

PANDEMİ DÖNEMİNDE GÜVENLİ ULAŞIMA YÖNELİK KAMU SPOTLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Hidaye Aydan SİLKÜ BİLGİLİLER*
Kamil Önder NERGİZ**

Özet

Covid-19 hastalığı ile birlikte seyahat aracı seçiminde gözetilen kalite, ekonomiklik, hız, konfor gibi kavramlar güvenli ulaşım kavramının gerisinde kalmıştır. Güvenli ulaşım kavramı da kazalara karşı emniyetli bir seyahatten öte, bulaş riskini en aza indiren sağlıklı bir yolculuk konseptini akıllarda çağrıştırmaya başlamıştır. Bu kapsamda hazırlanan kamu spotları da hem bireyler üzerinde gerekli farkındalığı oluşturmak hem de güvenli ulaşım alternatiflerine yol gösterebilmek amacı üzerine yoğunlaşmaktadır. Çalışmada Covid-19 salgını dönemindeki yüksek bulaş riski içeren toplu ulaşım araçlarına ait hazırlanan kamu spotlarında göstergebilim kuramı kullanılarak iletilmek istenen mesajlar incelenmiştir. Elde edilen bulgular toplu ulaşım araçlarının salgın hastalıkların bulaş riski açısından eşit risk taşımadığı, şehir içi ulaşımında sıklıkla kullanılan otobüs ve metro gibi ulaşım araçlarında güvenli ulaşım sürecinde alınabilecek koruyucu tedbirlerin daha ziyade yolculardan beklendiği, öte yandan uçak ve hızlı tren gibi ulaşım araçlarındaki güvenli ulaşımaya yönelik tedbirlerin ise birincil olarak otorite ve kurumlar tarafından yönetildiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Pandemi, güvenli ulaşım, kamu spotu, toplu taşıma, göstergebilim.

*Doç. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, aydansilku@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5337-9243

**Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 92190001376@ogrenci.ege.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6499-1216

Gönderim Tarihi: 11.04.2024

Kabul Tarihi: 07.05.2024

A REVIEW ON PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS FOR SAFE TRANSPORTATION DURING THE PANDEMIC PERIOD

Hidaye Aydan SİLKÜ BİLGİLİLER*
Kamil Önder NERGİZ**

Abstract

Because of Covid-19 in the selection of means of transportation quality, affordability, travel time and comfort have taken a backseat to the concept of safe transportation. The term safe transportation has begun to be associated with the concept of a healthy trip which reduces the risk of infection rather than a safe travel without an accident. Public service announcements which are prepared in this context focus on both increasing the awareness of individuals and guiding them to alternative ways of safe travel. In this essay, messages that are given with the help of semiotics theory in the public service announcements which are prepared to inform about high risks of infection in public transport vehicles during the Covid-19 pandemic, are analyzed. Results show that public service transports do not share equal infection risks in epidemic diseases and protective measures which should be taken during the safe travel process are expected from the passengers when frequently used local transport vehicles such as bus and metro are preferred. On the other hand, it is revealed that safety measurements for transportation vehicles like aircrafts and high-speed trains are controlled by authorities and institutions.

Keywords: Epidemic, safe transportation, public service announcement, public transport, semiotics.

*Assoc. Prof., Ege University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, 92190001376@ogrenci.ege.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6499-1216

**PhD Student, Ege University, Institute of Social Sciences, 92190001376@ogrenci.ege.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6499-1216

Received: 11.04.2024

Accepted: 07.05.2024

PANDEMİ DÖNEMİNDE GÜVENLİ ULAŞIMA YÖNELİK KAMU SPOTLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

GİRİŞ

Dünya tarihi boyunca hayatın akışına tesir eden ve insanlar üzerinde ölümcül etkilere sahip birçok salgın hastalık görülmüştür. Bunların yıkıcı etkileri ise toplum üzerinde nüfusun ve globalleşmenin artmasıyla beraber her seferinde bir öncekinden daha derin izler bırakmaktadır.

Covid-19 hastalığı üzerinden yaşanan son salgın süreci sadece ülkemizi değil tüm dünyayı derinden sarsmış ve geçmişte elde edilen birçok alışkanlığı kökten değiştirmiştir. Tüm uluslar ortak paydada buluşan bazı önlemler almakla beraber bu önlemlerin uygulama detayları ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmekte, her ülke halk sağlığını korumak adına kendine ait ilave ek tedbir paketleri açıklayabilmektedir.

Ülkemizde de bu konuda mücadeleye mümkün olduğunca önem verilmiş, kamu otoritesi önderliğinde her alanda halka yönelik uyarı ve bilgilendirmeler yapılmıştır. Ancak süreçte başarı için en önemli başlıklardan birisi de kamuoyunun desteğinin sağlanması gerekliliğidir. Bu amaçla vatandaşlara yönelik çok sayıda kamu spotu oluşturulmuş ve özellikle medya üzerinde bu spotlar aracılığı ile önemli görülen hususlarla ilgili mesajlar topluma doğrudan verilmeye çalışılmıştır.

Bulaş riski en yüksek alanlar halkın toplu olarak bir arada bulunduğu, sosyal etkileşime girdiği alanlar olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda yayımlanan kamu spotları incelendiğinde kafeden, markete, ulaşım araçlarından, restoranlara kadar toplu halde bulunulan birçok alanı içerdiği görülmektedir. Bazı mekanlarda bulunma durumu, kişilerin bireysel tercihlerine göre kaçınılabilecek imkânı sağlamakla beraber, toplu taşıma gibi bazı gereksinimler hayatın doğal akışı içerisinde toplu halde bulunmak zorunda olduğumuz alanlardandır.

Bu çalışmada toplu halde en yoğun olarak bulunulan alanların en önemlilerinden biri olan toplu ulaşım araçlarına ait kamu spotları incelenmiştir. Bu kapsamda otoritenin güvenli seyahat için verdiği mesajlar ve oluşturduğu yönlendirmeler ele alınarak araştırmacılar tarafından genel bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

1. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

1.1. Kamu Spotları

Günümüzde kitle iletişim süreçleri içinde medyadaki reklamların etkileyici gücü hiçbir alanda yadsınamaz seviyededir. Kamu otoriteleri de bu etkiden farklı amaçlarla da olsa mümkün olduğunca yararlanmaya çalışmaktadır. Bu süreçte kamuoyunun dikkatini çekerek toplumu bilgilendirmek, bilinç oluşturmak konularında etkili bir araç olan kamu spotu, otorite için oldukça önem verilen doğrudan iletişim kanallarından biridir (Yıldırım, 2020: 177). Ticari reklamlar tipik bir tüketicinin seçebileceği ürün ve hizmetleri tanıtırken, kamu spotları genellikle kişisel veya sosyal düzeyde öneme sahip konularla ilgilenir (Nan, 2008: 504).

