



EBEVEYNLERE GÖRE: OLUMSUZ AŞI TUTUM NEDENLERİ VE OLUMSUZ TUTUMLARININ AZALTILMASIYLA İLGİLİ GÖRÜŞLERİ

ACCORDING TO PARENTS: REASONS FOR NEGATIVE VACCINE ATTITUDES AND THEIR OPINIONS ON REDUCING THE NEGATIVE ATTITUDES

Dr. Öğretim Üyesi Kazım BAŞ

Munzur Üniversitesi, kbas@munzur.edu.tr. orcid.org/0000-0002-5061-4006

Makale Gönderim-Kabul Tarihi (27.12.2023-30.03.2023)

Öz

Çalışma, ebeveynlere göre çocukların aşılanmasını etkileyen olumsuz tutumları belirlemek ve olumsuz aşı tutumlarını azaltmada ebeveynlerin görüşlerini değerlendirmektir. Tanımlayıcı türde olan araştırma, Haziran-Ağustos 2021 tarihleri arasında, bir il merkezinde ikamet eden ve araştırmaya gönüllü katılmayı kabul eden 356 ebeveyn ile yürütülmüştür. Araştırma verileri yüz yüze görüşme tekniği ile anket formu kullanılarak toplanmıştır. Veriler sayı, yüzde ve ortalama kullanılarak analiz edilmiştir. Ortalama 1.87±0.78 sayıda çocuğa sahip olan ebeveynlerin %55.6'sı kadın, %44.4'nün erkektir. Ebeveynlerin %96.9'u çocuklarına tüm aşılarını yaptırdığını ifade etmiştir. Ebeveynlerin %20.1'si aşıların çocuk üzerinde olumsuz etkileri olduğunu belirtti. Ebeveynlerin göre olumsuz aşı tutum nedenlerinin ise %92.4'ü ailelerin aşı konusunda yeterince bilgilendirilmemesi, %86'sı medyada aşıyla ilgili olumsuz haberlerin yer alması, %82.6'sı aşıyla ilgili yapılan dedikoduların etkili olduğu görüşündeler. Yine ebeveynler olumsuz aşı tutumlarının azaltılmasında; %91.9'u yazılı ve görsel medyada aşıyla ilgili doğru bilgi verilmesinin, %86.5'i ailelere aşılarla ilgili eğitim verilmesinin, %83.1'i aşılamaya kamudan daha fazla kaynak ayrılmasının, %65.4'ü aşılarla ilgili olumsuz bilgi yayanların cezalandırılması gerektiğini belirtti. Ayrıca ebeveynlerin çoğu olumsuz aşı tutumlarının azaltılmasında sosyal pazarlama ilke ve tekniklerinin kullanılması gerektiği görüşündedir. Ebeveynlerin tamamına yakını çocuklarını aşılatmış olsa da azımsanmayacak bir oranda (%3.1) çocuklarının aşısının eksik olduğu görüldü. Her beş ebeveyninden birinin aşının olumsuz etkileri olduğu görüşündedir.

Anahtar Sözcükler: Sağlık, aşı, aşı tutumu, sağlık yönetimi, sosyal pazarlama.

Abstract

The aim is to identify negative attitudes towards vaccination among parents and evaluate parents' opinions in reducing negative attitudes towards vaccination of children. A descriptive type of research was conducted with 356 parents who reside in a provincial center and voluntarily agreed to participate in the research between June-August 2021. Research data was collected using a face-to-face interview technique and a questionnaire form. The data was analyzed using numbers, percentages, and means. The parents, who had an average of 1.87±0.78 children, were 55.6% female and 44.4% male. 96.9% of the parents stated that they had their children vaccinated for all vaccines. 20.1% of the parents reported that vaccines have negative effects on children. According to parents, the reasons for negative vaccine attitudes were 92.4% insufficient information provided to families about vaccines, 86% negative news about vaccines in the media, and 82.6% the impact of rumors about vaccines. Furthermore, in reducing negative vaccine attitudes, 91.9% of the

parents stated that providing accurate information about vaccines in written and visual media, 86.5% mentioned providing education to families about vaccines, 83.1% suggested allocating more resources to vaccination programs, and 65.4% suggested punishing those who spread negative information about vaccines. Moreover, most of the parents believe that social marketing principles and techniques should be used to reduce negative vaccine attitudes. Although almost all of the parents had their children vaccinated, a significant proportion (3.1%) of the children were found to have incomplete vaccination. One in five parents believes that vaccines have negative effects.

Keywords: Health, vaccination, vaccination attitude, health management, social marketing.

