



Abant Sosyal Bilimler Dergisi

Journal of Abant Social Sciences

2022, 22(2): 503 – 518, doi: 10.11616/asbi.1089812



Kamuyu Bilgilendirme Modeli Bağlamında Covid-19 Pandemisine İlişkin Yapılan Bilgilendirmelerin Algılanması: Bolu İli Örneği

Perception of Information About the Covid-19 Pandemic in the Context of the Public Information Model: The Example of Bolu Province

Fatma Akar¹ 

Geliş Tarihi (Received): 18.03.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 08.04.2022

Yayın Tarihi (Published): 31.07.2022

Öz: Çalışmanın amacı tüm Dünya'yı ekonomik, psikolojik ve sosyolojik açıdan olumsuz etkileyen Covid-19 pandemisi sürecinde Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından pandemi ile ilgili çeşitli araç ve ortamlarda gerçekleştirilen bilgilendirme faaliyetlerinin toplum tarafından nasıl algılandığını ölçmektir. Çalışmanın evrenini Bolu'da yaşayan 15 yaş üstü bireyler, örneklemini ise bu kişilerden rastgele seçilen 355 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada veriler nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniğiyle toplanmıştır. Anket çalışması pandemi şartlarından dolayı Google Anket uygulaması ile çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere bakıldığında katılımcıların %76,1'inin aşı olduğu; cinsiyet açısından kadınların, yaş olarak 41-60 yaş aralığındaki bireylerin ve aşı olmayanlardan ziyade aşı olanların Sağlık Bakanlığı tarafından pandemi ile ilgili yapılan bilgilendirme çalışmalarına daha fazla önem verdikleri bulunmuştur. Ayrıca aşı olanların ve üniversite mezunlarının Covid-19 virüsü ile ilgili daha fazla kaygı ve endişe duydukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Kamuyu Bilgilendirme Modeli, Covid-19.

&

Abstract: The aim of the study is to measure how the information activities carried out by the Ministry of Health of the Republic of Turkey in various media channels regarding the pandemic are perceived by the society during the Covid-19 pandemic, which has negatively effected the whole world economically, psychologically and sociologically. The population of the study consists of individuals over the age of 15 living in Bolu, and the sample consists of 355 randomly selected people. In the study, the data were collected by the questionnaire technique, which is one of the quantitative research methods. The survey was carried out online with the Google Survey application due to the pandemic conditions. Considering the data obtained, 76.1% of the participants were vaccinated, women in terms of gender, individuals between the ages of 41-60 and those who were vaccinated rather than those who were not vaccinated give more importance to the enlightenment efforts conducted by the Ministry of Health about the pandemic. It has been determined that those who have been vaccinated and university graduates are more worried and concerned about the Covid-19 virus.

Keywords: Public Relations, Public Information Model, Covid-19.

Atıf/Cite as: Akar, F. (2022). Kamuyu Bilgilendirme Modeli Bağlamında Covid-19 Pandemisine İlişkin Yapılan Bilgilendirmelerin Algılanması: Bolu İli Örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 503 - 518. doi: 10.11616/asbi.1089812

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

¹ Öğr. Gör. Dr., Fatma Akar, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, fatmaakar@ibu.edu.tr.

1. Giriş

Covid-19 virüsünden insanlar ilk olarak 31 Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde kaynağının ne olduğu bilinmeyen bir solunum yolu hastalığı olarak haberdar oldular. İlk başlarda diğer ülkeler bu hastalığın yayılabileceğini öngöremediler ve virüsün Çin ile sınırlı kalacağını düşündüler. Ancak virüs hızla kişiden kişiye bulaşmaya ve 2020 Ocak ortasında da Çin dışındaki diğer ülkelerde de görülmeye başladı. 11 Mart 2020'de ise hastalık Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel salgın olarak ilan edildi. 13 Mart 2020 itibarı ile de Avrupa salgının merkezi haline geldi (Güreşçi, 2020: 57). Salgının bu denli yayılacağını beklemeyen hem Avrupa ülkeleri hem de Amerika bu sağlık krizini yönetmede iyi bir sınav veremediler. Türkiye'de ise ilk Covid-19 vakası 11 Mart 2020 görüldü. Covid-19 virüsünün Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilmesinden hemen sonra Türkiye gerekli önlemleri hızlı bir şekilde almaya başladı. Krizin başlarında Türkiye'nin sağlık alt yapısının iyi olması ve pandemiye karşı proaktif bir kriz yönetimi yaklaşımını benimsemesinden dolayı krizden Avrupa ve Amerika kadar kötü etkilenmediği söylenebilir (Akar, 2021: 252).

Halkla ilişkilerin Grunig ve Hunt tarafından geliştirilen modellerinden ikincisi olan kamuyu bilgilendirme modeli hem kamu kurumlarınca hem de özel kurumlarca sık kullanılan modellerden biridir. Kamuyu bilgilendirmede en önemli amaç kurum tarafından gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin bilgilerin topluma çarpıtılmadan olduğu gibi duyurulmasıdır (İlgin ve Ulupınar, 2020: 502). Kriz dönemlerinde krizin sebepleri, gidişatı ve çözüm yolları hakkında kamunun bilgilendirilmesi krizin çözümünde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak yapılan bu bilgilendirmelerin açık ve şeffaf olması kamu desteğinin sağlanmasında çok daha önemlidir. Bilgiye ulaşmanın çok kolay olduğu günümüz şartlarında bilginin saklı kalması pek mümkün değildir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı değişim toplumunda değişmesine yol açmıştır. Toplum artık daha fazla araştıran, haklarını bilen ve bunun için mücadele eden bireylerden oluşmaktadır. Bu durum hem kamu kurumlarını hem de özel kurumları gerçekleştirdikleri faaliyetlerde topluma hesap verebilirlik noktasında daha özenli olmaya zorlamaktadır.

Covid-19 pandemisi tüm Dünya'yı ekonomik, sosyal ve psikolojik açıdan etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir. Tüm ülkeler iki yıldan fazla bir zamandır bu salgınla mücadele etmekte. Covid-19 pandemisi bir sağlık krizi olduğu için mücadelede yükün büyük kısmı sağlık bakanlıklarının üzerindedir. Sağlık Bakanlıklarının yükü yalnızca hastalığı tedavi etmekle sınırlı değildi. Aynı zaman da, halkın Covid-19 pandemisinin ne olduğu, nasıl bulaştığı, korunma yolları, tedavi yolları, Covid-19 aşısının etkinliği, içeriği, aşı tedarik durumu hakkında halkın bilgilendirilmesi ve halkın tedbirlere uyma ve aşı olma konusunda ikna edilmesi de Sağlık Bakanlıklarının görevleri arasındadır.

Bu çalışmanın temel amacı Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 virüsü ve aşısı hakkında kamuyu bilgilendirme amaçlı yapılan tanıtıcı, bilgilendirici ve ikna edici tanıtım faaliyetlerinin hedef kitleler tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaktır. Bu amaçla Bolu ilinde ikamet eden farklı demografik özelliklerdeki kişilerle bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Çalışma örnekleminin belirlenmesinde basit rastlantısal örneklem esas alınmıştır. Anket, Bolu'da ikamet eden 400 kişiye online olarak uygulanmış ve ön incelemeler sonucu 355 anketin analiz için uygun olduğu görülmüştür. Gerçekleştirilen anket çalışması sonucu elde edilen veriler SPSS 25 programında analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin analiz edilmesinde katılımcıların özelliklerini ortaya koymak amacı ile frekans analizi, değişkenler arası farklılıkları ortaya koymak amacı ile T testi ve ANOVA testi ve kullanılan ölçeğin yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla da faktör analizi uygulanmıştır.