Kamu spotları, kimilerine göre bir çeşit gerçek bilgiler üzerinden aslında belli objelerin veya liderlerin korku çekicilikleri hedef alınarak sağlıktan, çevre temizliğine kadar yaşamın farklı alanlarında propaganda niteliği taşıyan mesajların sunulduğu bir çeşit beyaz propaganda aracı, (Mazıcı ve Çakı, 2018: 290) kimilerine göre ise toplum mühendisliği gözünden insanlar üzerinde benzer bakış açıları sağlayarak toplulukların devamlılığının sağlanması ile ilişkilendirilen bir çeşit iletişim tekniği olarak nitelendirilebilmektedir (Gazi ve Çakı, 2019: 413).

Ülkemizde kamu spotlarını denetleyen resmi kuruluş olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ise tanımında kamu spotlarını “*ancak toplumu ilgilendiren ve yayınlanmasında kamu yararı bulunan olay ve gelişmelere ilişkin konularda hazırlanır. Kamu spotlarında gizli ticari iletişim de dâhil her türlü ticari iletişime yer verilemez*” yayınlar olarak tanımlamıştır (RTÜK, 2020). Kamu spotlarının

sadece kamu otoritesi tarafından değil sivil toplum kuruluşları tarafından da oluşturulabileceğine vurgu yapan başka bir tanıtımda ise kamu spotu uygulaması, sivil toplum kuruluşlarının dikkat çekmek istediği konularda farkındalık yaratma ve iletişim çalışmalarında kullanabilecek etkili araçlardan biri olarak belirtilmiştir (Kamu Bülteni, 2019).

Kamu spotları ile ilgili yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Yapılan bu araştırmalar kamu spotlarının belirli kitlelere yönelik basit ve doğrudan mesajlar kullanmaları koşuluyla kişisel davranış değişikliğine katkıda bulunabileceğini göstermiştir. Bu metot oldukça zararsız mesajlar sunarak, örneğin izleyicileri otomobilde emniyet kemeri takmaya, düzenli sağlık kontrolleri yaptırmaya veya sigarayı bırakmaya teşvik edebilmektedir (Salem Press Encyclopedia, 2019).

Ülkemizde de pandemi sürecinde yapılan nicel bir çalışmada izleyicilerin Covid-19 yeni koronavirüs hastalığından hareketle yapılmış kamu spotları ve reklamlar hakkında düşüncelerinin genellikle olumlu olduğu sonucuna varılmış ve bu iletişim türünün izleyenler tarafından başarılı bulunduğu ve faydalı görüldüğü tespit edilmiştir (Dal Cambazoğlu, 2020: 387).

Kamu spotları, hazırlanan duyuruları ücretsiz olarak yayınlamak için kullanılan halkla ilişkiler araçlarıdır. Öte yandan radyo ve televizyon yayıncıları ise, reklam süresinin satışı yoluyla faaliyetlerini sürdürdükleri için, bu tür ücretsiz duyurular için çok fazla zaman ve alan sağlamak konusunda isteksiz davranmaktadır (Heath, 2013: 748). Bu durum ise mesajın sınırlı sürede en etkin şekilde aktarımı için iyi bir tasarım süreci planlanmasının da önemini ortaya çıkarmaktadır.

Kampanya tasarımının ön aşamasında, geliştiricilerin hedef kitleye odaklanması gerekir. Öncelikle, istenmeyen davranışlara karşı kimin en çok risk altında olduğu ve kimin medya tabanlı ikna süreçlerine en açık olduğu incelenerek bir hedef kitle belirlenmelidir. Tasarım sürecinde ayrıca, hangi davranışların değişmeye en uygun olduğu da belirlenmelidir (Bator and Cialdini, 2000: 538).

Hazırlık aşamasında ise; kurgunun iyi planlanmasına, görsel öğelerin doğru kullanılmasından seslendirmenin doğru yapılmasına, yalın ve anlaşılır bir dil içermesinden izleyici üzerinde çarpıcı bir etki bırakabilmesine kadar detay içeren bu tip tüm başlıklarda titiz bir çalışma sürecine sahip olması gerekmektedir (Bütün vd., 2018: 288).

1.2. Toplu Ulaşım

Taşımacılık sektörü, yapılan kıyaslamalarda sanayi sektöründen sonra ikinci büyük enerji tüketicisi sektör konumunda bulunmakta olup, Dünyada tesis edilen toplam enerjinin %30'unu kullanmakta ve Dünyada petrole olan talebin ise %60'ını oluşturmaktadır (Atabani vd., 2011: 602). Elimizdeki bu veriler, ulaşım sektörünün sera gazı emisyonlarına yoğun katkıda bulunduğunu göstermektedir. Bu sorun kapsamında, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki daha fazla şehir, her geçen gün toplu taşıma sistemlerini geliştirerek sürdürülebilir bir kentsel hareketlilik yaratmak için yenilikçi yaklaşımlar sunmaktadır (Dirgahayania, 2013: 74).

Toplutaşıma, karayolu taşıtları (otobüsler), demiryoluna bağlı araçlar (tren, metro vb.), su üzerindeki araçlar (feribot) veya hava yoluyla gerçekleştirilebilir (Dzeikan, 2008: 14). Uluslararası Demiryolları Birliği'nin raporuna göre bir yolcunun tren ile seyahati, otomobile kıyasla üçte biri oranında daha az enerji tüketmesine sebep olmaktadır (Gökdağ, 2005: 399). Özel otomobillere kıyasla toplu taşıma kullanmanın enerji ile beraber çevresel faydaları da oldukça fazladır. Özellikle bireysel araçların çevreye verdiği zararlar, kişilerde akciğer dokularına zarar verebilecek ve solunum yolu hastalıklarını şiddetlendirebilecek ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu anlamda devlete veya özel sektöre ilave bir mali yük yaratmadan hem enerji tasarrufu hem de önemli çevresel kazançlar elde etmek için toplu taşımanın daha fazla kullanımının sağlanması hükümetler için şu anda mevcut olan en etkili stratejilerden biridir. (Shapiro, Hassett and Arnold, 2002: 2-8).