GİRİŞ

Aşılar, toplum sağlığı alanında önemli halk sağlığı kazanımları içinde yer alır. Aşılama amaç, bulaşıcı hastalıklara karşı bağışıklık oluşturarak, hastalığa bağlı oluşabilecek yan etki, sakatlık ve ölümleri azaltıp ve hastalıklara karşı koruma sağlamaktır. Geçmişten günümüze bulaşıcı hastalıklara karşı aşılamayla toplumsal bağışıklık sağlanarak salgınlar önlenmiş ve bulaşıcı hastalıklarla mücadelede aşı en etkili yöntem olmuştur (Bozkurt, 2018; Atalay, 2019). Dünya genelinde aşı ile kazanılan bağışıklık sayesinde bulaşıcı hastalıkların morbidite ve mortalite düzeylerinde azalma sağlanarak, düşük maliyetli koruyucu sağlık hizmeti verilmiştir. Bu nedenle tüm dünyada aşılamayla önlenebilen hastalıklarda işbirliği yapılması zorunlu hale gelmiştir. Geçmişte dünya ülkelerinde milyonlarca insanın ölümüne neden olan çiçek hastalığı 1979 yılında aşı sayesinde eradike edilmiştir. Çocuk felci hastalığı da aşılama sayesinde yok edilme aşamasına gelmiştir (Gülcü ve Arslan, 2018). Günümüzde çocuklarda ölümlere neden olan on dört bulaşıcı hastalığa karşı etkin aşı bulunduğu vurgulanarak aşı sayesinde dünya genelinde milyonlarca çocuğun hayatta kaldığı belirtilmiştir. Birleşmiş Milletler “Bin Yıl Kalkınma Hedefleri ”inde 2015 yılına kadar dünya genelinde çocuk ölümlerinin istenilen düzeyde azaltılabılmasının, tüm ülkelerde beş yaş altı çocuklarda aşılama oranlarının %90’a çıkarılmasıyla mümkün olacağını ifade etmiştir. Dünyada, 2030 yılına kadar sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesinde tüm ülkelerde bağışıklama hizmetlerinin önemli katkısının olacağı bir kez daha teyit edilmiştir (Arvas, 2012; Eskiocak ve Zencir, 2021). Ayrıca aşı, DSÖ (Dünya Sağlık Örgütü)’ne göre bir insan hakkı, UNICEF (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu)’nu ise çocuk hakkı olarak tanımlanmıştır (Akbulak ve Çöl, 2022).

Dünyada 1850’li yıllarından sonra ilk olarak İngiltere’de Çiçek salgının önlenmesi amacıyla Çiçek aşısı herkese zorunlu olarak yaptırılmış, aşığı reddedenlere başta hapis cezası olmak üzere çeşitli yaptırımlar uygulanmıştır. Aşının ilk uygulandığı tarihten itibaren aşı uygulamalarıyla ilgili yaşanan olumsuzluklar ülkelerin izlediği politikalarla çözülmeye çalışılmıştır. Buna rağmen 1990’lı yıllardan sonra dünyanın çeşitli ülkelerinde aşığı karşı çeşitli sebeplerle olumsuzlukların (aşığı reddi, aşığı tereddütü) artmaya başladığı görülmüştür. Türkiye’de de 2010 yılından itibaren çocuk aşılarında “aşığı reddi” olarak ifade edilen yeni bir kavram ortaya çıkmıştır (Bozkurt, 2018; T.C. Sağlık Bakanlığı,2021). Aşılama iki olumsuz tutum olan aşığı tereddütü ve aşığı reddi iki ayrı kavram olduğu ve aşığı tereddütünde bireyin aşığı kabul etmede gecikmesi ya da ulaşılan aşığı reddetmesi durumu iken aşıları reddetmesi iradesiyle yaptıramaması aşığı reddi olarak açıklanmıştır (Akbulak ve Çöl, 2022).Aşığı reddi nedenleri arasında, aşının güvenliğinden endişe duyma risk altında olmadığını düşünme dini, felsefi ya da komplo teorisi temelinde itiraz etme yer almaktadır (Özata ve Kapusuz, 2019). Aşığı reddeden ailelerin çocuklarını aşılatmadığı, bazı ailelerinde çocuklarına eksik aşı yaptırdığı görülmektedir. Bu durumun da aşılamaı olumsuz etkileyerek, aşığı reddeden ailelerin çocuklarında kızamık gibi hastalıklarda artışa yol açtığı bildirilmektedir (Bozkurt, 2018; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021). Aşığı reddi, bireylerin hastalıklara karşı riskini



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 9 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2023 ISSN -2149-6161

artırıp aynı zamanda tüm toplumu ciddi şekilde tehdit edebileceği bildirilmiştir (Alsubaie vd.2019), Bu bağlamda aşılama aile tutumlarının belirlenmesi ve aşıya yönelik olumsuz tutumların azaltılmasında ve ebeveynlere olumlu tutum kazandırılmasında sağlık personelinin profesyonel yönetim becerilerine gereksinim duyulmaktadır.

