

Atf Bilgisi: Alıkcı, Ö. ve Gökali, E. (2022). Covid-19 Pandemisinin Durumsal Kriz İletişim Teorisi Kapsamında Değerlendirilmesi. *İNİF E- Dergi*, 7(1), 191-212.

COVID-19 PANDEMİSİNİN DURUMSAL KRİZ İLETİŞİM TEORİSİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ*

*Prof. Dr. Özlem ALİKILIÇ***

*Doç. Dr. Ebru GÖKALİLER****

DOI: 10.47107/inifedergi.1076862

Araştırma Makalesi****

Başvuru Tarihi: 21.02.2022

Kabul Tarihi: 17.05.2022

Öz

Kriz durumlarında liderlerden ve kurumlardan gelen mesajlar, güven ve kamuoyu iş birliği için önemlidir. COVID-19 salgını sürecinde kriz yönetilirken sadece kamuoyu bilgilendirmenin yetersiz ve eksik bir strateji olduğu görülmüştür. COVID-19 salgını gibi kriz durumlarında iyi koordine edilmiş ve verimli bir kriz stratejisi, paydaşların riskleri tanımlamasına, tehlikeleri belirlemesine, zayıflıkları değerlendirmesine ve toplumun bilinçlendirilmesi ve önleyici faaliyetleri benimsemesine yardımcı olacak çözümler getirmektedir. Pandemi krizinde, etkili iletişim hastalıkla mücadelede oldukça önemli bir faktördür. Profesyonel stratejik iletişimciler bilgiyi, riski, kişisel katılımı ve almaları gereken eylemleri nasıl yorumlayacakları konusunda halka rehberlik edebilir. İnsanların doğru bilgi edinebilmesi noktasında devlet ve hükümetlerin en az salgınla sağlık mücadelesi kadar salgına dair bilgi kirliliğiyle mücadele etmesi ve bunu yaparken de organize bir kriz iletişimini sürdürmesi gerekmektedir. Bu çalışma, etkili kriz iletişiminin pandemi sürecinde başarılı bir şekilde yanıt vermede önemli roller üstlendiğini savunmaktadır. Pandemiye doğru bilgiye ulaşmak, toplumu endişeden uzak tutmak son derece zorlayıcıdır ve bu yüzden kurumlar etkili kriz iletişimine odaklanmalıdır. Bu çalışma kapsamında Aralık 2020-Şubat 2021 tarihleri arasında nitel araştırma yapılmış ve derinlemesine görüşmeye katılan katılımcıların pandemi iletişimi süresince krizi yöneten kurumların bu krize karşı uyguladıkları kriz stratejileri hakkındaki görüşleri saptanmaya çalışılmıştır. Çalışma durumsal kriz teorisini temel alan bir nitel araştırmadır. Araştırma kapsamında araştırmaya katılan bireylerin, pandemi krizini yöneten kurumlarının bu krize karşı geliştirdikleri kriz stratejileri hakkında ne düşündükleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bulgularda, Türkiye’de pandemiyin ikinci dalgasında üç ayrı durumsal kriz stratejisi (azaltma, inşa etme ve güçlendirme) yürütüldüğü; yanıt seçenekleri olarak da gerekçeleştirme, tazminat, üstünlük ve destekleme alt seçeneklerinin uygulandığı saptanmıştır. Ayrıca, medya stratejisi bağlamında da kriz yönetiminde çoklu kriz sözcüsü kullanıldığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Durumsal Kriz İletişimi Teorisi, Pandemi İletişimi, Devlet İletişimi, Kriz İletişimi

* Bu çalışma, Yaşar Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı’ndan 869 sayılı ve 09.02.2021 tarihli kurul onayı almıştır.

** Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, E-mail: ozlem.alikilic@yasar.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6311-2622

*** Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, E-mail: ebru.gokaliler@yasar.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4134-8447

****Yazar / yazarlar, makalede araştırma ve yayın etiğine uyulduğuna ve kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine riayet edildiğine yönelik beyanda bulunmuştur.

AN ANALYSIS OF SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION THEORY IN THE CONTEXT OF COVID-19 PANDEMICS

Abstract

In crisis situations, the messages from political institutions is crucial to build the trust and cooperation with the public. Today's institutions should have recognized the inadequacy of public information in crisis communications in COVID-19 pandemic. In crisis situations such as COVID-19, a well-coordinated and effective crisis communication strategy provide solutions that assist stakeholders in recognizing risks, identifying threats, assess vulnerabilities, and take steps to increase awareness and prevention in the society. Communicators can guide the public through the interpretation of information, risks, personal involvement and required actions. This study is a qualitative research based on the situational crisis theory. It attempts to understand what individuals think of the crisis response strategies designed by the government and its affiliates for the COVID-19 crisis. In-depth interviews were conducted. Findings show that three situational crisis response strategies (diminish, rebuild, and reinforce) were implemented in Turkey in the second wave. It was also determined that excuse and justifying, compensation, transcendence and bolstering sub-categories were applied as crisis response options. Moreover, in the context of media strategy, findings revealed that they used multiple crisis spokespersons when responding to the crisis.

Keywords: COVID-19, Situational Crisis Communication Theory, Pandemic Communication, Government Communication, Crisis Communication

Giriş

Sınırsız bir medya ortamında doğru bilgiyi farklı medya platformlarında hızlı ve net bir şekilde aktarma kapasitesi, küresel salgın krizlerini yönetmede çok önemlidir. Buna karşılık, belirsiz ve karışık bilgiler, yanlış haberlerin yayılmasına, komplo teorilerine ve toplumların virüsü kontrol etme yeteneklerinden ödün vermelerine, karşıt görüş ve davranışların yayılmasına yol açıp iletişimsizliği de çoğaltabilir. Kriz iletişimi, pandemide çoklu stratejik iletişim araçlarının kullanılması sonucunda, bireyleri ve toplumları etkileyip harekete geçirmesi, kamuoyunu şekillendirip yönlendirmesiyle birlikte etkili bir güce dönüşmektedir. Kısaca krizlerde iletişim, pandemi krizleri de dahil olmak üzere paydaşlarını etkileme, bilgilendirme, yönlendirme ve gerektiğinde manipüle etme fonksiyonları ile bireylerin ve toplumun bilişsel ve davranışsal tepkilerini belirlemede etkin olan bir güçtür (Gönenç, 2018, s. 25).

Etkili iletişim, bugün yaşanan COVID-19 krizinde, hastalıkla mücadelede oldukça önemli bir faktördür. Ülkelerde bulaşma oranını ve bulaşmayı azaltmak veya önlemek için pek çok yaklaşım benimsenmiştir. Bu yaklaşımlar, krizin doğası gereği sağlık sektörü, özel sektör, siyaset dünyası, kamu sektörü, turizm sektörü, eğitim sektörü vb. çoklu sektörü ilgilendirmektedir. COVID-19 pandemisinde Türkiye de aynı yaklaşımları geliştirmiştir. Sosyal mesafeyi korumak, elleri çok iyi yıkamak, dezenfekte etmek için kişisel hijyene dikkat etmek, maske takmak, koruyucu giysi ve ürünler giymek gibi koruyucu ekipman kullanmak, toplantılardan, sosyal buluşmalardan ve büyük etkinliklerden kaçınarak sosyalleşmeden uzaklaşmak, okulların yüz yüze eğitime kapatılması, kademeli okul gibi sınırlandırılmış eğitim, şehir dışı ve ülke sınırlarına giriş çıkışlarda test zorunluluğu getirilmesi gibi seyahat kısıtlamaları, evden çalışma, evde kalma gibi kapanma konusunda bilinçlendirmeye yönelik çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Pandemi dönemlerinde halk sağlığında bu önleyici yaklaşımlar ne yenidir ne de tek bir ülkeye atfedilebilir. Bu yaklaşımların başarısı pandemi sürecindeki etkili iletişimin varlığı ile mümkündür (Ataguba ve Ataguba, 2020, s. 3).

Ülkelerde COVID-19 pandemisi ile ilgili belirsizlik ve riskler üzerine yapılan iletişimin, kısa ve uzun vadeli ekonomik etkileri olabilir, hastalığın seyrini etkileyebilir ve hatta ölüm, güven ve itibar açısından bambaşka sonuçlar getirebilir. Türkiye gibi gelişmekte olan birçok ülkede pandemi sürecinde etkili iletişim zorlu bir süreçtir. Öncelikle stratejilerin etkili olabilmesi için ülkelerdeki halihazırda var olan sosyo-

ekonomik kırılmalıkların dikkate alınması gerekir. İletişim, özellikle de etkili kriz ve risk iletişimi, pandemi sırasında en gerekli olan iletişimdir (Glik, 2007, s. 34). COVID-19 salgını dahil olmak üzere, büyük kriz ortamlarında paniği azaltmada ve enfeksiyon sayısının düşmesinde bu stratejilerin önemi ve faydaları öne çıkmaktadır (Ataguba, 2020, s. 325).

Öte yandan, medyada salgın hastalığın yayılması hakkında yapılan haberlere karşı geliştirilen kamuoyu tepkisi, kaygı ve risk algılarının artmasına sebebiyet vermektedir (Chew ve Eysenbach, 2010, s. 272; S. Kim ve Liu, 2012, s. 71; Ratzan ve Moritsugu, 2014, s. 1214). Bu nedenle pandeminin getirdiği riskler hakkında bilgiler ne küçümsenmeli ne de abartılmalı, dikkatli bir şekilde bireyler ve toplumlara rehberlik edilmelidir.

Bu çalışma, etkili kriz iletişiminin pandemi sürecinde başarılı bir şekilde yanıt vermede önemli roller üstlendiğini savunmaktadır. Pandemi ne kadar zorlayıcı ise etkili pandemi iletişimine o kadar fazla odaklanılmalıdır. Bu çalışma kapsamında Aralık 2020-Şubat 2021 tarihleri arasında nitel araştırma yapılmış ve derinlemesine görüşmeye katılan katılımcıların pandemi iletişimi süresince krizi yöneten kurumların bu krize karşı uyguladıkları kriz stratejileri hakkındaki görüşleri saptanmaya çalışılmıştır. Durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesine dayanan bu araştırma, COVID-19 salgını sırasında pandemi iletişimini kamuoyu perspektifinden analiz ederek, kurumların kamuoyuna etkili kriz iletişim stratejileri oluşturup oluşturmadığını tespit etmeye çalışarak öneriler sunmuştur.

1. Salgınlarda Kriz İletişimi

Doğal afetler, salgın gibi kaostan, korkunun ve belirsizliğin iç içe geçtiği dönemlerde yükselen kaygı ve korku, duygusallaşma eğilimi ve bazen de toplumsal kutuplaşma, iletişimi ve doğru bilginin yayılımını zorlaştırmaktadır. Türkiye’de COVID-19 virüsünün yayılma hızına paralel olarak salgınla ilgili ciddi bir bilgi kirliliği de oluşmuştur. Özellikle içerik üretimi ve paylaşımının çok kolay olduğu sosyal medyada (Chew ve Eysenbach, 2010, s. 272) ortaya çıkan bilgi kirliliği neticesinde, salgının kaynağından salgından korunma yöntemlerine kadar çeşitli alanlarda gerçek dışı bilgilere sıkça rastlanır hale gelmiştir. Bu yüzden organize bilginin ve yönetiminin ne denli önemli ve de hayati olduğu aşikardır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) infodemiye, özellikle sağlık alanında hızla yayılan, “viralleşen” aşırı miktarda doğru ya da yanlış bilgi şeklinde tanımlamaktadır (World Health Organization, 2020). Aslında temel sorun sadece yanlış bilgi değil, aşırı bilgi yığılmasıdır. Bu durum doğru çalışması gereken bilgi ekosistemini devreden çıkartıp ilgili sorunla baş edilmesini tehdit edecek duruma getirmektedir. Türkiye’de de benzer sorunlar salgın süresince gözlemlenmiştir. İşte bu yüzden insanların doğru bilgi edinebilmesi noktasında devlet ve hükümetlerin en az salgınla sağlık mücadelesi kadar salgına dair bilgi kirliliğiyle mücadele etmesi ve bunu yaparken de organize bir kriz iletişimini sürdürmesi gerekmektedir.

