitenin nedenlerine yer verilmiş ve bunlar arasında ağırlıklı olarak beslenme alışkanlıkları gösterilmiştir. Beslenme alışkanlıklarının televizyon haberlerinde obezitenin nedeni olarak sunumu, gazete haberlerinden elde edilen bulgularla da örtüşmektedir. Televizyon haberlerinde sunulan obezite nedenleri arasında fiziksel aktivitenin azlığına, genetik faktörlere ve olası diğer hastalıklara oldukça az yer ayrılmıştır.

Beslenme alışkanlıklarının obezitenin başlıca nedeni olarak sunulması, obezitenin bireysel bir sorun olarak kavramsallaştırılmasına yol açmaktadır. Ayrıca obezitenin üstesinden gelinmesiyle ilgili sorumluluğun obezitenin kendisine bırakılması, obezitenin üstesinden gelmek üzere diyet-zayıflama ve beslenme alışkanlıklarının değişimi, egzersiz ve spor ile hareketli yaşam, cerrahi yöntemler gibi önerilerin öne çıkması da obezitenin birey tarafından çözülebilecek bir sorun olarak tanımlanmasına neden olmaktadır.

Obezitenin yol açtığı sonuçlar, daha çok hastalıklar düzleminde ele alınmıştır. Genel sağlıksızlık, diyabet, kalp-damar sorunları sözü edilen başlıca hastalıklar arasındadır. Diğer yandan haberlerde, obezitenin daha çok gündelik yaşamda dışlanma, itibarsızlaşma, güvensizleşme vb. toplumsal yönü ile irade, psikoloji ve yanlış beslenme alışkanlıkları gibi kişisel yapıdan kaynaklanan olumsuzluk yönüne vurgu yapılmaktadır. *ATV* ve *FOX TV*'de kanser türleri, karaciğer yağlanması, uykusuzluk, diyabet gibi fizyolojik sağlık sorunları öne çıkarılmaktadır. *ATV*'de genel sağlık sorunlarına ek olarak hareket etmede zorluklar ve yaşam kalitesinin düşmesine de değinilmektedir. *SHOW TV* haberlerinde ise obezitenin yol açtığı fizyolojik sorunlardan çok toplumsal yaşamda yalnızlaşma, dışlanma, sosyalleşememe ve benzeri sosyo-psikolojik sorunlardan söz edilmektedir.

Haberlerde açık veya örtük biçimde kullanılan çeşitli karşıtlıklar obeziteye dair anlamların üretiminde rol oynamaktadır. Sağlıklı ve obez olan arasındaki karşıtlık,

diğer karşıtlıklarla bir arada bulunmaktadır. Televizyon haberlerinin tamamında obeziteyle ilgili karşıtlıklar obeziteyi olumsuz kavramlarla ilişkilendirmektedir: Buna göre obezite; iradesizlikle, bilinçsiz olmakla, dertlerle, kalitesiz yaşamla, mutsuzlukla, dışlanmayla, güzel olmamakla, kendine güvensizlikle ve ölüme bağlantılandırılmaktadır. Obez olmamak ise normal kiloda veya zayıf olmakla, iradeli ve bilinçli olmakla, kaliteli yaşamla, mutlulukla, sosyallikle, güzellikle, özgüvene sahip olmakla ve yaşamla eşitlenmektedir.

Obezite ve ilgili haberleri gazetelerde okuyan ve televizyon haberlerinde izleyen heterojen bir kitleyi temsil eden görüşler, odak grup çalışması ile derlenmiştir. Medyada obezite haberlerinin alınması için 6 farklı odak grup belirlenmiştir: Gençler-orta yaşlılar/yaşlılar, düşük gelirli-yüksek gelirli, düşük eğitimli-yüksek eğitimli. Odak grup görüşmelerinde katılımcılar, obezite konusunda birbirlerinin sözünü tamamlayarak, destekleyerek, ekleyerek veya karşı çıkarak yaklaşımda bulunmuştur. Gruplardan elde edilen bilgiler bir arada değerlendirildiğinde, okurların/izleyicilerin obezite ve ilgili haberlere ilişkin değerlendirmeleri şu şekildedir:

Obezite farklı yaş, eğitim ve gelir seviyelerine sahip bireylerin bildiği, kısmen tanımlayabildiği, hakkında görüş bildirdiği bir konudur.

