

COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE SAĞLIK BAKANLIĞI'NIN INSTAGRAM KULLANIMININ RİSK İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF MINISTRY OF HEALTH INSTAGRAM USE IN THE CONTEXT OF RISK COMMUNICATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC PROCESS

Dr. Öğr. Üyesi Esra VONA KURT¹

Öğr. Gör. Yasemin DURAN²

ÖZ

Yüksek risk içeren bulaşıcı salgın hastalıklar sırasında, var olan riski tanımlamak ve salgını kontrol altına alabilmek için etkili iletişim stratejileri yoluyla halka ulaşmak ve bilgilendirmek gerekmektedir. Bu tür durumlarda risk sürecini yöneten sağlık kurumlarının salgın hastalık riskini tüm boyutlarıyla halka aktarması ve alınan önlemlerle salgının kontrol altına alınabileceği umudunu etkileşimli bir iletişimle kitlelere aktarabilmesi önemlidir. Sağlık alanında sosyal medya kullanımı, hem bireylere hem de halk sağlığını biçimlendiren sağlık kurumlarına geniş hedef kitlelerle etkileşimli iletişim kurma olanağı çerçevesinde fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle salgın hastalık riski durumlarında sosyal medya ortamlarının risk iletişim sürecindeki etkisini ve işlevini ortaya koymak önemli hale gelmektedir. Bu çalışma Covid-19 pandemisi sırasında ülkemizde pandemi sürecini yöneten ve yönlendiren tek kurum olan Sağlık Bakanlığı'nın sosyal medyadaki etkinliklerine odaklanmaktadır. Araştırmada, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram hesabı üzerinden paylaştığı gönderiler, risk iletişimi modelleri çerçevesinde incelenmektedir. Çalışma, bakanlığın salgın sırasında Instagram'da benimsediği iletişim biçimlerini, risk içeriğini ve oluşturulmaya çalışılan risk algısını anlamaya çalışmakta ve Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden gerçekleştirdiği iletişimin içeriği ve bağlamı, paylaşılan gönderiler üzerinden değerlendirilmektedir. İçerik analizi tekniğiyle bir inceleme gerçekleştirmeyi hedefleyen çalışmada, betimsel istatistik testleri kullanılarak elde edilen bulgular, risk iletişim modelleri çerçevesinde analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Risk İletişimi, Sosyal Medya, Instagram, Pandemi, Covid-19.


JEL Sınıflandırma Kodları: I10, C19.


ABSTRACT

During high-risk infectious epidemics, it is necessary to reach and inform the public through effective communication strategies in order to identify the existing risk and control the epidemic. In such cases, it is important that the health institutions managing the risk process can convey the risk of epidemic disease to the public with all its dimensions and convey the hope that the epidemic can be controlled with the measures taken, with an interactive communication. The use of social media in the field of health offers opportunities for individuals and health institutions that shape public health within the framework of the opportunity to communicate interactively with large target audiences. For this reason, it becomes important to reveal the effect and function of social media environments in the risk communication process in cases of epidemic risk. The study focuses on the social media activities of the Ministry of Health, which is the only institution that manages and directs the pandemic process in Turkey during Covid-19 pandemic. In the research, the posts shared by the Ministry of Health on the Instagram account are analysed within the framework of risk communication models. The study tries to understand the communication styles, risk content and risk perception adopted by the Ministry on Instagram during the epidemic, and the content and context of the communication carried out by the Ministry of Health on Instagram is examined through shared posts. In the study, which aims to analyse the data collected by the content analysis technique, the findings obtained using descriptive statistical tests are evaluated within the framework of risk communication models.

Keywords: Risk Communication, Social Media, Instagram, Pandemic, Covid-19.

JEL Classification Codes: I10, C19.

¹  Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, esravona@isparta.edu.tr

²  Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksek Okulu, Tasarım Bölümü, yaseminduran@isparta.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

During high-risk infectious epidemics, it is necessary to reach out and inform the public through effective communication strategies in order to identify the existing risk and to control the epidemic. In such cases, it is important for the health institutions that manage the risk process to convey the risk of the epidemic to the public with all its dimensions and to convey the hope that the epidemic can be brought under control with the measures taken, through interactive communication. Based on this basic point, the study examines the Covid-19 pandemic, which affects the whole world, within the framework of risk communication and aims to reveal how the risk content is transmitted through Instagram, which is accepted as one of the social media environments by the Ministry of Health, and how the process is managed through risk content and perception.

Design/methodology/approach:

In the research, the content and context of the communication made by the Ministry of Health over the posts shared on Instagram account between January 1, 2020 and December 31, 2020 are evaluated. The study, based on risk communication models, is structured on a descriptive research design. In the study, the data were collected by content analysis technique and analyzed using descriptive statistical techniques. The research was carried out on a sample group determined by purposeful sampling technique. The research uses the Instagram posts shared by the Ministry of Health between 1 - January / 31 - December 2020 as the basic data set. The study used the content analysis technique, which is a basic research tool, as a data collection tool to objectively analyze the Instagram posts of the Ministry of Health. In this context, the data were collected by content analysis technique over the posts shared on the ministry's Instagram account named @saglikbakanligi. The reliability of the study was demonstrated by the reproducibility test. In the repeatability test, the reliability of the encoders was found to be .83. Since a value of .80 and above is considered reliable, the data collection tool used in the study is considered a reliable

Findings:

According to the findings obtained as a result of the research, it shows that the Ministry of Health is actively using Instagram during the Covid-19 pandemic. It is seen that the Ministry shares Instagram as a social media platform in accordance with its features. Accordingly, 60% of the ministry's posts are posters, 25.9% are moving images (video), 11.3% are photographs, and 2.8% are text. It is seen that the Ministry does not effectively use the features Instagram provides to users. The findings obtained within the framework of examining the content of the Instagram posts of the Ministry of Health and the perception regarding the risk are as follows. It is seen that the content of risk communication of the Ministry of Health mostly includes the sharing of the number of cases (20.9%) with the public. Secondly, it is seen that there are posts (16.9%) on preventive measures in order not to catch Covid-19. Finally, it is observed that 9.2% of the news about the work of the ministry regarding the pandemic process are shared on Instagram. It is seen that the Ministry of Health emphasizes the reliability of the institution in most of the Instagram posts (40.9%) regarding the Covid-19 pandemic process and tries to create a perception that the pandemic process is managed by a correct and reliable institution. While the risk perception arising from the nature of the disease is emphasized by 26.4% in the Ministry's Instagram posts, 23.4% of the posts contain the perception of danger to the disease. 6.2% of the feared consequences and 2.6% of the unequal risk related to the Covid-19 epidemic process were highlighted. When we look at the tone of the posts shared by the Ministry of Health on Instagram, it is seen that almost half of them (49.7%) use a neutral language. At this point, it seems that the ministry balances negative messages with more positive ones and uses a neutral language. It is seen that the Ministry shares the messages that will fulfill the educational / informative function (43.1%) at the highest rate. It is observed that messages that will perform motivating (18.5%) and warning (7.7%) functions are preferred at a lower rate.

Conclusion and Discussion:

As a result, in the risk communication management of the Ministry of Health on Instagram; that the society has adopted a scientific and technical approach strategy, which includes raising awareness of the danger and risks by providing information flow on what the risk is and what should be done to overcome it; It carried out an application in line with the principles of "The Trust Determination Model" and "Negative Dominance Model" among the approaches focusing on the message to be conveyed to the target audiences. Instagram is a photo and image-based application, the shared posts comply with the principles of the "Mental Noise Model", which includes using repetition and visualization with target audiences in order to understand the risk. It has been concluded that the Ministry of Health's use of Instagram during the pandemic process is more for an educational and informative function.

1. GİRİŞ

Bulaşıcı salgın hastalıklar, halk sağlığı açısından tehdit içeren süreçlerdir. Özellikle 1990'ların başından itibaren yeniden ortaya çıkan salgınlara karşı Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization – WHO) tarafından verilen öneri ve kararlara uygun olarak ülkelerin pek çoğu acil durum planları geliştirmekte ve bu doğrultuda salgına karşı hazırlık, müdahale ve iyileştirme stratejileri belirlenmektedir (Holmes, 2008: 349). 2000'lerden sonra yaşanan salgın hastalıklara bakıldığında “Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) dahil olmak üzere, H1N1 (Domuz Gribi), H5N1 (Kuş Gribi) ve Ebola gibi salgınlar, ölümlere ve sosyo-ekonomik anlamda geniş kapsamlı ve uzun vadeli bozulmalara (Fonkwo, 2008: 13; Huber, Finelli ve Stevens, 2018: 698) neden olmuştur. Koronavirüs (COVID-19, SARS CoV-2) salgını da, dünyanın karşı karşıya olduğu bulaşıcı hastalıkların en son örneklerinden biridir. Aralık-2019'da Çin'in Wuhan eyaletinde başlayan Covid-19 salgını sadece sağlık alanında değil ekonomiden toplumsal yaşama kadar insan hayatını derinden etkileyen küresel bir soruna dönüşmüştür. Bu nedenle Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020 tarihinde Koronavirüs salgınının bir pandemi olduğunu ilan etmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2021). O tarihten bu yana tüm dünya ülkeleri, küresel bir sağlık kriziyle karşı karşıya bulunmakta ve bir risk iletişimi sürecini yönetmektedir. Bir yıl içerisinde dünyadaki vaka sayısı neredeyse 100 milyonu bulurken, iki milyonu aşkın insan yaşamını yitirmiştir (Worldmeters, 2021). Türkiye'de ise Sağlık Bakanlığı verilerine göre (Sağlık Bakanlığı, 2020) bir yıl içerisinde virüs, yaklaşık iki buçuk milyon kişiye bulaşırken, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 25 bin kişiye ulaşmıştır. Her geçen gün bu sayılar yukarıya doğru giden bir şekilde güncellenmektedir.

Pandemi sürecini kontrol altına almak, yalnızca yeni virüslerin tanımlanmasını, aşılarda geliştirilmesini ve uygun tedavilerin başlatılmasını değil, aynı zamanda halkı riskler ve önlemler hakkında yeterince bilgilendirmeyi de içermektedir. Nitekim salgının yayılmasına karşı insanların önleyici davranışlar göstermeleri ancak onların mevcut riski ne derece algılayabildiklerine bağlıdır (Ye ve Lyu, 2020: 2) Bu nedenle halkı mevcut riskler hakkında bilgilendirmek, mevcut risklerin sonuçlarının neler olabileceği konusunda aydınlatmak etkili bir iletişim sürecini yönetmekle mümkündür. O halde başarılı bir risk iletişim sürecinin yürütülebilmesi, etkin bir iletişimin gerçekleştirilmesine bağlı olacaktır.

Bu temel noktadan hareket eden çalışma tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisini risk iletişimi çerçevesinde incelemekte ve Sağlık Bakanlığı tarafından risk içeriğinin sosyal medya ortamlarından biri olan Instagram aracılığıyla nasıl iletildiğini ve bu sürecin nasıl yönetildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma, risk altındaki bireylerle geliştirilecek iletişim stratejilerinin oluşumuna, risk algısını oluşturan faktörlere ve karar alma süreçleri üzerindeki etkilere ışık tutması nedeniyle, risk iletişim modellerine göre yönlendirilmiştir. İnceleme dört bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde risk kavramı, risk iletişimi üzerinde durulmakta, alandaki teorik kavramlar ve modeller ele alınmaktadır. Böylece verilerin analizi için bir referans çerçevesi oluşturulmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde bir sosyal medya platformu olan Instagram'ın risk iletişimi çerçevesinde sunduğu olanaklar tartışılmaktadır. Üçüncü bölümde, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderileri, risk iletişimi bağlamında içerik analizi tekniğiyle incelenmektedir. Son bölümde ise, elde edilen bulgular risk iletişim modelleri çerçevesinde analiz edilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünya Sağlık Örgütü (1948) ile Sağlık Teşviki ve Geliştirilmesine Yönelik Ottawa Sözleşmesi'nde (1986) sağlık, yalnızca hastalık ve sakatlık olmaması durumu değil aynı zamanda fiziksel, sosyal ve ruhsal refah durumu olarak değerlendirilmekte ve bir insan hakkı olarak ele alınmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2011: 1). Dolayısıyla sağlık kavramı bireysel değil toplumsal bir anlayışla ele alınmaktadır (Tözün ve Sözmen: 2014: 48). Halk sağlığı anlayışı olarak değerlendirilebilecek bu yaklaşım temelde sadece bireyi değil toplumu bir bütün olarak iyileştirmeye ve geliştirmeye odaklanmaktadır (Wise, 2001: 476). Bu anlamda halk sağlığının temel işlevleri, salgın hastalıkların yayılmasını önlemek, yaralanmaları engellemek, sağlıklı davranışları teşvik etmek, afetlere müdahale etmek ve toplulukların iyileşmesine yardım etmektir (Wise, 2001: 477). Bu temel işlevlere rağmen günümüz insanı kendisinin, geçmişe oranla daha ciddi riskler ve tehlikelerle karşı karşıya kaldığına inanmaktadır (Slovic, 1997: 59).

Gerçekten de modern toplumların yüz yüze kaldığı en önemli alanlardan biri “risk”tir. Belirsizliği ve meydana gelme olasılığı olan durumları ifade eden risk kavramı, gerçekleşme olasılığı bilinen ve olumsuz sonuçları olan olayları ifade etmektedir. Dolayısıyla risk denildiğinde sonuçları tam olarak kestirilemeyen durumlar ve endişe verici olaylar akla gelmektedir. “Risk Toplumu” teorisyeni Beck (2014: 25) riski, “modernleşme sonucu ortaya

çıkan tehlikeler ve güvensizliklerle başa çıkmanın sistematik bir yolu” olarak tanımlamaktadır. Beck (2014: 25), risk ve tehlike yaratan modern toplumları 'risk toplumu' olarak değerlendirirken, ekonomik, toplumsal, kültürel, siyasal ya da sınıfsal ayırım yapmayan, sınırları aşarak dünyanın her yerine etki eden ve böylece küreselleşen risklerden söz etmektedir. Dolayısıyla Beck modern toplumu, risklerin paylaşıldığı bir yapı olarak kavramsallaştırmaktadır.

