



Araştırma Makalesi
Research Article

Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Yıl: 2022 Cilt-Sayı: 15(4) ss: 949–962

Academic Review of Economics and Administrative Sciences
Year: 2022 Vol-Issue: 15(4) pp: 949–962
<http://dergipark.org.tr/tr/pub/ohuiibf>

ISSN: 2564-6931

DOI: 10.25287/ohuiibf.1115484

Geliş Tarihi / Received: 11.05.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 13.09.2022

Yayın Tarihi / Published: 24.10.2022

COVID-19 SAĞLIK KRİZİNDEN ALINABİLECEK İLETİŞİM DERSLERİ

Yıldırım YILDIRIM ¹

Hatice YILDIRIM ²

Öz

Bu makalenin amacı Covid-19 salgınında ortaya çıkan bilgi kirliliğine dikkat çekmek ve dezenformasyona neden olan üç önemli aktörü (medya, siyaset, halk sağlığı uzmanları) açıklayarak, bunların yaşanan halk sağlığı krizine olan etkilerini ortaya koymaktır. Ayrıca yaşanan küresel sağlık krizinin – bilinen adıyla Covid-19'un – iletişim yöntemlerimizi nasıl etkilediğini, hangi yollarla iletişim kurduğumuzu ortaya koymak ve iletişimin merkezietini vurgulamaktır. Bu amaçla kriz iletişimi, halk sağlığı iletişimi, siyasal iletişim ve medya iletişimi olmak üzere dört ana başlık ele alınmış, medya iletişimi ise geleneksel medya ve dijital medya olarak iki alt başlığa bölünmüştür. Bu makale sonucunda ortaya çıkan baskın görüş, iletişimin her zamankinden daha merkezi olması gerektiği, veriden çok duyguya, empatik tavra, şefkate ve anlayışa ihtiyaç duyulduğudur. Ayrıca siyasilerin tıp uzmanları ile ortak hareket etmesi, yeni çıkan, güncel bilimsel bilgileri ağız birliği ederek açıklaması, belirsizlik ve güvensizliğe neden olacak açıklamalardan kaçınmaları gerektiğidir. Medyanın da pandemiyi politize etmeden, siyasi çıkarların üstünde toplumsal çıkarı öncelikle iletişim kurmasının hayati önemi vurgulanmaktadır. Dijital medya araçlarından sosyal medyanın dikkatlice yönetilmesi, yanlış bilgilerin dolaşımının engellenmesi ve Endüstri 4.0 araçlarından da bu dönemde sosyal mesafenin sürdürülebilirliği için yararlanılması gerektiğinin altı çizilmektedir. Nihai olarak söylenebilecek sonuç, kriz olarak değerlendirilen bu olayın önlenmesi için önceden planlamanın yapılması, medya-siyaset ve halk sağlığı uzmanlarının ortak hareket ederek aşı görevi görecektir rahatlatıcı uygulamaların zaman kaybetmeden hayata geçirilmesidir.

Anahtar kelimeler : Kriz İletişimi, Siyasal İletişim, Halk Sağlığı, Medya, Dijitalleşme

JEL Sınıflandırması : D8, D81, F5, H12, L82

¹ Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, A.T.İ.O.Y.O., yildirimyildirim@duzce.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5851-7788.

² Bilim Uzmanı, Düzce Üniversitesi İşletme ABD Yüksek Lisans Mezununu, htcdyldrm1631@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5250-0125.

Atıf/Citation (APA 6):

Yıldırım, Y., & Yıldırım, H. (2022). Covid-19 sağlık krizinden alınabilecek iletişim dersleri. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(4), 949–962. <http://doi.org/10.25287/ohuiibf.1115484>.

COMMUNICATION LESSONS TO BE TAKEN FROM THE COVID-19 HEALTH CRISIS

Abstract

The aim of this article is to draw attention to the information pollution in the Covid-19 epidemic and to explain the three important actors (media, politics, public health experts) that cause disinformation and to reveal their effects on the public health crisis. In addition it is to reveal how the global health crisis – known as Covid-19 – affects our communication methods, to reveal the ways we communicate and to emphasize the centrality of communication. For this purpose, four main headings are discussed, namely crisis communication, public health communication, political communication and media communication, and media communication is divided into two subheadings as traditional media and digital media. The dominant view that emerged as a result of this article is that communication should be more central than ever, that emotion, empathic attitude, compassion and understanding are needed more than data. In addition, politicians should act jointly with medical experts, unanimously disclose new and up-to-date scientific information, and avoid statements that will cause uncertainty and distrust. It is also emphasized that it is vital for the media to communicate without politicizing the pandemic, prioritizing social interests over political interests. It is underlined that the digital media tools should be managed carefully, the circulation of false information should be prevented, and Industry 4.0 tools should be used for the sustainability of social distance in this period. The final result is to plan ahead in order to prevent this event, which is considered as a crisis, and to implement relaxing practices that will act as a vaccine until a vaccine is found, without wasting time.

Keywords : Crisis communication, Political communication, Public health, Media, Digitalization

JEL Classifications : D8, D81, F5, H12, L82

GİRİŞ

Kriz iletişimde en önemli unsur belirsizliği yönetebilmektir. Bu yüzden de kriz iletişimi doğası gereği belirsizliğin bir bileşeni içerir. Çünkü koronavirüs henüz yeni tanımlanmıştır, geliştirilen aşının etkililiğine dair şüpheler barındırmaktadır, bulaşıcılığı ve potansiyel mutasyonu hakkında belirsizlikler vardır (Guttman & Lev, 2021). Yeni koronavirüs hastalığının yarattığı belirsizliğin oluşturduğu risk ve bu riske yönelik halkın tepkisi, tehlike ve öfke gibi bileşenler tarafından yönlendirilmektedir. Artan vaka sayıları bir tehlike olarak görülürken, halkın ve hastaların oluşan riski azaltmaya yönelik mesajlara verdikleri olumsuz tepki ise öfke olarak nitelendirilmektedir. Tehlike algısı ve öfke; yüz maskesi takmayı, genel halk arasında sosyal mesafeyi içeren kişisel önleme stratejilerine bağlılığı ve bunların genel kabulünü de şekillendirmektedir (Malecki, Keating, Safdar, 2020). Bu bakımdan risk algısının ve bilim insanları ile halk arasındaki etkileşimi şekillendiren faktörlerin psikometrik ölçümlerinin yapılması önem taşımaktadır. Çünkü bazen algılanan risk ve tehlikeye rağmen insanların kabul etme düzeyleri farklılaşabilmektedir. Örneğin maske takmanın virüs bulaş riskini azalttığı net bilimsel kanıtlarla ortaya konulduğu halde maske takmanın kabul edilebilirliği ve buna bağlılık popülasyonlar arasında farklılık göstermektedir (Malecki, Keating, Safdar, 2020). Tek maske mi yoksa çift maske mi takmak etkili, maskeyi dışarıda takmak mı yoksa sadece kapalı ortamlarda takmak mı, cerrahi maske kullanımını etkili yoksa bez maske kullanımını mı, maskeyi ağız ve burnu kapsayacak şekilde mi takmak gerekir yoksa maske farklı takma yolları ile de kullanılabilir mi? Bütün bu sorular halen bilim insanları arasında tartışılan, halkı da belirsizliğe ve iletişimde kaosa sürükleyen konular arasında görünmektedir (BBC News, 2021; Hürriyet Gazetesi, 2021).

İlk başlarda uygulanan sıkı önleme politikaları insanları evde kalmaya, maske takmaya ve kendi kendini izole etmeye zorlarken, sonraları oluşan sosyal ve ekonomik maliyetin ağırlığı mesajların karmaşıklaşmasına ve birbirine zıt hale gelmesine neden olmuştur. Dünya genelinde birçok ülkede birçok şehir, kapanma emirlerini gevşetmeye ve insanları yeniden dışarı çıkmaya (ekonomi çarklarını yeniden döndürmeye) davet etmiştir (Noar & Austin, 2020).