Ayrıca sağlık hizmetlerinde davranış değişikliği yaratmada sosyal pazarlama yöntemlerinin önemli rolü olduğu ifade edilmiştir. Sosyal pazarlama ilke tekniklerinde davranış değişikliği yaratma müdahalelerinin ise eğitim, destek, tasarım ve düzenlemeleri (ceza ve ödüller) içermektedir. Türkiye'de 2005 yılında kuş gribi salgını sırasında UNICEF (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu), "ulaşılması zor" yüksek riskli nüfus gruplarına yönelik özel iletişim sağlamak için sosyal pazarlama tekniklerini kullandığı belirtilmiştir (European Centre for Disease Prevention and Control, 2014). Özellikle COVID-19 salgınıyla birlikte koruyucu sağlık hizmetleri ve aşılamanın öneminin bir kez daha teyit edildiği bu süreçte, aşılamanın tüm toplum için yaşam hakkını koruma ve sürdürmede önemli hale geldiği vurgulanmıştır (Eskiocak ve Zencir, 2021;Üner, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafında aşı tereddütü 2019 yılında en önemli 10 sağlık tehdidi arasında değerlendirmiştir (Alsubaie vd., 2019). Türkiye'de çocuklarına aşı yaptırmayan azımsanmayacak sayıda aile olduğu (Akbulak ve Çöl, 2022), bu nedenle aşığı yaptırmayı olumsuz etkileyen faktörlerin bilinmesi aşılama bu olumsuzluklarla mücadele edilmesini sağlayacaktır. Dolayısıyla bu çalışma, ebeveynlere göre çocukların aşılmasını etkileyen olumsuz tutumları belirlemek ve olumsuz aşı tutumlarını azaltılmasında ebeveynlerin görüşlerini değerlendirmek amacıyla yürütülmüştür.

YÖNTEM

Araştırmanın Tipi, Yeri ve Zamanı

Bu araştırma tanımlayıcı türden bir çalışmadır. Araştırma Tunceli ili merkez mahallerinde, 01 Haziran- 30 Ağustos 2021 tarihleri arasında yürütülmüştür.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini bir il merkez mahallerinde ikamet eden ve 1-14 yaş çocuğu olan ebeveynler oluşturmuştur. Evrenden örnekleme gidilmeden araştırmanın yürütüldüğü tarihlerde ulaşılabilen ve araştırmaya gönüllü katılmayı kabul eden 356 ebeveyn araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

Veri Toplama Araçları, Verilerin Toplanması ve Analizi

Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından literatür taraması (Özata ve Kapusuz, 2019; European Centre for Disease Prevention and Control, 2014; Toumi ve Ricciardi, 2015; Odabaş ve Ayyıldız, 2020; Yavuz, 2018). doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ebeveynlerin sosyo-demografik özelliklerini içeren altı soru; ikinci bölümde ise ebeveynlerin çocuklarının aşılmasına yönelik olumsuz tutumları ve olumsuz aşı tutumlarını azaltılmasında ebeveynlerin düşüncelerini değerlendirmeyi amaçlayan çok seçenekli ve açık uçlu dokuz soru olmak üzere toplam on beş soru yer almaktadır.

Araştırma verileri araştırmacı tarafından ebeveynlerden ikamet ettiği mahallerde, anket formu ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak, ortalama 15-20 dakikada toplanmıştır.

İstatistiksel analiz için IBM SPSS Windows 23.0 sürümü (IBM, Armonk, New York, USA) kullanılmıştır. Araştırma verileri araştırmacı tarafından bilgisayar destekli SSPS paket programına aktarıldıktan sonra sayı, yüzde ve ortalama, standart sapma, kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmanın Etik Boyutu

Araştırmaya başlamadan önce Munzur Üniversitesi Girişimsel Olmayan Etik Kurulu'ndan 15/06/2021 tarih 13966 sayılı yazısı ve 14 nolu kararıyla etik kurul izni alınmıştır. Etik kurul onayından sonra araştırmanın yürütüldüğü zaman aralığında ailelerle yüz yüze görüşme yapıp araştırmanın amacı açıklanmıştır. Araştırmada bireysel hakların korunmasını gerektiren “Bilgilendirilmiş Onam”, “Gönüllülük İlkesi” ve “Gizliliğin Korunması” ilkesi yerine getirilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden ailelerden yazılı ve sözel onamlar alındıktan sonra anket uygulamasına geçilmiştir.

BULGULAR

Ebeveynlere göre çocukların aşılmasına yönelik olumsuz aşı tutum nedenleri ve olumsuz aşı tutumlarının azaltılmasına ilişkin görüşlerini değerlendirmek amacıyla yürütülmüş olan araştırmanın bulguları bu bölümde yer almaktadır.

Tablo 1. Ebeveynleri Tanıtıcı Özellikler

Özellikler	Sayı	Yüzde
Yaş (Ort.± SS)	37.74±7.41 (Min=21, Max=60)	
Cinsiyet (n=356)		
Kadın	198	55.6
Erkek	158	44.4
Öğrenim durumu (n=356)		
İlkokul	36	10.2
Ortaokul	38	10.7
Lise	114	31.8
Lisans ve üzeri	168	47.3
Gelir getirici işte çalışma durumu (n=356)		
Evet	234	65.7
Hayır	122	34.3
Ortalama aylık gelir (n=356)		
Giderimden az	185	52.0
Giderime denk	153	42.9
Giderimden fazla	18	5.1
Çocuk sayısı (Ort.± SS)	1.87±0.78 (Min= 1, Max= 5)	

Ortalama 37.74±7.41 yaşa sahip olan ebeveynlerin, %55.6'sı kadın, %44.4'ü erkek olup, %47.3'ü lisans ve üzeri öğrenime sahiptir. Ortalama 1.87±0.78 sayıda çocuğa sahip olan ebeveynlerin % 65.7'si gelir getirici bir işte çalışmakta olup ve %52.0'ı ortalama aylık gelirini giderinden az olarak değerlendirmektedir (Tablo 1).