Kırık ve Özkoçak’a göre salgın dönemlerinde yürütülen kriz iletişimlerinde gözlemlenen bir diğer sorun da kriz iletişiminde gerçeklerin saklanması, etkisinin hafifletilmesinin veya rakamların manipüle edilmesinin tercih edildiği durumlardır. Aynı bugün COVID-19 için pek çok komplo teorileri üretildiği gibi 1917’lerde İspanyol Gribi için de benzer varsayım ve teoriler üretilmiştir (2020, s. 150). En yaygın varsayımlardan birisi örneğin; virüsün savaş esnasında Almanların kullandığı denizaltılar tarafından yayıldığıdır. Aradan yüz yıl geçmesinin bu tarz algı üretiminde bir değişikliğe yol açmadığını söylemek mümkün olabilir. Aynen, Amerikalıların 100 yıl önceki gribi kendilerine değil, İspanyollara atfetmesi gibi, dönemin ABD Başkanı Trump, COVID-19 virüsünden “Çin Virüsü” diye bahsetmiştir. Hatta Trump’ın yapmış olduğu bu konuşma sadece Çinlilere bu virüsün bulaşacağı gibi bir fikre sebebiyet vermiş, kamuoyunu COVID-19’un bir milliyeti olduğunu düşünmesine sebep olmuştur. Kırık ve Özkoçak’a

göre belki de Amerikan halkının bu yüzden krizin boyutunun büyüklüğüne ikna olması ve kendilerini koruma altına alması geç olmuştur (2020, s. 136).

Kamusal halkla ilişkilerde kriz iletişiminin merkezinde güven unsuru bulunmaktadır. Kamularla bir güven ilişkisi kurulduğunda kriz iletişimi çok daha kolay yürütülür. Güven, sadece sosyal ve ilişkisel bir bağ kurulması ile değil deneyim ve kanıta da dayanmaktadır (Earle, 2007). Slovic (1993), kamuda güven yıkıcı olayların pozitif olaylara göre çok daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu saptamıştır. Bu bağlamda güven yaratımı ile onu kolayca yok etme arasında güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir (Siegrist, Earle ve Gutscher, 2003). Kamuoyu tarafından güvenilir algısına sahip olmak kriz iletişiminin en önemli bileşenlerinden biridir. Kamuoyunun politikacılara yönelik güvenin düşük olması iletişim sürecini olduğu kadar aralarındaki güven ilişkisini zayıflatır. Özellikle de salgın iletişiminde güven kurmak için özellikle halkla empati kurmak, açık ve şeffaf olmak temel alınır. Ancak güvensizlik ortamı, halkın yetkililerin bilgi ve yeterliliğine olan inanç eksikliği, adaletlerine yönelik inanç eksiklikleri, dürüstlüklerine yönelik inanç eksiklikleri gibi çeşitli durumlardan kaynaklanır (Abraham, 2011). Güven kurmak için kriz iletişiminde, bilgiye erişim hakkı, şeffaflık ve empati gibi pek çok açıdan topluma ait içgörüler desteklenir.

Güven, özellikle sağlık sorunlarına yönelik bilgi arama sürecinde etkin bir rol oynamaktadır (Roselina, Asmiyanto ve Andriany, 2021). Sağlıkla ilgili konularda doğru bilgiyi toplama çabaları sağlık iyileştirmeleri bağlamında etkin bir çaba gösterilmesine aracı olmakta ve aynı zamanda bilgiyi bulan bireylerin bilgiye erişim sürecinde kurdukları sistemi kapsamaktadır (Mukherjee ve Bawden, 2012). Kamusal halkla ilişkilerde bilgi sadece kurumların bizzat kendisinden değil, gerek geleneksel medyadan gerekse online medyadan yayılır. Elbette günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, kamuoyunun halk sağlığını ilgilendiren pandemi gibi krizlerde bilgiye çevrimiçi ortamlardan erişime maruz kalmıştır (Athique, 2020; Li ve Zheng, 2020; Macario et al., 2009; Majid ve Rahmat, 2013) ve aslında bu kanallar bilgiye çok daha hızlı ve güncel ulaşımlarını da sağlamıştır. İnsanların eve kapandıkları bu dönemde bilgi erişiminde yüz yüze iletişim yerine birincil kaynak haline gelen sosyal medya uygulamaları, kullanıcıların pandemide neler yapması gerektiği ile ilgili kullandıkları bir enformasyon kaynağı haline gelmiştir (Kırık ve Özkoçak, 2020).

Halk sağlığını tehdit eden böylesi kriz durumlarında, medyanın gücü de tartışmasız çok büyüktür. Bu tür durumlarda gerilim, korku, panik ve kaos yüksektir. Bu ortamlardan beslenen veya bu tür ortamları bilinçli bir şekilde amaç edinen ve hatta bu durumdan faydalanmak isteyen manipülatörler fazla sayıda olabilmektedir. Pandemi ile ilgili verilen istatistik verilerin doğru olmadığı, hasta ve ölü sayılarının doğru verilmediği, aşılardan ölüme yol açtığı, toplumları dijital dönüşüme hızlı bir şekilde hazırlamak için planlı bir süreç olduğu hatta aslında böyle bir virüsün hiç olmadığı ve sadece psikolojik bir illüzyon olduğu gibi birçok yanlış içerikli paylaşımlar yapıldığı görülmektedir.

Kriz yönetiminde dürüst iletişimin hayat kurtarıcı olduğu belirtilmektedir (Coombs, 2012, s. 63). DSÖ de gerek 2009'daki Influenza A (H1N1) salgını sonrası gerekse de COVID-19 salgını sırasında iletişimin önemini vurgulamıştır (World Health Organization, 2020). Hatta örgüt, bir pandemiyle mücadele etmek için gerekli temel yetkinlikleri değerlendirirken kriz iletişimini teknik becerilerle aynı seviyeye yerleştirmiştir. Bu durum da pandemi krizlerinde etkili iletişimin önemini altını çizmektedir. DSÖ'nün COVID-19 salgınına, Uluslararası Sağlık Tüzüğü (International Health Regulations) kapsamında küresel halk sağlığı acil durumu olarak ilan etmesinden bu yana, virüsle ilgili koruyucu önlemler alınması, kamuoyunun bu duruma adapte olması, doğru korunma tepkileri

vermesi, aşılamanın kabulü ve uyumu kapsamında kurumlar arası ve kişilerarası iletişimin koordinasyonu oldukça zorlayıcı bir boyut haline gelmiştir.

2. Türkiye’de COVID-19 Pandemisinde Kriz İletişimi Çalışmaları

Bilimsel çevrelerden gelen çeşitli uyarılar ve önceki salgın hastalıklarla ilgili krizlerden alınan bilgi ve derslerin mevcudiyetine rağmen, dünyada hükümetler ve yetkililer salgın krizlerine etkili bir şekilde yanıt verme konusunda sınırlı bir kapasite göstermiştir. Salgın krizlerinde resmi kurum iletişimlerinin etkinliği üzerine yapılan dünya genelinde araştırmalar (Ratzan vd., 2020, s. 748; Glik, 2007, s. 35; McGuire vd., 2020, s. 362; Strekalova, 2017, s. 333) da göstermiştir ki, kamuoyunun bilgi kaynaklarına ve otoritelere güvenleri düşük ve devletler bu kriz mücadelesinde zayıf iletişim yönetimi göstermiştir.

Tablo 1. Dünya Geneli ve Türkiye COVID-19 Vaka Durumu

| COVID-19 Vaka Durumu | Dünya Geneli | Türkiye |
|----------------------|--------------|-----------|
| Vaka Sayısı | 267.865.289 | 8.984.407 |
| Ölümlü Vaka Sayısı | 5.285.888 | 78.602 |

Kaynak: <https://covid19.who.int/region/euro/country/tr>, Erişim T: 13 Aralık 2021

Her gün artan vaka sayıları ve ölümler sebebiyle dünya genelinde sağlık ve ekonomik risklerin yanı sıra sosyal ilişkilerin zayıflamasına sebep olan (Antwi-Boasiako ve Nyarkoh, 2020, s. 1039) COVID-19 pandemisi, Türkiye’de de gerek sosyal, ekonomik, siyasi gerekse dini ve kültürel alanda ciddi kısıtlamaların gelmesine ve alışlagelmiş yaşam tarzı ile iş yapış şekillerinin değişmesine sebep olmuştur.

Türkiye’nin salgın kriziyle mücadele politikası kriz yönetimi çerçevesinden ele alındığında, önce kriz probleminin tanımlanıp gündeme alındığı, krize yanıt ve çözüm stratejileri geliştirildiği, katılım mekanizmalarının geliştirilmesi için paydaşların belirlendiği, uzman görüş ile tavsiyeleri (Bilim Kurulu) doğrultusunda rasyonel mesajlar geliştirildiği anlaşılmaktadır (Turan ve Çelikyay, 2020, s. 11). Bu aşamada farklı, güncellenebilir tedbir stratejilerinin belirlenerek ona uygun teknik / yasal altyapılar oluşturulduğu, benimsenen stratejilerin hızlı ve anlık uygulamaya konduğu ve gelişmelerin anlık değerlendirilip gözlemlendiği görülmektedir.

Türkiye’de ilk COVID-19 vakasının 11 Mart 2020 tarihinde tespitiyle birlikte izlenecek kriz yönetimi politikasının ana hatları da belirginleşmiştir. Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca basın toplantısında “Hiçbir virüs, alınacak tedbirlerden daha güçlü değildir”, sloganıyla izlenecek stratejiye işaret etmiştir. Bu bağlamda Türkiye’nin izlediği kriz yönetimi politikasının “tedbir politikası” olduğunu söylemek mümkündür. Bu stratejinin aşağıda belirtilen dört ana hedef etrafında yürütüldüğü ifade edilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2020): (1) Fiziki mesafenin temini (2) Sağlık sisteminin ayakta kalması (3) Temel ihtiyaç maddeleriyle ilgili üretim ve tedarik zincirlerinin aksamaması (4) Kamu düzeninin devam etmesi.

Bu kapsamda ilk vakanın görülmesi akabinde kriz yönetimine geçilmiş, ilk günden itibaren şeffaf bir süreç yürütülmeye çalışılmış, Sağlık Bakanı tarafından gün gün veriler TV kanallarından, sosyal medya hesaplarından paylaşılmıştır. Bu süreçte bakanlığının canlı olarak organize ettiği basın toplantılarında verilerin açıklanması, soru-cevaplar gerçekleşmiştir. Birinci dalganın yaşandığı süreçte ilk aylarda her akşam aynı saatlerde aksatılmadan yapılan bu toplantılar, halkta güveni artırmış ve izlenen politikalara katılımını kolaylaştırmıştır.

