



Yazarlar/Authors

Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ* İrem ALTIPARMAK**

Burcu SÜNGER*** Ceren TÜNEL****

Makale Adı /Article Name

Covid-19 Pandemisi Sürecinde Bilgi ve Haber Kaynaklarına Ulaşmada Yeni Bir Risk Olan "İnfodemi" Yönetiminde Kullanılan İletişim Stratejileri

Communication Strategies Used in "Infodemic" Management, A New Risk Reaching Information and News Sources During The COVID-19 Pandemic Process

ÖZ

Bilgi ve haber kaynaklarına ulaşmada yeni bir risk alanı olan infodemi, Covid-19 pandemisi ile ortaya çıkan bir kavram olmasa da bu süreçte önem kazanmaya başlamıştır. Toplumu oluşturan bireyler her yeni olay ve bilinmeyen bir durumla karşılaştıklarında doğrulanmamış ve/veya eksik enformasyonlar üretebilmekte ve bunlara maruz kalabilmektedir. Günümüzde enformasyonlara televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel kitle medya araçlarının yanı sıra dijital medya platformları ve sosyal medya ağları aracılığı ile ulaşılmaktadır. Çevrim içi platformlarda üretilen ve yayılan bilginin kaynak oluşturup oluşturmadığı, bu bilgilerin doğruluğunun yanısıra bu platformların yanlış bilginin yayılmasında ne kadar etkili olup olmadıkları tartışılmaktadır. Bu çalışmamızda; Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi ile ortaya çıkan infodemi yönetiminde koordinasyon; kanıta dayalı mesaj oluşturma; bilginin, toplum tarafından erişilebilecek şekilde sunulan, eyleme geçirilebilir davranış değişikliği yaratacak mesajlar ile yayılması; hükümetlerin toplumun endişelerini giderecek tavsiyeler ve mesaj içerikleri oluşturması ile akademi ve sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra sosyal medya ve teknoloji platformları ile kurulacak stratejik ortaklıklar olarak belirlediği ana başlıklar betimleyici yöntemle ele alınmıştır. Bulguların ortak noktası; infodemi ile mücadelede halkın tutum ve davranışlarını etkileme potansiyeline sahip söylentiler ve komplo teorilerinin gelişimini azaltmak için halkın tüm aktörler tarafından hızlı ve doğru bilgi ile desteklenmesi gerektiğidir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, infodemi, dezenformasyon, medya okuryazarlığı, sağlık okuryazarlığı, Dünya Sağlık Örgütü.

ABSTRACT

Infodemic, which is a new risk area in reaching information and news sources, has started to gain importance during the Covid-19 pandemic, although it is not a concept that emerged with. Individuals in the society can produce unconfirmed and/or incomplete information and also, these may be exposed to them whenever they are faced with a new event and an unknown situation. Today, news and information about the agenda are reached through traditional mass media tools such as television, radio and newspaper, as well as digital media platforms and social media networks. It is discussed whether the information produced and disseminated on online platforms constitutes a source, the accuracy of this information, as well as how effective online platforms are in the spread of false information. In this study; the management and coordination that World Health Organization emphasizes in the management of the infodemic emerging with COVID-19; evidence-based message creation; dissemination of information through messages that create actionable behavior change presented in a way that is accessible to the community; the main topics determined by the governments as the creation of recommendations and message content to address the concerns of the society, and strategic partnerships to be established with academia and non-governmental organizations as well as social media and technology platforms are discussed with a descriptive method. The common point of our findings is the importance of reducing the development of rumors and conspiracy theories that have the potential to affect the attitudes and behaviors of the public. The public should be informed by all actors with fast and accurate information against infodemic.

Keywords: COVID-19. Infodemic, disinformation, media literacy, health literacy, World Health Organization.

* Doç.Dr., Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, elyilmaz@gsu.edu.tr ORCID:0000-0002-3486-1701

** Öğrenci, Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, irem.altiparmak@outlook.com ORCID:0000-0002-8454-1511

*** Öğrenci, Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sungerburcu@gmail.com ORCID:0000-0001-6576-6996

**** Öğrenci, Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, cerentunel@gmail.com ORCID:0000-0002-0211-2562

Giriş

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Genel Direktörü Dr. Tedros'un, Şubat 2020'de yaptığı "biz sadece bir pandemiyle değil aynı zamanda bir infodemiyle de savaşıyoruz" açıklaması (DSÖa, 2020) ile biyolojik dünyamızın riskleri dışında, gündün güne sınırlarını genişleten dijital platformların ve kullanıcı tipolojilerinin neden oldukları yalan haber, yanlış bilgi ve dezenformasyon gibi riskleri de tekrar gündeme getirmiş oldu. Söz konusu "infodemi" kavramı salgın ve bilgi kelimelerinin birleşiminden oluşan, İngilizce olarak "information" ve "pandemic" sözcüklerinden türetilmiş bir ifadedir. Covid-19 salgınının tüm insanlık için yeni şey oluşu ve pek çok alanda bu salgına hazırlıksız yakalanmamız bu konu etrafında dolaşan doğru ve yanlış bilgi miktarının kritik boyutlara ulaşmasına neden olmuştur. Böyle bir durumda doğru bilginin dolaşıma sokulması önem taşırken; doğru, yanlış ve taraflı bilgileri de sınıflandırabilmek aynı derecede önemli ve zordur. Çünkü bu ayrımların yapılamamasının toplumdaki bireylerde panik ve korkuya sebep olabileceği, hastalıkla mücadeleyi güçleştirebileceği, damgalamayı artırabileceği belirtilmektedir (DSÖb, 2020). Bu noktada infodemi, Covid'in tetiklediği bir salgın türünden öte bilgi ve risk toplumlarına özgü uzun zamandır tartışılan bir salgın olarak çözümlenmek gerekmektedir. Sağlık bilgisinin ve yanlış bilginin dağılımı ve belirleyicileri ile ilgili çalışmalar yapan "infodemioloji" bu süreçte Dünya Sağlık Örgütü başta olmak üzere pek çok aktörün eğildiği bir alandır.

Bu çalışmamızda; DSÖ'nün COVID-19 ile ortaya çıkan infodeminin yönetiminde vurguladığı yönetim ve koordinasyon; kanıta dayalı mesaj oluşturma; bilginin, toplum tarafından erişilebilecek şekilde sunulan, eyleme geçirilebilir davranış değişikliği yaratacak mesajlar ile yayılması; hükümetlerin toplumun endişelerini giderecek tavsiyeler ve mesaj içerikleri oluşturmaları ile akademi ve sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra sosyal medya ve teknoloji platformları ile kurulacak stratejik ortaklıklar olarak belirlediği ana başlıklar betimleyici yöntemle ele alınacaktır.