Tablo 2. Ebeveynlerin Aşıya İlişkin Bazı Tutum ve Görüşleri

Özellikler	Sayı	Yüzde
Çocuklarına aşı yaptırma durumu (n=355)*		
Tam	341	96.9
Eksik	11	3.1

Aşıların olumsuz etkisi (n=354)*

Var	71	20.1
Yok	283	79.9

Koronavirüs sürecindeki olumsuz tartışmaların çocukların aşılatılmasını olumsuz etkileme durumu (n=350)*

Evet	302	86.3
Hayır	48	13.7

Olumsuz aşı tutum nedenleri**

Ailelerin aşı konusunda yeterince bilgilendirilmemeleri	329	92.4
Aşıyla ilgili medyada olumsuz haberler	306	86.0
Aşıyla ilgili yapılan dedikodular	294	82.6
Aşıyla ilgili sosyal medyada olumsuz yorumlar	267	75.0
Aşıyla ilgili olumsuz inançlar	233	65.4
İdeolojik ve siyasi eğilimler	198	55.6
Coğrafi ve kültürel faktörler	103	28.9

*= Cevap verenlerin sayısı

**Birden çok seçeneğe cevap verenlerin sayısı

Ebeveynlerin %96.9'u çocuklarına tüm aşılarını yaptırdığı belirtip, %3.1'i ise çocuklarına eksik aşı yaptırdığı ifade etmiştir. Ebeveynlerin %20.1'i aşıların olumsuz etkisi olduğunu belirtmiş ve %86.3'ü COVID-19 salgın sürecindeki olumsuz aşı tartışmalarının çocuklara aşı yaptırmayı olumsuz etkileyebileceğini ifade etmiştir. Ebeveynlerin, %92.4'ü ailelerin aşı konusunda yeterince bilgilendirilmemesinin, %86'sı aşıyla ilgili medyada olumsuz haberlerin yer almasının, %82.6'sı aşıyla ilgili yapılan dedikoduların, %75'i aşıyla ilgili sosyal medyada yapılan olumsuz yorumların, %65.4'ü aşıyla ilgili olumsuz inançların, %55.6'sı ideolojik ve siyasi eğilimlerin ve %28.9'u da coğrafi ve kültürel faktörlerin aşıya karşı olumsuz tutum geliştirmede etkili olduğunu bildirmiştir (Tablo 2).

Tablo 3. Ebeveynlere Göre Çocuk Aşılarına Karşı Olumsuz Tutumların Azaltılmasında Etkili Olan Faktörler

Faktörler	Sayı	Yüzde
Aşıya ilişkin yazılı ve görsel medyada doğru bilgi verilmesi	327	91.9
Aşılarla ilgili ebeveyn eğitimi	308	86.5
Aşılamaya kamudan daha fazla kaynak ayrılması	296	83.1
Aşıyla ilgili olumsuz bilgi yayanlar cezalandırılması	233	65.4
Aşının öneminin medya ve kitle iletişim araçlarında vurgulanmasının	284	79.8
Aşı konusunda uzman sağlık personelinin yazılı ve görsel medya aracılığıyla toplumu bilgilendirmesi	222	62.4

**Birden çok seçeneğe cevap verenlerin sayısı

Ebeveynlerin %91.9'u aşıyla ilgili yazılı ve görsel medyada doğru bilgi verilmesinin, %86.5'i ailelere aşılarla ilgili eğitim verilmesinin, %83.1'i aşılamaya kamudan daha fazla kaynak ayrılmasının, %65.4'ü aşılarla ilgili olumsuz bilgi yayanların cezalandırılmasının, %79.8'i öneminin medya ve kitle iletişim araçlarında vurgulanmasının ve %62.4'ü de aşı konusunda uzman sağlık personelinin yazılı ve görsel medya aracılığıyla toplumu bilgilendirmesinin aşıya karşı olumsuz tutumları azaltmada etkili olacağını bildirmiştir (Tablo 3).

Tablo 4. Ebeveynlere Göre Çocuk Aşılarına Karşı Olumsuz Tutumların Azaltılmasında Sosyal Pazarlamamın Rolü

Aşılarla karşı olumsuz tutumların azaltılmasında sosyal pazarlamanın kullanım alanları	Sayı	Yüzde
Kitle iletişim araçları ve sosyal medya	315	88.5
Aşılamada görev alan sağlık personelinin eğitimi	310	87.1
Aşılamada desteğe, bireylerle birlikte etkileyici kişileri yönlendirme	260	73.0
Aşılamada etkili yönlendirme için sektörler arası işbirliği yapma	260	73.0
Aşılamada kamuoyu oluşturmada etkili iletişim stratejisi kullanma	252	70.8
Aşılamada yerel dinamikleri güçlendirme	156	43.8
Dini ve geleneksel liderlerin katılımını sağlama	134	37.6