Dikkatlice planlanmış kriz iletişiminin, kaygı ve korkuyu azaltarak, önleme stratejilerine halkın bağlılığını destekleyerek, yükü azaltarak ve tıbbi müdahalelerin etkinliğini artırarak zaman içinde pandemilerin önlenmesi ve hafifletilmesinde kritik öneme sahip olabileceği söylenebilir (Malecki, Keating, Safdar, 2020). Kriz iletişimi, güvenilir ve konunun uzmanı bilim insanları tarafından yönetildiğinde, konunun uzmanı olmayan diğer kişiler tarafından yürütülmesine kıyasla genellikle daha başarılı olduğu bilinmektedir (Glik, 2007). Ancak tıp uzmanlarının genelinde kriz iletişimi, risk iletişimi veya halk sağlığı iletişimi üzerine herhangi bir eğitimlerinin olmadığı literatürdeki çalışmalarda belirtilmektedir. Buna mukabil radyasyon onkolojisinde çalışan bir doktor: “hiçbir eğitimin hiç kimseyi sevdiğininin vaktinden önce ve yakında öleceğini söylemenin zorluğuna hazırlamayacağı” vurgulamaktadır (Sindhu, 2020).

Devam eden koronavirüs pandemisi, toplumun farklı kesimler üzerindeki farklı etkilerini anlayabilmede halkla iletişimin merkeziliğini ön plana çıkarmaktadır. Mesela, Amerika'daki siyah-beyaz gruplar arasında yapılan bir çalışmada siyah-beyaz ırklar arasında ayrımcılık, rekabet algısı, gruplar arası kaygı ve güvensizliğin arttığı ortaya çıkmıştır (Gordils ve ark., 2021). Bu hastalığın doğurganlık ve hamile kalma istekliliği üzerinde dahi etkisini belgeleyen çalışmalar mevcuttur (Voicu & Bădoi, 2021). COVID-19 salgını sırasındaki muazzam bilimsel bilgi akışının farklı sosyoekonomik gruplar üzerinde farklı bir etkiye sahip olduğu, COVID-19'un yaygınlığı ve ölüm oranı ile sosyal ve ekonomik sonuçlarının küresel olarak yetersiz hizmet alan grupların refahını orantısız bir şekilde etkilediği açıkça söylenebilir (Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020). Hem hangi davranışları değiştirmeye çalıştığımız hem de davranış değişikliği hakkında nasıl iletişim kurduğumuz hakkında alan yazında ve gündelik hayatımızda halen eksiklikler bulunmaktadır. Yalnızca maske takmayı emretmek, ‘sosyal mesafeni koru, başka hayatları kurtar!’ sloganları önleyici sağlık uygulamalarının benimsenmesinde yeterli olmamaktadır. Temel COVID-19 önleyici davranışları etkili bir şekilde desteklemek için (yani elleri yıkamak, fiziksel olarak uzaklaşmak, maske takmak) halkla yalnızca ne yapacağımızı değil, aynı zamanda nedenini de söylememiz ve net, tutarlı, güvenilir ve politik olmayan kaynaklarla tekrar tekrar iletişim kurmamız gerekmektedir. Koronavirüs hastalığının belirtilerinin grip ve soğuk algınlığı ile karıştırılması muhtemelen birçok kişinin hastalığın algılanan ciddiyetini küçümsemesine ve hastalığın daha öngörülebilir ve kontrol edilebilir görünmesine neden olmaktadır (Noar & Austin, 2020).

Koronavirüs sürecinde krizi yönetenler ve krizden etkilenenler olmak üzere iki taraf öne çıkmıştır. Salgın sürecinde tarafların benimsediği iletişimsel tutum ve davranışların daha çok etkileşimli, dinamik, ağ temelli ve esnek bir yapıda olması krizin büyümesini engelleyebilir (Kıyan, Törenli ve Sezer, 2021). Bu bağlamda risk iletişimi, halkın bilmek istediği bilgi ile uzmanların halkın ne bilmesi gerektiği konusundaki boşluğu doldurmayı ve bu yolla pandeminin etkilerini en aza indirmeyi hedefleyen bir strateji olarak kullanılabilir (WHO, 2016). Aslında, risk iletişim stratejileri ve süreçleri gerçek bir krizden çok önce uygulanmalıdır. Risk iletişimi bir yatırımdır, önleyici bir tedbirdir, söylentilere ve yanlış bilgilere karşı bir aşı görevi görür. Zaman içinde toplumla ilişki kurmaya bağlıdır, böylece ilişki bir krize karşı koyabilir ve hatta krizle birlikte güçlenir (Briand, 2020). Bu çalışma bir literatür taraması olup, pandeminin başladığı yıl olan 2020 ile 2021 yılları arasında iletişim, bilgi, medya konularında yapılan Türkçe ve İngilizce çalışmaların sonuçlarını, elde ettikleri bulguları derlemektedir.

I. KRİZ İLETİŞİMİ

I.I. Salgında Dezenformasyon ve Bilgi Kirliliği

Salgın durumlarında insanların en çok ihtiyaç duydukları şey, bilgidir. Bilginin yayılımı, paylaşımı, doğruluğu ve kaynağı kriz dönemlerinde insan davranışlarını yönlendirmek için büyük önem taşımaktadır. Bu bakımdan yanlış bilgi, sahte haber ve aldatmacaya yönelik bilgiler en çok sıcak gelişmelerin yaşandığı kriz dönemlerinde baş göstermektedir (Çelebi, 2021). Kavramlar arasında ayırım yapmak, kavramların doğru kullanımı için son derece önemlidir. Dezenformasyon (bilgi çarpıtma) ile mezenformasyon (yanlış bilgi) kavramları arasında bilginin yayılma amacı ve kasıt taşıma bakımından önemli bir farklılık bulunmaktadır (Tandoc, Lim, Ling, 2018; Scheiner, 2020). Dezenformasyonda, bilginin yanlış ve yanıltıcı olduğu bilinerek, zarar vermek amacıyla kasıtlı olarak üretilmesi temel kriterdir (Gelfert, 2018). Diğer yandan mezenformasyonda yanlış bilgi barındırmaktadır ancak sıradan kullanıcılar tarafından bu bilgiler iyi niyetle paylaşılmakta ve zarar verme amacı güdülmemektedir. Diğer bir deyişle, mezenformasyonda yanlış bilgiyi paylaşanlar, içeriğin yanlış olduğunu fark etmemektedirler. Bu bakımdan dezenformasyon daha nitelikli, profesyonel kişi ve gruplar tarafından üretilirken, mezenformasyon karşı tarafın bilgi ihtiyacını karşılamak amacıyla sıradan sosyal medya kullanıcıları tarafından dağıtılmaktadır (Fallis, 2015; Wardle, 2020). Medya manipülasyonunun bir alt türü sayılabilecek dezenformasyon, içinde duyguları yönetmeyi, haberlerdeki açıklardan yararlanmayı, yanlış bilgiyi kasıtlı biçimde üretmeyi ve yaymayı barındırmaktadır (Donovan, 2020). Dezenformasyonun varlığı insanları yanlış sağlık davranışları sonucunda ölüme veya sakatlığa götürebilir, şiddeti ve terörizmi teşvik edebilir ve daha pek çok soruna neden olabilir (Institute for Public Relations, 2020). İnsanların dezenformasyona en çok salgının ilk haftalarında ve ilerleyen zamanlarında maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır (teyit.org, 2020). Dezenformasyonu bilgi kirliliği olarak tanımlayan araştırmalarda bulunmaktadır (Turan, 2015; Aydın, 2020; Yavuz, 2020).

İnsanları birleştirmesi beklenen sosyal medya ayrışma ve kutuplaşmaları derinleştirici bir etkide bulunmuş (Akyüz, Sarıtop, Aktuna, 2021), bilginin güvenilirliği sorununu ortaya çıkarmıştır (Arat, 2021; Akyüz, Gülnar, Kazaz, 2021). Sosyal medyayı ve interneti daha yoğun olarak kullananların yanlış bilgiye daha fazla maruz kaldığı görülmüştür (Kutlu & Doğan, 2020; Akyüz, 2021). Çünkü sosyal medyanın hızı, bilginin doğrulanmasına fırsat tanımayan çok sayıda enformasyonun yayılmasına imkân tanımaktadır (İlgin, 2021). 65 yaş ve üstü bireylerin koronavirüse yönelik risk algılarını ve bu algıları biçimlendiren iletişim süreçlerini araştıran bir çalışmada derinlemesine görüşmeler yapılmış ve bu yaş grubundakilerin sosyal medyada dolaşan haberleri kötü amaçla paylaşmadıkları (mezenformasyon), virüsü önleyebilecek her türlü bilgiyi iyi niyetle paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır (Erdoğan & Uyan Semerci, 2021).