2. Halkla İlişkiler, Değişen Kamu ve Kamuyu Bilgilendirme Modeli

Sanayileşme, küreselleşme ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler kamuoyunun da değişimini beraberinde getirmiştir. Günümüzde kamunun kurumlardan beklentisi hem değişmiş hem de artmıştır. Kamunun beklentilerinin değişmesi bir yandan kurumları daha fazla sosyal sorumluluk içerisinde

hareket etmeye ve hesap verebilir bir politika izlemeye iterken diğer taraftan da hedef kitleleri olan kamularla daha etkili iletişim kurmaya onları zorlamıştır. Bu durum halkla ilişkiler birimlerini kurumlarda daha önemli ve stratejik bir konuma taşımıştır. Halkla ilişkiler, kurum ile hedef kitlesi arasında ilişkilerin kurulması, sürdürülmesi ve her iki tarafın da yararına olacak ilişkinin inşa edilmesinde çok önemli bir rol üstlenmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin tarihsel gelişimine bakıldığında, ilk başlarda halkla ilişkilerin yalnızca basında mümkün olduğu kadar çok yer almak olarak değerlendirildiği görülmektedir. Daha sonraki süreçte dünyada meydana gelen gelişme ve değişimlere paralel olarak halkla ilişkilerin anlam ve işlevi de değişmiştir. Artık halkla ilişkilere hedef kitlelerle ilişkilerin stratejik yönetilmesinde çok önemli bir görev yüklenmektedir. Hem özel kuruluşlar hem de kamu kurumları, kamu ile ilişkilerinde halkla ilişkiler disiplininin yöntemlerinden her alanda fazlaca yararlanmaktadır (Boztepe, 2013: 88).

Halkla ilişkiler faaliyetleri, hedef kitle ile ilişkilerin geliştirilmesinde Grunig ve Hunt tarafından ortaya konan dört model çerçevesinde yürütülmektedir. Bunlar basın ajansı/tanıtım modeli, kamuyu bilgilendirme modeli, iki yönlü simetrik model ve iki yönlü asimetrik modeldir (Grunig vd., 2002: 308).

Basın ajansı/tanıtım modeli, bir kişinin, ürünün ya da bir kurumun, kamunun dikkatinin çeşitli yöntemlerle çekilerek tanıtılması esasına dayanmaktadır. Doğruluğun ve gerçekliğin aranmadığı ve tek yönlü iletişimin gerçekleştiği bu modelde en önemli amaç kamuda istenilen tutum ve davranış değişikliğinin meydana gelmesidir (Okay & Okay, 2002:104). Halkla ilişkilerin ilk modeli olan ve 1830'lu yıllarda gerçekleştirilen halkla ilişkiler çalışmalarını kapsayan basın ajansı/tanıtım modelinde başarının ölçütü medyada mümkün olduğu kadar çok yer almadır. Bu modelin önemli bir diğer özelliği karşılıklı anlayışın sağlanmasının önemli olmamasıdır (Fawkes, 2001: 8). Karşılıklı faydanın, doğruluğun ve dürüstlüğün aranmamasından dolayı bu modelde amaç propagandadır (Banks, 1996: 11).

Basın ajansı/tanıtım modelinin en önemli temsilcisi P.T Barnum'dur. Sirklerde şovmenlik yapan Barnum, isminin doğru yazılması koşuluyla gazetelerde kendisiyle ilgili olumsuz haberlerin çıkmasına aldırmadığını belirterek "Reklamın iyisinin kötüsünün olamayacağını" ifade etmiştir. Barnum, bu düşüncesini destekleyen birçok uygulama gerçekleştirmiştir. Bu uygulamalardan en bilineni George Washington'un hemşiresi ile ilgili yaptığı uygulamadır. Barnum, hizmetçinin 160 yaşında olduğunu iddia etmiş ve hizmetçiyi merak edip görmeye gelenlerden 1500 dolar gelir elde etmiştir. Ancak hizmetçi öldükten sonra yapılan otopside hizmetçinin 80 yaşında olduğu ortaya çıkmıştır (Grunig ve Hunt, 1984: 28).

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişim sürecinde geçirmiş olduğu anlayış değişiklikleri bağlamında basın ajansı/tanıtım modelinden sonra kamuyu bilgilendirme modeli kapsamında ortaya konan anlayışın hakim olduğu bilinmektedir. Ancak bu çalışma kamuyu bilgilendirme modeli doğrultusunda tasarlandığı için ilgili modele ilişkin bilgiler daha kapsamlı bir şekilde ilerleyen kısımlarda ele alınmıştır.

Halkla ilişkiler modellerinden iki yönlü asimetrik modelin en önemli temsilcisi ise Edward Bernays'dır. Bu modelde kamuya, kuruluşla ilgili bilgi veren halkla ilişkiler uzmanları kamunun görüşlerini de yönetime yansıtmaktadırlar (Göksel ve Yurdakul, 2002: 17). Bu model I. Dünya Savaşı esnasında Amerika'nın savaşa dahil olmasında kamunun desteğini sağlamak amacı ile kullanılmıştır. Model kamuyu bilgilendirme modeline benzese de bu modelden ayrıldığı en önemli nokta yapılan bilgilendirmelerin, insanların inandıklarına ve duymak istediklerine hitap eden mesajları içeriyor olmasıdır (Grunig ve Hunt, 1984: 38). İki yönlü asimetrik modelde kamudan gelen geri bildirimler kurumun kendini değiştirmesi, halkın beklentilerine göre kendinde değişikliğe gitmesi amacıyla değil kamunun kurumun istekleri doğrultusunda ikna edilmesinde yol gösterici olarak kullanılmaktadır.

İki yönlü simetrik model ise Grunig ve Hunt tarafından ortaya konan dört model içerisinde halkla ilişkiler faaliyetleri için en uygun model olarak kabul edilir. Çünkü bu modelde her iki tarafın da faydasına olacak bir iletişim faaliyeti gerçekleştirilir.

İki yönlü simetrik modelde halkla ilişkiler uygulayıcıları, kurum ile kamu arasında aracı konumundadırlar ve ikisini ortak paydada buluşturmak için çalışırlar. Modeli iki yönlü asimetrik modelden ayıran en önemli özellik, kurumun kamudan aldığı geri bildirimlerden etkilenmesi ve bunun sonucunda kurum politikalarında değişikliğe gitmesidir (Peltekoğlu, 2018: 131).

Bir diğer halkla ilişkiler modeli olan kamuyu bilgilendirme modeli, özellikle devlet kurumları tarafından en çok tercih edilen modeldir. Çünkü ülkeyi yöneten kişilerin halk ile kurduğu iletişim biçimi de genellikle bu modele dayanmaktadır. Bunun yanında kar amacı gütmeyen kuruluşlar olan dernekler, vakıflar, sendikalar ve diğer tüm sivil toplum kuruluşları da hedef kitlelerini bilgilendireceklerinde veya haklarındaki herhangi olumsuz bir haberle ilgili açıklama yapmak istediklerinde kamuoyu bilgilendirme modelini tercih etmektedirler. Ancak bu model tek yönlü iletişime dayandığı için yapılan bilgilendirmelerin hedef kitle tarafından nasıl algılandığı bilinmemektedir (Kalyon, 2012: 46).

20. yüzyıl Amerika'da sanayileşmenin hızla arttığı ve büyük işletmelerin ortaya çıktığı dönemdi. Bu dönemde işletmelerin sebep olduğu çok büyük bir sorun vardı. Şöyle ki işletmeler yüksek kar elde etmeyi öncelikle insan sağlığı ve güvenliğini göz ardı ediyorlardı. İşletmelerin bu tavırları "Raking the Muck" adı verilen bir grup gazeteci tarafından manşetlere taşınıp eleştirilmeye başlayınca işletmeler kendilerini savunma ihtiyacı duymuşlardır. Bu durum halkın aydınlatılmasının gerekliliğini vurgulayan yeni bir halkla ilişkiler anlayışının (modelinin) ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Grunig ve Hunt, 1984: 30-33). Kamuyu bilgilendirme adı verilen bu model, bir kurumun tek yönlü iletişim süreci içinde kamuya doğruları içeren bilgiyi iletmesi gerektiği anlayışı üzerine kurulmuştur (Mcquail and Windahl, 1997: 226). Kamuyu bilgilendirme modelinin amacı, kurum tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin topluma doğrudan şeffaf bir şekilde anlatılması ve bunun sonucunda toplumda kuruluş lehine olumlu tutumların gelişiminin sağlanmasıdır.