1. Bilgi Kirliliği ve Küresel Salgında Davranış Değişikliği Yaratma: Infodemiden Epidemiyeye Doğru

Eysenbach, "Infodemiology: The epidemiology of (mis) information" başlıklı makalesinde "infodemioloji" kavramını ele almıştır. Burada "infodemioloji", epidemiyolojinin tanımından esinlenilerek sağlık bilgisinin ve yanlış bilginin dağılımı ve belirleyicileri ile ilgili çalışmalar olarak tanımlanmıştır (2002: 763).

Enformasyon kavramı; literatürde bilgi, açıklama, aydınlatma, tanıtma olarak tanımlanırken, dijital gelişmelerden etkilenerek günümüzde; haber, bildiri, duyuru, ileti anlamıyla daha çok örtüşen bir tanımla ifade edilmeye başlanmıştır.

2017 yılında Avrupa Konseyi, doğru olmayan enformasyon akışına karşı önlem alma ve bu enformasyon türlerini tanımlama gereği duyarak, konuya dair geniş bir akademik çalışma yayımlamıştır. Çalışmanın özet kısmında şöyle belirtilmektedir: "söylentilerin ve uydurma içeriğin kanıtlanmış bir tarihsel etkisi olsa da, çağdaş sosyal teknolojilerle yeni bir duruma tanıklık ediyoruz: küresel ölçekte bilgi kirliliği" (DSÖc, 2017). Yalan haber (fake news) terimi, özellikle 2016 ABD başkanlık seçimleriyle bağlantılı olarak son yıllarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak yalan haber, geldiğimiz noktada bilgi kirliliğini tanımlamak için tek

başına yeterli değildir. Claire Wardle ve Hossein Derakshan’ın katkılarıyla hazırlanan “Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making” (Bilgi Bozukluğu: Araştırma ve Politika Yapımı İçin Disiplinlerarası Bir Çerçeveye Doğru) başlıklı raporda enformasyon düzensizliği üç kategoride sınıflandırılmıştır: (DSÖc, 2017)

- Mis-information, zarar amacı taşımadan paylaşılan bilgidir. Çoğunlukla yardım amacıyla ve bilginin yeteri kadar araştırılmaması sonucu yayılmaktadır. Yanlış bilgi ve iyi niyet olarak özetleyebiliriz.
- Mal-information, doğru bir bilginin zarar verme amacıyla kullanılmasını ifade etmektedir. Burada bilgi özel kalması gerektiği halde kötücül amaçlarla kamusal alanda açıklanmaktadır. Mal-information, özellikle sızıntı, nefret söylemi ve taciz gibi durumlarda karşımıza çıkmaktadır. Doğru bilgi ve kötü niyet olarak özetleyebiliriz.
- Dis-information, yanlış bir bilginin kötü niyetle yaygınlaştırıldığını görmekteyiz. Dezenformasyonda bilgiyi paylaşan kişi kasti olarak, zarar verme amacıyla yanlış bilginin yayılımına yol açmaktadır. Son olarak dezenformasyonda hem bilginin yanlış hem de niyetin kötü olması olarak özetlemek mümkündür.

Bu tanımlarda bilgi kirliliğinin birçok konuda kamusal söylemi kirlettiğine dikkat çekilmektedir. Örneğin, COVID-19 pandemisinde tedavi protokolleri, ilaçlar, aşılarda dolaşıma giren tıbbi yanlış bilgiler bireysel ve kamusal sağlık için dünya çapında bir tehdit oluşturmıştır. Örneğin; 27 Temmuz 2020’de eski ABD Başkanı Donald Trump, 84 milyondan fazla Twitter takipçisine, "America’s Frontline Doctors" adlı muhafazakâr aktivistlere bağlı bir grubun üyeleri ile, Dr. Stella Immanuel’in yer aldığı bir çevrimiçi videoyu retweetledi. Bu tweet’te sıtma ilacı hidrosiklorokin, çinko ve bir antibiyotik türü kombinasyonunun COVID-19 için bir tedavi olduğu iddia ediliyordu. (Haupt vd. 2021) Twitter daha sonra Trump’ın retweet’ini platformun yanlış bilgilendirme politikasını ihlal ettiği için kaldırdı. Bu durumu izleyen süreçte, hidrosiklorokin COVID-19 için kullanımını çürüten ve niceliksel olarak artan bilimsel kanıtlara rağmen, bir devlet başkanının gücü ve nüfuzu nedeniyle COVID-19 “infodemisini” beslemesi engellenememiştir. Bu olay nedeniyle ilaç hakkındaki yanlış bilgilerin hacmi ve çeşitliliği önemli ölçüde artmıştır. Tıp uzmanları ve halk sağlığı uzmanları, hidrosiklorokin kullanımına ait yanlış bilgilendirmenin sosyal medya kullanıcıları başta olmak üzere daha geniş kitleler üzerinde bilgi, tutum ve davranışları etkileme olasılığından endişe duymaktadırlar. Trump’ın hidrosiklorokin hakkındaki mezenformasyon yayımı, ilaç güvenliği ve etkinliği hakkında endişelerini ifade eden daha küçük hacimde etkileşim yaratan gönderilerine kıyasla daha büyük yankı uyandırdı.

Öte yandan salgının başından beri pek çok farklı alanda uzmanlığı olduğu belirtilen kişilerin, etkisi bilimsel olarak kanıtlanmamasına karşın, önlem, korunma ve tedaviye dair paylaştıkları içeriklerin sosyal medyada büyük bir hızla yayıldığı görülmüştür. Çeşitli gıda takviyeleri ve besinlerin tüketilmesini teşvik eden ve yüksek etkileşim alan içerikler sosyal medyada mezenformasyonun yayılmasına neden oldular.

Reuters’da yayınlanan bir araştırmaya göre yanlış bilgi kaynakları açısından değerlendirildiğinde, bunların sadece %20’sinin siyasetçilerden, ünlülerden ve diğer tanınmış kişilerden geldiği belirlenirken; toplam sosyal medya etkileşiminin %69’unu bu kaynaklardan

gelen bilgilerin tekrar paylaşılması oluşturmaktadır. Etkileme gücüne sahip hesapların bu süreçte infodemiye katkısı bu açıdan değerlendirilmesi gereken bir husustur.