Toplu taşımanın kişisel korunma, özerklik ve prestij duyguları sağlamada özel ulaşımdan daha zayıf kalabileceğini öne süren araştırmalar (Hiscock, 2003: 121) olmasına karşın, toplu taşıma şehirleri daha yaşanabilir hale getirmeye yardımcı olur. Otomobillere alternatif olarak bir toplu taşıma uygulaması, bir yandan işgücü düzeyinde çalışanlar için işe ulaşımın verimli bir yolunu sağlar, diğer yandan kentsel yayılım, otomobil tıkanıklığı, enerji kullanımı ve bunlarla ilişkili çevresel emisyonların olumsuz etkilerini ve tüm bu faktörlerin potansiyel olumsuz sağlık etkilerini sınırlamaktadır (Kenworthy and Laube, 1996: 280). İnsanların bilgi eksikliğinden dolayı toplu taşımayı daha az kullandığı varsayılırsa, çekiciliği arttırmak için, bilgi teknolojilerinden de yararlanılarak toplu ulaşımın sağladığı seçenekler hakkında kamuoyunun daha fazla bilgi sahibi olması sağlanmalıdır (Dzeikan, 2008: 46).

Toplu ulaşımın enerji boyutundan çevresel etkilerine, işgücü kaybını önlemeden stres düzeylerinin azaltılmasına kadar faydaları çeşitli araştırmalarda ortaya konulmuştur. (Abbasgil, 1994: 7). Buna karşın seyahat edecekler için toplu ulaşım araçlarını kullanmama eğiliminin çeşitli sebepleri olabilmektedir. Bu bağlamda bireylerin toplu taşımaya daha fazla yönelmesi için halka kaliteli ulaşım sistemlerinin sunulması birincil etkenlerdendir (Kenworthy and Laube, 1996: 296).

Toplu taşıma süreçlerinde sunulan hizmet kalitesinin varlığı için bazı temel kriterler esas alınır. Bunlar:

Hızlı ulaşım,

Ekonomik ulaşım,

Rahat ulaşım,

Düşük dışsal maliyetler (çevre, gürültü kirlilikleri vb.)

ve güvenli ulaşım olarak belirtilmektedir (İTO, 2003: 10).

Hizmet kalitesinin önemli basamaklarından biri olarak tanımlanan güvenli ulaşım için araçların bakımı, temizliği, güvenliği gibi unsurlar oldukça önem arz etmektedir. Güvenli ve sağlıklı koşullarda taşımacılığın sağlanabilmesi için tüm toplu ulaşım araçları ile birlikte özellikle kent içinde raylı sistemler ve otobüs hatları da vazgeçilmez unsurlar arasında bulunmaktadır (Gökalp, 2019: 137).

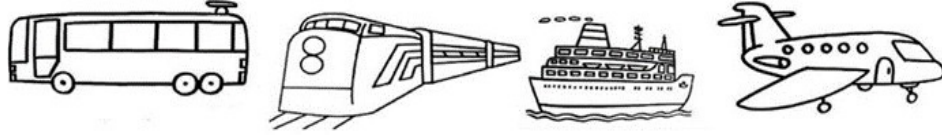
Günümüzde yaşadığımız pandemi süreçleri güvenli bir seyahati için sağlıklı koşulların gerekliliğini fazlasıyla ön plana çıkarırken, bulaşıcı hastalıkların toplu taşıma ile havadan ve temas yoluyla bulaştığını hayal etmek pek de zor değildir. Bu durum ciddi bir halk sağlığı sorununa işaret edebilmektedir (Gershon, 2005: 8). Yapılan analizler, sağlık hedeflerini ulaşım planlamasına entegre etmenin halk sağlığını iyileştirmenin en uygun maliyetli yollarından biri olabileceğini göstermektedir (Litman, 2013: 229).

Toplu taşıma araçları bulaşıcı hastalıkların insandan insana bulaşmasına elverişli kapalı alanlardandır. Birçok ülkede şiddetli akut solunum sendromuna yol açan Covid-19 benzeri solunum yolu virüslerinin neden olduğu enfeksiyonların toplu taşıma araçlarında gerçekleşebildiği analiz edilen bulaş vakaları bildirmiştir. Son dönemde çeşitli uzmanlar tarafından gerçekleştirilen güncel araştırma verileri de önlem alınmadığı takdirde, Covid-19'un otobüs yolculuğu sırasında bulaşabileceği gibi trenle ve uçakla seyahat sırasında da bulaşabilirliği kapsamında güçlü ve önemli ilişkiler göstermektedir (Shen vd., 2020: 2).

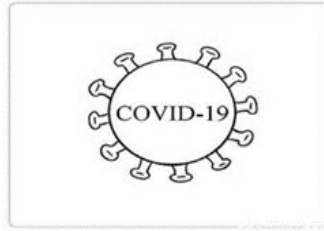
2020 yılı boyunca Dünyada yaşanan Covid-19 salgınının hızlı yayılımı da göz önüne alındığında bu halk sağlığı sorununa karşı alınacak önlemler içerisinde, özellikle de solunum yoluyla bulaşan enfeksiyon hastalıklarında uygun maske kullanımı enfeksiyonun bulaşmasının ve kişiler arasında yayılımının önlenmesinde çok büyük önem taşımaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2020).

Hükümetler, vatandaşları yüz maskesi kullanmanın yararları konusunda sürekli olarak duyarlı hale getirmek ve gönüllü kullanımlarını teşvik etmek için

geleneksel medya platformlarını kullanmaya devam etmelidir. Bu tedbir içeren stratejilerin birlikte uygulanması ise, Covid- 19'un bu dönemde toplu taşıma araçlarına olası iletimini ve bu alanlardaki risk düzeylerini azaltabilecektir (Dzisi and Dei, 2020: 6).



Prevention and Control of COVID-19 in Public Transportation



Şekil 1. Toplu Ulaşım ve Covid-19

Kaynak: Shen, J., Duan H., etc. (2020). Prevention and Control of Covid-19 in Public Transportation: Experience from China. Environmental Pollution. 266. Part 2. 115291: 1-5

1.3. Göstergebilimsel Analiz

Göstergebilim; sözcükler, görüntüler, trafik işaretleri, sesler, çiçekler, müzik ve tıbbi semptomlar gibi iletişimin içinde var olan pek çok şeyin incelenmesidir. Kültürle doğrudan ilişkili olmakla beraber, geleneksel bilimin, ilk bakışta estetik objeyi ya da metni görünen anlamlarına göre yorumlamasına karşın göstergebilimin ilk sorguladığı şey, anlamın ne olduğundan çok nasıl yaratıldığı üzerinedir (Parsa, 2012: 2).

Göstergebilim alanının Avrupalı öncülerinden olan Saussure, dilbilimsel işareti veya algılanabilir bir ifadeyi "gösteren" ile "gösterilen" olarak

birleştirildiğinde ikili anlaşılır bir kavram, bir varlık olarak görür. İşaret ve fikirlerin hiçbir zaman tekil ya da yalıtılmış varlıklar olarak kabul edilemeyeceklerini, anlam ve ona karşılık gelen işaret diye bir şeyin olmadığını belirterek kavramın önemine vurgu yapar (Parmentier, 2016: 5).