Bu modelin ilk uygulayıcısı Ivy Lee'dir. Lee 1900'lü yıllarda ABD'de "Standart Oil", "Chrysler" ve "American Tobacco" gibi önemli işletmelere danışmanlık yapmıştır. Lee 150.000 kişinin katıldığı antrasit kömür grevinde gizliliğin grevin çözülmesine katkı sağlamadığını ve olayların topluma tüm gerçekliği ile anlatılmasının daha doğru olacağını ifade etmiştir. Lee'ye göre kamuyu bilgilendirme modelinde halkla ilişkilerin görevi, kurumların faaliyetleri konusunda toplumun doğru ve dürüst bir şekilde bilgilendirilmesidir (Grunig ve Hunt, 1984: 33).

Basınla ilişkilerin çok önemli olduğu kamuyu bilgilendirme modelinde, halkın bilgilendirilmesi her zaman kurumun yararına. Bu modele göre kurumun en önemli görevi olumlu ya da olumsuz her bilginin basınla paylaşarak inisiyatifi elinde tutmaktır. Kamuyu bilgilendirme modelini basın ajansı duyuru modelinden ayıran en önemli yönü doğru bilginin halk ile paylaşılmasıdır. Bu sayede halkın kurum ile ilgili şüpheleri ortadan kaldırılabilir ve kurum hakkında halkta olumlu bir tutum oluşturulabilir (Pira, 2005: 23).

Günümüz koşulları hem özel kurumlar için hem de kamu kurumları için toplum ile iş birliği ve uyum içinde çalışmayı zorunlu hale getirmiştir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bilgilerin gizli kalmasını daha da sınırlandırmıştır. Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen en ufak bir gelişmeden çok kısa sürede dünyanın neredeyse tamamı haberdar olabilmektedir. Ayrıca demokratik yönetimlerin yaygınlaşması, insanların kendilerini daha kolay ifade etmelerine ve haklarını aramalarına olanak tanımaktadır. Günümüzde herhangi bir sorunla ilgili çok kısa sürede kamuoyu oluşabilmekte ve bu kamuoyu, olayın sorumlusu olan kurum ya da kişi üzerinde baskı kurabilmektedir.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve devletlerin yönetim yapısının değişmesi kurumları daha sosyal sorumlu davranmaya zorlamaktadır. Ürünlerini, fikirlerini ve hizmetlerini satmak ya da kabul ettirmek isteyen kurumlar, hedef kitleleri ile ilişkilerini kontrollü bir şekilde yürütmeleri gerektiğinin bilincinde olarak halkla ilişkiler faaliyetlerine daha fazla önem vermektedirler. Bu manada halkla ilişkiler, kurumun hedef kitlesi ile iyi ve her iki tarafın da faydasına olacak ilişkilerin kurulmasında anahtar bir rol üstlenmektedir.

3. Covid-19 Pandemisi

Toplumsal ve ekonomik etkileri ile tüm ülkeleri derinden etkileyen ve yaklaşık iki yıldır insanların hayat akışını bozan Koronavirüs hastalığı (Covid-19), Sars-Cov-2 virüsünün neden olduğu bulaşıcı bir hastalıktır (<https://www.who.int>).

Koronavirüs dünyada ilk olarak Çin'in Wuhan şehrinde 31 Aralık 2019'da ortaya çıkmıştır. İlk etapta vakaların çoğunluğu Çin'de olmakla birlikte aynı tarihlerde Japonya, Hong Kong, Tayvan, Makau, Güney Kore, Tayland, ABD, Vietnam ve Singapur'da da Çin'e seyahat etmiş kişilerde hastalık tanımlanmıştır. Türkiye'de de ilk vaka 11 Mart 2020'de görülmüştür (Özlu & Öztaş, 2020: 470). Dünya Sağlık Örgütü de tüm dünyada görülmeye başlayan Covid-19'u Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü gün pandemi olarak tüm dünyaya duyurmuştur.

Dünya Sağlık Örgütü tarafından 28 Ekim 2021 tarihli durum raporunda dünyada toplam aktif vaka sayısı 244,897,177, toplam ölüm ise 4,970.429 olarak belirtilmiştir (<https://covid19.who.int/>). Türkiye'nin 28 Ekim 2021 tarihli Covid-19 tablosuna bakıldığında, toplam vaka sayısı 7.601.626, toplam vefat sayısı ise 67.225 olduğu görülmüştür (<https://covid19.saglik.gov.tr/>).

Koronavirüs hastalığına yakalanan hastalarda görülen en yaygın belirtiler, yüksek ateş, öksürük, halsizlik, titreme, tat ve koku kaybı olarak görülmektedir. Bu belirtiler genel olarak virüs bulaştıktan sonra 2 ila 14 gün arasında ortaya çıkmaktadır. Virüsün insandan insana damlacık yolu ile bulaşmasından dolayı maske, mesafe ve hijyen kuralına riayet etmek virüsten korunmanın en doğru yolu olmaktadır (<https://covid19.saglik.gov.tr/>).

Covid-19 virüsü Çin'de ortaya çıkmasından çok kısa bir sürede hızla tüm dünyaya yayıldı. Bu hızlı yayılımın sebebi olarak diğer ülkelerin bunu Çin'in bir sorunu olarak görmeleri ve virüsün orda kalıp kendi ülkelerine ulaşamayacağı yanılgısına düşmeleridir. Ancak durum hiç öyle olmadı. Koronavirüs önce Avrupa'ya ardından da ABD ve Afrika'ya sıçradı. Sağlık alt yapısı olarak böyle bir pandemiye hazır olmayan ülkeler pandemiden en fazla etkilenen ülkeler oldular.

Dünyanın süper gücü ABD'de ilk vaka 20 Ocak 2020'de görüldü. Virüsün ciddiyetinin farkına varan birçok eyalet hemen önlem almaya ve pandemiye hazırlanmaya başladı. Ancak tüm önlemlere rağmen ABD Koronavirüs sınavında sınıfta kalan ülkelerden biri oldu. ABD yönetimi kriz sinyallerini zamanında öngöremediğinden gerekli tedbirleri almadı ya da alamadı ve bu krizde ne yazık ki başarısız oldu. Trump yönetimi salgının başladığı dönemde dünyada ve ABD'de yaşananları anlayamadı ya da ekonomiyi önceleyerek önlem almaktan kaçınmıştır. Bu da ABD içinde virüsün iki ay gibi bir sürede sesiz ve hızlı bir şekilde yayılmasına neden olmuştur (Özdemir, 2020: 1-2).

Avrupa'da ilk vaka 24 Ocak 2020'de Fransa'nın Bordeaux şehrinde görülmüştür. 17 Mart 2020 itibari ile de Karadağ'da vakaların görülmesiyle birlikte de Avrupa kıtasında vaka olmayan ülke kalmamıştır (<https://tr.wikipedia.org>). Avrupa ülkelerinden İngiltere başlarda pandemiye fazla ciddiye almayarak farklı bir kriz yönetim politikası uygulamıştır. Ülkede pandemiye yönelik hiçbir önlem alınmamış ve

sürü bağışıklığının gerçekleşmesi beklenmiştir. Ancak ülkede vaka ve ölüm oranlarının artması ile hükümet sürü bağışıklığı politikasından vazgeçmiştir.

İtalya ve İspanya Avrupa'da pandeminin ilk başlarında vaka sayısı en çok artan ülkeler olmuşlardır. Her iki ülke de krizi ön görememişler ve yanlış kararlar ile virüsün ülkede hızla yayılmasına yol açmışlardır. Ayrıca bu pandemi birçok Avrupa ülkesinin sağlık ekipmanı ve personeli açısından yetersiz olduğunu ortaya çıkarmıştır. Almanya'nın Covid-19 pandemisi ile mücadelede diğer Avrupa ülkelerinden daha başarılı olduğu ve krizi başarılı bir şekilde yönettiği söylenebilir. Almanya'nın zamanında ciddi önlemler alması ve sağlık alt yapısının daha iyi olması, bu başarıdaki en önemli unsur olmuştur (Yılmaz, 2020: 244-249).