Kötücül bilgi (mal-information) kullanımı ise salgının başından itibaren belirli doğru bilgiler üzerinden nefret söylemi ve damgalamaya yol açmıştır. 31 Aralık 2019'da Çin'de ilk koronavirüs vakası bildirildi. 7 Şubat'a kadar dünya çapında 31.481 onaylanmış vaka vardı. Bunlardan 31.211'i Çin'de doğrulandı, virüs zaten 637 ölüme neden olmuştu. Çin dışında, 7 Şubat'a kadar 24 farklı ülkede 270 teyit edilmiş vaka vardı ve bir can kaybı bildirilmişti. (DSÖç, 2020) Bu noktadan sonra uzun süre bazı medya kanalları başlangıçta COVID-19 hakkında '*Çinli çocuklar evde kalsın*', '*Çin Asya'nın gerçek hasta adamı*', '*Çin koronavirüsü*' gibi haberler yayınlanmaya başladı. Sosyal medyada da Wuhan'dan paylaşılan görüntüler, Çinli doktorlardan gelen videolar gibi viral olan bilgiler kontrolsüz bir şekilde yayılarak hem korkuyu hem de düşmanlığı ciddi seviyelerde tetiklemiş oldu. Birçok Çinli müşterinin Japonya, Güney Kore, Vietnam ve Endonezya'daki restoranlara girişi engellenmiştir. (Uluslararası Af Örgütü, 2020). Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği (OHCHR) Twitter'da konuyla ilgili açıklama tweet'i atmıştır: "*#Coronavirus tarafından endişeye kapılmak anlaşılabilir. Ancak hiçbir korku, Asya kökenli insanlara karşı önyargı ve ayrımcılığı mazur gösteremez. #FightRacism, nefreti haykırılım ve bu halk sağlığı acil durumunda birbirimizi destekleyelim. #StandUp4HumanRight.*" Twitter'da benzer bir durum, bir Fransız gazetesinin ön sayfasındaki '*Sarı Alarm*' başlığının ardından '*#JeNeSuisPasUnVirus*' (*Ben virüs değilim*) etiketi ile sosyal medyada bu damgalamaya karşı başlatılan hareket ile olmuştur. (Mukhtar, 2020) Gördüğümüz gibi virüsün Çin'den çıktığı doğru bir bilgi olsa da DSÖ ve Çin hükümetinin kontrolünden çıkarak kötücül bilgi kirliliğine yol açmıştır. DSÖ yayınlamış olduğu "*A Guide to Preventing and Addressing Social Stigma Associated with COVID-19*" (COVID-19'a bağlı Sosyal Stigmatı Önleme Kılavuzu) başlıklı kılavuz içinde mevcut salgının belirli etnik kökenlerden insanlara ve virüsle temas halinde olduğu düşünülen herkese karşı sosyal damgalanma ve ayrımcı davranışlara neden olduğunu belirtmektedir (DSÖç, 2020). "Sağlık bağlamında sosyal damgalama, belirli özellikleri paylaşan bir kişi veya bir grup insan ile belirli bir hastalık arasındaki olumsuz ilişkidir." Bu sosyal damgalama ve kötücül bilgi arasındaki ilişki sadece etnik köken ve coğrafya üzerinden değil aynı zamanda virüsten belirli grupların, örneğin yaşlılar, daha çok etkilendiği bilgisinin paylaşılmasıyla toplumda farklı tür bir damgalamayla karşılaşmışlardır. Kötücül bilgi bağlamında bilgilerin kamuoyuyla paylaşılmasının sorun teşkil etme ilişkisi böyle bir konumdadır. Bilgi doğru olsa da salgın koşullarında bu bilginin toplumlar tarafından nasıl alımlanabileceği ve yorumlanabileceği iyi tasarlanmalıdır. Bu bilgileri kamuoyuyla paylaşırken bir iletişim tasarlanmalıdır.

Kasıtlı olarak yanlış enformasyon akışı sağlayan dezenformasyon ile mücadele etmek oldukça zordur. Enformasyondaki olumsuz bir bozulmaya işaret eden dezenformasyon kavramı; bir bilginin kasıtlı veya kasıtsız olarak yanlış sunulması, deforme edilmesi anlamına gelir. Günümüzde dezenformasyonla en çok iletişim alanında karşılaşılmaktadır. Geleneksel ve dijital medya kanalları aracılığıyla enformasyonun değiştirildiği, dönüştürüldüğü, çarpıtıldığı, ekonomik, sosyolojik veya politik amaçlarla kamuoyuna sunulduğu yani bilginin manipüle edildiği hali görülmektedir. COVID-19 pandemisi sürecinde tıp otoriteleri tarafından üst solunum yolları semptomlarıyla ortaya çıkan, ölüm potansiyeli yüksek, yeni COVID-19 hastalığının etkeni olan virüs hakkında "yeni ve yabancı olduğumuz bir tür" açıklaması

yapılarak farklı tedavi protokolleri denendiği açıklanmıştır. Hastalığın aşısının ve üzerinde mutabık olunan net bir tedavi protokolünün olmaması toplumdaki kaygı ve korku düzeyini daha artırmıştır. Öte yandan bu virüsün oluşumu hakkında laboratuvar ortamında yapay veya kasıtlı olarak üretildiğine dair farklı hipotezler ileri sürülmesi toplumsal, siyasi ve ekonomik spekülasyonları artırmıştır. Bu dönemlerde yalnızca bir salgınla değil aynı zamanda infodemi ile de mücadele edilmektedir. Covid-19 pandemi sürecinde de gerek ülkemizde gerekse başka ülkelerde çok sayıda gerçek dışı bilgiler ve komplo teorileri üretilerek toplumsal panik yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir. Son günlerde bu panik, insanlara yapılması onay alan farklı aşı markaları üzerinden yaratılmaya çalışılmaktadır. Çevrim içi platformlarda COVID-19’a karşı geliştirilen aşılar karşı tıbbi kanıtlara dayandırılmadan abartılmış yan etkilerden bahseden, resmi ve tıbbi olarak doğrulanmamış iddialardan oluşan dezenformasyon yapılmaktadır.

Covid-19 pandemisi ile birlikte yeniden gündeme gelen infodemi ile mücadelede, eyleme geçirilebilir ikna mesajı stratejileri büyük önem taşıyor. Bu stratejiler, hedef kitlenin karakteristiklerine göre çeşitlendirilip, önde gelen devlet ve sivil toplum kuruluşlarının liderliğinde hayata geçirilmelidir.

