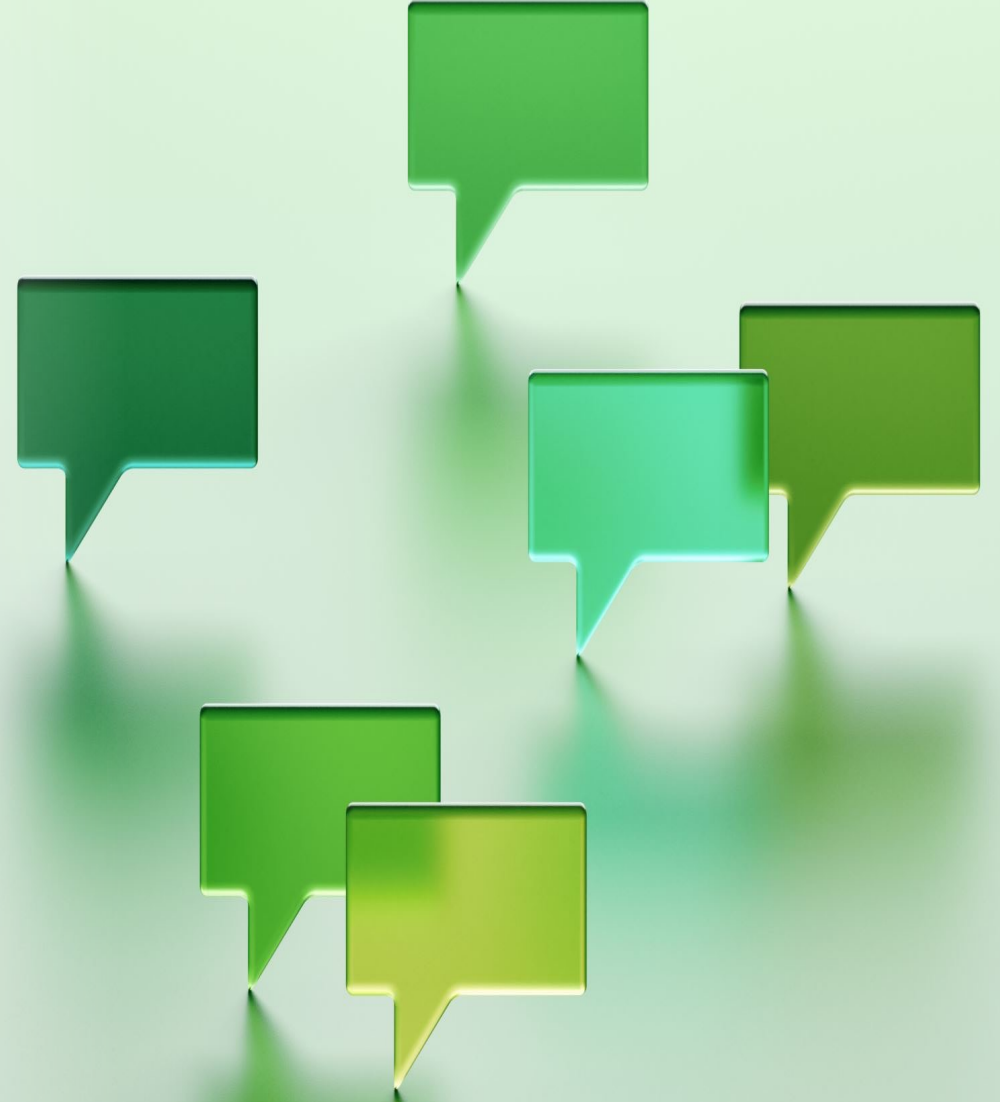


# Aşı Uygulamalarında Toplum ile Nasıl İletişim Kurulmalı?

Prof. Dr. Deniz SEZGİN EMÜLER  
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Reklamcılık ve Tanıtım ABD Başkanı

Son yıllarda bazı kişiler için aşı korkusu, hastalık korkusunun yerini almış durumda.



Bilgi

Duygular

Deneyimler

Önyargılar (sezgisel)



HALK

BOŞLUK

Bilgi

Kanıt ve veri

Eğitim

Nedenselliğin araştırılması  
ve değerlendirilmesi



SAĞLIK OTORİTELERİ VE  
PERSONELİ

# Aşı kararını etkileyen faktörler

- Kimlik
- Tutum
- Sosyal ve Tanımlayıcı Normlar
  - Toplum ve çevre bizden ne bekliyor?
  - Çoğunluk ne yapıyor?
- Gelenek
- Aşıya erişimdeki engeller
  - Aşı olmak için kaynak, zaman veya çaba ayırma ihtiyacı
  - İdari tedbirlerin varlığı



# Aşılama kararını etkileyen faktörler

Olasılık (örneğin, yan etki olasılığı ne kadar?)

