

## Araştırma Makalesi

# Televizyon kanallarındaki gündüz programlarında kadın sağlığı ve toplumsal cinsiyete bakışın değerlendirilmesi

Nilay Etiler<sup>a</sup>, Ülkü Zengin<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Kocaeli

<sup>b</sup> Uzm. Dr., Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Kocaeli

Geliş tarihi: 24.11.2014, Kabul tarihi: 13.05.2015

### Özet

**Amaç:** Televizyonların gündüz kuşağı programları genellikle kadınlara yöneliktir ve sağlık alanı dahil olmak üzere kadınların ilgi alanına giren çeşitli konular işlenmektedir. Bu çalışmada, gündüz kuşağında yayınlanan televizyon programlarının kadın sağlığı konularına ve toplumsal cinsiyet sorunlarına yaklaşımın saptanması, aktarılan bilgilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. **Yöntem:** Mayıs-Haziran 2013 tarihlerinde televizyonlarda gündüz kuşağı programlarının nitel değerlendirme ile incelendiği tanımlayıcı bir çalışmadır. Gündüz kuşağında kadın ve sağlık programı olan 11 kanalda, sağlık programları arasında 18 bölüm, genel kadın programları arasında dördü olmak üzere toplamda 22 bölüm incelenmiştir. **Bulgular:** Programlarda en fazla ele alınan konular zayıflama / sağlıklı beslenme ve estetik sorunlardır. Daha ender olarak kadınların üreme sağlığı sorunları (doğum, menopoz vb), kas-iskelet sistemi hastalıkları ele alınmıştır. Program boyunca geçen konuşmalarda satır aralarında verilen mesajlarla kadınların toplumsal cinsiyet rolleri yeniden üretildiği görülmektedir. Ayrıca programlarda kadınların hizmetin tüketicisi olarak ele alındığı ve sağlık bakımından ayakkabı tabanı ve tencere gibi çeşitli malzemelere kadar reklam öğelerine rastlanmıştır. **Sonuç:** Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin derin olduğu ülkemizde söz konusu programlar, mevcut toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üreten bir işlev görmektedir. Ele alınan sağlık konuları ise toplumumuzda kadın sağlığı sorunları ile örtüşmemekte, sağlık sorunları güzellik ve estetik yoğunluklu sunulmaktadır. Oysa söz konusu programlar, kadın sağlığını geliştirmenin bir aracı olmanın yanında giderek derinleşen toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde bir müdahale aracı olabilecek niteliktedir. Bu konularda devletin ilgili kuruluşlarının yol göstericiliği ve denetimine gereksinim vardır.

**Anahtar Kelimeler:** Kitle iletişim araçları, televizyon, kadın sağlığı, toplumsal cinsiyet, medyada kadın görüntüleri.

**Sorumlu Yazar:** Nilay Etiler, Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Umuttepe Kampüsü 41380 İzmit, Kocaeli, E-mail: [nilayetiler@gmail.com](mailto:nilayetiler@gmail.com) Tel: 262 3037550

# **Evaluation of view to women's health and gender in television channels' daytime programmes**

## **Abstract**

**Objective:** Daytime programmes in television channels generally target women by considering several topics including health which are points of interests for women. In this study, we studied the contents of the daytime programmes of TV channels to women's health and gender problems and to determine the transmitted knowledge. **Methods:** This descriptive study applied qualitative assessment to daytime programmes in TV channels showing during May-June 2013. 11 channels which have daytime programmes about women and health, A total of 22 sessions were included in the study where 18 were health and 4 were general women programmes in 11 channels which have daytime programmes. **Results:** The most discussed issues are about slimming and healthy nutrition and beauty issues in those programmes. Women's reproductive health issues (labour, menopause etc.) or their musculoskeletal disorders were rarely discussed. In the discussions, gender roles of women are presented with many hidden messages. In addition, we found that women were treated as consumers with advertising of many items from health care to several materials including shoes sole and cooker pots. **Conclusion:** These kinds of programmes are functioning to reproduce existing gender roles in Turkey where the gender gap is already deep. The health topics discussed do not overlap with women's health problems our society's health problems were densely presented with beauty and esthetic contents. However these programmes could be used both as a tool in women's health promotion and as an intervention to decrease the gender gap in our society, a gap that is increasing gradually. There is a necessity that relevant institutions of the government should plan and control these issues.

**Key Words:** Mass media, television, women's health, gender, images of women in media.

## **Giriş**

Televizyon kanallarının günlük yayın akışını izleyici kitlesine göre oluşturulmasının bir sonucu olarak, gündüz kuşağındaki programların bir kısmı kadınlara yönelik hazırlanmaktadır. Bu programlarda genellikle 'ev kadınları' hedef kitle olarak belirlenmiştir ve bu hedef kitlenin beğenileri doğrultusunda, onların ilgisini çektiği varsayılan ayrıca eğlencenin de yer aldığı programlar yapılmaktadır.

