

COVID-19

PANDEMİ GÜNLERİNDE İLETİŞİM

Editörler

Güliden ÖZKAN & Tülay YAZICI

Bilim Kurulu

Prof. Dr. İdil SAYIMER (Kocaeli Üniversitesi)

Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ (Kocaeli Üniversitesi)

Doç. Dr. Aybike Pelenk ÖZEL (Kocaeli Üniversitesi)

Doç. Dr. Gamze Yetkin CILIZOĞLU (Kocaeli Üniversitesi)

Doç. Dr. İçten Duygu ÖZBEK (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)

Doç. Dr. Sevim KOÇER (Kocaeli Üniversitesi)

Bilim Kurulu unvan ve alfabetik olarak sıralanmıştır.

© Copyright 2021

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-625-7354-86-8

Kitap Adı

COVID-19

Pandemi Günlerinde İletişim

Editörler

Gülden ÖZKAN

ORCID iD: 0000-0002-0485-7015

Tülay YAZICI

ORCID iD: 0000-0003-4848-449X

Yayın Koordinatörü

Yasin DİLMEN

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Vadi Matbaacılık

Bisac Code

MED022090

DOI

10.37609/akya.47

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

*Bu kitap COVID-19 pandemi döneminde hayatını kaybeden
SAĞLIK ÇALIŞANLARI'na ithaf edilmiştir.*

İÇİNDEKİLER

Pandemi Sürecinde Yaşlı Ayrımcılığı ve Twitter: Klişeler, Önyargılar, Tutumlar	1
<i>Can CENGİZ</i>	
Pandemi Krizinde Kamuoyunun Bilgi Arama ve Bilgiyi Değerlendirmesinde Hükümet İletişiminin Önemi: İletişimciler Üzerine Bir Nitel Araştırma.....	19
<i>Ebru GÖKALİLER</i> <i>Özlem ALİKILIÇ</i>	
Pandemi Döneminde Reklamcılık ve Maske Kullanımı Perspektifinden Yaratıcı Reklamcılık Uygulamaları.....	41
<i>Gülce DÖLKELEŞ</i> <i>Semih KOPUZ</i>	
Halk Sağlığı Krizlerinde İletişim: COVID-19 Salgınına İlişkin Anlamın İnşasında Sağlık Bakanı	67
<i>Gülden ÖZKAN</i>	
COVID-19 Pandemi Sürecinde Virüsün Mizahi Sunumu: İnternet Karikatürleri ve Capsler	105
<i>Gülşah AKTO</i> <i>Serkan BİÇER</i>	
Pandemi Sürecinde Dijital Teknolojilerin Kullanımı: 65 Yaş Üstü Bireylerin Dijital Teknolojileri Kullanımları Üzerine Bir Araştırma	139
<i>Mehmet R. YILDIZGÖRÜR</i>	
COVID-19 Pandemisi Sürecinde Dijital Pazarlama: Sanal Market Uygulamaları Örneği.....	159
<i>Nural İMİK TANYILDIZI</i> <i>Tuba ALTUNBEY</i>	
COVID-19 Salgını ve Reklam Endüstrisi: “Evde Kal” İletisi Üzerine Kurulu Reklamlara İlişkin Bir Çözümleme	183
<i>Seyhan AKSOY</i>	
Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitim: EBA Twitter Sayfası Üzerine Bir İnceleme.....	203
<i>Tülay YAZICI</i>	

YAZARLAR

Seyhan AKSOY

Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel
Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü
ORCID ID: 0000-0001-5167-5866

Gülşah AKTO

Doktora Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, Sosyal
Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri ABD
ORCID ID: 0000-0002-7616-4111

Özlem ALİKILIÇ

Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi,
İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve
Reklamcılık Bölümü
ORCID ID: 0000-0001-6311-2622

Tuba ALTUNBEY

Arş. Gör., Fırat Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-8853-145X

Serkan BİÇER

Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-4993-327X

Can CENGİZ

Arş. Gör. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit
Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya
ve İletişim Bölümü
ORCID ID: 0000 0002 3938 9506

Gülce DÖLKELEŞ

Arş. Gör., Antalya AKEV Üniversitesi, Sanat
ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarımı
Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-2747-7648