I.II. Pandemi ve İnfodemi

İletişim teknolojileri ile enformasyon ve bilgi arasındaki sorunlu ilişki akademinin önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır. Mart 2020'den beri gündemimizde olan koronavirüs hastalığında da insanlar bilgi bombardımanına tutulmuş, geleneksel ve yeni medyadan anlık olarak bilgi akışı kesintisiz olarak devam etmiştir (Narmanlıoğlu & Çelimli, 2021). İnfodemi hem çevrimiçi hem de çevrimdışı ortamda “yanlış bilginin artması ve yayılması” veya yanlış bilgi salgını olarak tanımlanmaktadır (DSÖ, 2020). Sağlıklı bilgi akışını kesintiye uğratan, salgından etkilenenlerin doğru bilgiyi yanlıştan ayırt edebilmelerini zorlaştıran infodemi, medya okuryazarlık becerilerinin artmasını her zamankinden daha fazla gerekli hale getirmektedir (Çit & Yavuzdemir, 2021). Nitekim, DSÖ Genel Sekreterinin “biz yalnızca pandemi ile savaşıyoruz ayın zamanda infodemi ile de savaşıyoruz ve bu durum son derece büyük bir tehlike arz etmektedir” açıklaması, konunun küresel ölçekteki önemini ortaya koymaktadır. Covid-19 pandemisi sürecinde tedavi ve aşya yönelik sahte

haberler virüsün algılanan tehdidini etkilemekte, alınan önleyici tedbirlerin etkinliğini azaltmaktadır. Sahte haberlerin sunuş biçimi, çekiciliği insanların bunları doğruymuş gibi algılamalarında önemli bir yer tutmaktadır (Şahin, 2021). Yalan haber hiçbir gerçekliği olmayan, tamamen uydurma asparagas haberlerdir. Sahte haber ise eksik veya yanlış bilgiden oluşabildiği gibi gerçek bir bilginin eksik ya da taraflı olarak sunulması şeklinde açıklanabilir. Sahte haberlerde aktarılan doğru bilgilere ek olarak doğru olmayan bilgiler de iletilmiş olur. Ayrıca, bu kurgusal metinlerin yalan haber olarak değerlendirilmesi için, kasıtlı olması şarttır. Çünkü kasti olup olmaması bir haberin “yalan” ve “yanlış” olarak nitelendirilmesinde etkilidir (Bozkurt, 2021).

16-22 Kasım 2020 tarihlerinde 200 web sitesinin incelendiği bir çalışmada web sitelerin %41,5’inde en az bir bilgi düzensizliği bulunduğu, genel olarak ise incelenen web sitelerin %29,8’inde dezenformasyona rastlandığı ortaya çıkmıştır (Gölbaşı, Metintas, Önsüz, 2022). Başka bir çalışmada ise sahte habere ve dezenformasyona en çok maruz kalan ülkeler arasında Türkiye’nin birinci sırada olduğu iddia edilmiştir. İnfodemi ile başa çıkma stratejisi olarak ise iyi bir medya okur-yazarı olmak önerilmiştir (Bozkurt, 2021).

II. HALK SAĞLIĞI İLETİŞİMİ

Sağlık iletişimi kapsamında kişilerarası iletişim, bireylerde sağlığa ilişkin davranış değişikliğinin gerçekleşmesi açısından önemlidir. Bu yüzden de iletişim, bir pandeminin tüm aşamalarında kritik bir rol oynamaktadır. Hastalarla yeterli ve dengeli iletişim, tıp fakültelerinde ders müfredatına konulmalı ve bu konuda pratik yaklaşımlar öğrencilik zamanında kazanılmalıdır (Kaya, 2021). Çünkü tıp hekimlerinin ve diğer tüm sağlık çalışanlarının hastalarla ciddi hastalıklar hakkında iletişim kurarken zorluklar yaşadığı bilinmektedir. Bu yüzden de halk sağlığı ile ilgili hastalar ve aile refakatçıları ile sürekli, anlamlı ve etkili iletişim kurmak, Covid-19 gibi yeni ortaya çıkan hastalıklar olmasa bile zor görünmektedir (Jacobsen & Vraga, 2020; Wittenberg ve ark., 2021). Enfekte olan hastalarla aile üyeleri arasındaki kısıtlı iletişim, kronik hastalığı olup yoğun bakım ünitesinde olan hastalarla ilgili yakınlarına bilgi vermek ve artık tıbbi bir müdahalenin yetmediği ölüm anlarında hasta-refakatçi iletişimini sağlamak, çoğu zaman daha önce böyle bir eğitim almamış tıpçılar için moral bozucu bir deneyim olmaktadır. Aniden ortaya çıkacak yeni durumlarda sıradan cümleler işe yaramayacaktır (Back, Tulksy, Arnold, 2020: 759). Düzenli ve net iletişim, hastaların aile üyelerinin duygusal ve hatta ruhsal yaşamlarında faydalı bir role sahip olacak ve uzun bir tedavi süresi boyunca stres ve kaygıyla başa çıkmalarına yardımcı olacaktır. Hatta böylesi bir iletişimin hasta ve yakınları üzerinde terapötik işlev göreceği vurgulanmaktadır (Biss, 2020). Ancak yeni koronavirüs hastalığı daha önce eşi benzeri görülmemiş, henüz tecrübe etmediğimiz bir senaryoyu ortaya koymaktadır. Yapılan birçok çalışmada yaşanan pandeminin benzersiz ve tartışmasız tekil doğası üzerine vurgu yapılmaktadır (Noar & Austin, 2020; Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020). 1918 gribi gibi SARS, MERS, H1N1 gibi diğer salgınlarda on milyonlarca insanın ölümüne sebep olmuştu fakat COVID-19 ile ilgili bu kadar sıra dışı olan şey, bu kadar kısa sürede küresel etkisinin genişliğidir (Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020). Çünkü ortaya çıkan bu küresel halk sağlığı krizine çok daha fazla endişe, belirsizlik, korku, üzüntü eşlik etmektedir (Back, Tulksy, Arnold, 2020: 759).

Resmi olarak ilan edildiği andan itibaren hükümetler ve halk sağlığı kuruluşları, halkı hastalık riski hakkında bilgilendirmeyi ve insanları, önleyici uygulamaları benimsemeye teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Guttman & Lev, 2021). Araştırmalar halkın ve hastaların algılarının, endişelerinin ve tepkilerinin her zaman sadece bilime ve akla uymadığını göstermektedir. Çoğu zaman, bir tehlike hakkında gerçek bilgiler sağlandığında bile, halkın ve hastaların duygusal tepki verdiği veya öfkelenildiği bilinmektedir (Malecki, Keating, Safdar, 2020). Bu yüzden de duygusal ihtiyaçlara daha fazla dikkat çeken empatik tavra, COVID-19 hastalarını ve ailelerini desteklemek için sağlık hizmeti sağlayıcıları, hastalar ve ailelerle şefkatli iletişim kurma yollarını teşvik eden

iletişim kaynaklarına ihtiyaç bulunmaktadır (Wittenberg ve ark., 2021). Buradaki temel amaç hem hasta ile iletişimi iyileştirmek hem de hasta ve aile üyeleri arasındaki iletişim köprüsünü kurmaktır. Oysa ki 53 makalenin Covid-19 sürecindeki iletişimi incelemek üzere değerlendirildiği çalışmanın temel bulgusu COVID-19 iletişim engellerinin daha çok aile ile iletişimle ilgili olduğunu ortaya koymaktadır (Wittenberg ve ark., 2021).