Ciddiyeti (eğer hasta olursa ne kadar ciddi?)

Hem hastalığa hem de aşıya ilişkin risk algısı.  
Genel olarak bir kişi hastalık riskinin yüksek olduğunu algılıyorsa aşı olma olasılığı daha yüksek.

**Hastalık** riskinin daha yüksek olduğu düşünöldüğünde



Aşı olurum

Çocuğumu aşılatırım

**Aşı ile ilgili riskin (yan etkilerin)** daha yüksek olduğu düşünöldüğünde



Aşı olmam

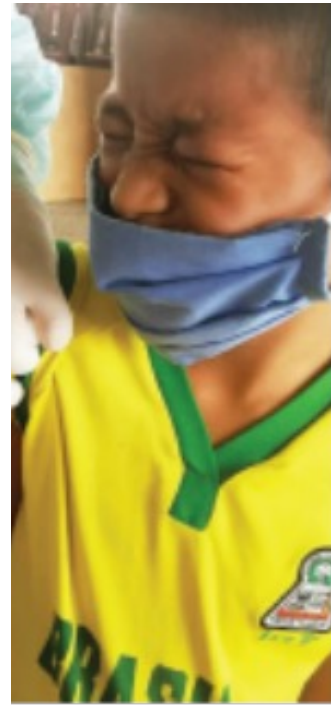
Çocuğumu aşılatmam

# Aşı kararını etkileyen faktörler

## Duygulara odaklanma

- İnsanlar korku, belirsizlik gibi duyguları tarafından yönlendirilme eğiliminde.
- Örneğin fotoğrafların kullanımı duyguları uyandırır ve etkileyebilir.
- Hastalığa, yoksulluğa karşı yürütülen kampanyalarda ise bağlama bağlı olarak korku unsuru kullanılabilir.







# Kayıptan kaçınma

- İnsan zihni kayıplara ve tehlikelere odaklıdır.
- İnsanlara neyi kaybedeceklerini anlatmak gerekiyor.
- Aşının ne kazandıracığından çok hastalığın neler kaybettireceğine vurgu.



# Onay

- Örneğin bir kişi aşı ve otizm arasında nedensel bir ilişki olduğuna ikna olmuşsa, aynı iddiada bulunan kişilerin konuşmalarını ve yazılarını takip ederek ve bu tartışmalara katılarak bu bilgilere daha açık hale geliyor ve inançlarını pekiştiriyor.