30 Mart 2020 tarihinde başlatılan “Biz Bize Yeteriz Türkiyem” yardım kampanyası da 3. ve 4. ana hedefler kapsamındaki çalışmalardan biri olmuştur (Turan ve Çelikyay, 2020, s. 20).

COVID-19 krizine karşı geliştirdiği bu temel yanıtların izlerine pandemi iletişiminde rastlanmıştır. Kurumların kriz yönetimi sürecinde en temel unsurlardan biri bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. COVID-19 salgını ortaya çıktığı andan itibaren halkın salgın konusunda bilgilendirilmesine ve bilinçlendirilmesine yönelik iletişim çalışmalarını başlatmıştır. Bu çalışmalar kapsamında ilk olarak, Bilim Kurulu'nun önerisiyle Sağlık Bakanlığı tarafından “COVID-19 Enfeksiyonu Rehberi 14 Ocak 2020'de hazırlanmış ve 14 Nisan 2020'de güncellenmiştir. Bu rehber farklı iletişim kanalları ile toplumun her kesimine ulaştırılmaya çalışılmıştır. ALO 184 Korona Danışma Hattı kurulmuştur. Bir diğer iletişim çalışması da “Evde Kal” uygulaması olmuştur. Evde kal uygulamasını desteklemek üzere tüm ligler ve müsabakaların ertelenmesi, hastanelere ziyaretçi kısıtlaması getirilmesi, ulusal ve uluslararası etkinliklerin ertelenmesi gibi önlemler alınmıştır. “Hijyen, maske ve mesafe”, “evde kal” hashtag'leri üzerinden sosyal medya paylaşımları, kamu spotları hazırlanması, ünlü kullanımı, Sağlık Bakanı'nın kişisel sosyal medya hesaplarından halkı bilgilendirici ve önlem aldırıcı mesajlar ve sloganlar paylaşması da bilinçlendirme çalışmalarına örnek olarak verilebilir.

3. Durumsal Kriz İletişimi Teorisi

Krizleri hızlı ve doğru stratejik kararlarla kararlı bir şekilde yönetebilmek için iletişimcilerin kriz tepki stratejilerinin iyi bilmeleri ve hizmet verdikleri kurum ve kuruluşları doğru kriz tepki stratejileri geliştirmeleri konusunda yönlendirmeleri son derece önemlidir. Bu durum, krizin seyrini önemli bir biçimde etkileyecektir. Bu bağlamda kurumun krizin paydaşları ile nasıl ve ne şekilde iletişim kuracağı, onları hangi konularda ne zaman bilgilendireceği, mevcut krize karşı hangi kriz tepki stratejisi geliştirip kullanacağını önemli hale gelmektedir. Kriz durumlarında iletişimin en iyi şekilde nasıl yönetilmesine dair farklı teoriler geliştirilmiştir. Bu teoriler arasından öne çıkan en önemli kriz iletişimi teorisi de durumsal kriz iletişimi teorisidir. Duğan ve Barış'a (2020, s. 131) göre durumsal kriz iletişimi teorisi aslında, kriz tepki stratejilerinin krize ilişkin kuruma atfedilen sorumluluk düzeyine ve kurumsal itibar algısına etkilerini incelemektedir. Kriz durumunda kurum / kuruluşlar tarafından verilecek olan tepkiye yönelik strateji seçiminin nasıl şekillendiği üzerine geliştirilen durumsal kriz iletişimi teorisine göre yeterince doğru ve net analiz edilmeyen, doğru tepki verilemeyen sorun ve vakalar, kurum ve kuruluşların paydaşlarına hatalı iletişim stratejileri geliştirmelerine ve buna ilaveten de yanlış iletişim mesajları göndermelerine neden olmaktadır.

Bu teori temelini atıf teorisinden almaktadır (Temel Eğinli, 2014, s. 37). Teoriye göre, bireylerin kriz durumlarında krizin sorumluluğunu kurum veya kuruluşlara atfetme düzeylerinde krizin ve kurumun geçmişleri, tarihsel ilişkileri, krizin türleri ve kriz karşısında geliştirilen tepki stratejileri yer almaktadır. Yine bu teoriye göre bireyler, bir sorunun, bir vakanın ya da bir krizin nedenini ya vakaya dâhil olan başkalarına (kişiler, kurumlar) ya da birtakım dışsal unsurlara yüklemektedirler.

Teoriye göre bir kurumda krizin nedeni kurum içinden kaynaklanıyor ve süreklilik gösteriyor ise ve hatta kriz yönetilirken dışsal aktörlerin etkisi düşük ise bireylerin krizin sorumluluğunu kuruma atfetme düzeyleri yüksek çıkmaktadır (Coombs, 2004, s. 268-269).

Durumsal Kriz İletişimi Teorisi'nde (DKİT), kurum ve kuruluşlar krize karşı bir yanıt seçeneği belirlemeden önce kamuoyu ve paydaşlarını zarar görmekten korumak için bilgileri düzenleyerek ilgili kamuoyu ve paydaşları bilgilendirmelidir. Bu nedenle ilkin

bilgileri tasarlayıp düzenlemek ve sonra bilgi vermek, tüm krizler için gerekli temel yanıtlardır (Coombs, 2012, s. 154). Özetle DKİT, krizlere etkin bir şekilde yanıt vermek amacıyla kapsamlı bir çerçeve sağlar.

Krizlerin ilk başında bilgiyi düzenlemek çok önemlidir çünkü bilgiyi tasarlamak, kamuoyunun ve krize maruz kalanların krizlerin yarattığı fiziksel tehditlerden kendilerini korumaları için hangi önlemleri almaları gerektiği anlamına gelir. Tasarlanan bu bilgiler, halkın krizle başa çıkmasına yardımcı olduğu gibi, krizlerin ürettiği psikolojik tehditle de savaşmalarına yardımcı olur. Coombs'un da (2012, s. 154) ifade ettiği gibi tasarlanan bilgiler, krize maruz kalanlar için pek çok önleyici ve düzeltici eylemleri de içermektedir. Tasarlanmış bilgilerle kurum ve kuruluşlar, krizden etkilenenler için endişelerini de ilk ağızdan aktarmış olurlar. Bu yüzden bilgileri düzenlemek ve ilgili kamuoyu ve paydaşları bilgilendirmek, tüm krizler için gerekli ilk yanıt stratejileridir ve devamında diğer dört yanıt seçeneğiyle birleştirilir. Coombs (2012, s. 155) bu yanıt stratejilerini sırasıyla reddetme (deny), azaltma (diminish), yeniden oluşturma (rebuild) ve güçlendirme (reinforce) olarak belirtmiştir.

DKİT'e göre, kurum ve kuruluşların krize karşı bir yanıt seçeneği belirlemede öncelikle kamuoyunu ve paydaşlarını korumak için bilgileri düzenlemeli ve ilgilileri bilgilendirmelidir. Bu yüzden pandemiyle ilgili gelişen güncel bilgileri tasarlayıp düzenlemek ve daha sonrasında da net bilgi vermek, tüm krizlerde olduğu gibi pandemi için de ilk verilmesi gereken temel yanıtlardır.

DKİT'nin dört temel stratejisi olan "reddetme, azaltma, yeniden oluşturma ve güçlendirme" kendi içinde stratejik alt seçeneklere ayrılır (Coombs, 2012, s. 154): "Reddetme" stratejisi üç seçenek içerir: (1) Suçlayana saldırmak (Kuruluşlar, bir kriz olduğunu iddia eden kişi veya grupla yüzleşmek anlamında suçlayanlara saldırır) (2) inkâr etmek (İnkâr stratejisi isminden de belli olduğu gibi, kuruluşların krizin varlığını inkâr etmesidir) ve (3) günah keçisi bulmak (kuruluşların sorumluluğu üstlerinden, krizi bir başkasını suçlayarak atmasıdır) (Heath ve Coombs, 2006, s. 203). Liu (2010, s. 339), mevcut literatüre dördüncü bir reddetme stratejisini eklemiştir; (4) görmezden gelmeyi önermiştir. Ona göre kuruluşlar krizi görmezden gelerek krizin aslında hiç olmadığını ifade ederler.

DKİT'in azaltma stratejisi ise kendi içinde iki seçenek içerir: (1) mazeret (kuruluşlar bu stratejide, krizle ilgili bir açıklama yaparak, açıklamalarında krizde kuruluşun sorumluluğunu sınırlandırmaya çalışırlar. Bir diğer deyişle, kurum krizden sınırlı sorumludur. Diğer seçenek de (2) gerekçelendirmedir (kuruluşların krizin neden meydana geldiğini açıklamalarıdır ki bu durumda da kuruluş krize çeşitli gerekçeler yaratarak bu gerekçelerin yardımına sığınır) (Heath ve Coombs, 2006, s. 204). Bu stratejiye bir üçüncü stratejinin eklenmesi önerilmiştir: (3) ayırma stratejisi (bir bakıma kurumsal imaj tamiri anlamına gelmektedir, burada kuruluş kendilerini – krizde başka sorumlular varsa – krizden uzak tutma ve kendilerini onlardan soyutlama olarak tanımlanmaktadır) (Hearit, 2006, s. 189; Benoit ve Brinson, 1999, s. 149; Liu, 2010, s. 352).

DKİT'in yeniden inşa stratejisi de iki seçenek içerir: (1) tazminat (tazminat stratejisi, kuruluşların kriz mağdurlarını finansal olarak desteklediğinde ortaya çıkar) ve (2) özür (kuruluşlar krizden pişmanlık duyup sorumluluğu üstüne aldıkları bir yoldur). Liu (2010, s.339), burada da bir üçüncü opsiyonu önerir: (3) aşkınlık / üstünlüktür (organizasyonların odak noktasını mevcut krizden çok daha büyük, bambaşka bir endişeye ya da gündeme kaydırmasıdır) (Benoit, 1997, s. 183).

Son strateji, güçlendirme stratejisidir. Aslında bu seçenek diğerlerinin tamamlayıcısı olarak düşünülür (Heath ve Coombs, 2006, s. 204). Buna göre diğer üç seçeneğin beraberinde her şekilde kullanılmalıdır. Bu seçenek için de üç seçenek geliştirilmiştir: (1) destekleme (destekleme stratejisinde kuruluşlar geçmişteki iyi işleri vurgularlar, üstün özelliklerini, başarılarının ve katkılarının altını çizerek), (2) kendini zorla kabul ettirme (Organizasyonlar paydaşlarının kendileri hakkında övgüyle bahsetmeleri için efor sarf ederek, kendilerinin ne kadar sevildiklerinin ve paydaşları tarafından övgü alacak şekilde kamuoyu önüne çıkarlar) ve (3) mağduriyet (mağduriyet ise kuruluşların krizin asıl kurbanının kendileri olduklarını belirttiklerinde ortaya çıkar. Bu stratejiye göre asıl kurban kendileridir, aldatılmış, kandırılmışlardır veya kötü niyetli bir oyuna gelmişlerdir) (Coombs, 2012, s. 157; Heath ve Coombs, 2006, s. 204). Liu (2010, s. 339) güçlendirme stratejisine yine bir dördüncüyü önerir. (4) tasdik stratejisi, daha çok kuruluşların üçüncü bir tarafın desteğini alarak eline geçirdiği onay kozu anlamındadır.