2. Kanıt Dayalı Halk Sağlığı Mesajı Oluşturma ve Dijital Medya

DSÖ’nün COVID-19 ile ortaya çıkan infodeminin yönetiminde vurguladığı başlıklardan biri de özellikle dijital medyada yayınlamak üzere kanıt dayalı mesaj oluşturmaktır. Dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisine ilişkin başta geleneksel ana akım mecralar olmak üzere kitle iletişim araçları tarafından iletilen mesajların etkilediği hedef kitlenin büyüklüğü göz önüne alındığında, bu araçlarda yayınlanan haber içeriklerinin, programlara davet edilen konukların açıklamalarının oluşturabilecekleri etki alanı önemsenmelidir.

2.1. Kanıt Dayalı Halk Sağlığı Mesajları Oluşturma

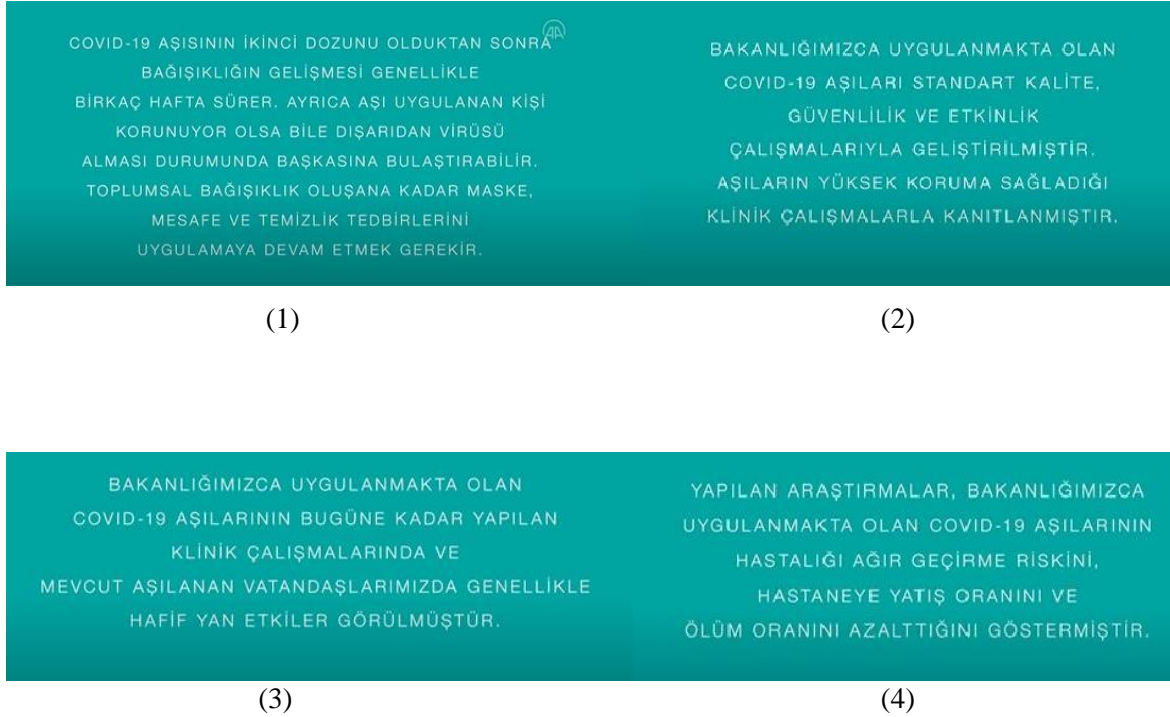
“Kanıt Dayalı Halk Sağlığı” terimi, kanıt dayalı uygulamalarda izlenen yolun, toplum sağlığı uygulamalarına uyarlanması ifade etmektedir. Toplumda var olan sağlık sorunlarının tanımlanması ve bunlardan öncelikli olanların tespit edilmesi esastır. Bu esasların yanı sıra, toplumun sağlığını tehdit eden sorunların önlenmesi ve kontrolü de kanıt dayalı halk sağlığı uygulamalarında önemli bir yer tutmaktadır. Kanıt dayalı halk sağlığı, tüm bu aşamaların gerçekleştirilmesi sırasında güncel bilimsel kanıtların kullanılarak, toplumsal ihtiyaç ve önceliklere yanıt verecek kararlar alınmasını sağlayan yapılandırılmış bir süreçtir (Brownson vd., 2003: 4).

Rychetnik, Hawe, Waters, Barratt ve Frommer (2004: 340-341), kanıt verilerini üç kategori altında incelemiştir: Buna göre tip 1 kanıtlar; hastalıkların riski, sıklığı, ağırlığı, önlenebilirliği gibi verileri içermektedir. Tip 2 kategorisi ise; uygulanan yöntemlerin, tehdit unsuru olan hastalıkları önleme ve kontrol etme oranının değerlendirilmesini incelemektedir. Son kategori olan tip 3 kanıt verileri ise; yukarıdaki iki kategoriden farklı olarak, müdahalelerin yapıldığı kültürel yaşamla ilişkilidir. Aynı müdahale farklı kültürleri olan farklı toplumlarda aynı etkiyi göstermeyebilir, bu nedenle tip 3 kanıt da en az ilk iki kanıt kategorisi kadar önemlidir. Bu kategoride müdahalelerin ne şekilde yapılacağını araştırılırken içinde bulunulan toplumun sosyokültürel, ekonomik, politik özellikleri iyi bilinmesine vurgu yapılmaktadır.

2.2. Türkiye’de Covid-19 Aşılama Kampanyası Mesajları İncelemesi

Tüm dünyada ve Türkiye’de Covid-19 pandemisinin kontrolü için yapılan aşılama hız kazanmasıyla devletler de vatandaşlarını aşı olmaya teşvik etmek için çeşitli iletişim çalışmaları yürütmeye başlamışlardır. Türkiye’nin aşı teşvik için iletişim çalışmalarına bakıldığında, Sağlık Bakanı Prof.Dr. Fahrettin Koca ve onun sosyal medya üzerinden yayınladığı mesajların öne çıktığı görülmektedir. Ayrıca Sağlık Bakanlığı, Mayıs 2021’de, Covid-19 ile mücadele kapsamında yürütülen aşılama kampanyası için televizyonlarda gösterilmek üzere "kolları sıvıyoruz" sloganıyla 8 kamu spotu yayınlamıştır (TRT Haber, 2021). Bu kısa çalışmada, “kolları sıvıyoruz” kamu spotu serisi, yukarıda bahsi geçen 3 tip kanıt kategorisine göre incelenecektir.