# Ulařılabilirlik

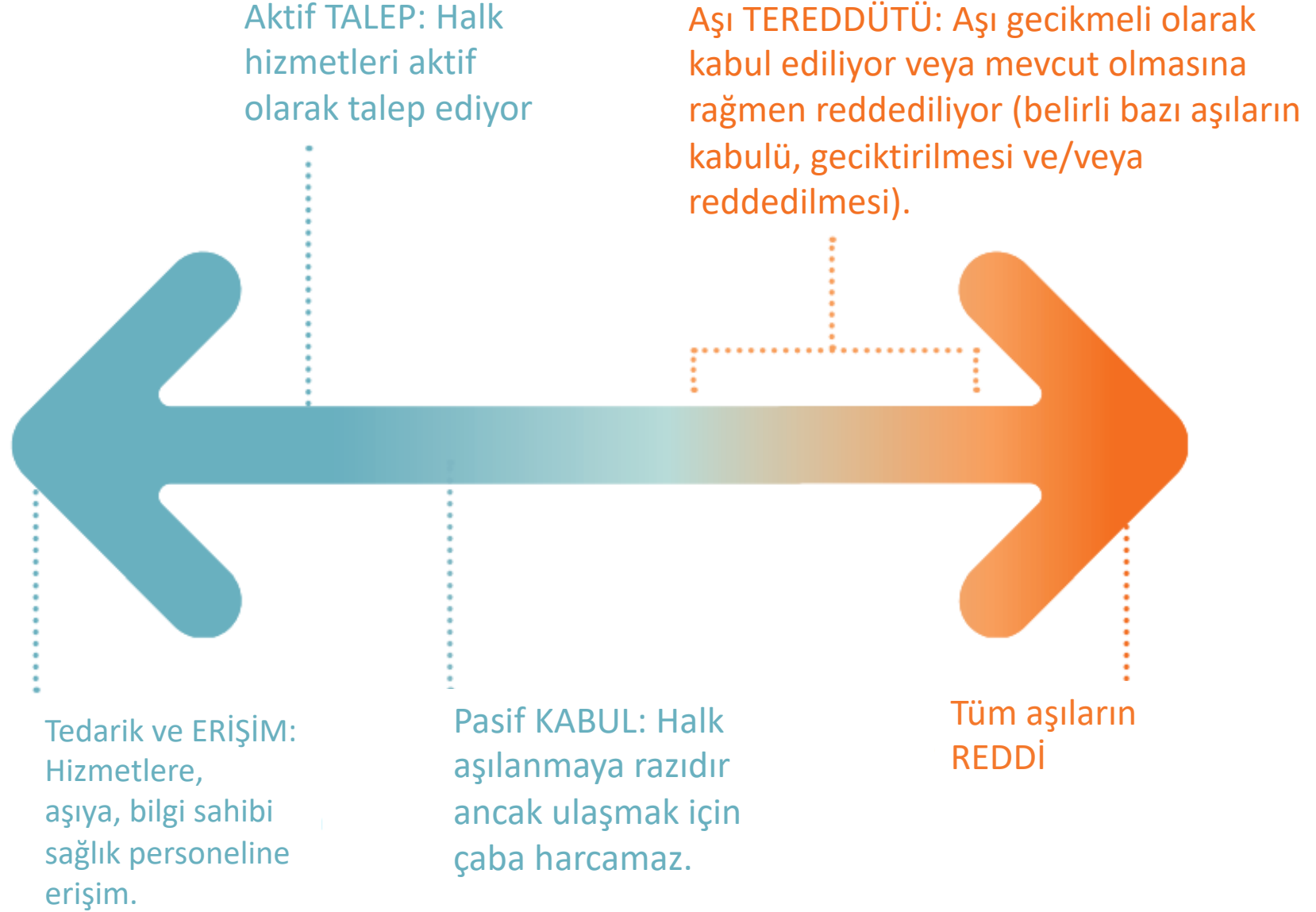
- Kararlar yakın zamandaki olaylara ve örneklere dayanarak veriliyor.
- Zamanda ve mekanda uzak olan örnekler unutuluyor ve dikkate alınmıyor.



