



AŞI KARŞITLIĞIYLA MÜCADELEDE SAĞLIK İLETİŞİMİ UYGULAMALARI: COVID-19 SALGINI ÖZELİNDE BİR DEĞERLENDİRME

Health Communication Practices In Fighting Anti-Vaccine: An Assessment Specific To The Covid-19 Output

Öğr.Gör.Dr. Seçil UTMA

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, Aydın/Türkiye

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5003-2137>



ÖZET

Aşı tereddütü veya aşı karşıtlığı, Covid 19'a karşı üretilen aşılardan uygulanması zorunluluğuyla gündeme gelirken, dünyanın farklı ülkelerinde insanlar Covid aşılardan karşı bir duruş sergilemektedir. Aşı karşıtlığının birey ve toplum sağlığı üzerinde yıkıcı etkiler oluşturduğu bilinmekte, bu yönüyle küresel sağlığı ilgilendiren uluslararası bir problem haline geldiği ifade edilmektedir. Pandemi gibi küresel bir konuda sağlıklı bilgiye erişmek, içinde bulunduğumuz bilgi çağında büyük önem taşımaktadır. Özellikle internet aracılığıyla yayılan yanlış ve eksik enformasyon, salgın ile mücadele sürecine en çok zarar veren konular arasında yer almaktadır. Böylesi bir ortamda güvenilir bilgilere ulaşmak büyük önem taşımaktadır. Covid-19 salgınında da medyada farklı yönlendirmeler karşımıza çıkmakta, yanlış bilgi ve komplo teorileri kitleler üzerinde etkili olmaktadır. Medya, aşı konusunda belirleyici bir rol oynamakta, çok sayıda enformasyon; alınan tedbirlere karşı uyumu ve aşı uygulamalarını doğrudan etkilemektedir. Sağlığa ilişkin riskler hakkında toplumsal bilincin oluşturularak farkındalık yaratılması amacıyla iletişim strateji ve uygulamalarından yararlanılarak yürütülecek sağlık iletişimi çalışmaları, hedeflenen kitlelere ulaşabilmek noktasında kritik rol oynamaktadır. Covid-19 pandemisiyle mücadelede toplumsal bağışıklığın sağlanması noktasında gerçekleştirilecek sağlık iletişimi çalışmaları büyük önem taşımaktadır. Çalışmada aşı tereddütü/karşıtlığı ve nedenleri üzerinde durularak, bu konuda yapılan araştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Sağlık iletişimi uygulamalarının kuramsal olarak ele alındığı çalışmada aşı karşıtlığına yönelik uygulanacak stratejiler ve alınabilecek önlemler üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Aşı, Aşı Karşıtlığı, Covid-19, Sağlık İletişimi, Sağlık Geliştirilmesi

ABSTRACT

While vaccine hesitancy or opposition to the vaccine comes to the fore with the necessity of applying the vaccines produced against Covid 19, people in different countries of the world take a stance against Covid vaccines. It is known that anti-vaccination has devastating effects on individual and public health, and it is stated that it has become an international problem concerning global health. Accessing healthy information on a global issue such as the pandemic is of great importance in the information age we live in. Inaccurate and incomplete information, especially spread through the internet, is among the most damaging issues to the fight against the epidemic. In such an environment, it is of great importance to access reliable information. In the Covid-19 epidemic, different directions appear in the media, false information and conspiracy theories are effective on the masses. The media plays a decisive role in vaccination, a lot of information; It directly affects compliance with the measures taken and vaccination applications. Health communication studies, which will be carried out by using communication strategies and practices in order to raise awareness about health risks by creating social awareness, play a critical role in reaching the targeted audiences. Health communication studies to be carried out at the point of ensuring social immunity in the fight against the Covid-19 pandemic are of great importance. In the study, the results of the research on this subject are given by emphasizing the vaccine hesitancy/opposition and its causes. In the study, in which health communication practices are discussed theoretically, the strategies to be applied and the measures that can be taken for anti-vaccination are emphasized.

Key words: Vaccine, Anti-vaccine, Covid-19, Health communication, Health promotion,

1.GİRİŞ

Aşılama faaliyetleri sayesinde dünya genelinde her yaştan bireyin sağlığının korunarak, toplumsal bağışıklığın sağlandığı bilinmesine rağmen, aşı karşıtlığı son yıllarda giderek artan bir ivme göstermektedir. Yaşam tarzı, ekonomik, politik, kültürel ve dini nedenlerle insanların aşılanmayı red ettiği, aşı yaptırmada çekimser kaldığı veya aşılar karşısında direnç gösterdiği ifade edilmektedir (Farhud, 2015).

Aşı karşıtlığı, Covid 19'a karşı üretilen aşılardan uygulanması zorunluluğuyla tekrar gündeme gelirken, dünyanın farklı ülkelerinde insanlar Covid aşılardan karşı bir duruş sergilemektedir. Ülkemizde 2010 yılında ilk örnekleri görülen aşı karşıtlığının, korona pandemisiyle birlikte yeniden yükselişe geçtiği görülmektedir. Aşı karşıtlığının birey ve toplum sağlığı üzerinde yıkıcı etkiler oluşturduğu bilinmekte, bu yönüyle küresel sağlığı ilgilendiren uluslararası bir problem haline geldiği ifade edilmektedir. Aşı karşıtlığı hareketi çoğunlukla

bilimsel dayanaktan uzak bir şekilde ortaya çıkarken, özellikle son zamanlarda internet ve sosyal medyanın da etkisiyle yanlış bilgilerle karşılaşan bireylerde aşya karşı olumsuz algı ve tutumlar görülmektedir.

Covid-19 gibi salgın hastalık dönemlerinde hastalığın ne şekilde bulaştığı, korunma ve tedavi yolları konusunda çok sayıda enformasyon kitle iletişim araçları ile bireylere aktarılmakta, yaşanan bilgi kirliliği düşünüldüğünde, hastalık ile ilgili doğru bilgiye ulaşmak giderek zorlaşmaktadır. Bunun sonucunda bireyler eksik ve yanlış bilgilere inanma davranışı sergileyebilmektedir. Aynı durum bireylerin aşı yaptırap yaptırmama konusunda da yanlış kararlar vermelerine neden olabilmektedir.

Pandemi gibi küresel bir konuda sağlıklı bilgiye erişmek, içinde bulunduğumuz bilgi çağında büyük önem taşımaktadır. Özellikle internet aracılığıyla yayılan yanlış ve eksik enformasyon, salgın ile mücadele sürecine en çok zarar veren konular arasında yer almaktadır. Böylesi bir ortamda güvenilir bilgilere ulaşmak büyük önem taşımaktadır. Covid-19 salgınında medyada farklı yönlendirmeler karşımıza çıkmakta, yanlış bilgi ve komplo teorileri kitleler üzerinde etkili olmaktadır. Medya, aşı konusunda belirleyici bir rol oynamakta, çok sayıda enformasyon; alınan tedbirlere karşı uyumu ve aşı uygulamalarını doğrudan etkilemektedir.

Sağlığa ilişkin riskler hakkında toplumsal bilincin oluşturularak farkındalık yaratılması amacıyla iletişim strateji ve uygulamalarından yararlanılarak yürütülecek sağlık iletişimi çalışmaları, hedeflenen kitlelere ulaşabilmek noktasında kritik rol oynamakta, sağlıkla ilgili konularda istenen tutumların benimsenmesini ya da değiştirilmesini olanaklı hale getirebilmektedir. Covid-19 pandemisiyle mücadelede toplumsal bağışıklığın sağlanması noktasında gerçekleştirilecek sağlık iletişimi çalışmaları büyük önem taşımaktadır.

2.AŞI TEREDDÜTÜ VE AŞI KARŞITLIĞI

Aşılama bulaşıcı hastalıkların ortadan kaldırılması, toplumsal bağışıklığın gerçekleşerek sağlıklı bir toplum oluşması açısından en önemli uygulamalardan biridir. Sağlıkta sürdürülebilirliği ve bulaşıcı hastalıkların önlenmesi konusunda yürütülen en önemli halk sağlığı uygulamalarından biri aşı çalışmalarıdır.