Türkiye'de kadınların çalışma yaşamına katılımları oldukça düşük olup, işgücüne katılımı oranı %28.7, istihdam oranı %25.4 düzeyindedir.<sup>1</sup> Kadınların

işgücüne dahil olamama nedenlerinin başında 'ev işleriyle meşgul olmak' gelmektedir.<sup>2</sup> Ev kadınları, televizyon kanallarının gündüz programlarının potansiyel izleyicisi olarak kabul edilmektedir. Kadınlar arasında hafta içi televizyon izleme sıklığı 2006 yılında günde 3.8 saatten iken 2012 yılında 5.3 saate çıkmıştır.<sup>3</sup> Türkiye'de ücretli bir işte çalışmayan yani ev kadını olarak nitelenen kadınların günlük televizyon izleme süresi yaklaşık 2.5 saat olarak bildirilmektedir.<sup>4</sup>

Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması'na göre kadınların en fazla izlediği programlar yerli diziler, kadın programları, eğlence-güldürü-talk show

programları ve magazin programları iken erkekler haber programları, spor programları, açık oturum ve tartışma programları, belgeseller ve ekonomi programlarını daha fazla izlemektedir.<sup>3</sup> Yine aynı araştırmaya göre gündüz saatlerinde kadınların ve evlilerin televizyon izleme sıklığı fazladır.

Sağlık açısından bakıldığında sabah kuşağı kadın programlarında konunun sıkça ele alındığı görülmektedir. Türkiye’de toplam 29 milyon 15 yaş üstü kadın vardır, bunların 20 milyonu doğurganlık dönemi olarak kabul edilen 15-49 yaş arasındadır.<sup>5</sup> Kadınların yaşadıkları sağlık sorunları açısından bakıldığında gebelik, doğum ve çocuk bakımı konularının bu yaş grubunda öncelikli olduğu görülmektedir.<sup>6</sup> Kadınların sağlık sorunlarının bir kısmı da toplumsal cinsiyet rolünden kaynaklanan sorunlardır. Türkiye İstatistik Kurumu(TUİK)’na göre ücretli bir işte çalışmayan kadınlar günde ortalama 5 saat 43 dakika “hanehalkı ve ev bakımı” için harcarken çalışan kadınlar için bu süre 4 saat 3 dakikadır.<sup>4</sup> Hanehalkı ve ev bakımı için harcanan süre erkekler için oldukça kısa olup çalışan erkekler için 43 dakika, çalışmayan erkekler için 1 saat 12 dakikadır.<sup>4</sup> Bu tablo, toplumumuzdaki kadınların çalışma hayatına katılsa da katılmasa da toplumsal cinsiyet rolü gereği ağır bir iş yükü olduğu anlamına gelmektedir. Kadınların ‘bakım veren’ konumda olmaları, çocuk, yaşlı, hasta vb aile bireyleri için fiziksel ve duygusal emek harcamaları ile sonuçlanmakta, bunun da bazı bedensel ve ruhsal etkileri ortaya çıkmaktadır.<sup>7</sup>

Toplumsal cinsiyet rolleri, toplumun geleneklerinden köken alan ve toplumdaki üretim ilişkilerine kadar uzanan geniş bir yelpazede belirlenmektedir. Yine toplumsal cinsiyet tarafından belirlenmiş kadının ‘özel alanı’ yani evlerin içinde geçen yaşantılarında kitle iletişim araçlarının etkisi göz ardı edilmeyecek bir boyuttur. Televizyon, kadınların en fazla kullandığı kitle iletişim aracı olma özelliğindedir.<sup>8,9</sup> Tek yönlü iletişim özelliği taşıyan kitle iletişim araçlarının, kadın konusuna yaklaşımı iki başlıkla özetlenebilir. Bunlardan ilki, kadının toplumsal

cinsiyetinin yeniden üretildiği bir araç olması, ikincisi kadını potansiyel bir tüketici olarak ele almasıdır.

Kitle iletişim araçlarının hedef kitle olarak kadınlara yaklaşımı, özellikle 1970’li yıllarda feminist hareketin hız kazanmasıyla tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Medyanın kadınlık rolünü yeniden üreten işlevini deşifre etmeyi hedefleyen çalışmalar, medyanın toplumsal gerçeklikleri değil, toplumsal ideallerin içerildiği gerçeklikleri kurduğunu öne sürmektedir.<sup>10</sup> Medya araştırmalarının bir kısmı, medya yayınlarının kültürel niteliğiyle, rol model yaratması etkisi ile ilgilenirken diğer bir kısmı medyanın bütünsel bir yaşam ve düşünce modelini destekleyen ideolojik etkileri ile ilgilidir.<sup>11</sup> Her iki kapsam da toplumsal cinsiyet rollerinin medya aracılığıyla toplumda yeniden üretilmesi ve bunun üzerinden bir sağlık pazarı yaratma çabası anlamına gelmektedir.