“Kolları sıvıyoruz” kamu spotu serisi incelendiğinde, seride 8 video olmasına rağmen her video için farklı birer mesaj üretilmediği, farklı videolarda tekrar eden mesajlar olduğu görülmüştür. 8 video için toplamda 4 yazılı mesaj üretilmiştir ve her bir mesaj ikişer video içeriğinde kullanılmıştır. Mesajlar aşağıdaki gibidir (TRT Haber, 2021):



Şekil 1: T.C. Sağlık Bakanlığı “Kolları sıvıyoruz” kamu spotu metni

T.C. Sağlık Bakanlığı’nın “Kolları sıvıyoruz” kamu spotu serisi, aşılama yani hastalığı önleme yöntemine odaklandığından mesajlar genellikle tip 2 kanıt verileri içinde değerlendirilmektedir. Ancak metinler incelendiğinde tip 1 kanıt verilerine de rastlanmaktadır. Örneğin (1) numaralı metinde, hastalığın yayılmasının önlenmesiyle ilgili bilgiler verilmektedir.

(3) numaralı metinde ise aşılama konusunda insanların zihninde en çok soru işareti oluşturan konuların başında gelen yan etki konusu irdelenmiştir. Mesajda, klinik çalışmalardan alınan verilere göre yan etkilerin hafif olduğu ifade edilmiştir. Bu metin ekrana gelmeden hemen önce gelen “*Korona virüsün yıkıcı etkilerinden korunmak için güvenle kolları sıvıyoruz.*” mesajı, bu kanıt verilerini tamamalar niteliktedir.

Tip 2 kanıt verileri, toplumu tehdit eden hastalığı önleme ve kontrol etme yöntemlerinin etkililiği ile ilgili verilerdir. Kamu spotu mesajlarının dördü de bu kategoriye ait veriler içermektedir. (1) numaralı metinde aşının etkililiği değerlendirilmektedir; aşı olduktan sonra bağışıklığın gelişmesinin zaman aldığı ve aşından sonra da tedbirlerin elden bırakılmamasının önemi belirtilmiştir. (2) numaralı metinde ise aşının sağladığı koruma ile ilgili bilgi verilmiş, üstelik bu bilginin klinik testlere dayandığı ifade edilmiştir. (4) numaralı metinde ise aşının etkililiği ile ilgili detaylı bilgiler verilmiştir; aşı sayesinde hastalığın hafif geçirildiği ve aşının ölüm oranlarını azalttığı kanıta dayalı olarak belirtilmiştir.

Tip 3 kanıt kategorisi ise, verilerin toplumun özellikleriyle uyum içinde sunulması anlamına gelmektedir. Bunun için kamu spotlarının, ekrana gelen yazılı metinlerinin dışındaki mesajları incelenecektir. “Kolları sıvıyoruz” video serisindeki içeriklerin akışına bakıldığında hepsinin aynı sıra ve mantıkla ilerlediği görülmektedir: İlk önce sesli olarak bir mesaj verilir, ardından yukarıda paylaşılmış olan metinler gösterilir ve bunlar sesli olarak betimlenir, en sonda ise her video için aynı olan sloganlar gelir. En sonda konumlanan sloganlar sırasıyla “*Tedbirler ve aşıyla Covid-19’u aşıyoruz.*” ve “*Sağlığımız için kolları sıvıyoruz.*” mesajlarıdır. “Kolları sıvamak” deyimini videolarda tekrar edilmektedir. Bu deyim, içinde bulunduğumuz kültürden bir parçadır ve aşı olmayı kol sıyırmakla özdeşleştirmiştir. Sonuç olarak, “kolları sıvamak” deyiminin tekrar ettiği yerlerde tip 3 kanıt verisinin olduğu söylenebilir.

Yukarıda bahsi geçen, videoların akışında ilk sırada gelen sesli mesajlar incelendiğinde, bunların da tıpkı yazılı mesajlar gibi farklı videolarda tekrar ettiği görülmektedir. Toplamda 8 video için 4 adet sesli mesaj üretilmiştir. Bunlardan birincisi “*Eski normallerimize yeniden dönmek için kolları sıvıyoruz.*” mesajıdır ve burada bahsi geçen “eski normaller” söylemi, diğer mesajlarda detaylandırılmaktadır. Örneğin “*İşleri tekrar yoluna koymak için kolları sıvıyoruz.*” mesajı, normalleşme sürecinin bir parçasıdır. Covid-19 döneminde bazı sektörlerin ciddi anlamda zarar görmesi ve insanların çalışmaması gibi olumsuzlukların, aşılama süreciyle düzeltilebileceğinin altı çizilmekte ve böylece insanlar aşı olmaya teşvik edilmektedir.

2.3. Dijital Medya Platformları ve Mesaj Kontrolü

Yeni medya araçları, içerik üreticisi ve tüketicisi arasındaki sınırları ortadan kaldırdığı için, geleneksel medyaya kıyasla enformasyon filtrelerine sahip değildir. Bu enformasyon filtreleri gazeteciliğin etik kodlarına uygun olarak haberin tarafsızlığı ve doğrulanması gibi ilkelerle belirlenen filtrelerdir. Ancak yurttaş gazeteciliğinin, sosyal medya ağlarında bireysel kullanımın yaygınlaşmasıyla öncelik hız ve hacim etrafında şekillenmeye başlamıştır. Kullanıcıların birden fazla platforma üye olması, enformasyonun platformlar arası eş zamanlı yayılımını ve daha fazla insana ulaşmasını da kolaylaştırmaktadır. Böylece sosyal medya platformlarında dezenformasyonun doğrulanması gerçekleşene kadar viral etki ile yayılmaktadır. Sosyal medya

platformlarında otomatik hesaplar (bot) ve algoritmik içerik üretimi yoluyla sınırsız hacimde dezenformasyon üretimi söz konusudur.