Risk kavramı çoğu zaman kriz kavramıyla eşdeğer anlamda kullanılmaktadır. Kriz kelime olarak, acil müdahale edilmesi gereken, beklenmedik bir olaydır ve bir dizi hızlı karar almayı gerektiren bir sürece işaret etmektedir (Sezgin, 2003: 182). Bu kavramlar, “risk iletişimi” ya da “kriz iletişimi” süreçlerinde de benzer şekilde kullanılmaktadır. Halbuki kavramlar arasında anlam yönüyle bir fark bulunmaktadır. “Kriz iletişimi” yönlendirici, kesin olan ve görünür tehlikelerle ya da durumlarla ilgilenirken, “risk iletişimi” aksine bir belirsizliği ifade etmektedir (Cairns, Andreda ve Angus, 2013: 1560). Başka bir ifadeyle kriz yönetimi, temelde olay gerçekleşikten sonra harekete geçmeyi içeren bir süreci, risk yönetimi ise gelecekte tehdit olabilecek ve tehdidin uzun dönemde etkisini devam ettirdiği durumları içermektedir. Dolayısıyla risk iletişimi ve yönetimi, büyüklüğü ve sonuçlarının yanı sıra riskin ne zaman ortaya çıktığı, kimi, neyi, nasıl etkilediği gibi unsurlarla (Palenchar ve Heath, 2007: 121) değerlendirilen ve yönetilen bir süreçtir. Bu sürece modern toplumların karşılaştıkları ya da karşılaşılabilecekleri yeni küresel riskler de (salgın hastalıklar, küresel ısınma, doğal ve endüstriyel felaketler, güvenlik sorunları vb.) dahil edilmektedir.

Özellikle belirsizliğin hakim olduğu risk durumlarında iletişim, bireyler ve kurumlar arasında bilgi paylaşımını içeren ve planlanması gereken önemli bir karar verme süreci olarak ortaya çıkar. Bu nedenle risk iletişimi, tutumları etkilemek, acil veya kriz durumlarında halkı risk ve risk yönetimi konusunda eğitmek, karar vermeye yardımcı olmak için bilgilendirmek gibi çok çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır (Nobles, 2008: 1). Bu yönüyle risk iletişimi, yüksek endişe duyulan durumlarda yaşanan zorlukların üstesinden gelmeyi ve riskin sonuçlarını en aza indirmeyi amaçlayan bilimsel bir yaklaşım (Covello, Peters, Wojtecki ve Hyde, 2001: 382) olarak değerlendirilmektedir.

Yapılan araştırmalar, etkileşimli bir risk iletişim uygulamasının üç ana eksene sahip olması gerektiğini göstermektedir. Bunlar; riskler hakkında bilinçli kararlar verebilmek için gereken bilgiyi sağlamak, paydaşlar arasında güven inşa etmek ve anlaşmazlıkları çözebilmek için etkileşime ve uzlaşmaya dayalı iletişimi sürdürmektir (Covello vd., 2001: 383). Etkili bir risk iletişim sürecinin işlevlerini Ren ve Levine (1991: 178) dokuz maddede özetlemektedir:

- Hedef gruplar arasında risk anlayışını geliştirmek,
- Potansiyel mağdurları tehlikeler hakkında bilgilendirmek,
- Tutum değişikliği yaratmak,
- Risk yönetiminin yeterliliğine ve adaletine olan güveni artırmak,
- Bireysel risk azaltma yöntemleri hakkında bilgi vererek halkı korumak,
- İletişim kuran kuruluşa yönelik koruyucu ve destekleyici davranışı teşvik etmek,
- Acil durumlara hazırlıklı olmak,
- Karar alıcıları halkın endişeleri ve algıları hakkında eğitmek,
- Riskle ilgili anlaşmazlıkların uzlaştırılmasına yardımcı olmak.

Araştırmalar etkili risk iletişiminin önündeki başlıca engelleri de göstermektedir. Sağlık, güvenlik veya çevreye yönelik tehditlere ilişkin büyük ölçüde belirsizlik, karmaşıklık ve veri eksikliğinin bulunması, etkili bir risk iletişimin önündeki engeller olarak değerlendirilmektedir (Covello ve Sandman, 2001: 165). Çünkü riskler hakkında etkili kararlar verebilmek için doğru ve çözümleyici bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede belirsizliğin sürmesi ve gerekli bilginin sağlanamaması risk iletişim sürecini de olumsuz yönde etkileyecektir. Etkili risk iletişimi önündeki diğer bir engel ise güvensizliktir (Fischhoff, 1995; Covello ve Sandman, 2001: 165). Bu yüzden risk iletişiminde paydaşlar arasında güven inşa etmek, sürecin en önemli aşaması olarak görülmektedir. Güven ortamının sağlanmasında en önemli engellerden biri de gazetecilerin riske ilişkin haber vermede son derece seçici olması ve özellikle de haber ögesi olarak alışılmadık, dramatik, çatışmacı, olumsuz veya sansasyonel durumlara daha fazla ilgi göstermeleridir (Covello ve Sandman, 2001: 166). Etkili iletişimin önündeki diğer bir engel de insanların risk hakkındaki bilgileri algılamasını etkileyen psikolojik ve sosyal faktörlerdir (Covello, 1989:

3; Covello ve Sandman, 2001: 165-168). Nitekim bu tür risk durumları genellikle yüksek seviyede belirsizlikle karakterize olduğu için, belirsizlik ve korku, güvensizlik ve öfke gibi güçlü olumsuz duygular, etkili iletişim kurulmasının önünde engel oluşturmaktadır (Covello vd., 2001: 167). Mevcut engellerin aşılmasında Palenchar ve Heath' in (2007: 124-126) dikkat çektiği gibi, şeffaf, toplumla işbirliğine dayalı karar alma, güven oluşturma, risk değerlendirmelerine ilişkin belirsizliği kabul etme, risk iletişimi ile ilgili anlatıların yaygınlaşmasını sağlamak gibi hususlar göz önünde bulundurulmalıdır. Glik de (2007: 35) benzer şekilde, bu tür durumlarda "iletişimsizlik" riskinin yüksek olduğunu ve bu nedenle iletişim kaynağına yönelik güvenin oluşabilmesi için sürecin dürüstlük, şeffaflık ve hesap verebilirlik unsurları çerçevesinde oluşturulması gerektiğini belirtmektedir. Dolayısıyla etkili bir risk iletişimi sürecinin yürütülebilmesi için güvene, doğru bilgiye ve medyaya olan ilişkilerin iyi yönetilmesine ihtiyaç vardır.

Risk iletişiminin uygulandığı en önemli alanların başında sağlık gelmektedir. Özellikle salgın hastalıkların kontrol altına alınabilmesi, salgın riskiyle karşı karşıya bulunan bireylerin koruyucu önlemler almasını sağlamak ancak etkili bir risk iletişimi sürecinin yönetilmesiyle mümkündür. Pandemi gibi küresel boyutta insan hayatını etkileyen süreçlerde olumsuz sonuçları azaltmak, ülke çapında büyük bir işbirliğini gerektirirken, halkla başarılı bir iletişim kurmak, bilgilendirmek, bireylerin kendini koruma davranışı geliştirebilmesi için motive edilmesi, pandemi riskini yönetmede önemli iletişim unsurlarıdır (Vaughan ve Tinker, 2009: 324). Benzer şekilde yetkililerin risk bilgisine ilişkin güncellemeleri yapması, söylentileri ortadan kaldırarak güven inşa etmesi de bu süreçte dikkat edilmesi gereken hususlardır. Bununla birlikte, pandemiye ilişkin risk bilgileri büyük ölçüde psikolojik, sosyal, kültürel, sağlık ve sosyoekonomik faktörlerden etkilenmekte ve bu faktörler halkla nasıl iletişim kurulacağı konusunda belirleyici olmaktadır (Vaughan ve Tinker, 2009: 324). Bu nedenle salgın döneminde benimsenecek ideal iletişim sürecinin halkın katılım kapasitesini en üst düzeye çıkarmayı hedefleyen yaklaşım olduğu belirtilmektedir (Holmes, 2008: 49). Doğaldır ki bu nedenle pandemi risk yöneticileri ile pandemiden etkilenen nüfus arasında diyaloga ve güvene dayalı bir ilişki kurulması zorunludur. Bu süreçte bireylerden beklenen yıkıcı (karantina, kapatma vb.) ve daha az yıkıcı olan (maske, mesafe ve temizlik) davranış şekillerinin planlanması (Rasmussen, Jamieson ve Breese, 2008: 95), risk yöneticilerinin insanların yaşamlarını etkileyecek sonuçları en alt seviyeye indirme sorumluluğunun bir sonucu olmakla birlikte, risk iletişiminin etkili bir şekilde yürütülebilmesi için de gereklidir.

2.1. Risk İletişimi Yaklaşımları

Tarihsel süreç içerisinde risk iletişimi ile ilgili farklı uygulamaların olduğu bilinmektedir. Erken dönem risk iletişim uygulamalarında uzmanlar tarafından yürütülen tek yönlü bir süreç söz konusudur. Ancak Amerika Birleşik Devletleri (ABD), National Academy of Sciences (NAS) bu yaklaşımı eleştirmektedir. Akademi, risk iletişimini (National Academy of Sciences, 1989: 21), riskin doğasına ilişkin farklı mesajları (risk mesajları, riskle ilgili olmayan endişeler, fikirler, tepkiler, risk yönetimi için yasal ve kurumsal düzenlemeler gibi) bireyler, gruplar ve kurumlar arasında bilgi alışverişini içeren etkileşimli bir süreç olarak kavramsallaştırmaktadır. Covello ve arkadaşları da (1986: 172) kavramı benzer şekilde, ilgili taraflar (hükümet, şirketler ve endüstri grupları, sendikalar, medya, bilim insanları, meslek kuruluşları, kamu çıkar grupları ve vatandaşlar) arasında sağlık ve çevrenin önemi ve anlamına yönelik riskleri yönetmeyi veya kontrol etmeyi amaçlayan kararlar, eylemler hakkında bilgi iletme olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla bu tanım risk iletişiminin çerçevesini sağlık ve çevreye yönelik riskler bağlamında sınırlandırırken, iletişim sürecini amaçlı bir faaliyet alanı olarak kavramsallaştırmaktadır. Benzer bir risk iletişim tanımı yapan Glik de (2007: 34) bu süreci analiz ederken, çevresel, endüstriyel, tarımsal süreçlere ilişkin politikaların neden olduğu sağlık riskleri hakkında bireyler, gruplar ve kurumlar arasındaki bilgi alışverişine atıfta bulunmaktadır.

1980'lerden itibaren bugünkü anlamına kavuşan risk iletişimi, insanları tehlikeler karşısında sakinleştirmek ya da var olan tehlikelerin ciddi olarak algılanmasını sağlayan bir disiplin olarak konumlanmıştır. Risk iletişimine yönelik oluşturulan teori ve modellerin, genel iletişim teori ve modelleri üzerinde temellendirildiği ve ilgili diğer sosyal bilim alanlarındaki teorilerle şekillendirildiği görülmektedir (Yakut, 2008: 35-36). Bu çerçevede iletişim sürecinde kaynağa (mesajı düzenleyen ve gönderen) odaklanarak oluşturulan yaklaşımlarla, hedef kitleye iletilecek mesajın içeriğine odaklanan yaklaşımlar karşımıza çıkmaktadır. Kaynak odaklı yaklaşımlar, risk iletişiminin tarihsel süreç içerisindeki gelişimine bağlı olarak üç farklı perspektifte ele alınmış ve incelenmiştir (Renn ve Levine, 1991; Leiss, 1996: 87-94; Covella ve Sandman, 2001: 171). Risk iletişimine ilişkin ilk uygulamalarda, risk içeriğine ilişkin sayısal ifadeler önemlidir ve genellikle tek yönlü bir iletişim söz konusudur. Bu dönemde iki yönlü iletişim ancak mesajların anlaşılması için risk ve tehditlerle ilgili uzmanların sürece dahil edildiğinde kendini

gösterebilmektedir (Yakut, 2008: 39). Halkın endişelerine ilişkin karşılaştırmalı risk tahminlerini içeren bu anlayış, bilimsel ve teknik model olarak kavramsallaştırılmaktadır (Yakut, 2008:38). Bir paradigma değişikliğini içeren ikinci anlayış ise yine bilimsel ve teknik yaklaşımlar kategorisinde değerlendirilmekte ve risk durumlarının ikna edici iletişim eylemlerini içeren bir süreç olarak yürütülmesi gerektiğine odaklanmaktadır (Leiss, 1996: 87-94; Covella ve Sandman, 2001: 171-174). Başarılı bir iletişim için bilgi kaynağının güvenilir olması, net mesajların verilmesi, etkili kanalların kullanılması ve hepsinden önemlisi alıcıların ihtiyaçlarına ve algılanan gerçekliğe odaklanma, bu yaklaşımda benimsenen risk iletişimi stratejilerini oluşturmaktadır. Risk iletişimi sürecinde bir diğer anlayış ise toplumsal ilişkilerle karakterize olmakta ve risk altındaki gruplar tam bir paydaş olarak konumlanmaktadır (Leiss, 1996: 87-94; Covella ve Sandman, 2001: 171-174). Toplumsal ve kültürel yaklaşımlar olarak sınıflandırılan bu anlayışta, riskten etkilenen taraflar iletişim sürecinin aktif bir paydaş olarak konumlandırılarak, süreçte diyalog temelli bir iletişim benimsenmektedir (Yakut, 2008: 41). Dolayısıyla bu risk iletişimi yaklaşımı, bir paydaş olarak riskten etkilenenlerin konumunu diğer yaklaşımlara göre güçlendirmektedir.