Aşılar virüs, bakteri vb. patojenlerin hastalık yapma özelliklerinden arındırılarak veya salgıladıkları toksinlerin etkileri ortadan kaldırılarak geliştirilen, bireylerin bağışıklık sistemini belirli bir hastalığa karşı direnç kazanması için uyaran biyolojik ürünlerdir (<https://asi.saglik.gov.tr>). Aşılar, tıp biliminin insanlığa sağladığı en büyük başarılar arasında olup The Atlantic dergisinin seçkin tarihçilerle yaptığı ankette, ‘tekerleğin icadından bu yana en büyük buluşlar’ listesinde sekizinci sırada, National Geographic’ e göre ise ‘dünyayı değiştiren on buluş’ arasında beşinci sırada yer almıştır (Stone, 2017). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) aşılama, “sağlık verilerini iyileştirmek için en başarılı ve uygun maliyetli müdahalelerden biri” olduğunu savunmaktadır (WHO, 2014).

Aşılama “zayıflatılmış virüs ya da bakterilerin ya da bunların antijenik parçalarının vücuda verilerek yapay bağışıklık elde edilmesidir” (Bozkurt, 2018: 71). Tarihte ölüm ve hastalığa yakalanmanın önüne geçilmesinde aşılama tekniği ile birlikte önemli başarılar elde edilmiş, aşı yoluyla bağışıklama sayesinde çiçek hastalığından tahmini 5 milyon ölümün önüne geçilmiştir. Kızamık yüzde 60, difteri ve çocuk felcinde ise engellenen ölüm oranı yüzde 86 oranındadır (Soysal, 2018: 264).

Salgınlara karşı bu denli başarılı bir teknik olduğu bilinmesine rağmen Covid-19 salgını sürecinde dünyada aşı karşıtlığının gündeme geldiği görülmektedir. Günümüzde aşı karşıtlığı hareketlerinin yaygınlık kazanması küresel sağlığı tehdit ederken, önemli bir halk sağlığı sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır (Dünya Sağlık Örgütü, 2019). Aşılama ile ilgili hiç bir bilimsel temeli olmayan söylemler, toplum sağlığı gözetilmeksizin ortaya atılmakta ve medya aracılığı ile yayılmaktadır (Bandari vd., 2017).

Son yıllarda tüm dünyada aşılama karşı olumsuz algı ve tutumlarda çarpıcı bir artış gözlenmekte, bu da toplumsal bağışıklığı tehdit etmektedir. Aşı karşıtlığı bireysel sağlık yanında toplum sağlığını da olumsuz olarak etkilemekte, bulaşıcı hastalıklar söz konusu olduğunda durum daha da tehlikeli hal almaktadır. İnsanların aşı olma yönünde gösterdikleri isteksizlik ve olumsuz tutumlar 2019 yılında Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel sağlığı tehdit eden 10 tehditten biri olarak değerlendirilmiştir (WHO, 2018).

Literatürde aşı karşıtlığı ile ilgili çeşitli kavramların yer aldığı görülmektedir. DSÖ ve UNICEF’in (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu) ortak hazırladıkları bir raporda aşı tereddüdü ve aşı reddi kavramlarının tanımları yapılarak, iki kavram arasındaki farklar açıklanmıştır. Aşı tereddüdü kavramında, bireylerde aşya ya da aşı uygulayıcılarına karşı bir güvensizlik durumu söz konusuysen, bu konuda tereddüt yaşayan kişiler aşılama yaptırmamakta, bazı aşılama geciktirebilmekte ya da bir ya da daha fazla sayıda aşya yaptırmayı

rededebilmektedir (WHO, 2013). Aşı reddi ise bilinen tüm aşıları redederek aşı yaptırmama durumu olarak ifade edilmektedir (Bozkurt, 2018).

‘Aşı reddi’ kavramı dünyada 1990’lı yıllarda, ülkemizde ise 2010 yılından itibaren ortaya çıkmasına rağmen, bu kavramın temelleri 1850’li yıllara, İngiltere’ye dayanmaktadır. O tarihlerde İngiltere’de görülen çiçek salgınında devletin halkı hastalık hakkında detaylı bilgilendirme yapılmaksızın aşı uygulamasını zorunlu hale getirerek, aşı olmak istemeyenlere ağır yaptırımlar getirmesi, ciddi bir tepki ile karşılanmıştır (Boom vd.,2014).Uygulanan bilinçli politikalar sayesinde sonraki yıllarda bu direnç azalsa da, özellikle son yıllarda aşı karşıtlığının yaygınlık kazandığı görülmektedir.

Aşı karşıtlığı hareketi çoğunlukla bilimsel dayanaktan uzak bir şekilde ortaya çıkarken, özellikle son zamanlarda internet ve sosyal medyanın da etkisiyle yanlış bilgilerle karşılaşan bireylerde aşıya karşı olumsuz algı ve tutumlar görülmektedir. Sosyal medyadan yayılan yanlış enformasyon bireylerde aşı ile ilgili bir takım korkuların ve kaygıların gündeme gelmesine neden olurken, sağlık çalışanlarının da aşı ile ilgili bilgi, tutum ve risk algıları da toplumun aşılarla karşı algısının şekillenmesinde etkili olmaktadır (Siddiqui vd., 2013)

Özellikle sosyal medya aracılığıyla sahte ya da asılsız haberlerin hızla yayılması, aşılama konusunda engeller oluşturmakta, bağışıklama programlarının etkinliğinin azalmasına yol açmaktadır. İçinde bulunduğumuz pandemi sürecinde görüldüğü gibi Covid-19’a karşı geliştirilen aşılar bir kurtarıcı olarak görülmesine rağmen, özellikle gençler arasında aşıya yönelik şüpheler sürmektedir (Memiş Doğan ve Düzel, 2020). Covid-19 pandemisini, daha önce yaşanmış diğer büyük salgınlardan ayıran en önemli özelliklerden biri , yanlış veya çarpıtılmış bilgilerin yayılım hızının sosyal medya sayesinde çok artmış olması ve durumun ‘ infodemi’ olarak nitelenmesidir. Bilgi kirliliğinin yanında, asılsız ve gerçek dışı haberlerin hızlı bir şekilde yayılması, insanlarda kaygı, belirsizlik duygularını arttırarak, salgınla mücadeleyi olumsuz şekilde etkilemektedir. Sosyal medya, hastalığın güncel durumu ve halk sağlığı konusunda eğitici bilgilerin paylaşılmasına yardımcı olurken, öte yandan yalan ya da uydurma haberlerin sıklıkla yer aldığı platform olma özelliğini kazanmıştır (Sarioğlu ve Turan, 2020).

Tüm dünyayı etkisi altına alarak, çok sayıda insanın yaşamını kaybetmesine yol açan salgında en etkili çözüm aşılama olmasına rağmen, aşı karşıtlığı giderek artmakta ve insanlar aşı konusunda endişeler taşımaktadır. Aşı karşıtlığı veya aşı reddi konusunda birtakım komplo teorilerin yanısıra, üretilen aşılarla karşı oluşan güvensizlik duygusu da etkili olmaktadır.

Domuz Gribi, SARS, MERS vb. birçok pandemide olduğu gibi Covid-19 pandemisinin Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından duyurulmasından hemen sonra aşı karşıtlığı veya aşı direnci ile ilgili söylemler yayılmaya başlanmış, (Haque ve Pant, 2020; Wu, 2020) sosyal medya aracılığıyla aşılar hakkında çok sayıda komplo teorileri üretilerek, geniş halk kesimlerine ulaşmıştır (Zadrozny ve Edwards, 2019; Puri vd., 2020.)

Aşı karşıtı grupların paylaşımları incelendiğinde ortaya atılan argümanlardan birinin Batılı ülkelerin gizli hedeflerini sağlık kılıfı altında gerçekleştirme amacının yattığı görülmektedir. Buna göre; aşıların içeriğindeki maddeler, insanların genetik yapılarını bozma/değiştirme, sürü psikolojisi yaratma, takip çipi vb. enjekte ederek insanları kontrol edilebilir hale getirme, kısırlaştırma, nüfusu azaltma gibi sonuçlar doğurmaktadır. Aşı üreticilerinin sağlık uzmanlarıyla işbirliği yaparak maddi kazanç elde ettikleri savı da aşı karşıtlığının oluşmasında etkili olmaktadır.