Platformların yapısına göre dezenformasyon yayılımında bir farklılık gözlenebilmektedir. Twitter üzerine Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) tarafından yapılan bir araştırma (Sciencemag, 2020), yanlış bilgi içeren tweetlerin insanlara doğru bilgi içeren tweetlerden altı kat daha hızlı ulaştığını ortaya koymaktadır. Araştırmanın ortaya koyduğu verilere göre gerçek haberler 1000 Twitter kullanıcılarından daha fazla kişiye nadiren ulaşırken yanlış bir haber rutin olarak 10 binden fazla kişiye ulaşabilmektedir (Vosoughi vd. 2018). Bu durumun farkında olan Twitter, platformundaki en önemli problemlerden biri olan dezenformasyon yayılımını önlemek için habercilik kuruluşları Associated Press (AP) ve Reuters ile çalışmaya başladığını duyurdu (Webrazzi, 2021). Şirket, bu iş birliği sayesinde platformunda güvenilir bilgi ve haberleri öne çıkarmayı amaçlamaktadır. AP ve Reuters ile birlikte çalışarak Twitter'da paylaşılan gönderilere doğru bilgilerin eklenme sürecinin hızlandırılması öncelikler arasında bulunmaktadır. Aynı zamanda, bu çalışmanın Twitter'ın içerik doğrulama konusunda hızlı bir ölçekleme yakalamasını da sağlaması beklenmektedir.

NATO tarafından desteklenen “Türkiye’de Dezenformasyon Direnci İnşa Etmek: Eğitimsel Bir Yaklaşım” başlıklı proje kapsamında yayımlanan Küresel Siyasette Yeni Dezenformasyon Ekosistemini Anlamak raporu yanlış bilgi artışının, yeni enformasyon ekosistemini niteleyen “aracısızlık”, “hız” ve “hacim” etkenleriyle ilişkili olduğunu belirtmektedir. Bunlardan aracısızlık; yeni medya, internet ve mobil ağlar yardımıyla oluşturulan, zaman ve mekândan bağımsız dijital aygıtlardan oluşan bir iletişim ortamını ifade eder. Sınırsız etkileşime, bilginin ve iletişim olanaklarının özgür dolaşımına imkân yaratmaktadır. Dijital medya araçlarında paylaşım hızının çok yüksek olması nedeniyle haberi ilk vermek, paylaşımı ilk yapmak baskısı içeriğin doğru ve nitelikli olmasının önüne geçmektedir. Bu nedenle doğrulama araçlarının etkin kullanımı oldukça önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır (Dal vd. 2021). Yanlış haberlerin yayılmasını durdurma çabasında algoritmik çözümlerin yanısıra davranışsal müdahaleler daha da önemli hale geliyor. Çünkü aynı raporda dezenformasyonun yayılmasında aktörlerin farklı motivasyonları olsa da bu aktörlerin; paralı veya bağımsız troller, partizan medya, siyasetçiler ve yabancı hükümetler olabileceği ve bu yanlış bilgi türlerinin toplumda kutuplaşmayı arttırabileceği belirtilmektedir. Kutuplaşmış toplumsal ve politik bağlamda dijital mecraların alternatif ve demokratik doğasının öne çıkmasıyla beraber geleneksel ve dijital medya özelliklerinin geçişkenliğine de tanık olunmuştur. Özellikle COVID sürecinde sosyal medya platformlarının bu etik kaygıları paylaşarak COVID bilgilendirmeleri ve filtrelemeleri konusunda teşebbüste bulunmuş, COVID-19 hakkında yanlış bilgilerin yayılmasını sınırlamaya çalışmak için bazı adımlar atmıştır. Politikalar değişiklik gösterse de, Facebook, Twitter ve YouTube dahil olmak üzere bazı platformlar, pandemiye yanıt olarak bazı durumlarda topluluk standartlarına atıfta bulunarak, doğruluğu kontrol edilen yanlış ve potansiyel olarak zararlı gönderileri kaldırmaya başlamışlardır. Facebook artık bazı durumlarda, bağımsız teyitçiler tarafından yanlış olarak derecelendirilen içeriklerde uyarı etiketleri eklemektedir (Brennen vd. 2020).

Tüm bunlar göz önüne alındığında geçirdiğimiz süreçte olduğu gibi ilerleyen süreçte de COVID bağlamında infodemiyle mücadele etmek için önlemlerin alınması, müdahalelerin edilmesi gerekmektedir. Bu alanda hükümetlerden sivil toplum örgütlerine hatta her bireye görev ve

sorumluluk düşmektedir. Sağlık okuryazarlığının medyada geliştirilmesi açısından; sağlık editörleri ya da içerik danışmanlarının tıbbi bilgi ve terimlere hakim olmaları, sağlık haberlerinin ve sağlık programlarının içerikleri oluşturulurken kamuoyu yararının gözetilmesi önem taşımaktadır.

3. Infodemi ile Mücadelede Hükümet Temelli İletişimin Rolü

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)’nün bu süreçte infodemi ile mücadelede çizdiği yol haritasındaki temel adımlardan biri hükümetlerin bu süreçteki rolüne yöneliktir: hükümetler, kilit topluluklara ulaşarak toplumun endişelerini ve bilgi ihtiyaçlarını anlamalı, bu şekilde tavsiyelerini ve mesajlarını uyarlamalıdır (2020). Dijital platformlar, hükümete doğrudan halkla iletişim kurma fırsatı sunmaktadır. Doğru bilgi mesajlarını olabildiğince çok insana ulaştırmak, infodemiyle mücadelede oldukça kritiktir. Ancak burada hükümetlerin rolünü tek başına ele almamak gerekmektedir. Toplumun ihtiyaçlarının endişelerinin anlaşılabilmesi için hükümetler işbirliğine ihtiyaç duymaktadır. Peki, bu işbirliği hangi kilit topluluklar ve kamuoyu önderleriyle kurulmalıdır? Bu topluluklar üzerinden özellikle dijital platformlarda nasıl stratejiler üretilmeli ve ne tarz mesajlar oluşturulmalıdır?

Hükümetler kilit topluluklarla kurdukları işbirlikleri ile halkın katılımını teşvik etmek için, sosyal medya stratejilerini kapsamlı bir şekilde formüle etmelidir. Oluşturulan gönderilerin hazırlanıp paylaşılması yeterli değildir. Hükümetlerin sosyal medya hesapları, kullanılan platformun hedef kitlesine uygun olarak doğru bir içerik stratejisi geliştirmelidir. Bu anlamda gönderilerin paylaşıldığı saat bile önemli bir unsurdur. Öncelikle sosyal medyada katılımın artırılması için gerekli olan belli kriterler vardır. İlk olarak içerik ve daha sonra takipçi sayısı, kurumsal bağlam ve aktivite sıklığı gibi hesaba özgü kriterler. Ayrıca kullanılan platformların da kendi dinamiklerine bağlı olarak bu kriterler değişiklik göstermektedir. Covid-19 ile ilgili bilgiler ilgili medya ile eşleştirilerek ve kurulan işbirlikleri ile uyumlu olarak paylaşılmalıdır.