Katılımcıların konuya hâkimiyetleri öncelikle kişisel deneyimlerinden, beraberinde aile bireyleri ve yakın çevrelerindeki kişilerin deneyimlerinden kaynaklanmaktadır. Bununla beraber, obezitenin ardında yatan nedenler, sonuçlar ve olası riskler de katılımcıların görüş bildirdikleri konulardır. Katılımcıların konu ile ilgili görüş ve deneyimlerinin olması çeşitli dinamikleri ayırt edebilmeleri anlamına gelmektedir. Medyada obezite ve ilgili konulara sıklıkla yer verilmesinin katılımcıların konu hakkındaki bilgilerini ve uzman görüşlerine hâkimiyetlerini artırmış olduğu söylenebilir.

Obeziteyi; hareketsizlik, yanlış ve düzensiz beslenme, yeme bozukluğu, normalden fazla kilo alma, sınırın üstünde olma, standart olandan sapma olarak tanımlamaktadırlar. Tanımlamalar davranış bozukluğu, kendine hâkim olamama olarak ifade edildiği gibi çalışma koşulları, zamansızlık, teknoloji, beslenme alışkanlıklarının değişmesi kısacası modern yaşamın getirdiği gündelik hayat pratiklerinin bir sonucu olarak görülmektedir. Genetik faktör; katılımcılar tarafından

kontrollerinde olmayan, davranışlarından bağımsız bir dışsal faktör olarak tanımlamaya dâhil edilmektedir. Eklenen hastalıklarla birlikte obezitenin üstesinden gelmenin daha güç hale geldiğini belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, obeziteyi ötekileştirme aracı olarak görmelerinin yanı sıra obezite kavramının günümüzde kullanılan pek çok kavram gibi bir tür moda haline geldiğini ve toplumsal baskı aracı olarak kullanıldığını düşünmektedir.

Katılımcıların hemen hemen hepsi, obezitenin genel sağlık üzerindeki sonuçlarını, hastalık adlarını belirterek ifade etmiştir. Katılımcılar hastalık adlarının yanı sıra toplumsal ve psikolojik sonuçlarına da değinmişlerdir. Toplumsal dışlanmaya ve ötekileştirmeye sebep olması nedeniyle psikolojik sonuçları olduğunun altını bir kez daha çizmişlerdir.

Katılımcıların hemen hemen hepsi, obezite ve ilişkili haberleri takip etmektedir. Obezite konusu ilgi alanlarına girmeyen katılımcılar ise bu tür haberleri takip etmemektedir. Obezite ve ilgili haberleri takip etme sebebi olarak katılımcılar kendi bedenlerinde yaşadıkları sıkıntılara çözüm yolu bulmak ve aile bireylerine yardım etmek için bilgiye ihtiyaç duymalarını dile getirmektedir. Bilgi ihtiyacının yanı sıra bu tür haberleri izlemelerinin ardındaki neden olarak obezite ve ilişkili haberlerin merak uyandıracak şekilde verilmesini belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, haberlerde kadın ve erkeklerin sunumunda bir farklılık görmemektedir. Bununla beraber orta yaşlı/yaşlı ve yüksek eğitilmiş grup katılımcılarından bazıları kadın ve erkek obez bireylerin sunumunda farklılık gördüklerini ifade etmiştir. Tüm katılımcıların yarısından azı, toplumsal cinsiyet rolleri açısından toplumda kadınların güzel, alımlı olmaları gerektiği beklentisi olduğunu ve bunun yolunun kadının zayıf olması gerektiği düşüncesinin temelde yattığını düşünmektedir. Buna karşın medyada erkeğin kilosunun herhangi bir sorun yaratmadığına dair sunumların yapıldığı görüşünde hemfikirlerdir. Bunlara ek olarak, kadın erkek ayrımı gözetmeksizin obez bireylerin neşeli ve tasasız olduklarına dair bir izlenim veren paylaşımların yapıldığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, çocukluk çağı obezitesi ile ilgili görsel veya bilgileri hatırlamamıştır. Bu-