Aşıların civa, alüminyum, antibiyotik ve birçok kimyasal madde içermesi nedeniyle otizm ve benzeri hastalıklara yol açması, aşı üreten firmalar için yüksek oranda gelir sağladıkları art niyetli bir pazar olması, alternatif tıp uygulamalarının daha etkili olacağı düşüncesi, aşılama yerine hastalık geçirilerek daha iyi bağışıklık kazanılabileceği savı, çocukların bağışıklık sistemine zarar vereceği, yan etkilerinin çok olduğu şeklinde düşünceler ileri sürülen argümanlar arasında yer almaktadır (Bozkurt, 2018: 72). Bunların yanında aşı ile birlikte vücudumuza mikroçip yerleştirileceğine dair inanç, aşı üretiminde cenin dokusu kullanıldığı iddiası ve koronavirüsten ölme oranının düşük olduğu için aşının gereksiz olduğu şeklindeki kanaatten bahsetmek mümkündür (BBC, 2020). Tüm bu iddia ve kanaatlerin yanı sıra “covid-19 aşısı ile birlikte insanlara maymun ve domuz genleri enjekte edileceği”, “koronavirüs sürekli mutasyona uğradığı için aşının işe yaramayacağı”, “aşı üreticilerinin aşı olmasının yasak olduğu” şeklindeki iddialar da aşı karşıtlığının nedenleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Teyit, 2021).Aşının üretilme hızı konusundaki endişeler de aşıya tereddütle yaklaşılmasının temel nedenleri arasında yer almaktadır. Aşı karşıtlığıyla ilgili yanlış ve dezenformasyon nitelikli bilgiler sosyal medyada yayıldıkça insanların aşıya olan güveni azalmaktadır.

İnternet, aşı karşıtlarının kendilerini öne çıkarmaları için önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde, erişkinlerinin yüzde 55'inin sağlık hakkındaki bilgilerini internet üzerinden edindiği belirtilmiştir. 2001 yılında, arama motorları üzerinden yapılan bir araştırmada, 7 arama motorunda ilk 10 sonuç incelenmiş ve bu sitelerin yüzde 43'ünün aşı karşıtı siteler olduğu saptanmıştır (<https://doi.org/10.1136>). Aşı karşıtı sitelerin çoğu alternatif tedavi yöntemlerini önermekte, bunların yüzde 88'i homeopati, kayroprakti, akupunktur gibi tedavilerin aşıya üstün olduğunu savunmaktadır. Bu sitelerin bilimsel çalışmaları da reddettiği görülmektedir (Kata, 2010: 28).

Pek çok sosyal bilimci tarafından içinde bulunduğumuzu çağı tanımlamak için kullanılan post-truth kavramı sosyal medya araçları ile ilişkilendirilmekte, bu platformda dolaşıma girerek geniş kesimlere ulaşan içerikler doğruluk sorgulamasına tabi tutulmaksızın kabul edilerek, hakikatin ne olduğu noktasında soru işaretlerini beraberinde getirmektedir. Aşıların güvenliği konusunda da yaşanan tartışmalarda, sosyal medyada, post-truth kavramının nitelikleriyle örtüşür biçimde bilimsel doğruluğu kanıtlanmış verilerden ziyade daha çok komplo teorilerinin üretilerek, geniş kitlelere ulaştığı bilinmektedir.

İnsanlar özellikle üretilen yeni aşıların kabulüyle ilgili olarak, yeterince uzun süre kullanılmadığı/test edilmediği ya da yeni bir aşının gerekli olmadığı gibi düşüncelerle çekince yaşayabilmektedirler. İnsanların yeni üretilen aşığı yaptırmaları, aşı ile önlenebilir hastalığın riskinin yüksek olmasıyla ilişkili olabilmektedir. Bu noktada aşılar konusundaki bilimsel gerçeklerin toplumun anlayabileceği şekilde geniş halk kesimlerine aktarılması önem taşımaktadır.

2.1 Aşı Tereddütü/Reddi İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Yapılan çalışmalar tüm dünyada Covid 19 aşılarına yönelik tereddütlerin yer aldığını göstermektedir. Covid-19 aşısı olmayacağını söyleyenlerin Brezilya'da yüzde 25'i ve Japonya'da yüzde 66'ı aşıların yan etkileri konusunda endişeli olduklarını belirtmişler. Aynı zamanda Japonya'da yüzde 5 ile Çin'de yüzde 18 arasında bir oran, covid-19'a yakalanma riskinin çok düşük olduğunu düşünmektedir. Aşının etkili olmadığını düşünenlerin oranı Çin ve Güney Kore'de yüzde 4 iken Birleşik Krallık'ta yüzde 12'dir. Çin'de yüzde 1 ve ABD'de yüzde 11 arasında genel olarak aşılar karşı bir kesim yer almaktadır (IPSOS, 2021).

Türkiye'de İstanbul Medeniyet Üniversitesi Toplumsal Yapı Araştırmaları Programı (TYAP) kapsamında yapılan bir çalışmaya göre hemen aşı olmak isteyenlerin oranı yüzde 16.5, aşının etkisi kanıtlandıktan sonra aşı olmak isteyenlerin oranı yüzde 26, yapılacak aşının türüne göre kararını verecek olanların oranı yüzde 8.4, aşı olmayı hiç düşünmeyenlerin oranı yüzde 24.6 ve aşı olma konusunda kararsız olanların oranı yüzde 24.6 olarak belirlenmiştir (TYAP, 2021: 12).

Ülkemizde Kasım 2020'de İstanbul'da yapılan bir araştırmada katılımcıların yüzde 49'u aşılar geldiği takdirde aşı olmayı düşündüğünü bildirmiş, yüzde 20'si kararsız olduğunu yüzde 30'u ise aşı yaptırmayı düşünmediğini belirtmiştir (İstanbul İstatistik Ofisi, 2020). Nisan 2021'de Türkiye çapında 12 ilde yapılan Türkiye Raporu araştırmasında katılımcıların yüzde 20'sinin aşı olduğu, yüzde 53'ünün aşı olmayı düşündüğü, yüzde 25'inin ise Covid-19 aşısı olmayı düşünmediği bildirilmiştir (Türkiye Raporu, 2021). 4 kişiden 1'ini kapsayan aşı olmayı düşünmeme oranı Ocak ayındaki araştırmada yüzde 36 olup bir miktar azaldığı görülmüştür. Aşı olmayı düşünmeyenler arasında en yaygın görüşlerin mevcut aşılar güvenmeme ve aşıların etkinliğine inanmama yönünde olduğu dikkat çekmektedir.

Sağlık Bakanlığı açıklamalarına göre Nisan 2021 itibariyle 65 yaş üstü vatandaşların yüzde 76,4'ü aşılanmıştır (www.aa.com.tr). Buna göre 4 kişiden 1'inin aşı olmadığı görülmekle birlikte aşı olmama nedenlerine dair net bir veri bulunmamaktadır. Hastalığı geçirmesi nedeniyle aşı olmayanlar bulunabileceği gibi bu durum üzerinde aşı tereddütlerinin de etkisi yaşanmış olabilir.

Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Dönem 3 öğrencilerinde yapılan bir araştırmanın ön raporuna göre öğrencilerin yüzde 86'sının Covid-19 aşısı olmayı düşündüğü, yüzde 11'nin kararsız olduğu ve yaklaşık yüzde 3'ünün ise aşı olmayı düşünmediği bildirilmiştir. COVID-19 aşılarının güvenilir olduğunu düşünenler yüzde 40 civarında olup, ancak aynı oranda da aşıya göre değişir cevabı verilmiştir. Öğrencilerin yüzde 70'i Covid-19 aşıları hakkında topluma yeterince bilgilendirme yapılmadığını düşünmektedir (Üsküdar vd., 2020).

Ipsos tarafından Dünya genelinde yapılan diğer araştırmalar incelendiğinde ülkeler arasında aşı tutumları arasında farklar olduğu görülmektedir. Şubat 2021'de yapılan Covid-19 aşılarına yönelik tutum araştırmasında aşı yaptırmayı düşünenlerin oranının en yüksek yüzde 89'la Birleşik Krallık'ta olduğu tespit edilmiştir. Birleşik Krallık'ı yüzde 88'le Brezilya, yüzde 85'le Çin ve Meksika izlemektedir. İspanya ve İtalya'da da aşı

yaptırmayı düşünenlerin oranı yüzde 80 olarak belirlenmiştir. Buna karşın Japonya’da yüzde 64, Fransa’da yüzde 57 ve Rusya’da ise yüzde 42 ile en düşük düzeyde saptanmıştır (Ipsos, 2021).