Krize yanıt stratejilerinin uygulamaya aktarılmasında kriz sözcüsünün önemi büyüktür. Kriz iletişiminin temelinde kriz sözcüsünün, ilgili kurum / kuruluşu temsil etme kabiliyeti ve tek seslilik prensibi ile seçilen kişinin yönetim ve karar verme sürecindeki son kişi olması esastır (Coombs, 2004, s. 284; Coombs, 2012, s. 86). Krizlerde kriz sözcüsünün rolü, paydaşların vakaya ilişkin ilk bilgileri anlayıp değerlendirmelerine yardımcı olur ve ayrıca bir krizi anlamlandırma çabasında da destek olur. Weick (1988, s. 309)'e göre "ilk tepkiler" kriz mesajının tonunu ayarlamaktan fazlasını yapar; krizin yörüngesini belirlemeye de yardımcı olur diye ifade etmektedir. Ancak mesaj yönetimi kolay bir süreç değildir ve bu görev genellikle ileri kriz durumlarında birden fazla kişinin müdahalesini gerekli kılabilir. Böylesi bir durum kriz sözcüsünün tek bir kişi olması prensibi ile çelişiyor gibi gözükmemektedir. Ancak kamuoyuna verilen mesajların tutarlı ve birbiriyle çelişmeyen aynı kurguda olması koşulu ile birden fazla sözcü durumu da mümkündür (Seeger and Ulmer, 2002).

Kriz iletişiminin başarılı biçimde yönetilmesi sürecinde krize yanıt stratejilerinin etkin bir şekilde kriz sözcüleri aracılığıyla hedef kitlelere ulaştırılması söz konusudur. Bununla birlikte hedef kitlenin bilgi aramadaki temel başvuru kaynağı halinde bulunan medya kullanımının da önemli bir rolü vardır. Bilgi davranışı, bireylerin kendi bilgi ihtiyaçlarını belirlemek, bu tür bilgileri herhangi bir şekilde aramak ve bu bilgileri kullanmak ve aktarmakla ilgili faaliyetleri tanımlar. Bu bağlamda bilgi arama davranışı insanların bilgiyi arama ve kullanma şeklini ifade eder. İnsanların bilgi arama motivasyonları salgın vb. krizler karşısında değişirse de yöneldikleri mecralar döneme göre değişiklik gösterir. Dünya genelinde halk sağlığı ile ilgili acil durumlarda, devlet yetkilileri halkı mevcut ve potansiyel tehditlerden korumak için iletişim stratejileri geliştirmişlerdir (Lin vd., 2014, s. 1472). Bilgi, günümüz bilgi toplumu için çok değerli bir kaynaktır. Pandemi iletişimi sürecinde bilgi gerek geleneksel medyadan gerekse çevrimiçi medyadan yayılır. Elbette günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle bilgiye pandemi sürecinde çevrimiçi olarak sosyal medya kanalları ile erişim tercih edilmektedir (Macario vd., 2011, s. 146) ve bu kanallar bilgiye çok daha hızlı ve güncel ulaşılmasını sağlarlar.

4. Amaç ve Yöntem

4.1. Amaç

Bu araştırmanın amacı, DKİT temelinde kamuoyunun pandemi iletişimini yöneten kurumların pandemi krizine ilişkin geliştirdikleri kriz iletişimlerini nasıl algıladığının değerlendirilmesidir. Bu bağlamda katılımcıların, pandemi krizine karşı devlet kurumlarının geliştirdikleri kriz stratejileri hakkındaki görüşlerinin incelenmesi hedeflenmiştir.

Yukarıda da değinildiği gibi DKİT, kurum ve kuruluşların krize karşı bir yanıt seçeneği belirlemeden ilk önce kamuoyu ve paydaşlarını zarar görmekten korumak için bilgileri düzenlemek ve ilgili kamuoyu ve paydaşları bilgilendirmeyi işaret eder. Bu nedenle de öncelikle bilgileri tasarlayıp düzenlemek ve daha sonra bilgi vermek, tüm krizler için gerekli temel yanıtlardır.

Dünyanın diğer devletleri gibi Türkiye'deki kurumlar da COVID-19 pandemi krizinde iletişimi yönetmek için çeşitli DKİT yanıt stratejilerini kullanmıştır. Bu araştırmada kullandığı stratejilerin katılımcılar tarafından nasıl değerlendirildiği ölçülmeye çalışılmıştır. COVID-19 krizine karşı geliştirdiği bu temel yanıtların izlerinin araştırılması için çeşitli araştırma soruları geliştirilmiştir.

AS1: Katılımcılar COVID-19 pandemi krizi iletişiminde hükümetin temel iletişim yanıtları verebildiğini düşünüyor mu?

AS2: Katılımcılar COVID-19 pandemi krizinde hükümetin DKİT stratejilerinden hangisini /hangilerini kullandığını düşünüyor?

AS3: Katılımcılar COVID-19 pandemi krizinde hükümetin mesaj yönetimi kapsamında seçtiği çoklu kriz sözcülerinin etkinliği hakkında ne düşünüyor?

AS.4: Katılımcılar COVID-19 pandemi krizinde bilgi arama kapsamında bilgiyi nereden almayı tercih etti?

4.2. Yöntem

Bu çalışma için nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği seçilmiştir. İkinci dalganın görüldüğü tarihleri içeren Aralık 2020 – Şubat 2021 tarihleri arasında derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Toplam 14 kişi ile görüşülmüştür. Cevaplar belirli bir doygunluğa ulaştığı için 14 kişi ile görüşme sınırlandırılmıştır (Bonde, 2013; Dworkin, 2012.). Her görüşme için, önceden sosyal medya platformunda çağrıya çıkmış, olumlu yanıt veren katılımcılar arasında amaca yönelik örneklem tercihi yapılmıştır. Araştırma kapsamında olasılıklı olmayan örneklem seçimi yöntemlerinden olan kolayda örneklem kullanmıştır (Kemper vd., 2003; Baştürk & Taştepe, 2013). Bu yöntemle araştırmacı kendine yakın ve kolaylıkla ulaşabileceği örnekleme dahil etmiştir. Araştırmada örneklem seçiminde, her yaş ve meslek grubunu temsil eden bireyler tercih edilmeye çalışılmıştır. Kendilerine araştırmanın amacı anlatılarak, araştırma için onayları alınmıştır. Araştırma, gönüllülerle derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşme, araştırılan konunun tüm boyutlarını ele alan genellikle açık uçlu soruların yer aldığı ve detaylı cevaplarla yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilen veri toplama tekniğidir (Tekin, 2012, s. 101).

Bu süreçte farklı demografik özelliklerin de olması göz önünde bulundurulmuştur. Veriler pandemi sebebiyle online video konferans programı üzerinden toplanmıştır. Görüşmeler ortalama 75-90 dakika arasındadır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerin hepsi tek tek kayıt altına alınmış ve daha sonra görüşme kayıtları deşifre edilerek analiz

edilmiştir. Veriler, Miles ve Huberman (1994) tarafından geliştirilen nitel analiz modeli çerçevesinde değerlendirilmiştir. Model veri azaltma, sonuç çıkarma ve veri sunumu olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Derinlemesine görüşmelerde açık uçlu sorulardan yararlanılmış olup derinlemesine bilgi alınması amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu araştırma, seçilen yöntem ve görüşme yapılan kişi sayısı sınırlıdır ve bu yüzden bulguların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Bu çalışma Yaşar Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı'ndan 869 sayılı ve 09.02.2021 tarihli kurul onayı almıştır.

4.3. Ölçülen Değişkenler

Daha önce DKİT'i pandemik krize uygulayan ilk çalışma, Kim ve Liu (2012, s. 73) tarafından H1N1 gribi krizi için yapılmıştır. DKİT'in teorik yapısını (Coombs, 2012, s. 152) dayanak alan çalışmaya ait değişkenler Türkiye'nin COVID-19 krizi için de sorgulanmıştır. Öncelikle COVID-19 virüsüne ilişkin temel tepkiler (a) kriz ile ilgili temel bilgiler (b) bilgilerin ayarlanması ve daha sonra da DKİT kriz yanıt stratejileri; reddetme, azaltma, yeniden oluşturma ve güçlendirme değişkenleri ölçülmüştür (Coombs, 2012, s. 155; Kim ve Liu, 2012, s. 73; Liu, 2010, s. 338).

5. Bulgular

DKİT pandemik kriz iletişiminde kamuoyunun görüşleri önemlidir. Özellikle kriz iletişimi sürecinin etkin yönetilmesi ve kamuoyu nezdinde kurumların olumlu algılanması süreç açısından gereklidir.

Derinlemesine görüşmeye katılan katılımcıların demografik özellikleri incelenmiştir. Toplam 14 katılımcıyla yapılan görüşmelerde yaş, meslek, cinsiyet gibi değişiklikler gözetilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

| | <i>Yaş</i> | <i>Cinsiyet</i> | <i>Meslek</i> |
|------------|------------|-----------------|--------------------|
| <i>K1</i> | 55 | <i>Kadın</i> | <i>Ev Kadını</i> |
| <i>K2</i> | 38 | <i>Erkek</i> | <i>Kamu</i> |
| <i>K3</i> | 28 | <i>Kadın</i> | <i>Kamu</i> |
| <i>K4</i> | 25 | <i>Kadın</i> | <i>Öğrenci</i> |
| <i>K5</i> | 33 | <i>Erkek</i> | <i>Özel sektör</i> |
| <i>K6</i> | 29 | <i>Kadın</i> | <i>Özel sektör</i> |
| <i>K7</i> | 40 | <i>Kadın</i> | <i>Özel sektör</i> |
| <i>K8</i> | 42 | <i>Erkek</i> | <i>Kamu</i> |
| <i>K9</i> | 31 | <i>Erkek</i> | <i>Özel sektör</i> |
| <i>K10</i> | 45 | <i>Kadın</i> | <i>Özel sektör</i> |
| <i>K11</i> | 38 | <i>Kadın</i> | <i>Kamu</i> |
| <i>K12</i> | 28 | <i>Kadın</i> | <i>Özel sektör</i> |
| <i>K13</i> | 42 | <i>Kadın</i> | <i>Ev Kadını</i> |
| <i>K14</i> | 26 | <i>Erkek</i> | <i>Serbest</i> |

Derinlemesine görüşme gerçekleştirilen toplam 14 katılımcının % 64'ü kadın (N=9), % 36'sı (N= 5) erkektir. Katılımcıların yaş aralığı 25-55 arasındadır.

5.1. Durumsal Kriz İletişimi Perspektifinden Kurumların COVID-19 Pandemi İletişimindeki Temel Yanıtlarıyla İlgili Bulgular

Araştırma katılımcılarına, devlet kurumlarının COVID-19 pandemisine durumsal kriz iletişimi bağlamında etkili kriz iletişimi yönetimiyle başarılı bir şekilde yanıt verip vermediğini tartışmak amacıyla sorular sorulmuştur. Araştırma kapsamında sorulan “COVID-19 krizi ile ilgili hükümetin net bir şekilde bilgileri tasarlayabildiğine inanıyor musunuz?” ile “Kamuoyuna ilk tepki olarak etkili bir bilgi kaynağı oluşturduğunu düşünüyor musunuz?” soruları yöneltmiştir.