Kitle iletişim araçlarının kadınları hedefleyen yayınlarında en sık ele alınan sağlık konusu, ideal beden ölçüleri olmaktadır.<sup>12-14</sup> Televizyon programları, her iki cinsiyet için de kaslı vücut yapısına sahip olma isteği ile ilişkilidir.<sup>12</sup> Kadınlarda yeme bozuklukları ile medya kullanımı arasındaki ilişkide ise, dergi okuyuculuğunun televizyon izleyiciliğinden daha büyük etkisi vardır.<sup>13</sup> Medyanın kadınlar için çizdiği ideal düşük kilo portresi sonucunda, kilo verme mesajlarının kadınlar üzerindeki etkisi sağlık gerekçelerinden çok çekicilik noktasında olmaktadır.<sup>14-15</sup> Diğer yandan tarihsel olarak kadının güçsüzlüğü ile ilişkilendirilen kadın bedeni, günümüzde de yeni sağlık paradigmasının konusu olmakla eleştirilmektedir.<sup>16</sup>

Türkiye’de televizyonun kadın ve sağlık konularına yaklaşımını ele alan pek çok çalışma mevcuttur.<sup>8,9,17-19</sup> Sağlığın geliştirilmesi bağlamında kadın sağlığına katkı sağlayabilecek bir araç olan televizyon programlarının, bu işlevi ne kadar yerine getirdiği bir eleştiri konusudur. Bu çalışmada, gündüz kuşağında ulusal kanallarda yayınlanan televizyon programlarının kadın sağlığı konularına ve

toplumsal cinsiyete yaklaşımın saptanması amaçlanmıştır.

## Gereç ve Yöntem

Araştırma, nitel değerlendirmenin kullanıldığı tanımlayıcı bir araştırmadır.

Araştırmada amaçlı örnekleme yapılarak Mayıs-Haziran 2013 tarihlerinde ulusal televizyon kanallarının gündüz kuşağında yer alan sağlık programları ve kadın programları araştırmaya alınmıştır. Yapılan incelemede toplamda 11 ulusal kanalın gündüz kuşağında sağlık programı olduğu saptanmıştır, bir program hariç diğerlerinin en az bir bölümü araştırma kapsamına alınmıştır. Söz konusu program, uydudan yayın yaptığı için izlenememiş, webde de bulunamamış olduğu için değerlendirilememiştir. Ayrıca araştırma tarihlerinde gündüz kuşağında yayınlanan altı kadın programından, izlenme oranı en yüksek olan üçü incelenmiştir. Araştırmaya alınan programlar Tablo 1’de özetlenmiştir. Sağlık programları arasında 18 bölüm, genel kadın programları arasında dördü olmak üzere toplamda 22 program değerlendirilmiştir. Programların süresi 15 dakika ile iki saat arasında değişmektedir.

Araştırma kapsamındaki programların, televizyon kanallarının web sayfalarında arşivlenen eski programları izlenmiştir. Böylece gerektiği yerde durdurarak ya da geri alarak program tekrar tekrar izlenmiş böylece bazı noktaların atlanması ya da yanlış anlaşılmasının önüne geçilmiştir.

Araştırmada üç tema belirlenmiştir, bunlardan ilki televizyon programlarında ele alınan ana konular, ikincisi programların katılımcıları ve son olarak program sırasında doğrudan ya da dolaylı olarak yapılan ticari tanıtımlardır. İlk tema olan ‘ele alınan konular’ın altında, sağlık sorunları ve toplumsal cinsiyet söylemleri alt temalar olarak belirlenmiştir. Tema analizleri, iki kişi (yazarlar) tarafından yapılmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya alınan televizyon programları

Televizyon Kanalı	Programın Adı	Yayın Saati	İncelenen Program sayısı
<b>Sağlık Programları</b>			
Beyaz TV	Her şey için sağlık	09:00	1
Kanal 24	Moderatör sağlık	10:20	2
	Sağlık Merkezi	15:10	1
Kanal 7	Dr. Feridun Kunak Show	10:45	2
Kanal A	Yaşam Terapi	14:20	1
Kanal D	Doktorum	09:00	1
Kanaltürk	Ender Saraç'la Sağlıklı Günler	08:45	4
Meltem Tv	Doktorunuz Sizinle	14:00	1
Olay Tv	Sağlıklı Dünya	11:15	2
Samanyolu Tv	Sağlıkla - Hayatın Nabızı	08:30	2
TGRT Haber	Sağlıklı Yaşam	10:15	1
<b>Kadın programları</b>			
Show Tv	Saba Tümer ile Bugün	11:30	1
Star TV	Melek	10:00	1
Tv 8	Seda Sultan	10:45	2

## **Bulgular**

Değerlendirilen televizyon programlarının ele aldığı sağlık konuları ve programların içerikleri Tablo 2’de özetlenmiştir.