4. T.C. Sağlık Bakanlığının Covid-19 Pandemisine İlişkin Tanıtım Çalışmaları

Yaklaşık iki yıldır tüm dünyayı etkisi altına alan, milyonlarca insanın ölümüne, ülke ekonomilerinin zayıflamasına, yüz yüze eğitimin durmasına neden olan Covid-19 virüsüne karşı her ülke bu virüsten kurtulmak ya da etkilerini minimuma çekerek normal hayata dönmek için önlemler almaya çalışmıştır. Bu süreçte okullar, alışveriş merkezleri, oteller, kafe ve restoranlar kapatılmış, sokağa çıkma yasakları getirilmiş, maske takmak zorunlu hale getirilmiştir. Ancak tüm bu önlemler virüsten tamamen ve sonsuza kadar kurtulmayı sağlamamıştır. Tek çarenin aşı olduğu konuşulmaya başlanmış ancak aşının bulunması ve insanlara uygulanması kısa vadede gerçekleşmemiştir.

Ümit bağlanan aşının bulunması için birçok ülkede aşı çalışmalarına hız verilmiştir. Normal koşullarda yeni bir aşının geliştirilmesi ve kullanıma sunulması 10 yıl ve daha uzun bir süre gerektirmektedir. Ancak Covid-19'un toplum sağlığı ve ülke ekonomileri üzerindeki yıkıcı etkisi bu süreci hızlandırmıştır. Bu nedenle Covid-19'a karşı aşı geliştirmek ya da bu virüsü ortadan kaldıracak tedaviyi bulmak tüm ülkelerin öncelikli hedefleri haline gelmiştir. Ülke liderleri aşı çalışmalarını kendi siyasi gelecekleri ve imajları için de bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Dönemin ABD Başkanı Donald Trump Covid-19 aşısını seçim vaadi olarak kullanmış ve aşının seçim öncesinde hazır olacağını duyurmuştur. Trump'ın bu açıklamasının ardından Rusya Devlet Başkanı aşılarının onaylandığını tüm dünyaya ilan etmiştir (Okuyay, 2020, 229). Türkiye de tüm dünya da olduğu gibi Covid-19 virüsü ve aşısına odaklanmış, vaka ve ölüm oranlarını azaltmak ve durdurmak için diğer ülkelerin aldıklarına benzer önlemler almıştır. Şöyle ki Türkiye'de de okullar ve iş yerleri kapatılmış, belirli aralıklarla da olsa sokağa çıkma yasağı ilan edilmiş ve tüm vatandaşlara maske takma zorunluluğu getirilmiştir.

Alınan bu tedbirler tüm dünyayı olduğu gibi Türkiye'yi de sosyal ve ekonomik olarak zor duruma sokmuştur. Daha sonra zaman zaman kontrollü normalleşmeye geçilmiş ancak vaka ve ölüm sayıları yükselince tekrar yasaklar getirilmiştir. Daha sonra Covid-19'dan kurtulmanın tek çaresi olarak düşünülen aşilar geliştirilip uygulama izni alınınca hükümet öncelikle Çin'in geliştirdiği aşı olan Sinovac aşısı için Çin hükümeti, sonra da Biontech aşısı için de Pfizer-Biontech ilaç firması ile satın alma anlaşması yapmıştır.

Ancak tüm bu gelişmeler yaşanırken başka bir sorun ortaya çıkmıştır. Aşı karşıtları Covid-19 virüsü ve aşısı ile ilgili komplo teorileri üretmeye başlamış ve özellikle sosyal medya ortamlarında insanları etkilemeye çalışmışlardır.

Hükümetler bir taraftan salgın ile uğraşırken diğer taraftan da bu komplo teorileri ile de mücadele etmek durumunda kaldılar. Toplumda Covid-19 virüsünü, virüsün bulaş yollarını, virüsten nasıl korunacaklarını ve aşıların bu virüsten korunmak için ne kadar önemli olduğunu anlatmak için Sağlık Bakanlığı çok yönlü bir kampanya yürütmüştür. Bu kampanya kapsamında Sağlık Bakanı Fahrettin Koca her akşam saat 19:00'da televizyonlardan canlı yayın yaparak pandemi döneminde oluşturulan ve Türkiye'nin önde gelen doktorlarının yer aldığı Bilim Kurulunun aldığı kararları, pandeminin ülkedeki seyrini, virüsten korunmanın yollarını, aşının önemini ve aşı tedarikine ilişkin bilgileri tüm topluma

aktarmıştır. Özellikle bu canlı yayınlarda insanlar, bu virüsten korunmaları için maske, mesafe ve hijyen kurallarına uymaları konusunda uyarılmıştır. Bu uyarılar çeşitli medya ortamlarında benzer şekillerde yapıldı ve yapılmaya da devam etmektedir. Bunlara ek olarak virüsten korunma yollarının anlatıldığı kamu spotları hazırlandı. Bu kamu spotlarında dikkat çekmek ve insanları ikna etmek için sevilen ve güvenilen sanat camiasından kişilere yer verildi. Aynı şekilde virüsünden korunma yollarının anlatıldığı afişler tüm kamu ve özel kurumlara asıldı.

Ayrıca Sağlık Bakanlığı kendi web sayfasında Covid-19 virüsü ve aşısı ile ilgili bilimsel verilere yer vermenin yanı sıra görseller ve videolarla halka virüsten korunma yollarını, virüsün bulaşma yollarını, aşılama takvimine ilişkin bilgileri, vatandaşların nerelerde aşı olabileceklerini, aşı randevularını nasıl oluşturabileceklerini, bilim kurulunun aldığı kararların neler olduğu ve aşı tedariki ile ilgili bilgileri sunmaktadır.

5. Araştırma Soruları

S.1. Katılımcıların aşılama oranları nedir?

S.2. Katılımcılar Covid-19 virüsü ve aşıları ile ilgili bilgilere nerelerden ulaşmaktadırlar?

S.3. Katılımcıların demografik özellikleri ile ölçeğe ait bilgilendirme faktörü arasında nasıl bir farklılık vardır?

S.4. Katılımcıların demografik özellikleri ile ölçeğe ait kaygı ve endişe faktörü arasında nasıl bir farklılık vardır?

S.5. Katılımcıların demografik özellikleri ile ölçeğe ait yeterlilik faktörü arasında nasıl bir farklılık vardır?

S.6. Katılımcılardan aşı olanlar ile bilgilendirme, kaygı-endişe ve yeterlilik faktörleri arasında bir farklılık var mıdır?

S.7. Katılımcılardan aşı olmayanlar ile bilgilendirme, kaygı-endişe ve yeterlilik faktörleri arasında bir farklılık var mıdır?

6.Yöntem

6.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Tüm dünyayı toplumsal ve ekonomik açıdan olumsuz şekilde etkileyen Covid-19 virüsüne karşı aşı çalışmalarına virüsün ortaya çıkmasından hemen sonra birçok ülkede hız verilmiştir. İlk koronavirüs aşısı, 2020'nin yaz aylarında Covid-19 virüsünün başlangıç yeri olan Çin'de, 2020 sonbaharından itibaren de birçok ülkede uygulanmaya başlamıştır. Türkiye'de koronavirüs aşısı ilk olarak Sağlık Bakanı ve Bilim Kurulu üyelerinin aşı olmasıyla 13 Ocak 2021'de başlamıştır. Bu tarihten itibaren Sağlık Bakanlığı aşı karşıtlığını önlemek ve insanları aşı olmaya teşvik etmek amacıyla koronavirüs aşısı ve aşılamanın önemi hakkında geleneksel kitle iletişim araçları, sosyal medya ve diğer iletişim ortamlarından faydalanarak bilgilendirme faaliyetlerine girişmiştir.

Bu çalışmada Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 virüsü ve aşısı hakkında kamuyu bilgilendirme amaçlı yapılan tanıtıcı, bilgilendirici ve ikna edici tanıtım faaliyetlerinin hedef kitleler tarafından nasıl algılandığını ortaya koymak amacıyla Bolu ilinde ikamet eden farklı demografik özelliklerdeki kişilerle 30 Haziran 2021 ve 30 Temmuz 2021 tarihleri arasında bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Çalışma örnekleminin belirlenmesinde basit rastlantısal örneklem esas alınmıştır. Anket, Bolu'da ikamet eden 15 yaş ve üzerinde, ankete katılmayı kabul eden 400 kişiye online olarak uygulanmıştır. Bu anketlerin ön incelemelerinin sonucunda 355 anketin analiz için uygun olduğu görülmüştür.

