

Haberlerde Korku Öğelerinin Sağlık Davranışı Üzerindeki Etkisi

The Effect of Fear Elements on Health Behavior in the News Abstract

Gülşah Gönülşen¹ , Yasin Bulduklı² 

¹İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı, İzmir

²İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, İzmir

Özet

Kitleleri ikna etme amacına yönelik olarak medya, farklı yöntem ve teknikleri kullanmaktadır. Çoğunlukla reklamlarda kullanılan korku çekiciliği bunlardan biridir. Bu çalışma; Covid-19 döneminde yayınlanan haber içeriklerinde korku çekiciliği kullanımını ele almaktadır. Bireylerin davranış değişikliği oluşturmaya yönelik gerçekleştirdikleri bilişsel değerlendirme süreci üzerinde korku iletilerinin etkisini saptamak, çalışmanın ana amacıdır. Bu amaç bağlamında araştırma iki aşamalı olarak oluşturulmuştur. İlk aşamada; haber içeriklerinde hangi korku öğelerinin, nasıl oluşturulduğunu tespit edebilmek hedefiyle Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının açıklandığı 11 Mart 2020 ile 11 Eylül 2020 tarihleri arasındaki haberler üzerinde inceleme yapılmıştır. Dört ulusal gazetenin internet sitesinin araştırma birimi olarak seçildiği çalışmada sağlık ve sağlık ile bağlantılı kategorilerde yayınlanan ve korku çekiciliği içeren 60 habere içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında ise haber içeriklerinde kullanıldığı tespit edilen korku unsurlarının, okurlar üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla 18 yaş üzeri bireylere yönelik saha araştırması gerçekleştirilmiş ve oluşturulan ankete katılım sağlayan 418 kişiden veriler toplanmıştır. Bireylerde, tehlikeye yönelik bilişsel değerlendirme sürecini başlatan algılanan duyarlılık, algılanan şiddet, yanıtın algılanan etkililiği ve öz yeterlilik bileşenlerine ilişkin ifadelerin bulunduğu anket, betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Katılımcıların, tehdit duyarlılığına yönelik algılarına en çok etki eden haberlerin, temizlik ve hijyene dikkat etmenin Covid-19 riskini artırdığına yönelik haberler olduğu, tehdidin algılanan şiddetini Covid-19’un farklı hastalıklara da yol açtığına dair haberlerin artırdığı, yanıtın algılanan etkililiğini en çok artıran haber kaynağının hastalığı deneyimleyen kişiler olduğu, çalışmada ulaşılan önemli sonuçlardandır.

Anahtar sözcükler: Covid-19, korku çekiciliği, öz yeterlilik, sağlık davranışı.

Abstract

The media employs various techniques to persuade large groups of people, one of which is the use of fear appeal in advertising. This study aims to reveal how fear appeal is used in news content published during the Covid-19 pandemic and its effect on the cognitive evaluation process that drives behavior change in individuals. To achieve this goal, the research was conducted in two stages. The first stage involved a review of news published between March 11, 2020 (when the first Covid-19 case in Türkiye was announced) and September 11, 2020 to identify the types of fear elements used and how they were constructed. A content analysis of 60 news articles in health-related categories, which contained fear appeal selected from four national newspapers, was carried out. In the second stage, field research was conducted to find out the impact of the fear elements identified in the news content on readers. A survey was administered to 418 participants aged 18 and above, and the dataset was analyzed using the descriptive analysis method. The survey contained statements about the components of perceived sensitivity, perceived severity, perceived effectiveness of response, and self-efficacy regarding the threat. Key results of the study indicate that news about the risks of not paying attention to hygiene and cleanliness has the greatest impact on participants’ perceptions of threat sensitivity, news about Covid-19 potentially leading to other diseases increases the perceived severity of the threat, and news about individuals experiencing the disease has the greatest impact on the perceived effectiveness of the response.

Keywords: Covid-19, fear appeal, health behavior, self-efficacy.

Medya, kitleleri ikna etme amacına yönelik olarak farklı yöntem ve teknikleri kullanmaktadır. Medyanın korku çekiciliğini ikna amaçlı olarak en sık reklamlarda kullandığı görülmektedir. Çeşitli yollarla korku duygusu oluşturularak izleyicinin istenen davranışı sergilemesi amaçlanmaktadır. İletilerin bireylerde yarattığı korku ile ikna-

nın ortaya çıkarılmasına dönük strateji, korku çekiciliği olarak adlandırılmaktadır. Korku çekiciliği, reklamcılık alanıyla ilişkili gibi görünse de davranış geliştirmeyi amaçlayan her türden iletişim faaliyetinde kullanılabilir. Medya, özellikle toplum sağlığının söz konusu olduğu dönemlerde en önemli bilgi kaynağıdır ve hedef kitlenin ikna edilmesi yoluyla bireylerin il-

İletişim / Correspondence:

Prof. Dr. Yasin Bulduklı
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal
ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve
İletişim Bölümü, Karabağlar 35360 İzmir
e-posta: drbulduklugmail.com

Yükseköğretim Dergisi / TÜBA Higher Education Research/Review (TÜBA-HER), 12(3), 486–500. © 2022 TÜBA

Geliş tarihi / Received: Kasım / November 15, 2022; Kabul tarihi / Accepted: Aralık / December 22, 2022

Bu makalenin atıf künyesi / How to cite this article: Gönülşen, G., & Bulduklı, Y. (2022). Haberlerde korku öğelerinin sağlık davranışı üzerindeki etkisi. *Yükseköğretim Dergisi*, 12(3), 486–500. doi:10.2399/yod.22.1205334

Bu makale, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalında Gülşah Gönülşen tarafından yapılan “Haber İçeriklerinde Korku Çekiciliği Kullanımının Okurların Sağlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: COVID-19 Örneği” adlı yüksek lisans tezinden yararlanılarak üretilmiştir.

ORCID ID: G. Gönülşen 0000-0001-9927-4113; Y. Bulduklı 0000-0001-9997-8663



gili sağlık koşullarında uygun önlemleri alması yönünde bilinç oluşturur. Herhangi bir duruma, kişiye veya olaya ilişkin bilgi aktarımı yoluyla uygun bir retorik oluşturularak haberler bir ikna aracına dönüştürülür. Medya, bireysel davranışın sergilenmesine aracılık eder. Pandemi; salgının küresele evrilmesini ifade eden bir kavramsallaştırma ve yoğun belirsizlik, risk ve buna bağlı olarak korku ve paniğin hâkim olduğu dönemi tanımlar. Ayrıca pandemi dönemleri bilgi kirliliği ile bilginin saptırılması gibi konuların yoğun tartışıldığı zamanlardır. Bilgi ve enformasyon aktarımı ile paylaşımında etkin rol oynayan medyanın böyle dönemlerde önemi daha da artmaktadır. Bireylerin salgına yönelik farkındalığının ortaya çıkarılmasından ilgili sağlık davranışının gönüllü sergilenmesine kadar geniş bir çerçevede medya, salgın ve pandemi yönetiminin en etkili aracıdır. Medyanın etkin kullanımı ve uzman sağlık habercilerinin çabaları aracılığıyla hastalığın etkileri, korunmanın yolları, salgına yönelik güncel olaylar gibi birçok konuda bilgi, bireyler tarafından alınabilmekte ve belirsizlikler belli oranda giderilebilmektedir.

Sağlık davranışı; kişilerin, sağlığa yönelik gerçekleştirdikleri eylemlerdir ve onların deneyimleri, içinde bulunduğu kültür ve çevresel koşullara göre şekillenmektedir. Sağlık davranışı, kişinin hayat standardı, çevresel ve toplumsal unsurlar bağlamında var olan davranışın geliştirilmesi, güçlendirilmesi veya değiştirilmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Bulduklu, 2010, s. 77).

Sutton'a (2002, s. 1–2) göre sağlık davranışı; risk veya ciddi yeti artırarak ya da azaltarak fiziksel sağlık sonuçlarını etkileyen veya etkilediğine inanılan herhangi bir davranış şeklidir. Literatürdeki diğer tanımlardan yola çıkarak genişletilmiş bir tanım sunan Conner ve Norman'a (2005, s. 2) göre sağlık davranışı; hastalığı tespit etmek veya önlemek ya da sağlığı geliştirmek

amacıyla yapılan tüm faaliyetleri kapsamaktadır. En genel anlamıyla sağlık davranışı; var olan yaşam kalitesini sürdürülebilir ve sağlıklı bir hayata sahip olabilmek amacıyla kişinin sergilediği eylemlerdir (Yılmaz, 2018, s. 131).

Fishbein ve diğerleri (2002, s. 90–91), bireyin sağlık davranışlarını etkileyen dört faktör bulunduğunu vurgulamaktadır. Bunlar; bireyin hastalığa karşı algılanan duyarlılığı, belirli bir sağlık davranışına karşı tutumu, bireyin eylemde bulunduğu çevredeki grup ve topluluklardan etkilenen algılanan normlar ve bireyin bir davranış gerçekleştirme konusunda kendisine duyduğu güveni vurgulayan öz yeterliliklerdir.

Değişim süreçleri, bireylerin belirli aşamalar boyunca ilerleyebilmek için kullandıkları deneysel ve davranışsal faaliyetlerdir. Sağlık davranışı değişikliği on aşamadan geçen bir sürecin sonunda ortaya çıkmaktadır (Prochaska ve Prochaska, 2011, s. 27) (Tablo 1).

Düşünce değişim sürecinin belirli bir aşamasında olan birey, kendilerini bir sonraki aşamaya taşımak için özel olarak tasarlanmış bir mesaja ihtiyaç duymaktadır. Bu mesaj oluşturulurken hedeflenen, katılımcıların demografik özellikleri ne olursa olsun hastalığın tehdidi, yeni sağlık faaliyetlerinin algılanan faydaları ve maliyetleri, belirsizliğin azaltılması ve algılanan öz yeterlilik ve güçlenme artışı gibi konuları göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Jenkins, 2003, s. 286).

Koronavirüs adıyla bilinen SAR-Cov-2 virüsü, 2019 yılının sonlarında Çin'de ortaya çıkmış ve kısa zamanda küresel çapta yayılan bir salgın hastalığa (Covid-19) yol açmıştır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ilk vakanın açıklandığı 11 Mart 2020 tarihinden itibaren korku ve panik artmış, salgını kontrol altına alabilmek amacıyla çeşitli uyarılar, öneriler kamuya akta-

■ Tablo 1. Sağlık davranışı değişim süreci.