Programlarda en fazla beslenme konuları işlenmektedir. Buradaki temel yaklaşım, zayıflama yöntemleri, kilo almamanın yolları, diyetler olup programların içeriklerinde şişmanlatmayan diyetler, yemek tarifleri saptanmıştır. Kadınların en sık görülen beslenme sorunlarından biri olan kansızlık konusu sadece bir programda değinilen konu olmasına karşılık nedenleri ya da tıbbi tedavisinden bahsedilmemiş, tedavi olarak bir besin (keçiboynuzu) önerilmiştir.

Programlarda diğer bir kümelenme gösteren alan estetik ve güzellik konularıdır. Estetik konuları ele alınırken tümünde estetik ameliyatların gerekçelerinden bahsedilerek ameliyatlar rasyonalize edilmiştir. Bir programda ‘kişinin dış görünümüyle ruhsal sağlığı, kendini iyi hissetmesi arasında ilişki’ olduğu, diğerinde estetik ameliyatların, keyfi bir durumdan çok bir sağlık sorunu olduğu vurguları yapılmıştır. Başka bir programda ise fiziksel olarak bakımlı olmak karşındakine saygı göstermekle eşdeğer tutularak “bakımsız bir kişi karşısındakinin moralini bozabilir” ifadesi kullanılmıştır. Estetik ve güzellik konuları başlığı altında saç ekiminden kavitasyon ile incelmeye kadar farklı işlemlerden ayrıntılı olarak bahsedilmiştir. Güneş ışınlarından korunma konusu koruyucu sağlık uygulaması bağlamında değil ciltte neden olduğu lekelenmeler ve tedavisi bağlamında ele alınmıştır.

Üreme sağlığı konularında ele alınan pek çok konu arasında meme kanserleri ön plana çıkmaktadır. Bir programda kendi kendine meme muayenesinin ele alınması hariç, meme kanseri konusuna yaklaşım ruhsal etkiler, memenin kadın için anlamı gibi konular olmuştur.

Programlarda değinilen konuların önemli bir kısmında toplumsal cinsiyet içeriği vardır. Bu anlamda çoğu satır

aralarında olmak üzere kullanılan bazı ifadeler şöyledir:

“Evin direği anneler ile ilgili konuşuyoruz.”

“Her kadın anne olarak doğar”. (Kadınların toplumsal cinsiyet özellikleri Allah’ın lütfü olarak tanımlandıktan sonra)

“Strese girmeyeceğiz. Neden? Çocuklarına eşine hizmet etmek için önce sen iyi olacaksın”

“Evin anası çok önemli, bir şey oldu mu evin bütün dengesi bozuluyor. O yüzden hanım kardeşlerim kendinize iyi bakın.”

“Bir ev kadını her zaman temiz olmalı”

Kadınların toplumsal cinsiyet rollerini değiştirmeye ilişkin tek mesaj, erkek çocuklarının kendilerine bağımlı olmadan yetiştirmeleri konusundaydı.

Kadın-erkek ilişkilerinin konuşulduğu bir programda, premenstrüel gerginlik ilişkiyi bozan bir unsur olarak ele alınmıştır. Bu konuyla ilgili yapılan espriler ile stüdyoda gülüşmeler olduğu görülmüştür.

Gerek konukların gerekse sunucuların konuşmalarında toplumsal cinsiyetin yeniden üretildiği diğer bir alan olan İslamiyet dinine referansların hakim olması dikkat çekmiştir. Bunlardan bazıları şöyledir:

Omurga hastalıklarının ele alındığı bir programda “bir kişi Allahın yaptığı bir beli kötü kullanıyorsa” denmesi.

Bir akademisyenin cerrahi ile ilgili tanımında: “cerrahi biraz zordur, adım adım gitmek gerekir, namaz gibi” denmesi.

Programda sabah egzersizlerine besmele ile başlama.

Sunucunun “bir işe başlamadan önce ne yapmamız lazım” diye seyircilere sorduktan sonra yanıtını kendisi vererek “bismillahirrahmanirrahim demek gerekiyor” demesi.

Menstruasyonun “Yüce Rabbim periyodik olarak hanım kardeşlerimizin yumurtalarının dışarıya atılması için” diye tanımlanması.