ABD’de yapılan bir araştırmada katılımcıların yüzde 45’i aşılardan içeriğiyle ilgili endişeleri olduğunu belirtmiştir (Salmon vd. 2021). Yüzde 50’si aşmayı hemen olmayı düşünürken, yüzde 40’ı bir süre beklemeyi tercih etmekte, yüzde 10’u ise hiç yaptırmayı düşünmemektedir. Aşı olmayı düşünenlerin diğerlerine göre Covid-19’u daha çok önemli bir hastalık olarak algıladıkları, aşılardan salgını durdurmak için gerekli olduğunu düşündükleri ve sağlık otoritelerine daha çok güvendikleri bildirilmiştir.

Türkiye ve Birleşik Krallık’tan katılımcılarla yapılan bir çalışmada Covid-19’un kaynağına yönelik inançlar incelenmiş, salgının doğal yollarla oluştuğuna inananlarda aşı yaptırmayı düşüncesinin daha çok olduğu belirlenmiştir (Salali ve Uysal, 2020). Türkiye’deki katılımcıların yüzde 54’ü, Birleşik Krallık’takilerin ise yüzde 63’ü salgının doğal yolla oluştuğuna inanmaktadır. Eğitim düzeyindeki artışın bu düşünceleri artırdığı görülürken Covid-19’la ilgili endişe duyanlarda aşı yaptırmayı düşüncesinin daha sık olduğu bildirilmiştir. Birleşik Krallık’ta 30 binin üzerinde katılımcıyla yapılan bir başka araştırmada katılımcıların yüzde 16’sının Covid-19 aşısına karşı yüksek düzeyde güvensizlik duydukları bildirilmiştir (Paul.E vd, 2021).

Güvensiz tutumu olanların daha düşük eğitim seviyesi ve düşük gelir düzeyinde olduğu, Covid-19 hakkında yetersiz bilgiye sahip oldukları ve önlemlere daha az uyum sağladıkları belirlenmiştir. Genel olarak katılımcıların yüzde 40’a yakını aşı konusunda tereddüt yaşamaktadır. Aşı tereddütüne en çok neden olan konular, aşılardan yan etkilerinin belirsiz olduğu, doğal bağışıklığın tercih edildiği ve aşılardan ticari kaygılarla pazarlandığı yönündeki düşüncelerdir.

Covid-19 aşılardan yönelik tutumları 21 ülkenin verileri üzerinden değerlendiren bir çalışmada ülkeler arasında tüm aşılardan karşı saptanan tereddüt oranlarının Covid-19 aşılardan yönelik tereddütlerle paralellik gösterdiği ancak birçok ülkede söz konusu aşılardan yönelik tereddütün çok daha yüksek olduğu bildirilmiştir (Feleszko, vd, 2021). Çalışmaya dahil edilen ülkeler arasında COVID-19 aşılardan yönelik tereddütün yüzde 44’le en yüksek Türkiye’de olduğu dikkat çekmektedir. Çalışmada mevcut aşı tereddütü oranlarıyla toplumsal bağışıklığın sağlanamayacağı, bu nedenle aşılamanın zorunlu olması gerektiği önerilmiştir.

3.SAĞLIK İLETİŞİMİ

İlk olarak Çin’in Wuhan kentinde tespit edilen ve takip eden süreçte küresel çapta bir salgına dönüşen COVID-19 nedeniyle insanların ekonomik ve sosyal hayatları, toplumsal ve bireysel ilişkileri olumsuz yönde etkilenmiş, alışlageldik yaşam tarzları değişmiştir. Salgın, insanlarda korku, kaygı, öfke gibi olumsuz duyguları tetiklerken, hastalık hakkında daha fazla bilgi edinme arayışına yönelmektedir (Hatun vd., 2020), Pandemi süresince her birey bu salgınla ilgili her gelişmeyi yakından izlemekte, bu durum da bilgi kirliliğini gündeme getirmektedir (Soğukdere ve Öztunç, 2020). Hastalık ve virüs konusunda yaşanan bilgi karmaşıklığı, bilime ve kurumlardan olan güveni zedelemektedir (Kreps & Kriner, 2020:10). Bu bağlamda, kamu otoritelerine duyulan güvenin inşasında şeffaf bilgi akışı, kamunun sağlıklı bir şekilde bilgilendirilmesi güvenin inşasında önemli bir unsurdur.

Covid-19 gibi salgın hastalık dönemlerinde hastalığın ne şekilde bulaştığı, korunma ve tedavi yolları konusunda çok sayıda enformasyon kitle iletişim araçları ile bireylere aktarılmakta, yaşanan bilgi kirliliği düşünüldüğünde, hastalık ile ilgili doğru bilgiye ulaşmak giderek zorlaşmaktadır. Bunun sonucunda bireyler eksik ve yanlış bilgilere inanma davranışı sergileyebilmektedir. Aynı durum bireylerin aşı yaptırmayı yaptırmama konusunda da yanlış kararlar vermelerine neden olabilmektedir.

Yaşanan salgın tüm dünyada iletişim alışkanlıklarını yeniden dönüştürmüştür. Salgının ilk döneminde (Ocak-Haziran 2020), araştırmalar, televizyon izleme oranlarının arttığını ortaya koymaktadır (Koloğlu, 2020). Türkiye’de izleme ölçümleri yapan kuruluşlar, ilk vakanın görüldüğü Mart ayından itibaren günlük ortalama televizyon izleme süresinin yüzde 30’dan fazla arttığını açıklamıştır (Önder, 2020) Hükümetlerin insanların fiziksel temasını azaltmak için uyguladığı kısıtlamalar nedeniyle insanlar televizyon karşısında daha fazla süre geçirirken, benzer şekilde dijital platformlarda geçirilen sürelerde de üç kattan fazla artışlar yaşanmıştır (Yeşilyurt, 2020).

Günümüzde bireylerin aşı dahil sağlık ile ilgili konularda bilgi edinmek için başvurdukları araçlar arasında internet ve sosyal medya ilk sıralarda yer almaktadır. İnternet ve sosyal medya üzerinden paylaşılan ve büyük çoğunluğu bilimsel temele dayalı olmayan yanlış bilgiler aşı konusunda olumsuz tutumların oluşmasına yol açmaktadır. İnsanlara aşı ile ilgili bilgi aktarırken kullanılan strateji büyük önem taşırken, hasta ve doktor

arasındaki iletişimin hastalar üzerinde çok önemli etkileri olduğu bilinmektedir. Doktor tavsiyelerinin aşılama oranlarını arttırdığı Gargano ve diğerleri (2013) tarafından yürütülen çalışmada da ortaya konmuştur. Wainstein ve diğerlerinin (2006) vurguladığı üzere, aşı karşıtlığı hareketi, internet ve sosyal medya platformlarının doktorlar tarafından etkin bir şekilde kullanılmasıyla hastaların aşılama ile ilgili en doğru bilgiye ulaşmaları sağlanabilir. Sağlık personelinin aşılama konusunda eğitilmiş olması ve bir nevi kanaat önderliği yaparak toplumu bilinçlendirmesi büyük önem taşımaktadır.

Pandemi gibi küresel bir konuda sağlıklı bilgiye erişmek, içinde bulunduğumuz bilgi çağında büyük önem taşımaktadır. Özellikle internet aracılığıyla yayılan yanlış ve eksik enformasyon, salgın ile mücadele sürecine en çok zarar veren konular arasında yer almaktadır (Türkiye Bilimler Akademisi, 2020: 47). Böylesi bir ortamda güvenilir bilgilere ulaşmak büyük önem taşımaktadır. Lasswell'in ifadesiyle medya kitleler üzerinde doğrudan ve güçlü bir etki yaratarak, hipodermik iğne etkisi yapmaktadır (Yaylagül, 2006: 45-56). Buna göre medya, bir konu ile ilgili kitlelerin tutumlarında doğrudan bir yönlendirme, bir diğer deyişle bir tutumu enjekte edebilmektedir. Covid-19 salgınında da medyada farklı yönlendirmeler karşımıza çıkmakta, yanlış bilgi ve komplo teorileri kitleler üzerinde etkili olmaktadır. Medya, aşı konusunda belirleyici bir rol oynamakta, çok sayıda enformasyon; alınan tedbirlere karşı uyumu ve aşı uygulamalarını doğrudan etkilemektedir.