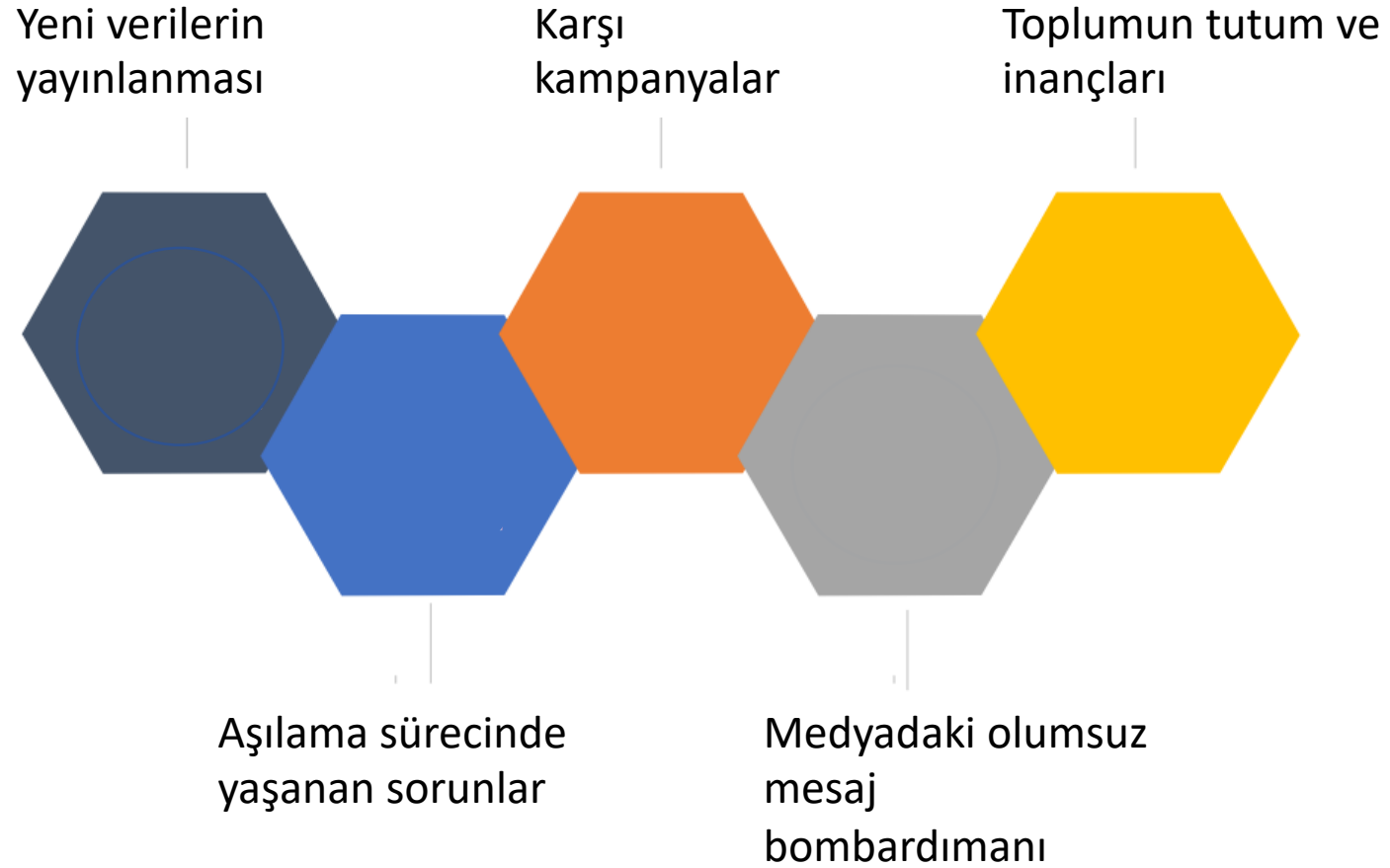
# Çapa

- Mevcut düşüncelerimize dayanarak yeni düşünceler ve tutumlar oluşturuyoruz. Mevcut düşüncelerimiz bir tür «çapa» görevi görüyor.





# Aşıya duyulan güvene potansiyel tehditler



**Yanlış bilgi**

**Yalan haber**



**Kasıtlı yanlış  
bilgi**

**Komplo teorileri**

FAKTÖRLER	BELİRLEYİCİLER
<b>BAĞLAMSAL</b> Tarihsel, sosyokültürel, ekonomik, politik, çevresel veya sağlık sistemi/kurumsal faktörler	<ul style="list-style-type: none"><li>• İletişim ve medya</li><li>• Liderler, ulusal aşılama programı savunucuları ve aktivistler (aşı yanlısı veya karşıtı lobiler)</li><li>• Tarihsel eğilimler veya gelişmeler</li><li>• Dini, kültürel, cinsiyetle ilgili ve sosyoekonomik faktörler</li><li>• Siyasi veya kamu politikası faktörleri</li><li>• Coğrafi engeller</li><li>• İlaç endüstrisinin algısı</li></ul>
<b>BİREYSEL VE GRUP</b> Aşıyla ilgili kişisel algıdan kaynaklanan veya sosyal çevre ile ilgili etkiler	<p>Aşılama sırasında ağrı da dahil olmak üzere aşılama ile ilgili kişisel, aile veya çevre deneyimi</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sağlık ve hastalıktan korunma ile ilgili inanç ve tutumlar</li><li>• Aşılama konusunda bilgi ve farkındalık</li><li>• Sağlık sistemi, bakım sağlayıcılara güven ve bu alandaki kişisel deneyimler</li><li>• Risk-fayda değerlendirmesi (algı veya önyargılar)</li><li>• Aşılama sosyal bir norm olarak görme fikrine karşı aşılamanın gereksiz olduğu fikri</li><li>• Risk-fayda oranı (epidemiolojik, bilimsel kanıt)</li></ul>
<b>AŞIYA VE AŞILAMAYA ÖZGÜ</b> Aşının veya aşılamanın özellikleri ile doğrudan ilgili olarak ortaya çıkan etkiler	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yeni bir aşının, yeni bir formülün tanıtılması veya mevcut aşı için yeni bir öneri</li><li>• Uygulama yolu</li><li>• Bağışıklama programının veya dağıtım biçiminin tasarımı (örneğin rutin program veya toplu aşı kampanyası)</li><li>• Aşının, tedarik kaynağı veya aşılama ekipmanlarının güvenilirliği</li><li>• Aşılama takvimi</li><li>• Maliyetler</li><li>• Tavsiyenin gücü, bilginin kaynağı veya sağlık çalışanlarının tutumları</li></ul>