Ebru GÖKALİLER

Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi İletişim
Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-4134-8447

Semih KOPUZ

Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve
Tanıtım Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-4655-8566

Gülden ÖZKAN

Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-0485-7015

Nural İMİK TANYILDIZI

Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim
Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-9177-759X

Tülay YAZICI

Arş. Gör. Dr., Muş Alparslan Üniversitesi,
İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve
Tanıtım Bölümü
ORCID ID: 0000-0003-4848-449X

Mehmet R. YILDIZGÖRÜR

Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi,
İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü
ORCID ID: 0000 0002 8287 6174

ÖNSÖZ

2021 yılının Mart ayında şu an elinizde tuttuğunuz bu kitabın önsözünü kalem almak için iki ayrı ilde bilgisayar başına geçtiğimizde dünya bir yılı aşkın süredir COVID-19 pandemisi ile boğuşmaktaydı. Geçen on beş ayda 120 milyon kişi hastalığa yakalanmış, yaklaşık 2 milyon 700 bin kişi hayatını kaybetmişti. Dünya aylardır topyekûn bir krizin içinde yaşamaktaydı.

İnsanlık tarihi boyunca az sayıda olgu toplumları, kültürleri, iş yapış ve gündelik yaşam biçimlerini salgınların yarattığı biçimde şekillendirmiştir. Tarih boyunca yaşanan çeşitli salgınlar (veba, kolera, sarıhumma, grip, SARS, ebola, MERS) toplumları yok etmiş, savaşların sonuçlarını değiştirmiş, büyük göç dalgalarına sebep olmuş, ticaret yollarını değiştirmiş, gıda üretiminin azalmasıyla birlikte kıtlıklara sebep olmuş, finansal krizlere yol açmış, ekolojik dengeyi değiştirmiş, büyük iş gücü kayıplarına sebep olurken işsizlik oranlarını da artırmış, halk sağlığı alanındaki yetersizlikleri ve eşitsizlikleri gözler önüne sermiştir. Tüm bu büyük değişimlerle birlikte salgın dönemlerinin yüksek belirsizliği panik ve kaygının hakim olduğu ortamlar yaratmış; bilim, bilgi, ve iletişim ihtiyacını en üst seviyelere taşımıştır.

2019 yılının son aylarında Çin Halk Cumhuriyeti'nde beliren zatürre vakalarına sebep olan virüs daha önce insanlarda görülmemiştir bu nedenle bulaşma, teşhis ve tedavi konusunda büyük bir belirsizlik söz konusuydu. Uzmanların yeni bir koronavirüs türü olduğunu tespit etmelerinin ardından hastalığa sebep olan virüse Latince'de taç anlamına gelen "corona" kelimesiyle ilintili olarak "2019 Novel Coronavirus", daha sonra "COVID-19" ismi verildi.

İlerleyen günler virüsün solunum yoluyla kişiden kişiye hızla yayıldığını gösterdi. Yayılım yolu ve hızı, koruyucu bir aşının olmayışı, tedavide etkili bir ilacın bulunmayışı gibi sebepler COVID-19 salgınını üç ay gibi kısa bir sürede pandemi boyutuna taşıdı. 20. yüzyılın son on yılından bu yana dünyaya hakim olan küreselleşme yani şirketleşmede, ticaretle, turizmde, eğitimde ve iletişimde uluslararası işbirlikleri bir yandan virüsün kıtalar arası yayılımını hızlandırırken bir yandan da bu yayılım (hasta ve ölüm sayılarında sürekli artış) ve onun yarattığı sonuçlar (sağlık hizmetlerinin yetersiz kalması, üretim miktarlarında düşüş, izolasyonlar, ulusal sınırların kapanması, ülkeler arası hareketliliğin kısıtlanması, uzaktan eğitim) ülkeler arası dolaşıma bağlı tüm alanlarda sekteye sebep oldu.