Bilgi felsefesi içerisinde gelişen geleneksel göstergebilimi sistemli olarak inceleyen ilk düşünür ise Peirce'dir. Saussure göstergeyi yalnızca dil temelinde incelemeye çalışırken, Peirce ise bilim ile faydacılık temeline oturttuğu bir mantık kuramı geliştirmeye çalışmıştır. Bu da onun gösterge kavramıyla dil felsefesine eğilmesine ve bir gösterge kuramı geliştirmesine olanak sağlamıştır (Özmkas, 2009; 35).

Temel olarak mesajı ileten, mesaj ortamı, mesaj ve mesajı alandan oluşan göstergebilimin biçimsel yapısı amaca yönelik olarak farklılıklar gösterebilmektedir. Reklam, iletişim disiplininin bir alt başlığıdır ve reklam da bir iletişim biçimidir. Bu bağlamda bir reklam biçimi olarak nitelendirebileceğimiz Kamu spotlarının da analiz edilirken gösterge bilimsel olgulardan bahsedilmesi ve bu olgularla ilişkilendirilmesi önem taşımaktadır (Tanca ve Ünal, 2018: 722).

2. YÖNTEM

Bu çalışma kapsamında bir nitel araştırma yöntemi olan göstergebilim kuramı kullanılarak pandemi sürecinde toplu ulaşım araçlarını konu edinen kamu spotları incelenmiştir. Bu süreçte araştırma kapsama girerek çalışmaya konu edilen kamu spotlarının içerikleri gösteren-gösterilen-gösterge üçgeni bağlamında detaylı olarak analiz edilmiştir. Ayrıca elde edilen bu bulgular akabinde araştırmacılar tartışma kısmında süreçteki duygu ve düşünceleri inceleyerek neden, niçin gibi sorulara yanıt aramaya çalışmışlardır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma kapsamında Covid-19 salgını süresince yüksek bulaş riski taşıyan toplu ulaşım taşıtlarında, kamuoyu sağlığının korunması amaçlı sunulan eğitici ve öğretici öğeler barındıran kamu spotları incelenmiştir. Araştırma bu

öğeler kapsamında vatandaşların seyahat güvenliğinin sağlanması adına otorite tarafından sunulan korunma yöntemi alternatiflerinin halka nasıl iletildiğini ve süreçteki duygu ve düşünceleri halkla ilişkiler uygulamaları bakış açısıyla analiz etmeyi amaçlamaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN SORULARI VE HİPOTEZLER

Yapılan analizler kapsamında aşağıdaki başlıca soruların yanıtları aranmaktadır:

Pandemide toplu ulaşım spotlarında dikkat çekilen ana hususlar nelerdir?

Sağlıklı seyahat alternatifleri için iletilen mesajların içerikleri nelerdir?

Süreçteki baskın duygular nelerdir?

Vurgulanan kişisel önlemler ve otorite bazlı önlemler neleri içermektedir?

Bu süreçler kapsamında ise aşağıdaki araştırma hipotezleri oluşturulmuştur:

Pandemi döneminde güvenli ulaşım temalı kamu spotları, ulaşım araçlarına göre farklı mesajlar içermektedir.

Pandemi döneminde bulaş riskini en aza indirmek için alınabilecek önlemler dikkat çekici duygu ve temalarla sunulmuştur.

5. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM

Araştırma evreni Türkiye’de kamu otoritesi tarafından Covid-19 hastalığı sürecinde hazırlanan toplu ulaşım araçlarını konu alan kamu spotları olarak belirlenmiştir. Yapılan inceleme kapsamında bu özelliklere haiz salgın döneminde hazırlanan 4 farklı toplu ulaşım aracına (metro, otobüs, tren, uçak) ait birer kamu spotu araştırmaya konu edilmiştir.

6. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Ülkemizde Covid-19 yayılımını takiben çeşitli otorite kurumları tarafından

kamuoyu üzerinde farkındalık yaratmak amacıyla bilgilendirici kamu spotları hazırlanmıştır. Bu kamu spotları üzerinde yapılan incelemelerde Ulaştırma Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanmış toplu taşımada bulaş riski ana temalı dört adet kamu spotu tespit edilmiştir. Söz konusu kamu spotları üzerindeki göstergebilim yöntemi ile görsel ve metinsel temaların incelenmesi yoluyla yapılan çalışma için gerekli veriler toplanmıştır.

7. SINIRLILIKLAR ve ETİK İLKELER

Çalışma, Covid-19 hastalığı yayılım sürecinde ülkemizde hastalığın ilk görüldüğü 10.03.2020 tarihinden başlayarak, akabindeki bir yıllık süreçte yayınlanan kamu spotları ile sınırlandırılmıştır. İlgili tarihlerde hazırlanan kamu spotları içerisinde sadece toplu ulaşım ile ilgili olan kamu spotları seçilerek çalışmaya konu edilmiştir.

Çalışma kapsamında araştırmacılar tarafından, halka açık kamu spotları etik ilke ve kurallara bağlı kalınarak bilimsel yöntemlerle incelenmiştir.

8. BULGULAR VE YORUMLAR

Bulguların ortaya konması aşamasında göstergebilim tekniği ile çözümü yapılan dört farklı kamu spotuna ait araştırma sonuçları aşağıda paylaşılmaktadır.

Kamu Spotu-1	Covid-19 Riski Görün - Metro
Süresi	00:21 Saniye
Yüklenme Tarihi	25 Haziran 2020
Erişim Adresi	Riski Görün - Metro (saglik.gov.tr)
Yayımlayan Kurum	Sağlık Bakanlığı
Geçtiği Ortam	Metro vagonu içerisi
Konu Edilen Ulaşım Aracı	Metro

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
İnsanlar	Seyahat amacıyla toplu taşıma kullanan yolcular	Farklı insanlarla aynı ortamı paylaşma, temas etme
Araç	Hareket halinde giden bir metro aracı	Diğer insanlarla etkileşim ortamı, virüsler için tehlikeye açık savunmasız ortam
Renk	Gri, koyulaştırılmış fon	Gözle görünmeyen gizli tehlikeleri baskın gösterme,
Renk	Canlı renkler	Günlük rutin hayat akışı



Şekil 2. Kamu Spotu-Metro

Kaynak: (covid19.saglik.gov.tr; 2020)

Konu edilen kamu spotu betimlediğinde hareket halindeki bir toplu ulaşım aracı içerisindeki yolculuk eden insanlar gösterilmektedir. Yolcular birbirinden bağımsız kendi halinde tekli ve grup olarak resmedilmiştir. Reklamın başlangıcında ortam ilk açılardan canlı renkler ile resmedilirken görüntülerin devamında alan koyulaştırılarak gri renge dönüşmektedir. Görüntünün grileşmesi ile daha önce görülemeyen kırmızı noktaların baskın bir şekilde ortaya çıkması izlenmektedir. Bu süreçte metro içerisinde seyahat eden insanlar günlük rutin davranışlarına devam etmektedirler.