Bilinç yükseltme	Belirli bir davranışın nedenleri, sonuçları ve tedavileri hakkındaki farkındalığın arttığı süreçtir.
Belirgin rahatlama	Başlangıçta artan duygusal deneyimler ve ardından uygun önlemlerin alınması halinde sorunlu davranışın etkisinin azalmasıyla rahatlama aşamasına geçilmektedir.
Bireysel yeniden değerlendirme	Bireyin kendi imajını ve istenmeyen davranışını hem bilişsel hem de duygusal olarak yeniden değerlendirdiği süreçtir.
Çevresel yeniden değerlendirme	Belirli bir davranışın varlığının veya yokluğunun kişinin sosyal çevresini nasıl etkilediğini bilişsel duygusal olarak değerlendirdiği süreçtir.
Kendini özgürleştirme	Hem kişinin değişebileceği inancı hem de bu inanca göre hareket etme taahhüdünü verebilme gücünü bulundurabildiği süreçtir.
Sosyal özgürlük	İstenmeyen davranıştan kurtulan bireyin sosyal baskıdan da kurtulabileceğine inandığı süreçtir.
Karşı koşullandırma	Bu süreç, sağlıksız davranışların yerine sağlıklı davranışların öğrenilmesini gerektirmektedir. Birey, istenmeyen davranış yerine istenilen davranışa odaklanmaktadır.
Destekleyici ilişkiler	Bireyin, şefkat, güven, açıklık ve kabulün var olduğu ilişkiler ile desteklenmesidir.
Güçlendirme yönetimi	Sağlıksız veya istenmeyen davranıştan uzaklaşmak için olumlu yönde adımlar atan kişilerin ödüllendirilmesidir.
Uyarıcı kontrolü	Sağlıksız davranışlara yönelik ipuçları ortadan kaldırılarak davranışın istenilen şekilde değiştirilebilmesi için alternatif uyarılar eklenmesidir.

rilmiş; gerekli görülen durumlarda belirli yasaklar yaşamın olağan akışını sekteye uğratmıştır. Virüsün daha fazla yayılmasını önleyebilmek, bireylerin var olan sağlık durumlarını koruyabilmek adına maske takma, sosyal mesafe ve izolasyon gibi birtakım kurallar ilk andan itibaren kural olarak konulmuş; uyumu artırmaya yönelik iletiler medya aracılı olarak kitleye aktarılmıştır. Kamu spotları, haber programları ve farklı oturumlarla virüsün yayılmaması için yapılması gerekenler sürekli yinelenmiştir. Haftada birkaç gün toplanan Sağlık Bilim Kurulunun kararları medya aracılığıyla aktarılmış; her akşam yayımlanan güncel veri tablosu geleneksel ya da yeni medya dolayımı olarak halkın gündeminde önemli ölçüde yer bulmuştur. Pandemi sürecinde medya, sağlık davranışları üzerinde olumlu ya da olumsuz düzeyde değerlendirilebilecek işlevleri yerine getirmiştir. Zaman zaman tartışmalı bilgiler kamusal alanda medya üzerinden iletilmiş; uyarı ve önlemlerin istenen düzeyde sağlık davranışı hedefine ulaşmaya aracılık edip etmediği sürekli tartışılmıştır. Bireylerin yaptığı herhangi bir eylemin ya da kurallara uymamanın sonucunun tüm toplumu etkileyebileceği sürekli yinelenmiş olsa da hedeflenen farkındalık düzeyine erişilememiştir. Dünyada örnekleri görülmekle birlikte sıklıkla Türkiye’de izinsiz bir araya gelmeler, kaçak kumar organizasyonları, doğum günü partileri, mekanlarda gizli toplanmalar, aile gezmeleri ve bayramlaşmalar yasak olmasına rağmen yaşanmış ihlal örnekleridir. Kurallar aracılığıyla bireyleri belirli davranışlardan vazgeçirmek olası olsa da en etkili yolun onları ikna etmek olduğu açıktır. Medya, farkındalığı yaratmakta ve bireyleri yönlendirmekte diğer bir deyişle onları ikna etmekte zaman zaman yetersiz kalmıştır. İkna dayalı içerik aktarımı hususunda medyanın gerekli deneyime sahip olmaması, tutum ve davranışların istenilen yönde gelişmemesinde etkindir. Önceki salgınlara ilişkin deneyimler yakın tarihteki olsa da küresele evrilmiş en son salgının geçmişi yüz yıldan biraz eskiye dayanmaktadır. Medyanın o dönem henüz emekleme döneminde olduğu, sadece gazetenin toplumların yaşamında yer aldığı, radyonun yaygınlaşmadığı ve televizyonun henüz icat edilmediği düşünüldüğünde Covid-19 deneyimi, geleneksel ve yeni kitle iletişimi ve onun dolayımında davranış gelişimini oluşturacak taktik ve stratejileri öğretmeye yönelik katkı sağlayıcı potansiyelini göstermesi açısından önemlidir.

Medyanın sağlık davranışları üzerindeki etkisi, birbirinden farklı çalışmalarla ortaya konulmuştur. Yılmaz (2018), medyanın bitkisel ürün kullanımı üzerindeki etkisine ilişkin gerçekleştirdiği alan araştırmasının sonucunda, kişilerin medyada yer alan sağlık konulu yayınları takip etme sıklıklarıyla davranışsal niyet geliştirme düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğunu saptamıştır.

Ash, Galletta, Hangartner, Margalit ve Pinna (2020) çalışmalarında Fox News kanalının virüsün oluşturduğu riskleri

küçümseyen bir tutum sergilediğini öne sürerek bu tutumun kanalın izleyicileri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmada izlenme oranının yüksek olduğu yerlerde salgına karşı koruyucu önlemlere uyma davranışının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Melki ve diğerleri (2020) pandemi ile ilgili haberlerin medyada daha fazla yer almasının ve buna bağlı olarak salgına yönelik algılanan bilgi ve korku ile bireylerin önleyici tedbirleri uygulamaları arasında pozitif yönlü korelasyon bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Sağlık içerikli haberler, uzun ve sağlıklı bir yaşam geçirmeyi arzu eden kişilerin ilgisini çekmekte ve onların sağlık davranışları üzerinde etkili olmaktadır. İnsanlar, sağlığa ilişkin gelişmelerden medya aracılığıyla haberdar olmakta, bu haberler de medyada daha sık yer almaktadır (Ertaş, Kırış ve Ünal, 2019, s. 726). Sağlığı konu alan her haber, birçok kişinin hayatına yakından etki etmekte, yaşamsal anlamda umuda veya umutsuzluğa kapılmalarına sebep olabilmektedir. Dolayısıyla sağlık konulu haber içeriklerinde kullanılan her kelimenin, okurlar üzerindeki etkisi de büyüktür (Utma, 2020).

Korku uyarılması, bireyler tarafından tehdit uyarılarının algılanması ile tetiklenen ve istenmeyen bir duygu halidir. Korkunun fizyolojik uyarılmayı kapsadığı, tehdidin veya korkunun azaltılması ya da tamamen ortadan kaldırılmasına ilişkin duygusal ve davranışsal tepkilere motivasyon oluşturduğu varsayılmaktadır (Dijker, Koomen ve Kok, 1997). Dolayısıyla bireyler, mesajda belirtilen bir ürünü satın almamanın veya davranış gerçekleştirilmemesinin sonuçlarından korkarak belirtilen tavsiyeye uymaya teşvik edilmektedir. Diğer taraftan korku önemli bir ikna aracıdır.

İkna süreci, hedefte bilgi, duygu, düşünce, tutum ve davranış değişimi amaçlandığı durumlarda, kaynağın alıcı üzerinde bilinçli bir değişim oluşturma isteği söz konusu olduğunda başlamakta (Tarakcı, 2019, s. 31). İkna sürecinde ana amaç; kaynağın, hedefe ne düşündüğünü mümkün olduğunca açık bir şekilde anlatabilmesidir (Hogan, 2013, s. 188).

İkna edici mesajlar, alıcıların akıl yürütme süreçlerinden geçtikten sonra, içerdiği argümanların gücüyle etkisini göstermektedir (Ajzen, 1991). Bu süreçte mesaj; kısa, öz açıkça anlaşılacak şekilde verilmeli, kanıt ve örneklerle desteklenerek dikkat çekici hale getirilmelidir (Tarakcı, 2019, s. 53). Tutum ve davranış biçimlerini olduğu gibi kabullenmek imkânsız olduğunda o zamana kadar normal görülen hareketler birden riskli olarak kabul edilmeye başlanmaktadır (Furedi, 2017, s. 111). Böyle durumlarda, tutum ve davranışların istenilen şekilde yönlendirilebilmesi için bireylerin ikna edilmesi gerekmektedir.

Korku çekiciliklerini; hedef kitleyi, belirli bir davranışta buldukları takdirde oluşması muhtemel olumsuz, fiziki, psiko-



lojik veya sosyal bir sonuçla tehdit eden bir ikna aracı olarak ifade edebilmek mümkündür (Sweeney ve Stephens, 2013). Dolayısıyla korku çekicilikleri, bireylerin belirli bir şekilde düşüncelerini veya eyleme geçmelerini sağlayabilmek amacıyla kullanılmaktadır ve korku, bireyler kendilerini koruyabileceklerine inandıkları müddetçe önemli bir motive edicidir (Witte ve Allen, 2000).

Bu çalışma, Covid-19 sürecinde medyayı ve onun iletileri sunuş biçimini konu edinmekte bireylerde yarattığı algı çalışmada ayrı bir boyut olarak ele alınmaktadır. Medyanın sunduğu içeriklerde korku çekiciliği stratejisi kullanılarak ikna aracına dönüştürülen haberlerin davranış değişikliği yaratmadaki rolü üzerinde durulmaktadır. Medyanın farkında olarak ya da olmadan sunduğu içeriklerde kullanılan taktikler Korunma Motivasyonu Modeli bağlamında ele alınmakta; hangi içeriklerin ikna üzerinde etkili olduğu araştırılmaktadır. Rogers tarafından 1975 yılında geliştirilen Korunma Motivasyonu Modeli; tutum ve davranış değişikliğini üreten ortak değişkenleri belirlemek amacıyla korku çekiciliğinin değişkenlerini saptamak ve işlevsel hale getirebilmek için tasarlanmıştır (Milne, Sheeran ve Orbell, 2000). Bu modele göre; korku çekiciliği, tehdit olarak kullanılan olayın zararlılığı veya ciddiyeti, olayın meydana gelme olasılığı ve önerilen bir başa çıkma tepkisinin etkinliği ile ilgili bilişsel değerlendirme sürecini başlatmaktadır (Maddux ve Rogers, 1983).