6.2. Veri Toplama Aracı

Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemisini kamuoyuna anlatma çabalarının halkla ilişkiler modellerinden biri olan kamuyu bilgilendirme modeli çerçevesinde incelemesi amacıyla iki bölümden oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Birinci bölümde 5'li likert türünde hazırlanmış 30 soru yer almıştır. İkinci bölümde ise katılımcılara öncelikli olarak aşı olup olmadıkları ve Covid-19 pandemisi ile ilgili bilgileri hangi kaynaklardan edindikleri sorulmuştur. Daha sonra T.C Sağlık Bakanlığının Covid-19 ile mücadelesine 1 ile 10 puan arasında bir puan vermeleri istenmiştir. Son kısımda ise katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, aylık geliri, yaşı ve eğitim durumu gibi sosyo-demografik özelliklerini ortaya koyacak açık uçlu sorulara yer verilmiştir.

Hazırlanan anket soruları katılımcılara uygulanmadan önce anlaşılabilirliğinin test edilebilmesi için anket, 50 kişiye uygulanmış, yine soru havuzunda yer alan soruların geçerliliği alandan 3 uzmana incelenmiş ve alınan geri bildirimler değerlendirilerek beşli likert tipinde hazırlanmış olan 30 sorudan 1., 2. ve 22. sorular elenmiş ve soru sayısı 27 ye düşürülmüştür.

6.2.1. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Katılımcıların Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisine ilişkin gerçekleştirmiş olduğu faaliyetleri nasıl algıladıklarını tespit etmek için hazırlanan anket formunda yer alan beşli likert tipindeki 27 soru kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinde ilk önce KMO Bartles puanlarına bakılmış literatürde yaygın kullanılan principal component ve döndürmede varimax kullanılmıştır. Ayrıca ilk analizde faktör sayısı atanmamış ve 1'in üzerindeki kabul edilecek şekilde serbest bırakılmıştır. Ancak faktör sayısı için ipucu verecek olan Scree Plot seçilmiştir. Ayrıca çalışmanın güvenilirliğinin yüksek olması için .40'ın altındaki soruların çalışmadan çıkarılması kararlaştırılmıştır.

Birinci analiz sonucunda maddelerin faktör değerleri en düşüğü .514 olmak üzere faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür. Diğer taraftan 1'in üzerinde birleşen toplam 6 faktör görülmesine karşın Scree Plot incelendiğinde 4 faktörlü bir yapının önerildiği görülmüştür. Bu durumda faktör sayısı 4 seçilerek ikinci analiz yapılmıştır.

İkinci analiz sonucunda maddelerin faktör yükleri incelenmiş ve hepsinin .40'ın üstünde olduğu gözlenmiştir. Daha sonra Rotated Component Matrix tablosu incelenmiş ve birden fazla faktörde yüksek değer veren, başka bir ifadeyle binişik faktör yığın 9. 10. 15. 18. 19. 20. 21. 26 ve 30. sorular çalışmadan çıkarılarak tekrar analiz yapılmıştır.

Üçüncü analiz sonucunda faktör yükleri incelenmiş ve .40'ın altında olan 8. 13. soru ve bulunduğu faktörde ters yönde (-) korelasyon veren 12. soru çıkarılmıştır. Scree Plot incelendiğinde bu kez 3 faktörlü bir yapının önerildiği görülmüştür. Bu durumda faktör sayısı 3 seçilerek tekrar analiz yapılmıştır analiz sonucunda faktör yükleri incelenmiş ve hepsinin .40'ın üstünde olduğu ve 15 soruluk 3 faktörlü bir yapının toplam varyansın %67,89'unu açıkladığı görülmüştür.

Tablo 1: Sağlık Bakanlığının Covid-19 Pandemisine Yönelik Faaliyetlerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

(Principal Component Analysis, Varimax Rotation, N= 355)

Bilgilendirme	\bar{x}	SD	Yük.	E. Val	Vary	α
				5,66	37,78	,91
Sağlık bakanlığı tarafından Covid-19 virüsünün bulaşma yollarına ilişkin yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	3,24	1,36	,889			

Kamuyu Bilgilendirme Modeli Bağlamında Covid-19 Pandemisine İlişkin Yapılan Bilgilendirmelerin Algılanması: Bolu İli Örneği

Perception of Information About the Covid-19 Pandemic in the Context of the Public Information Model: The Example of Bolu Province

Sağlık bakanlığı tarafından Covid-19 virüsünden korunma yollarına ilişkin yeterli bilgilendirme yapılmaktadır.	3,19	1,41	,845			
Sağlık bakanlığı tarafından öncelikli gruplara ne zaman aşı olacaklarına ilişkin yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	3,00	1,37	,819			
Sağlık bakanlığı tarafından bilim kurulunun Covid-19 pandemisine ilişkin aldığı kararlara ilişkin yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	2,97	1,31	,803			
Sağlık bakanlığı tarafından vatandaşlara nerelerde aşı olmaları gerektiğine ilişkin yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	3,36	1,32	,772			
Sağlık bakanlığı tarafından Covid-19 aşılarının yan etkilerine ilişkin yeterli bilgilendirme yapılmaktadır	2,63	1,24	,710			
Kaygı- Endişe	χ	SD	Yük.	E. Val	Vary	α
				2,96	19,79	,86
Virüsün laboratuvar ortamında üretildiğini düşünüyorum	3,73	1,30	,838			
Virüsün biyolojik silah olduğunu düşünüyorum	3,34	1,20	,835			
Uluslararası ilaç firmalarının bu virüsten ticari rant sağladığını düşünüyorum	3,89	1,25	,832			
Aşıların ticari amaçlar için üretildiğini düşünüyorum	3,42	1,35	,808			
Ölüm vakalarının artacağını düşünüyorum	3,43	1,16	,599			
Virüsün mutasyonlarla daha tehlikeli hale geldiğini düşünüyorum	3,81	1,23	,590			
Yeterlilik	χ	SD	Yük.	E. Val	Vary	α
				1,54	10,32	,81
Aşılanmanın gereken hızda gerçekleştiğini düşünüyorum	2,06	1,19	,875			
Aşı tedarikinde Türkiye'nin başarılı olduğunu düşünüyorum	2,30	1,27	,785			
Aşılanmanın yeterli olduğunu düşünüyorum	2,11	1,18	,779			

KMO Measure of Sampling Adequacy = ,855; Barlett's Test of Sphericity: $\chi^2=3216$; $df=105$ $p = ,000$; Açıklanan Toplam Varyans: %67,90; Cronbach's $\alpha = ,876$

Çalışmaya katılan deneklerin Covid-19 pandemisi ile ilgili Sağlık Bakanlığının gerçekleştirmiş olduğu faaliyetleri algılanmalarında etkili olan ilk faktör "Bilgilendirme" faktörüdür. Bilgilendirme faktörünün ilk faktör olarak ortaya çıkması katılımcıların Covid-19 pandemisi ile ilgili Sağlık Bakanlığı tarafından yürütülen çalışmalarını algılamalarında en etkili faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Faktör analizi sonucunda birinci faktör olan "Bilgilendirme" faktörünü açıklayan ve yükleri 0,40'tan büyük olan 6 madde tespit edilmiştir. Ayrıca bilgilendirme faktörünün güvenilirlik değeri (Cronbach's $\alpha = ,91$) ve özdeğeri (eigen value) 5,66 olduğu görülmüş olup bu değerler yeterli derecede tatmin edicidir. Çünkü birinci faktör tek başına toplam varyansın %37,78'ini açıklamaktadır.

Analizlerden sonucunda elde edilen ikinci faktör olan "Kaygı-Endişe faktörü, Covid-19 pandemisi ile ilgili katılımcıların korku ve şüphelerini ortaya koyan maddeleri altında toplamıştır. Bu faktörün altında toplanan 6 maddenin aritmetik ortalaması 3,81 ile 3,34 arasında, standart sapması ise 1,35 ile 1,16 arasında değişmektedir. Kaygı-Endişe faktörünün güvenilirlik değeri olarak Cronbach's $\alpha = ,86$ ve özdeğeri (eigen value) 2,96 olarak tespit edilmiştir. İkinci faktör olan bu faktör toplam varyansın %19,79'unu açıklamaktadır.