Literatürde hedef kitleye iletilecek içeriğe odaklanan yaklaşımlar da “Risk Algılama Modeli”, “Zihinsel Gürültü Modeli”, “Negatif Baskınlık Modeli” ve “Güven Belirleme Modeli” (Covello vd., 2001: 384; Cairns vd., 2013: 1553) olarak sınıflandırılmaktadır. Bu modeller genel olarak risk bilgilerinin uygulayıcılar tarafından nasıl işlendiğini, risk algılamalarının nasıl oluşturulduğunu ve risk kararlarının nasıl alındığını açıklamak için etkili iletişim kurabilmede bir temel sağlamaktadır (Covello vd., 2001: 384; Guidry, Jin, Orr, Messner ve Meganck, 2017: 478). Risk Algılama Modeli (The Risk Perception Model), insanların riski nasıl algıladıklarına odaklanan (Cairns vd., 2013: 1553) ve risk iletişim sürecinin risk algıları üzerinden tasarlanmasına dayanan bir modeldir. Modele göre korku, dehşet veya kaygı uyandıran riskler, uyandırmayan risklerden, güvenilirlik ve güvenden yoksun kurum veya kuruluşlarla ilişkili riskler, güvenilir kuruluşlarla ilişkili risklerden, ölümlere yol açan veya geri döndürülemez, felaket sonuçları olan riskler, daha az yıkıcı etkiye sahip risklerden daha büyük algılanmaktadır (Covello vd., 2001: 384-386). Bu nedenle model, risk iletişim stratejisini risk algıları üzerinden ortaya çıkan endişelere odaklanarak oluşturmaktadır (Covello vd., 2001: 384). Zihinsel Gürültü Modeli (The Mental Noise Model) ise, insanların stres altında bilgiyi nasıl işlediğine ve bilgilerin işlenme şeklindeki değişikliklerin iletişimi nasıl etkilediğine odaklanan bir modeldir (Covello vd., 2001: 385). Bu çerçevede model, insanların stres altında risk bilgilerini verimli bir şekilde işleme becerilerinin önemli ölçüde zayıfladığını kabul etmektedir (Baron, Hershey ve Kunreuther, 2000: 413; Cairns vd., 2011: 2). İnsanlar, değer verdikleri şeyin tehlike altında olduğunu hissettiklerinde, kaygıdan öfkeye kadar değişebilecek duyguları yaşayabilmektedir. Bu yüzden model risk iletişim sürecini etkili kılmak için tekrarlamaların ve görselleştirmelerin önemine dikkat çekmektedir (Cairns vd., 2013: 1554). Negatif Baskınlık Modeli (The Negative Dominance Model) ise insanların negatif sonuçlara pozitif sonuçlardan daha fazla önem vermesine odaklanmaktadır. Modelde risk iletişimi uygulamalarında olumsuz bir mesajın daha fazla sayıda olumlu ve çözüm odaklı mesajla dengelenmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Covello vd., 2001: 384). Güven Belirleme Modeli (The Trust Determination Model), risk iletişim stratejilerinin ortak noktası olan güvene odaklanmaktadır. Zamanla inşa edilen bir kavram olan güven, risk tartışmalarının çözümünde önemli bir faktördür (Palenchar ve Heath, 2007: 124-126; Glik, 2007: 35). Güven algıları, uzmanlar arasındaki anlaşmazlıklar; risk yönetimi kuruluşları arasında koordinasyon eksikliği; risk yönetimi yetkililerinin etkili dinleme, diyalog ve halkın katılımı ihtiyacına duyarsızlığı; riskleri kabul etme isteksizliği; bilgileri zamanında açıklama veya paylaşma konusundaki isteksizlik veya ihmali gibi durumlarda azalmaktadır (Covello vd., 2001: 384; Cairns vd., 2013: 1553). Güven azaltıcı faktörlerin göz önünde bulundurulması etkili risk iletişimi mesajlarının ve stratejilerinin oluşturulmasının gerekliliğinin altını çizen bu model, iletişimin temelini güvene dayandırılmasını önermektedir.

Gerçekten de insanların risk değerlendirmelerinin temeli güvene dayanmaktadır. Güven kavramı öznel bir deneyimi ifade ederken, güvenilirlik kavramı güven duygusunun çok sayıda kişi tarafından paylaşılması anlamına gelmektedir (Rousseau, Sitkin, Burt ve Camerer, 1998: 395). İletişimde güven ise, iletişim kuranın doğru, tarafsız ve eksiksiz bilgi aktararak yetkinlik ve dürüstlük sergilediğini gösteren ve alınan mesajın doğru ve güvenilirliğine ilişkin genelleştirilmiş beklentiyi ifade etmektedir (Renn ve Levine, 1991: 179). Risk yönetimi ve iletişimi üzerine yapılan araştırmalarda güven, büyük ölçüde sosyal ve genelleştirilmiş güven olarak kategorize edilmektedir (Siegrist, 2019: 4). Sosyal güven "İnsanların şahsen tanımadıkları kişilere veya belirli tehlikeleri düzenlemekten veya ele almaktan sorumlu kurumlara" duyulan güveni ifade ederken (Siegrist 2019: 4), genelleştirilmiş güven, diğer kişilere güvenmeye istekli olmaları açısından bireyler arasındaki farklı özellikleri ifade etmektedir (Zucker, 1986; Paxton, 2007: 49). Özellikle bir salgın sırasında yürütülen risk iletişiminde inşa edilmesi gereken güven anlayışı hükümete, devlet kurumlarına ve medyaya olan güveni içeren sosyal güven olarak karşımıza çıkmaktadır

(Ye ve Lyu, 2020: 2). Güvenin en temel niteliklerinden biri, kırılabilir olmasıdır. Kamuoyunda olumsuz olayların güven oluşturan olumlu olaylardan daha dikkat çekici olması (kazalar, yalanlar, hatalı keşifler, kötü yönetim vb.), güveni yok etme amaçlı haber kaynaklarının iyi haber kaynaklarından daha güvenilir görülmesi, bir kez başladığında güvensizliğin pekiştirilme ve sürdürülme eğiliminde olması, güvensizliği yaratan faktörlerdir (Slovic, 1997: 88-92).

Risk iletişimi sürecinde güven oluşturmanın yanı sıra, risk algısı ve davranış şekillerinin bireylere iletilen mesajların özellikleri ile bağlantılı olduğu da ortaya konulmuştur (Glik, 2007: 38). Bu anlamda risk iletişimi sürecinde mesajlar arasında mantıksal tutarlılığı sağlamak, mesajın anlaşılmasında önemli bir faktördür. Lindell'e göre (2018: 450), çoklu, tutarlı ve doğru mesajlar genellikle tek mesajdan veya tutarsız mesajlardan daha etkili olmaktadır. Bu anlamda risklere karşı bireyler ne kadar çok tutarlı bilgi/uyarı (mesajın tonu ile içerdiği bilgi arasında uyum) alırsa, önlemlere uyum sağlama oranı da yükselecektir. Bunun yanı sıra kitlelere iletilmek üzere hazırlanan mesajlar açık, anlaşılır bir dile sahip olmalı, kesin ifadeler içermelidir. Mesaj içeriğinde neyin iletildiğine dair bir kesinlik yoksa mesajların yanlış yorumlanma olasılığı da artacaktır. Özetlemek gerekirse etkili risk iletişim stratejilerini belirlemede planlama, katılımcı diyalogu destekleme, medya ilişkilerini stratejik olarak anlama ve yönetme, mesaj kaynağının güvenilirliğini sağlama ve şeffaf olma, önemli unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır (Cairns vd., 2013: 1555-1559; De Boer, Botzen ve Terpsta, 2014; Kellens, Zaalberg, Neutens, Vanneuville ve De Maeyer, 2011; O'Sullivan vd., 2012; Zaharive Ariffin, 2013; Thakadu, Kolawole, Sommer, Mthombeni ve Ditlhakeng, 2017; Springston ve Weaver Lariscy, 2005: 220; Longest ve Rohrer, 2005: 193; Hackett, 2008; Kristiansen, Halvorsen ve Gyrd-Hansen, 2007).

2.2. Risk İletişimi ve Sosyal Medya

Riskin çeşitli çevresel faktörlere bağlı olan belirsizliğe ilişkin karar verme süreci, genellikle risklerin bir kişiye nasıl iletildiğinden veya kişinin riskler konusunda nasıl bilgilendirildiğinden etkilenmektedir (Sandell, Sebar ve Harris, 2013). Dolayısıyla risk iletişimi sürecinde bireysel belirsizlik algısının oluşmasında, iletişim kaynağının risk bilgilerinin aktarımında kullandığı stratejiler belirleyici olmaktadır (Khan, Mishra, Lin ve Doyle, 2017: 1713). Örneğin, risk iletişimi sürecinde kaynağın aşırı bilgi yüklemesi, eksik bilgi vermesi ya da gerekli bilgileri aktarmaması (Andrienko ve Andrienko, 2007) gibi unsurlar, bireysel karar verme üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabilmektedir. Hedef kitleye aktarılacak istenen mesajların beklenen ve istenen yönde etki etmesini sağlamak için mesajların yeterince yaygınlaştırılması gerekmektedir. Bu nedenle risk planlamalarının birden fazla iletişim kanalını (geleneksel ve yeni medya) içermesi önemlidir.

Modern dünyanın en önemli iletişim ortamlarından biri olarak değerlendirilen internet, risk iletişimi çerçevesinde de kullanıcılara önemli fırsatlar sunmaktadır. Özellikle sağlık alanında iletişim kurmak veya sağlık risklerine karşı vatandaşlara bilgi aktarma sürecinde internet alt yapısı içerisinde çalışan sosyal ağ siteleri etkili bir iletişim ortamıdır. Öyle ki bu ortamlar bireylerin tıbbi karar alma süreçlerini bile etkileme potansiyeline sahiptir (Kata, 2010). Öte yandan sadece sağlık bilgisini arayan bireyler değil, aynı zamanda sağlık profesyonelleri de sağlık bilgilerini iletmek için giderek daha fazla sosyal medyayı kullanmaktadır (O'Donnell ve Willoughby, 2017: 149). Araştırmalar, bu kullanımın risk durumlarında daha da arttığını göstermektedir (Shuchman ve Wilkes, 1997: 981). Bireyler, herhangi bir risk durumunda bilgi kaynağı olarak arkadaş, akraba gibi geleneksel kaynaklara başvurabilecekleri gibi sosyal medya aracılığıyla da oldukça karmaşık risk bilgilerine erişebilmektedirler (Alaszewski, 2005: 103). SARS salgını sırasında risk algıları, önleyici tedbirler ve bilgi kaynakları üzerine Hollanda'da yapılan bir araştırmada bireylerin televizyon ve gazetelerin yanı sıra internet aracılığıyla da bilgilendiği ortaya konulmuştur (Brug vd., 2004: 1486; Washer, 2004). Öte yandan Arguin ve arkadaşları (2004: 377) elektronik medyanın ortaya çıkmasının bulaşıcı hastalıkların önlenmesine yönelik mesajların hızla yayılmasını mümkün kıldığını belirtmektedir.

Sosyal ağ siteleri, kullanıcılarına içerik oluşturmaya fırsat veren, oluşturdukları içeriklerin diğer kullanıcılarla paylaşılmasını sağlayan etkileşimli iletişim ortamlarıdır. Sosyal ağ siteleri, kullanıcılara profilleri aracılığıyla kişisel bilgilerini oluşturmaya, arkadaşları veya meslektaşlarıyla iletişim kurmaya, bağlantı kurdukları diğer kullanıcıların profillerine erişim ve birbirleri arasında anlık mesajlaşma olanağı sunmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60). Ayrıca kullanıcıların kendi kişisel profillerinde, fotoğraf, video, ses dosyası gibi her türlü içeriği oluşturmalarına ve paylaşmalarına izin verilmektedir. Bir bakıma insanlar arasında iletişim kurma şeklini değiştiren sosyal medya sadece bireysel kullanıcılara değil aynı zamanda çeşitli kuruluşların hem paydaşlarıyla hem de birbirleriyle doğrudan diyaloga girmeleri için yeni fırsatlar sağlamaktadır (McAllister-Spooner, 2009; Sommerfeldt, Kent ve Taylor, 2012). Bu fırsatların yanı sıra bu mecralarda güvenilir olmayan, yanlış bilgiler

hızla yayılması da olumsuz bir etki olarak görülmektedir. Öte yandan internete erişimdeki eşitsizlik, mevcut sağlık bilgilerine erişimde önemli bir engel olarak da değerlendirilmektedir (Idriss, Kvedar ve Watson, 2009: 46; Hawn, 2009: 361; Chou vd., 2009: 2).

Sosyal medya platformları, gelenekleri ve özellikleri bakımından farklılıklar göstermektedir. Günümüzde hemen hemen her platform benzer özellikleri kullanabilme olanağı yaratsa da ortaya çıkış şekilleri değerlendirildiğinde bazıları görsel ağırlıklı (Instagram, YouTube gibi), bazıları da yazı ağırlıklı (Facebook, Twitter gibi) bir temele dayanmaktadır. Özellikle akıllı telefonların, tabletlerin ve sosyal medya platformlarının mobil uygulamalarının yükselişi, her alanda olduğu gibi sağlık alanında da büyük dönüşüm yaratmıştır. Sağlık hizmetleri açısından değerlendirildiğinde sağlık bilgilerine ulaşma, öğrenme ve işbirliği fırsatının artması, mobil uygulamalar yoluyla gerçekleşen önemli bir gelişmedir. Bugüne kadar risk iletişimine ilişkin sosyal medya çalışmalarında daha çok yazı ağırlıklı platformlar araştırma konusu haline getirilirken, görüntü ya da fotoğraf ağırlıklı sosyal medya ortamlarının ihmal edildiği gözlemlenmektedir (Nobles vd., 2020: 2). Halbuki YouTube, Instagram gibi sosyal medya platformları günden güne kullanıcı sayıları artmakta ve risk iletişimi çerçevesinde de yeni olanaklar sunmaktadır. Hatta bu iletişim olanakları mobil devrimin bir parçası olarak tanımlanmaktadır (Boulos, Giustini ve Wheeler, 2016: 1).