Korunma Motivasyonu Modelinde bilişsel değerlendirme sürecinin başlamasını sağlayan 4 mesaj faktörü (algılanan duyarlılık, algılanan şiddet, yanıtın algılanan etkililiği ve öz yeterlilik) temel alınarak yürütülmüştür. Bu bağlamda; haber incelemeleri yapılırken hangi davranışların tehlikeye duyarlılık oluşturduğuna değinildiği, tehlikenin nasıl aktarıldığı ve şiddetinin nasıl iletildiği, tehlikenin ortaya çıkmasını engelleyen önerilerin neler olduğu ve nasıl etkili bir hale getirilmeye çalışıldığı incelenmiştir. Katılımcılardan alınan yanıtlar ile korku uyandıran mesajlar kullanılarak hazırlanan haber içeriklerinde vurgulanan tehditlerin algılanış biçimleri, tehlide karşılık sunulan önerilerin etkililiğinin alınması belirlenmeye çalışılmıştır. Okurların haberlerde söz edilen tehlike ile başa çıkabilmek için sunulan önerilere uymaya yönelik inanç ve yeteneklerine (öz yeterliliklerine) olan etkisinin saptanması amaçlanmıştır. Araştırmanın temel varsayımı; haberlerde kullanılan korku çekiciliği stratejilerinin, okurlarda tehlide duyarlılık oluşturabilecek davranışlara yönelik algı yarattığı, tehdit karşısında korku duygularının harekete geçtiği ve haberde sunulan önerileri gerçekleştirerek tehdidin bertaraf edilebileceğine yönelik inançları etkilediğidir. Varsayımına bağlı olarak araştırmanın ilk aşamasının ana sorunsalı korku çekiciliği oluşturmak amacıyla haber içeriklerinde hangi yöntemlerin kullanıldığı; ikinci aşamasının temel sorunsalı ise kullanılan yöntemlerin, okurların bilişsel süreç unsurlarının üzerindeki etkisinin nasıl olduğudur. Bu bağlamda araştırmanın ilk aşamasında haber metinlerine içerik analizi uygulanmış ve alt sorular şu şekilde belirlenmiştir:

– **S1:** Haberlerde tehlikeye duyarlılık için sunulan davranışlar hangileridir?

– **S2:** Korku duygusu yaratmakta tehdit tehlikeye nasıl dönüştürülmektedir?

Araştırmanın ikinci aşamasında ise içerik analizi ile tespit edilen, korku çekiciliği oluşturmaya ilişkin kullanılan yöntemlerin okurlara yönelik algısını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu aşamanın ana sorunsalına yönelik olarak oluşturulan alt sorular şunlardır:

– **S1:** Katılımcıların kullanılan korku ögelerine ilişkin tutumları nedir?

– **S2:** Sunulan içeriklere katılımcıların algılanan duyarlılık düzeyleri nedir?

– **S3:** Katılımcıların tehdidin şiddetine ilişkin algılarını etkileyen unsurlar nelerdir?

– **S4:** Yanıt etkililiğini artırmak için haberlerde hangi kaynaklar kullanılmaktadır?

Yöntem

Çalışma, Covid-19 pandemisi döneminde çoğunlukla reklam alanına özgü olarak ele alınan korku çekiciliğinin sağlık içerikli haberlerde kullanımı ve okurlar tarafından algılanışını konu edinmektedir. Medyanın sağlık davranışı amaçlı olarak yayınladığı çevrimiçi haber içeriklerinde korku çekiciliği oluşturmak amacıyla kullanılan unsurlar ve bu stratejinin okurların üzerindeki etkisi çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. İnternetin ve buna bağlı olarak gelişen akıllı telefon, tablet gibi teknolojilerin bireylere, her türlü enformasyona olduğu gibi habere de zaman ve mekân kısıtlaması olmadan ulaşabilme ve anında etkileşim gibi birçok imkân sunması sayesinde artık yeni medyanın, geleneksel medyanın yerini almaya başladığı göz önünde bulundurularak Türkiye’de günlük olarak yayınlanan basılı gazetelerin çevrimiçi haber sitelerindeki içerikler çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu kapsam çok geniş olduğundan çalışma kapsamında değerlendirmeye alınan haberler, sınırlarweb.com verilerine göre en çok ziyaret edilen ilk beş çevrimiçi haber sitesinin içerisinde bulunan Hürriyet, Sabah, Sözcü ve Habertürk üzerinden seçilmiş ve pandemi sürecinde Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020 ile 11 Eylül 2020 tarihleri arasında yayınlanan, sağlık ve sağlığa ilişkin haber kategorileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümü ise 18 yaş ve üzeri tüm bireyleri kapsamaktadır.

Çalışmanın evreni, içinde bulunulan pandemi dönemi boyunca hurriyet.com.tr, sabah.com.tr, sozcu.com.tr. ve haber-

turk.com.tr sitelerinde yayınlanan haberler ve internet erişimine sahip olup bu haberlere herhangi bir şekilde maruz kalan bireylerdir. Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının görüldüğü tarihten itibaren altı ay boyunca (11 Mart – 11 Eylül 2020) sağlık kategorisinde yayınlanan haberler incelenmiştir. İnceleme sonucunda, korku çekiciliği oluşturmak amacıyla her haber sitesinden, korku çekiciliği stratejisi kullanıldığı tespit edilen 15 haber, amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem yöntemi kullanılarak belirlenmiş ve araştırmanın sınırlılıkları oluşturulmuştur. Ölçüt örneklem; örneklemin, araştırmanın problemine yönelik olarak belirlenen özellikleri taşıdığı tespit edilen durumlar, objeler veya olaylardan oluşturulmasıdır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2008, s. 11). Haberlerin linklerdeki başlıklara göre seçilmesinin sebebi; çevrimiçi haberlerde okurlarda merak uyandırılmasında, haberi tıklayarak içeriği hakkında detaylara erişmesinin sağlanmasında bu başlıkların önemli bir rolünün bulunmasıdır. Ayrıca başlıkların haber içeriğine yönlendirmede işlevsel olduğu varsayımı, haber seçiminde etkili olmuştur.

Araştırmanın ilk aşamasında örneklem dâhilindeki haberler içerik analizi yöntemiyle incelenerek korku çekiciliklerinin nasıl oluşturuldukları ve ne sıklıkla kullanıldıkları tespit edilmiştir. İçerik analizi yöntemi aracılığıyla yazılı ve diğer kayıtlı iletişim şekillerinin özellikleri ve anlamları ile ilgili çıkarımlar etkili bir şekilde ölçülebilmektedir. İkinci aşaması ise *survey* metodunda yapılmış; anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Anket, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler, Covid-19 korkusu, algılanan duyarlılık, algılanan şiddet, yanıtın algılanan etkililiği ve öz yeterlilik ölçeklerinin bulunduğu 6 bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde katılımcılara ait demografik değişkenler; ikinci bölümde katılımcıların Covid-19’a yönelik korku düzeylerini saptamak amacıyla Ahorsu ve diğerleri (2022) tarafından oluşturulan ve Bakioğlu, Korkmaz ve Ercan (2021) tarafından geçerlik güvenilirlik analizleri yapılarak Türkçeye uyarlanan “Covid-19 Korkusu Ölçeği” yer almaktadır. Üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı bölümlerde ise incelenen haber içeriklerinin analizinden ve Korunma Motivasyonu Modelinden yola çıkılarak araştırmacı tarafından oluşturulan sorular bulunmaktadır. Ölçeğin üçüncü bölümü, “Algılanan Duyarlılık”, dördüncü bölümü “Algılanan Şiddet”, beşinci bölümü “Yanıtın Algılanan Etkililiği ve son kısım ise “Öz Yeterlilik” tutumlarına yöneliktir. Soru formunda farklı başlıklar altında ölçekleri bulunmaktadır. Soru formunda her biri farklı başlıklar altında sunulan her bir ölçek, 5’li Likert tipinde uygulanmıştır. Haber içeriklerinde korku çekiciliği kullanımının, okurların sağlık davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla oluşturulan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğinin saptanması amacıyla 50 kişi üzerinde çevrimiçi olarak

ön test yapılmıştır. Pilot çalışmada sorunlu olduğu görülen maddeler soru formundan çıkarılmış, uzman görüşleri de alınarak bazı ifadeler yeniden düzenlenmiştir.

Survey araştırmasının örnekleme, salgının sadece belirli bir kesimi değil toplumdaki her bireyi etkilediği göz önünde bulundurulurken, kolayda örnekleme yoluyla belirlenmiş ve 18 yaş ve üzeri bireylere gönderilmek üzere Google Forms aracılığıyla hazırlanmıştır. Ankete 435 kişi katılmış ancak 418 katılımcının tüm ifadelerine eksiksiz yanıt verdiği görüldüğünden örneklem 418 kişi üzerinden değerlendirilmiştir.

Bulgular

Çalışmanın ilk aşamasında içerik analizinden elde edilen bulgular soru formunun oluşturulmasının temelini oluşturmuştur. Dört gazetenin internet sitesindeki haberler içerik analizi yöntemiyle incelenerek korku çekiciliklerinin nasıl oluşturulduğu saptanmıştır. *Survey* metodunda yapılan ikinci aşamada anket tekniği ile toplanan verilerin analizinden elde edilen bulgular betimsel istatistik yöntemleri ile ortaya konulmuştur.

Haber içerikleri, kısmi içerik analizi yöntemi ile incelenmiş, korku içeriğinin kullanımı ve korku çekiciliği için kullanılacak ifadeler, kodlar belirlenmiş, kategoriler uzman görüşleri çerçevesinde oluşturulmuştur. Pandemi sürecinde Covid-19’un oluşturması olası risklerin artmasına sebebiyet verebileceği, dolayısıyla tehlikeye karşı duyarlılık oluşturabileceği belirtilen davranış veya durumların medyada sunumları “Tehlikeye Duyarlılık Oluşturabileceği Belirtilen Davranışlar” olarak kategorize edilmiştir. Covid-19 ve bu süreçte gerçekleştirilen davranışların doğuracağı risklerin ifade ediliş şekli, tehdidin algılanış düzeyine etki etmesinden yola çıkılarak “Tehdit Ciddiyetinin İfade Ediliş Biçimi” ayrı bir kategori olarak belirlenmiştir. Mesaj tekrarının ikna üzerindeki etkisini göz önünde bulundurarak haber içeriklerinde tehdit ifadelerinin ne sıklıkla tekrar edildiği de içerik analizinde ortaya konulmuştur.