****Birden çok seçeneğe cevap verenlerin sayısı**

Ebeveynlerin çocuk aşılarına karşı olumsuz tutumların azaltılmasında sosyal pazarlamanın rolüyle ilgili görüşleri incelendiğinde, ebeveynlerin %88.5'i kitle iletişim araçları ve sosyal medyada, %87.1'i aşılamada görevli sağlık personelinin eğitimi, %73'ü aşılamaya desteğe, bireylerle birlikte etkileyici kişileri yönlendirme ve aşılamada etkili yönlendirme için sektörler arası işbirliği yapmada, %70.8'i aşılamada kamuoyu oluşturmada etkili iletişim stratejisi kullanma, %43.8'i aşılamada yerel dinamikleri güçlendirmede ve %37.6'si ise dini ve geleneksel liderlerin katılımını sağlanmada sosyal pazarlamanın etkili kullanılması gerektiğini vurgulamıştır (Tablo 4).

TARTIŞMA

Aşılama bulaşıcı hastalıkların kontrolünde ve bu hastalıklara bağlı ölümleri azaltmada etkili olan düşük maliyetli koruyucu sağlık hizmetidir. Dünya genelinde yirmi altı bulaşıcı hastalığa karşı geliştirilmiş aşı bulunmakta ve hasatlıklara karşı yeni aşıların geliştirilme çabaları devam etmektedir (Eskiocak ve Marangoz,2019). Aşılar bireyin sağlığına sağladığı faydalarla birlikte toplumsal bağışıklığına da olumlu katkı yapmaktadır. Bu nedenle aşılar yirminci yüzyılın en önemli toplum sağlığı kazanımları arasında yer almaktadır (Arvas, 2012; Akbulak ve Çöl, 2022). Dünyanın düşük gelirli 72 ülkesinde 2011-2020 yıllarında yapılacak aşılama çalışmalarıyla yaklaşık 6.4 milyon çocuk ölümünün önleneyeceği ifade edilmiştir (Gülcü ve Arslan, 2018). Dolayısıyla doğumdan itibaren aşıların düzenli olarak uygulanması toplum sağlığını korumak ve desteklemek açısından elzemdir. Oysa dünyanın bazı ülkeleri ve Türkiye'de de son yıllarda aşı karşıtlığı hareketlerin arttığı ve ülkemizde çocuklarına aşı yaptırmayan ailelerin sayısında 2011-2018 yılları arasında artış olduğu bildirilmektedir (Gür, 2019).Yapılan bir çalışmada 2017 yılında Türkiye'de kayıtlara geçen yaklaşık 23.000 aşı reddinin olduğu, bunun Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da daha fazla görüldüğü, bu bölgelerde sıfır yaş grubunda aşı reddinin % 0.3, okul yaş grubunda yaklaşık %5 civarında olduğu ifade edilmiştir (Üner, 2020). Diğer bir çalışmada aşı yaptırmaya karşı olanların oranı %6 olduğu saptanmıştır (Türkay vd.2017). Yapılan bu çalışmada da ebeveynlerin %96.9'unun çocukların aşılarının tam, %3.1'inin ise tam olmadığı görülmüştür.

Araştırmada, ebeveynlerin beşte biri (%20.1) çocuk aşılarının olumsuz etkilerinin olduğunu belirtmiş, %86.3'ü de COVID-19 sürecinde yaşanan olumsuz tartışmaların çocuk aşılamalarını olumsuz etkileyeceğini bildirmiştir. Ebeveynler çocuk aşılarına karşı olumsuz tutumların oluşmasında etkili faktörleri sırasıyla; ailelerin aşı konusunda yeterince bilgilendirilmemeleri (%92.4), medyada aşıyla ilgili olumsuz haberler (%86), aşıyla ilgili yapılan dedikodular (%82.6), aşıyla ilgili sosyal medyada olumsuz yorumlar (%75), aşıyla ilgili olumsuz inançlar (%65.4), ideolojik ve siyasi eğilimler (%55.6), coğrafi ve kültürel faktörler (%28.9) şeklinde bildirmiştir. Aşı uygulamalarında geçmişten bugüne olumlu etkilerin yanında bazı olumsuz durumlar da yaşanmıştır. Literatür incelendiğinde de çocuklarına aşı yaptırmama veya yaptırmama durumu bireylerin kararı dışında sosyal-kültürel, siyasal, tarihi, bilimsel, coğrafi ve inançsal sebeplerin