Küresel bir halk sağlığı krizi olarak tanımlanan COVID- 19 pandemisi dünyada İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana yaşanan en büyük zorluk olarak işaret edildi. Geçen on beş aylık süre zarfında salgının bir sağlık krizinden çok daha katmanlı, çok daha çeşitli ve çok daha karmaşık olduğu ortaya çıktı. Pandemi- nin derin ve uzun süreli izler bırakacak kültürel, toplumsal, ekonomik ve politik etkiler yaratma potansiyeli taşıdığı artık bilinen bir gerçektir. COVID-19 pande- misi öngörülemez kadar kısa bir sürede, neredeyse dünyanın her ülkesinde ve istisnasız her alanda tüm yaşam ve iletişim biçimini belki de sonsuza dek değiştirdi.

Zorunlu maske kullanımı, el yıkama ve hijyene ilişkin kurallar, fiziksel me- safe uygulamaları, evde kalmayı teşvik eden kampanyalar, kamusal alanlara ge- tirilen kısıtlamalar, sokağa çıkma yasakları, çalışma saatlerinde düzenlemeler, evden çalışma sistemine geçiş, eğitimin uzaktan sürdürülmesi gibi yayılımın önüne geçmek üzere alınan önlemler, toplumsal hayatı ve gündelik yaşamı ye- niden biçimlendirdi. Bu uygulamalarla birlikte hem bireyler hem de devletler sadece salgının değil, kısıtlama ve yasakların da getirdiği bireysel, kurumsal, ya- pısal, ekonomik ve çevresel değişimlerin yarattığı baskı ile de mücadele etmek zorunda kaldılar. Örneğin, bazı ülkelerde uygulanan uzun süreli ve ağır yasaklar yaygın ekonomik ve insani krizlere neden oldu ve milyonlarca insan aşırı yok- sulluk ve depresyon riski ile karşı karşıya kaldı. Tüm bu alanlarda, yaşanan krizin yarattığı yeni çerçeve bireylerarası, kurumsal ve toplumsal iletişim biçimini de yeniden şekillendirdi.

Uluslararası ticaret ve turizm gibi alanların neredeyse durma noktasına gel- mesi, çiftçilerin tarımsal üretim ihtiyaçlarını satın almak ve ürünlerini satmak da dahil olmak üzere, pazarlara erişimini ve tarım işçilerinin mahsulleri hasat etmesini engelleyerek yerel, ulusal ve uluslararası gıda tedarik zincirlerini kesin- tiye uğrattı. Sağlıklı ve güvenli gıdaya erişim olanakları her geçen gün azalırken, küresel kıtlıkla karşı karşıya kalma riski de giderek artmaya başladı. Bununla birlikte evde kalma ve kapalı alanlardan uzak durma çağrıları e-ticaret ve e-pa- zarlama sektörlerinin yükselişe geçmesine, çevrimiçi alışveriş alışkanlığının ge- lişmesine, markaların/kurumların pazarlama ve müşteri iletişimlerini çevrimi- çine ve özellikle de sosyal medyaya kaydırmalarına sebep oldu.

İşçi sağlığı ve güvenliği başta olmak üzere istihdam ve işgücü sorunları ortaya çıktı. Salgının sebep olduğu işgücü kaybı, işten çıkarmalar, çalışma şartlarının zorlaşması, emek sömürüsü ve hak kaybı gibi sıkıntılar ciddi boyutlara ulaştı. Pandemi döneminde işe erişim ve işe ilişkin hakların korunması krizin insani boyutunu yansıtırken kurum içi iletişimde yeni araçlar, uygulamalar, biçim ve

içerikler gelişti. Kurumlar bu dönemde insan kaynağının önemini işaret eden, çalışanlarına teşekkür mesajları içeren uygulamalara imza attılar.

Virüsün buluşma riski nedeniyle sosyal hareketliliğin kısıtlandığı hatta dönem dönem tümüyle yasaklandığı süreçlerde, yüz yüze eğitime ara verildi, dünyanın pek çok ülkesinde okullar kapatıldı, çevrimiçi eğitime geçildi. Eğitim biçiminde yaşanan bu değişim; fırsat eşitsizliklerini, ekonominin eğitim alanındaki belirleyiciliğini ve yaşamsal öncelikleri gözler önüne serdi. Öğretmen, öğrenci ve ebeveynler uzaktan eğitime uyum sağlamaya çalışırken çevrimiçi ortamın olumlu/olumsuz tüm nitelikleri online (çevrimiçi) sınıflara taşınmış oldu. On beş aylık pandemi döneminde çevrimiçi eğitim deneyimi, uzaktan eğitimin gelecek günlerin bir parçası olacağına habercisi oldu. Fiziksel sınıf ortamında yüz yüze iletişim yoluyla sürdürülen eğitimin çevrimiçi dönüşümü öğretmen-öğrenci ve akran iletişimini farklı boyutlara taşıdı.