Ciddi hastalıklarda iletişim becerilerini geliştirmek ve salgın gibi kriz durumlarında daha etkin bir iletişim kurmak için üç önemli hususa dikkat etmek gerekecektir. Bunlar, belirsizliği kabul etmek, somut kanıtlar paylaşmak ve zaman içinde bunları güncellemek, son olarak ise yeni medya kanallarında yanlış bilgi üretilmesini ve yayılmasını önlemektir (Jacobsen & Vraga, 2020). Aynı zamanda fazla bilgi vermekten çok duyguları anlamak, kötü haberi uzun, teknik ve tıbbi bir anlatımla vermekten kaçınmak ve hasta değerlerini tedavi sırasında dikkate almak iletişim için önemli hususlar arasında sayılabilir (Back, Tulksy, Arnold, 2020).

III. SİYASAL İLETİŞİM

COVID-19 siyasi olarak motive olmuş politikacılar ve medya kuruluşları tarafından başından itibaren güçlü bir şekilde siyasallaştırılmıştır (Zhang, 2021). ABD’de maske takmak virüs bulaş riskini önleyici bir müdahaleden çok politik bir mesele haline gelmiştir (Noar & Austin, 2020; Malecki, Keating, Safdar, 2020). Özellikle koronavirüs pandemisinin erken dönemlerinde yapılan araştırmalar ABD halkının %25’inden fazlasının enfekte olma riskini <%1 olarak gördükleri ve bununda hükümet yetkilileri tarafından desteklendiğini ortaya koymaktadır (Miller & Key, 2020). Sonuç olarak halk sağlığı uzmanlarının ilaç dışı müdahaleler olarak adlandırılan (NPI – non pharmaceutical interventions) sosyal mesafe uygulamaları ve maske takma konusundaki önerileri istilacı, telaşlandırıcı, çok fazla hükümet müdahalesi ve ekonomik büyüme üzerinde gereksiz bir yük olarak görülmekte ve algılanmaktadır (De Bruin & Bennet, 2020). Bu müdahalelerin farkındalığı ve etkin şekilde uygulanması halkla iletişime ve halkın ikna edilmesine bağlıdır.

Bazı araştırma raporları virüsün kökeniyle ilgili yanlış bilgilerin ve komplo teorilerinin kaynağı olarak henüz net olmasa da devlet aktörlerini ve örgütlerini işaret etmektedir. Siyasi otoritelerin, ortaya atılan komplolara güvenmeseler de bir megafon ödünç verdikleri ileri sürülmektedir (Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020). Siyasilerin sosyal medya hesaplarını bu dönemde aktif olarak kullanmaları zaman zaman sağlık uzmanlarının yayınladığı mesajlara karşıt mesajların yayılmasına neden olmuş ve pandeminin ciddiyetinin yeterli düzeyde algılanmasını önlemiştir. Örneğin ABD Başkanı Trump’ın bazı basın toplantılarında virüsü küçümseyici konuşmalar yapması ve henüz bilimselliği kanıtlanmamış bazı ilaçların kullanımını teşvik etmesi ve 17 Nisan 2020’de attığı tweet (LIBERATE MICHIGAN!” “LIBERATE MINNESOTA!” “LIBERATE VIRGINIA. . .”) siyasi iletişimde hükümet yetkilileri tarafından dikkatle ele alınması gereken bir iletişim biçimi olduğunu göstermektedir (Noar & Austin, 2020).

Siyasi liderlerin iletişimi son derece rekabetçidir ve sözlü/sözlü olmayan, doğrudan/dolaylı olarak paylaşılan her bilgi çok önemli olmaktadır. Siyasi liderler yalnızca doğru şeyleri yapmakla yükümlü değildir aynı zamanda bu doğruları doğru bir üslup ve duyarlılıkla paylaşmaları gerekmektedir. Bu bakımdan ilgili bilgilerin liderler tarafından yayılması, kuruluşlar, toplum ve halk arasında etkili iletişim kurarak kriz yönetimi için hayati önem taşımaktadır. Twitter, hükümet yetkilileri ve siyasi liderler tarafından kriz iletişimi için yaygın olarak kullanılmaktadır (Gong & Ye, 2021). Dünya liderlerinin %83’ünün Twitter’da olduğu göz önüne alınırsa konunun önemi daha iyi anlaşılacaktır (Kaur, Verma, Otoor, 2021). Twitter platformu, yorumlar, hashtagler, gönderiler ve twitler yoluyla duyguları anlamak ve yaşanan pandemiye ilişkin sosyal medya kullanıcılarının anlık olarak duygu değişimlerini yakalamak içinde elverişli bir ortam sunmaktadır (Nemes & Kiss, 2021).

Devlet yetkilileri bazen korku, korkutma ve tehdit gibi iletişim taktiklerinin yanı sıra toplum yanlısı değerlere de başvurabilmektedir. Bazen de pandemiye bir savaş hali olarak nitelemektedirler. Bir pandemi sırasında iletişimde dürüstlük, doğruluk, kesinlik, samimiyet ve anlaşılabilirlik gibi etik ilkeler kamuoyunun koruyucu önlemleri kabulünde kritik rol oynamaktadır. Zaten güven, şeffaflık, güncellik, halkla empati gibi kavramlar Dünya Sağlık Örgütü'nün risk iletişimi ilkeleri arasında sayılmaktadır (Abraham, 2020). Bu bakımdan hükümetler pandeminin seyri ve yeni ortaya çıkan bilimsel gelişmeleri duyururken kaygıyı ve stresi tırmandırmaktan kaçınmalıdır (Guttman & Lev, 2021). Çünkü korkuyu, stresi ve kaygıyı artırarak uygulanan iletişim biçimi insanları güvenilir olmayan kaynaklara yönlendirmekte ve o kaynaklardan bilgi arayışına girmelerine neden olmaktadır (Eysenbach, 2020). Bir pandemi hakkında iletişim kurmak, halkın sağlığını geliştirmeyi amaçlasa bile, etik kaygıları artıran istenmeyen olumsuz etkilere sahip olabilir.

IV. MEDYA İLETİŞİMİ

Haber üretimi ve dağıtımında medya, bilgi kaynakları tarafından görüldüğü şekilde kavramlar, imajlar ve kimlikler inşa ederek toplulukları, ülkeleri ve kıtaları temsil etmektedir. Medyanın, toplulukların ve ülkelerin belirli imajına ilişkin popüler sunumu, inşa edilmiş kimlikleri teşvik etme, onaylama ve pekiştirmede güçlü etkileri bulunmaktadır. Birçok durumda herhangi bir grup insanın belirli bir algısı, medyanın grup hakkında kavramlar inşa etme şekline bağlıdır (Wright, 2002). Genellikle yabancı ülkelerin küresel medya tarafından "diğerleri" olarak etiketlendiği ve yanlış temsil edildiği varsayılır (Gabore, 2020). Kitle iletişim araçları, olaylar, sorunlar, insanlar, politikalar, felaketler, çatışmalar vb. ile ilgili güncel ve ilginç hikayeler oluşturmakta ve yaymaktadır. Bu yüzden de kitle iletişim araçlarının, bireylerin sağlık davranışlarını güçlü biçimde şekillendirdiği varsayılır. Medya da hem istenmeyen sağlık davranışlarını önlemeye hem de sağlık uzmanları tarafından önerilen ve arzu edilen davranışları teşvik etmeye katkıda bulunmaktadır (Jiang ve ark., 2021).

Yaşanan küresel halk sağlığı krizinde de haber medyası pandeminin şiddeti, ciddiyeti, algılanışı ve önemi hakkında kendi penceresinden gerçekler inşa etmiş, sorunun üstesinden gelmek için atılacak adımları teşvik ettiği kadar, yeni tartışmaları, anlaşmazlıkları, yanlış bilgileri ve sosyal uyumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Aşağıdaki alt başlıklarda medyanın hem geleneksel (radyo, televizyon, gazete vs.) hem de dijital boyutlarında (sosyal medya platformları, endüstri 4.0 araçları vs.) koronavirüs hastalığının ele alınış biçimleri ve hastalığa yönelik iletişim biçimleri işlenmektedir. Televizyon, gazete ve internet gibi medya araçları, vatandaşlara sağlıkla ilgili davranışların teşviki ve geliştirmesine yönelik mesaj içeriklerinin aktarılmasında büyük bir rol oynamaktadır (Abroms & Maibach, 2008). Yapılan bir araştırmada medya kullanımının (geleneksel ve sosyal) ve kişilerarası iletişimin stres ve depresyon üzerinde dolaylı etkileri olduğu ortaya çıkmıştır (First, Shin, Ranjit, Houston, 2021).