Beck'in risk toplumu olarak kavramsallaştırdığı çağımız, bireylerin kendilerini pek çok tehlike, belirsizlik ve risk karşısında bulduğu, her türlü bilgi kaynağına tereddüt ve güvensizlikle yaklaştığı ve bu nedenle de her bireyin kendisi için doğru olan kararı almak zorunda hissettiği bir dönemdir (Beck, 2019). Pandemi sürecinde olduğu gibi aşı konusunda yaşanan belirsizlik, bireyleri farklı kaynaklardan bilgi aramaya yöneltmekte ve bu noktada sosyal medya önemli bir misyon üstlenmektedir. Geleneksel medyanın tersine yeni medya teknolojisiyle birlikte karşılıklı etkileşime imkan tanıyan sosyal medya araçları bireylerin en temel haber kaynakları arasında yer almaya başlamıştır. Aşı karşıtı hareketlerin sosyal medya platformlarında yaygınlık kazanmasında bu araçların kendi özelliğinden kaynaklanan dinamiklerin rol oynadığı söylenebilir.

Sağlığa ilişkin riskler hakkında toplumsal bilincin oluşturularak farkındalık yaratılması amacıyla iletişim strateji ve uygulamalarından yararlanılması, sağlık iletişimi disiplini ortaya çıkarmıştır. Sağlık iletişimi kapsamında yürütülecek çalışmalar hedeflenen kitlelere ulaşabilmek noktasında kritik rol oynarken, sağlıkla ilgili istenen tutumların benimsenmesini, istenmeyen tutumların ise değiştirilmesini olanaklı hale getirebilmektedir. Söz konusu çalışmaların amaçlarına ulaşmasında kitle iletişim araçları büyük rol oynamaktadır. Dingil'e göre (2018: 68), sağlık haberleri kamunun tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesinde etkili olabilmektedir. Bu doğrultuda sağlıkla ilgili mesajların kitle iletişim araçlarıyla geniş hedef kitlelere iletilmesinin yanı sıra yeni medya ortamlarıyla birlikte daha kişiselleştirilmiş bir mesaj sunumu da gerçekleştirilebilmektedir. Bu sayede toplumda arzu edilen tutum ve davranış değişikliğinin gerçekleşmesi mümkün olabilmektedir.

Sağlık iletişimi uygulamaları kişilerarası iletişimden, kitle iletişimine kadar çok geniş bir yelpazede ortaya çıkmaktadır. Sağlık iletişimi kapsamında gerçekleştirilen risk iletişimi uygulamalarında bireylerin ve toplumların sağlık açısından risk teşkil eden konuların farkına varması ve bilinç geliştirmesi amaçlandığında özellikle kişilerarası iletişim boyutunda sağlık personelleriyle geliştirilen iletişim süreçlerinin ve de kitle iletişimi düzeyinde gerçekleştirilen iletişim kampanyalarının etkili olduğu dikkat çekmektedir.

Yeni medya ortamlarında yaşanan ilerlemeler sağlık alanını da etkilemekte, internet bireylerin sağlık konusunda bilgi edinmek amacıyla temel başvuru kaynakları arasında yer almaktadır. İnsanlar internet aracılığıyla hastalık belirtilerini öğrenebilmekte, sağlık personeliyle iletişime geçerek, ilaç sorgulaması yapabilmektedir. Sağlık profesyonelleri de birbirleriyle iletişim kurmak veya herhangi bir hastalık konusunda kendi aralarında tartışmak amacıyla interneti kullanabilmektedirler (Kara, 2017: 10-11).

Toplumların gelişmelerden haberdar edilerek, belirli konularda tutum oluşturulmasında medya önemli rol oynamakta, toplumun neyi nasıl düşüneceği noktasında belirleyici olmaktadır. Medya, toplumun gelişmelerden haberdar olup tutum oluşturabilmesinde oldukça önemli bir role sahiptir. Gazeteler ile başlayan medyanın toplumu bilgilendirme süreci, zamanla farklı kitle iletişim araçları ve teknolojilerin gelişmesiyle çeşitli değişimlere uğramıştır (Lippmann, 1949). Belirli konularda farkındalık yaratıldıktan sonra, bunun davranışa yansımaları mümkün olmaktadır.

3.1 Sağlık İletişimine Yönelik Direnç Mekanizmaları

İnsan psikolojisine ve algılama sürecine etki eden birçok etken bulunduğundan bireylerde her zaman istenilen düzeyde davranış değişikliğinin gerçekleşmesi mümkün olmamaktadır. Uygulanan iletişim stratejisi, kişilerin

kendilerine gönderilen mesajlara direnç gösterebilmeleri nedeniyle başarısızlıkla sonuçlanabilmekte, bireylerde beklenen tarzda tutum ve davranış değişikliği gerçekleşmemektedir.

Toplumların ve bireylerin sağlıkla ilgili konulardaki tutumları, sağlık iletişimi çalışmalarından büyük ölçüde etkilenmekte, tüm dünyada sigara, uyuşturucu, salgın hastalıklar ve obezite gibi birçok konuda medya aracılığıyla bilinçlendirme çalışmaları yürütülmektedir (Tosyalı ve Sütçü, 2016: 11). Bu noktada sağlık iletişimi kampanyaları yürütülse de, bazı durumlarda bireyler karşılaştıkları mesajlara karşı savunma mekanizması geliştirerek, iletişimi reddedebilir, gelen mesajları çarpıtabilir ve kaynağa karşı olumsuz tutumlar sergileyebilmektedir.

Sağlık iletişimi açısından değerlendirildiğinde bireylerin iletişimi reddetme, iletişimi çürütme, iletişimi çarpıtma ve kaynağı kötüleme şeklinde direnç mekanizmaları oluşturdukları görülmektedir (Tabak, 2006: 1).

İletişimi reddetme; kaynak tarafından iletilen mesajlarla herhangi bir ilişki içine girmek istemeyen kişilerin geliştirdiği direnç mekanizmasıdır. Kişiler, kendi tutum ve davranışlarıyla doğru orantılı olmayan mesajları direk reddederek, mesajları görmeme ve duymama konusunda ısrarcı olabilirler. Burada bireyler iletişimi çürütme veya kaynağına saldırarak zayıflatma gibi farklı direnç mekanizmaları geliştirmek yerine nedensiz bir şekilde iletişimi reddetmektedirler (Çelik, 2011: 47). Herhangi bir tartışma içerisine girmeyi kabul etmeyen bireyler bir enformasyonu ya da tavsiyeyi kabul etmeme şeklinde direnç sergilemektedirler.

İletişimi çürütme durumunda ise kişiler, kendi görüş ve tutumları ile benzer olmayan bir bilgi ile karşılaştıklarında bu bilgiyi reddetmek yerine karşılaştıkları bilginin inandırıcılığını çürütmeye çalışabilmektedirler. Bireyler herhangi bir tutum değişikliğine gitmek istemediklerinde iletişimin etkisini azaltmak amacıyla kendi görüşlerini savunma yoluna gitmekte, karşılaştıkları enformasyonla tartışma içerisine girebilmektedirler (Tabak,2006:85). Bu tartışma ortamı bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde gerçekleşebilmekte, kişiler karşı çıktıkları görüşler ne kadar çürütülürse o kadar rahatlatılmaktadırlar.

Bazı durumlarda kişiler dışarıdan gelen mesajlara farklı tepkiler gösterebilmekte, özellikle kendi tutum ve düşünce tarzları ile uyumlu olmayan bir mesajla karşılaştıklarında onları çarpıtma yoluna gidebilmekte, mesajın iletmek istediği düşünceyi görmeyerek farklı anlamlar çıkarabilmektedirler. Tabak'ın (2006: 85) ifade ettiği gibi, kaynak tarafından gönderilen mesajı alan alıcılar, kendilerini herhangi bir değişime zorlayacak bilişsel bir çelişkiyle karşılaşmamak amacıyla mesajın içeriğini olması gerekenden farklı bir şekilde ortaya koyarak, mesajın farklı yönlerini görmektedirler.

Bazen de kendi görüşünden farklı bir mesajla karşılaşan kişiler bilişsel çelişkinin oluşturduğu gerilimi, iletişim kaynağının güvenli olmadığını veya başka olumsuzlukları içerdiğini öne sürerek kötüleyebilmekte, kaynağın veya mesajın yetersiz, güvenilmez ve tutarsız olduğunu öne sürebilmektedirler.

Covid-19 hastalığıyla mücadele kapsamında başlatılan aşılama kampanyalarında da bireylerin yukarıda bahsedilen direnç mekanizmalarından bir veya birkaçını geliştirerek aşılara tereddütle yaklaştığını ya da bütünüyle aşı olmayı reddettiğini söyleyebiliriz.