COVID-19 virüsünün Çin Halk Cumhuriyeti'nden yayılması, diğer yaş gruplarına oranla özellikle yaşlı nüfusta daha ölümcül sonuçlara yol açması ve bunların medyada sıklıkla yer bulması yeni ayrımcı pratikler yarattı, ırka ve yaşa ilişkin gelişen nefret söylemi bir başka mücadele alanı oluşturdu. Yayılan virüse eşlik eden belirsizlik; söylentileri, sahte haberleri, yanlış bilgiyi ve nefret dolu içerikleri beraberinde getirdi. Dünya Sağlık Örgütü pandemi döneminde mücadelenin sadece salgınla değil aynı zamanda infodemi ile de olduğunu vurguladı. Özellikle devlet yetkililerini ve sağlık uzmanlarını doğru ve gerçek bilginin basit aktarımı konusunda uyardı. Bu durum herhangi bir krizde tarafların risk algısının homojen olmadığını gösterirken aynı zamanda çeşitlenen algıya yönelik farklı mesaj stratejilerinin ve araçlarının kullanımının önemini gözler önüne serdi.

Tüm bu yaşananlar ve yaşananların getirdiği değişim mikro ölçekten makro ölçüğe dek tüm boyutlarıyla iletişimi; çevrimiçi ve/veya aracılı iletişim ortamlarına taşıdı. Teknoloji ile biçimlenen iletişim süreçleri pandemi ile birlikte kullanım alanlarını genişletti ve çeşitlendirdi. Sosyal medya pandemi döneminin medyası olarak merkeze yerleşti.

COVID-19 pandemi döneminin yarattığı bu değişim dalgasının iletişime yansımaları elinizdeki bu derleme kitabın hazırlanması noktasında itici gücü oluşturmuştur. Kitabımız; kişilerarası ilişkiler, dijital teknolojiler, kriz, reklam, halk sağlığı, mizah, dijital pazarlama, çevrimiçi eğitim konularının iletişim perspektifinden ele alındığı çalışmaları içermektedir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yaşlı yetişkinler söz konusu kriz ortamından diğer yaş gruplarına göre daha olumsuz etkilendi, zaman zaman bu

durum Türkiye gündemini de belirledi. Alınan önlemlerin, getirilen kısıtlamaların özellikle 65 yaş üstü yetişkinlere yönelik olması ve bunun medyada sıklıkla yer bulması; yaşlıların hastalıktan en fazla etkilenen bireyler olarak değil hastalığın sebebi olarak görülmeleri sonucunu doğurdu. Yaşlı bireyler, kendilerinden daha genç yurttaşlar tarafından nefret söyleminin nesnelere haline getirildi, zorla evlerine gitmeleri için kimi zaman şiddete başvuruldu, sokakta rastlanan yaşlı bireylere su fırlatıldı, kolonya döküldü. Dahası bu tür eylemler kayıt altına alınarak sosyal medya hesaplarında paylaşıldı, yayıldı. ***Pandemi Sürecinde Yaşlı Ayrımcılığı ve Twitter: Klişeler, Önyargılar, Tutumlar*** isimli çalışmasında **Can Cengiz**, toplumdaki asimetrik ilişkiler çerçevesinde çeşitli zorluklarla karşılaşan ve dezavantajlı gruplar içinde yer alan yaşlı nüfusun pandemi döneminde karşılaştığı zorlukları irdeledi.