IV.I. Geleneksel Medya İletişimi

Bilim, genellikle laboratuvarlarda veya sahada görece belirsizlik içinde yürütülürken, şimdilerde medya önünde, yoğun ve sürekli kamu incelemesi altında sürdürülmektedir. Bilimsel gelişmeler geleneksel medyada ele alınmakta ve sosyal medyada ise keşif ve yayma arasında neredeyse hiç gecikme olmaksızın tartışılmaktadır (Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020). Televizyonlarda açıklamalar yapan halk sağlığı uzmanları ve virologlar tarafından sürekli olarak güncellenen bilgiler, bilimsel belirsizlik oluşturmaktadır. Bu denli geniş ölçekli, bulaş riski yüksek, küresel bir hastalığın daha önce tecrübe edilmemiş olması, üzerinde daha çok araştırma yapmayı gerektirmektedir. Bu yüzden maske takmanın ve sosyal mesafe kurallarına uymanın etkinliği

hakkındaki çelişkili bilgiler ve değişken mesajların yarattığı belirsizlik (Noar & Austin, 2020), halkı şaşkınlığa, strese ve öfkeye yönlendirmektedir (Rossmann, Meyer ve Schulz, 2018; Hills, 2019). Bilhassa tıp ve bilimsel bilgiden yoksun kişiler için yayılan bilgileri işlemek, yorumlamak ve anlamlandırmak bir sorun teşkil etmektedir (Viswanath, Lee & Pinnamaneni, 2020).

Kişilerin salgın hastalıklarda başvurdukları bilgi kaynakları zamana göre farklılık göstermektedir. Örneğin 2017 yılında Amerikalıların %50'si sağlık haberlerini televizyondan, %43'ü internetten ve %66'sı sosyal medyadan alırken, Covid-19 sürecinde bu durum değişiklik göstermektedir. Covid-19 hakkında en güvenilir bilgi kaynakları %42,8 ile devlet web siteleri, %27,2 ile televizyon ve %9,3 ile sağlık sistemi iletişimleri olarak sıralanmaktadır (Ali ve ark., 2020; Van Scoy ve ark., 2021). COVID-19 ile ilgili bilgi kaynaklarının ve bilgilerin değerlendirildiği başka bir çalışmada ise %91,2 oranıyla geleneksel medyanın en sık kullanılan bilgi kaynağı olduğu ortaya konuldu (Ali ve ark., 2020; Binark, Arun, Özsoy-Taylan, 2021). Bir başka çalışmada, resmi kanallardan ve devletin resmî web sitelerinden haber alanların Covid-19 ile ilgili soruları yüksek olasılıkla daha doğru yanıtlayabildiğini bulmuştur (Sakya ve ark., 2021).

Bir diğer geleneksel medya aracı olan gazetelerinde koronavirüs sürecinde bilimsel bilgileri marjinalleştirdiği, sorunu sağlık yönünden ele aldığı gibi sağlam bir siyasi perspektiften de sunduğu belirtilmektedir. Özellikle Amerika'nın en köklü gazetelerinden biri olan The NewYork Times gazetesinin COVID-19 salgınıyla ilgili haberlerde pandemi kararlarının politize edilip, siyasetle bilimin yerini değiştirdiğine dair güçlü ampirik bulgular sunulmaktadır (Zhang, 2021).

Telefon, pandemi sürecinde iletişimi kolaylaştıran bir araç olsa da yüz yüze iletişimin üstünlüklerini taşımadığından, özellikle kötü haberleri vermede uygun bir araç olarak görülmemektedir. Buna mukabil Amerika'da video özellikleriyle zenginleştirilmiş teletıp kullanımı artış göstermektedir (Sindhu, 2020). Koronavirüsle ilgili önleyici sağlık bilgileri çizgi romanlar ile de halka duyurulabilmektedir. Bilimsel gelişmeleri sunmak için kullanılan çizgi romanlar, görsellerin, metnin ve hikâye anlatımının gücünü birlikte kullanarak daha etkin bir bilgi alışverişi sağlayabilmektedir. Selamlaşma biçimi, virüsün nasıl yayıldığı, el yıkamanın önemi, sarılmak/tokalaşmak ve öpüşmekten uzak durma, sosyal izolasyonun faydası yine karikatürler ve resimler yoluyla iletilebilmektedir. Duyguya hitap eden hikayeler, tamamen veriye dayalı argümanlardan daha güçlüdür ve COVID-19 kaynaklı küresel salgın ve yanlış bilgilendirme çağında, doğru gerçekleri doğru insanlara ulaştırmada karikatürler ve çizgi romanlar eşsiz bir araç konumundadırlar (Kearns & Kearns, 2020).

IV.II. Dijital Medya İletişimi

Yaşanan pandemiyle birlikte hızlıca yazılan akademik çalışmalarda vurgulanan en önemli konu, işletmelerin iş yapma biçimlerini ve çalışma yöntemlerini değiştireceği, uzaktan veya evden çalışmanın yeni normal haline geleceğidir. Uzaktan çalışma konusuna olan artan ilgi, önceki yıllara oranla 15 kat artışla sonuçlanmıştır. Uzaktan çalışma sisteminin pandemi sonrasında da kalıcı olacağı iddia edilmektedir (Wrycza & Maślankowski, 2020; Wang & Roubidoux, 2020). Değişen bu iletişim yöntemi ve iş yapma biçimi dünya genelinde Zoom, Google Hangout, WeChat Work, Tencent Meeting, MS Teams, Slack, Microsoft gibi video konferans ve mobil uygulama indirmelerini %90 oranında artırmıştır (Trueman, 2020). Bazı uzaktan görüşme ve video konferans uygulamalarının cinsiyetler arası eşitsizliği artırdığı öne sürülse de (Wang & Roubidoux, 2020) sosyal mesafenin, izolasyonun vurgulandığı pandemi günlerinde etkili bir araç olarak görülmektedir.

Sosyal medya, afet ve sağlık krizi ile ilgili iletişimde önemli bir unsurdur (Yu ve ark., 2020) ancak koronavirüs sürecinde en çok suçlanan araçlardan biri de yine sosyal medyadır. Sosyal medyanın yanlış bilgiler ürettiği ve yaydığı (Briand, 2020; Jacobsen & Vraga, 2020; Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020), halk arasında paniğe neden olduğu, devletin uyguladığı önleme stratejilerine uymada engel oluşturduğu (Al-Motlaq, 2021), doğru bilgilerin yanlış bilgilerden ayırt edilmesini ve

algılanmasını zorlaştırdığı (Briand, 2020), insanlar arası ayrımcılığı, öfkeyi ve nefreti körüklediği (Malecki, Keating, Safdar, 2020), stres, kaygı, korku, üzüntü, travma ve depresyonu artırdığı (Schmidt ve ark., 2021; Al-Motlaq, 2021; First, Shin, Ranjit, Houston, 2021) vurgulanmaktadır. Covid-19’u sosyal medya çağının ilk salgını olarak görenlerde vardır (Viswanath, Lee, Pinnamaneni, 2020).