Tablo 2. Programların ele aldığı ana konular ve içerikleri.

<b>Programların Ana Konuları</b>	<b>Ele alınan konular</b>	<b>Programların içerikleri</b>
Beslenme	Diyet ile zayıflama Kilo almamak için beslenme Kişiyeye özel beslenme programı (metabolik balans yöntemi) Mesoterapi ile zayıflama	Meyve ve sebzelerde besin içerikleri (vitamin, mineral vb) Kansızlık Şişmanlatmayan yemek tarifleri Ticari bir ürünün (çay) yararları
Estetik ve güzellik	Estetik ameliyatlar Saç ekimi Lazer epilasyon Kavitasyon Ozon terapisi Cilt lekelerinin tedavisi Benler ve güneş ışınları	Kadının fiziksel olarak bakımlı olmanın gerekliliği Dış görünümünün ruh sağlığı üzerine etkisi Estetik ameliyatların sağlık gerekçeleri Cilt bakımı, nemlendirici özel tarifler
Üreme sağlığı sorunları	Menopoz Doğum (Normal doğum, doğum anestezi, ağrısız doğum, spor ve doğum) Andropoz Myom Kemik erimesi Meme kanserinde erken tanının önemi Kendi kendine meme muayenesi	Meme kanserinde ileri yaşta çocuk sahibi olmaya vurgu Meme kaybının ruhsal sorunları Memenin tarihsel olarak kadınlık ve annelik ile ilişkisi Menstruasyona bağlı olarak kadınların gerginliği
Kas-iskelet sistemi hastalıkları	Diz hastalıkları Bel ağrısı Huzursuz bacak sendromu	Tedavi ve egzersizler
Göz hastalıkları	Göz kapağı hastalıkları Katarakt cerrahisi ve refrakter cerrahi	Tedavi ve ameliyat konusunda bilgi
Diğer	Akciğer kanseri	Gezi parkında biber gazı kullanımı Sigara ve akciğer kanseri ilişkisi
İlk yardım Alternatif tıp	Kalp masajı ve suni solunum Alternatif bitkisel tedaviler Ozon yağı (ozonlanmış zeytinyağı) Kavun ve karpuz çekirdeğinin yararları	Mucize tedaviler olarak sunum Ticari ürünlerin tanıtımı Erkekler için afrodizyak besinler

### *Programların katılımcıları*

Kadın programlarında beklendiği gibi tüm izleyiciler kadındı. Sağlık programların çoğunda, tamamını kadınların oluşturduğu izleyici kitlesi vardır, sadece bir sağlık programında hem kadınlar ve erkekler olduğu gözlenmiştir. Sunuculardan ise yedisi kadın beşi erkektir. Programların bazılarında konuk yoktur. Programlarda görüşüne başvuru alan kişilerin yani konukların altısı kadın, 13'ü erkektir. Programa konuk edilen hekimlerin beşi, sunuculardan biri özel hastane çalışanıdır, bir hekim üniversite hastanesinde öğretim üyesidir, üç hekimin ise çalıştığı yer belirtilmemiştir.

### *Program sırasında yapılan doğrudan ya da dolaylı ticari tanıtımlar*

İncelenen programların içeriğinde zaman zaman doğrudan ya da dolaylı tanıtımlar yer aldığı saptanmıştır. Konuklar, çoğu özel hastane olan kurumlarda verdikleri hizmetlerden sohbet arasında bahsetmişlerdir. Bir programda mucize tedavi olarak sunulan tedavinin nereden temin edilebileceği sunucu tarafından sorulmuş ve yanıtı olan özel hastanenin adı birkaç kez tekrar ettirilerek doğrudan reklamı yapılmıştır.

Bir programın ana konusu, ticari bir ürün olan bitkisel bir çay idi, tüm program boyunca bu çayın pek çok sağlık yararından bahsedilerek reklamı yapılmıştır. Araştırmada incelenen bir programda da sağlıklı yemek tarifleri verilirken bir tencere reklamı yapılmıştır. Diğer bir programda çekiliş ile yine ticari bir ürün olan bir ayakkabı tabanı reklamı saptanmıştır.

### **Tartışma**

Toplumsal cinsiyet, bilindiği gibi, biyolojik cinsiyetin üzerine sosyal olarak inşa edilen cinsiyet kalıplarını ifade eden bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet kavramı, her toplumda mevcut olmakla birlikte, toplumun kültürel özellikleri ile farklılaşabilmektedir.<sup>11</sup> Türkiye, toplumsal cinsiyet rollerinin kutuplaştığı ülkelerden

birdir. Dünya Ekonomik Forumu'nun hazırladığı Küresel Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Uçurumu Raporu'na göre Türkiye 2013 yılında listede bulunan 136 ülkeden 120.si olarak listenin sonlarında yer almaktadır.<sup>20</sup> Bunun yanı sıra kadın ve erkeklerin hane halkı ve ev bakımı için harcadıkları süre açısından Türkiye, Avrupa'da en eşitsiz ülke konumundadır.<sup>4</sup> Yaşanan kadın cinayetlerini de eklediğimizde Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kadınlar açısından önemli bir sorun olduğu söylenebilir.