İlk bakışta halk sağlığını ve güvenliğini tehdit eden küresel bir sağlık krizi olarak görülen pandemi döneminde; küresel ölçekte belirsizliğin ve sürekli güncellenen bilgi akışının bireyleri doğru bilgiye ulaşmak için güvenilir bilgi kaynakları arayışına yönelttiği görüldü. Sadece pandeminin boyutlarının genişlemesi ve ölümcül etkisinin hızlı artışı değil; gelişen teknoloji sayesinde her türden bilgiye kolay ulaşım ve bilginin üretimindeki kolaylıklar bu dönemde iletişimi daha karmaşık hale getirdi. Dönemin kaotik yapısı, soruların çokluğu ve çeşitliliği ile cevapların belirsizliği “hesap verebilirlik”, “şeffaflık” gibi nitelikleri her zamankinden daha arandırdı. Dolayısıyla pandemi dönemi; kriz zamanlarında etkili iletişimin yürütülmesi boyutunu aşarak; devletlerin ve hükümetlerin uzun vadeli sağlık iletişimi çabaları ile sağlık ve korunmayla ilgili davranış değişikliklerine odaklanmalarının, infodeminin yayılmasını önlemelerinin, resmi kaynakların en güvenilir kaynak olduğu konusunda halkı ikna etmelerinin gerektiği bir dönem haline geldi. Yazarlar **Ebru Gökaliler** ve **Özlem Alikılıç**; ***Pandemi Krizinde Kamuoyunun Bilgi Arama ve Bilgiyi Değerlendirmesinde Hükümet İletişiminin Önemi: İletişimciler Üzerine Bir Nitel Araştırma*** isimli çalışmalarında devlet iletişimini bu yönüyle ele aldılar ve hükümet iletişiminin iletişim uzmanları tarafından nasıl değerlendirildiğini irdelediler.

Pandeminin sağlık boyutu dışında, ekonomik etkileri de birçok unsurun değişimine yol açtı. Bu bağlamda etkilenen alanlardan biri de reklamcılık oldu. Salgın sadece reklam harcamalarında değişimler yaratmakla kalmadı reklam içerikleri de değişti. Markalar bu dönemde salgına ilişkin mesajlarını tüketicilere ulaştırmanın bir yolu olarak reklamları kullandılar. Salgının sembolüne dönüşen zorunlu maske kullanımı, reklamlarda sıklıkla yer aldı. **Gülce Dölkeleş** ve **Semih Kopuz** markaların küresel sorunlarda yaratıcı reklam uygulamalarını

incelediler. *Pandemi Döneminde Reklamcılık ve Maske Kullanımı Perspektifinden Yaratıcı Reklamcılık Uygulamaları* adlı çalışma pandemi sürecinin reklamlardaki kullanımına yönelik olarak maske kullanımı çatısı altında hazırlanan reklamların, yaratıcı reklamcılık perspektifiyle analiz edilmesi ile meydana geldi.

Pandemi gibi halk sağlığı krizlerinde yüksek belirsizliğin, risk algısındaki çeşitliliğin ve hakim panik havasının, halkın ortak hareketini sekteye uğrattığı yaşanan önceki salgınlardan bilinmekteydi. İçinde bulunduğumuz dönemde de benzer sorunlar gündeme geldi ve yaşananlar salgına ilişkin iletişimin hayati önemini bir kez daha gösterdi. Salgın iletişimi bir tür kriz iletişimi olmasına karşın, odağında kar-zarar maliyetleri bulunan kurumsal krizlerden farklı değerlendirilmeliydi. Pandemi gibi halk sağlığı krizlerinde, halkın krize yüklediği anlam toplumsal sorumluluk ve ortak hareket için başlangıç noktasını oluşturmaktaydı. Anlamın ortak kılınmasında en büyük sorumluluk ise devlet yetkilileri ile sağlık otoritelerine düşüyordu. COVID-19 halk sağlığı krizine ilişkin anlama odaklanan **Güliden Özkan, *Halk Sağlığı Krizlerinde İletişim: COVID-19 Salgınına İlişkin Anlamın İnşasında Sağlık Bakanı*** isimli çalışmada kriz yönetimi ve kriz iletişimini sosyal inşacı bir bakışla değerlendirdi.