Yapılan analiz sonucunda üçüncü ve son faktör ise "Yeterlilik" faktörü olarak belirlenmiştir. Yeterlilik faktörünün altında sıralanan maddeler, "Aşılamanın gereken hızda gerçekleştiğini düşünüyorum", "Aşı tedarikinde Türkiye'nin başarılı olduğunu düşünüyorum", "Aşılamanın yeterli olduğunu düşünüyorum" şeklinde sıralanmaktadır. Tablo 1'e bakıldığında yeterlilik faktörü içerisinde sıralanan 3 maddenin aritmetik ortalamalarının 2,06 ile 2,30; standart sapmalarının ise 1,18 ile 1,27 arasında değiştiği görülmektedir. Yeterlilik faktörü toplam varyansın %10,32'sini açıklarken güvenilirlik katsayısı Cronbach's $\alpha = ,81$ ve özdeğeri (eigen value) ise 1,54 şeklinde gerçekleşmiştir.

6.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Kökeni geleneksel olarak genel faktör analizlerine dayanan DFA, son yıllarda çoğunlukla sosyal bilimlerde ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarındaki geçerlilik analizlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Çapa, Çakıroğlu ve Sarıkaya, 2005; Ceylan, İspir ve Özpolat, 2019). AFA hipotez kurmak için bir bilgi edinme ve/veya belirleme işlevi sağlarken, DFA ise AFA ile belirlenen faktörlerin birbirleriyle ilişkilerini inceleyerek, faktörlerin modeli açıklamadaki yeterlilik durumunu, uyum indeksleri verileri ile doğrulamak amacıyla kullanılır (Özdamar, 2004; Şimşek, 2007). Bu çalışmanın DFA analizleri yapısal eşitlik modellemede kullanılan istatistiksel bir yazılım olan AMOS (Analysis of Moment of Structure) (Meyers; Gamst ve Guarino, 2006) programı ile yapılmış ve şu bulgular elde edilmiştir:

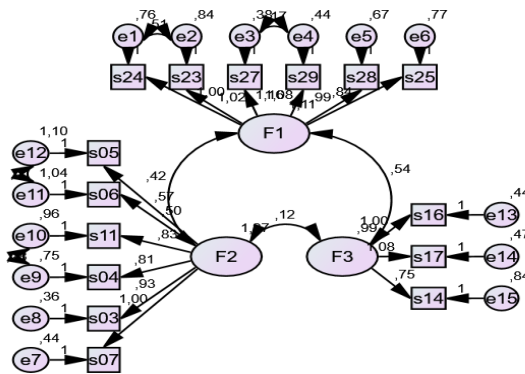
Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonrasında Elde Edilen Uyum İndeksleri

UYUM İNDEKSLERİ	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	DFA'dan Elde Edilen Uyum İndeksleri
CMIN (χ^2 /df.)	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$02 \leq \chi^2/sd \leq 5$	3,125
GFI	$,95 \leq GFI \leq 1,00$	$,90 \leq GFI \leq ,95$,91
CFI	$,95 \leq CFI \leq 1,00$	$,90 \leq CFI \leq ,95$,94
AGFI	$,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$,85 \leq AGFI \leq ,90$,87
NFI	$,95 \leq NFI \leq 1,00$	$,90 \leq NFI \leq ,95$,92

IFI	$,90 \leq IFI \leq 1,00$	$,90 \leq IFI \leq ,95$,94
RMSEA	$00 \leq RMSEA \leq ,05$	$,05 \leq RMSEA \leq ,08$,07
SRMR	$,00 \leq SRMR \leq ,05$	$,05 \leq SRMR \leq ,10$,06

AFA analizleri sonucunda 15 sorudan oluşan 3 faktörlü ölçeğin DFA analizleri sonucu tüm faktörlerin birbirleriyle kabul edilebilir düzeylerde pozitif korelasyona girdikleri gözlenmiştir. Daha sonra ölçeğin model fit değerleri incelenmiş ve önerilen birkaç modifikasyon yapıldıktan sonra ölçeğin uyum indekslerinin; ki-kare ($\chi^2= 259,334$; $p= .000$, $df= 83$; $\chi^2/df= 3,125$) RMSEA= ,07; SRMR= ,06; GFI= ,91; AGFI= ,87; CFI= ,94; NFI= ,92; IFI= ,94 şeklinde kuramsal olarak kabul edilebilir düzeylerde anlamlı olduğu görülmüştür (bkz. Tablo 2)

Şekil 1: DFA Diyagramı



7. Bulgular

7.1. Katılımcıların Özelliklerine Ait Bazı Bulgular

Çalışma kapsamında katılımcılara aşı olup olmadıkları sorulmuş ve katılımcıların %76,1'i aşı olduklarını %23,9'u ise aşı olmadıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan katılımcıların büyük bir oranı aşı olmuştur. Çalışmanın yapıldığı dönemde Türkiye'de aşı olanların oranına bakıldığında 30 Temmuz itibari ile birinci, ikinci ve üçüncü doz korona virüs aşısı olanların sayısının 72 milyon 722 bin 544 olduğu görülmüştür (<https://www.haberturk.com>).

Çalışmada katılımcılara açık uçlu olarak sorulan sorulardan bir diğeri de “Covid-19 virüsü ve aşıları hakkında bilgileri nereden edirsiniz?” sorusu olmuştur. Bu soruya katılımcıların %39,4 sağlık çalışanlarından, %31,3’ü internet ve sosyal medya gibi yeni iletişim araç ve ortamlarından, %21,1’i gazete radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından, %6,8’i hepsinden, %1,4’ü ise ailem arkadaşlarımdan yanıtını vermişlerdir. Bu verilere bakıldığında katılımcıların bilgi edinmede kaynağın alanında uzman ve güvenilir olma kriterini göz önünde bulundurarak Covid-19 virüsü ve aşısı ile bilgileri daha çok sağlık çalışanlarından almayı tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların ikinci sırada tercih ettikleri bilgilendirme araçları ise internet ve sosyal medya araç ve ortamları olmuştur.

Yine çalışma kapsamında katılımcılardan Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisi ile mücadelesine 1 ile 10 arasında bir puan vermeleri istenmiştir. 1 ile 4 puan arası “zayıf”, 4 ile 7 puan arası “orta” ve 7 ile 10 puan arası ise iyi olarak kodlanmıştır. Analiz neticesinde katılımcıların %44,5’i Sağlık Bakanlığının pandemi sürecinde yaptığı çalışmalara 1 ile 4 arasında, %38,5’i 4 ile 7 arasında ve %18,9’u ise 7 ile 10 arasında puan vermiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplara bakıldığında katılımcıların Sağlık Bakanlığını Covid-19 ile mücadelede çok da başarılı bulmadıkları sonucu çıkarılabilir.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, çalışma kapsamında ankete katılan kişilerin %55,8’inin erkek, %44,2’sinin ise kadın, medeni durumlarına bakıldığında ise %53,8’inin evli, %46,2’sinin bekar ve yaş dağılımı incelendiğinde ise %51,8’inin 21-40, %39,7’sinin 41-60, %7,3’ünün 13-20 ve %1,1’inin ise 61-80 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen bir diğeri soruda eğitim düzeyleri ile ilgilidir. Verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların %45,6’sının lisans, %18’inin lise, %17,2’si lisansüstü, %10,1 ön lisans, %5,9’u ortaokul ve %3,1’inin ise ilköğretim eğitime sahip olduğu görülmüştür. Ankete katılan katılımcıların geliri öncelikle açık uçlu olarak sorulmuş daha sonra elde edilen veriler gruplandırılmıştır. Buna göre katılımcıların %45,1’i 3001-6000 TL, %18,9’u 6001-9000TL, %16,3’ü 0-3000 TL, %7,0’ı 9001-12000TL ve %2,8’i ise 12000-15000 TL gelire sahiptirler. Bu veriler katılımcıların yarısından fazlasının orta gelir grubunda yer aldığını ortaya koymaktadır.