# Aşı tereddüdüünün faktörleri ve belirleyicileri



# Toplumunu anlamak

Hedef kitleyi tanımlamak  
Influencerlar ve etkili kişiler kim?  
Negatif mesajlar neler?



- Aşı tereddüdü olanların temel özelliklerinden birinin, özgürlüklerine ve “vücut bütünlüklerine” olan hassasiyetlerinin daha yüksek olduğu göz ardı edilmemeli.
- Bu kişiler hayatlarının kontrolünün kendilerinde olduğu düşüncesiyle dışarıdan bir “kimyasal bileşeni” kabul etmemeyi kendi özgür iradeleri olarak görüyorlar.
- O nedenle hedef kitleyi tanıyarak aşılınmayı bir baskı gibi göstermek yerine “bilgilendirilmiş bir rıza”ya dönüştürmek önemli.

# Güven inşa etmek

Yetkinlik	Alanınızda gerekli yeterliliğe sahip olduğunuzu gösterin
Nesnellik	İlaç endüstrisi ile ilgili herhangi bir çıkar çatışmanızın olmadığını açıkça belirtin.
Şeffaflık	Hastalarla açıkça, onlardan herhangi bir bilgi saklamaya çalışmadan dürüst ve şeffaf bir şekilde iletişim kurun.
Kapsamlılık	Tüm bakış açılarının önemini kabul edin.
Tutarlılık	Aşılama konusunda verdiğiniz mesajlarda tutarlı olun.
Empati	Diğer insanların düşüncelerini dikkate alarak iki yönlü bir diyalog kurun

# İletişim Kanalları Oluşturmak



Influencerlar, harekete geçiriciler, dini ve kültürel liderler, tıbbi dernekler, güvenilir gazeteciler ve etkili diğer kişiler



Bilgi ihtiyacının tespit edilmesi ve karşılanması. Aşıya karşı olumlu davranışın teşvik edilmesi için fırsat yaratılması



Halkın sorularını ve endişelerini bildirebilmesi için çoklu ortamların yaratılması (Halka açık toplantılar, websiteleri, telefon hatları, çevrimiçi konuşma ve sosyal medya platformları)

# Mesajların yapılandırılması

- Mesajlar açık, kısa ve yalın olmalı
- Aşının güvenliği konusunda bilimsel fikir birliği vurgulanmalı
- Mesajlar hedef kitleye uygun hazırlanmalı
- Veriler açık bir şekilde sunulmalı ve görselle desteklenmeli

# Mesajların yapılandırılması

- Kişilere zarar görmemeleri için neler yapmaları gerektiği söylenmeli
- Mesajlar pozitif anlatımlar içermeli
- Diğer savunuculara ve iletişim kuranlara anlaşılır mesajlar verilmeli
- Mesajlar tutarlı olmalı
- Hedef kitlelere verilecek mesajlar ön testten geçirilmeli

# Negatif mesajların yönetimi

- Her olumsuz mesaj toplumda infiale sebep olmuyor.
- Negatif mesajları dikkatle dinleyip takip edin. Hangilerine reaksiyon verilmesi gerektiği konusunda seçim yapın.
- Negatif mesajlara cevap vermeye çalışırken tartışmaya girmeyin, kişilerin fikirlerini değiştirmeye çalışmayın.

# Negatif mesajların yönetimi

- Veriye dayalı bilgiyi sunun, olumlu davranışı teşvik eden veriler ve içerikler sunmaya çalışın.
- Hatalı bir argüman ve yanlış bilgilendirme varsa bunu söyleyin ve doğru bilgiyi verin.
- Sıkça sorulan sorular/cevaplar hazırlanabilir.





Haydi Çocuklar Aşıya!