İlk etapta kamu spotunda günlük rutin hayat akışı bağlamında metro içerisinde renklendirilmiş görüntülerle verilen ortamın koyulaştırılarak daha önce görülmeyen virüs benzeri oluşumların tehlikesine dikkat çekilmektedir. Arka plan fonundaki değişiklik ile günlük yaşam içerisinde gözle görülmeyen tehditlerin farkında olmasak da çok yakınımızda olduğu izlenimi verilmektedir. Yolcular normal yaşamları içerisinde hiçbir önlem almadan seyahatlerini sürdürdükleri takdirde görünmeyen tehlikelere karşı açık olmaktadır. Ön sırada oturan yolcudan yayılım gösteren kırmızı noktalar, kişinin sağlıklı görüntüsünün aldatıcı olabileceğini ve gizli tehlikenin boyutunu yansıtırken, hastalık taşıyan bireylerin temas etmiş olduğu noktaların da yine görünmez risk olarak karşımıza çıkabileceği vurgulanmaktadır. Filmin devamında ise içeriğinde atıf yapılan keşke görebilseydik yaklaşımına değinilerek alınabilecek kişisel önlemler maske, sosyal mesafe ve temizlik özelinde vurgulanmaktadır.

Kamu Spotu-2

Kontrollü Sosyal Hayat

Süresi

00:43 sn.

Yüklenme Tarihi

12 Haziran 2020

Erişim Adresi

[Videolar - T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı \(uab.gov.tr\)](https://www.uab.gov.tr/videolar)

Yayımlayan Kurum

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

Geçtiği Ortam

Tren istasyonu ve bakanlık sorumluluğundaki diğer alanlar

Konu Edilen Ulaşım Aracı

Hızlı tren

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
İnsanlar	Steril kıyafetlere sahip temizlik görevlileri	Toplu bekleme alanı içerisinde yapılan sterilizasyon, koruma önlemleri,
Araç	Hareket için istasyonda hazırlanmakta olan bir	Önlem alınmazsa hastalık bulaşımı için risk barındıran bir toplu ulaşım aracı
Ortam	Boş halde resmedilmiş bir tren istasyonu	Yolcular henüz gelmeden önce sağlanan güvenli ulaşım ortamı
Renk	Gri ağırlıklı animasyon fonu	Çalışmaya verilen ciddiyet, sterilizasyon ve önlemlerin görünürlüğünün artırılması



Şekil 3. Kamu Spotu-Hızlı Tren

Kaynak: (uab.gov.tr; 2020)

Söz konusu kamu spotu içerisinde otoritenin aldığı önlemler anlatılmış ve ilgili bakanlık sorumluluk alanındaki bazı alanlar hakkında bilgilendirmeler

yapılmıştır. Animasyon tarzında çekilen filmde yüksek hızlı trenler ve istasyonlar steril hale getirilirken görülmektedir. Filmin içeriğinde trenlerin içerisindeki oturma düzenleri ve kapasite kullanım oranı büyütülerek gösterilmiştir. Yeni yapılan oturma düzenleri kırmızı ve yeşil işaretlemelerle belirtilerek, oturulabilir alanlar işaretlenmiştir. Görsellerin üst kısımlarındaki yazı metinlerinde “tüm hatlardaki trenlerimizi dezenfekte ediyoruz” ve “yüksek hızlı trenlerimizde sosyal mesafeye uygun olarak yolcu taşıyoruz” şeklinde belirtilen sloganlar koyulaştırılmış şekilde sunulmakta iken alt kısımlarda kamu spotuna ait “tedbiri elden bırakmadan kontrollü sosyal hayat” sloganı paylaşılmıştır.

Animasyonun başlangıcında istasyona yanaşan trene dezenfeksiyon işlemi gerçekleştirmek üzere ortaya çıkan temizlik görevlileri vasıtasıyla güvenli ulaşım için alınan önlemler gösterilmektedir. Görevlilerin beyaz korumalı kıyafetler giymesi ile sterilizasyona verilen önem ön plana çıkarılmaktadır. Alanda yolcu olmaması, kişiler görmese de arka planda halk sağlığı için gerekli önlemlerin alındığı hususunda mesajlar sunmaktadır. İkinci resimde sunulan aralıklı oturma düzeni ile de sosyal mesafe konusunda alınan tedbirlerin gösterimi kırmızı renk ile baskılanarak netleştirilirken, yeşil renkler ile de otorite tarafından alınan tedbirler sayesinde yolculara güvenli bir seyahat alanının sunulabilmesi işlenmiştir. Üst kısımda yer alan yazı fontlarında otorite tarafından alınan önlemlere yönelik başlıklar özellikle vurgulanmak istenmiştir. Alt plandaki metinde de kamu spotunun başından itibaren vurgulanmak istenen anlam olan, alınacak önlemler ile kontrollü sosyal hayatın devamına gönderme yapılmaktadır.

Kamu Spotu-3	Yoğun Bakım - Otobüs
Süresi	00:58 sn.
Yüklenme Tarihi	11 Kasım 2020
Erişim Adresi	Yoğun Bakım – Otobüs (saglik.gov.tr)
Yayımlayan Kurum	Sağlık Bakanlığı
Geçtiği Ortam	Yoğun bakım odası
İlişkilendirilen Ulaşım Aracı	Otobüs

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
İnsan	Yoğun bakımda yatan bir hasta	Sağlık kaybının kişide yarattığı pişmanlık duygusu
Nesne	Nefes almaya yardım eden oksijen maskesi	Kişinin muhtaç duruma düşmesi, mevcut vücut ihtiyaçlarını karşılayamaması
İnsan	Hastanede görev yapan bir doktor	Sağlık için destek gereksinimi, ağır hareketlerle umut vermeyen duruş
Renk	Gri ağırlıklı renklendirme fonu	Olumsuz bir ortamın sunulması, durumun ciddiyetinin yansıtılması



Şekil 4. Kamu Spotu-Otobüs

Kaynak: (covid19.saglik.gov.tr; 2020)

Reklam girişinde arka fonda tıbbi cihaz sesleri ve nefes almakta zorlanan bir hastanın sesleri duyulmaktadır. Görüntüde oksijen maskesi bağlanmış ve hayati fonksiyonlarını destek almadan gerçekleştiremeyen hasta bir kişi görülmektedir. Kişinin arkasında beyaz elbisesinden doktor olduğu anlaşılan bir birey tıbbi cihazdan hastanın durumunu kontrol ederken izlenmektedir. Kamu spotu boyunca yoğun bakımda yatan hastanın iç sesinden konuşması yansıtılmaktadır.