Bilgi arama davranışında, aranan bilgi türleri ile ihtiyaç duyulan bilgileri arama yolları ve kaynak türleri bilgi arayan kişi için kişisel sebepler içerse de (Kumar, 2013, s. 1) salgın dönemlerinde öncelik bilgiyi netleştirmek ve anlamlandırma olmaktadır. COVID-19 pandemi sürecinde hükümetin DKİT perspektifinden bilgilerin net bir şekilde tasarlayıp tasarlamadığı incelenmiştir. Katılımcıların %92,8'i pandemi sürecinin özellikle ilk dönemlerinde yapılan basın toplantıları, sosyal medyadaki kurumsal ve Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın şahsi hesaplarından takip edilen bilgilerin doğru tasarlandığını belirtmişlerdir. Coombs (2012, s. 3) kriz dönemlerinin belirsizliğinin altını çizmektedir. Özellikle kriz dönemlerinin belirsizlik getirmesi COVID-19 pandemisi sürecinde de ortaya çıkmıştır. Bu dönemlerde özellikle devlet kurumlarından gelen resmi açıklamalar halk tarafından öncelikli olarak takip edilerek, durum anlaşılmaya çalışılmaktadır. Araştırma kapsamında da benzer bulgulara ulaşılmıştır.

Bu bağlamda katılımcıların hükümetin bilgileri net bir şekilde tasarlayıp tasarlamadığına yönelik bilgileri ve hastalığı iletilen mesajlar ile ne kadar tanıdığı konusu irdelenmiştir. Bu bağlamda tüm katılımcıların hastalığın yayılma şekli, korunma yolları vb. konuları hükümet iletişiminden bildiği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %78,5'inin bu mesajları anlaşılır ve net bulduğu belirtilebilir.

Benim hoşuma giden tarafı Hayat Eve Sığar hashtag'yle birlikte bir yazılım kurdular, iletişimlerini bunu üzerinden sürdürmeye çalıştılar. Çok akılda kalıcı bir şey. Evet bunun altındaki maske, mesafe, hijyen kuralları da kısa, net ve anlaşılırdı, herkes tarafından da anlaşıldı... (K5, 33, E)

Mesajların içerikleri genel anlamda insanların kafasında kalabilecek türdendi. Kısa mesajlar verilmesi çok iyi oldu... O kadar tehlikeli değil. Maskeni tak. Mesafenizi koru. Temizliğine dikkat et. Sonra çalış (K1, 55, K)

Diğer yandan katılımcılarla görüşme kapsamında COVID-19 sürecinde kurumların verdiği mesajların içerikleri tartışılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların %42,9'u mesaj içeriklerine olumlu yaklaşırken, %57,1'i mesaj içeriklerine olumsuz yaklaşmışlardır. Katılımcılardan gelen olumlu ve olumsuz görüşler aşağıdaki gibidir:

Özellikle Evde Kal mesajı sosyal medyada inanılmaz derecede yayıldığından dolayı hepimizin bilinçaltına yerleştiğini düşünüyorum. (K6, 29, K)

Çok çelişkili mesajlar vardı ve zaten genel anlamda Türk insanının belli bir seviyede olan kaygı düzeyini bence başlarda daha çok yükseltti ama sonrasında 'Aslında maskenizi takıp birbirinizden uzak dursanız her şey yoluna girer' mesajının çok büyük bir rahvet sağladığını düşünüyorum. Bu süreçte Evde Kal mesajı çok baskındı benim için. (K7, 40, K)

Araştırmaya katılan tüm katılımcılar COVID-19 pandemi sürecinin ilk günlerinde başta Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın açıklamaları başta olmak üzere düzenli olarak yetkilileri dinlemişlerdir. Diğer bilgi kaynaklarına ilk günlerde yönelinse dahi devlet

kurumlarının yaptığı basın açıklamaları, kamu spotları, bilgilendirici metinler vb. iletişim çalışmaları günlük olarak ve aynı saatlerde takip edilerek hangi önlemlerin alınması ve aynı zamanda fiziksel tehdidin yanı sıra paniğe kapılmaması ve psikolojik fayda için de hükümet iletişimi takip edilmiştir. Mevcut literatürde durumsal kriz iletişimi perspektifinden irdelenen aşamalar göz önüne alındığında katılımcıların pandeminin ilk günlerinde hükümetin salgın hakkında bilgi tasarlayıp kamuoyunun alması gereken önlemleri aktardığı saptanmıştır. Krize maruz kalan bireylere, kendilerini hastalıktan koruma yollarının aktarıldığı ifade edilmiştir.

Pandemi iletişimi sürecinde, bilgiyi tasarlama ve kamuoyuna bilgi verme aşamalarına dikkat edildiği belirtilebilir. Araştırma katılımcıların hepsi Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın açıklamaları başta olmak üzere devlet yetkililerini dinlemiş ve güncel bilgileri devlet iletişimi aracılığıyla almışlardır. Katılımcılar pandemi dönemindeki kriz iletişiminde temel yanıtların verilebildiğini düşünürken bu yanıtların etkili bir bilgi kaynağı oluşturulmasında bazı eksikler olduğu görüşündedir. Bu bilgi eksikleri arasında hasta olunca yapılması gerekenlerle ilgili eksik bilgi verildiği, haber iletilmesine karşın içeriklerin tatmin edici olmadığı ifade edilmiştir.

5.2. COVID-19 Pandemi Sürecinde Hükümet İletişimi Kapsamında Durumsal Kriz İletişimi Teorisi Stratejilerine Yönelik Bulgular

Araştırmada pandemi iletişiminin DKİT stratejilerini anlamak amacıyla “COVID-19’da kamuoyuna ne gibi mesajlar verildi?” (“reddetme, azaltma, yeniden oluşturma ve güçlendirme” stratejileri), “İletişiminde başka kurum ya da ülkeleri suçlayıcı bir dil kullanıldı mı?” (reddetme / günah keçisi bulma stratejisi), “İletişim dilinde kriz görmezden gelindi mi?” (reddetme / inkar etme stratejisi), “Pandemi krizi nedenlerini açıklayan bir iletişim dili kullanıldı mı?” (kriz iletişiminde mesajın tonu), “Kriz döneminde kriz mağduru olan halka, maddi destek sözü iletişim dilinde kullanıldı mı?” (yeniden inşa / tazminat stratejisi), “Kriz öncesi dönemlerdeki olumlu işler iletişim dilinin bir parçası oldu mu?” (güçlendirme / destekleme stratejisi) soruları sorulmuştur.

Cevaplar değerlendirildiğinde, reddetme ve destekleme stratejisi kullanıldığı görüşüne dair bir bulguya rastlanmamıştır. Öte yandan katılımcılar “azaltma” temel stratejisine ait yanıt seçeneklerinden gerekçelendirme stratejisini; “yeniden inşa” stratejisine ait yanıt seçeneklerinden “tazminat” ve “üstünlük” stratejilerini ve son olarak da “güçlendirme” temel stratejisinin kullanıldığını işaret etmişlerdir.

DKİT’in azaltma stratejisi kendi içinde iki yanıt seçeneği içermektedir. Araştırmada bu iki yanıt seçeneklerinden “gerekçelendirme”nin izlerine rastlanmıştır. Gerekçelendirme, kuruluşların krizin neden meydana geldiğini açıklamalarıdır (Heath ve Coombs, 2006, s. 205). Bu durumda da Türkiye COVID-19 krizine çeşitli gerekçeler yaratarak bu gerekçelerin desteğine sığınmaktadır. Bulgular incelendiğinde gerekçelendirme %71,42 oranına sahiptir. Özellikle bilgi akışı sürecinde hastalığın neden yayıldığı, çıkış noktasının neresi olduğu, neler yaparak bu hastalığı önleyebiliriz gibi bilgiler sıklıkla verilerek hastalığın nedenleri hükümet iletişiminde aktarılmıştır. Gerekçelendirme ile ilgili katılımcı bilgilerinden bazıları aşağıda yer almıştır.

COVID-19’un Çin’de aralık ayında ortaya çıktığı belirtildi. Çin’den geldi, şiddetli ateş, öksürük olursa sana da bulaşmıştır bilgisi yayıldı (K3, 28, K)

Çin’den gelen bir hastalık olduğu söylendi ve damlacık yoluyla bulaştığını biliyorum. (K1, 55, K)

Bu bir solunum yolu hastalığı. Söylenenlere göre Çin’in Wuhan kentinde bir yarasa yenmesi sonucunda bütün hayvan ve insanlara aslında bulaşabilen bir virüs türü. Su damlacıkları yoluyla bulaşıyor. Burada öksürük de var, hapşırık da var, her şey var. Yani konuştuğumuzda da belli bir su damlacığı çıkartıyoruz sonuçta. Havayla temastan sonra karşı tarafa bulaşabiliyor. (K4, 25, K)

DKİT'in yeniden inşa stratejisi de iki yanıt seçeneği içermektedir. Araştırma kapsamında "Tazminat ve üstünlük" yanıt seçeneklerine rastlanmıştır. Araştırmaya katılanların %57'si Türkiye'nin COVID-19 krizinde krizden etkilenen mağdurların, yetersiz olsa da finansal olarak desteklediklerini iletişim çalışmalarında gördüklerini beyan etmişlerdir. Devlet olarak özellikle bu denli büyük sağlık krizlerinde maddi olarak toplumun yanında olup destek vermesi halk açısından önem taşımaktadır. Bu konudaki görüşlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

"Biz bize yeteriz Türkiye" sloganı sıklıkla söylendi. Maddi olarak Türk halkına destek olmak bu dönemde çok önemlidir. Çünkü herkes öncelikle sağlığını düşünüyor. Bir de yanına ekonomik olarak sıkıntı eklenirse toplumsal olarak sorun olur. O nedenle Biz Bize Yeteriz Kampanyası ile Türkiye kendi imkanları ile var olmaya çalıştı (K11, 38)

Ekonomik olarak işten çıkarmanın engellenmesi, esnek çalışma sistemi, vergilerin ertelenmesi gibi destekler oldu (K1, 55, K)

Liu (2010, s. 339) "üstünlük" seçeneğinin kurumların odak noktasını mevcut krizden çok daha büyük, bambaşka bir endişeye ya da gündeme kaydırması olarak tarif eder. Araştırmaya katılanların % 74,42'si kamuoyu gündemine yeni gündem maddelerinin eklendiğini ve sadece sağlık krizi değil pek çok konuda pandeminin etkilerinin tartışıldığını belirtmiştir. Pandemi süresi uzadıkça bilgi arayış sürecinde kamuoyunda gerginlik ve huzursuzluk yaşanmasının azaltılması amaçlanmaktadır. Bu konudaki görüşlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

Ben mesajların verilirken farklı tedbirler alındığını düşünüyorum. Verilmesi gereken mesajları iletirken dikkatlerin farklı konulara da yönlendirildiğini ve endişenin azaltılmasının hedeflendiğini düşünüyorum. (K5, 33, E)

Yüksek ihtimalle toplumu infiale sürüklememek için daha soft bir şekilde bilgiler topluma aktarıldı. Bence, toplumun gerçekten motive edici şeylere ihtiyacı var. (K11,38, K)

Son olarak da güçlendirme stratejisinin alt seçeneklerinden "destekleme" stratejisi görülmüştür. Araştırmaya katılan görüşmecilerin %28,6'sı da hükümetin pandemi krizi iletişiminde, sağlık sisteminin ne kadar güçlü olduğunu, Avrupa ülkelerinde durumun son derece olumsuz olduğunu, Türkiye'nin sağlık sistemindeki üstün özelliklerini sıklıkla vurguladığını, sistem altyapısının ne denli iyi olduğunun vurgulandığını belirtmişlerdir.