3.2 Sağlık İletişiminde Kampanya Yönetimi ve Önemi

Sağlık iletişimi kampanyaları aracılığıyla hedef kitlede farkındalık oluşturarak, davranış değişikliği gerçekleştirilmek istenildiğinde öncelikle söz konusu kampanyaların stratejik bir bakış açısıyla ele alınarak yönetilmesi büyük önem taşımaktadır. Sağlık iletişimi kampanyaları sayesinde toplumda önemli değişiklikler yaratılabilmekte, sağlıkla ilgili arzu edilen tutumların benimsenmesi, istenmeyen davranışların ise değiştirilmesi olanaklı hale gelmektedir

1700'lü yılların başında ilk kez ABD'de de insanları çiçek aşısını yaptırmaya ikna etmek, alkol kullanımını bıraktırmaya yönelik kampanyaların düzenlendiğini, daha sonraki yıllarda ise çağın gereklerine göre farklı konularda bu tarz kampanyaların hayata geçirildiğini görmekteyiz (Okay, 2016: 116-117). Günümüzde gelişen iletişim teknolojilerinden yararlanarak söz konusu kampanyalar birden fazla kitle iletişim aracından yararlanarak, farklı iletişim kanal ve türleri birlikte kullanarak gerçekleştirilmektedir. Örneğin sigara kullanımını azaltma ya da sonlandırma yönünde bir davranış değişikliği amaçlayan bir kampanyada kamu spotları hazırlanarak televizyon aracılığıyla hedef kitlelere ulaştırılabildiği gibi, kişilerarası iletişim boyutunda da doktorlar aracılığıyla hedef kitlelerin bilgilendirilmesi de sağlanabilmektedir. Yürütülecek sağlık iletişim kampanyaları, bulaşıcı hastalıklardan insanların korunması, sağlıkla ilgili konularda toplumun bilgilendirilerek, farkındalığın sağlanması, kişilerde olumlu bir davranış değişikliğinin sağlanması gibi çeşitli amaçlara odaklanabilmektedir.

Hedef kitlede davranış değişikliği oluşturarak, toplumsal bilinç geliştirme hedefine odaklanan sağlık iletişimi kampanyalarında hedef kitlenin doğru bir şekilde belirlenerek, mümkün olan en fazla sayıda kişiye ulaşmak büyük önem taşımaktadır. Bu noktada hedef kitlenin tüm özelliklerinin doğru bir şekilde belirlenerek, bu doğrultuda bir iletişim stratejisinin belirlenmesi gerekmektedir. Mesaj tasarımı ve medya seçiminde de hedef kitlenin özellikleri, beklentileri gibi unsurların dikkate alınması, kampanyanın başarısını arttırmaktadır. Söz konusu kampanyalar farklı demografik özelliklere sahip geniş kitleleri hedeflediğinden, farklı kitlelere farklı iletişim stratejileriyle ulaşılması önem taşımaktadır.

Sağlık iletişimi alanında düzenlenen kampanyalarda hedef kitlelere ulaşma noktasında birçok sorunla karşılaşıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar iletişim çalışmalarından en çok etkilenen kesimin genellikle sağlık konusunda en geniş olanaklara sahip kişiler olduğunu göstermektedir. Söz konusu kampanyalar yüksek bir gelir ve statüye sahip kişilerde etkili olabilirken, daha fazla risk altında olan ve bu konuda bilgi eksikliği bulunan kesimler üzerinde beklenen etkiyi göstermemektedir (Ergül, 2013: 166). Eğitim ve sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan kişiler kendi sağlıklarıyla ilgili konularda daha duyarlı olduklarından, verilen mesajlar doğrultusunda beklenen tarzda davranış değişikliği gösterebilmektedirler. Sağlık iletişimi kampanyaları farklı özelliklere sahip geniş hedef kitlelere ulaşmayı amaçlandığından sadece sağlık konusunda bilinçli, eğitim düzeyi yüksek kişilere ulaşılması yeterli olmamaktadır. Bu doğrultuda hedef kitlelerin detaylı bir şekilde analiz edilerek, özelliklerinin belirlenmesi ve bu çerçevede iletişim stratejilerinin hayata geçirilmesi önem taşımaktadır. İçinde bulunduğumuz pandemi sürecinde toplumsal bağışıklığın sağlanması adına yürütülecek iletişim çalışmalarında bu konunun dikkate alınması, aşılama oranlarının artması adına olumlu sonuçlar yaratabilecektir. Aşılama oranlarının eğitim düzeyi daha düşük olan kesimlerde daha yüksek olduğu, üniversite mezunlarında ise aşı tereddütü veya aşı reddinin yaygın olduğu düşünüldüğünde, hedef kitlelerin özelliklerine uygun iletişim stratejilerinin hayata geçirilmesi gereklilik olarak görülmektedir.

Sağlık iletişimi kampanyaları çerçevesinde oluşturulan mesajların yaratıcı ve dikkat çekici olması, hedef kitleleri şaşırtacak tarzda sunulması kampanyanın başarısı açısından gereklilik taşımaktadır. Hedef kitleler sürekli aynı mesajlarla karşılaşmaları durumunda mesajlara karşı kayıtsız kalabilmekte, yeni ve beklenmedik mesajlar ise dikkat çekici olarak algılanmaktadır. Dikkat çeken ve hatırlanan mesajların etki düzeyi yüksek olacaktır. Söz konusu mesajın hedef kitleye uygun iletişim kanalları ile aktarılması da önem taşımaktadır. Bu bağlamda Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 ile mücadele kapsamında yürütülen aşılama kampanyası kapsamında televizyonlarda gösterilmek üzere “kolları sıvıyoruz” sloganıyla hazırlanan kamu spotları, toplumu aşı olmaya ikna etme konusunda başarılı örnekler arasında sayılabilir. Sağlık Bakanı Koca'nın “İş hayatımızın normalleşmesi için kolları sıvıyoruz” mesajıyla paylaştığı kampanyaya ünlü sanatçı ve doktorlarda destek vermiş, toplumda kanat önderi olarak nitelendirilebilecek kişilerin çağrılarını ses getirmiştir.

Sağlık iletişimi kampanyalarında başarıya ulaşmak açısından hazırlanan mesajların duyguları harekete geçirecek tarzda hazırlanması, mesajın açık ve net olması, mesaj kaynağının güvenilir bulunması gerekmektedir. Bunun dışında sağlık iletişim kampanyaları yapısı gereği toplumsal bir bilgilendirme sağlayarak davranış değişikliği oluşturmayı amaçladığından, onları motive etmek açısından elde edecekleri yararın ön plana çıkarılması önemlidir. Mesajların sürekli ve tutarlı olması söz konusu etkinin yüksek olması için gereklilik taşırken, mesajla karşılaşan bireyin harekete geçtiğinde nereye gideceğini veya nerelere başvurabileceğini bilmesi gerekmektedir (Tabak, 107-108: 2006).

Gelişen teknolojik imkanlar sayesinde son yıllarda ön plana çıkan yeni medya ortamları, sağlık iletişimi mesajlarının hedef kitlelere ulaştırılmasında sıklıkla kullanılmakta, söz konusu kampanyaların hedef kitlelere ulaştırılmasında önemli fırsatlar sunmaktadır. Yeni medyanın geniş hedef kitlelere hızlı biçimde ulaşmayı sağlayan yapısı ve etkileşim özelliği, sağlık iletişimi çalışmaları için planlayıcılara önemli avantajlar sunmaktadır. Sağlık iletişimi alanında hazırlanan kampanya mesajlarının yeni medya araçları sayesinde geniş hedef kitlelere ulaştırılarak, farkındalık seviyelerinin geliştirilmesine ve arzulanan yönde sağlık davranışının benimsenmesine imkan tanımaktadır. Bu araçların etkileşime imkan tanıyan özelliği, hedef kitlelere kişiselleştirilmiş mesajları ulaştırılabilmesi, söz konusu kampanyaların amacına ulaşmasında etkili olmaktadır. Bu kampanyalar sayesinde toplumları hastalıklar ve hastalıklardan doğabilecek riskler hakkında bilgilendirmek, istenilmeyen davranışların değiştirilmesini sağlamak mümkün olmaktadır. Hedef kitlelerin bir sağlık problemi ya da riskiyle ilgili farkındalık geliştirmesinde, sağlıklı ilgili bilgi arayışlarında yeni medyayı artan oranda kullanması; web sitelerinden, bloglardan, forumlardan ve sosyal medyadan yararlanması sağlık iletişimi kampanya yönetiminde yeni medyanın sahip olduğu önemi göstermektedir.