Kamu spotunda yatan hastanın iç sesi incelendiğinde kendi ile bir hesaplaşma hali gerçekleştirdiği duyulmaktadır. Seyahat ettiği otobüsün içerisinde çok kalabalık olduğu bu bağlamda sosyal mesafeye dikkat edilmeden gerçekleştirilen bu yolculuk sonucu hastalığa yakalandığı işlenmektedir. Kişinin kişisel önlem almadan dikkatsizce gerçekleştirdiği seyahat ile yaşadığı sıkıntı arasında bağ kurulmuştur. Süreç boyunca hasta, yaptığı hata dolayısıyla yaşadığı pişmanlığını dile getirmektedir. İçerikte toplu ulaşım araçlarında sosyal mesafeye dikkat edilmesinin öneminin altı çizilmektedir. Hastanın arkasında beliren doktor silüetinin yavaş ve umutsuz hareketleri ile hastanın durumunun kritikliği ve sağlık ekiplerinin bu durum üzerinden çaresiz kalışları işlenerek kişisel önlemlerin önemi vurgulamaktadır. Birey tarafından yapılacak dikkatsizliklerin olumsuz sonuçlarının, tedavisi mümkün olmayan neticeler doğurabileceği hissettirilmektedir. Çekim boyunca kullanılan gri renkler ciddiyeti yansıtırken fondaki sesin tonu izleyici için duygusallığı sürükleyici anlamlar barındırmaktadır. Aynı zamanda arka fonda ayakta duran doktor üzerinden yaşam ile ölüm ve güçlü ile zayıf gibi karşıtlık temalarının işlendiği de görülmektedir.

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>İnsan</i>	Seyahat etmek üzere havalimanına gelen kişi	Endişeli ve panik halde tutum sergileyen yolcu
<i>İnsan</i>	Havalimanında hizmetin sağlanması amacıyla çalışanlar	Temiz, özenli, sorumluluk sahibi, bilinçli çalışanlar
<i>Ortam</i>	Uçakla yolculuk amacıyla bulunan havalimanı	Teknolojik altyapı, steril, nezih ve korunmalı mekân
<i>Renk</i>	Canlı ve gri renkler	Enerjik, keyifli ama aynı zamanda ciddi bir ortam



Şekil 5. Kamu Spotu-Uçak

Kaynak: (uab.gov.tr; 2020)

İlgili kamu spotu, tedirgin hareketler sergileyen bir yolcunun havalimanına ulaşması ile başlamaktadır. Uçak ile seyahatini gerçekleştirecek

yolcu ilk önce güvenlik kontrolü noktasından geçmiş, ardından check-in ve boarding işlemlerini tamamlayıp uçak içerisine yerleşmiştir. Bu süreçte yolcu, havalimanı ve havayolu personelleri ile iletişim kurmakta ve Covid-19 döneminde alınan önlemler hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Yolcu geçtiği her safhadan sonra tedirgin halden daha kendinden emin ve neşeli bir hale doğru dönüşüm göstermektedir. Sürecin son safhasında ise duyduğu memnuniyeti dile getirmekte ve diğer insanlarla bu durumu paylaşmaktadır.

Yolcunun havalimanı girişindeki ürkek görüntüsünden daha kendinden emin hale dönüşümü pandemi sebebiyle otorite tarafından alınan kontrol önlemleri ve hijyen tedbirleri dolayısıyla yaşadığı şaşkınlık bağlamında gösterilmektedir. Alınan önlemlerin havalimanı süreçlerinin her aşamasında etkin olarak uygulandığı hissettirilmektedir. Pandemi sürecinde önleyici tedbirler geliştirilirken teknolojik yöntemlerden de aktif olarak yararlandığı görülmektedir. Yolcunun her aşama sonrasında alınan tedbirlerin yeterliliği ile tedirginliğini atması ve ikna olması resmedilmiştir. Yolcu bu memnuniyetini başka insanlarla da paylaşmakta, tasvir edilen önlemler alındığı takdirde güvenli bir şekilde ulaşımını sağlayabilecekleri görüşünü yansıtmaktadır. Süreçte canlı renkler kullanılmış olup olumlu ve keyifli bir ortam göze çarpmaktadır. Ayrıca çekimler başroldeki ünlü sanatçı figürü aracılığı ile sunulmuştur. Reklamda bireylerde pandemi döneminde etkin olan olumsuz duygu kalıplarını kırmak için esprili ve sempatik bir dil kullanılmıştır. Havalimanında alınan dijital tedbirlerin koruma gücünün anlatısında tanınmış bir sinema figürü olan robocob ile eşleştirilme yapıp metafor kullanımı tercih edilmiştir. Reklamın içerisinde kullanılan teknolojik altyapı destekli koruma önlemleri arka fondaki bayrak ile eşleştirilerek metonimi kullanımı üzerinden mesaj verilmektedir. Buradaki metonimi üzerinden söz konusu uygulamaların ülkedeki tüm havalimanlarında aynı özende uygulandığı hissettirilmektedir.

İncelenen bu dört kamu spotu kapsamında elde edilen bulgular ise, pandemi sürecinde toplu ulaşımında alınabilecek koruyucu önlemlerin izleyicilere farklı duygu ve temalar öne çıkarılarak aktarıldığını ve toplu ulaşım araçlarına göre farklı mesajlar barındırdığını göstermektedir.

9. TARTIŞMA

Salgın dönemlerinde toplu ulaşım bulaş riski içeren en tehlikeli alanlardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Ancak hayatın doğal akışı gereği salgın dönemlerinde bile olsa toplu ulaşım alınan etkin önlemlerle bir şekilde devam etmek durumdadır. Çalışma kapsamındaki göstergebilim analizi akabinde araştırmacılar, elde edilen bulguları bir bütün olarak değerlendirip bu bağlamda aşağıdaki bazı sorulara da yanıt aramaya çalışmışlardır:

Analiz edilen bu kamu spotlarında dikkat çeken ana hususlar ve işlenen duygular nelerdir?

Bireysel mi yoksa otorite tarafından alınan önlemler mi pandeminin yayılımının engellenmesi kapsamında daha fazla öne çıkmaktadır, neden?

İlgili kamu spotları bağlamında, salgın sürecinde sağlıklı seyahat için en uygun toplu ulaşım araçları neler olabilir?

Çalışmaya konu olan kamu spotları toplu olarak incelendiğinde, yukarıdaki sorulara cevap aramak amacıyla ortaya çıkan veriler aşağıda yedi adet ana tema altında toplanarak tartışılmaya çalışılmıştır.