Genelde açıklamalarda dünyanın önemli bir kısmının salgınla ilgili ölü sayısının, hasta sayısının rekor seviyelere ulaştığı bir durumda biz kriz yönetimlerinde altyapımızın güçlü olması nedeniyle daha sakin ve daha doğru bir şekilde ilerliyoruz şeklinde açıklamalar var. Gelişmiş ülkelerde daha yoğun kayıpların olduğu ama bizim yoğun çalışmalarımız nedeniyle bunun önüne geçildiği belirtildi. (K3, 28, K)

Amerika'da bu tarz örnekler yaşanıyor. Ya da Brezilya'ya bakıyorsunuz bambaşka örnekler. Dünyanın her yerindeki hükümetler, bu konuda karar vericiler aslında bir iletişim sınavının içinden geçiyor. (K8, 42, E)

DKİT'e ait olan alt stratejilerden reddetme stratejisi ve destekleme stratejisine rastlanmamıştır. COVID-19 pandemisi Türkiye'de görülür görülmez halka bilgi verilmeye başlanmış ve bu süreçte yapılan bilgilendirmeler ile kriz yönetimi hızlı bir şekilde planlanmıştır. Bu bağlamda reddetme stratejisine ait bulgular katılımcıların hiçbirisi tarafından belirtilmemiş aksine bilgilendirme sürecinin hızlı ve net bir şekilde başladığı görüşü yaygın olarak ifade edilmiştir.

5.3. COVID-19 Pandemi Sürecinde Hükümetin Mesaj Yönetimi Kapsamında Seçtiği Çoklu Kriz Sözcülerinin Etkinliğine Yönelik Bulgular

Araştırma katılımcılarına pandemi dönemindeki çoklu kriz sözcüleri ile ilgili görüşlerinin alınması amacıyla "COVID-19 krizi hakkında yetkililerin kriz sözcülüğü hakkında ne düşünüyorsunuz?", "Sizce bu krizin sözcüsü kimdi?" soruları yöneltilmiştir.

Kriz iletişimi araştırmacıları kriz dönemlerinde tek bir kriz sözcüsünün kurum adına konuşmasının daha doğru olduğunu savunmaktadır. Böylece krizi yaşayan kurum, kamuoyu önünde krizle çok daha kararlı ve başarılı mücadele etme şansına sahip olacaktır (Littlefield, 2006) Bir başka bakış açısı da sayısı birden fazla ve de dikkatlice seçilmiş sözcülerin, kurumun krize karşı geliştirdikleri yanıtları yaymada tek bir sözcüden daha etkili olduğudur (Coombs, 2012, s. 87). Genellikle başarılı bir kriz sözcüsü krizi paydaşlar için bir değişim fırsatı olarak çerçeveleyebilir. COVID-19 pandemisi krizinde Türkiye böylesi bir halk sağlığı krizinde, yer yer çoklu kriz sözcülerini tercih etmiştir. Bu tercih araştırma bulgularında da göze çarpmaktadır. Araştırmaya katılanların çoğu (%80.6) krizde çoklu sözcü kullanıldığını (Cumhurbaşkanı, Sağlık Bakanı, İçişleri Bakanı, Milli Eğitim Bakanı ve hatta Bilim Kurulu) ve farklı kişilerce gönderilen farklı kriz yanıtları olduğunun altını çizmişlerdir.

Özellikle bazen mesajlarda yer yer bir açıklık olmadığını, her şeyin çok bulanık kaldığını ve özellikle sürecin başından itibaren, farklı mesajlar iletildiğini düşünüyorum. (K4, 25, K).

Kamu kuruluşlarının paylaştığı bilgilere baktığımız zaman kendi aralarında çeliştiğini gördük. Yasakların ilanında bile, ilk sokağa çıkma yasağının önceden duyurulmadan anlık olarak ilan edildiğini gördük (K2, 38, E).

ABD’de yapılan bir araştırma (Kim ve Kreps, 2020, s. 399) haber medyasının sıklıkla Amerikan hükümetinin, başkanın ofisinden yapılan açıklamalarla federal sağlık otoriterlerince yapılan açıklamaların tutarsız olduğunu, kamuoyunun gelen birbirinden farklı bilgiler kapsamında, neyi nasıl değerlendirecekleri kapsamında sıkıntı yaşadıklarını ifade ettiğini göstermiştir. Bu bulgu, araştırma bulgularıyla da tutarlıdır. Bu yüzden farklı sözcülerin olması kamuoyunu aydınlatmadan çok kafa karıştırıcı olabileceği ve hatta, kamuoyunun negatif tutumlar geliştirmesine neden olabileceği düşünülmektedir. Türkiye’de COVID-19 pandemi krizinde çoklu kriz sözcülerinin farklı demeçler ve düzenlemelere dair bilgiler verdiğini söylemek mümkündür.

5.4. COVID-19 Pandemi Krizinde Bilgi Arama Kapsamında Bilgiye Erişime Yönelik Bulgular

Katılımcılara COVID-19 pandemi krizinde bilgi arama sürecinde bilgiye hangi kanallardan ulaştıklarını anlamaya yönelik olarak “Pandemi sürecinde genel olarak COVID-19 ile ilgili bilgileri hangi kanallardan aldınız?” “Pandemi ile ilgili bilgiye düzenli olarak erişmek için sadece tek bir mecrayı mı tercih ettiniz? soruları sorulmuştur.

Bilgiye erişim sürecinde öncelikle pandeminin başında televizyondaki haber kanalları ve sosyal medya platformları katılımcıların %85,7’si tarafından birlikte takip edilirken, sadece sosyal medya platformlarından takip eden katılımcıların %14,3 oranında olduğu görülmüştür. Dünyada pandemi dönemlerinde bilgiye erişimde geleneksel medya ve internet platformları birlikte tercih edilmektedir (Adgate, 2020). Bu durum Türkiye için de aynıdır (Demirci ve Tarhan, 2020). Günlük bilgiye erişim için televizyon ve sosyal medyada haberler takip edilirken konuyla ilgili detaylı bilgiye sahip olmak ve güvendikleri kurum ve kişilerden bilgi alarak pandeminin yarattığı tedirginliği ortadan kaldırmak amacıyla katılımcıların %42,8’i DSÖ’yü ve %57,1’i sağlık alanında öne çıkan bilim insanlarını takip etmişlerdir. Ancak pandeminin süresi uzadıkça katılımcılar bilgi arama süreçlerinde televizyondan uzaklaşmış sadece sosyal medyadan bilgiye erişen katılımcı sayısı artmıştır. Katılımcıların %92,8’i pandemi ilerledikçe sadece sosyal medya üzerinden gündemi takip etmişlerdir. Katılımcıların tercih ettiği sosyal medya platformları arasında Twitter, Instagram, WhatsApp yer alırken ayrıca çevrimiçi haber kanallarının tercih edildiği saptanmıştır.

Her şeyden önce kamu kaynaklarından yararlandık. Yazılı basın kaynaklarından yararlandık. Televizyonu çok fazla izlemeye vaktimiz olmuyor bu sebeple TV portallarının kısa spot haberlerini takip ettik. Twitter ve Dünya Sağlık Örgütünü ben yakinen hem işim hem de kişisel merakım gereği takip ettim diyebilirim. (K5, Erkek, 33)

Twitter'dan özellikle Çin'deki vakaları görüyorduk ama gelmemesini ümit ediyorduk. 10 Mart'ta gece vakti zaten ilk Twitter'da gördükten sonra 10 Mart'la Haziran ayına kadar yoğunlukla televizyon kanalları ve bilgiyi teyit etme üzerine yani televizyonda gördüklerimizi Twitter'dan teyit etmek üzerine. Şu anda haber aldığım kaynak televizyon. Televizyondan sonra teyit amaçlı Twitter. (K9, Erkek, 31)

Benim için özellikle en başta ve en sonda şu an takip ettiğim kanallar bambaşka oldu. Özellikle Türkiye'ye bu virüsün geldiği zamanlarda Twitter'ı takip ettim ama Twitter'da da her hesap değil, özellikle yine geleneksel medyanın Twitter hesapları ya da hükümet sözcüleri ve konuyla ilgili kişilerin Twitter adreslerini yoğun olarak takip ettiğimi biliyorum. (K4, 25, K).

Günümüze kadar olan değişimde ise eskiden televizyon bir numaralı haber kaynağı haline gelmişti. Şu an çeşitli ama ilk baştaki kadar yoğun bir bilgi akışına ihtiyaç duymuyorum (K8, Erkek, 42)

Bilgiyi arama süreci ile ilgili farklı modeller incelendiğinde bilgi kullanımının birden çok aşamayı içeren bir süreç olması dikkat çekmektedir. Bu aşamalar bilgi ihtiyaçlarının tanımlanması, bilgiyi kullanma kararını, bilgi kaynaklarının tanımlanmasını, bilgi kaynaklarının seçilmesini ve elde edilmesini, bilgilerin bulunması ve toplanması, yorumlanması ve işlenmesi ile bilgilerin kullanıma sunulmasını içerir (Kundu, 2017, s. 394). Bu süreçte bireyler kendilerini kısıtlı sayıda kanal ile sınırlamamaktadır. Bilgiye erişim sürecinde sadece Türkiye'deki bilgi kaynaklarına ulaşmaya çalışmanın yanı sıra küresel bir salgın olması ve farklı kaynaklardan hızlı bilgi alma amacıyla katılımcıların Türkiye dışındaki bilgiye çevrimiçi yollarla eriştikleri saptanmıştır. Katılımcıların %35,71'i COVID-19 salgını ile ilgili küresel haber ve bilgiye erişim için yurtdışı kaynaklara ya da bu kaynakların Türkçe bilgilerine de çevrimiçi ulaşmışlardır.