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda tüm dünyada aşı karşıtlığı ivme kazanırken, içinde bulunduğumuz pandemi süreci bu durumun küresel bir problem olma yolunda ilerlediğini göstermektedir. Bu noktada aşılamanın toplumsal bağışıklığın kazanılması yönündeki etkisi düşünüldüğünde, aşı ret oranlarını azaltmaya yönelik çalışmaların ne denli önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda yürütülecek sağlık iletişimi çalışmaları büyük önem taşımaktadır.

Toplum içerisindeki aşı ret oranlarının azaltılmasında sosyal etkileşimin yüksek olduğu alanlarda yüzyüze gerçekleştirilecek iletişim çalışmalarının yanısıra, geniş hedef kitlelere ulaşmak açısından büyük ölçüde medyadan yararlanılmaktadır. Bu noktada bireylerin aşılardan ve aşı bileşenlerinin etkinliği, olası yan etkiler ve aşılamanın yararları gibi konularda bilgi ihtiyaçlarının karşılanması önemlidir. Kişilerin aşı yaptırmayı reddetmesinin altında yatan gerçek nedenler tespit edilerek, buna uygun iletişim stratejileri hayata geçirilmelidir. Hedef kitlede aşılara yönelik çekingenliğe sebebiyet veren sosyal normlar belirlendiği ve aşı konusunda doğru bilgilendirme yapıldığı takdirde aşılama engellerinin daha kolay aşılması sağlanabilir.

Aşılama yalnızca bireyi değil tüm toplumu ilgilendiren bir konudur. Aşılamanın başarıya ulaşması ve toplum bağışıklığının sağlanması adına kararsız ve aşı karşıtı kişilere ulaşmak ve aşının güvenilirliği konusunda bilgilendirmek oldukça önemlidir. Topluma yönelik bilgilendirmeler olumsuz aşı tutumları göz önünde bulundurularak yanlış bilgi ve inanışlara yanıt verecek biçimde yapılmalıdır. Medyada aşı karşıtı görüşlere yer vermemek, uzman olmayan kişilerin marjinal fikirlerle toplumu yanlış yönlendirmesine fırsat sunmamak gerekir.

Aşı tereddütle mücadelede toplumda güven duygusunun oluşturulması anahtar noktadır. Yalnızca bilgi eksiklerinin giderilmesi ve yanlış inanışların düzeltilmesi değil sağlık otoritelerine ve sağlık çalışanlarına güven duyulması da oldukça önem taşımaktadır. Aşı uygulaması yapan sağlık çalışanları aşı tereddüti hakkında yeterli bilgi sahibi olmalı, kişilerin endişelerine yargılayıcı olmadan yaklaşmalı ve bilimsel verilere dayalı bir yaklaşım sergilemelidir. Sağlık otoriteleri nesnel verileri şeffaf bir şekilde paylaşarak güven duygusunu desteklemelidir. Aşıya erişimin kesintisiz olarak sürdürülmesinin sağlanması ve aşının herkes tarafından ulaşılabilir ve ücretsiz olması önem taşımaktadır.

Devletlerin toplum sağlığı açısından gerekli politikaları uygulamasının yanında; aşılama ve aşılama durumu ile ilgili toplumu nelerin beklediğini ortaya koyan bilimsel çalışmaların yapılmasına, aşıya duyulan güveni artırmaya yönelik araştırmalara, kamuoyunda etkili kişilerin sağlık bakanlığıyla iletişime geçerek, sosyal medya, teknoloji ve diğer medya iletişim araçlarını kullanarak bilimsel verilerle halkı aydınlatmasına ihtiyaç vardır. Aşı karşıtı gruplar tarafından çeşitli medya organlarında yapılan bilimsellikten uzak yayınların kontrol altına alınması gerekmektedir. Devlet liderleri, ünlü kişiler ve dini liderler gibi kitleler üzerinde etki yaratabilen kişilerin aşılara yönelik tutumları ve uygulamaları da, toplumun aşı kabulünü ve çekingenliğini doğrudan etkilemektedir.

Üniversiteler, kamu kurumları ve çeşitli sivil toplum kuruluşları işbirliği ile tüm yaş gruplarına yönelik olarak gerçekleştirilecek medya okuryazarlığı eğitimleriyle bireylerin sosyal medya araçlarını daha bilinçli olarak kullanmaları sağlanabilir. Bu sayede bireyler dijital medya mecralarındaki yanlış düşünce ve kanaatleri olduğu gibi kabullenmek yerine, doğruluğunu sorgulama yönünde bir tutum geliştirebilirler. Aşı karşıtlarının yürüttükleri propagandanın büyük çoğunluğunun yeni medya ortamlarında gerçekleştiği düşünüldüğünde bu durumun ne kadar önemli olduğu görülecektir. Bunun dışında Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanacak kamu spotları ve broşürler ile aşılamanın önemi konusunda toplumda farkındalık oluşturulabilir, telefon danışma hatları aracılığıyla halka danışmanlık hizmeti götürülebilir.

Yapılan çalışmalar eğitim düzeyleri ile aşı karşıtı tutum geliştirme davranışı arasında yakın bir ilişki olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyi yüksek kesimde aşı karşıtlığının daha yaygın olduğu düşünüldüğünde tabloyu tersine çevirmek adına uygulanacak eğitim stratejisi büyük önem taşımaktadır. Toplumsal bağışıklığın sağlanarak, ulaşılan sağlık hedeflerine ulaşılması noktasında her bireyin kendisinden beklenen rolü yerine getirerek aşı ile ilgili sağlıklı davranışlar sergilemesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aşı portalı.Aşı nedir? Nasıl etki eder? [Erişim tarihi 10 Haziran 2020]. Erişim adresi: <https://asi.saglik.gov.tr/genelbilgiler/49asi-nedir-nasil-etki-eder.html>
- Bandari, R., Zhou, Z., Qian, H., Tangherlini, T. R., & Roychowdhury, V. P. (2017). “A Resistant Strain: Revealing the Online Grassroots Rise of the Antivaccination Movement”. *Computer*, 50(11), 60– 67. doi:10.1109/mc.2017.4041354.
- BBC. (2020). Koronavirüs aşısı: Aşıyla ilgili komplo teorileri neler, bilim insanları bunları nasıl çürütüyor?. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya55172316>. Erişim Tarihi: 3 Aralık 2020.
- Beck, U. (2019). *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru*, İthaki Yayınları.
- Boom, Julie A.;& Cunningham, Rachel M. (2014). *Understanding and Managing Vaccine Concerns*.2014,VI.5illus.3illus.incolor.Softcover. <http://www.springer.com/gp/book/9783319075624>
- Bozkurt, B. H. (2018). “Aşı reddine genel bir bakış ve literatürün gözden geçirilmesi”. *Kafkas Tıp Bilimleri Dergisi*, 8(1), 71-76.
- Çelik, S. (2011). ‘Öğretmen tutumları ile ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişki’. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Davies P, Chapman S.&Leask J. (2002). “Antivaccination activists on the world wide web”. *Arch Dis Child* 2002;87:22-5. <https://doi.org/10.1136/adc.87.1.22>
- Dingil, A. E. (2018). “Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Araştırması: Sağlık Haberleri Özelinde Medya Ve Kamuoyu Bağlantısı”. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2019). Ten threats to global health in 2019. World Health Organization. Erişim Linki: <https://www.who.int/news-room/spotlight/tenthreats-to-global-health-in-2019>. Erişim Tarihi: 11.03.2021.
- Ergül, H. (2013). “Etkili bir sağlık iletişimi: Azerbaycan'da bir saha araştırması”. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*.2013; 28(28-2):1-12.9
- Farhud, D. (2015). “Impact of lifestyle on health”. *Iranian Journal of Public Health*, 44(11), 1442–1444. Erişim Linki: <http://ijph.tums.ac.ir>. (Erişim Tarihi: 11.03.2021)
- Feleszko W, Lewulis P, Czarnecki A & Waszkiewicz P. (2021). “Flattening the Curve of COVID-19 Vaccine Rejection”. *An International Overview*. C. 9, *Vaccines* . 2021.
- Gargano, L. M., Herbert, N. L., Painter, J. E., Sales, J. M., Morfaw, C., Rask, K., Murray, D., DiClemente, R. J., & Hughes, J. M. (2013). “Impact of a physician recommendation and parental immunization attitudes on receipt or intention to receive adolescent vaccines”. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 9(12), 2627-2633.
- Grignolio, A. (2018). “Vaccines: Are they worth a shot?”. Springer International Publishing.
- Hatun, O.,Dicle, A. N., & Demirci, İ. (2020). “Koronavirüs salgınının psikolojik yansımaları ve salgınla başa çıkma”. *Turkish Studies*, 15(4), 531-554.
- Haque, A., & Pant, A. B. (2020). “Efforts at COVID-19 Vaccine Development: Challenges and Successes”. *Vaccines*, 8(4), 739. doi:10.3390/vaccines8040739.
- IPSOS. (2021). Global attitudes: COVID-19 vaccines. <https://www.ipsos.com/en/global-attitudes-covid-19-vaccine-january-2021>. Erişim tarihi: 16 Şubat 2021
- İstanbul İstatistik Ofisi. İstanbul'da Koronavirüs Algı, Beklenti ve Tutum Araştırması (2020). Erişim: <https://mediabox.ibb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/11/Istanbulda-Koronavirus-Algi-Beklenti-ve-Tutum-Arastirmasi-Kasim2020.pdf> Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2021
- Kata, A.(2010). “A postmodern Pandora’s Box: Anti-vaccination misinformation on the internet”. *Vaccine* , 28(7) 1709-16.
- Koloğlu, S. (2020). “Salgında TV izleme oranı dünyada arttı”. Ocak 2021 tarihinde *Milliyet*: <https://www.milliyet.com.tr/cadde/sina-kologlu/salginda-tv-izleme-orani-dunyada-artti-6244459> adresinden alındı.