Duygular

Özellikle otobüs ve metro kamu spotları izlendiğinde en baskın duyguların pişmanlık, acıma, panik gibi daha ziyade olumsuz bir yapı etrafında odaklandığı görülmektedir. Bu odaklanma süreci diğer iki ulaşım aracı olan uçak ve hızlı trende ise biraz daha güven ve umut kavramları ile açıklanabilmektedir. Toplu ulaşım araçlarının çeşidine göre süreçlerin farklı duygular üzerinden işlenmesi tercih edilmiştir. Olumsuz duyguların kullanılan araç tercihlerinde yönlendirici olduğu düşünülmektedir.

Şüpheler

İlgili dört kamu spotunda da ister olumlu ister olumsuz, gösterilen ile

gerçekleşen durum arasındaki süreçte olası seyahat korkularına ait kuşkuların tamamen ortadan kalkması için özellikle gösterilenlerin uygulanabilirliği ve önlemlerin sürdürülebilirliği hususunda bilimsel verilerin sunulduğu daha net açıklamalar yapılması izleyiciler üzerinde faydalı olabilecektir.

Bilgi Edinimi

İlgili spotlar içeriği gereği izleyiciler, dolayısıyla toplu ulaşım kullanan yolcular üzerinde mutlaka bir bilgi edinimi sağlayacaktır. Ancak izleyicilerde kapsamlı bir görüş değişikliği için ilgili kamu spotlarının sayısı, yayınlanma sıklığı ve içeriklerinin yeterli olup olmadığı da bir tartışma konusu olacaktır.

Risk Faktörleri

İlgili kamu spotlarında virüsün yapısı gereği görünmemesi, kalabalık ortamların tehlikesi, hızlı yayılımı, maruz kalma süresi, sağlığa etkisi gibi faktörler süreçteki ana riskler olarak tariflenmiştir. Korunma önlemlerinin de bu riskler gözetilerek planlanması izleyiciler üzerinde tutum ve davranış değişikliği yaratması açısından daha etkili sonuçlar verebilecektir.

Süreçte Zayıf Alanlar

Her ne kadar kamu spotları ile gerekli mesajlar verilmeye çalışılsa bile yolcuların farklı eğitim ve kültür seviyelerinde olması, toplu ulaşım kullanan tüm kitlenin aynı bilinç düzeyine sahip olmaması, bazı kişilerin isteksiz ve duyarsız tutumları ve uyarıcı eksiklikleri süreçte zorlanma alanları olarak öne çıkabilecektir.

Fiziksel Ortam

Kamu spotları incelendiğinde odak noktası husus olarak fiziksel ortam kavramı ön plana çıkmaktadır. Fiziksel ortamların istenilen yeterliliğe sahip olması önlemler kısmında destekleyici bir alt boyut olarak görülebilir. Bu başlık altında havalandırmadan, sterilizasyon yeterliliğine, kapasiteden teknolojik altyapıya kadar mekanların ulaşım tercihindeki önemi vurgulanmaktadır.

Fiziksel ortamın kalitesi ile sağlıklı toplu ulaşım paralel ilerleyen süreçler gibi görülmektedir.

Korunma Önlemleri

Kişisel önlemler olan maske, mesafe, hijyen kurallarına önem verilmesi kamu spotlarında sıklıkla işlenen oldukça önemli başlıklar olmakla birlikte, otoritenin alacağı önlemlerin etkisi de süreçte birincil seviyede önemli gösterilmektedir. Toplumdaki bilinç düzeyindeki farklılıklar göz önüne alındığında otoritenin alacağı kural koyucu önlemlerin önemi daha çok öne çıkmaktadır.

Burada etkin önlemler için kişilerin sadece kendi aldıkları önlemlerle kalmayıp çevresini de bir anlamda olumlu anlamda dizayn etmeye çalışması ve sorumlu davranış içerisinde olması gerektiğini de unutmamak gerekmektedir.

SONUÇ

Göstergebilim üzerinden yapılan incelemeler dört farklı ulaşım aracı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araçlardan otobüs ve metro Sağlık Bakanlığı tarafından, uçak ve hızlı tren konulu filmler ise Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı tarafından hazırlanmıştır.

Otobüs ve metro konulu kamu spotlarında izleyicilere verilmek istenen mesajda, kişileri bireysel önlem almaya yönlendirici mesajların daha yaygın olduğu görülmektedir. İlgili filmler kapsamında virüsün görünmezliği bastırılırken etkin bir korunmanın kişisel önlemler üzerinden sağlanabileceğinin önemi işlenmiştir. Oysa uçak ve hızlı tren konulu filmlerde yayılım sürecinin kontrol altına alınmasında etkili önlemler belirtilirken otoritenin aldığı önlemlerin baskın etkisi birincil olarak işlenmektedir. Dolayısıyla Sağlık Bakanlığı kişisel tedbirlerin süreçteki gereksinimini ön plana çıkarırken Ulaştırma Bakanlığı referanslı spotlarda otoritenin önlemlerinin etkisi ön plana çıkmaktadır.

İçeriği uçak ve hızlı tren ile ilgili olan kamu spotlarında, ciddiyetle alınan önlemler sayesinde bu toplu ulaşım araçlarının güvenli bir seyahat için kullanılabilmesi izlenimi görülmektedir. Bu toplu ulaşım araçlarında yer

numaralarına göre yolcu alımı yapılması, taşıma anındaki insan sirkülasyonunun az olması, fiziki ortamlarının kontrollü ve teknolojik altyapıya sahip olması ile ana sorumluluğun önemli kısmının kişilerin inisiyatifine bırakılmadığı vurgulanmaktadır. Bu sayede sosyal mesafeyi korumak için özellikle hızlı trenlerde koltuk boşluğu bırakılarak, havalimanlarının da teknolojik altyapı ve kontrollü fiziki ortamından da yararlanarak, otobüs ve metro spotlarında baskın olarak işlenen bulaş riskinin, bu araçlarda azaltıldığı izlenimi verilmektedir.

Şehir içinde sıklıkla kullanılan otobüs ve metro konulu spotlarda işlenen kişisel önlemlerin korunmadaki önemi olgusu ise belirtilen toplu ulaşım araçlarından katılımcıların uzaklaşmasına etki yapacak şekilde değerlendirilmektedir. Burada toplumun tümünün aynı bilinç ve eğitim seviyesinde olmaması uygulamada dikkat çekecek zorlanma alanları olarak öne çıkabilir. Otoritenin ana kural koyucu ve zorlayıcı etkisini daha tercih edilen bir yöntem olarak gören kitle seçim tercihlerinde otorite önlemlerinin etkin olduğu ulaşım araçlarını tercih edecektir.

Sonuç olarak otobüs, metro gibi ulaşım araçları, kontrolün büyük oranda yolcuların inisiyatifinde olduğu, hızlı tren ve uçak ise kontrolün büyük oranda otorite ve kurumlarda olduğu alanlar olarak ön plana çıkmaktadır.