Çalışmanın inceleme alanını oluşturan Instagram, görsel tabanlı bir uygulamadır. 2010'da kurulan, 2012'de Facebook tarafından satın alınan ve son yıllarda hızla büyüyen Instagram, Facebook ve Youtube'dan sonra bir milyar kullanıcı sayısı ile dünyada en çok kullanıcıya sahip üçüncü sosyal medya ağıdır. Kullanıcı sayısı açısından 120 milyon kullanıcıyla Amerika Birleşik Devletleri (ABD), en fazla Instagram kullanıcıya sahip ülke olurken, ikinci sırada Hindistan, üçüncü sırada Brezilya yer almaktadır. Dünyada altıncı sırada yer alan Türkiye'de ise, 38 milyon Instagram kullanıcısı bulunmaktadır (We Are Social, 2020). Hızlı büyümesini sürdüren sosyal medya platformlarından biri olan Instagram kullanıcılarına, zaman çizelgesi ya da yayın akışı olarak değerlendirilen kullanımda fotoğraf ve videoları metin başlıkları ve hashtag'lerle kolayca paylaşabilme olanağı sağlamaktadır. Ayrıca bir kullanıcıyı takip eden diğer bir kullanıcı, akışta paylaşılan bir içeriği beğenerek veya yorum yaparak kullanıcıyla etkileşime girebilmektedir. Öte yandan Instagram kullanıcılarına, diğer kullanıcılarla grup halinde ya da tek kişi olarak doğrudan mesajlaşma ve görüntülü sohbet olanağı da sunmaktadır. Canlı yayın yapabilmek, 24 saatte kaybolan hikaye (story) paylaşımıyla da kullanıcılarına hizmet veren Instagram bu özellikleriyle, özellikle gençler arasında hızlı büyüyen bir sosyal ağ olmaya devam etmektedir (Kamel, Giustini ve Wheeler, 2016; Nobles vd., 2020: 2).

Görsel tabanlı bir ortam olan Instagram, risk iletişimi çerçevesinde de kullanıcılarına olanaklar sunmaktadır. Özellikle risk iletişim sürecinde hazırlanan mesajların görselleştirilmesi bireylerin dikkatini çekeceği gibi, metnin içeriğinin hatırlanmasını da güçlendiren bir unsurdur (Houts, Doak, Doak ve Loscalzo, 2006: 188). Görsel tabanlı bir uygulama olan Instagram kullanıcılarına, iletmek istedikleri mesajları görselin başlığına veya görselin içine yerleştirebilmesine ya da her ikisinin kombine edilerek kullanılmasına imkan tanımaktadır. Bu da risk mesajlarının etkili olmasını sağlayan önemli bir faktördür (Joffe, 2008; Mayer, 2005; Naik ve Raman, 2003). Bu özellikleri nedeniyle yapılan araştırmalarda Instagram'ın eğitici, bilgilendirici ve motive edici işleve sahip, etkili bir sosyal ağ platformu olarak büyük bir potansiyele sahip olduğu ortaya konulmuştur (Karimkhani, Connett, Boyers, Quest ve Dellavalle, 2016; Gauthier ve Spence, 2015; Al-Eisa vd., 2016; Boulos, Giustini ve Wheeler, 2016). Bazı araştırmalar (Custers, 2015; Tiggemann ve Zaccardo, 2015) özellikle sağlık alanında olumsuz etkilerini ortaya koysa da Instagram, Dünya Sağlık Örgütü (WHO), ABD Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi (CDC), Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı gibi kurumların da göz ardı etmediği bir sosyal ağıdır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma, ülkemizde pandemi sürecini yöneten ve yönlendiren tek kurum olan Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemisi sırasında, bir sosyal medya platformu olan Instagram'ı risk iletişimi bağlamında nasıl kullandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada, Sağlık Bakanlığı'nın 1 Ocak 2020 ve 31 Aralık 2020 tarihleri arasında Instagram hesabı üzerinden paylaştığı gönderiler üzerinden gerçekleştirdiği iletişimin içeriği ve bağlamı değerlendirilmektedir. Risk iletişim modellerinin esas alındığı çalışma, tanımlayıcı/betimleyici bir araştırma deseni üzerinden yapılandırılmıştır. Çalışmada veriler içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışmada analiz, üç araştırma perspektifine dayandırılmıştır:

- Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden kurduğu iletişim biçimi ve bağlamının incelenmesi,
- Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerinin iletişim içeriğinin ve riske ilişkin oluşturulan algının incelenmesi,
- Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerinin mesaj tonunun ve işlevinin incelenmesi.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırma, amaçlı örnekleme tekniği ile belirlenen bir örnek grup üzerinden yürütülmüştür. Çalışma amaçlarına ulaşmayı mümkün kılan amaçlı örnekleme tekniği, araştırmacının araştırma konusuna ilişkin kendi bilgileri çerçevesinde oluşturduğu bir örnekleme tekniğidir (Patton, 2002: 273). Araştırma temel veri seti olarak Sağlık Bakanlığı'nın 1 – Ocak / 31 - Aralık 2020 tarihleri arasında paylaştığı Instagram gönderilerini kullanmaktadır. Covid-19 pandemisinin Aralık 2019 tarihinde Çin'in Wuhan eyaletinde görülmesinden sonra henüz Türkiye'de hiçbir vakanın görülmediği tarih olması nedeniyle çalışma 1- Ocak- 2020 tarihinde başlatılmış ve bir yıl süreyle bakanlığın Instagram hesabı üzerinden paylaşılan gönderiler çalışmaya dahil edilmiştir. Bir sosyal medya platformu olarak Instagram verilerin kayıt altına alınabilmesi, geçmişe dönük olarak gönderilerin takip edilmesini mümkün kıldığı için Sağlık Bakanlığı'nın bir yıl süresince paylaştığı her Instagram gönderisi listelenmiş ve kaydedilmiştir.

3.2. Veri Analiz Tekniği

Araştırmada veri analiz tekniği olarak benimsenen içerik analizi tekniği Berelson'a (1952: 17) göre, sunulan iletişim içeriğinin tarafsız, sistematik ve niceliksel tanımı olarak kavramsallaştırılmaktadır. Benzer şekilde Krippendorff da (2004: 18) içerik analizini, "metinlerin ya da diğer anlamlı durumların kullanım bağlamlarından yinelenebilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak için yapılan bir araştırma tekniği" olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla çalışma, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerini "sistematik" ve "tarafsız" (Koçak ve Orun, 2006: 22) bir şekilde analiz etmek için temel bir araştırma aracı olan içerik analizi tekniğini veri analiz tekniği olarak kullanmıştır. Bu çerçevede veriler, bakanlığın @saglikbakanligi isimli Instagram hesabı üzerinden paylaştığı gönderiler üzerinden elde edilmiş ve içerik analizi tekniği ile incelenmiştir.

Çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Sağlık Bakanlığı Covid-19 pandemi sürecinde Instagram üzerinden nasıl bir iletişim kurmuştur?
- Sağlık Bakanlığı Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderileriyle risk içeriğine ilişkin hangi bilgileri aktarmıştır?
- Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderileri riske ilişkin nasıl bir algı oluşturmaktadır?
- Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderilerinin mesaj tonu nedir?
- Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderilerinin mesaj işlevi nedir?

Çalışmanın araştırma soruları çerçevesinde kodlama kategorileri sosyal medyaya yönelik daha önce yapılmış çalışmalardan model alınmış (Lovejoy ve Saxton, 2012; Neiger vd., 2013; Guidry vd., 2017), genel iletişim süreci çerçevesinde kaynağa ve mesaja odaklanarak oluşturulan risk iletişimi yaklaşımları doğrultusunda hazırlanmıştır. Kodlama kategorileri paylaşım türü, etkileşim türü, gönderi içeriği, risk algılama değişkenleri, mesaj tonu ve mesaj işlevinden oluşmaktadır. Kodlama kategorileri içerisinde yer alan mesaj tonuna ilişkin değerlendirme, olumlu verilerin ve bilgilerin yer aldığı içerikler "pozitif", olumsuz verilerin ve bilgilerin yer aldığı içerikler "negatif", olumlu ya da olumsuz ifadelerin yer almadığı içerikler ise "nötr" olarak işaretlenmiştir. Bu kategoride Covid-19 ile ilgili olmayan paylaşımlar ise "diğer" kategorisinde değerlendirilmiştir. Benzer şekilde mesaj işlevleri kategorisinin kodlamasında da bilgi verici içerikler "bilgilendirici/egitici", bireyleri harekete geçirmeyi ve istenen davranışların benimsenmesine yönelik oluşturulan içerikler "motive edici", salgının önlenmesine yönelik davranışların benimsenmediği durumlarda karşılaşılabilecek olumsuz sonuçlar "uyarıcı" ve yine Covid-19 ile ilgisi bulunmayan paylaşımlar da "diğer" kategorisi içerisinde değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında yer alan kodlama kategorileri, aşağıda belirtilen kodlama protokolleri çerçevesinde kodlanmıştır.

Tablo 1. Kodlama Kategorileri

Paylaşım Türü	Metin Video Afiş (görsel malzeme ve metnin birlikte kullanıldığı paylaşımlar) Fotoğraf
Etkileşim Türü	Beğeni (Instagram’ın, insanların fotoğraflarla veya videolarla etkileşimde bulunmaları için sunduğu bir yoldur.) Link (Başka bir siteye yönlendiren bağlantıdır.) Mention (Kullanıcıların yönlendirmek istedikleri mesajları ya da diğer kullanıcıların gönderdikleri mesajları okuyabilmelerini sağlamaktadır. “Mention (@Kullanıcı Adı)”, gerçek etkileşimi temsil etmekte ve üçüncü şahıs referansını oluşturmaktadır (Conover vd., 2012: 4). HashTag (Belirli bir konuyu belirlemek ve ayırtırmak için kullanılan #AnahtarSözcük şeklinde yazılan etiketlerdir. Diğer kullanıcıların belirlenen anahtar sözcük ile ilgili arama yaptıklarında, o HashTag ile yapılmış gönderilere erişebilmekte ve böylece gönderinin daha fazla kullanıcıya ulaşması ve daha fazla etkileşim sağlanmaktadır.)
Gönderi İçeriği	Haberler Semptomlar Yayılm-Bulaşma Önleyici tedbirler Yanlış bilgi Karantina Krizle müdahale önlemleri Bireysel hikayeler Aşı Virüs hakkında bilgi Vaka sayısı Diğer
Risk Algılama Değişkenleri	Tehlike ifadesi Hastalığın istemsiz doğası Eşit olmayan risk dağılımı Geri döndürülemez korkulan sonuçlar Korku Organizasyonun güvenilirliği Diğer
Mesaj Tonu	Pozitif (Örnek: Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca: “İyileşen hasta sayısında artış var. Artış hızlanacak. Toplam hasta sayısında yer alan vakaların önemli kısmı izleme sürecindeki belirtisiz vakalardır. Gelecek günler, el hijyenine özen; maske+mesafe kuralına bağlı. Daha iyi tedbir, daha iyi sonuçtur”.) Nötr (Örnek: Türkiye’de Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) ile ilgili mevcut durum: Toplam Test Sayısı 106.799, Toplam Vaka Sayısı 15.799, Toplam Vefat Sayısı 277, Toplam İyileşen Sayısı 333). Negatif (Örnek: Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca: “Bugün 1.517 hastamız daha var. İyileşenlerin sayısı 1.000’den fazla. Aktif hasta sayımız da ağır hasta sayımız da artmaya devam ediyor. Bugün 36 CAN daha kaybettik. Hasta sayısını da can kayıplarını da azaltacak olan tedbirlere uyumdur.”) Diğer
Mesaj İşlevi	Bilgilendirici/Eğitici (Örnek: Koronavirüs riskine karşı 14 kural. Kural 5: Ellerinizle gözlerinize, ağızınıza ve burnunuza dokunmayın.) Motive edici (Örnek: Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca: “İyileşen hasta sayısı 120 bini geçti. Yoğun bakım desteğine ihtiyaç azalmaya devam ediyor. Elde edilen başarı, 83 milyonun gösterdiği uyumun sonucu. Yeni dönemde yeni ve güçlü tedbir, sosyal hayatta hep birlikte alınacak tedbirdir”.) Uyarı (Örnek: Hafife alma. Bugün virüsü hafife alır ve eski normallerimizden vazgeçmezsek, yarın çok pişman olabiliriz. Tedbir hem sağlığımızın hem de sosyal hayatımızın güvencesidir.) Diğer

3.3. Güvenilirlik

Çalışmanın güvenilirliği tekrarlanabilirlik (reproducibility) (Krippendorf, 2004: 215) testiyle ortaya konulmuştur. Bu teste göre farklı kodlayıcılar, farklı mekan ve koşullarda aynı veri setini kodlamakta ve birbirinden bağımsız olarak gerçekleşen bu kodlama işlemi, kodlayıcılar arasında tutarlılık ve tutarsızlık ölçülmektedir. Kodlayıcılar arası güvenilirlik tekniğinde yönerge üzerinde uzlaşılan ve ayrılan noktalar Neuendorf’un (2002: 241) formülüne

(Güvenilirlik: A / N) uygulanmıştır. Bu formüle göre A görüş birliğine (agreement) varılan kodlama birimlerini, N kodlanan toplam yönerge sayısını ifade etmektedir. Bu formüle göre, tekrarlanabilirlik testinde kodlayıcıların güvenilirliği .83 olarak bulunmuştur. Krippendorff (2004: 241) .80 ve üzerindeki bir değer güvenilir kabul edildiğine dikkat çekerken, çalışmada kullanılan veri toplama aracı bu ölçüler içinde yer aldığından güvenilir bir araç olarak değerlendirilmektedir.

4. BULGULAR

Çalışmada veriler üç perspektif çerçevesinde incelenmiştir. Öncelikle Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden kurduğu iletişim biçimi ve bağlamına yönelik verilerin değerlendirildiği çalışmada, ikinci olarak gönderilerin iletişim içeriği ile riske ilişkin oluşturulan algı incelenmiştir. Elde edilen veriler son olarak bakanlığın Instagram gönderilerinin mesaj tonu ve işlevi çerçevesinde analiz edilmiştir.