- Kreps, S., & Kriner, D. (2020). "Model uncertainty, political contestation, and public trust in science: Evidence from the COVID-19 pandemic". *Science Advances*, 6(43), 1-12
- Lippmann, W. (1949) *Public Opinion*, İkinci Baskı, New York: The Free Press.
- Makarovs, K., & Achterberg, P. (2017). "Contextualizing educational differences in "vaccination uptake": A thirty nation survey". *Social Science and Medicine*, 188, 1-10.
- Memiş Doğan, M., & Düzel, B. (2020). Covid-19 özelinde korku-kaygı düzeyleri. *Turkish Studies*, 15(4), 739-752.
- Okay, A. (2016). *Sağlık İletişimi*, İstanbul: Der Kitabevi
- Önder, N. (2020). "Televizyonun yeniden keşfi!". Ocak 2021 tarihinde Marketing Türkiye: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/televizyonun-yeniden-kesfi/> adresinden alındı
- Paul E, Steptoe A, & Fancourt D. (2021). "Attitudes towards vaccines and intention to vaccinate against COVID-19: Implications for public health communications". *Lancet Reg Heal – Eur*. 01 Şubat 2021;1. Erişim: <https://doi.org/10.1016/j.lanepe.2020.100012>
- Puri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H., & Gunaratne, K. (2020). "Social media and vaccine hesitancy: New updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases". *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 16(11), 2586–2593.
- Sağlık Bakanı F. Koca: Kabine Toplantısı'nda kapsayıcı, alternatifli önerileri sunacağız. 12 Nisan 2021. [Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2021]. Erişim: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/saglik-bakanikoca-kabine-toplantisinde-kapsayici-alternatifli-onerileri-sunacagiz/2206637>
- Salmon D.A, Dudley MZ, Brewer J, Kan L, Gerber JE, & Budigan H. (2021). "COVID-19 vaccination attitudes, values and intentions among United States adults prior to emergency use authorization". *Vaccine*.2021;39(19):2698–711.Erişim <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264410X21003157>
- Salali G,D, & Uysal M,S.(2020). "COVID-19 vaccine hesitancy is associated with beliefs on the origin of the novel coronavirus in the UK and Turkey". *Psychol Med*. 2020/10/19. 2020;1–3. Erişim:<https://www.cambridge.org/core/article/covid19-vaccine-hesitancy-is-associatedwithbeliefs-on-the-origin-of-the-novel-coronavirus-in-the-uk-andturkey/720F9BF973939689A82FFE4316855CFE>
- Sarıoğlu, E. B., & Turan, E. (2020). "COVID-19 ile ilgili haberlerde bilginin yeniden üretilmesi sürecinin infodemic açıdan analizi". *Turkish Studies*, 15(6), 819-837.
- Siddiqui, M., Salmon, D. A., & Omer, S. B. (2013). "Epidemiology of vaccine hesitancy in the United States". *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 9(12), 2643-2648.
- Soğukdere, Ş., & Öztunç, M. (2020). "Sosyal medyada koronavirüs dezenformasyonu". *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 59-85.
- Soysal, A. (2018). "Aşı Karşıtlığı", *Diyalektik ve Toplum*, 1(3), 263-271
- Stone D. (2020). *Nationalgeographic.com* [Internet]. The 10 inventions that changed the world. *National Geographic magazine*. [Updated: 2017; Cited: 2020 Apr 3]. Available from: <https://www.nationalgeographic.com/magazine/2017/06/explore-top-ten-innovations/>.
- Tabak, R.S. (2006). *Sağlık İletişimi (3.Baskı)* İstanbul: Literatür Yayınları
- Teyit, N. (2021). "Aşı Karşıtlığı ve Covid-19". <https://teyit.org/dosya-asi-karsitligi-ve-covid-19>. Erişim Tarihi: 16 Şubat 2021.
- Toplumsal Yapı Araştırmaları Programı (TYAP). (2021, 3 Şubat). "Pandeminin sosyal etkileri ve toplumun aşı ile ilgili yaklaşımları." https://tyap.net/media/Pandeminin_Sosyal_Etkileri_Su_num.pdf
- Tosyalı, H., & Sütçü, C. S. (2016) "Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri", *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3 (2), s.3-22
- Türkiye Bilimler Akademisi (2020). "Covid-19 Pandemi Değerlendirme Raporu". Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları

Türkiye Raporu (2021). “Koronavirüs Aşısı Olmayı Düşünüyor Musunuz?”. 30 Nisan 2021. [Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2021]. Erişim: <https://www.turkiyeraporu.com/arastirma/koronavirus-asisi-olmayidusunuyor-musunuz-2-4230/>

Üsküdar A, Dalkıran D, Şahin D, Toprak ÖN, Türk MT, Alıcılar HE & Çöl M. (2020). “Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Dönem 3 Öğrencilerinin COVID-19 Aşılarına Karşı Yaklaşımları, Tutumları ve İlişkili Faktörler”. Ön Rapor.

WHO (World Health Organization). (2013). “What in fluences vaccine acceptance: A model of determinants of vaccine hesitancy.” 15.11.2020. https://www.who.int/immunization/sage/meetings/2013/april/1_Model_analyze_driversofvaccineConfidence_22_March.pdf?ua=1

WHO (2015). The SAGE Vaccine Hesitancy Working Group. What Influences Vaccine Acceptance: A Model of Determinants of Vaccine Hesitancy. (Erişim Tarihi: 16.07.2015, http://www.who.int/immunization/sage/meetings/2013/april/1_Model_analyze_driversofvaccineConfidence_22_March.pdf)

WHO (2018). “Assessment report of the global vaccine action plan”. Switzerland.

World Health Organization (2018) [Internet]. Strategic Advisory Group of Experts on Immunization, Report of the SAGE working group on vaccine hesitancy. [Updated: 2014; Cited: 2020 May 5]. Available from: https://www.who.int/immunization/policy/position_papers/Interim_SAGE_influenza_vaccination_recommendations.pdf?ua=1

Wu S. (2020). “Progress and Concept for COVID-19 Vaccine Development”. *Biotechnol J*;15(6):e2000147. doi: 10.1002/biot.202000147.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları.

Yeşilyurt, E. F. (2020). “TV’un izlenme oranı 3 kat artarak 18,3 milyon saate ulaştı.” Ocak 2021 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/bilisim/tv-in-izlenme-orani-3-kat-artarak-18-3-milyon-saate-ulasti/661421#> adresinden alındı.

Zadrozny, B. & Edwards, E. (2019). “Anti-vaccine groups take dangerous online harassment into the real World”. NBC News. Erişim Linki: <https://www.nbcnews.com/news/amp/ncna1096461> (Erişim Tarihi: 28. 02. 2021).