Medyanın sansasyonel yapısı, kriz zamanlarında ön yargıyı, olumsuz düşünceyi ve ayrımcılığı teşvik edebilmektedir. Özellikle farklı karantina algısı ve karantina ile bireysel sivil özgürlükler arasındaki denge sosyal medyada yazılanlar tarafından etkilenebilmektedir. Örneğin, TripAdvisor sitesindeki 10.132 çevrimiçi yorumun analiz edildiği çalışma sonucunda ırk ayrımcılığı ve Asya karşıtı mesajların varlığı tespit edilmiştir. Hatta bazı restoranların “No Chinese” yazılı tabelalar astığı ve Çinli turistlere hizmet vermeyi reddettiklerine dair deneyimlerini paylaştıkları belirtilmiştir (Yu ve ark., 2020). Sosyal medyada dolaşan virüse ilişkin yanlış bilgiler konusundaki en ilginç örnek Hindistan’dan verilebilir. Başbakan Modi, 19 Mart 2020’deki bir günlük kilitlenme esnasında insanları sağlık çalışanlarını alkışlamak için ellerine buldukları herhangi bir şeyi alarak ses çıkarmaya davet etmiştir. Ancak bir günlük sokağa çıkma yasağına denk gelen bu alkışlama durumu insanları sokağa dökmüş ve insanlar saat 17.00’de kalabalık gruplar halinde coşkulu bir şekilde sağlık çalışanlarını sokaklarda alkışlamaya başlamıştır. Sonradan bunun nedeni sosyal medyada dolaşan “virüsün çıkan çok yüksek ses frekansı ile yok edilebileceğine” dair yanıltıcı bilgiler olduğu anlaşılmıştır. Benzer durum, Türkiye’de İçişleri Bakanı Süleyman Soylu’nun istifasına neden olan ve cuma günü çok geç saatte açıklanan Nisan ayındaki kısıtlama kararlarında da yaşanmıştır. İletişimin şeffaf, güncel (vaktinde) olmaması halk sağlığı açısından büyük bir tehlike yaratabilmektedir (Abraham, 2020). Yalnızca sosyal medya platformlarının değil, aynı zamanda Endüstri 4.0 araçlarının da yaşanan pandeminin olumsuz sonuçlarını azaltmada destekleyici işlev görebileceğini söyleyen araştırmaların çokluğu dikkat çekmektedir. Mesela sanal gerçeklik teknolojisi, halk sağlığının teşviki için yararlı bir araç olarak konumlandırılmaktadır. Bir sanal gerçeklik el yıkama tanıtım videosuna maruz kalmanın, kullanıcıların el yıkama niyetini nasıl etkilediğini araştıran bir çalışmada sanal gerçeklik uygulamasının kişilerin el yıkamaya yönelik tutumlarını ve el yıkama niyetlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Choi & Noh, 2020). Kapanma esnasında dijital teknolojilerin hayatımızı kolaylaştırdığı ve aynı zamanda işletmelerin belirli bir faaliyet düzeyini sürdürmesine izin verdiği bilinmektedir. Son rakamlar, Aralık 2019’dan Mayıs 2020’ye kadar İnternet trafiğinde %60’lık bir artış olduğunu ve video konferans trafiğinin ise salgından önceki seviyelere kıyasla yaklaşık %120 arttığını göstermektedir. New York Times tarihte ilk kez dijital gazetenin gelirinin basılı gazetenin gelirini aştığını açıklamıştır (Soto-Acosta, 2020). Bu durum bizlere dijitalleşmenin ve dijital iş modellerinin işletmelere sağladığı kazançları açık bir şekilde göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada yaşanan küresel sağlık krizi medya iletişimi, siyasal iletişim ve halk sağlığı uzmanlarının kurduğu iletişim olarak üç temel başlıkta ele alınmış ve iletişimin merkezîyeti vurgulanmıştır. Kriz iletişimi, halk sağlığı iletişimi, siyasal iletişim ve medya iletişimi olmak üzere dört başlıkta incelenen pandemi süreci sonunda önemli bazı içgörüler elde edilmiş olup, Covid-19’dan etkilenen tüm paydaşlara faydalı öneriler sunulmuştur.

Kriz olarak adlandırılabilir bu salgın hastalığın iletişim temelinde sürdürülmesi, özellikle yazılı basının kamuoyunu sağlıklı ve güncel bilgilerle yönlendirmesi, pandeminin kontrol altına alınmasında ve toplumun bilinçlenmesinde büyük önem taşıdığı belirtilmektedir (Vatandaş, 2020; Arslan ve Şahin, 2022). Bu iletişimin şeffaf, açık ve güvenilir olması ayrıca önem taşımaktadır. Önleyici tedbirlere ilişkin radikal ve kademeli kararların zamanlaması, halkın bu tedbirleri

benimsemesindeki rolü büyüktür. Bu sebeple hükümetin, gelecek yıllarda oluşabilecek muhtemel salgın hastalıklarda, pandeminin seyrine göre değişen bir iletişim tarzını benimsemesi önerilebilir (İnce ve Evcil, 2020). Yeni medya araçlarının siyasiler tarafından bir iletişim aracı olarak kullanılması, kriz anlarında halkın bilgilendirilmesi açısından önemlidir ancak bu bilgilendirmelerin tıp uzmanları ile ortak görüş içinde olması halkın siyasete ve siyasi kurumlara olan güvenini olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Ayrıca siyasilerin pandemi sürecinde yaşananları politize etmemesi, siyasetin halk sağlığının önüne geçirilmemesi, gazete ve dergilerdeki manşetlerin korku ve endişeyi artırıcı nitelikte olmaması (Vatandaş, 2021), gelecekteki krizlerin önlenmesinde önerilecek iletişim stratejileri arasında sayılabilir. Dezenformasyonun önüne geçilebilmesinde resmi devlet kurumlarının özel kurumlarla iş birliği içine girmesi önerilebilir. Halkın medya okur-yazarlık becerilerinin artırılmasının, daha genç yaşlarda çocuklara ve ergenlere okullarda seçmeli medya okur-yazarlık derslerinin verilmesinin, gelecek pandemilerde koruyucu bir kalkan oluşturabileceği düşünülmektedir. Son olarak ise sağlık hizmeti sağlayıcıları ile hasta ve hasta yakınları arasında kurulacak iletişim köprüleri, sürecin daha yumuşak bir geçişle atlatılmasını sağlayacaktır. Empatik tavır, duyguları anlamak ve şefkatli yaklaşım için tıp uzmanlarına eğitimleri esnasında dersler verilmesi, bu iletişim köprülerinin kurulmasına yardımcı olabilir. Daha önce yaşanan SARS, MERS, H1N1 gibi salgın hastalıklar göz önüne alındığında, pandemilerin belirli zaman aralıklarında ortaya çıktığı, gelecek yıllarda da muhtemel bazı pandemilerle savacağımız rahatlıkla söylenebilir. Bu bakımdan iletişim temelli bir kriz planının, krizin ekonomik, sosyal ve toplumsal en az hasarla atlatılmasında başat rol oynayacağı ön görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abraham, T. (2020). COVID-19 communication in India. *Journal of Communication in Healthcare*, DOI: 10.1080/17538068.2020.1758428
- Abroms, L. C., & Maibach, E. W. (2008). The effectiveness of mass communication to change public behavior. *Annual Review of Public Health*, 29, 219–234, DOI: 10.1146/annurev.publhealth.29.020907.090824
- Akyüz, S. S. (2021). Koronavirüs kompo teorileri: Dezenformasyon ve politik kimliklerin kompolcu düşünüşe etkisi. *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar II*, 57-86.
- Akyüz, S.S., Sarıtop, B.Z., & Aktuna, O. (2021). İfade özgürlüğünden dezenformasyon ve dijital faşizm tartışmalarına sosyal medya ve platformlar. Akyüz, S.S. (Ed.), *Dezenformasyon çağı* içinde (ss.190-214), Eğitim Yayınevi, 1.Baskı, Ankara
- Akyüz, S. S., Gülnar, B., & Kazaz, M. (2021). Yeni medyada haber güvenilirliği sorunu: üniversite öğrencilerinin sahte/yalan haberlere yönelik doğrulama refleksi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(36), 2816–2840.
- Ali, S.H, Foreman, J., Tozan, Y., Capasso, A., Jones, A.M., & DiClemente, R.J. (2020). Trends and predictors of COVID-19 information sources and their relationship with knowledge and beliefs related to the pandemic: Nationwide cross-sectional study. *JMIR Public Health Surveillance*, 6(4), e21071.
- Al-Motlaq, M.A. (2021). There is no Corona; it's a conspiracy: Addressing the perceptions of people about covid-19 through the narrative of their comments on social media. *Journal of Consumer Health on the Internet*, 25(1), 65-76, DOI: 10.1080/15398285.2020.1867412
- Arat, S. Ü. (2021). Pandemi sürecinde katılımcı kültür ve dezenformasyon. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 324–338.
- Arslan, T. & Şahin, D. (2022). Covid-19'un gazete haberlerine yansması: bir gazete örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 1–16.
- Aydın, A.F. (2020). Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirüs) pandemi süreci. *Asya Studies*, 4(12), 76–90.
- Back, A., Tulskey, J.A., & Arnold, R.M. (2020). Communication skills in the age of COVID-19. *Annals of Internal Medicine, American College of Physicians*, 172(11), 759–761, DOI 10.7326/M20-1376.