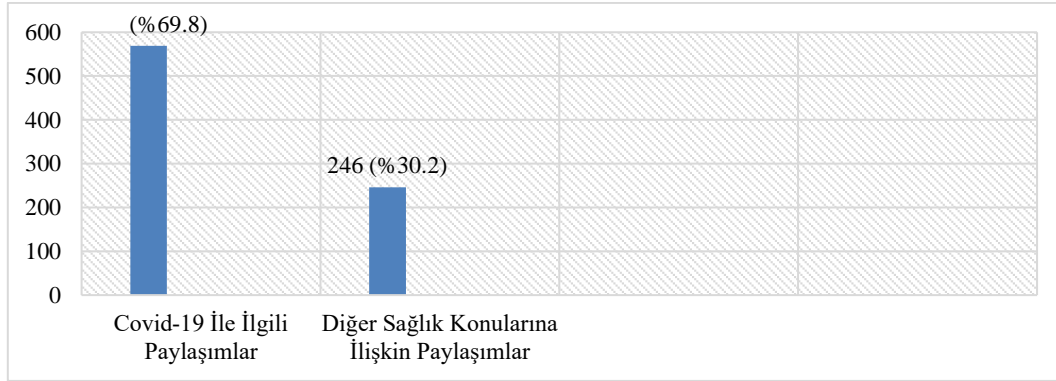
4.1. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Üzerinden Kurduğu İletişim Biçimi ve Bağlamına İlişkin Bulgular

Sağlık Bakanlığı'nın Instagram hesabını 15 Ocak 2013 tarihinden bu yana kullandığı görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemde toplam 4 bin 224 gönderi paylaşan bakanlık, 3 milyon 200 bin gibi önemli bir takipçi kitlesine sahiptir. Bakanlığın dokuz hesabı takip ettiği görülmektedir. Bu hesapların da kurumsal (Cumhurbaşkanlığı, Dünya Sağlık Örgütü gibi) hesaplar olduğu gözlemlenmektedir. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram profili incelendiğinde kullanıma başladığı dönemden bu tarihe kadar hem takipçi sayısı hem de paylaşılan içerik sayısı yönüyle bir gelişim gösterdiği anlaşılmaktadır. Takipçi sayısının özellikle pandemi döneminde arttığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 2. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Profili

Instagram'a Katılım Tarihi	Takip Edilenler	Takipçiler	Paylaşılan Gönderi Sayısı
15 Ocak 2013	9	3 milyon 200 bin	4224

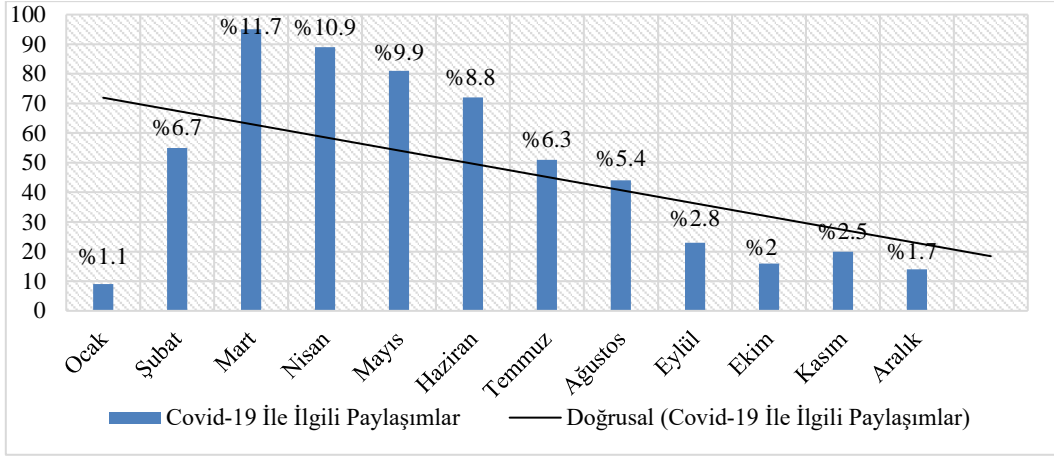
Araştırma çerçevesinde Sağlık Bakanlığı'nın 1 Ocak 2020 ve 31 Aralık 2020 tarihleri arasında Instagram gönderileri Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Dağılımı

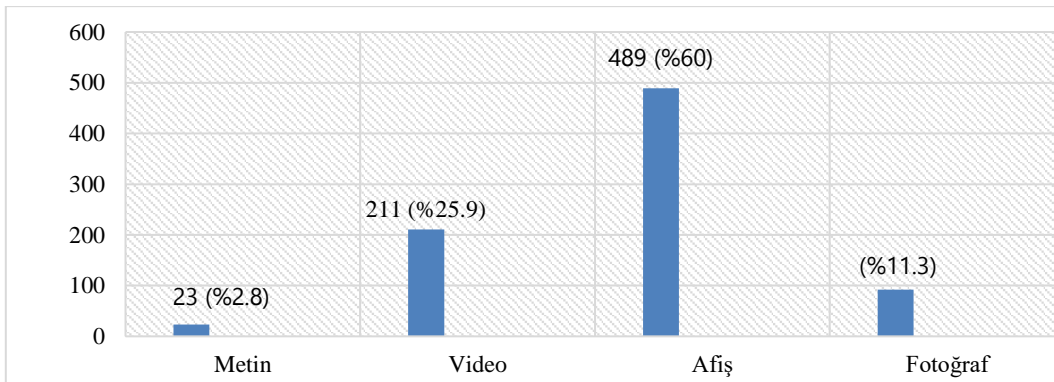
Sağlık Bakanlığı bir yıllık süre içerisinde Covid-19 pandemisine ilişkin 569 (%69.8) gönderi paylaşırken diğer sağlık konularına ilişkin paylaşımları ise 246 (%30.2)'dir. Bakanlığın bir yıl süre ile paylaştığı toplam gönderi sayısı 815'tir. Bakanlık tarafından bugüne kadar Instagram'dan paylaşılan dört binin üzerindeki gönderi sayısı dikkate alındığında, pandemi döneminde diğer dönemlere göre fark edilir bir düzeyde daha fazla içerik paylaşımının yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu veriler, bir kamu kurumu olarak Sağlık Bakanlığı'nın kullanıcı yönüyle popülaritesi gittikçe artan (We Are Social, 2020) bu yeni ortamı önemseydiğini ve hedef kitleleriyle yakın bir iletişim kurmak için aktif olarak kullandığını göstermektedir.

Bakanlığın aylara göre paylaşım oranına ilişkin bulgular Şekil 2'de yer almaktadır.



Şekil 2. Sağlık Bakanlığı'nın Aylara Göre Instagram Gönderilerinin Dağılımı

Bakanlığın Instagram paylaşımlarına, Türkiye'de henüz bir vakanın görüldüğü bir tarih olan Şubat ayından itibaren ağırlık verdiği görülmektedir. Bunu takip eden Mart ayı ise riskin arttığı ve ilk vakanın görüldüğü tarih olması nedeniyle bakanlığın paylaşımlarını yoğunlaştırdığı bir ay olarak dikkat çekmektedir. Bakanlığın özellikle Mart ayındaki paylaşımlarının diğer aylara göre yüksek olmasını, konunun hedef kitle açısından yeni ve belirsiz bir süreç olmasıyla ilişkilendirmek mümkündür. Diğer taraftan belirsizliğin devam ettiği ve "Evde Kal" dönemi olarak nitelendirilen Nisan ve Mayıs aylarında da benzer şekilde yoğun paylaşımlar yapıldığı gözlemlenmektedir. Paylaşımların "Kontrollü Sosyal Hayat Dönemi" olarak adlandırılan Haziran ayından itibaren, bir şeyin sabit oranda arttığını veya azaldığını gösteren doğrusal (Covid-19 ile ilgili paylaşımlar) eğilim çizgisinin de gösterdiği gibi yavaş yavaş azaldığı görülmektedir. Bu veriler risk iletişim süreci bağlamında değerlendirildiğinde genel olarak bakanlığın pandemiyin seyrine göre Instagram'ı kullandığı söylenebilir. Ancak pandemiyin Türkiye özelinde hem vaka hem de hasta sayısının tekrar artışa geçtiği Eylül, Ekim ve Kasım aylarında paylaşımların pandemiyin ilk çıktığı ve yayılımın yüksek olduğu Şubat – Haziran dönemine göre düşük kalması dikkat çekici bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bu durum ya mevcut belirsizliğin kontrol edilebilen bir risk algısı olarak değerlendirilmesi veya pandemiyin insan hayatında artık bir gerçeklik olarak kabul edilmesinin bir yansıması olabilir.



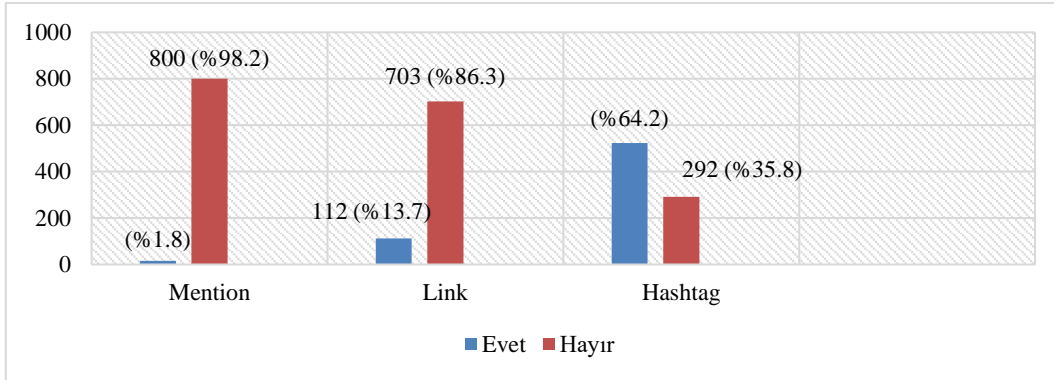
Şekil 3. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Biçim Açısından Dağılımı

Sağlık Bakanlığı'nın bir yıllık süre içerisinde paylaştığı gönderilerin %60'ı afiş, %25.9'u hareketli görüntü (video), %11.3'ü fotoğraf, %2.8'i metinden oluşmaktadır.

Bakanlığın Covid-19 pandemisine ilişkin gönderileri, görsel tabanlı bir sosyal medya ortamı olarak belirginleşen Instagram'ın yapısına uygundur. Bakanlık Covid-19 pandemisine ilişkin gönderilerini video ve afiş gibi görsel tabanlı olarak hedef kitleye aktarmaktadır. Diğer taraftan risk iletişim süreci bağlamında mesajların görsel unsurlarla desteklenmesi de önemli bir anlam ifade etmektedir. İletişim süreçlerinde görsel mesajların yüksek bir inandırıcılığa, ikna edici güce sahip olduğu (Joffe, 2008; Naik ve Raman, 2003), üzerinde uzlaşılmış bir

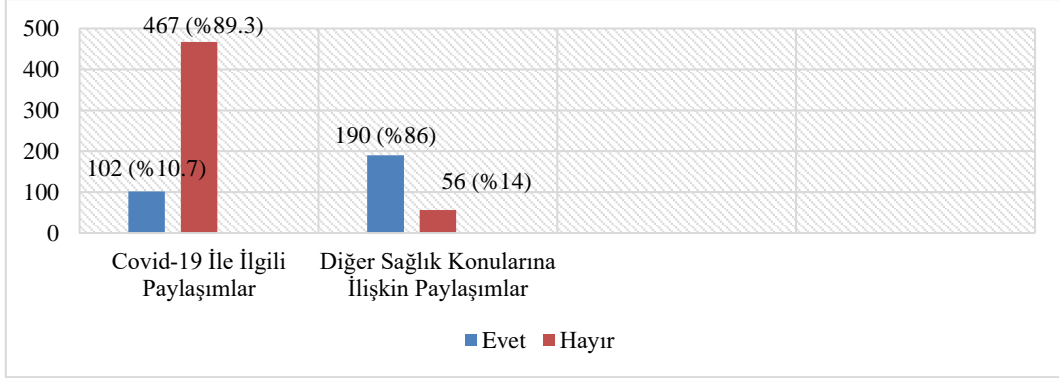
gerçeklidir. Bu durum risk iletişimini yönetmekle yükümlü olan kurumlara (kaynağa) önemli bir olanak sağlar. Risk iletişim sürecinde mesajların görsel olarak kodlanması, iletişimin inandırıcılığını, akılda kalmasını ve kolayca anlaşılmasını sağladığı için (Mayer, 2005), süreci yönetenler açısından hem iletişimi daha etkin kılmakta hem de güvenilirliği artırmaktadır. Bu tespit bir iletişim sürecinde hedef kitlelere iletilen mesajın niteliklerine göre temellenen risk iletişim modellerinden biri olan “Zihinsel Gürültü Modeli” ile de örtüşmektedir. Nitekim risk iletişim sürecinde mesajın biçimine odaklanan modele göre, görselleştirme hedef kitleye aktarılan mesajın daha kolay anlaşılmasında ve çözümlenmesinde önemli bir enstrüman olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla insan sağlığını doğrudan tehdit eden pandemi gibi riskli bir dönemde görsel tabanlı bir uygulama olan Instagram’ın bakanlık tarafından aktif kullanılması, önemli bir iletişim stratejisi olarak değerlendirilmelidir.

Bakanlığın Instagram üzerinden kurduğu iletişimi biçimi, bu sosyal medya ortamının özelliklerinin ne kadar kullanıldığıyla da doğrudan bağlantılı olarak değerlendirilmektedir. Ortamın özellikleri çerçevesinde kullanımı, diğer kullanıcılarla etkileşimin artmasına, paylaşılan gönderilerin daha yüksek sayıda kullanıcıya erişmesine olanak sağlamaktadır. Bu anlamda diğer kullanıcılarla etkileşimin bir yolu olan bu özellikler, öncelikle mention (@kullanıcıadı) ve hashtag (#konuetiketi) kullanımı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Yine bu çerçevede Instagram gönderilerine, kullanıcıyı bir başka web sitesine yönlendiren herhangi bir link eklenip eklenmediği de etkileşim türleri içerisinde değerlendirilmiştir.