Korku Uyandırmak Amacıyla Haberlerde Tehdit Kullanımı

Haberlerde, tehlikeye karşı duyarlılık oluşturabileceği vurgulanan (değiştirilmesi önerilen) davranışların neler olduğunun yanı sıra korku çekiciliği oluşturabilmek amacıyla bu riskin bir tehdide nasıl dönüştürüldüğü, haber içeriklerinde ne sıklıkla tekrar edildiği ve görsel seçimleri ile desteklenip desteklenmediği, tehdit şiddetinin nasıl oluşturulduğunu tespit etmek amacıyla incelenmiş ve uygun kategoriler oluşturulmuştur. Kategorilerin hazırlanabilmesi için öncelikle, tekrar okuma yöntemi kullanılarak çeşitli kodlar belirlenmiştir. Bu



■ **Tablo 2.** Tehdit bileşeni olarak kullanılan kodlar.

Ölüm	Bulaş	Kalp krizi	Korku	Zorluk
Hayati	Ölümcül	Yayılma	Tehdit	İzdirap
Risk	Savunmasız	Enfeksiyon	Bayılma	Acı çekme
Tehlike	Ağırlaşma	Hastalanma	Hassas	

bağlamda korku çekiciliği oluşturabilmek amacıyla haber içeriklerinde korku uyandıran tehdit bileşeni olarak sıklıkla kullanılan kodlar ■ Tablo 2’deki gibi belirlenmiştir.

Bu kodlar çok çeşitli oldukları ve tek başına bir anlam ifade etmedikleri için gruplandırılarak kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler, çeşitli temalar altında nicel ve nitel olarak değerlendirilmiştir.

Tehlikeye Duyarlılık Oluşturabilecek Davranışlar

Pandemi sürecinde Covid-19’un oluşturması olası risklerin artmasına sebebiyet verebileceği, dolayısıyla tehlikeye karşı duyarlılık oluşturabileceği belirtilen davranış veya durumlar, ■ Tablo 3’te gösterildiği gibidir. Örnekleme alınan haberlerde pandemi gibi tüm dünyayı etkileyen bir sorunda tüm teknolojik gelişmelere rağmen tedbirlerin davranış değişikliği ya da belirli durumlara uyarlanma zorunluluğu ile ilgili olduğu görülmüştür. Geçmişte salgın dönemlerinde önerilen korunma seçenekleri son pandemi koşullarında da aynı şekilde tavsiye olarak (maske-mesafe-temizlik) kitleye aktarılmıştır. Bu çerçevede davranış ve durum kategorisi, incelenen haberlerde en çok değinilen konulardır.

■ Tablo 3 incelendiğinde 16 haberin ana vurgusunun, zararlı alışkanlıkların kullanımının getirdiği riskler olduğu görülmektedir. Buna göre; habere konu olan tehdidin gerçekleşme olasılığının en çok artıran davranışlar sigara, alkol, nargile gibi

■ **Tablo 3.** Tehlike duyarlılığı oluşturan davranışlar.

Davranış	Haber sayısı
Zararlı alışkanlıklar	16
Maskenin kullanılmaması/Yanlış kullanılması	15
Kural ve yasaklara uyulmaması	13
Obezite-hareketsizlik ve düzensiz beslenme	8
İzolasyon ihlali	4
Sosyal mesafe ihlali	2
Temizlik ve hijyene dikkat edilmemesi	2
Toplam	60

sağlığa zararlı alışkanlıklar ve bağımlılıklardır. Tehlikeye karşı duyarlılığa en fazla etki ettiği düşünülen bir diğer davranış ise 15 haber içerisinde belirtilen, maskenin kullanılmaması/yanlış kullanılmasıdır. Pandemi sürecinin başından beri en sık vurgulanan üç kural olan, maske-mesafe-temizlik ihlallerinin bir arada risk faktörü olarak belirtildiği haberler, maskenin yarım takılması, virüsten tam koruyamayacak maskelerin kullanılması gibi maske kullanımlarındaki yanlışların oluşturabileceği tehlikelere vurgu yapılan haberlerdir. Kural ve yasaklara uyulmamasının risklerine değinilen 13 haber bulunmaktadır. Bu kategori, sosyal mesafenin korunması, maskenin doğru kullanılmaması gibi tek bir yanlış davranıştan ziyade, virüsten korunmak için getirilen kurallardan birden fazlasının ihlaline bir arada vurgu yapılan haberlerden oluşturulmuştur. Pandemi döneminde Covid-19 risklerini artırdığı vurgulanan diğer davranış ise düzensiz beslenme, hareketsizlik ve obezitedir. Bu davranış ve durumlar, birbirilerini tetikledikleri göz önünde bulundurularak aynı kategoride değerlendirilmiş ve 8 haberde ele alındıkları görülmüştür. Bu bağlamda insan sağlığına birçok açıdan olumsuz etkileri bulunan düzensiz beslenme, hareketsizlik ve fazla kiloların yol açtığı obezitenin, pandemi döneminde de önemli bir risk faktörü olarak kabul edildiğini söyleyebilmek mümkündür. Covid-19 ve buna bağlı riskleri artıracığına inanılan bir başka davranışın ise izolasyon ihlali olduğu görülmektedir. Sosyal mesafe ihlali ile temizlik ve hijyene dikkat edilmemesi ise 2 haberde vurgulanmıştır. Kişisel temizliğe önem verilmemesinin yanı sıra çevreyi, atık maske, eldivenlerle kirletmenin risklerini de içeren temizlik ve hijyene dikkat edilmemesi ve bireylerin birbirinden bir buçuk metreden az bir mesafede bulunmasının risklerini ele alan sosyal mesafe ihlali, yine, maske-mesafe-temizlik ve benzeri kuralların birlikte vurgulandığı haberlerden ayrı tutularak değerlendirilmiştir.

Tehdidin Tehlikeye Dönüştürülmesi

Covid-19 ve bu süreçte gerçekleştirilen davranışların doğuracağı risklerin ifade edilmiş şeklinin, tehdidin algılanış düzeyine etki etmesinden yola çıkılarak oluşturulan ■ Tablo 4, haber içeriklerinde kullanılan tehditlere ilişkin oluşturulan kodlardan yararlanılarak kategorize edilmiştir. İncelenen haber içeriklerin-

de bir tehdidin, en çok hangi riskler öne çıkarılarak aktarıldığını saptamak amacıyla oluşturulan bu kategoride haber linkinde kullanılan başlıklar, ana başlıklar ve spotlar inceleme birimi olarak alınmıştır. Bir haber içerisinde birden fazla tehdit ifadesi bulunabildiğinden, göz önünde bulundurulmuş haber bölümlerinde yer alan tehdit ifadesinin haberin ana vurgu noktası olduğu kabul edilmiştir. Bunun nedeni; haber linklerinde kullanılan başlıkların, ana başlıkların ve spotların haber içeriğini okumak için belirleyici bölümler olması ve haber metninin özeti niteliğinde olmalarıdır.

■ Tablo 4 incelendiğinde korku uyandırarak okurları davranış değişikliğine ikna etmek amacıyla en fazla haberde vurgulanan ana tehdit ifadesinin istenmeyen davranışların vücudu Covid-19 riskine karşı savunmasız hale getirerek bulaş riskini artırması ve bunun da virüsün çevreye yayılma olasılığını artırmasıdır. İncelenen haberlerin yarısından fazlasında (34 haber), pandemi sürecindeki birincil risk olan bulaş ve yayılma riskinin bir tehdit haline dönüştürülmesi, korkunun temel düzeyde tutularak virüsün daha fazla kişiye bulaşmasına neden olacak davranışların engellenmek istendiği görülmektedir. Örneklem dâhilindeki 9 haberde risk, hayati tehlike ve ölüme vurgu yapılarak tehlide dönüştürülmüştür. İçeriklerinde belirtilen tavsiyelere uyulmaması veya Covid-19'a yakalanılması halinde kişinin hayatı fonksiyonlarının tehdit edilebileceği, bir başkasının hayatını riske atabileceği ve Covid-19'un ölümcül etkileri ile ölümlerle sonuçlanabilme ihtimalinin vurgulandığı haberler, bu başlık altında toplanmıştır. Kişilerin en temel hakkı olan yaşamın kaybedilmesi riski, yalnızca insanın değil tüm canlıların en büyük korkularından biri olduğundan bu haberlerde okurların korku düzeylerini daha ilk mesajdan artırmanın amaçlandığı söylenebilir. İstenilen davranışları gerçekleştirmemeleri durumunda Covid-19'a yakalanan bireylerin hastalığı daha ağır atlatma risklerine değinilen haberlerden yola çıkılarak oluşturulan etkilerin artırılması ve tedavi sürecinin zorluğuna vurgu yapılan 10 haber bulunmaktadır. Hastalığın etkilerinin ve seyrinin ağır olması, tedavi sürecini de zorlaştıracağından bu iki haber içeriği türü bir kategori içerisinde değerlendirilmiştir. Hastalık seyrinin her bi-

■ Tablo 4. Tehdidin tehlikeye dönüştürülmesi biçimi.

İfade biçimi	Haber sayısı
Virüse yakalanma ve virüsü yayma riskine vurgu yapılması	34
Hastalığın etkilerinin ağırlaşmasına ve tedavi sürecinin zorlaşmasına vurgu yapılması	10
Ölüm riskine vurgu yapılması	9
Covid-19'dan farklı hastalık risklerine vurgu yapılması	7
<i>Toplam</i>	60

reyde farklı ilerlemesinin yarattığı belirsizlik ve buna bağlı olarak oluşan korkunun üzerine, gerçekleştirilmeyen veya vazgeçilemeyen davranışların hastalığın seyrini daha da ağırlaştırdığını vurgulanmasıyla bireylerdeki korku düzeyinin artırılması amaçlanmaktadır.