neden olduğu görülmektedir (Yavuz, 2018; Eskiocak ve Marangoz, 2019). Aşılamayla ilgili kararların birey ya da ailelerin yaşam tarzlarından, sağlık algılarından, çocukluk çağında görülen hastalıklarla ilgili inançlardan, hastalıkların risklerine ilişkin algılarından, aşıların etkinliği ve aşı bileşenlerine ilişkin düşünceler ile sağlık kurumlarına olan güvenden etkilendiği görülmektedir (Bozkurt, 2018; Harmsen vd., 2012; Yüksel ve Topuzoğlu, 2019). Türkiye’de aşı reddi nedenlerinde ilk sırada aşı içeriğine güvenmeme ve ikinci sırada aşıya güvenmeme olduğu belirtilmiştir (Eskiocak ve Marangoz, 2021) Çocukların aşılanmasında ebeveynlerin sorumlu olduğu ve çocuk aşılarının yapılmasında anne-babaların aşıya yönelik tutumlarının aşı kararlarında büyük önem taşıdığı bildirilmektedir (Alabadi ve Aldawood, 2020; 18- Matta vd., 2020; Çıklar ve Güner, 2020). Aşıya karşı olumsuzlukların azaltılmasında ebeveynlerin bilgilendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Bozkurt, 2018; Harmsen vd., 2012; Yüksel ve Topuzoğlu, 2019). Literatür incelendiğinde sosyal medya ve yazılı basında çocuk aşılarıyla ilgili yer alan olumlu içeriklerin ebeveynlerin aşı tutumlarını olumlu etkilediği belirtilirken olumsuz içeriklerin ise aşıyla ilgili ebeveynlerde olumsuz tutumlar oluşturduğu bildirilmiştir (Üner, 2020). Aşılamayla ilgili tereddüt yaşayan veya aşılamayı reddedenlerin diğerlerine göre internet aracılığıyla aşı konusunda daha fazla bilgi edindikleri vurgulanmıştır. Yine aşı karşıtı olan bireylerin günümüzde internet aracılığıyla bir araya gelerek aşı karşıtı paylaşımlarını yaydıkları belirtilmiştir (Atalay, 2019). Türkiye’de yapılan bir çalışmada aşı yaptırmamanın farklı nedenleri olduğu belirtilip ve en yaygın aşı yaptırmamam nedeni ise aşı yan etkilerinden duyulan endişe olduğu ifade edilmiştir (Türkay vd.2017). Araştırma bulgularına göre ebeveynler çocuk aşılarına karşı olumsuz tutumların azaltılabilmesinde; aşılarla ilgili yazılı ve görsel medya doğru bilgi vermesini, ebeveynlerin aşılarla ilgili eğitilmesinin, aşılamaya kamudan daha fazla kaynak ayrılmasının, aşıyla ilgili olumsuz bilgi yayanların cezalandırılması görüşündedirler. Ayrıca aşının önemiyle ilgili medya ve kitle iletişim araçlarında daha fazla yer verilmesinin ve deneyimli, tecrübeli, sağlık personeli ve uzmanların aşılamayla ilgili medya ve kitle iletişim araçları aracılığıyla toplumu bilgilendirmesinin önemli olacağını belirttiler. Yapılan bir araştırmaya benzer olarak, sağlık personeli tarafından aşı uygulanan bireylerle iyi iletişim kurulup güven verilmesinin aşı tereddütlerinin giderilmesinde etkili olduğu belirtilmiştir (Kader, 2019). Dolayısıyla olumsuz aşı tutumlarına neden olan durumların belirlenmesi ebeveynlere olumlu tutum kazandırılmasında etkili olacaktır.

Avrupa birliği ülkeleri ve dünyanın diğer ülkelerinde, aşı tereddüdü ve aşı reddi nedeniyle aşılanmayanlarda artan hastalık vakaları, kamu sağlığı için tehdit olarak görülmüş ve bu durumun giderilmesinde sosyal pazarlamanın önemli bir rol oynayacağı vurgulanmıştır (Opel vd., 2015).Yapılan bu araştırmada da ebeveynler çocuk aşılarına karşı olumsuz tutumların azaltılmasında sosyal pazarlamanın, kitle iletişim araçları ve sosyal medyayı kullanmada, aşılamada görev alan sağlık personelin eğitiminde, aşılamada bireylerle birlikte etkileyici kişileri desteğe yönlendirmede ve aşılamada etkili yönlendirme için sektörler arası işbirliği yapmada , aşılamada kamuoyu oluşturmada etkili iletişim stratejileriyle, aşılamada yerel dinamikleri güçlendirmede ve dini ve geleneksel liderlerin katılımını sağlaması gerektiği görüşündedir. Sosyal pazarlamanın davranışlarını olumlu yönde etkileyerek ve sağlıkta eşitsizlikleri azaltabileceği bildirilmiştir (Rémy vd., 2015; Tengilimoğlu, 2016; Do Rosário vd., 2015).Dolayısıyla sosyal pazarlama, olumsuz aşı tutumlarının azaltılması ve etkili aşılama programları için yararlanılabilecek yöntemlerden biri olabilir.