Şekil 4. Sağlık Bakanlığı’nın Instagram’ın Özelliklerini Kullanımına İlişkin Dağılımı

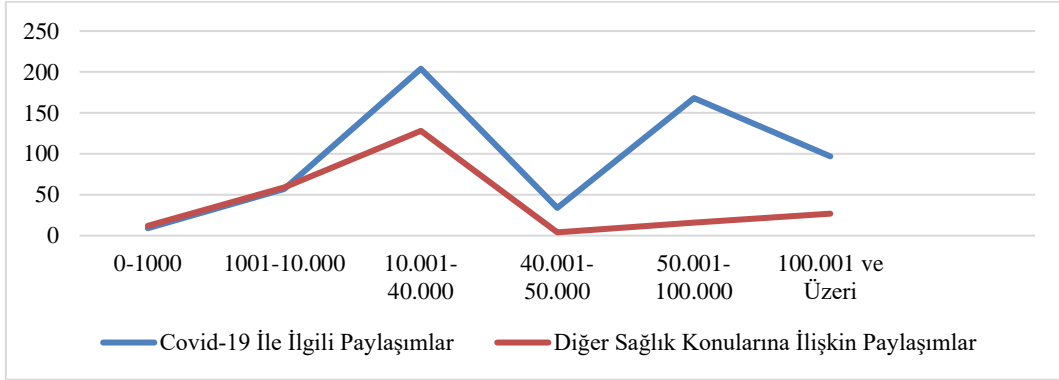
Bakanlığın Instagram’ın kullanıcılara sağladığı ve diğer kullanıcılarla etkileşimi genişletmek ve paylaşılan gönderileri yaygınlaştırmak için kullanılan bu özellikleri çok düşük oranda kullandığı görülmektedir. Bakanlık bir yıllık süre içerisinde toplam gönderilerinin sadece %1.8’ini mention kullanarak, %13.7’sine ise başka bir siteye yönlendiren link ekleyerek paylaşmıştır. Şekil 4’te hashtag kullanımı yüksek görülse de kullanılan hashtag’lerin Covid-19 pandemisi çerçevesinde yürütülen iletişim kapsamında değil, daha çok diğer sağlık konularıyla (Şekil 5) ilişkili paylaşımlarda gerçekleştirilen bir kullanım olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bir sosyal medya platformu olan Instagram’ın diğer kullanıcılarla etkileşim kurulabilmesi ve paylaşılan gönderilerin yüksek sayıda kişiye erişiminin sağlanabilmesi için sunduğu olanakların bakanlık tarafından etkin olarak kullanılmadığı gözlenmektedir. Bakanlığın paylaştığı gönderilerde etkileşimin temel yolu olan mention (@kullanıcıadı) ve hashtag (#konuetiketi) kullanımının çok sınırlı olduğu yapılan araştırmada net olarak görülmektedir. Sağlık Bakanlığı’nın diğer kullanıcılarla etkileşimin bir yolu olarak sunulan mention ve hashtag kullanımının sınırlı olması, paylaşılan gönderilerin kendi takipçileri dışında başka kullanıcılara ulaşmasını, yaygınlaşmasını engelleyen bir durumdur. Halbuki Sağlık Bakanlığı’nın Covid-19 ile ilgili paylaşımları sadece kendisini takip eden kullanıcıları değil, onu takip etmeyenleri de yakından ilgilendirmektedir.



Şekil 5. Sağlık Bakanlığı'nın Hashtag Kullanımına İlişkin Dağılım

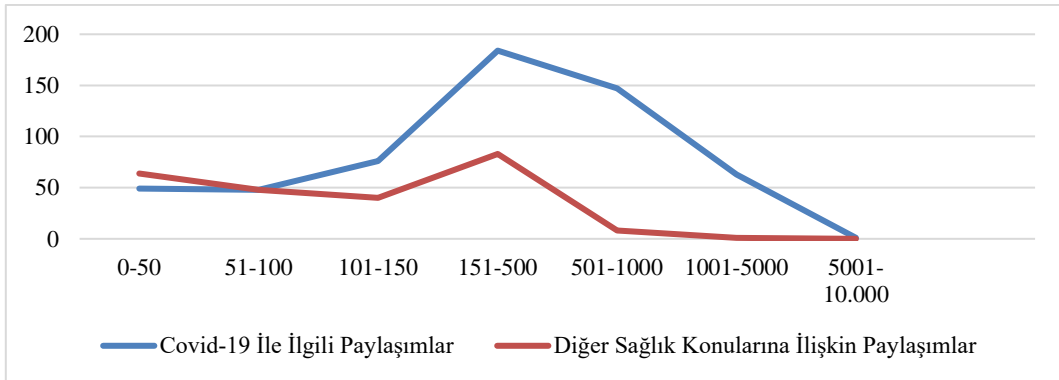
Şekil 5'e göre bakanlık Covid-19 pandemisiyle ilişkili paylaşımlarının %10.7'sini hashtag kullanarak paylaşıırken, diğer sağlık konularına ilişkin paylaşımlarında bu oran %86 olarak görülmektedir.

Instagram'ın diğer kullanıcılarla etkileşim kurmanın bir yolu olarak kullanıcılara sunduğu olanakların bir türü de paylaşılan gönderinin beğenilmesi ve gönderiye diğer kullanıcılar tarafından yapılan yorumlardır.



Şekil 6. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin "Like" Oranlarına İlişkin Dağılımı

Şekil 6'da görüldüğü gibi 3 milyon 200 bin takipçisi olan Sağlık Bakanlığı'nın gönderilerinin en fazla beğeni sayısı 10.001 ve 40.000 arasında olduğu görülmektedir. Diğer sağlık konularına ilişkin paylaşımlar dikkate alındığında kullanıcıların Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 ile ilgili paylaşımlarıyla daha yüksek oranda etkileşime girdiği gözlemlenmektedir. Bakanlığın paylaştığı gönderilere diğer kullanıcılar tarafından yapılan yorumların görünümü Şekil 7'de yer almaktadır.

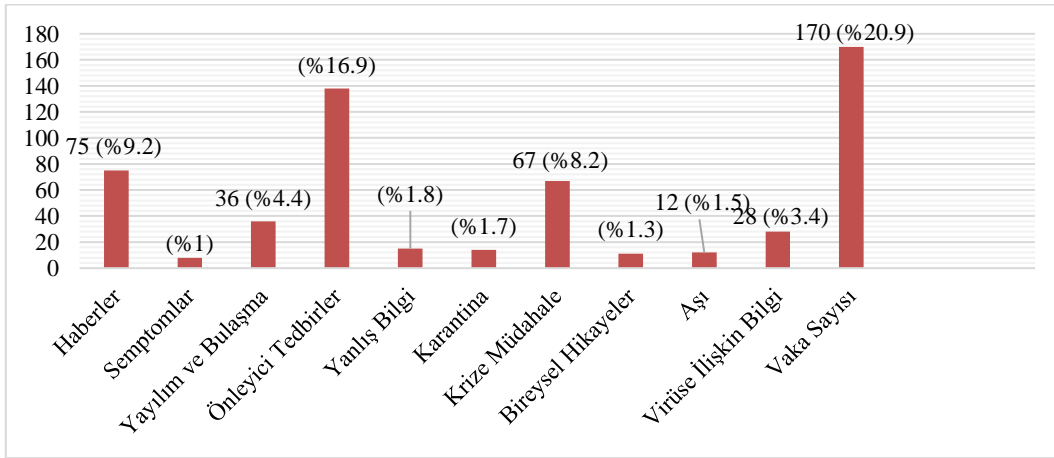


Şekil 7. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerine Yapılan Yorumlara İlişkin Dağılım

Şekil 7’de görüldüğü gibi Instagram kullanıcılarının Covid-19 ile ilgili paylaşımlara yorum oranı, diğer sağlık konularına ilişkin girilen etkileşime göre daha yüksektir. Bakanlığın gönderilerine gelen yorum sayısı en yüksek 151-500 aralığındadır. Instagram’daki paylaşılan mesajların etkileşim düzeyi, o mesaja (gönderiye) yapılan beğeni ve yorumlarla ölçülmektedir. Bu çerçevede Sağlık Bakanlığı’nın paylaşımlarına yapılan beğeni ve yorumların sayısı, bir bakıma bu paylaşımların hedef kitleyle nasıl bir etkileşim düzeyine sahip olduğu konusunda bir fikir vermektedir. Bu etkileşimin özellikle Covid-19 ile ilgili paylaşımlarda arttığı, diğer sağlık sorunlarına ilişkin paylaşımlarda azaldığı dikkat çekmektedir. Bunun en temel sebebi belirsiz bir süreç olarak ilerleyen pandeminin, ölümcül sonuçlar doğuracak kadar önemli bir sağlık sorunu olarak algılanması olarak değerlendirilebilir. Öte yandan Instagram’da gönderilerin yoruma açık ya da yoruma kapalı olarak yayınlayabilme iradesi kullanıcıya aittir. Bakanlığın tüm gönderilerini yoruma açık olarak paylaşmış olması, yürüttüğü risk iletişim sürecinde geribildirmeye önem verdiğinin bir göstergesi olarak kabul edilmelidir.

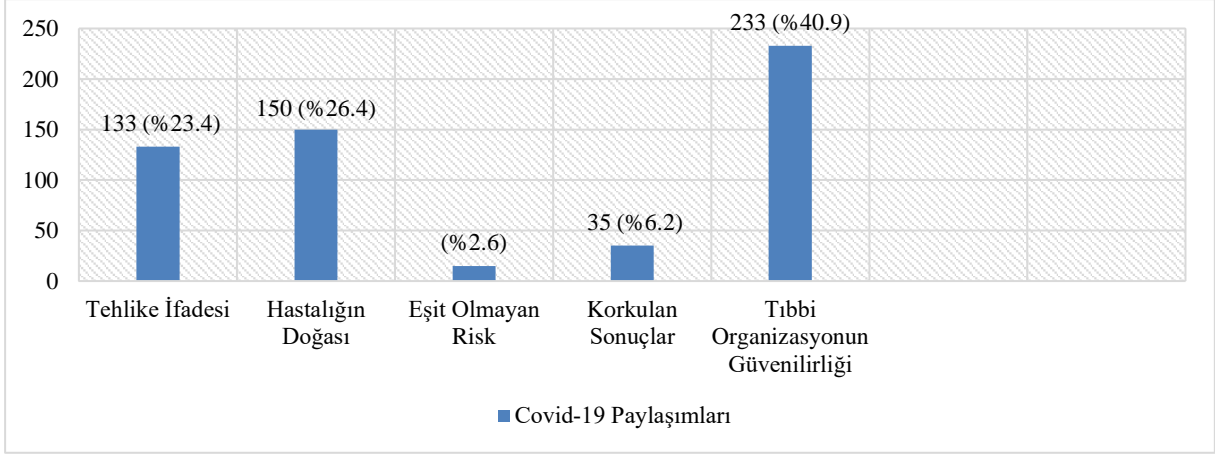
4.2. Sağlık Bakanlığı’nın Instagram Üzerinden Kurduğu İletişim İçeriğine ve Risk Algısına Yönelik Bulgular

Çalışmanın ikinci araştırma perspektifi, Sağlık Bakanlığı’nın Instagram gönderilerinin içeriğinin ve riske ilişkin oluşturulan algının incelenmesine dayanmaktadır. Bu çerçevede bakanlığın Instagram üzerinden paylaştığı gönderiler, risk içeriği ve risk algısı üzerinden değerlendirilmiştir (Şekil 8). Sağlık Bakanlığı’nın risk iletişimi içeriğinin büyük oranda vaka sayılarıyla (%20.9) ilgili olduğu görülmektedir. İkinci olarak Covid-19’a yakalanmamak için önleyici tedbirler konusunda (%16.9) paylaşımlar yapıldığı görülmektedir. Son olarak pandemi sürecine ilişkin bakanlığın çalışmalarını içeren haberlerin de %9.2 oranında Instagram üzerinden paylaşıldığı gözlemlenmektedir. Covid-19 sürecine ilişkin bakanlığın krize müdahalesine ilişkin paylaşımlar %8.2 oranında, yanlış bilgilerin düzeltilmesini içeren paylaşımlar ise %1.8 oranındadır. Buna göre en çok paylaşımı yapılan içerik, vaka sayılarının duyurulduğu “turkuaz” tablolarıdır. Bu tablolar bir bakıma risk boyutunu sayısal ifadelerle gösteren paylaşımlardır ve bilgilendirme amacı taşımaktadır. İkinci en çok paylaşılan içerik, salgının önlenmesine yönelik vatandaşların alacağı tedbirlere ilişkin konulardır. Bu paylaşımlarda temel amaç, mevcut riskli davranışlardan kaçınmayı sağlamaktır. Üçüncü sırada ise bakanlığın hastalığın yayılmasını önlemek için aldığı karar ve uygulamalara ilişkin paylaşımları bulunmaktadır. Her ne kadar bilgilendirmeye yönelik gibi görülsede aslında bu paylaşımlar, Sağlık Bakanlığı’nın riskle iç içe yaşayan gruplar üzerinde güven oluşturmayı hedeflediği ya da en azından etkisinin bu yönde olduğu düşünülmektedir. Bakanlığın Instagram paylaşımlarının içeriğine ilişkin yapılan değerlendirmede öne çıkan önemli bir diğer bulgu da Covid-19 pandemi sürecinde ortaya çıkan yanlış bilgilere ilişkindir. Genel olarak değerlendirildiğinde bakanlığın, dolaşıma giren yanlış bilgilerin düzeltilmesine yönelik paylaşımlarının, toplam paylaşım sayısı içerisindeki payı sadece yüzde 1.8’dir. Bu bulgu Bakanlığın, daha çok sosyal medya ortamlarında yayılan Covid-19 pandemisine ilişkin yanlış bilgileri düzeltmek ve yalanlamak gibi bir stratejiyi Instagram kullanımında benimsemediği anlaşılmaktadır.



Şekil 8. Sağlık Bakanlığı’nın Instagram Gönderilerinin Risk İçeriğinin Dağılımı

Sağlık Bakanlığı’nın risk algısına yönelik paylaşımlarının dağılımı Şekil 9’da yer almaktadır.