Pandeminin başlangıcından itibaren DSÖ'yü takip ettim. Ama bunun World Health Organization ayağını takip ettim. Youtube'dan bir saatlik, iki saatlik yaptıkları haftalık çalışmaları takip ettim. Aynı zamanda Twitter'da farklı görüşlere baktım. Açıkçası Whatsapp üzerinden yakın arkadaşlarımla da bu görüşler hakkında konuşmalar gerçekleştirdik. (K4, Kadın, 25)

Pandemi ile ilgili süreci çoğunlukla web portallarından, haber portallarından ve sosyal medyadan takip ettim. DSÖ'nün sosyal medya hesaplarını, Birleşmiş Milletler'in sosyal medya hesaplarını titizlikle takip ettim. (K2, Erkek, 38)

Yabancı arkadaşlarla sürekli irtibat halinde olarak, onların neler yaşadıklarını, neler hissettiklerini, onların hükümetlerinin aldıkları kararları karşılaştırdık, değerlendirdik. Onlarla fikir alışverişinde bulunduk. Yabancı ajanların Türkçe kanallarını, Türkçe çevirilerini de dinlemeye çalıştık. Yani dünyayı da takip edip kendimize örnek çıkarmaya çalıştık (K13, Kadın, 42)

Bilgi arama davranışında, aranan bilgi türleri ve ihtiyaç duyulan bilgilerin arama yolları ile kaynakların türünün bilgi arayan kişi için kişisel sebepler içerdiği aktarılmaktadır (Kumar, 2013, s. 1). Araştırma sorusu AS.4'le ilgili veriler değerlendirildiğinde, bireylere göre tercihler farklılık gösterse de pandemi döneminin belirsizliği bireyleri tedirginliğe sürükleyerek bilgi aramaya yönlendirmiştir. Krizlerin en önemli özelliğinden biri de belirsizlik getirmesidir (Coombs, 2012, s. 3). Aynı durum COVID-19 pandemisi sürecinde de ortaya çıkmıştır. Belirsizliğin hüküm sürdüğü kriz durumlarında gerçeklerin yetersiz olarak algılanması muhtemeldir ve bireyler ile toplumlar devlet kurumları gibi güvenilir bilgi kaynaklarına ek olarak sosyal ipuçları da aramaktadırlar (Strekalova, 2017, s. 337). Bu ipuçlarının izlerini de hem geleneksel hem de sosyal medyada kolaylıkla bulabilmek mümkündür. Pandeminin başında katılımcılar hem

geleneksel hem de sosyal medya platformlarına yönelmişlerdir. Geleneksel medyada özellikle televizyon birincil tercih olurken aynı zamanda Twitter, WhatsApp gibi sosyal medya platformlarını tercih etmişlerdir. DSÖ, sağlık alanında başarılı bilim insanlarını sosyal medya platformlarında takip ederek bilgiye ulaşımlardır. Kırık ve Özkoçak'a (2020, s. 137) göre pandeminin ilerleyen dönemlerinde geleneksel medyaya olan ilgi azalmış sosyal medya platformları günlük haber akışı ve bilgi erişim ve paylaşımı için tercih edilmeye devam etmiştir. İnsanların eve kapandıkları bu dönemde bilgi erişiminde yüz yüze iletişim yerine birincil kaynak haline gelen sosyal medya uygulamaları, kullanıcıların pandemide neler yapması gerektiği ile ilgili kullandıkları bir bilgi kaynağı haline gelmiştir.

Tartışma ve Sonuç

DKİT, insanların bir krizde birinci öncelik olduğunu kabul eder (Coombs, 2012, s. 3). Burada elbette ki öncelikli görev devletlere ve hükümetlere düşmektedir. Krizle mücadelede kriz iletişiminin önemi büyüktür. Ayrıca iletişimin yönetilmesi gereken paydaşların bilinçlenmesi ve onlarla iş birliğine gidilmesi de gereklidir. Bireylerin doğru bilgiye ve güncel haberlere ulaşması önemli bir demokratik haktır. Unutulmamalıdır ki pandemiler, özellikle doğru ve güncel bilgiye olan talebin, hatta yüksek iletişim talebinin olduğu durumlardır. Devlet kurumları, sağlık tehditlerine yanıt vermek, gerginlikleri yatıştırmak ve ülkeleri içinde yön sağlamak amaçlı stratejiler geliştirmek için salgın sırasında hem içeride hem de dışarıda aktif olarak bilgi paylaşmalıdır ((Verhoeven, Van Hoof, Ter Keurs & Van Vuuren, 2012, s.143; Ratzan vd., 2020, s. 749).

İletişim teknolojilerinin, tarihi boyunca pandemi dönemleri gibi olağanüstü kriz ortamlarında, teknik imkânlar kapsamında kullanıldığını söylemek mümkündür (Kırık ve Özkoçak, 2020, s. 136). 2000'li yıllar itibariyle yeni ortaya çıkan salgın hastalıklar sırasında iletişim, kamuoyunu bilgilendirmede ve ikna etmede olağanüstü mücadele desteği sunmaktadır. Bireyler ve toplumlar, yaklaşan bir pandemi krizi hakkında sadece geleneksel medya aracılığıyla değil sosyal medya ile de bilgilendirilmekte ve ikna edilmektedir. Dolayısıyla bugün krizlerde, belirsizliğin yanı sıra, mesajları iletmek için seçilecek olan uygun kanal kararı bugün daha karmaşıktır çünkü daha fazla seçenek kullanma baskısı da vardır. İnsanların çoklu iletişim ortamlarıyla er geçen gün daha fazla vakit geçirmesi de dikkate alınırsa devletlerin kriz iletişimi stratejilerini geliştirirken, çoklu iletişim ortamlarını eş zamanlı olarak kullanmayı da anlamlı bir şekilde düşünmesi önemlidir.

Bunlara paralel olarak gerek salgın ve benzeri krizlerle ilgili yanlış bilgiler ve dezenformasyon ile mücadelenin gerçek manada başarıya ulaşabilmesi için bireylere de büyük görevler düştüğünün altını çizmek gerekir. Çünkü gönderilen her mesajın veya ulaşılan her bilginin, içeriğin hemen doğru kabul edilmemesi ve bunların kaynaklarının iyi araştırılıp kuruluşların ve bireylerin kendi filtrelerinden geçirmesi büyük önem taşımaktadır. Elbette ki pandemi krizi ile ilgili konulara dair medyada dolaşan asılsız bilgilere itibar etmek yerine kamu otoritelerinin ve alanın uzmanlarının açıklamalarını takip etmek de önem arz etmektedir (Verhoeven, vd., 2012, s.143).

Paydaşlar kriz esnasında kuruluşun kriz yanıtlarına ulaşmaya başladıkları andan itibaren, ilave bilgi ihtiyaçları da vuku bulur ve artan talepleri de devam eder. O yüzden kriz iletişimcileri, böylesi dönemlerde artan bilgi talepleri ve ilave bilgi ihtiyaçları için kaynak oluşturmalı ve bu kaynakları yapılandırabilmelidir. Kriz ekibi kamuoyunda üretilen bilgi taleplerini karşılayamaz ise bu durum kriz yöneticisinin açık ve şeffaf iletişimini engeller. Söylentilerle ve meydan okumalarla oluşan krizler, genellikle kuruluşları bu tür durumlara düşüren kriz türleri arasında gösterilebilir. Aslında bakıldığında, bu tip krizlerin

hiçbiri kamu güvenliği için gerçek bir risk oluşturmaz. Bu tür durumlarda risk altındaki sadece kuruluşun kendisidir. Örgüt, söylentinin ya da meydan okumanın yarattığı zarar nedeniyle risk altındadır. Kontrol edilemeyen iletişim, söylentilerin yayılmasını ve paydaşların örgüte meydan okumalarını kolaylaştırır (Coombs, 2012, s. 113).

Kriz iletişimde kriz planının sağlıklı işlemesi ve paydaşların ve krizden etkilenmesi muhtemel ilgili hedef kitlenin krizden minimum etkilenmesi için kriz planının önceden hazır edilmesi ve kriz yönetim ekibinin bu sürece önceden hazırlanması esastır (Coombs, 2012, s.99; Heath ve Coombs, 2006, s. 204). Ancak uygulamada bu durum her zaman esaslı olarak gerçekleştirilemez. Dünya genelinde de farklı sözcülerin birbirlerinden bağımsız beyanlar verdiği kriz cevapları ile sıklıkla karşılaşılabilir. COVID-19 krizinde pandemi iletişimde kısa bir süre içinde çoklu sözcüler kamuoyuna bilgi vermeye başlamıştır. Bu durum bu zamana kadar uygulanan başarılı tedbirlerin bir anlamda zayıflamasına neden olmuştur. Bu da kriz iletişimde kriz sözcüsünün/sözcülerinin kriz dönemleri için rolünün ne denli önemli olduğunun altını çizmektedir. Pandemi krizleri esnasında hükümet iletişimi politikaları ve uygulamalarının rolü hayati önem taşıyor olsa da özellikle yanıt ve eylemlerine rehberlik etmek için doğru bilgiye ve kılavuzlara ihtiyaç duyan halk için hükümetlerin böylesi bir halk sağlığı krizini önlemede, hazırlık ve yönetimi aşamalarında proaktif çalışmalara ihtiyaçları vardır.

Kriz iletişiminin önemine dayanan bu çalışma, COVID-19 pandemisine yanıt olarak kurumların halkla iletişimini belirlemek için DKİT'i kullanmış ve hükümet iletişimi için teori ve uygulamaya dayalı öneriler getirmiştir. Bu çalışmada getirilen öneriler, dünya genelinde kurulu tüm ülkeler ve hükümetlerine uygulanabilir. Bununla birlikte, dünya şu ana kadar COVID-19 salgınına sayılamayacak kadar yüksek bir maliyet ödemiştir. Eğer ülkeler salgın krizlerine daha duyarlı, proaktif davranıp stratejik sağlık iletişimi sistemlerine sahip olsalardı, bu krizler belki yine önlenemeyebilirdi ama çok daha etkili bir şekilde yanıtlanabilirdi. COVID-19 salgını sona erdikten sonra dünya, bu küresel salgından hükümetlerin kriz iletişimi hakkında öğrendikleri dersleri unutmamalıdır. Gelecekte ortaya çıkması muhtemel halk sağlığı krizlerine etkili bir şekilde hazırlanmak için bu dersler uygulanmalıdır. Özetle salgın tarihi bize, bilgilendirilmiş, harekete geçirilmiş bir toplumun kamu sağlığını korumak için hayati önem taşıdığını söylemektedir. Bunun gerçekleşmesi için, küresel boyutta toplumların stratejik olarak koordine edilmiş sağlık iletişimi ve doğru bilgiyi kullanan, bilgili ve aktif bir kamu politikası liderliğine ihtiyacı vardır. Kamuoyu, güvenilir kaynaklardan gelen kanıta dayalı rehberliğe inanmak ve bunları takip edebilmek ister. Sağlam ve etkili kriz iletişimi COVID-19'a karşı ulusal tepkiyi yönetecek ve bir sonraki yeni salgın krizleri geldiğinde sağlık bilgileri altyapısını güçlendirecektir.

Extendend Abstract

Communication is a crucial part of pandemic disease prevention and control strategies for the governments and their public health authorities. Governments must actively share information, both internally and externally, to develop strategies for providing direction within their countries, to respond to health threats and defuse tensions during the pandemic. However, most of the governments and public health policymakers have often underscored from the involvement and engagement in COVID-19 pandemic crisis. In Turkey, the government started the communication on pandemics without interrupting the daily information flow through open and daily press meetings. Despite the various warnings from the scientific community and lessons from previous epidemic crises, governments and authorities around the world have shown limited capacity to respond effectively to this crises. International research about the effectiveness of government communication during pandemic has also shown that the public's trust in information

sources and authorities is low and governments have remained weak in the crises communication.

When Turkey's policy of epidemic crisis is handled from the framework of crises management, first the crisis problem is defined and put on the agenda, crisis response and solution strategies are developed, then stakeholders are determined to develop participation process. Rational messages are developed with authorities and Scientific Board, and at this stage the strategies are determined and appropriate technical and legal infrastructures are created. The adopted strategies are put into practice quickly and instantly, and the developments are evaluated and observed instantly. In the first period when the COVID-19 awareness was low, excessed information as a government crisis response and several government spokespersons have caused confusion.