Bu noktada infodeminin yayılmasında büyük katkısı olan dijital platformların hükümetlerin gündemine girmesi gerekmektedir. Zhang, Pian, Ma, Ni ve Liu (2021), Çin’de yaptıkları çalışmada, Covid-19 infodemisinin kaynağının WeChat (%40.1) gibi sohbet platformları, Tiktok gibi video paylaşım platformları (%23.4) ve Sina News gibi haber paylaşım platformları (%22,1) olduğunu göstermiştir. Digital Data (2020), 2020 yılında dünyadaki toplam nüfusun 7,75 milyar kişiye ulaştığını ve bunların 3,8 milyarının (%49) aktif sosyal medya kullanıcısı olduğunu belirtiyor. Bu rakam bir önceki yıla göre %9,2 artış göstermiştir. Küresel ortalama göre, sosyal medyayı kullanarak bir günde geçirilen ortalama sürenin 2 saat 24 dakikadır. En popüler platformlar ise; Facebook, YouTube, WhatsApp, WeChat, Instagram, Tiktok, QQ, Qzone, Sina Weibo ve Reddit olarak öne çıkmaktadır.

Belli sosyal medya platformları gerçek zamanlı iletişime olanak verdiği için işbirliklerinin etkisini arttırabilmektedir. Örneğin bir şarkıcının Covid-19 ile mücadelede temizlik ve el yıkama ile ilgili eğlenceli ve bilgilendirici bir şarkı yapması bir anda sosyal medyada viral olabilmektedir. Hükümet kurumlarınca başlatılan infodemiyle mücadele kapsamındaki hashtag/etiket çalışmalarının influencerların ve ünlülerin paylaşması da yine etkili bir strateji olarak karşımıza çıkabilir. Türkiye’de Sağlık Bakanlığı’nın kurumsal ve Sağlık Bakanı’nın şahsi sosyal medya hesapları önemli birer işbirlikçi olarak güvenilir ve hızlı bilgi sağlamak anlamında

Covid-19 verilerinin paylaşılması ve hashtag/etiket çalışmaları ile öne çıkmıştır. Burada özellikle halkın anlayabileceği, akılda kalıcı ve ülkenin kültürü ile bağlantı kurulabilecek içeriklerin üretilmesi, mesajların etkisini halk tabanında arttırabilecek bir faktör olacaktır. Mitlerle mücadele kapsamında ve kamuoyuna yeterli bilginin hızlı bir şekilde iletilmesinde doktorların ve akademisyenlerin bilimsel yayınları da önemli bir rol oynayabilmektedir. Örneğin, aşı mekanizmasının açıklaması, metinsel bir içerik yerine video veya infografik şeklinde sunulursa daha anlaşılır olacaktır. Diğer yandan ülkede en fazla kullanılan sosyal medya platformlarının belirlenmesi önemlidir. Böylece bu mecralarda popüler kültür referansları ve ünlü kullanımı daha etkili bir strateji olacaktır. Sonuçta hükümetler her platformda bilgi sunma yöntemine dikkat etmelidir. İlgili mecralarda aynı mesajlar verilmek istense bile gönderim yöntemi, kullanılan fotoğrafın boyutu, işbirliği içerisinde seçilen kişi ve veya kurumlar, başlıktaki karakter sayısından hashtag kullanımına kadar çok farklı dinamikler söz konusu olacaktır.

Hükümetlerin infodemiyle mücadelede iletişim faaliyetlerinin oluşturulması, geliştirilmesi ve optimizasyonu dışında yanlış bilgilere müdahale etmesi de gerekmektedir. Hükümetler özellikle sosyal medyada yayılabilecek yanlış bilgileri önceden tahmin ederek erken müdahalede bulunabilmelidir. Yanlış bilgiler hızlı bir şekilde yayılmadan önce bunları düzgün, anlaşılır ve inandırıcı açıklamalarla hemen çürütme yoluna gidebilirler. Ancak çoğu zaman gerçekler, spekülasyonlar kadar hızlı yayılmazlar. Bu nedenle, doğrudan sosyal medya platformları aracılığıyla yayılan yanlış bilgileri erkenden tespit etmek ve daha sonra algoritma düzenlemeleri ile daha fazla kişi tarafından görülme olasılığını azaltmak olan ikinci bir yola ihtiyaç vardır (Sommariva vd. 2018). Ayrıca hükümetler infodemi ile mücadelede Web 3.0'ın olanaklarını en az firmalar kadar etkin kullanabilmelidir. Zhang (2020), hükümete, kamu ihtiyaçlarını ve krizin her aşamasında gereken değişiklikleri a naliz etmek için yapay zeka teknolojilerini ve bulut bilişimi kullanmasını tavsiye etmektedir.

Her iletişim faaliyetinde olması gerektiği gibi hükümetlerin son aşamada mutlaka ölçümleme yapması gerekmektedir. Sosyal medya ile ilgili ölçümleme çalışmaları son yıllarda oldukça fazla kullanılmaktadır. Ancak bunlar çoğunlukla nicel yöntemler olan beğeni, yorum, retweet sayısı, hashtag kullanım sayısı gibi sayısal bir takım sonuçlar ile sınırlı kalmaktadır. Burada hükümetlerin özellikle nicel yöntemlerin yanında sosyal medya kullanıcısı olan halka odaklanan nitel analizler de geliştirmesi gerekir. Hükümetlerce oluşturulan içeriklerin halk tabanında nasıl duygu ve davranış değişiklikleri yarattığı, duyarlılıklarının nasıl etkilendiğinin ölçülmesi gibi ölçümler de yapılmalıdır. Böylece ortaya çıkan sonuçlar başarılı ve başarısız yöntemlerin değerlendirilmesi ile gelecek strateji ve işbirliklerinin buna göre optimize edilmesini sağlayacaktır.