Araştırmanın yürütüldüğü evrende sınırlı çalışma olması nedeniyle literatüre önemli katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Ayrıca Araştırmanın sadece bir ilin merkez mahallerinde yürütülmesi ve araştırma verilerinin ebeveynlerin öz-bildirimlerine dayalı olması araştırmanın sınırlı yanlarını oluşturmaktadır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan bu araştırmada ebeveynlerin çoğunluğunun çocuklarına aşı yaptırdığı görülse de azımsanmayacak bir oranı çocuklarını eksik aşılatmış olup, beşte biri de aşılardan olumsuz etkilerinin olduğu görülmüştür. Ebeveynlere göre olumsuz aşı tutumunda, ailelerin aşı konusunda yeterince bilgilendirilmemeleri, medyada aşıyla ilgili olumsuz haberlerin, aşıyla ilgili yapılan dedikoduların, sosyal medyada aşıyla ilgili olumsuz yorumların, aşıyla ilgili olumsuz inançların, ideolojik ve siyasi eğilimler yer almaktadır.

Ebeveynler yazılı ve görsel medyada aşı ile ilgili doğru bilgi verilmesinin, ailelere aşılarla ilgili eğitim verilmesinin, aşılama kamudan daha fazla kaynak ayrılmasının, aşıyla olumsuz haber yayanların cezalandırılmasının, çocuk aşılarına karşı olumsuz tutumları azaltacağı görülmüştür.

Ebeveynlerin çoğunluğu aşıya ilişkin olumsuz tutumların azaltılmasında sosyal pazarlamanın, sağlık personelinin eğitilmesinde, bireylerle birlikte etkileyici kişileri aşılama desteğe yönlendirmede, aşılama etkili yönlendirme için sektörler arası işbirliğinin yapılmasında, aşılama etkili iletişim stratejileriyle kamuoyu oluşturulmasında kullanılması gerektiği görülmüştür.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda,

-Aşı tutumu yönetiminde, koruyucu sağlık hizmetlerinde çalışan alanında uzman sağlık personeline poliklinik dışında da aşılama alanında sağlık eğitimi verecek zaman ve olanaklarının yaratılması,

- Medya ve kitle iletişim araçlarının aşı hakkında doğru bilgi verme araçları olarak kullanılması ve yaygınlaştırılması,

- Toplum sağlığında önemli yeri olan koruyucu sağlık hizmetlerinin güçlendirilerek kamudan daha fazla kaynak ayrılması, COVID-19 aşılarıyla ilgili başlayan olumsuz tartışmaların çocuk aşılarını olumsuz etkilememesi kamu sağlık otoritelerinin daha fazla çaba sarf etmeleri,

-Aşılarla karşı oluşan olumsuz tutum ve davranışların azaltılması ve yönetiminde halk sağlığı alanında sağlık üzerinde önemli etkisi olduğu kabul edilen sosyal pazarlama teori ve uygulamalarından da yararlanılması önerilmektedir.

Katkı Oranı Beyanı: Yazar çalışmanın planlanması, literatür taraması, veri toplama, verilerin analizi ve makalenin yazımı, yayına hazırlanması aşamalarından ve makaledeki düzeltmelerin yapılmasından sorumludur.

Çatışma Beyanı: Yazar bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığı beyan eder.

KAYNAKÇA

Akbulak, M.A., Çöl, M. Dünyada ve Türkiye’de Aşılama Tutumu ve COVID-19 Aşılarına Bakış. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*. 2022;7(3):531-40.

Alsubaie, S. S., Gosadi, I. M., Alsaadi, B. M., Albacker, N. B., Bawazir, M. A., Bin-Daud, N., ... & Alzamil, F. A. (2019). Vaccine Hesitancy Among Saudi Parents And Its Determinants: Result From the Who Sage Working Group on Vaccine Hesitancy Survey Tool. *Saudi Medical Journal*, 40(12), 1242.

Alabadi, M., Aldawood, Z. (2020). Parents’ Knowledge, Attitude And Perceptions on Childhood Vaccination in Saudi Arabia: A Systematic Literature Review. *Scholarly Journals Vaccines*, 8(4),750. doi:10.3390/vaccines8040750.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 9 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2023 ISSN -2149-6161