# Neler oldu, neler oluyor?

- Fazze, 2021'de Pfizer aşısıyla ilgili riskler hakkında yanlış iddiaları yaymaları için influencerlara yüksek ücretler teklif etmişti. Batı yapımı aşılarla yönelik dezenformasyon kampanyası
- 65 sahte Facebook ve 243 sahte Instagram hesabından oluşan bir ağ

- Facebook'un bildirdiğine göre kapatılan sahte hesaplar, Kasım 2020'de AstraZeneca aşısının insanları şempanzeye dönüştüreceğine dair sahte görseller yaratmaya çalıştı.
- Aşının insanları maymunlara dönüştüreceği izlenimi vermek için "Maymunlar Cehennemi" isimli filmde alınmış ve üzerine diyaloglar yazılmış görseller kullanıldı.



December 14 2020

I don't want this story to repeat itself <http://chng.it/FSLfBPTQC7>

Translate



- Center for Countering Digital Hate (Dijital Nefretle M¼cadele Merkezi) 425 aşı karşıtı hesabın izlenmesi sonucunda platformlardaki toplam takipçi sayısının 2021'in Aralık ayında 59,2 milyona ulaştığını gösteriyor. Bu da 2021 Hazirana göre 877 bin kişilik artış demek.

### **Deplatform the Disinformation Dozen**

The most effective and efficient way to stop the dissemination of harmful information is to deplatform the most highly visible repeat offenders, who we term the Disinformation Dozen. This should also include the organisations these individuals control or fund, as well as any backup accounts they have established to evade removal.

1. Joseph Mercola
2. Robert F. Kennedy, Jr.
3. Ty and Charlene Bollinger
4. Sherri Tenpenny
5. Rizza Islam
6. Rashid Buttar
7. Erin Elizabeth
8. Sayer Ji
9. Kelly Brogan
10. Christiane Northrup
11. Ben Tapper
12. Kevin Jenkins

Sıvı, aşı, iğne

Sistem, düzen,  
kurgu, komplo ve  
oyun

Bill Gates , DSÖ

Şeytan, iblis

Biz/siz/onlar

Satılmış yetkililer

Plan

Hakaret

Güven

Büyük harf ve  
ünlem kullanımı

Kişisel veya  
tanıdığın  
deneyimini  
aktarma

Referans içeriklerle  
destekleme

Demagoji

- 1 Şubat-16 Mart 2021 tarihleri arasında Facebook ve Twitter'daki 812 bin aşı karşıtı paylaşımın yarısından fazlasının bu 12 hesaptan algoritmalar yoluyla yayıldığı görülüyor. Aşı karşıtı içerikler sosyal medyada yayılsa da paylaşılan içerik sınırlı bir kaynak yelpazesinden geliyor.
- Az miktarda çevrimiçi aşı yanlısı bilgisine maruz kalmak bile Covid-19 aşısı olmaya istekli kişi sayısını %8,8'e kadar azalttığını gösteriyor.

- Facebook, aşılınmayı caydıran reklamları engelliyor, bu paylaşımları yapan sayfalar ve hesapların çoğu reklam yapmaktan men ediliyor.
- Bilimsel dayanağı olmayan ve teyit edilemeyen bilgilerin hızla yayıldığı bir ortamda sosyal medya, medya okur-yazarlığı olmayan çok sayıda insanın aşı konusundaki algısı birkaç satırla şekillendirilebiliyor.



"Pfizer, çocukların COVID aşılarına gizlice kalp krizi ilacını ekledi...  
Ama neden?"



infowars.com

Pfizer Secretly Added Heart Attack Drug to Children's COVI...  
Is Tris being added to these children's vials to try to cover up  
the cardiovascular events that they cause, or at least ...

ÖS 6:17 · 12 Kas 2021 · Twitter for Android

Hiç bir Müslüman yahudinin  
ürettiği ilaca muhtaç değildir.

Dr. Aidin Salih



██████████ Oğluma düzenli aşı  
yaptırdığım için sizi sayfanızdan  
sonra çok pişman oldum ve hacamat  
yaptırdım 3 kez yapılması  
gerekliyormuş 2. Kez ayın 14 veya 18  
inde götürürüm artık 😊

9h 2 beğenme Yanıtla



- Albert Camus'nün İkinci Dünya Savaşı'na dair yazdığı "Sisifos Söyleni" kitabında belirttiği gibi, "Yaşamın anlamı ancak dünyanın saçmalığını ve yenilginin daima tekrarlanacağını bile bile kötülüğe direnmek olabilir."

Teşekkür ederim  
dsezgin@media.ankara.edu.tr