- BBC News (2021). *Açık havada maske takmak covid-19'a karşı etkili mi? Bilim insanları ne diyor?* <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-56946337> adresinden erişildi.
- BBC News (2021). *Covid'den korunmak için çift maske kullanmak ne kadar etkili.* <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-56041105> adresinden erişildi.
- Binark, M., Arun, Ö., & Özsoy Taylan, D. (2021). *COVID-19 sürecinde yaşlıların enformasyon arayışı ve enformasyon değerlendirilmesi.* https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/20689/covid_19_ve_toplum_salginin_sosyal_beseri_ve_ekonomik_etkileri_sorunlar_ve_cozumler.pdf adresinden erişildi.
- Biss, M. (2020). Patient Voices: Covid-19 and the therapeutic value of communication. *Journal of Communication in Healthcare*, 13(4), 260–261. DOI: 10.1080/17538068.2020.1835328
- Bozkurt, F. (2021). Covid-19 pandemi sürecindeki sahte ve yalan haberlerin bir getirisi: İnfodeminin Türkiye bağlamında incelenmesi. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(7), 135–151.
- Briand, S. (2020). A voice from the frontline: the role of risk communication in managing the COVID-19 Infodemic and engaging communities in pandemic response. *Journal of Communication in Healthcare*, 13(1), 6–9, DOI: 10.1080/17538068.2020.175842
- Bruine de Bruin, W., & Bennett, D. (2020). USC study finds increasing actions, and risk perceptions, for coronavirus. *The Evidence Base*. <https://healthpolicy.usc.edu/evidencebase/usc-study-finds-increasing-actions-and-self-diagnosis-with-coronavirus/> adresinden erişildi.
- Choi, D.-H., & Noh, G.-Y. (2020). The effect of presence in virtual reality video on handwashing intention. *Asian Journal of Communication*, 30(3/4), 261–278, DOI: 10.1080/01292986.2020.1781218
- Çelebi, A. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medyada kriz iletişimi: Pegasus hava yolları resmi Facebook hesap incelemesi. *ASEAD 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Bildiriler Kitabı*. 10-12 Nisan Kemer – Antalya, 2021
- Çit, D., & Yavuzdemir, M. (2021). COVID-19 salgınının medya ve bilgi okuryazarlığı izdüşümü: İnfodemi. *Library Archive and Museum Research Journal*, 2(1), 36–46.
- Donovan, J. (2020). Medya manipülasyonunun yaşam döngüsü. Silverman, C. (ed.), *Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı* içinde (ss. 16–21). European Journalism Center-Teyit.
- Eysenbach, G. (2020). How to fight an infodemic: The four pillars of infodemic management. *Journal of Medical Internet Research*, 22(6), e21820, DOI: 10.2196/21820
- Erdoğan E., & Uyan Semerci, P. (2021). “İnfodemi” ile etkin mücadele için bireylerin yanlış bilgi karşısındaki tutumlarının ve bu tutumların belirleyicilerinin araştırılması: COVID-19 örneği. https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/20689/covid_19_ve_toplum_salginin_sosyal_beseri_ve_ekonomik_etkileri_sorunlar_ve_cozumler.pdf adresinden erişildi.
- Fallis, D. (2015). What is disinformation?. *Library Trends*, 63(3), 401–426
- First, J.M., Shin, H., Ranjit, Y.S., & Houston, J.B. (2021). COVID-19 stress and depression: Examining social media, traditional media, and interpersonal communication. *Journal of Loss and Trauma*, 26(2), 101–115, DOI: 10.1080/15325024.2020.1835386
- Gabore, S.M. (2020). Western and Chinese media representation of Africa in COVID-19 news coverage. *Asian Journal of Communication*, 30(5), 299–316, DOI: 10.1080/01292986.2020.1801781
- Gelfert, A. (2018). Fake news: a definition, *Informal Logic*, 38(1), 84–117
- Glik, D.C. (2007). Risk communication for public health emergencies. *Annual Review of Public Health*, 28, 33–54, DOI: 10.1093/cid/ciaa758
- Gong, X., & Ye, X. (2021). Governors fighting crisis: Responses to the COVID-19 pandemic across U.S. states on Twitter. *The Professional Geographer*, DOI: 10.1080/00330124.2021.1895850
- Gordils, J., Elliot, A.J., Toprakkiran, S., & Jamieson, J.P. (2021). The effects of COVID-19 on perceived intergroup competition and negative intergroup outcomes. *The Journal of Social Psychology*, DOI: 10.1080/00224545.2021.1918617
- Gölbaşı, S.D., Metintas, S., & Önsüz, M.F. (2022). Web sitelerinde yer alan COVID-19 ile ilişkili mitlerin infodemi açısından değerlendirilmesi: bir içerik analizi. *Turkish Journal of Public Health*, 20(1), 138–151.

- Guttman, N., & Lev, E. (2021). Ethical issues in COVID-19 communication to mitigate the pandemic: dilemmas and practical implications. *Health Communication*, 36(1), 116–123, DOI: 10.1080/10410236.2020.1847439
- Hills, T.T. (2019). The dark side of information proliferation. *Perspectives on Psychological Science*, 14(3), 323–330, DOI: 10.1177/1745691618803647
- Ilgın, H. (2021). Sosyal medyada dezenformasyon ve halkla ilişkiler ilişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303–322.
- İnce, F., & Evcil, F.Y. (2020). Covid-19'un Türkiye'deki ilk üç haftası. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(2), 236–241.
- Jacobsen, K.H., & Vraga, E.K. (2020). Improving communication about COVID-19 and emerging infectious diseases. *European Journal of Clinical Investigation*, 50(5), e13225, DOI: 10.1111/eci.13225
- Jiang, X., Hwang, J., Shah, D.V., Ghosh, S., & Brauer, M. (2021). News attention and social-distancing behavior amid covid-19: how media trust and social norms moderate a mediated relationship. *Health Communication*, 1–10, DOI: 10.1080/10410236.2020.1868064
- Kaur, M., Verma, R., & Otoo, F.N.K. (2021). Emotions in leader's crisis communication: Twitter sentiment analysis during COVID-19 outbreak. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 31(1-4), 362–372, DOI: 10.1080/10911359.2020.1829239
- Kaya, A. (2021). Hasta danışmanlığında iletişimin rolü. Taştan, K. (Ed.), *İletişimin temel prensipleri içinde* (ss.164–168), Konya: Eğitim Yayınevi
- Kearns, C., & Kearns, N. (2020). The role of comics in public health communication during the COVID-19 pandemic. *Journal of Visual Communication in Medicine*. DOI: 10.1080/17453054.2020.1761248.
- Kıyan, Z., Törenli N., & Sezer, T. (2021). *Kriz iletişimi: COVID-19 salgınından çıkarılan dersler ışığında önleyici iletişimsel yaklaşımlar*. https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/20689/covid_19_ve_toplum_salginin_sosyal_beseri_ve_ekonomik_etkileri_sorunlar_ve_cozumler.pdf adresinden erişildi.
- Koçer-Çamurdan, S. (2021). *COVID-19 bağlamında Türkiye'de yanlış bilgi yayılımını medya kullanıcılarının gözünden anlamak ve önleyici faaliyet önerileri geliştirmek*. https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/20689/covid_19_ve_toplum_salginin_sosyal_beseri_ve_ekonomik_etkileri_sorunlar_ve_cozumler.pdf adresinden erişildi.
- Kutlu, A. & Doğan, E. (2020). Kesin bilgi, yayılım: Hakikat sonrası çağda yalan haberlere ilişkin Y kuşağının tutum ve davranışları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 83–101.
- Malecki, K.M.C., Keating, J.A., & Safdar, N. (2021). Crisis communication and public perception of COVID-19 risk in the era of social media. *Clinical Infectious Diseases*, 72(4), 697–702, DOI: 10.1093/cid/ciaa758
- Narmanlıoğlu, H., & Çelimli, A.A. (2021). *İnfodeminin görsel üretimi üzerine eleştirel bir okuma*. Communication and Technology Congress – CTC 2021, 12-14 Nisan, İstanbul, Türkiye
- Nemes, L., & Kiss, A. (2021) Social media sentiment analysis based on COVID-19. *Journal of Information and Telecommunication*, 5(1), 1–15, DOI: 10.1080/24751839.2020.1790793
- Noar, S.M., & Austin, L. (2020). (Mis)communicating about COVID-19: Insights from health and crisis communication. *Health Communication*, DOI: 10.1080/10410236.2020.1838093
- Rossmann, C., Meyer, L., & Schulz, P.J. (2018). The mediated amplification of a crisis: Communicating the A/H1N1 pandemic in press releases and press coverage in Europe. *Risk analysis*, 38(2), 357–375, DOI: 10.1111/risa.12841
- Sakya, S.M., Scoy, L. J. V., Garman, J. C., Miller, E. L., Snyder, B., Wasserman, E., Chinchilli, V.M., & Lennon, R.P. (2021). The impact of COVID-19-related changes in media consumption on public knowledge: results of a cross-sectional survey of Pennsylvania adults. *Current Medical Research and Opinion*, DOI: 10.1080/03007995.2021.1901679
- Scheiner, B. (2020). COVID-19'u kim üretti? Aşısı ne zaman bulunacak?. Prof. Dr. Sait Yılmaz 25 Mart 2020 Giriş. *Policy*.
- Schmidt, A., Brose, A., Kramer, A.C., Schmiedek, F., Witthöft, M., & Neubauer, A.B. (2021). Dynamic relations among COVID-19-related media exposure and worries during the COVID-19 pandemic. *Psychology & Health*, DOI: 10.1080/08870446.2021.1912345.