Toplumsal cinsiyet rolleri, toplumun kültürel ve dinsel geleneklerinden köken alan ve toplumdaki üretim ilişkilerine kadar uzanan geniş bir yelpazede belirlenmektedir. Yine toplumsal cinsiyet tarafından belirlenmiş kadının "özel alanı" yani evlerin içinde geçen yaşantılarında kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun etkisi göz ardı edilmeyecek bir boyuttadır. Beklendiği gibi kitle iletişim araçlarından kadınlara aktarılan sadece bilgiler olmamakta geleneksel değer ve normlar da çeşitli şekillerde aktarılmaktadır. Bu açıdan bakınca hiç kuşkusuz ki kitle iletişim araçlarının toplumsal cinsiyet rolü üzerinde önemli bir etkisi vardır. Kadın, televizyon programlarının %40'ında anne, %20'sinde cinsel bir nesne, %10'unda eş ve %9'unda başarılı kadın olarak ele alınmaktadır.<sup>21</sup> Bizim çalışmamızda da program sırasında sarf edilen cümlelerde, kadınların bir eş, anne olduğu, aile üyelerine hizmet etmesi gerektiği uysal, temiz ve çalışkan olması gerektiğine dair mesajlar verildiği saptanmıştır. Kadınların anne ve eş olarak ele alınması aynı zamanda kadını aile üyelerinin de sağlığından sorumlu kişi olarak tanımlamaktadır. Hatta kadınların medyadan yararlanmaları konusunda yapılan çalışmalarda bu toplumsal cinsiyet rolü temel alınmaktadır.<sup>8</sup> Kadının "sağlığın ailedeki tedarikçisi" rolünün medyada yeniden üretilmesi önemli eleştiri noktalarından biridir.<sup>17</sup> Bizim çalışmamızda da programlarda çocuk bakımı ve ailenin beslenmesi konularının ele alınması, kadının bu toplumsal cinsiyet rolü ile ilişkili olarak görülmektedir.

Araştırmada kadın sağlığı programlarında zayıflama diyetleri ve estetik sorunların önemli bir yer tuttuğu saptanmıştır. Gazete haberlerinin incelenmesiyle yapılan bir araştırmada da benzer şekilde sağlık haberlerinde en fazla beslenme/diyet ve estetik konularının olduğu, böylece bu haberlerin kadınların fiziksel özelliklerinin güzellik için önemli bir ölçüt olduğu algısı yarattığı bildirilmiştir.<sup>18</sup> Bir metaanaliz çalışmasında ise medya tarafından ideal beden “zayıf beden” olarak sunulması, kadınların zayıf bedeni içselleştirmesi, bedenlerinden hoşnut olmaması, dış görünüm için yatırım yapması, yeme davranışlarını değiştirmesi ile ilişkili bulunmuştur.<sup>22</sup> Diğer bir araştırmada tespit edildiği gibi örneğin büyük bir buruna sahip olmak bu tür televizyon programlarında psikolojik bir hastalık olarak sunulmaktadır.<sup>17</sup> Bizim çalışmamızın sonuçlarının da desteklediği gibi günümüz medyasındaki kadın programlarında bu yönde bir “güzellik” anlayışı sunulmaktadır, bu güzellik anlayışına göre kadın bakımlı, zayıf, düzgün burunlu olmalıdır. Çalışmamızda ayrıca bu kadın imgesinin, programın sunucuları üzerinden aktarıldığı saptanmıştır.

Diğer yandan izleyiciler tarafından bu “güzellik”in temin edilebilmesi için, programlarda çoğu ticari olan seçenekler sunulmaktadır. Bu yolla estetik operasyonları yapan özel sağlık kuruluşlarından, gıdaların sağlıklı bir biçimde pişirildiği tencerelere ya da zayıflama çaylarına kadar geniş bir yelpazede reklam yapılmaktadır. Yapılan bir araştırmada saptandığı gibi televizyon programlarında sağlık mesajları arasına çeşitli reklamlar sıkıştırılmıştır. Söz konusu araştırma, katılımcıların bir sağlık programından sonra satın aldığı son materyali sorguladığında bunun en fazla yeşil çay vb şifalı ot olduğunu, bunu spor aletlerinin izlediğini ortaya koymuştur.<sup>23</sup> Bulduklunun araştırmasına göre de televizyonda yayınlanan sağlık programlarına katılan konukların %60’ı özel sağlık kuruluşu hekimidir; kamu televizyon kanallarındaki sağlık programlarında konukların %83’ü kamu hastanelerinde