nunla beraber katılımcıların büyük çoğunluğu, özellikle çocuklarla ilgili uç örneklerin gösterilmesini rahatsız edici bulmaktadır.

Obeziteye ilişkin sayısal veriler konusunda katılımcıların hiçbiri kesin bir bilgiye sahip değildir. Bilgi sahibi olmamakla birlikte orta yaşlı/yaşlı grup katılımcıları ile düşük gelirli katılımcıların tahmin yapmaya ve yüzdeler vermeye çalıştıkları görülmüştür.

Katılımcıların hemen hemen hepsi ilgili haberlerde doktor, uzman ve ünlü kişilerin görüşlerine daha çok yer verildiğini düşünmektedir. Katılımcılar, obezite ile ilgili haberlerde obez birey görüşlerine bir başarı hikâyesi olması durumunda yer verildiğini düşünmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, cerrahi operasyona yönlendiren giderek artan sayıda haber olduğunu ve bu haberlerde operasyonun maliyeti ile olası risklerinden söz edilmemesini eleştirmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, obezite ve ilgili haberlerde olumlu, motive eden, klişe olmayan görüntülere; dengeli beslenen, spor yapan, aktif, bilinçli kişi görüntülerine ve başarı hikayelerine yer verilmesinin yerinde olacağını belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, uç örneklere yer verilmesinin doğru olmadığını, "aşırı kilolu kişilerin", "sarkan göbeklerin", "yemek yerken dağılmış" ve "yatağa bağımlı" görüntülerin olumsuz ve itici olduğunu, ulaşılmaz hedefler verilmemesi gerektiğini düşünmekte olup korkutucu, ürkütücü ve benzeri görüntülerden ve içeriklerden kaçınılması gerektiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, gazete haberlerinin kolay anlaşılır olmadığını düşünmektedir. Terimler ve anlaşılmaz sözcüklerle metinden uzaklaştıklarını eklemiştir.

Katılımcıların tamamı, obezite hastası olduklarını düşünmeleri durumunda hangi içeriklerin veya görüntülerin haberlerde yer almasını istedikleri konusunda; tek çözüm yolunun ilaç veya cerrahi müdahale olmadığı, azim ve kararlılığın teşvik edildiği, insanların belirli kalıplara sokulmadığı, olumsuz görüntülerin sunulmadığı, dışlayan ve ötekileştiren bir dilin kullanılmadığı içeriklerin veya görüntülerin haberlerde yer almasını istediklerini özellikle vurgulamışlardır.