In this study, the importance of pandemic communication overwhelming the crisis was emphasised. Studies indicate that governments are the strongest sources of information during the COVID -19 period. According to the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) institutions and organizations should inform the relevant public and stakeholders by arranging the information to protect the public and their stakeholders form harm, before choosing the response option against crisis. Therefore, first organizing and then providing information are essential responses for all crisis. SSCT provides a framework for effectively responding to crises. Before selecting a response option, SCCT states that organizations should prioritize protecting public from harm through instructing and adjusting information. The aim of this study is to identify how official health authorities- the foremost information source-employed response strategies to the COVID-19 crisis.

On the basis of the importance of pandemic communication, this paper seeks to answer a basic question; what crisis communication strategies have been used during COVID-19 pandemic? An qualitative analysis was conducted. Using a technique of in-depth interview, this study explores what individuals think of the official crisis response strategies for the COVID-19 crisis.

The research questions are “Do the participants think that the government can provide basic communication responses in the COVID-19 pandemic communication?”, “Which of th SSCT strategies do the participants think the government used in the COVID-19 pandemic crises?”, “The participants think that government's message management in the COVID-19 pandemic crisis?”, “What do they think about the effectiveness of the multi-crissi spokespersons they choose to have information within the information seeking behavior during the COVID-19 pandemic crisis?”

Depth-interviews were held between December 2020 and February 2021, which includes the dates of the second wave. Findings revealed important insights for how Turkish government responded to the COVID-19 pandemic crisis in terms of instructing and adjusting information. Based on the analysis of the Turkish government's crisis communication strategies during the COVID-19 pandemic, several key recommendations for instructing and adjusting effective government information are presented. The study suggests that lessons can be learned from government crisis communication strategies and practices in Turkey.

Although this paper provides meaningful implications, it is limited by several factors. First, the research used qualitative analysis with depth interview and it was limited to fourteen individuals. The data was also limited to interviews. The methodology itself limits the findings' generalizability. Further study is recommended to broaden the sample size and the methodolgy. It's also important to recommend making comparisons between other nations and governments. Findings provide insights for the development of future

communications of government in the event of pandemics or other public health crises. As a conclusion, while the role of government communication policies and practices is important during pandemic crisis, government need proactive work in the stage of prevention, preparation and management. The public wants to believe and also be able to follow evidence-based guidance form reliable sources. Effective crisis communication will drive the national response to COVID-19 and stengthen the health nformation infrastructure when the next new pandemic crises arrive.

Kaynakça

- Adgate, B. (2020). Nielsen: how the pandemic changed at home media consumption, <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2020/08/21/nielsen-how-the-pandemic-changed-at-home-media-consumption/?sh=90bfff85a28a>, Erişim Tarihi: 03.06.2021.
- Antwi-Boasiako, J. And Nyarkoh, E. (2020). Government communication during the Covid-19 pandemic; the case of Ghana. *International Journal of Public Administration*, 00(00), 1–2.
- Ataguba, J. E. (2020). COVID-19 Pandemic, a war to be won: understanding its economic implications for Africa. *Applied Health Economics and Health Policy*, 18(3), 325-328.
- Ataguba, O. A. and Ataguba, J. E. (2020). Social determinants of health: the role of effective communication in the COVID-19 pandemic in developing countries. *Global Health Action*, 13(1), 1788263.
- Athique, A. (2020). Extraordinary issue: coronavirus, crisis and communication. *Media International Australia*, 177(1), 3–11.
- Baştürk, S., & Taştepe, M. (2013). Evren ve örneklem. *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Vize Yayıncılık, 129, 159.
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186.
- Benoit, W. L., and Brinson, S. L. (1999). Queen Elizabeth's image repair discourse: Insensitive royal or compassionate queen? *Public Relations Review*, 25(2), 145-156.
- Bonde, D. (2013). Qualitative interviews: When enough is enough, *Research by Design*, 1-10.
- Chew, C. and Eysenbach, G. (2010). Pandemics in the age of Twitter: content analysis of Tweets during the 2009 H1N1 Outbreak. *PloS One*, 5(11), 271-275.
- Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: Insights from situational crisis communication theory. *Journal of Business Communication*, 41(3), 265-289.
- Coombs, W. T. (2012). *Ongoing crisis communication* (3rd ed.). USA: Sage Publications.
- Demirci, Z ve Tarhan M. (2020). TRT World 2020'de Kovid-19 döneminde yayıncılık ve medyanın rolü ele alındı, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/trt-world-2020de-kovid-19-doneminde-yayincilik-ve-medyanin-rolu-ele-alindi/2061967>, Erişim Tarihi: 06.05.2021.

- Duğan, Ö. ve Barış, K. O. Ç. (2020). Durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde kriz tepki stratejilerinin kurumsal itibar üzerindeki rolü üzerine bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (59), 127-159.
- Dworkin, S. L. (2012). Sample size policy for qualitative studies using in-depth interviews. *Archives of sexual behavior*, 41(6), 1319-1320.
- Earle, T.C. (2007). Trust in Cooperative Risk Management: Uncertainty and Scepticism in the Public Mind (M. Siegrist, & H. Gutscher, Eds.) (1st ed.). London: Routledge.
- Glik, D. C. (2007). Risk communication for public health emergencies. *Annual Review of Public Health*, (28), 33–54.
- Gönenç, Ö. (2018). *Medyada algı yönetimi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Hearit, K. M. (2006). *Crisis management by apology: Corporate response to allegations of wrongdoing*. New York: Routledge.
- Heath, R. L. and Coombs, W. T. (2006). *Today's Public Relations: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Kemper, E. A., Springfield, S., and Teddlie, C. (2003). Mixed methods sampling strategies in social science research. (Ed) A. Tashkkori and Teddlie, C., *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. (s. 273-296), USA: Sage.
- Kim, D. K. D. and Kreps, G. L. (2020). An analysis of government communication in the United States during the COVID-19 pandemic: recommendations for effective government health risk communication. *World Medical and Health Policy*, 12(4), 398–412.
- Kim, S. and Liu, B. F. (2012). Are all crises opportunities? A comparison of how corporate and government organizations responded to the 2009 flu pandemic. *Journal of Public Relations Research*, 24(1), 69–85.
- Kırık, A. M. ve Özkoçak, V. (2020). Yeni dünya düzeni bağlamında sosyal medya. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 45, 133–154.
- Kumar, A. (2013). Assessing the information need and information seeking behavior of research scholars of MBPG College: A case study. *International Journal of Digital Library Services*, 3(3), 1–12.
- Kundu, D. K. (2017). Models of information seeking behaviour: A comparative study, *International Journal of Library and Information Studies*, 7(4), 393–405.
- Li, J. and Zheng, H. (2020). Online information seeking and disease prevention intent during covid-19 outbreak. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 99(1), 5–10.
- Lin, L., Savoia, E., Agboola, F. and Viswanath, K. (2014). What have we learned about communication inequalities during the H1N1 pandemic: A systematic review of the literature. *BMC Public Health*, 14(1), 1471-1487.
- Liu, B. F. (2010). Effective public relations in racially charged crises: Not black or white. *The Handbook of Crisis Communication*. 335-358.
- Macario, E., Ednacot, E. M., Ullberg, L. and Reichel, J. (2011). The changing face and rapid pace of public health communication. *Journal of Communication in Healthcare*, 4(2), 145-150.

- Macario, E., Heyden, L., Nakahara, N., and Macias-Reynolds, V. (2009). Preparing for pandemic influenza: California confronts the legal implications. *Health Promotion Practice*, 10(4), 573-578.
- Majid, S. and Rahmat, N. A. (2013). Information needs and seeking behavior during the H1N1 virus outbreak. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 1(1), 42–53, doi: 10.1633/jistap.2013.1.1.3.
- McGuire, D., Cunningham, J. E., Reynolds, K., and Matthews-Smith, G. (2020). Beating the virus: an examination of the crisis communication approach taken by new zealand prime minister jacinda arden during the covid-19 pandemic. *Human Resource Development International*, 23(4). 361-379.
- Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. USA: Sage Publications.
- Mukherjee, A. and Bawden, D. (2012). Dissertations into practice. *Health Information and Libraries Journal*, (29), 242–246.
- Ratzan, S. C., Gostin, L. O., Meshkati, N., Rabin, K. and Parker, R. M. (2020). COVID-19: An urgent call for coordinated, trusted sources to tell everyone what they need to know and do. *Journal of Health Communication*, 25(10), 747-749.
- Ratzan, S. C. and Moritsugu, K. P. (2014). Ebola crisis-communication chaos we can avoid. *Journal of Health Communication* 19(11), 1213-1215.
- Roselina, E., Asmiyanto, T. and Andriany, M. (2021). Health information-seeking behaviour on the COVID-19 pandemic: Social media usage by Gen Z in Jakarta, Indonesia. *Library Philosophy and Practice E-Journal*, 4920, 1–7.
- Seeger, M. W., & Ulmer, R. R. (2002). A post-crisis discourse of renewal: The cases of Malden Mills and Cole Hardwoods. *Journal of Applied Communication Research*, 30 (2), 126-142.
- Siegrist, M., Earle, T. C., and Gutscher, H. (2003). Test of a trust and confidence model in the applied context of electromagnetic field (EMF) risks. *Risk Analysis: An International Journal*, 23(4), 705-716.
- Slovic, P. (1993). Perceived risk, trust, and democracy. *Risk Analysis*, 13(6), 675-682.
- Strekalova, Y. A. (2017). Health risk information engagement and amplification on social media : News about an emerging pandemic on Facebook. *Health Education & Behavior*, 44(2), 332–339.
- Tekin, H. H. (2012). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- Temel Eğinli, A. (2014). Kriz iletişimi. M. Akdağ ve Ü. Arklan (Ed.), *Kriz Yönetimi*, (s.33-66), Konya: Literatürk.
- Turan, A. ve Çelikyay, H. H. (2020). Türkiye’de KOVID - 19 ile mücadele : Politikalar ve aktörler. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 1–25.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı. (2020). Normal hayata dönüşü kademe kademe başlatacağız, <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/119206/-normal-hayata-donusu-kademe-kademe-baslatacagiz->, Erişim Tarihi: 07.05.2021.
- Verhoeven, J. W., Van Hoof, J. J., Ter Keurs, H., ve Van Vuuren, M. (2012). Effects of apologies and crisis responsibility on corporate and spokesperson reputation. *Public*

Relations Review, 38(3), 143-151.

Weick, K. E. (1988). Enacting sensemaking in crisis situations. *Journal of Management Studies*, 25 (4), 305-317.

World Health Organization. (2020). Coronavirus disease data. Coronavirus disease (COVID-19) situation report – 163 (Issue July), <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200701-covid-19-sitrep-163.pdf>, Erişim Tarihi: 20.11.2021.

Araştırmacı Katkı Oranı: Araştırmacılar çalışmaya eşit oranda katkı sunmuştur.

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar: Bu çalışma Yaşar Üniversitesi Proje Değerlendirme Komisyonu (PDK) tarafından kabul edilen BAP096 no.lu ve “Covid-19 Communication Management in Turkey: Exploring The Effect of Information-Seeking Behavior and Message Reception in Public’s Evaluation” başlıklı proje kapsamında desteklenmiştir.

Çıkar Çatışması: Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.