Tehdidin İfade Edilişi ve Haber İçerisinde Kullanım Sıklığı

Bu kategori, mesaj tekrarının ikna üzerindeki etkisini göz önünde bulundurarak haber içeriklerinde tehdit ifadelerinin ne sıklıkla tekrar edildiğini tespit etmek amacıyla oluşturulmuştur (■ Tablo 5). İncelenen haberlerde öne çıkarılan konu ana unsur olarak belirlenmiş; haberin devamında ya da ara başlık olarak iletilen içerikler ise diğer tehditler olarak kategorize edilmiştir. Buradaki içeriklerin yinelenme sayısı tekrar edilme sıklığı kapsamında analiz edilmiştir. Söz konusu tehditlerin ana vurgu noktası olduğu haberlerdeki tekrar sıklığının tehdit şiddeti algısının pekiştirilmesinde; diğer haberlerdeki tekrar sayısının ise ana tehdit ifadesinin farklı tehditlerle desteklenmesinde etkili olduğu saptanmıştır.

Örneklem dahilinde incelenen 60 haber içerisinde farklı risk ifadelerinin toplamda 125 kere tekrar edildiği, ■ Tablo 5'te görülmektedir. Bu durum, habere konu olan tehdidin, ana başlık ve spotun yanı sıra haber metni içerisinde de en az iki kere kullanılmış olduğunu göstermektedir. Gerek haber kaynakları-

■ Tablo 5. Tehdidin ifade biçimi ve tehdit unsurlarının haber içeriklerinde kullanım sıklığı.

Tehdit ciddiyetinin ifadesi	Ana tehdit unsuru	Diğer tehditler
Virüse yakalanma ve virüsü yayma riskine vurgu yapılması	73	7
Ölüm riskine vurgu yapılması	21	17
Hastalığın vücuttaki etkilerinin ağırlaşması ve tedavi sürecinin zorluğuna vurgu yapılması	18	4
Covid-19'dan farklı hastalık risklerine vurgu yapılması	13	7
<i>Toplam</i>	125	35



nın doğrudan aktarılan ifadelerinde gerekse de haber editörlerinin, dolaylı aktarımlarında ve ara başlıklar için seçtikleri ifadelerde, tehdit unsurlarının sıklıkla kullanılarak hem mesaj kaynağı hem de haber editörleri tarafından, okurların algısında tehdidin pekiştirilmesini sağlamanın amaçlandığını söyleyebilmek mümkündür.

Haberin sunumunda esas konu, virüse yakalanma ve onu yayma riski üzerinedir. Ana vurgu noktası olmadığı haberlerde en sık tekrar edildiği tespit edilen tehdit ifadesi, hayati risk ve ölüme vurgu yapılmasıdır. 17 haber içerisinde, sağlığa yönelik olarak yaşanan veya yaşanabilecek olan olumsuzlukların ölüm riskiyle nitelendirilmesi ile haberdeki ana tehdit ifadesinin, ciddiyetinin artırılmasının amaçlandığı görülmektedir. Diğer haberlerde en sık kullanılan ikinci tehdit ifadesi ise virüse yakalanma ve virüsü yayma riskine vurgu yapılmasıdır. En çok vurgulanan ve buna bağlı olarak en sık tekrar edilen tehdit ifadesi olan virüse yakalanma ve virüsü yayma riskinin, diğer haberlerde de 17 defa tekrar edilmiş olması, pandemi dönemindeki temel tehdidin diğer haberlerde de okurlara hatırlatıldığını göstermektedir.

Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular

Ankete katılım sağlayan bireylerin demografik bilgilerine ilişkin bulgular Tablo 6'da gösterildiği gibidir.

Örneklemin yüzde 52.9'u kadın, yüzde 47.1'i erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların en küçüğü 18, en büyüğü ise 74 yaşındadır. Tüm katılımcıların yaşlarına ilişkin bilgilere bakıldığında 25–34 yaş aralığında olanların tüm katılımcılar

içindeki oranının %26.3, 45–54 yaş aralığındakilerin %22.7, 35–44 aralığında olanların %19.1; 18–24 yaş aralığındakilerin %14.6; 55–64 yaş aralığındakilerin %13.2; 65–74 yaş aralığında bulunanların %3.8 olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısı (%50) üniversite mezunu %25.1'i lise, yüzde 15.8'i lisansüstü eğitim, yüzde 9.1'i ilkokul mezunudur.

Korku Kullanımı

Katılımcıların Covid-19 korkusu ve korku çekiciliği stratejisine yönelik tutumlarının tespit edilmesi amacıyla yapılan analizde katılımcıların, ankete verdikleri yanıtların ortalama değerleri tespit edilmiştir (Tablo 7).

Korku ögesi kullanılan ifadelerden “Koronavirüsle ilgili hikayeleri ve haberleri gördüğümde endişelenirim” maddesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Araştırmanın yapıldığı dönemde Covid-19 pandemisinin üçüncü dalgasının yaşandığı ve haberlerdeki vaka oranlarının hızla artmakta olduğu bilgisine yer verildiği düşünüldüğünde yaşanmış olayların korku etkisinin yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. En yüksek değere sahip ikinci ifade ise “Koronavirüsü düşünmek beni rahatsız ediyor” ifadesidir. Bu durum, bireylerin Covid-19'a yakalanma ve buna bağlı riskleri rahatsızlık verici düzeyde korkutucu bulduklarını göstermektedir. “Koronavirüs nedeniyle hayatımı kaybetmekten korkuyorum” ifadesinin ortalamasına bakıldığında ise katılmamaya yakın bir kararsızlık tutumu sergilendiği görülmektedir. Bu durum katılımcıların, çoğunlukla Covid-19'a bağlı risklerin ölümcül sonuçlar getirmediğine inandıklarını belirtmektedir. “Koronavirüse yakalanacağımı düşündüğümde kalbim hızla

Tablo 6. Katılımcıların demografik bilgileri.

Katılımcı bilgileri	Seçenekler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	221	52.9
	Erkek	197	47.1
Yaş	18–24	61	14.6
	25–34	110	26.3
	35–44	80	19.1
	45–54	95	22.7
	55–64	55	13.2
	65–74	17	3.8
Eğitim durumu	İlkokul	38	9.1
	Lise	105	25.1
	Üniversite	209	50.0
	Lisansüstü	66	15.8
Kronik hastalık	Evet	87	20.08
	Hayır	331	79.2

Tablo 7. Korku ölçeği maddeleri tanımlayıcı istatistikleri.

Covid-19 korkusu	Ortalama	Standart sapma
Koronavirüsle ilgili hikayeleri ve haberleri gördüğümde endişelenirim.	3.3995	1.27349
Koronavirüsü düşünmek beni rahatsız ediyor.	3.3780	1.30878
Koronavirüs nedeniyle hayatımı kaybetmekten korkuyorum.	3.2081	1.32753
Koronavirüsten çok korkuyorum.	3.1890	1.28454
Koronavirüse yakalanacağımı düşündüğümde kalbim hızla çarpmaya başlıyor.	2.5287	1.41435
Koronavirüse yakalanacağım korkusundan dolayı uyuyamıyorum.	2.3062	1.35073

çarpıyor” ve “Koronavirüse yakalanacağım korkusundan uyuyamıyorum” ifadelerinin ortalama değerleri ise bireylerin, çoğunlukla bu ifadeye katılmadıklarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla katılımcıların Covid-19’a yönelik korkularının çok ciddi boyutta olmadığı, yalnızca Covid-19’a bağlı tehlikelerin ortaya çıkma ihtimalini rahatsız edici buldukları anlaşılmaktadır.

Algılanan Duyarlılık Düzeyi

Rogers’in Korunma Motivasyonu Modelinde bilişsel değerlendirme süreci, algılanan duyarlılıktan etkilenmektedir. Haber içeriklerinde belirli bir davranışın tehlikeye neden olacağına yönelik duyarlılık algısının oluşturulması istenen sağlık davranışının sergilenmesini kolaylaştıracaktır.

Tehlikenin aktarılışı ve ortaya çıkma olasılığının yüksek olarak sunumu, korku algısını uyandıracaktır. Korku uyandıran mesajlar kullanılarak hazırlanan haber içeriklerinde vurgulanan tehditlerin algılanış biçimleri, tehlide karşılık sunulan önerile-

rin etkililiğini de artıracaktır. Okurların algılanan duyarlılık düzeyi, haberin sunum biçimine göre farklılıklar göstermektedir.

Tablo 8’de en yüksek ortalama değere sahip olan ifadenin “Temizlik ve hijyene dikkat etmemenin Covid-19’a yakalanma riskini artırdığına yönelik haberler beni kaygılandırıyor” ifadesi olduğu görülmektedir. Elleri düzenli olarak, kurallara uygun bir şekilde yıkamama gibi bedensel temizliklerin yanı sıra kullanılan maskelerin dışarı atılması gibi çevresel temizlik ve hijyene dikkat etmemenin Covid-19 riskini artırdığına yönelik haberlerin, söz konusu tehlikeye karşı en fazla duyarlılığı oluşturduğu anlaşılmaktadır. “Sosyal mesafe kurallarına uymamanın bulaş riskini artırdığına yönelik haberler beni endişelendiriyor” ifadesi ikinci sırada yüksek ortalamaya sahiptir. Kapalı ortamlarda diğer bireylerle çok yakın halde bulunmanın Covid-19 riskini artırdığına ilişkin haberlere yönelik ifadenin yüksek bir değere sahip olması, katılımcıların bu davranışı, tehlikeye duyarlılık oluşturma ihtimali yüksek olan bir davranış olarak

Tablo 8. Algılanan duyarlılık ölçeğinin tanımlayıcı istatistikleri.

Algılanan duyarlılık	Ortalama	Standart sapma
Temizlik ve hijyene dikkat etmemenin Covid-19’a yakalanma riskini artırdığına yönelik haberler beni kaygılandırıyor.	3.5263	1.26776
Sosyal mesafe kurallarına uymamanın Covid-19’un bulaş riskini artırdığına yönelik haberler beni endişelendiriyor.	3.5239	1.24298
İzolasyona uymayarak evde kalmayanların Covid-19’a yakalandığını vurgulayan haberler beni korkutuyor.	3.4833	1.28110
Pandemi sürecinde getirilen yasak ve kurallara uymamanın Covid-19’a yakalanma riskini artırdığına yönelik haberler beni endişelendiriyor.	3.3828	1.27957
Maskeyi doğru kullanmamanın Covid-19’un bulaş riskini artırdığına yönelik haberler beni endişelendiriyor.	3.3278	1.32319
Zararlı alışkanlıkların, Covid-19’a bağlı riskleri artırdığına yönelik haberler beni endişelendiriyor.	3.0455	1.33944
Hareketsizlik, düzensiz beslenme ve obezitenin Covid-19’a yakalanma olasılığını artırdığına yönelik haberler beni kaygılandırıyor.	3.0120	1.35085

gördüklerini ve davranışın Covid-19'a bağlı riskleri artırdığına yönelik haberlerin bu duyarlılık düzeyini artırdığını belirtmektedir. “Maskeyi doğru kullanmamanın Covid-19'un bulaş riskini artırdığına yönelik haberler beni endişelendiriyor” ifadesidir. Pandemi sürecinin başladığı günden itibaren, bütünsel bir kural halinde dile getirilen maske-mesafe-temizlik uyarılarının yanı sıra yalnızca, maske kullanmamanın veya ağız ve burnu tam olarak kapatmayacak şekilde kullanmanın, aynı maskeyi uzun süre kullanmanın, mikroplara açık bir halde tutmanın, maskenin koruyucu etkisini azaltacağına yönelik haberler sıklıkla vurgulanmıştır.