KAYNAKÇA

- Adıyaman, F. (2016). Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Obezite ile Mücadele Bakanlar Konferansının öncesi ve sonrasında obezitenin gazetelerde sunumu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(3), 204-223.
- Altunkaynak, B. Z. ve Özbek, E. (2006). Obezite: Nedenleri ve tedavi seçenekleri. *Van Tıp Dergisi*, 13(4), 138-142.
- Atanasova, D., Koteyko, N. ve Gunter, B. (2012). Obesity in the news: directions for future research. *Obesity Reviews*, 13(6), 554-559.
- Babaoğlu, K. ve Hatun, Ş. (2002). Çocukluk çağında obezite. *STED*, 11(1), 8-10.
- Bastian, A. (2011). Representations of childhood obesity in Australian newsprint media and academic literature. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 35(2), 135-139.
- Berberoğlu, M. (2008, Mart). Adolesanlarda obezite. İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri Sempozyum Dizisi. No: 63, 79-80.
- Birinci Basamak Sağlık Hizmetlerinde Obezite Klinik Rehberi. Türkiye Halk Sağlığı Kurumu. Yayın No. Ankara 2017.
- Blood, R. W., Holland, K., Thomas, S., Karunaratne, A. ve Lewis, S. (2010). On being 'fat': obese and overweight Australians respond to news depictions of obesity and overweight. Annual International Communications Association Conference, 1-24.
- Boero, N. (2007). All the news that's fat to print: The American "obesity epidemic" and the media. *Qualitative Sociology*, 30(1), 41-60.
- Bonfiglioli, C. M., Smith, B. J., King, L. A., Chapman, S. F. ve Holding, S. J. (2007). Choice and voice: obesity debates in television news. *Medical Journal of Australia*, 187(8), 442.
- Couch, D., Thomas, S. L., Lewis, S., Blood, R. W. ve Komesaroff, P. (2015). Obese adults' perceptions of news reporting on obesity: the panopticon and synopticon at work. *SAGE Open*, 5(4), 1-14.
- De Brún, A., McCarthy, M., McKenzie, K. ve McGloin, A. (2015). Examining the media portrayal of obesity through the lens of the common sense model of illness representations. *Health Communication*, 30(5), 430-440.
- Demircioğlu, S., Bulanık, E., Cennet, Ö., Koyuncu, Z., Benderlioğlu, E. ve Aslan, D. (2012). Mart, Ağustos, Ekim 2011 ve Şubat 2012 aylarında obezite konusunda tirajı en yüksek ulusal beş gazetede yer alan haberlerin içerik açısından incelenmesi. *15. Ulusal Halk Sağlığı Kongre Kitabı*. içinde. (ss.777-779). Bursa: Halk Sağlığı Uzmanları Derneği- Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı.
- Dişçigil, G. (2007). Günümüzün çocukluk ve adolesan çağı epidemisi: obezite. *Türk Aile Hekimleri Derneği*, 11(2): 92-96.
- Dursun, Ç. (2013). Eleştirel söylem çözümlemesi. *İletişim Kuram Kritik*. (ss. 69-88). içinde. Ankara: İmge.
- Ergün, A. (1998). Obezite, besin alımı ve vücut ağırlığının kontrolünde leptin. *Türkiye Klinikleri Tıp Bilimleri Dergisi*, 18: 220-225
- Evans, W. D., Renaud, J. M. & Kamerow, D. B. (2006). News media coverage, body mass index, and public attitudes about obesity. *Social Marketing Quarterly*, 12(4), 19-33.
- Fiske, J. (2014). İletişim çalışmalarına giriş, (Çev. S. İrvan). İstanbul: Pharmakon.
- Gearhart, S., Craig, C. ve Steed, C. (2012). Network news coverage of obesity in two time periods: An analysis of issues, sources, and frames. *Health Communication*, 27(7), 653-662.
- Gedik, O. (2003). Obezite ve çevresel faktörler. *Turkish Journal of Endocrinology and Metabolism*, 2: 1-4.
- Gollust, S. E., Eboh, I. ve Barry, C. L. (2012). Picturing obesity: Analyzing the social epidemiology of obesity conveyed through US news media images. *Social Science&Medicine*, 74(10), 1544-1551.
- Gökçe, O. (2006). İçerik analizi: kuramsal ve pratik bilgiler. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hall, S. (1992). Kültür medya ve ideolojik etki. M. Küçük (Ed.) *Medya İktidar İdeoloji*. Ankara: Ark.
- Hall, S. (1996). Who needs identity? S.Hall ve P. du Gay (Ed.) *Questions of Cultural Identity*, (ss. 1-17). UK: Sage.