7.2. Katılımcıların Cinsiyeti ve Faktörler

Katılımcıların cinsiyeti ile faktörler arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla Bağımsız Örneklem T-testi (*Independent Samples T-Test*) yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; bilgilendirme ($t=4,717$; $p<.001$), kaygı-endişe ($t=3,003$ $p<.005$) ve yeterlilik ($t= 2,222$; $p<.05$) faktörleri ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmemiştir. Diğer bir ifadeyle Sağlık Bakanlığının Covid-19 ile mücadele esnasında yürütmüş olduğu faaliyetlerin bilgilendirme, kaygı-endişe ve yeterlilik açısından kadınlar ve erkekler tarafından farklı algılandığı görülmüştür.

Betimleyici istatistiklerden kadınların ve erkeklerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında bilgilendirme faktörü açısından kadınların ($X = 3,37$) ve erkeklerin ($X = 2,82$) farklılaştığı bulgulanmıştır. Bu kapsamda Sağlık Bakanlığının bilgilendirme faaliyetlerini kadınlar erkeklere nazaran daha önemli görmektedirler. Benzer şekilde kaygı-endişe faktörü açısından da kadınlar ($X = 3,78$) ile erkekler ($X = 3,47$) arasında farklılık olduğu görülmüştür. Pandemi sürecinden duyulan kaygı ve endişenin kadınlar tarafından daha fazla hissedildiği sonucuna ulaşılmıştır. Farklılaşmanın olduğu bir diğeri faktör ise yeterlilik faktörüdür. Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisine ilişkin yürüttüğü faaliyetleri kadınların ($X = 2,29$) erkeklere ($X = 2,05$) göre daha yeterli algıladıkları tespit edilmiştir.

7.3. Katılımcıların Aşı Olma Durumu ve Faktörler

Katılımcıların aşı olma durumu ile faktörler arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını görmek için yapılan Bağımsız Örneklem T-testi (*Independent Samples T-Test*) sonuçlarına bakıldığında aşı olan ve olmayan katılımcıların bilgilendirme ($t=2,661$; $p<.01$) ve kaygı-endişe ($t=-2,142$; $p<.05$) faktörlerine farklı

düzeyde önem verdikleri tespit edilmiştir. Buna karşılık katılımcıların aşı olup olmamaları ile yeterlilik faktörü ($t=1,680; p>.05$) arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Ayrıca betimleyici istatistiklerden aşı olan ve olmayanların aritmetik ortalamalarına bakıldığında, bilgilendirme faktörü açısından aşı olanların ($X = 3,15$) ve aşı olmayanların ($X = 2,79$) farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuç aşı olanların, Sağlık Bakanlığı' tarafından pandemi ile ilgili yapılan bilgilendirmelere aşı olmayanlara nazaran daha fazla önem verdiklerini ortaya koymaktadır. Kaygı- endişe faktörü açısından aşı olan ($X = 3,54$) ve aşı olmayan ($X = 3,80$) bireylerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında ise farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Bu veri, aşı olmayanların, aşı olanlardan daha fazla kaygı ve endişe içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Son olarak aşı olan ($X = 2,21$) ve aşı olmayanlar ($X = 1,99$) ile yeterlilik faktörü arasında anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür.

7.4. Katılımcıların Medeni Durumu ve Faktörler

Araştırmaya katılan kişilerin medeni durumları ile faktörler arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığını tespit etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T- testi (*Independent Samples T-Test*) yapılmıştır. Analiz neticesinde katılımcıların bilgilendirme ($t=1,661; p>.05$), kaygı-endişe ($t=.508; p>.05$) ve yeterlilik ($t=.820; p>.05$) faktörleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Katılımcıların medeni durumları ile faktörler arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığını ortaya koymak amacı ile evli ve bekar katılımcıların aritmetik ortalamalarına bakıldığında; bilgilendirme faktörüne de evli ($X = 3,16$) ve bekar ($X = 2,96$); kaygı-endişe faktöründe evli ($X = 3,63$) ve bekar ($X = 3,57$); yeterlilik faktöründe evli ($X = 2,20$) ve bekar ($X = 2,11$) olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar bireylerin medeni durumlarının onların faktörlere önem verme dereceleri üzerinde anlamlı bir farklılaşmaya sebep olmadığını göstermektedir.

7.5. Faktörler ve Değişkenler Arasındaki İlişkilerin Analizi

Bilgilendirme, kaygı-endişe ve yeterlilik faktörleri ile eğitim, gelir ve yaş değişkenleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla ilk aşamada faktörlerin puanları birer değişken olarak kaydedilmiştir. Sonraki aşamada ise bu faktörlerin puanları üzerinden tek yönlü varyans analizi (ANNOVA) ile ortalamalar arasındaki farklılıkların anlamlılığı değerlendirilmiştir.

Yapılan analiz neticesinde katılımcıların yaşları ile bilgilendirme ($F=4,592; p<.05$) faktörü, eğitim düzeyi ile kaygı-endişe ($F=3,105; p<.05$) ve gelir düzeyi ile yeterlilik ($F=3,398; p<.05$) faktörü arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür.

Bu verilere bakıldığında; bilgilendirme faktörüne verilen önem açısından yaşları 41-60 aralığında olan bireyler ($X = 2,93$) ile yaşları 21-40 ($X = 3,29$) aralığında olan bireylerin farklılaştığı görülmektedir. Bu sonuç ile Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 pandemisi ile ilgili yapılan bilgilendirme faaliyetlerine 41-60 yaş aralığındaki bireylerin, 21-40 yaş aralığındaki bireylere göre daha fazla önemseddiği tespit edilmiştir.

Kaygı-endişe faktörü ile eğitim düzeyleri arasındaki karşılaştırmalar incelendiğinde ise üniversite mezunlarının ($X = 3,65$) ile lisansüstü mezunlarından ($X = 3,27$) farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu tespit üniversite mezunlarının, lisansüstü mezunlarına göre pandemi ile ilgili daha fazla kaygı ve endişe duyduklarını göstermektedir.

Analiz neticesinde gelir düzeyi ile yeterlilik faktörleri arasında da bir farklılaşmanın olduğu tespit edilmiştir. Şöyle ki geliri 12000-15000 TL arasında olanlar ($X = 3,16$) ile geliri 3001-6000 TL olanlar arasında Sağlık Bakanlığının Covid- 19 pandemisi ile ilgili yaptıkları faaliyetleri yeterli bulup bulmama

konusunda bir farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Bu sonuç gelir düzeyi yüksek olanların gelir düzeyi orta olan bireylere göre Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisine ilişkin gerçekleştirdiği faaliyetleri yeterli bulduğunu ortaya çıkarmaktadır.

8. Sonuç

Pandemi boyunca özellikle de salgının ilk başladığı dönemde Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan açıklamalar toplum tarafından yakından izlenmiştir. Sağlık bakanlığı hem geleneksel kitle iletişim araçlarından hem kendi web sayfasından hem de yeni iletişim araç ve ortamlarından kamuyu bilgilendirmek adına düzenli ve yoğun bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada Sağlık Bakanlığının Covid-19 ile mücadelesinin ve bu kapsamda yapmış olduğu bilgilendirme faaliyetlerinin nasıl algılandığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın uygulama bölümünde öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemek ve Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisine yönelik yürüttüğü çalışmalarını nasıl değerlendirdiklerini ortaya koymak amacı ile frekans analizi yapılmıştır. Analiz neticesinde katılımcıların büyük bir oranının aşı olduğu, pandemi ile ilgili bilgileri almada ilk tercihlerinin sağlık çalışanları, ikinci tercihlerinin ise yeni iletişim araç ve ortamları olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, katılımcıların işin uzmanı olarak gördükleri sağlık çalışanlarına daha fazla güvendiklerini ortaya koymaktadır. Aşılama oranının yüksek çıkması ise katılımcıların aşığı Covid-19 virüsünden kurtulmanın tek çözümü olarak kabul ettiklerini göstermektedir. Katılımcılara Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisi ile mücadelesine kaç puan verdikleri sorulmuştur. Verilen cevaplar incelendiğinde, Sağlık Bakanlığının mücadelesini zayıf bulanların oranının yüksek olduğu buna karşın orta diyenlerin oranının ise zayıf bulanlara yakın olduğu görülmüştür. Bu verilere bakarak katılımcıların Sağlık Bakanlığını Covid-19 ile mücadelede çok da başarılı bulmadığı söylenebilir.