Ancak bu haberlerin okurların algılanan tehlike duyarlılıklarına etkisinin düşük olduğu görülmektedir (■ Tablo 8). En düşük değer ortalamasına sahip ifade “Hareketsizlik, dengesiz beslenme ve obezitenin Covid-19'a yakalanma olasılığını artırdığına yönelik haberler beni kaygılandırıyor” ifadesidir. Bu ifade ile özellikle evde kalma sürecinde bireylerin hareket alanının kısıtlanmış olması, yemek yeme alışkanlıklarının değişmesi ve düzensiz beslenme ve hareketsizliğin olumsuz bir sonucu olarak obezite oluşma riskinin Covid-19 ve buna bağlı riskleri artırdığına yönelik haberlere ilişkin algı ortaya konulmuştur. İfa-

denin aritmetik ortalaması; bu haberlerin katılımcıların tehlike algıları üzerinde etkili olmadığını göstermektedir.

Algılanan Şiddet Düzeyi

Haberlerde kullanılan korku uyandırıcı unsurların tehdide dönüştürülmesinin ve bu tehdidin şiddetinin pekiştirilmesi için kullanılan faktörlerin okurların algısını nasıl etkilediğini tespit etmek üzere oluşturulan ölçeğe verilen yanıtlar analiz edilmiştir. Bulgular ■ Tablo 9'da sunulmaktadır.

Korku unsurları tehdide dönüştürülürken kullanılan ifadelerden okurların tehlike şiddeti algısına en çok etki edenin “Covid-19'un farklı hastalıklara da yol açtığına dair haberleri okuyunca kaygılanıyorum” ifadesi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Covid-19'un neden olacağı diğer hastalıklara vurgu yapan haberlerin algılanan tehdit şiddetini artırdığı görülmektedir. En yüksek ikinci ortalamaya sahip olan “Haber içeriklerinde entübe edilmiş hastalar gibi görüntüleri görmek kaygı düzeyimi artırıyor” ifadesi de görsellerin tehdidin şiddetine etkisini göstermesi açısından ilgi çekicidir. Entübe edilmiş hastalar gibi görüntüler yoluyla algılanan tehdidin şiddeti artırılıyor olsa da bu korku ögesinin kullanımından dengeli bir yaklaşıma ihti-

■ **Tablo 9.** Algılanan şiddet ölçeğinin tanımlayıcı istatistikleri.

Algılanan şiddet	Ortalama	Standart sapma
Covid-19'un farklı hastalıklara da yol açtığına dair haberleri okuyunca kaygılanıyorum.	3.7392	1.21005
Haber içeriklerinde entübe edilmiş hastalar gibi görüntüleri görmek kaygı düzeyimi artırıyor.	3.5718	1.26410
Haber içeriklerinde nefes almakta zorluk çeken, üzgün ve kaygılı insanların fotoğraflarını görmek kaygı düzeyimi artırıyor.	3.5287	1.24865
Hastalığın etkilerinin ağırlaşması ve tedavi sürecinin zorluğuna vurgu yapılan haberler kaygı düzeyimi artırıyor.	3.5048	1.21392
Virüs nedeniyle sağlığıma yönelik oluşabilecek tehlikeleri, hastalığı yaşayan kişilerin aktardığı haberler, korku düzeyimi artırıyor.	3.4952	1.21589
Covid-19'a yakalanma ve başkalarına bulaştırma tehlikesinin vurgulandığı haberler okumak beni korkutuyor.	3.4761	1.23717
Virüs nedeniyle sağlığıma yönelik oluşabilecek tehlikeleri, konusunda uzman sağlık profesyonellerinin aktardığı haberler kaygı düzeyimi artırıyor.	3.4522	1,18498
Karşılaşacağım tehlikenin haber görselleri üzerine dikkat çekici şekilde yazılması, tehlikenin ciddi boyutta oluşunu düşündürerek kaygı düzeyimi artırıyor.	3.3445	1.25080
Haberlerde, Covid-19 ile ilgili yaşanan veya yaşanabilecek tehlikelerin sıklıkla tekrar edilmesi kaygı düzeyimi artırıyor.	3.4163	1.25192
Covid-19'a yakalanmanın hayati risk taşıdığına ve ölüm riskini artırdığına dair haberler korku düzeyimi artırıyor.	3.3684	1.29680
Haber içeriklerinde kullanılan görseller korku düzeyimi artırıyor.	3.2943	1.28149
Siyah fon kullanılarak hazırlanmış görseller kaygı düzeyimi artırmaktadır.	3.2105	1.26706
Virüs nedeniyle sağlığıma yönelik oluşabilecek tehlikeleri, politikacıların aktardığı haberler endişe düzeyimi artırıyor.	3.0191	1.34454

yaç olduğu vurgulanmalıdır. İknanın hedefindeki davranışın Covid-19'un vücutta yarattığı etkileri ağırlaştıracağı ve tedavi sürecini zorlaştıracağına vurgu yapılan haberlerin, hastalığın her bireyde farklı seyretmesinin ve daha önce yaşanmamış bir deneyim olmasının getirdiği belirsizlik ve korkuyu daha da tetiklediğini söyleyebilmek mümkündür.

Haberin kaynaklarının, haberlerde oluşturulan tehdit şiddetinin bir pekiştiricisi olarak kullanımının, okurların tehdit şiddeti algısına etkisini saptamak amacıyla oluşturulan “Virüs nedeniyle sağlığımıza yönelik oluşabilecek tehlikeleri, hastalığı yaşayan kişilerin aktardığı haberler, korku düzeyimi artırıyor” ifadesinin, ortalama bir değerde bulunduğu görülmektedir. Hastalığı deneyimleyen kişilerin yaşadıkları süreçleri, onların verdikleri ifadeler doğrultusunda aktaran haberlerle okurların bu kişilerle empati kurması ve aynı durumu yaşama ihtimalinin yarattığı korkudan yararlanılarak algılanan tehlike şiddetinin artırıldığı söylenebilir. Bunun yanı sıra korku çekiciliği oluşturulmak istenen haberlerde, hastalığı deneyimleyen kişilerin yaşadıkları sürecin zorluğuna vurgu yaptıkları ifadelere yer verildiği görülmektedir.

Haber içeriklerinde kullanılan görsellerin, okurların tehdit şiddeti algısına etkisinin, görseller seçilirken veya oluşturulurken kullanılan yöntemlere göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Renklerin insan psikolojisindeki etkisi ve siyah fonun korku

uyandırıcı rolü göz önünde bulundurularak oluşturulan “Siyah fon kullanılarak hazırlanmış görseller kaygı düzeyimi artırmaktadır” ifadesinin, en düşük ortalamaya sahip ifadelerden biri olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların, siyah fon kullanılarak oluşturulan görselleri, genel olarak algılanan şiddeti artırıcı bir faktör olarak görmedikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. “Virüs nedeniyle sağlığımıza yönelik oluşabilecek tehlikeleri, politikacıların aktardığı haberler endişe düzeyimi artırıyor” en düşük ortalamaya sahip ifadedir. Politikacıların Covid-19'a ilişkin söylemlerine katılımcılar itibar etmemektedirler. Sonuç olarak yanıt etkililiğinde en etkili kaynağın hastalığı deneyimleyen kişiler, en az etkisi olanların ise politikacılar olduğu görülmektedir.

Yanıtın Algılanan Etkililiği

Haber içeriklerinde önerilen eylemin veya davranışın, sorunu iyileştirme ya da bu sorunla mücadelede, okurlar tarafından algılanan yeterlilik düzeyinin tespit edilebilmesi amacıyla “yanıtın algılanan etkililiği” ölçeği geliştirilmiştir. Ulaşılan sonuçlar Tablo 10'da belirtilmektedir.

Tablo 10 incelendiğinde, “Politikacıların uyarılarına yer verilen haberler, belirtilen uyarılara uymamı kolaylaştırıyor” dışındaki tüm ifadelerin ortalama değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda en yüksek ortalama değere sahip

Tablo 10. Yanıtın algılanan etkililiği ölçeğinin betimsel istatistikleri.