- Sindhu, K. K. (2020). The phone: Communication in the age of COVID-19. *Patient Education and Counseling*, article in press, DOI: 10.1016/j.pec.2021.02.013
- Soto-Acosta, P. (2020). COVID-19 pandemic: Shifting digital transformation to a high-speed gear. *Information Systems Management*, 37(4), 260–266, DOI: 10.1080/10580530.2020.1814461
- Şahin, M. (2021). Asparagastan Sahte Habere, Hülür, H., & Yaşın, C. (Eds.), *Yeni medya, toplum ve iletişim biliminin dönüşümü* içinde (ss.571–585), Ankara: Siyasal Kitapevi
- Tandoc, E., Ling, R., & Westlund O. (2018). Audiences’ acts of authentication in the age of fake news: a conceptual framework. *New Media & Society*, 20(8): 2745–2763.
- Trueman, C. (2020). Pandemic leads to surge in video conferencing app downloads. <https://www.computerworld.com/article/3535800/pandemic-leads-to-surgein-video-conferencing-app-downloads.html> adresinden erişildi.
- Van Scoy, L.J, Miller, E.L, Snyder, B., Wasserman, E., Chinchilli, V.M., Zgierska, A.E., Rabago, D., Lennon, C.L., Lipnick, D., Toyobo, O., Ruffin, M.T., & Lennon, R.P. (2021). Knowledge, perceptions, and preferred information sources related to COVID-19 among central Pennsylvania adults early in the pandemic: results of a mixed methods cross sectional survey. *Annals of Family Medicine*, DOI: 10.1370/afm.2674
- Vatandaş, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve “gündem belirleme” işlevi açısından gazete manşetleri. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2020(1), 61–78.
- Vatandaş, S. (2021). Gazete haberlerinde korku sunumunun göstergebilimsel çözümlemesi (COVID-19 örneğinde). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 1060–1079.
- Viswanath, K., Lee, E.W., & Pinnamaneni, R. (2020). We need the lens of equity in COVID-19 communication. *Health Communication*, 35(14), 1743–1746, DOI: 10.1080/10410236.2020.1837445
- Voicu, M., & Bădoi, D. (2021). Fertility and the COVID-19 crisis: do gender roles really matter?. *European Societies*, 23(sup1), 199–214, DOI: 10.1080/14616696.2020.1822537
- Wang, S.S., & M.A. Roubidoux (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19), video conferencing, and gender. *Journal of the American College of Radiology*, 17(7), 918–920, DOI: 10.1016/j.jacr.2020.05.019
- Wardle, C. (2020). Bilgi düzensizliği çağı. Silverman, C. (Ed.), *Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı* içinde (ss.9–15), European Journalism Center-Teyit
- Wittenberg, E., Goldsmith, J.V., Chen, C., Prince-Paul, M., & Johnson, R.R. (2021). Opportunities to improve COVID-19 provider communication resources: A systematic review. *Patient Education and Counseling*, 104: 438–451 DOI: 10.1016/j.pec.2020.12.031
- Wright, T. (2002). Moving images: The media representation of refugees. *Visual Studies*, 17(1), 53–66. DOI:10.1080/1472586022000005053
- Wrycza, S., & Maślankowski, J. (2020). Social media users’ opinions on remote work during the COVID-19 pandemic. Thematic and sentiment analysis. *Information Systems Management*, 37(4), 288–297, DOI: 10.1080/10580530.2020.1820631
- Yavuz, A. (2020). Bilgi kirliliği ve bireysel sorumluluk: salgın deneyimimiz. *MSGSÜ Sosyal Bilimler*, 2(22), 203–217.
- Yu, M., Li, Z., Yu, Z., He, J., & Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: A case of COVID-19 outbreak. *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2020.1752632
- Zhang, R. (2021). How media politicize COVID-19 lockdowns: A case study comparing frame use in the coverage of Wuhan and Italy lockdowns by The New York Times. *Media Asia*, 48(2), 89–107, DOI: 10.1080/01296612.2021.1884518
- Hürriyet Gazetesi (2021). Maske takmak konusunda kafalar karışık: 14 soru 14 cevap <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/maske-konusundaki-kafalar-karisik-undefined14-soru-14-cevap-41784433> adresinden erişildi.
- Institute for Public Relations (2020). *Disinformation in society report*. https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Disinformation_Study_IPR-6-18-1014.pdf adresinden erişildi.
- Teyit.org (2020). *Pandemi sürecinde yanlış bilgi sorunu: Yanlış bilgi, haber tüketimi ve teyit etme davranışları*. <https://teyit.org/turkiyede-bilgi-ekosistemi-pandemi-surecinden-nasil-etkilendi> adresinden erişildi.
- World Health Organization (2016). *Risk communication – A moving target in the fight against infectious hazards and epidemics*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/254293> adresinden erişildi.

Etik Beyanı : Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde ÖHÜİBF Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar(lar)ına aittir.

Bu araştırma derleme bir makale olduğundan içinde herhangi bir nicel analiz ve anket/ölçek kullanılmamıştır. Bu sebeple etik kurul izni gerektiren araştırmalar arasında bulunmadığından etik kurul izni alınmamıştır.

Yazar Katkıları : Yazarlar eşit oranda katkı sunmuşlardır.

Çıkar Beyanı : Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Ethics Statement : The authors declare that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In case of detection of a contrary situation, ÖHÜİBF Journal does not have any responsibility and all responsibility belongs to the author (s) of the study.

Since this research is a compilation article, no quantitative analysis and questionnaires/scales were used. For this reason, ethical committee approval was not obtained since it is not among the studies that require ethical committee approval.

Author Contributions : The authors contributed equally

Conflict of Interest : There is no conflict of interest between the authors