çalışırken, özel kanallardakileri %95’i özel hastane hekimleridir.<sup>19</sup> Yine aynı sağlık programlarına katılan uzmanların izleyenler üzerinde kaygı yaratarak, kişinin sağlığa ilişkin içeriğe dikkat çekmek ya da sağlık kuruluşuna başvurmalarını sağlamak amacını güttükleri, bunun da özel hastanede çalışan hekimler tarafından daha fazla uygulandığı belirtilmektedir.<sup>19</sup>

Bizim çalışmamızda en fazla beslenme konularının ele alındığı saptanmasına karşın televizyonda yayınlanan sağlık programları en çok ruhsal / davranışsal sorunlar ve dahili hastalıkları konu etmektedir.<sup>8,19</sup> Ülkemizde kadın sağlığı sorunlarına baktığımızda şişmanlık ve diğer beslenme sorunları gerçekten de kadınlar arasında sık görülmektedir. Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan Kadın Sağlığı Araştırması’na göre kadınların %29’u fazla kilolu %19’u şişman (obez)’dir.<sup>24</sup> Buna karşın kadınların beslenme sorunlarının estetik boyutuyla ele alındığı ve sadece zayıflama diyetlerinin önerildiği görülmektedir.

Çalışmamızda ele alınan sağlık sorunlarına baktığımızda ülkemizdeki kadın sağlığı sorunlarıyla tam bir örtüşme olmadığı görülmektedir. Ülkemizde kadınlardaki en sık görülen hastalıklar endokrin hastalıklar (%14.5), kalp-damar hastalıkları (%14.6) ve romatizmal hastalıklardır(%5.6). Türkiye Kadın Sağlığı Araştırması’na göre<sup>24</sup> herhangi bir kronik hastalığı olan kadın oranı %31.1’dir. Yine kadınların %27.4’ünde vajinal kaşıntı, %20.9’unda dizüri, %17.6’sında üriner inkontinans, %11.2’sinde disporonia olduğu bildirilmektedir. Kadınlar arasında çeşitli üreme sağlığı sorunlarının erken tanısı için önemli olan servikal yayma %56.0, mamografi %45.9, meme muayenesi %65.4, kemik taraması %29.2’si tarafından yaptırılmıştır. Kadınların %16’sı halen sigara kullanmaktadır.<sup>24</sup>

TUİK Sağlık Araştırması sonuçlarına göre ise 15 yaş üzeri kadınlarda en sık kas iskelet sistemi hastalıkları görülmektedir. Toplamda kadınların %34,1’inde en az bir kas-iskelet hastalığı varken, bel bölgesi hastalıkları %19.4 ile ilk sırayı alırken, %14.1 romatizmal eklem hastalığı, %12.2

kireçlenme, %11.2 boyun bölgesi kas-iskelet sistemi sorunları bildirilmiştir. Diğer hastalıklar arasında hipertansiyon %18.0, ruhsal bozukluklar (kronik anksiyete, kronik depresyon vd) %15.1, mide ülseri %10.5, migren vb baş ağrıları %10.4, kansızlık %10.1 olarak bildirilmektedir.<sup>25</sup>

Ülkemizde kadın sağlığı sorunları bu örüntü içindeyken televizyonda kadınlara yönelik hazırlanan programlarda ele alınan sağlık sorunlarının farklı olduğu görülmektedir. Örneğin kas-iskelet sistemi hastalıkları kadınlarda en yaygın görülen sorunların başında gelmektedir ve cinsiyet rollerinin bedenlerine getirdiği yükün sonucu olarak<sup>6</sup> toplumsal cinsiyet sorunları ile yakından ilişkilidir. Programlara baktığımızda kas-iskelet sistemi hastalıklarının bu boyutta ele alınmadığını, toplumsal cinsiyet rollerinin konuşulmadığını, sadece tedavi üzerine durulduğu görülmektedir.

### **Sonuç ve öneriler**

Kadınlar tarafından yaygın olarak izlenen gündüz kuşağı televizyon programları, halk sağlığı açısından sağlık eğitimi ve sağlığın geliştirilmesinde önemli olanaklar sunan araçlardır. Buna karşın televizyon programlarının toplumda kadınların yaşadıkları sağlık sorunlarının çok az bir kısmını ele aldıkları ayrıca kadınları ticari reklamların hedef kitlesi olarak ele aldıkları görülmektedir.