Sonuç

Covid-19 pandemisi dünya tarihinde görülmüş diğer salgınların aksine; kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, internet ve sosyal ağlara erişimin kolaylaşması ve akıllı telefonların hayatımızda vazgeçilmez bir yer edinmesiyle oluşan hızlı dijital dönüşümün zirve yaptığı “enformasyon çağı” deneyimlendi. Web 2.0 ve Web 3.0 teknolojilerinin gelişmesi ve sosyal medyanın bir alternatif medya olarak yeni bir haber alma aracına dönüşmesi, pandemiyle ilgili içeriklerdeki

bilgi kirliliği ve yanlış bilginin hızlı yayılımının kamu sağlığına etkisi çok daha ciddi bir boyutta ele alınmaktadır. Ancak aynı dijital platformlar beraberinde yeni fırsatlar da sunmaktadır.

Bu süreçte DSÖ'nün de belirttiği gibi hükümetlere önemli sorumluluklar düşmektedir. Hükümetlerin sosyal medya stratejilerini geliştirmeleri ve yeni işbirlikleri kurma ihtiyaçları belirginleşmiştir. Halkın ihtiyaçlarını anlayıp cevap verebilmek adına bu işbirlikleri şeffaf bilgi ve katılım ilkesi etrafında kurulmalıdır. Infodemi ile mücadelede halkın tutum ve davranışlarını etkileme potansiyeline sahip söylentiler ve komplo teorilerinin gelişimini azaltmak için halkın hızlı ve doğru bilgi ile desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca hükümetler yeni teknolojileri kullanarak infodemi stratejilerini optimize etmelidir. Son aşamada ise nicel ve nitel yöntemler ile bu stratejilerin her adımı ölçümlenmelidir. Bu şekilde oluşturulacak çok aşamalı bir mücadele, politik düzlemde infodemi salgınının kontrolü için oldukça önemlidir.

Kanıtı dayalı halk sağlığı yaklaşımı benimsenerek, tüm bu aşamaların gerçekleştirilmesi sırasında güncel bilimsel kanıtların kullanılarak, toplumsal ihtiyaç ve önceliklere yanıt verecek kararlar alınması sağlanmalı ve toplumun sağlık okuryazarlık düzeyi artırılmaya çalışılmalıdır. Günümüzde sağlık okuryazarlığı, sağlık bilinciyle ilgili bireysel düzeyin artırılmasından ziyade genel kamu aktörleri, sağlık hizmeti sağlayıcıları, dijital platformlardaki içerik editörleri ve medya mensupları tarafından paylaşılan bir sorumluluk olmalıdır.

Kaynakça

- Brennen, J. Scott, Simon, Felix, N. Howard, Philip, Kleis Nielsen, Rasmus (2020). “Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation”, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation> (erişim tarihi: 30.07.2021)
- Brownson R.C., Baker E.A., Leet T.L. and Gillespie K.N. (2003). *Evidence-Based Public Health*. New York: Oxford University Press.
- Digital Data 2020, Global Digital Overview. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>.
- Dünya Sağlık Örgütü (a), (2020). Munich Security Conference: WHO; 15 February 2020 [Available from: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/muni-ch-security-conference>.
- Dünya Sağlık Örgütü (b), (2020). “Subject in Focus: Developing trans-disciplinary science: infodemiology, the science behind infodemic management”, WHO; 7 July 2020 [Available from: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200707-covid-19-sitrep-169.pdf?sfvrsn=c6c69c88_2
- Dünya Sağlık Örgütü (c), (2020). “An ad hoc WHO technical consultation managing the COVID-19 infodemic: call for action”, 7-8 April 2020: World Health Organization. ; 2020 [Available from: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/33428> 7.Council of Europe Report, 2017
- Dünya Sağlık Örgütü (ç), (2020). “A guide to preventing and addressing social stigma associated with COVID-19”, World Health Organisations, 24 February 2020.

- Eysenbach, G. (2002). Infodemiology: The epidemiology of (mis)information. *Am J Med.*; 113(9), 763-5.
- Haupt, MR, Jinich-Diamant, A, Li, J, et al. (2021). Characterizing twitter user topics and communication network dynamics of the “liberate” movement during COVID-19 using unsupervised machine learning and social network analysis. *Online Social Networks and Media*, 21, 100114.
- Mukhtar S., (2020). Mental Health and Psychosocial Aspects of Coronavirus Outbreak in Pakistan: Psychological Intervention for Public Mental Health Crisis, *Asian Journal of Psychiatry*, 51, 102069. *Advance online publication*. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102069>.
- Parlar Dal, Emel, Erdoğan, Emre, vd. (2021). RDMEDU Key Expert Report, "Küresel Siyasette Yeni Dezenformasyon Ekosistemini Anlamak". Rep. No.1. Jan. 2021. Web.
- Rychetnik L., Hawe P., Waters E., Barratt A. and Frommer M. (2004). A glossary for evidence based public health. *J Epidemiol Community Health*, 58, 538-545.
- Sommariva, S., Vamos, C., Mantzarlis, A., Dào, L. U.-L. and Martinez Tyson, D. (2018). Spreading The (fake) News: Exploring Health Messages on Social Media and the Implications For Health Professionals Using a Case Study, *American Journal of Health Education*.
- TRT Haber, (2021). Bakanlıktan aşılama kampanyası için 8 kamu spotu [Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=HRIy6RocxhA> (erişim tarihi: 27 Mayıs 2021)
- Twitter, <https://webrazzi.com/2021/08/03/twitter-dezenformasyonu-onlemek-icin-ap-ve-reuters-ile-calisiyor/> (erişim tarihi: 15.08.2021)
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online, *Science*, 359 (6380), 1146-1151.
- Wardle, Claire, PhD & Hossein Derakhshan (2017). With research support from Anne Burns and Nic Dias, “Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making” Council of Europe, <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Erişim tarihi: 18.06.2021.
- Zhang, S., Pian, W., Ma, F., Ni, Z. and Liu, Y. (2021). Characterizing the Covid-19 Infodemic on Chinese Social Media: Exploratory Study. *JMIR Public Health and Surveillance*.
- Fake news spreads faster than true news on Twitter—thanks to people, not bots. (2020). Erişim Adresi: <https://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots>
- 7 maddede koronavirüsle mücadelede işlenen hak ihlalleri (2020). Erişim Adresi: <https://www.amnesty.org.tr/icerik/7-maddede-koronavirus-nedeniyle-insan-haklari-alaninda-yapilan-hak-ihlalleri>

Katkı Oranı Beyanı

Makalenin yazarları, çalışmaya eşit oranda katkı sunmuşlardır.

Çatışma beyanı

Makalenin yazarları, bu çalışma ile ilgili taraf olabilecek herhangi bir kişi ya da finansal ilişkileri bulunmadığını dolayısıyla herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan ederler.

Destek ve teşekkür

Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.