Katılımcıların Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisine ilişkin gerçekleştirmiş olduğu faaliyetleri nasıl algıladıklarını tespit etmek için hazırlanan 35 soruluk anket formunda yer alan beşli likert tipinde hazırlanmış olan 27 soru kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Analiz neticesinde “Bilgilendirme”, “Kaygı-endişe” ve “yeterlilik” faktörleri tespit edilmiştir. Daha sonra katılımcıların cinsiyetleri, medeni durumları ve aşı olma durumları ile bu faktörler arasında bir farklılaşma olup olmadığını tespit etmek için T testi ve Anova testleri yapılmıştır. Bu testlerde, kadınların bilgilendirme faktörüne erkeklerden daha fazla önem verdikleri, yine kadınların erkeklerden daha fazla kaygı ve endişe duydukları yine kadınların covid-19 ile ilgili Sağlık Bakanlığının faaliyetlerini daha yeterli algıladıkları görülmüştür. Aşı olanlar ve aşı olmayanlar ile faktörler arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında, ikisinin de bilgilendirme ve kaygı-endişe faktörlerinde farklılaştığı tespit edilmiştir. Aşı olanların olmayanlardan daha kaygılı oldukları ve ayrıca bilgilendirme faaliyetlerine de daha fazla önem verdikleri görülmüştür. Medeni durum ile faktörler arasında ise herhangi bir farklılaşma görülmemiştir.

Daha sonra çalışma kapsamında bilgilendirme, kaygı-endişe ve yeterlilik faktörleri ile yaş, gelir durumu ve eğitim değişkenleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) yapılmıştır. Analiz neticesinde katılımcıların yaşları ile bilgilendirme faktörü, eğitim düzeyi ile kaygı-endişe ve gelir düzeyi ile yeterlilik faktörü arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür.

Yapılan analizler ve araştırma neticesinde elde edilen verilere bakıldığında katılımcıların Sağlık Bakanlığının Covid-19 pandemisi ile mücadelesini çok başarılı bulmadıkları, kadın katılımcıların erkek katılımcılardan ve 41-60 yaş aralığındaki bireylerin 21-40 yaş aralığındaki bireylerden daha fazla bilgilendirme faaliyetlerine önem verdikleri tespit edilmiştir. Kadınların ve Covid-19 aşısını olanların, aşı olmayanlardan pandemi ile ilgili daha fazla kaygı ve endişe duydukları da elde edilen önemli bir sonuç olmuştur.

Bütün diğer krizlerde olduğu gibi sağlık krizleri de aniden ortaya çıkan ve hızlı bir şekilde cevap verilmesi gereken krizlerdir. Covid-19 pandemisi krizi çok kısa bir süre içinde neredeyse tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Hastalığın hızlı bir şekilde yayılması toplumları ileri derecede kaygı ve endişeye sevk etmiştir. Toplumda kaygının ve endişenin had safhaya ulaştığı bu kriz durumlarında toplumun kriz hakkında doğru bir şekilde bilgilendirilmesi toplumun kriz yönetim sürecine dahil edilmesinde çok önemlidir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında katılımcıların Covid-19 ile ilgili bilgileri almada sağlık çalışanlarını tercih ettikleri görülmektedir. Bu durum bireylerin konunun uzmanı olan kişilerden gelen bilgilere daha fazla itibar ettikleri şeklinde yorumlanabilir. Covid-19 gibi sağlık krizlerinde krizin iyi yönetilmesi noktasında toplumun ihtiyaç duyduğu bilgiye ulaşmasında Sağlık Bakanlıklarına ve sağlık çalışanlarına önemli görevler düşmektedir.

Kaynaklar

- Akar, F. (2021). Kriz Yönetiminde Proaktif ve Reaktif Yaklaşım: Covid-19 Krizi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45, s. 244-259.
- Banks, K. F. (1996). *Crisis Communications: A Casebook Approach*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey
- Boztepe, H. (2013). Halkla İlişkilerin Kurum ile Hedef Kitle Arasında İlişki Oluşturma Amacı ve Kurumsal Web Sayfalarının Diyalojik Halka İlişkiler Olarak Kullanımı, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20, s. 86-104.
- Ceylan, F., İspir, N., & Özpolat, A. R. (2019). Siyasal Rıza Ölçeği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), s. 605-629.
- Çapa, Y., Çakıroğlu, J., & Sarıkaya, H. (2005). The Development and Validation of a Turkish Version of Teachers' Sense of Efficacy Scale. *Eğitim ve Bilim*, 30 (137), s. 74-87.
- Fawkes, J. (2001) "What is The Public Relations?", A. Theaker (ed.), *The Public Relations Handbook*, Routledge Taylor&Francis Group, London, s. 3-12.
- Göksel, H.B & Yurdakul, N. B. (2002). *Temel Halkla İlişkiler Bilgileri*, Ege Üniversitesi İletişim Yayınları No.15. İzmir.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E. ve Dozier, D. M., (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations- A Study of Communication Management in Three Countries*, Lawrence Erlbaum Associates Inc., New Jersey.
- Grunig, J. E & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*, Wadsworth/Thompson Learning, New York.
- Güreşçi, M. (2020) Covid-19 Salgınında Türkiye'de Kriz Yönetimi İletişimi: T.C Sağlık Bakanlığı, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(5), s. 53-65.
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Avrupa%27da_COVID-19_pandemisi (Erişim Tarihi: 29.11.2021).
- <https://www.haberturk.com/31-temmuz-korona-tablosu-2021-aciklaniyor-son-dakika-corona-vaka-sayisi-kac-3149311> (Erişim Tarihi: 26.11.2021).
- <https://www.milliyet.com.tr/gundem/15-temmuz-korona-tablosu-aciklandi-mi-guncel-vaka-ve-asi-tablosu-paylasiliyor-6553903/3> (Erişim Tarihi: 26.11.2021).
- https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 (Erişim Tarihi: 28.10.2021).

- İlgın Ö.H & Ulupınar, C. Ş. (2020). Kamuyu Bilgilendirme Modeli Çerçevesinde Covid-19 Süreci; Dr. Fahrettin Koca Instagram Hesabı Analizi, *Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(7). s.500-517.
- Kalyon, N.Y. (2012). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- M. Denis & W. Sewen. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*, Çev. Konca Yumlu, İmge Kitabevi, Ankara.
- Meyers, L. S., Gamst, G., & Guarino, A. J. (2006). *Applied Multivariate Research. Design and Interpretation* [Elektronik Sürüm], Sage Publication, California.
- Okay, A & Okay, A. (2002), *Halkla İlişkiler; Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Der Yayınları, İstanbul.
- Okyay, P. (2020). Covid-19 Aşı Çalışmaları, *Türk Tabipler Birliği Covid-19 Pandemisi Altıncı Ay Değerlendirme Raporu*, s. 228-252.
- Özdamar K. (2004). Tabloların Oluşturulması, Güvenirlik ve Soru Analizi. *Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi-1*. 5th ed. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Özdemir S. G. (2020). Koronavirüs ve ABD: Bir Süper Güç Nasıl Başarısız Oldu. *SETA/PERSPAKTİF*, 272, s.1-7.
- Özlu, A. & Öztaş, D. (2020). Yeni Corona Pandemisi (Covid-19) İle Mücadelede Geçmişten Ders Çıkartmak, *Ankara Med J*, 2, s.468-481.
- Peltekoğlu, F. B. (2018). *Halkla İlişkiler Nedir?* Beta Yayınları, İstanbul.
- Pira. A. (2005). Halkla İlişkilerin Evrimi: Grunig-Hunt Modelleri Üzerine Bir Çalışma, *Yeni Düşünceler*, 1(1). s.19-40.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*, Ekinoks Yayınları. Ankara
- T.C Sağlık Bakanlığı. Yeni Koronavirüs Hastalığı (Covid-19) <https://covid19.saglik.gov.tr/>(Erişim Tarihi: 28.10.2021).
- WHO. Koronavirüs Disease (Covid-19) Pandemic. <https://covid19.who.int/> (Erişim Tarihi: 28.10.2021).
- Yılmaz, E. A. (2020). Pandemi Sürecinde Avrupa Birliğinin Tutumu ve Yeni Küresel Düzen, *Covid-19 Süreci ve Örgütsel Yönetim* içinde, İKSAD Publishing House. (237-268).