Ayrıca ele alınan konulardaki yaklaşımın, sorunun nedenlerinden kopuk olması da bir sorun alanıdır. Sonuç olarak ev kadınlarını hedef alan gündüz kuşağı televizyon programları, mevcut kültürün yeniden üretildiği araçlar olma işlevini görmektedir.

Türkiye toplumunun içinde bulunduğu toplumsal cinsiyet eşitsizliği tablosuna baktığımızda, kitle iletişim araçlarının bu eşitsizliği giderme konusunda toplumsal sorumluluk alması beklentisi ortaya çıkmaktadır. Bu noktada mevcut programlarda toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten yaklaşımının değiştirilmesi, tam tersine cinsiyet eşitlikçi

politikalar doğrultusunda bir tutum alınması gereklidir. Programların kadınlarda yarattığı etkilerin saptanması, konuyla ilgili daha geniş kapsamlı çalışmaların yapılması gerekmektedir.

### **Kaynaklar**

1. TUİK. Hanehalkı İşgücü İstatistikleri, Şubat 2014. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16007> Erişim: 16/02/2015.
2. TUİK. Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri 2013. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları, 2014
3. RTÜK. Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2012. Radyo Televizyon Üst Kurulu, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. Ankara <http://www.rtuk.org.tr/Icerik/DownloadReport/13>. Erişim: 10/11/2014.
4. TUİK. Zaman Kullanımı Araştırması, 2006. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları, 2008.
5. TUİK. İstatistiklerle Türkiye, 2013. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları, 2014.
6. Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü "2013 Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması" Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü, T.C. Kalkınma Bakanlığı ve TÜBİTAK, Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2014.
7. Etiler N. Toplumsal cinsiyetin yükü ve sağlık(sızlık). SES'li Kadınlar. Sağlık ve Sosyal Hizmet Emekçileri Sendikası Kadın Dergisi. 2012;Mart Özel Sayısı:11-15.
8. Özbaş S, Özkan Ö. Kadın Sağlığını Geliştirmede Medyanın Kullanımı ve Etkisi. TAF Prev Med Bull. 2010;9(5):541-546.
9. Aktaş N, Cebiray MA. Tüketicilerin Beslenme Bilgilerine Erişimde Kullandıkları Kitle İletişim Araçları Üzerine Bir Araştırma. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi. 2011;3(11):47-56
10. Ağduk M. Harika! Bu Ne Hal!... Medya Kadınlar ve Şiddet. İçinde; Toplumsal Cinsiyet, Sağlık ve Kadın. HÜKSAM. Ankara:

Hacettepe Üniversitesi Yayınları. 2003. Ankara.

11. Giddens A. Bölüm 5: Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyetçilik. İçinde: Sosyoloji. Ankara: Ayraç Kitabevi, 2000. S:96-97.

12. Cramblitt B, Pritchard M. Media's influence on the drive for muscularity in undergraduates. *Eating behaviors*, 2013;14(4), 441-446.

13. Wykes M, Gunter, B. The media and body image: If looks could kill. London: Sage Publication, 2004, s:162

14. Stephen ID, Perera ATM. Judging the difference between attractiveness and health: does exposure to model images influence the judgments made by men and women? *PloS one*, 2014;9(1), e86302.

15. Willis LE, Knobloch-Westerwick S. Weighing women down: Messages on weight loss and body shaping in editorial content in popular women's health and fitness magazines. *Health Communication*, 2014;29(4), 323-331.

16. Moore SEH. Is the healthy body gendered? Toward a feminsit critique of the new paradigm of health. *Body&Society*. 2010;16(2):95-118.

17. Şahin Kaya Ş. Televizyonda Kadın, Sağlık ve Hastalık. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*. 2011;14(2):118-150.

18. Şahinoğlu S, Göçmen Baykara Z. Bir gazetenin sağlık haberlerinin sağlık /hastalık kavramı çerçevesinde incelenmesi. *Lokman Hekim Journal*. 2011;1(2):11-15.

19. Bulduklu Y. Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programları ve İzleyicileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2010;(24):75-85.

20. World Economic Forum. The Global Gender Gap Report 2013. Geneva: World Economic Forum, 2013

21. Kadın ve Medya: Politika Dokümanı. T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü. Ankara, 2008. S:8

22. Grabe S, Ward ML, Hyde JS. The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental

and Correlational Studies. *Psychological Bulletin* 2008;134(3):460-476

23. Atilla G, Büyüker İşler D. Tüketim Nesnesi Olarak Sağlıklı Olma Kültürü (Healthism) Üzerine Nitel Bir Ön Çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2012;(34):221-230

24. Türkiye Kadın Sağlığı Araştırması. Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü, Ankara: T.C. Sağlık Bakanlığı Yayınları, 2014

25. TÜİK. Sağlık Araştırması 2010. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları, 2012.