- Arvas, A. (2012). Çocuklarda Aşılamanın Önemi. *Klinik Gelişim*, 25: 1-3.
- Atalay, S. Psikoloji, Sosyoloji ve Coğrafya Bakış Açısından Sağlık, Tuğba Yılmaz, (Ed.) *Sosyolojik Bakış Açısından Aşı Karşıtlığı Ve Halk Sağlığı İçinden* (61-93.ss.). Ankara: Berikan Yayınevi; 2019.
- Bozkurt, H.B. (2018). Aşı Reddine Genel Bir Bakış ve Literatürün Gözden Geçirilmesi. *Kafkas Tıp Bilimleri Dergisi*, 8(1), 71-6.
- Çıklar, S., Güner, P.D. (2020). Annelerin Çocukluk Çağı Aşuları Hakkındaki Bilgi, Davranış ve Tutumları ve Aşı Reddi Nedenleri: Nitel ve Nicel Bir Araştırma, *Ankara Med J.* 20(1), 180-95.
- Do Rosário Cabrita, M., Cabrita, M. (2015). Applying Social Marketing To Health Care: Challenges And Opportunities. In *Marketing And Consumer Behavior: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. IGI Global*, 957-71.
- European Centre for Disease Prevention and Control. (2014). *Social Marketing Guide For Public Health Managers And Practitioners*. Stockholm: ECDC, doi 10.2900/41449.
- Eskiocak, M., Marangoz, B. (2019). Türkiye’de Bağışıklama Hizmetlerinin Durumu. *Türk Tabipleri Birliği Yayını*. Eylül 2019-Ankara: Hermes.p.11-89. [Erişim tarihi:12 Aralık 2022] https://www.ttb.org.tr/kollar/_asi/userfiles/images/halk/turkiyede_bagisiklama.pdf
- Eskiocak, M. Zencir, M. (2021). Yeni Koronavirüs Pandemisi Sürecinde Türkiye’de COVID-19 Aşılması ve Bağışıklama Hizmetlerinin Durumu. Sağlıklı Toplum Yolunda Bağışıklama Hizmetlerinin Yeri. Mayıs-Ankara: *Türk Tabipleri Birliği Yayını*. p.4.[Erişim tarihi:12 Aralık 2022]. https://www.ttb.org.tr/userfiles/files/yeni_koronavirus_pandemisi_surecinde_turkiyede_covid19_asilamasi_ve_bagisiklama_hizmetlerinin_durumu.pdf
- Eskiocak M, Marangoz B.(2021). Türkiye’de Bağışıklama Hizmetlerinin Durumu. Aşı Reddi İçin En Sık Belirtilen Nedenler, Türk Tabipleri Birliği yayımları Haziran-Ankara ;. p.64 [Erişim tarihi:07 Nisan 2023]. https://www.ttb.org.tr/userfiles/files/turkiyede_bagisiklama_hizmetlerinin_durumu.pdf
- Gülcü, S., Arslan, S. (2018). Çocuklarda aşı uygulamaları: Güncel Bir Gözden Geçirme. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8(1),34-43.
- Gür, E. (2019). Aşı Kararsızlığı - Aşı Reddi. *Türk Pediatri Araştırmaları*, 54(1), 1-2.
- Harmsen, İ.A., Ruiter Robert, A.C., Paulussen Theo, G.W., Mollema, L., Kok, G. et al. (2021) Factors Tha İnfluence Vaccination Decision-Making By Parents Who Visit An Anthroposophical Child Welfare Center: A Focus Group Study. *Hindawi Publishing Corporation Advances in Preventive Medicine*, 7. doi:10.1155/2012/175694.
- Kader, Ç. (2019). Aşı Karşıtlığı: Aşı Kararsızlığı ve Aşı Reddi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(3), 377-88.



ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH

Cilt/Volume : 9 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2023 ISSN -2149-6161

- Matta, P, E.I. Mouallem, R., Akel, M. et al.(2020). Parents' Knowledge, Attitude and Practice Towards Children's Vaccination in Lebanon: Role of The Parent-Physician Communication. *BMC Public Health*, 20(1), 1-9, 1439. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09526-3>.
- Odabaş, N., Ayyıldız, T.K. (2020). Anne Babaların Çocukluk Dönemi Aşılarına Yönelik Bilgi Ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Med J West Black Sea*, 4(1), 7-11.
- Opel, D.J., Diekema, D.S., Lee, N.R., Marcuse, E.K.(2009). Social Marketing As A Strategy To Increase İmmunization Rates. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 163(5), 432-7.
- Özata, F.Z., Kapusuz, S. (2019). Aşı Kararsızlığı Ve Aşı Reddi Konusuna Sosyal Pazarlama Bakış Açısından Çözüm Önerileri. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 65-83
- Rémy, V., Zöllner, Y., Heckmann, U. (2015). Vaccination: The Corner Stone of An Efficient Health Care System. *Journal of Market Access & Health Policy*, 3:1, 10.3402/jmahp.v3.27041.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (10.06.2021). Temel İstatistikleri Modülü; [Erişim tarihi:05 Haziran 2021]. <https://tsim.saglik.gov.tr/forms/frmservlet?config=tsim>, adresinden alınmıştır.
- Toumi, M., Ricciardi, W. (2015). The Economic Value of Vaccination: Why Prevention Is Wealth. *Journal of Market Access & Health Policy*, 3(1), <https://doi.org/10.3402/jmahp.v3.29414>.
- Tengilimoğlu, D. (2016). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması. 4. Baskı. Ankara: Siyasal.
- Türkay, M, Ay, E.G, Aytekin, M.R. Antalya İlinde Seçilmiş Bir Grupta Aşı Karşıtı Olma Durumu. *Akdeniz Tıp Derg*. 2017;3(2):107–12. DOI: 10.17954/amj. 2017.78.
- Üner, S. (2020).Çocuk Aşılarında Artan Kararsızlık: Nedenleri Farklı Aktörlerin Deneyiminden Anlamak, Editörler: Sarp Üner, Kezban Çelik, Sevgi Turan, Ankara: Hipokrat Yayınevi.
- Yavuz, M. (2018). Aşı Karşıtılığı. *Toplum ve Hekim* 33(3), 163-164.
- Yüksel, G.H, (2019). Topuzoğlu A. Aşı Redlerinin Artması ve Aşı Karşıtılığını Etkileyen Faktörler. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(2), 244-258.