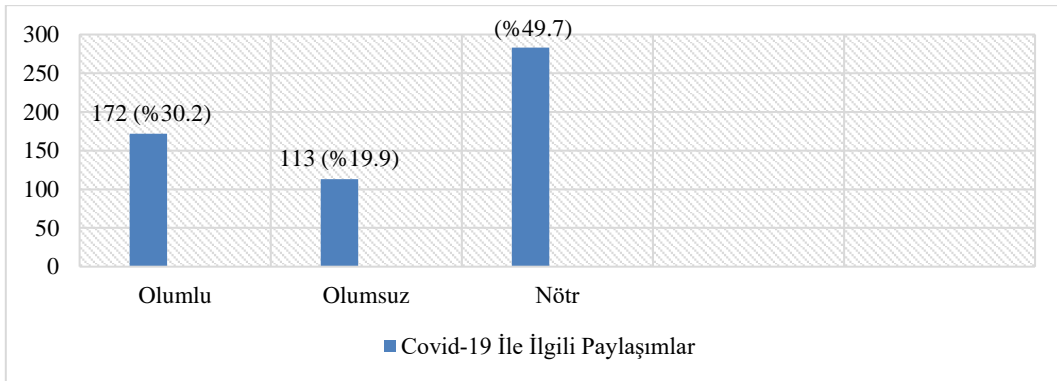


Şekil 9. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Risk Algısının Dağılımı

Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecine ilişkin Instagram paylaşımlarının büyük kısmında (%40.9) kurumun güvenilirliği öne çıkarılmaktadır. Bu durum risk iletişim stratejisi bağlamında değerlendirildiğinde iletişim sürecinde kaynağın etkinliğine odaklanan bilimsel ve teknik yaklaşım modellerine uygunluk göstermektedir. Bilindiği gibi bilimsel-teknik yaklaşımlara ağırlık verilerek geliştirilen risk iletişim stratejilerinde ana hedef, toplumun riskin ne olduğu ve bunun üstesinden gelmek için neler yapılması gerektiği konusunda bilgi akışının sağlanarak, toplumu tehlike ve riskler konusunda bilinçlendirmektir. Bakanlık, çalışma kapsamında belirlenen risk algısı değişkenlerinin (tehlike ifadesi, hastalığın doğası, eşit olmayan risk, korkulan sonuçlar, organizasyonun güvenilirliği) tamamını kullansa da, Instagram paylaşımlarının neredeyse yarıya yakın bir oranında kurum olarak güvenilirliğine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle Sağlık Bakanlığı'nın Instagram' da yürüttüğü risk iletişim sürecinin iletilecek mesaja odaklanan yaklaşımlardan biri olan "Güven Belirleme Modeli" ile (Covello vd.,2001; Cairns vd., 2013) de uyumlu olduğu düşünülmektedir.

4.3. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Mesaj Tonuna ve İşlevine İlişkin Bulgular

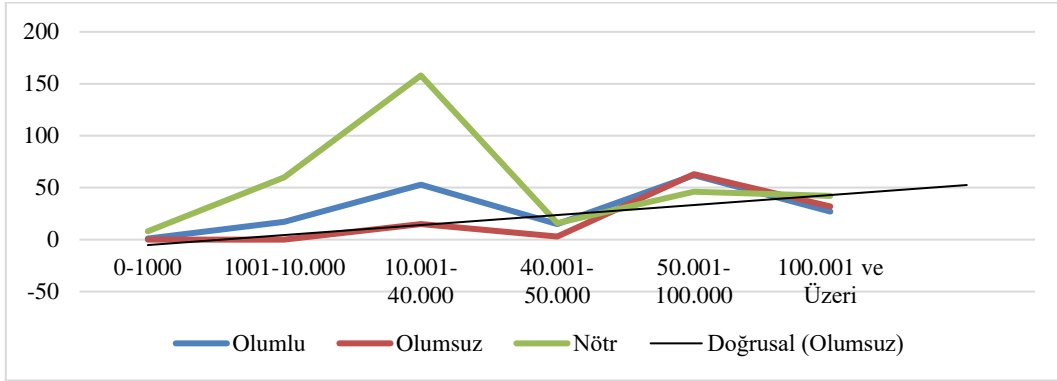
Araştırmanın üçüncü araştırma perspektifini, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerinin mesaj tonunun ve işlevinin incelenmesi oluşturmaktadır. Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi süreci içerisinde Instagram hesabı üzerinden yürüttüğü iletişimde kullanıcılara aktarılan mesajların tonu Şekil 10'da gösterilmektedir.



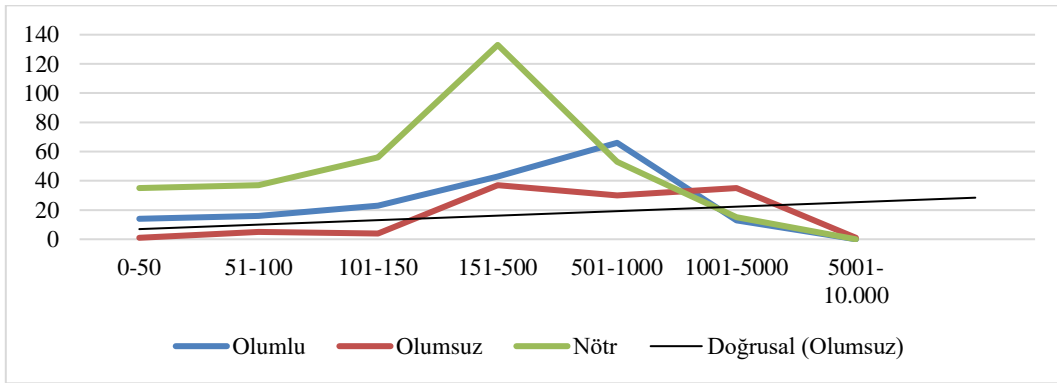
Şekil 10. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Mesajlarının Tonuna Göre Dağılım

Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden paylaştığı gönderilerin tonuna bakıldığında neredeyse yarısında nötr (%49.7) bir dil kullandığı görülmektedir. Paylaşımların %30.2'si olumluyken, %19.9'u olumsuz tonda aktarılmıştır. Bu noktada bakanlığın olumsuz mesajları daha fazla sayıda olumlu mesajla dengelediği ve nötr bir dil kullandığı görülmektedir. İnsanların negatif sonuçlara pozitif sonuçlardan daha fazla önem vermesine odaklanan "Negatif Baskınlık Modeli"nde (Covello vd., 2001; Cairns vd., 2013), risk iletişimi uygulamalarında olumsuz bir mesajın daha fazla sayıda olumlu ve çözüm odaklı mesajla dengelenmesi gerekliliğine vurgu

yapılmaktadır. Bakanlığın Instagram üzerinden paylaştığı gönderilerin mesaj tonundaki dağılımına bakıldığında bu anlayışla uyumlu olduğu anlaşılmaktadır.



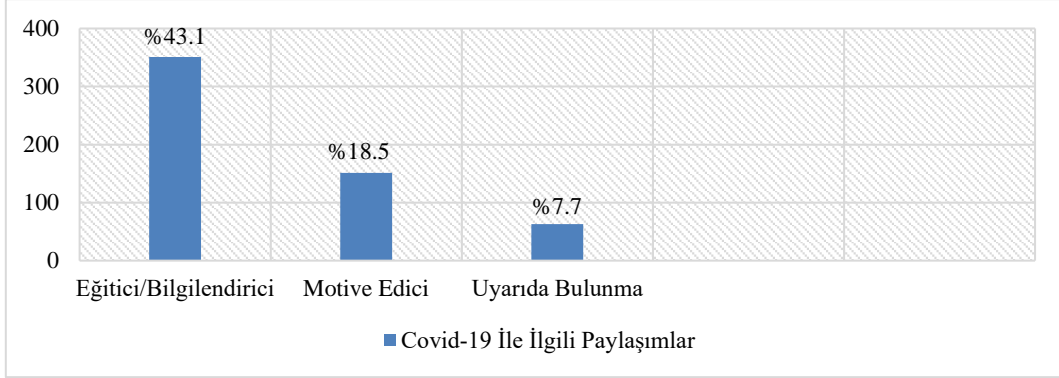
Şekil 11. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Tonunun Etkileşim Oranına Göre Dağılımı



Şekil 12. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Tonunun "Yorum" Oranına Göre Dağılımı

Şekil 11 ve Şekil 12, bakanlığın mesaj tonuna göre etkileşim dağılımını göstermektedir. Kullanıcıların bakanlık gönderileriyle etkileşimini gösteren "like" ve "yorum" oranlarının olumsuz tonda aktarılan mesajlarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Şekil 11 ve Şekil 12'de yer alan ve bir şeyin sabit oranda arttığını veya azaldığını gösteren doğrusal (olumsuz) eğilim çizgisi, olumsuz tona sahip mesajların kullanıcılarla daha yüksek düzeyde etkileşime girdiğini göstermektedir. Buna göre, 63 olumsuz tona sahip mesaj 50.001 ve 100 bin arasında "like" alırken, 35 olumsuz tona sahip mesaj 1001 ve 5000 aralığında yorum almıştır. Olumlu ve olumsuz mesajların etkileşim düzeyleri (beğeni ve yorum sayısı) dikkate alındığında, takipçilerin olumsuz mesajlarla daha fazla etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir. Bu bulgunun olası bir açıklaması, Instagram kullanıcılarının riskler konusunda güven oluşturmaya ve olumlu mesajlara odaklanan gönderilerle, sağlık krizinin ciddiyeti arasında bir denge kurulmasını talep ettikleri ve riskin tüm kapsamını anlamak istedikleri şeklinde yapılabilir.

Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden paylaştığı gönderilerin işlevi eğitici/bilgilendirici, motive edici ve uyarıda bulunma kategorileri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Şekil 13 gönderilerin işlevini ortaya koymaktadır.



Şekil 13. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Mesaj İşlevine Göre Dağılımı

Bir sosyal medya platformu olarak Instagram'ın toplumsal işlevine yönelik yapılan araştırmalarda, onun eğitici, bilgilendirici ve motive edici yönüne işaret edilmektedir (Karimkhani vd.,2016; Gauthier ve Spence, 2015; Al-Eisa vd., 2016; Kamel Boulos vd., 2016). Bu işlevler çerçevesinde bakanlığın paylaşımlarında eğitici/bilgilendirici işlevi (%43.1) gerçekleştirecek mesajları yüksek oranda paylaştığı görülmektedir. Motive edici (%18.5) ve uyarıda bulunma (%7.7) işlevini gerçekleştirecek mesajların ise daha düşük oranda tercih edildiği görülmektedir. Sonuç olarak, bakanlığın Instagram'ı daha çok eğitici ve bilgilendirici bir iletişim ortamı olarak kullandığı söylenebilir.

5. SONUÇ

Sosyal medya platformları, kullanıcılarına sağladığı etkileşimli iletişim olanakları nedeniyle, sadece bireylere değil aynı zamanda hedef kitleleriyle daha etkin bir iletişim kurmak isteyen kurumlara da büyük olanaklar tanır. Nitekim risk iletişim süreçlerinde halk sağlığı kuruluşlarının Instagram kullanımı üzerine yapılan benzer araştırmalarda da bu sosyal medya ortamının halkla anlamlı, etkileşimli iletişim kurmak için yararlı bir platform olabileceği (Guidry vd., 2017), özellikle iletilecek mesajlara görsel bir zenginlik katma fırsatı vermesi nedeniyle de etkili bir iletişim kurulabileceği sonucuna varılmaktadır (Kamel Boulos vd., 2016). Ancak bu yeni iletişim olanakları tek başına kullanıcılarına hedef kitleleriyle etkin bir iletişim sürecini garantileyemez. Bir başka deyişle etkin bir iletişim sürecinin gerçekleştirilmesinde aracın ya da ortamın sunduğu olanaklar kadar bu olanakların nasıl ve ne derece kullanıldığı da önemlidir. Bu çalışma da aslen aracın kendisiyle ilgili değil, daha çok onun nasıl kullanıldığıyla ilgilidir. Bunu da çalışma, pandemi gibi toplumsal riskler içeren bir dönemde Sağlık Bakanlığı'nın yeni bir iletişim ortamı olarak kabul edilen Instagram üzerinden yürüttüğü risk iletişim süreci bağlamında ele alarak göstermeye çalışmıştır. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerindeki paylaşımları (yazılı ve görsel veriler) içerik analiz tekniğine uygun kodlamalarla kategorize edilerek, söz konusu kullanıma ilişkin süreç risk iletişimi bağlamında incelenmiştir.

Genel olarak değerlendirilirse Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden yaptığı paylaşımların, riskin ne olduğu ve bundan korunmak için neler yapılması gerektiği konusunda bilgilendirici ve eğitici bir işleve yönelik olduğu görülür. Paylaşımların bu işleve hizmet etmesi, kaynak odaklı bir yaklaşımın benimsenmesinin bir sonucudur. Dolayısıyla Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinde yürüttüğü risk iletişiminde kendini kaynak odaklı yaklaşım içerisinde karakterize eden bilimsel ve teknik modelle uyumludur. Özellikle iletişimin tek taraflı olması ve risk içeriğine ilişkin sayısal ifadelerin önemli olması, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram paylaşımlarında göze çarpan bir durumdur. Diğer taraftan bu durum bir paradigma değişikliği olarak ifade edilen ve yine bilimsel ve teknik yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilen ikna edici iletişim eylemleriyle de uyumluluk göstermektedir. Nitekim risk konusunda tedbirli davranmayı sağlamak için yani, kişileri buna ikna etmek için kaynağın güvenilir olması, net mesajların verilmesi, etkili kanalların kullanılması ve hepsinden önemlisi alıcıların ihtiyaçlarına ve algılanan gerçekliğe odaklanmasını sağlamak gerekir. Burada temel yaklaşım kaynağın riske karşı bilgilendirici ve eğitici bir rol üstlenmesiyle mümkündür. Dolayısıyla bakanlık yaptığı paylaşımlarla kendisini Instagram'da böyle konumlandırmaktadır.

Eğer bakanlığın Instagram paylaşımları, mesaj üzerine odaklanan yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilirse, yönetilen iletişim sürecinin "Güven Belirleme" ve "Negatif Baskınlık Modeli"yle (Covello vd.,2001; Cairns vd.,

2013) uyumlu olduğu görülmektedir. Öte yandan bakanlığın Instagram’da risk algıları üzerinden iletişim sürecini (Risk Algılama Modeli) yönetmediği, bunun yerine mesajların anlaşılmasında ve tekrarlanmasında etkin olan görselleştirmeyi kullanarak, bireylerin mesajı nasıl işlediğine odaklanan “Zihinsel Gürültü Modeli”ni (Cairns vd., 2013: 1554) benimsediği anlaşılmaktadır.