Yanıtın algılanan etkililiği	Ortalama	Standart sapma
Temizlik ve hijyene dikkat edilmesinin önemine değinilen haberler, bunlara özen göstermenin Covid-19 riskinden koruyacağına dair inancımı artırıyor.	3.8086	1.09795
Hastalığı deneyimleyen kişilerin uyarılarına yer verilen haberler, bu uyarılara uymamı kolaylaştırıyor.	3.7871	1.12530
Covid-19 ile ilgili risklerden korunmada sağlık profesyonellerinin önerilerinin aktarıldığı haberler, bu önerilere uymamı kolaylaştırıyor.	3.7703	1.14631
İzole olmanın önemine dair haberler, karantina ve izolasyona uymanın, Covid-19'a yakalanma riskinden koruyacağına dair inancımı artırıyor.	3.7584	1.09347
Sosyal mesafeyi korumanın önemine değinilen haberler, bu kurala uymanın Covid-19 riskinden koruyacağına dair inancımı artırıyor.	3.7344	1.15628
Hareket ve düzenli beslenmenin önemine değinen haberler, bu tavsiyeye uymanın Covid-19'a yakalanma riskini azaltabileceğine dair inancımı artırıyor.	3.7321	1.11022
Maske kullanımının önemine değinilen haberler, maskenin Covid-19 riskinden koruyacağına dair inancımı artırıyor.	3.6316	1.18672
Pandemi sürecinde getirilen yasaklara uymanın önemine değinen haberler, yasakların dışına çıkmamanın Covid-19'a yakalanma riskini azaltabileceğine dair inancımı artırıyor.	3.5957	1.22785
Zararlı alışkanlıklardan uzaklaşmanın önemine değinen haberler, bunlardan uzak durmanın Covid-19'a yakalanma ve buna bağlı riskler koruyacağına dair inancımı artırıyor.	3.5646	1.20625
Politikacıların uyarılarına yer verilen haberler, belirtilen uyarılara uymamı kolaylaştırıyor.	2.8541	1.33402



ifade, “Temizlik ve hijyene dikkat edilmesinin önemine değinilen haberler, bunlara özen göstermenin Covid-19 riskinden koruyacağına dair inancımı artırıyor” ifadesidir. Pandemi döneminde el, yüz temizliği başta olmak üzere bireysel ve çevresel temizlik ve hijyenin nasıl gerçekleştirilmesi gerektiğine yönelik haberlerin, tehlikeden kaçınabilmek için ikna edicilik düzeyinin yüksek bulunduğu anlaşılmaktadır. Tehlikeye duyarlılık oluşturan davranışlar arasında en yüksek değere sahip ifadenin de temizlik ve hijyen kurallarına uymamaya yönelik olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu ifadeye ilişkin algılanan duyarlılık ve yanıtın algılanan etkililiği arasında paralellik bulunduğunu söyleyebilmek mümkündür. Kaynağın, yanıtın algılanan etkililiği üzerindeki etkisinin saptanması amacıyla “Hastalığı deneyimleyen kişilerin uyarılarına yer verilen haberler, bu uyarılara uymamı kolaylaştırıyor” ifadesi oluşturulmuştur. Özellikle vaka ve ölümlerin ilk açıklanmaya başladığı zamanlarda hastalığı atlatabilmiş kişilerin, hastalığa ve hastalıktan korunmaya ilişkin ifadelerine önem verildiği göz önünde bulundurularak oluşturulan bu ifade, yanıtın algılanan etkisinin pekiştirilmesine ilişkin oluşturulan ifadelerden en yüksek değere sahip olanıdır. Tehlike şiddetinin algısı üzerinde kaynak kullanımının etkisinde de en etkili kaynağın hastalığı deneyimleyen kişiler olduğunun görülmesi, bu ifadeye yönelik algılanan şiddet ve yanıtın algılanan etkililiği arasında paralellik bulunduğunu belirtmektedir. Ancak hastalığı deneyimleyen kişilerin kaynak olarak kullanılmasının, algılanan şiddet üzerindeki etkisi daha düşük iken yanıtın algılanan etkililiği üzerinde daha fazla etkilidir.

Öz Yeterlilik Düzeyi

Öz yeterlilik, bireyin bir mesajda vurgulanan tehlikeden ve sağlığına yönelik tehditten korunabilmek için mesajda değinilen öneriyi bu bağlamda istenilen davranış değişikliğini gerçekleştirebileceğine yönelik inancı ve yeteneğidir. Dolayısıyla öz yeterliliğe etkisi yüksek olan haber konularının okurların hem tehlikeye karşı duyarlılık algılarını hem de yanıtın etkililiğine yönelik algılarını etkileyebileceğini söylemek mümkündür.

Öz yeterliliğe en çok etki eden haber konularının sırasıyla; temizlik ve hijyen, sosyal mesafe, karantina ve izolasyon, dengersiz beslenme ve hareketsizlik tehlikesine karşı spor ve düzenli beslenmenin önemi, yasak ve kurallara uymamanın yaratabileceği tehlikeler ve uyuma çağrı, maske kullanımı ve zararlı alışkanlıkları temel alan haberler olduğu görülmektedir (Tablo 11). Sosyal mesafeyi korumamaya yönelik içeriklerin bireyleri eyleme geçmeye güdülediği saptanmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Medya, değişen ve dönüşen yapıyla hayatın her alanını etkilemekte ve iletişimin ötesinde işlevler sunmaktadır. Eğitim, eğlendirme, haber verme, propaganda, vakit geçirme gibi çok sayıda işlevi sunan medyanın kullanımı, teknolojinin hayatın her alana hâkim olmasıyla birlikte bağımlılık düzeyinde ele alınır hale gelmiştir. Geleneksel ya da yeni olduğuna bakılmaksızın medyaya yönelim, özellikle belirsizlik ve kriz durumlarında artmakta; bireylerin bu araçlara ayırdığı zaman arttığı değer

Tablo 11. Öz yeterlilik ölçeğinin betimsel istatistikleri.

Öz yeterlilik	Ortalama	Standart sapma
Temizlik ve hijyene dikkat etmemenin, virüse yakalanma ve virüsün yayılma riskini artırdığına dair haberleri okuduğumda bunlara özen gösterebileceğime inanıyorum.	3.8278	1.08577
Sosyal mesafeyi korumamanın virüsü nasıl yaydığını anlatan haberleri okuduğumda diğer bireylerle arama mesafe koymaya dikkat edebileceğime inanıyorum.	3.8158	1.08047
Evde kalmayarak izole olmamanın Covid-19'un bulaş riskini artırdığına dair haberleri okuduğumda kendimi izole edebileceğime ve gerekli durumlar dışında dışarı çıkmayacağıma inanıyorum.	3.7584	1.16359
Fazla kılın ve hareketsiz kalmanın Covid-19'a yakalanma ve hastalığın etkilerinin ağırlaşma riskini artırdığına dair haberleri okuduğumda, dengeli beslenebileceğime ve daha fazla hareket edebileceğime inanıyorum.	3.750	1.14022
Pandemi sürecinde getirilen yasak ve kurallara uymamanın Covid-19'un bulaş riskini artırdığına dair haberleri okuduğumda bu yasaklara uyabileceğime inanıyorum.	3.7488	1.12804
Maske takmamanın veya maskeyi yanlış kullanmanın virüsü yaydığına dair haberleri okuduğumda bu risken kaçınabilmek için maskeyi bilinçli bir şekilde kullanabileceğime inanıyorum.	3.7440	1.16464
Zararlı alışkanlıkların Covid-19'a yakalanma ve Covid-19'a bağlı riskleri artırdığına dair haberleri okuduğumda, bu risken korunabilmek için zararlı alışkanlıklarından vazgeçebileceğime inanıyorum.	3.4522	1.20704

de aynı çerçevede yükselmektedir. Medyanın tüm gelişimine ve değişimine rağmen başat işlevi haber vermektir ve küresel sorunlarda bu işlev daha da önemli hale gelmektedir.

Sağlık, bireylerin diğer iş ve işlemlerini etkileme potansiyeline sahip bir değerdir ve salgın hastalıklar, bireylerin kişisel iyilik hallerini etkileme potansiyeli yüksek koşullarla eşdeğerdir. Bireysel iyilik halinin bozulması yoluyla toplumsal işleyişi sekteye uğratan salgın durumlarının dünyayı etkileyen hale dönüşmesi, pandemi olarak kavramsallaştırılmaktadır. Pandemi dönemleri bilgiye en çok ihtiyaç duyulan, kürenin içindeki her bir bireyin olaydan haberdar olmasını zorunlu kılan zamanlardır. Tüm bireylerde farkındalığın öncelik olduğu pandemi dönemlerinde medya en temel haber kaynağıdır. Haberin sunulmuş biçimi, bireylerde algının yaratılmasında, tutumun geliştirilmesinde ve davranışın realize edilmesinde oldukça etkilidir. Haberin bireyi ikna etmesi böyle koşullarda bir gerekliliktir. Medya, bireylerde istendik davranışları ortaya çıkarmak için farklı stratejileri kullanır ve bunların başında ise korku çekiciliği gelmektedir.

Bu çalışmada haber içeriklerinde korku çekiciliği kullanımının okurların sağlık davranışları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarının; Love ve Mackert (2014) tarafından gerçekleştirilen ve çevrimiçi haber içeriklerinde korku çekiciliği kullanımının algılanan şiddet ve yanıtın algılanan etkililiği üzerindeki etkisinin incelendiği araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik taşıdığı tespit edilmiştir. Kanser hastalığına yönelik haberlerde korku çekiciliği ve etkililik mesajlarının, sağlık davranışlarına etki ettiğinin belirlendiği çalışma ile bu çalışma arasındaki sonuçların paralellik göstermesi, haber içeriklerinde kullanılan korku çekiciliği stratejisinin, farklı dönemlerde ve farklı tehditler temelinde de sağlık davranışları üzerinde etkili olabildiğini ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmada yanıt aranan sorulara ilişkin bulgulardan yola çıkılarak ulaşılan sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Tüm teknolojik gelişmelere rağmen incelenen haber içerikleri, bireylere medya aracılı olarak tavsiye edilen davranışlarda geçmiş pandemi koşullarına kıyasla bir değişiklik olmadığını göstermektedir. Yüzlerce yıldır yaşanan pandemi dönemlerinde tavsiye edilen maske, mesafe ve hijyen son örnekte de medya aracılı olarak aynı şekilde önerilmiştir. Yayınlanan haberlerde en sık zararlı alışkanlıkların Covid-19'un seyrini ağırlaştırdığı öne çıkarılmış; bireylerin bu davranışlardan uzak durması gerektiği öğütlenmiştir.
- Virüse karşı etkin mücadele için bireylerin ikna edilmesi en temel gerekliliktir. Sadece kurallar koyarak ya da yasaklar ilan ederek pandemi ile başa çıkılması olası değildir.

İknada önemli bir strateji olarak korku çekiciliği, korku uyandırarak okurları istenilen davranışı sergilemeye yönlendirir. İncelenen içeriklerde vurgulanan ana tehdit ifadesinin istenmeyen davranışların vücudu Covid-19 riskine açık hale getireceğidir. İncelenen içeriklerde savunmasız hale gelen vücut, virüse duyarlı hedef olarak sunulmuştur. Virüsün yayılmasında birincil risk olarak bulaş öne çıkarılmış; yayılma riskinin bir tehdit haline dönüştürülmesinde korkunun temel düzeyde tutularak virüsün daha fazla kişiye bulaşmasına neden olacak davranışların engellenmek istendiği saptanmıştır. Tehdidin tehlikeye dönüşmesinde öne çıkarılan ifadelerin hayati tehlike ve ölüme vurgu yapan kodlar olduğu görülmektedir. Haberlerde uzmanlar ya da bilim kurulları tarafından önerilen tavsiyelere uyulmamasının sonuçları ölüm ile çerçevelenerek sunulmaktadır. Ayrıca aşı olmayan ya da önerilere uymayanların hastalığı daha “ağır” atlattıkları haberlerde öne çıkarılarak tehlike vurgusu yapılmaktadır. Hastalığın etkilerinin ve seyrinin ağır olmasında kurallara uymamanın etkili olduğu vurgulanmaktadır.