Araştırmacıların da süreçte zorlanma alanları olarak nitelediği olguların, toplumdaki duyarlılık seviyesinin herkeste istenen eşit düzeyde olmaması gibi bireysel yeti eksikliklerine dayanmasından dolayı otoritenin zorlayıcı etkisinin önemi özellikle vurgulanmaktadır.

İlave olarak her ne kadar uçak ve hızlı tren üzerinden verilen mesajlar, daha ziyade güven ve umut duygusu odaklı olsa da alınan önlemlerin uygulanabilirliği hususunda bireylerde kuşku bırakmayacak şekilde nitelikli bilimsel verilerin sunulmasının endişeleri ortadan kaldırmak adına faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Gelecek süreçte farklı halkla ilişkiler uygulamaları ile otorite tarafından kişilerin olası kuşkularını asgariye indirecek detaylı kanıtların ortaya konmasının toplu ulaşım kullanımına duyulan güveni

arttıracağı ön görülmektedir.

Kaynakça

Abbasgil, Elif. (1994). *İstanbul'daki Toplu Taşımacılık Kapsamında Raylı Sistemlerin Değerlendirmesi (Esenler- Aksaray Hızlı Tramvay Örneği)*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Açııcı, F. ve Bal, Havva Beril. (2020). Göstergibilimsel Analiz Üzerinden Tasarımı Anlamak: Sallanan At Üzerine. *Art-Sanat*, 13: 293-312

Atabani, A., Badruddin I.A., Mekhilef, S., Silitonga A. (2011). A Review on Global Fuel Economy Standards, Labels and Technologies in the Transportation Sector. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*; 15: 586-610

Bator, R., Cialdini, R. (2000). The Application of Persuasion Theory to the Development of Effective Proenvironmental Public Service Announcements. *Journal of Social Issues*, Vol. 56, No. 3, pp: 527-541

Bütün, M., Selçuk, M., Akadal, E., Gülseçen, S. (2018). Kamu Spotlarının Etkililiği Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 11 (2): 273-291

Dal Canbazoglu, A. (2020). Türkiye'de Covid-19 Yeni Koronavirüs Hastalığı Vakasının Ortaya Çıktığı ve Yayılmaya Başladığı İlk Günlerde Yayınlanan Kamu Spotu ve Reklamın İzleyici Üzerindeki Etkisi. *Turkish Studies*, 15(6): 351-389

Dirgahayania, P. (2013). Environmental Co-Benefits of Public Transportation Improvement Initiative: The Case of Trans-Jogja Bus System in Yogyakarta, Indonesia, *Journal of Cleaner Production*. Volume 58, 1 November 2013, Pages 74-81

Dziekan, K. (2008). *Ease-Of-Use in Public Transportation—A User Perspective on Information and Orientation Aspects*. Sweden: Royal Institute of Technology. Stockholm.

Dzisi, E. and Dei, O. (2020). Adherence to Social Distancing and Wearing of Masks Within Public Transportation During the Covid-19 Pandemic. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*. Part 7. 100191: 1-6

Gazi, M. A., Çaku, C. (2019). Engelli İstihdamına Yönelik Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları: Amerika Birleşik Devletleri Çalışma Bakanlığı Üzerine İnceleme. *Sosyal Güvenlik Dergisi (Journal of Social Security)*. 9(2): 409-430

Gershon, Robyn R. M. (2005). Public Transportation: Advantages and Challenges. *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, Vol. 82, No. 1, The Author. Publish: 7-9

Gökdağ, M. (2005). Kentsel Ulaşımında Karayolu ve Raylı Taşıma Sistemlerinin Bazı Önemli Faktörlere Göre Karşılaştırılması. Ulaşım ve Trafik Kongresi Sergisi, Sayı:1, ss. 394- 400

Heath, R. L. (2013). *Encyclopedia of Public Relations: Vol. 2nd edition*. Sage Publications, Inc. Houston, Dc.

Hiscock, R., Macintyre, S., Kearns, A., Ellaway, A., (2003). Means of Transport and Ontological Security: Do Cars Provide Psycho-Social Benefits To Their Users? *Transport Research*. Part D 7: 119-135.

İstanbul Ticaret Odası (İTO) (2003). Şehir İçi Toplu Taşımacılık Hizmetleri Değerlendirmesi. Prive Grafik Matbaacılık. Yayın No:58 Kamu Spotu Nedir? www.kamubulteni.com (Erişim: Şubat 2024).

Kenworthy, J.R. and Laube, F.B. (1996). Automobile Dependence in Cities: An International Comparison of Urban Transport and Land Use Patterns With Implications for Sustainability. Institute for Science and Technology Policy. Murdoch University, Perth, Australia. 16: 279-308

Litmann, T. (2013). Transportation and Public Health. *The Annual Review of Public Health*. Vol. 34: 217-233

Mazıcı, E.T., Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3): 290-306

Morgan D.L. and Spanish M. T. (1984). Focus Groups: A New Tool for Qualitative Research *Qualitative Sociology*. 7(3) Fall: 253-270

Nan, Xi. (2008). The Influence of Liking for a Public Service Announcement on Issue Attitude. *Communication Research*. Volume 35 Number 4: 503-528

Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in Gösterge Kavramı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2/1: 32-45

Parmentier, R. (2016). *Signs and Society: Further Studies in Semiotic Anthropology*. Indiana University Press.

Parsa, S., Parsa A.F. (2012). *Göstergebilim Çözümlenmeleri*. Ege Üniversitesi Basımevi. İzmir.

Public Service Announcements. (2019). Salem Press Encyclopedia, Research Starters. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (Rtük). <https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari-yonergesi/3795> (Erişim: Ocak 2024).

Sağlık Bakanlığı. Seyahat Sağlığı ve Enfeksiyon Hastalıkları. www.seyahatsagligi.gov.tr (Erişim: Şubat 2024)

Shapiro, R.J., Hassett, K.A., Arnold F.S. (2002). Conserving Energy and Preserving the Environment: The Role of Public Transportation. American Public Transportation Association. Washington, Dc.

Shen, J., Duan H., etc. (2020). Prevention and Control of Covid-19 in Public Transportation: Experience from China. *Environmental Pollution*. 266. Part 2. 115291: 1-5

Tanca, A., Ünal, F. (2018). Kitap Okuma Kültürü Konulu Kamu Spotunun Göstergebilimsel Analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*. Cilt: 11 Sayı: 55: 721-728

Yıldırım, E. (2020). Kamu Spotlarında Çekicilik ve Örnek Spot Çözümlenmeleri. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi (Sosgüz)*, Cilt: 2, Sayı: 3, ss.:177-188