Sağlık Bakanlığı’nın Instagram kullanımının risk iletişimi çerçevesinde değerlendirilmesinden elde edilen bu sonuçlara göre, birkaç öneride bulunmak yararlı olacaktır. Risk iletişim sürecini başarıyla sürdürebilmek için kaynağa ve mesaja odaklanan yaklaşımların dışında kanal odaklı bir yaklaşım sergilemenin de önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü kanalın veya aracın kendine has teknik olanaklarının ne ölçüde ve nasıl kullanıldığı iletişim sürecinin etkili olmasında belirleyici bir faktördür. Yoksa aracın sahip olduğu potansiyel kendiliğinden etkili bir iletişimi garantileyemez. Bir başka deyişle başarılı risk iletişim sürecini yönetmek her ne kadar stratejik bir planlama ve model gerektirse de bu stratejilerin uygulanacağı iletişim ortamlarının kendine özgü dilini ve sahip olduğu olanakları bilerek kullanmak da bir o kadar önemlidir. Öte yandan bu tür sağlık riskleriyle mücadelede başarılı olmak paydaşlarla kurulacak etkileşimli bir iletişimin tesis edilmesine bağlıdır. Bu nedendir ki sosyal medya ortamlarının, Covello’nun (2003: 5) dikkat çektiği gibi “dinlemeyi, geri bildirim, katılımı ve diyalogu” teşvik eden yapısıyla birlikte kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Sonuç olarak gelecekte karşılaşılabilecek risklere karşı iletişim süreçleri planlanırken özellikle halk sağlığını ilgilendiren konularda karar verici konumunda bulunan kurum ve kuruluşların risk iletişimi ilkelerinin ve sürecinin yönetilmesinde daha fazla halk katılımını sağlamaya yönelik stratejiler geliştirmesi ve bu stratejilere mutlaka sosyal medya platformlarını da dahil etmesi gerekmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Alaszewski, A. (2005). Risk communication: Identifying the importance of social context. *Health and Risk Society*, 7(2), 101-105. doi: 10.1080/13698570500148905.
- Al-Eisa, E., Al-Rushud, A., Alghadir, A., Anwer, S., Al-Harbi, B., Al-Sughaier, N., ... ve Al-Muhaysin, H. A. (2016). Effect of motivation by “Instagram” on adherence to physical activity among female college students. *BioMed Research International*.
- Andrienko, N. ve Andrienko, G. (2007). Intelligent visualisation and information presentation for civil crisis management. *Transactions in GIS*, 11(6), 889-909.
- Arguin, P. M., Navin, A. W., Steele, S. F., Weld, L. H. ve Kozarsky, P. E. (2004). Health communication during SARS. *Emerging Infectious Diseases*, 10(2), 377.
- Baron, J., Hershey, J. C. ve Kunreuther, H. (2000). Determinants of priority for risk reduction: The role of worry, *Risk Analysis*. 20(4),413-427.
- Beck, U. (2014). *Risk toplumu başka bir modernliğe doğru*. K. Özdoğan ve B. Doğan (Çev.), İstanbul: İthaki Yayınevi.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe: Free Press.
- Brug, J., Aro, A. R., Oenema, A., De Zwart, O., Richardus, J. H. ve Bishop, G. D. (2004). SARS risk perception, knowledge, precautions, and information sources, the Netherlands. *Emerging Infectious Diseases*, 10(8), 1486.
- Cairns, G., Andrade, M. ve MacDonald, L. (2013). Risk communication, and the role of trust in the prevention and control of communicable disease: a review. *Journal of Health Communication*, 18(12), 1550-1565. doi: 10.1080/10810730.2013.840696.

- Chou, W. Y. S., Hunt, Y. M., Beckjord, E. B., Moser, R. P. ve Hesse, B. W. (2009). Social media use in the United States: Implications for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 11(4), e48.
- Covello, V. T., Winterfeldt, D. ve Slovic, P. (1986). Risk communication: A review of the literature. *Risk Abstracts* 3(4), 171-182.
- Covello, V. T. ve Sandman, P.M. (2001). Risk communication: evolution and revolution. P. A. Wolbarst (Ed.), *Solutions to an Environment* içinde (164-178), Baltimore: John Hopkins University Press.
- Covello, V. T., Peters, R. G., Wojtecki, J. G ve Hyde, R. C. (2001). Risk communication, the West Nile Virus epidemic, and bioterrorism: Responding to the communication challenges posed by the intentional or unintentional release of a pathogen in an urban setting. *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 78(2), 382-392.
- Custers, K. (2015). The urgent matter of online pro-eating disorder content and children: Clinical practice. *European Journal of Pediatrics*, 174(4), 429-433.
- De Boer, J., Wouter Botzen, W. J ve Terpstra, T. (2014). Improving flood risk communication by focusing on prevention focused motivation. *Risk Analysis*, 34(2), 309-322.
- Fischhoff, B.(1995). Risk perception and communication unplugged: twenty years of process. *Risk Analysis*, 15(2),137-145. doi: 0272-4332/95/0400-0137\$07.50/1.
- Fonkwo, P. N. (2008). Pricing infectious disease the economic and health implications of infectious diseases. *European Molecular Biology Organization Reports*, 9, 13-17.
- Gauthier, T. P. ve Spence, E. (2015). Instagram and clinical infectious diseases. *Clinical Infectious Diseases*, 61(1), 135-136.
- Glik, D. (2007). Risk communication for public health emergencies. *Annual Review of Public Health*, 28, 33–54.
- Guidry, J. P., Jin, Y., Orr, C. A., Messner, M. ve Meganck, S. (2017). Ebola on Instagram and Twitter: how health organizations address the health crisis in their social media engagement. *Public Relations Review*, 43(3), 477-486.
- Hackett, A. J. (2008). Risk, its perception and the media: The MMR controversy. *Community Practice*, 81(7), 22–25.
- Hawn, C. (2009). Take two Aspirin and tweet me in the morning: how Twitter, Facebook, and other social media are reshaping health care. *Health Affairs*, 28(2), 361-368.
- Holmes, B. J. (2008). Communicating about emerging infectious disease: The importance of research. *Health, Risk & Society*, 10(4), 349-360.
- Houts, P. S., Doak, C. C., Doak, L. G. ve Loscalzo, M. J. (2006). The role of pictures in improving health communication: A review of research on attention, comprehension, recall, and adherence. *Patient Education and Counseling*, 61(2), 173-190.
- Huber, C., Finelli, L. ve Stevens, W. (2018). The economic and social burden of the 2014 Ebola outbreak in West Africa. *The Journal of Infectious Diseases*, 218(5), 698–704. doi: 10.1093/infdis/jiy213.
- Idriss, S. Z., Kvedar, J. C. ve Watson, A. J. (2009). The role of online support communities: Benefits of expanded social networks to patients with psoriasis. *Archives of Dermatology*, 145(1), 46-51.
- Joffe, H. (2008). The power of visual material: Persuasion, emotion and identification. *Diogenes*, 55(1), 84-93.
- Kamel Boulos, M. N., Giustini, D. M. ve Wheeler, S. (2016). Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. *Future Internet*, 8(3), 37.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karimkhani, C., Connett, J., Boyers, L., Quest, T. ve Dellavalle, R. P. (2014). Dermatology on Instagram. *Dermatology Online Journal*, 20(7).

- Kata, A. (2010). A postmodern pandora's box: anti-vaccination misinformation on the Internet. *Vaccine*, 28(7), 1709-1716.
- Kellens, W., Zaalberg, R., Neutens, T., Vanneuville, W. ve De Maeyer, P.(2011). An analysis of the public perception of flood risk on the Belgian coast. *Risk Analysis*, 31(7), 1055-1068.
- Khan, S.,Mishra, J. L., Lin, K.E. ve Doyle, E.H. (2017). Rethinking communication in risk interpretation and action. *Natural Hazards*, 88, 1709–1726. doi: 10.1007/s11069-017-2942-z,
- Krippendorff, K. (2009). *The content analysis reader*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kristiansen, I. S., Halvorsen, P. A. ve Gyrd-Hansen, D. (2007). Influenza pandemic: Perception of risk and individual precautions in a general population, cross sectional study. *BMC Public Health*, 7(1), 48.
- Leiss, W. (1996). Three phases in the evolution of risk communication practice. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 545, 85-94.
- Lindell, M. K. (2018). Communicating imminent risk. H. Rodríguez, Trainor J. ve W. Donner (Ed.) *Handbook of Disaster Research* içinde (449-477). New York: Springer.
- Longest, B. B. ve Rohrer, W. M. (2005). Communication between public health agencies and their external stakeholders. *Journal of Health and Human Services Administration*, 28, 189–217.
- Lovejoy, K. ve Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: how nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353.
- Mayer, R. E. (2005). *The Cambridge handbook of multimedia learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McAllister-Spooner, S. M. (2009). Fulfilling the dialogic promise: a ten-year reflective survey on dialogic Internet principles. *Public Relations Review*, 35(3), 320-322.
- Naik, P. A. ve Raman, K. (2003). Understanding the impact of synergy in multimedia communications. *Journal of Marketing Research*, 40(4), 375-388.
- National Research Council (1989). *Improving risk communication*. Washington, DC:The National Academies Press. doi:10.17226/1189.
- Neiger, B. L., Thackeray, R., Burton, S. H., Giraud-Carrier, C. G. ve Fagen, M. C. (2013). Evaluating social media’s capacity to develop engaged audiences in health promotion settings: Use of Twitter metrics as a case study. *Health Promotion Practice*, 14(2), 157-162.
- Neuendorf, K. A. (2002). *Content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nobles, A. L., Leas, E. C., Noar, S., Dredze, M., Latkin, C. A., Strathdee, S. A. veAyers, J. W. (2020). Automated image analysis of Instagram posts: Implications for risk perception and communication in public health using a case study of# HIV. *Plos One*, 15(5), e0231155.
- O’Donnell, N. H. ve Willoughby, J. F. (2017). Photo-sharing social media for e-health: analysing perceived message effectiveness of sexual health information on Instagram. *Journal of Visual Communication in Medicine*, 40(4), 149–159. doi: 10.1080/17453054.2017.1384995.
- O’Sullivan, J. J., Bradford, R. A., Bonaiuto, M., De Dominicis, S., Rotko, P., Aaltonen, J., Waylen, K.ve Langan, S. J. (2012). Enhancing flood resilience through improved risk communications. *Natural Hazards and Earth System Science*, 12 (7), 2271-2282
- Palenchar, M. J. ve Heath, R. L. (2007). Strategic risk communication: adding value to society. *Public Relations Review*, 33, 120–129.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261-283.
- Paxton, P. (2007). Association memberships and generalized trust: A multilevel model across 31 countries. *Social Forces*, 86(1), 47-76.

- Rasmussen, S. A, Jamieson, D. J. ve Bresee, J. S. (2008). Pandemic influenza and pregnant women. *Emerging Infectious Diseases*,14, 95-100.
- Renn, O. ve Levine, D. (1991). Credibility and trust in risk communication. R. E. Kasperson ve P. J. M. Stallen (Ed.). *Communicating Risks to the Public* içinde (175-218), Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S. ve Camerer, C. (1998). Not so different after all: a cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Sandell, T., Sebar, B. ve Harris, N. (2013). Framing risk: Communication messages in the Australian and Swedish print media surrounding the 2009 H1N1 pandemic. *Scandinavian Journal of Public Health*, 41(8), 860-865.
- Sezgin, F. (2003). Kriz yönetimi. *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 181-195.
- Shuchman, M. ve Wilkes, M.S. (1997). Medical scientists and health news reporting: a case of miscommunication. *Ann. Intern Med*, 126, 976-982.
- Slovic, P. (1997). *Trust, emotion, sex, politics, and science: Surveying the risk assessment battlefield*. University of Chicago Legal Forum, 59-100.
- Siegrist, M. (2019). *Trust and risk perception: A critical review of the literature*. Erişim adresi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/risa.13325>, (15.09.2020).
- Sommerfeldt, E. J., Kent, M. L. ve Taylor, M. (2012). Activist practitioner perspectives of website public relations: why aren't activist websites fulfilling the dialogic promise?. *Public Relations Review*, 38(2), 303-312.
- Springston, J. K. ve Weaver Lariscy, R. A. (2005). Public relations effectiveness in public health institutions. *Journal of Health and Human Services Administration*, 28, 218-245.
- Thakadu, O. T.,Kolawole, O. D., Sommer, C., Mthombeni, N. ve Ditlhakeng, P. (2017). Flood risk communication within flood prone communities of the Okavango Delta, Botswana. *Botswana Notes and Records*, 49, 87-105.
- Tiggemann, M. ve Zaccardo, M. (2015). Exercise to be fit, not skinny: The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61-67.
- Tözün, M. ve Sözmen, M. K. (2014). Halk sağlığı bakışı ile sağlık okuryazarlığı. *Smyrna Tıp Dergisi*, 48-54.
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. (2011). *Sağlığın teşviki ve geliştirilmesine yönelik dönüm noktaları globalkonferanslardan bildiriler*, Ankara: Bakanlık Yayın No:813.
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. (2021). Erişim adresi: <https://covid19.saglik.gov.tr>, (24.01.2021).
- Vaughan, E. ve Tinker, T. (2009). Effective health risk communication about pandemic influenza for vulnerable populations. *AmJ Public Health*, 99,332-324, doi: 10.2105/AJPH.2009.162537
- Yakut, İ. (2008). *İletişim bilimi perspektifinden risk iletişimi stratejileri*. İzmit: Umuttepe Yayınları.
- Ye, M., ve Lyu, Z. (2020). Trust, risk perception, and COVID-19 infections: evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China. *Social Science & Medicine*, 265, 113517.
- Zahari, R.K. ve Ariffin, R. N. R. (2013). Risk communications: Flood-prone communities of Kualalumpur. *Procedia Environmental Sciences*, 17, 880-888.
- Zucker, L. G. (1986). Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840-1920. *Research in Organizational Behavior*, 8, 53-111.
- Washer, P. (2004). Representations of SARS in the British newspapers. *Social Science & Medicine*, 59(12), 2561-2571.
- We Are Social. (2020). Erişim adresi: <https://wearesocial.com/digital-2020>, (15.12.2020).
- Wise, K. (2001). Opportunities for public relations research in public health. *Public Relations Review*, 27, 475-487.
- World Health Organizations. (2020). Erişim adresi: <https://www.who.int/health-topics/#H>, (11.12.2020).
- Worldometers. (2021). Erişim adresi: <https://worldometers.info>, (05.01.2021).