- Hawkins, K. W. ve Linvill, D. L. (2010). Public health framing of news regarding childhood obesity in the United States. *Health Communication*, 25(8), 709-717.
- Heuer, C. A., McClure, K. J. ve Puhl, R. M. (2011). Obesity stigma in online news: A visual content analysis. *Journal of Health Communication*, 16(9), 976-987.
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24573> (Erişim Tarihi: 23/05/2017)
- <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/facts/en/index6.html> (Erişim Tarihi: 23/05/2017).
- Kahraman, G. (2014). Obeziteye yönelik tutum ve inançların geliştirilmesinde sağlık programlarının etkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı: Sakarya.
- Kalan, I. ve Yeşil, Y. (2010). Obezite ile ilişkili kronik hastalıklar. *MİSED*, 23-24.
- Kim, S. H. ve Anne Willis, L. (2007). Talking about obesity: News framing of who is responsible for causing and fixing the problem. *Journal of Health Communication*, 12(4), 359-376.
- Lawrence, R. G. (2004). Framing obesity: The evolution of news discourse on a public health issue. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9(3), 56-75.
- Major, L. H. (2009). Break it to me harshly: The effects of intersecting news frames in lung cancer and obesity coverage. *Journal of Health Communication*, 14(2), 174-188
- Mollaoğlu, S. (2015). Televizyonda yayımlanan obezite ile ilgili kamu spotlarının obez bireylerin kilo vermeye yönelik tutum ve inançları üzerine etkisi ve grafik tasarım açısından incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı: Sivas.
- Onat, A. (2003). Türkiye’de obezitenin kardiyovasküler hastalıklara etkisi. *Türk Kardiyoloji Derneği Araştırmaları*, 31: 279-289.
- Öğüt, P. ve Aslıhan, A. (2014). Public health framework of writings regarding obesity in Turkey. 12th International Symposium Communication in the Millenium. (15-18 Haziran 2014), Eskişehir.
- Öztürk, A. ve Aktürk, S. (2011). İlköğretim öğrencilerinde obezite prevalansı ve ilişkili risk faktörleri. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 10(1): 53-60.
- Saguy, A. C. ve Almeling, R. (2008, Mart). Fat in the Fire? Science, the News Media, and the “Obesity Epidemic”. *Sociological Forum*, 23 (1), 53-83.
- Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Ankara Numune Eğitim ve Araştırma Hastanesi. Türkiye beslenme ve sağlık araştırması 2010: Beslenme durumu ve alışkanlıklarının değerlendirilmesi sonuç raporu. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 931, Ankara 2014.
- Savaşhan, Ç., Sarı O., Aydoğan, Ü. ve Erdal, M. (2015). İlkokul çağındaki çocuklarda obezite görülme sıklığı ve risk faktörleri. *Türk Aile Hekimleri Dergisi*, 19(1): 14-21.
- Semerci, C.N. (2004). Obezite ve Genetik. *Gülhane Tıp Dergisi*, 46(4): 353-359.
- Sezgin, D. (2011a). Tıbbileştirilen yaşam, bireyselleştirilen sağlık. İstanbul: Ayrıntı.
- Sezgin, D. (2011b). Yaşam Tarzı Önerileri Bağlamında Sağlık Haberlerinin Analizi. *Ankyra: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2) DOI: 10.1501/sbeder_0000000034: 52-78.
- Sezgin, D. (2014). Çocukluk çağı obezitesi ve iletişim. Adölesan çağındaki çocuklar, velileri ve öğretmenlerinin obezite durumları ile beslenme alışkanlıklarının değerlendirilmesi projesi, 52-55.
- Yavuz, Ş. (2007). Reklamları İzlediniz. Ankara: Ütopya.
- Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2006). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin.
- Yüksel, E., Adıyaman, F., Keçeli, D., Doruk, Ö., Yavuz, Ö. ve Kasdemir, B. (2014). Obezite konusu basında nasıl çerçevlenmektedir? *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 149-176.