- İncelenen haberlerde korku öğelerinin kullanımının katılımcılardaki etki düzeyinin çok yüksek olmadığı görülmektedir. Yapılan analizde bu kategoride ortalamanın kararsızlık düzeyi çevresinde olduğu görüldü de sağlık davranışı geliştirme amacına yönelik olarak yürütülen kampanyalarda bireysel hikâyeye kullanımının en etkili korku yaratma yolu olduğu saptanmıştır. Bireyler, özellikle görsel kullanımından rahatsız olduklarını ifade ediyor olsalar da bu durum onların farkındalığı üzerinde beklenen etkide bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede korku öğelerinin kullanımına ilişkin medyanın yeni yol ve yöntemleri araştırmasına ihtiyaç vardır. Bu yol ve yöntemlerin belirlenmesinde korku çekiciliğinin bireylerin kendilerini koruyabileceklerine inandıkları sürece motive edici olduğu unutulmamalıdır. Özellikle yeni medyada kullanılan aşırı korku unsuru içeren görseller yerine gerçek hikayelerden oluşan temsillere özellikle yönelmek gerekmektedir.
- Medya sunduğu içeriklerle bireylerde öncelikle algıyı hedefler. İknanın ilk adımı olarak algılatma sürecinin önemli aktörü medyadır. Araştırmada temizlik ve hijyene dikkat etmemenin riski artırdığı biçimindeki sunumların algılanan duyarlılığı artırdığı saptanmıştır. Bunun sonucunda marketlerden alınanların dezenfekte edilmeden eve alınması ve bir gün dışarda bekletilmesi gibi uygulamaların yaşandığı bilinmektedir. Elleri düzenli olarak yıkama ve uygulama biçimi, kullanılan maskelerin dışarı atılması gibi çevresel temizlik ve hijyene dikkat etmemenin Covid-19 riskini artırdığına yönelik haberler, algılanan duyarlılık



üzerinde olumlu etkide bulunan içeriklerdir. Obezite ve hareketsizlik ile Covid-19'a yakalanma arasındaki ilişkiye dayanan haberler, algı üzerinde en az etkide bulunan içerikler olarak saptanmıştır.

- Katılımcıların Covid-19'un kalıcı etkiler bıraktığı biçimindeki haberlerden daha fazla etkilendikleri görülmektedir. Tehdidin yüksek şiddette algılanmasında entübe edilmiş hasta görüntülerinin işlevsel olduğu saptanmıştır. Entübe edilmiş hastalar gibi görüntüler yoluyla algılanan tehdidin şiddeti artırılıyor olsa da bu korku ögesinin kullanımında dengeli bir yaklaşıma ihtiyaç olduğu vurgulanmalıdır. İknanın hedefindeki davranışın, Covid-19'un vücutta yarattığı etkileri ağırlaştıracağına ve tedavi sürecini zorlaştıracağına vurgu yapılan haberlerin hastalığın her bireyde farklı seyretmesinin ve daha önce yaşanmamış bir deneyim olmasının getirdiği belirsizlik, korkuyu daha da tetiklemektedir.
- Öz yeterlilik ve buna bağlı olarak yanıt etkililiği, haberlerde önerilenlere okurun istendik tepkisi olarak tanımlanabilir. İstenen sağlık davranışının gelişmesinde haberin kaynağı son derece önemlidir. Bu çalışmada yanıt etkililiği en yüksek kaynak, hastalığı deneyimleyen kişiler; yanıt etkililiği en az etkisi olan kaynak ise politikacılar olarak saptanmıştır.

Yazar Katkıları / Author Contributions: GG: Literatür tarama, veri toplama, veri analizi, makalenin yazılması, sonuçları yorumlama; YB: Proje fikri, araştırma tasarımı, danışmanlık ve denetleme, bulguları yorumlama, eleştirel inceleme. / GG: Literature search, data collection, data analysis, writing manuscript, interpreting the results; YB: Project idea, conceiving and designing research, study monitoring, interpreting results, critical reading and final check of the manuscript.

Fon Desteği / Funding: Bu çalışma herhangi bir resmi, ticari ya da kar amacı gütmeyen organizasyondan fon desteği almamıştır. / This work did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Etik Standartlara Uygunluk / Compliance with Ethical Standards: Yazarlar bu makalede araştırma ve yayın etiğine bağlı kaldıklarını, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na ve fikir ve sanat eserleri için geçerli telif hakları düzenlemelerine uyulduğunu ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını belirtmiştir. / The authors stated that the standards regarding research and publication ethics, the Personal Data Protection Law and the copyright regulations applicable to intellectual and artistic works are complied with and there is no conflict of interest.

Kaynaklar

- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2022) The fear of COVID-19 scale: Development and initial validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(3), 1537–1545.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

- Ash, E., Galletta, S., Hangartner, D., Margalit, Y., & Pinna, M. (2020). The effect of Fox News on health behavior during COVID-19. *SSRN, Preprint not peer reviewed*, Posted: 28 Jun 2020 Last revised: 7 Aug 2020.
- Bakioğlu, F., Korkmaz, O., & Ercan, H. (2021). Fear of COVID-19 and positivity: Mediating role of intolerance of uncertainty, depression, anxiety, and stress. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(6), 2369–2382.
- Buldoklu, Y. (2010). *Televizyonda yayımlanan sağlık programları ve izleyicileri üzerine ampirik bir çalışma*. Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Büyükköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Conner, M., & Norman, P. (2005). *Predicting health behaviour: Research and practice with social cognition models*. Maidenhead: Open University Press.
- Dijker, A., Koomen, W., & Kok, G. (1997). Interpersonal determinants of fear of people with AIDS: The moderating role of predictable behavior. *Basic and Applied Social Psychology*, 19(1), 61–79.
- Ertas, H., Kırac, R., & Ünal, S. N. (2019). Halkın sağlık haberleri algı düzeylerinin incelenmesi. M. Akbolat (Ed.), *Değer temelli sağlık hizmetleri. 3. International & 13. National Congress on Health and Hospital Administration* (s. 723–743), 10–13 Ekim 2019, Sakarya.
- Fishbein, M., Cappella, J., Hornik, R., Sayeed, S., Yzer, M., & Ahern, R. K. (2002). The role of theory in developing effective antidrug public service announcements. In W. D. Crano, & M. Burgoon (Eds.), *Mass media and drug prevention: Classic and contemporary theories and research* (pp. 89–117). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Furedi, F. (2017). *Korku kültürü: Risk almanın riskleri* (B. Yıldırım, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hogan, K. (2013). *Başkalarını sizin gibi düşünmeye nasıl ikna edersiniz?* (V. Karaca, Çev.). Yakamoz: İstanbul.
- Jenkins, D. C. (2003). *Building better health a handbook of behavioral change*. Washington, DC: Pan American Health Organization, Scientific and Technical Publication: 590.
- Love, B., & Mackert, M. S. (2014). 'You may have a cancer-causing virus and not even know it': Fear appeals in online news. *First Monday*, 19(2–3), 1–18.
- Maddux, J. E., & Rogers, R. W. (1983). Protection motivation and self-efficacy: A revised theory of fear appeals and attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19(5), 469–479.
- Melki, J., Tamim, H., Hadid, D., Farhat, S., Makki, M., Ghandour, L., & Hitti, E. (2020). Media exposure and health behavior during pandemics: The mediating effect of perceived knowledge and fear on compliance with COVID-19 prevention measures. *Health Communication*, 37(5), 586–596.
- Milne, S., Sheeran, P., & Orbell, S. (2000). Prediction and intervention in health related behavior: A meta-analytic review of protection motivation theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(1), 106–143.
- Prochaska, J. O., & Prochaska, J. M. (2011). Behavior change. In D. B. Nash, A. Skoufalos, R. J. Fabius, & W. H. Oglesby (Eds.), *Population*

- health creating a culture of wellness* (pp. 23–41). Burlington, MA: Jones & Bartlett Learning.
- Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. *Journal of Psychology*, 91(1), 93–114.
- Sutton, S. R. (2001). Health behavior: Psychosocial theories. In N. J. Smelser, & B. Baltes (Eds.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 6499–6506). Oxford: Elsevier Ltd.
- Sweeney, K., & Stephens, S. (2013). The use of fear appeals to communicate a public health message. *Irish Business Journal*, 8(1), 87–96.
- Tarakcı, H. N. (2019). *İkna edici mesaj stratejisi olarak çekicilik*. Konya: Literatürk Akademia.
- Utma, S. (2020). Medyada ‘sağlıklı’ sağlık habercisi: Koronavirüs (COVID-19) salgını özelinde bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 4(6), 99–121.
- Witte, K., & Allen, M. (2000). A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education & Behavior*, 27(5), 591–615.
- Yılmaz, M. B. (2018). *Doktorum medya: Medya sağlık davranışlarını nasıl yönlendirir?* Konya: Literatürk Akademia.

Bu makale Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 Unported (CC BY-NC-ND 4.0) Lisansı standartlarında; kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (çevrimiçi bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarıyla açık erişim olarak yayımlanmaktadır. / *This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 Unported (CC BY-NC-ND 4.0) License, which permits non-commercial reuse, distribution and reproduction in any medium, without any changing, provided the original work is properly cited.*

Yayıncı Notu: Yayıncı kuruluş olarak Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA) bu makalede ortaya konan görüşlere katılmak zorunda değildir; olası ticari ürün, marka ya da kuruluşlarla ilgili ifadelerin içerikte bulunması yayıncının onayladığı ve güvence verdiği anlamına gelmez. Yayıncının bilimsel ve yasal sorumlulukları yazar(lar)ına aittir. TÜBA, yayımlanan haritalar ve yazarların kurumsal bağlantıları ile ilgili yargı yetkisine ilişkin iddialar konusunda tarafsızdır. / **Publisher’s Note:** *The content of this publication does not necessarily reflect the views or policies of the publisher, nor does any mention of trade names, commercial products, or organizations imply endorsement by Turkish Academy of Sciences (TÜBA). Scientific and legal responsibilities of published manuscript belong to their author(s). TÜBA remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.*