Mizah tarih boyunca yaşanan sıkıntılarda toplumların başvurduğu en etkili karşı koyuşlardan biridir. Geçen on beş ayda ticari, siyasi, eğitsel, iktisadi tüm alanları etkilemesinin yanı sıra gündelik yaşam alışkanlıklarını değiştiren, kamusal alan kavramını sarsan, toplumsal ilişki biçimlerini dönüştüren COVID-19 salgını yaşamsal bir tehdit olarak görüldüğü ilk günden bu yana karikatür, caps, meme gibi mizahi sanatsal yaratımlarının da başlıca konusu haline geldi. Mizahi içerikler bir taraftan pandeminin neden olduğu sorunları gün yüzüne çıkarıp eleştirirken bir yandan da eğlence yoluyla korku ve kaygı yaratan bu döneme umut taşıdı. Bu bağlamda, **Gülşah Akto ve Serkan Biçer *COVID-19 Pandemi Sürecinde Virüsün Mizahi Sunumu: İnternet Karikatürleri ve Capsler*** isimli çalışmalarında pandemi sürecinde mizah konusunu ele adılar.

Salgın döneminde birçok alışkanlığımız çevrimiçi ortamlara taşındı ya da çevrimiçi ortamlarda belli bir düzeyde sürdürdüğümüz alışveriş, eğlence, çalışma, iletişim, eğitim gibi davranışlarımız oransal olarak artış gösterdi. Pandemi dönemi birçok ilki yarattığı gibi teknolojiye mesafeli bireyler için de daha önce deneyimlemedikleri dijital hizmetlerle tanışma dönemi olmuştu. **Mehmet R. Yıldızgöçür, *Pandemi Sürecinde Dijital Teknolojilerin Kullanımı: 65 Yaş Üstü Bireylerin Dijital Teknolojileri Kullanımları Üzerine Bir Araştırma*** isimli çalışmada bireylerin teknoloji kullanım alışkanlıklarında nasıl bir değişim meydana geldiğini yaşa bağlı olarak ele aldı.

İçinde bulunduğumuz salgın döneminde özellikle ticari alanda birçok işletme ya internet üzerinden hizmet vermeye başladı ya da verdiği hizmetleri genişletti. Birçok sektörde dijital pazarlamanın önemi arttı. Evde kalmanın ve kapalı alanlara girmemenin tavsiye edildiği günlerde toplumun belli bir kısmı ihtiyaçlarını karşılamak için sanal marketlere yöneldi. Bu dönemde mesajlarını sağlık, hijyen, hız, güvenilir temasız teslimat ve ödeme kolaylığı gibi nitelikler üzerine bina eden sanal marketler **Nural İmik Tanyıldızı ve Tuba Altunbey** tarafından ele alındı. Yazarlar, *COVID-19 Pandemisi Sürecinde Dijital Pazarlama: Sanal Market Uygulamaları Örneği* isimli çalışmalarında sanal market uygulamalarının arama motoru reklamları ve optimizasyonu, web sitesi, sosyal medya pazarlaması ve dijital pazarlama uygulamalarında COVID-19 pandemisine yönelik paylaşımları analiz ettiler.

Türkiye’de 11 Mart 2020 tarihinde ilk vakanın tespit edilmesiyle birlikte bulaş riskinin minimize edilmesi için sosyal yaşama ilişkin kısıtlamalar art arda alınan önlemler haline geldi. Salgın ile birlikte hayatın eve sığdırılması ve insanların, deyim yerindeyse eve kapanması ile birlikte ekonomik durgunluk da giderek arttı. Her ekonomik kriz ve durgunluk dönemlerinde olduğu gibi bu dönemde de pazarlama iletişimi mesajları tüketimin artırılmasına yoğunlaştı. Sağlık bakanlığı tarafından yürütülen kampanyaya da adını veren “Hayat Eve Sığar” mücadelenin sloganı haline dönüştü. Başta ‘evde kal’ söylemi olmak üzere, ‘hayat eve sığar’, ‘evde hayat var’, ‘evde kal Türkiye’, ‘evinde kal’, ‘evinde kal Türkiye’ gibi iletiler, tüm kitle iletişim araçları ve içerikleri aracılığı ile dolaşıma sokuldu. Bu içeriklerden biri olan reklamlarda sıkça rastlanan ‘evde kal’ söylemi **Seyhan Aksoy** tarafından ele alındı. *COVID-19 Salgını ve Reklam Endüstrisi: “Evde Kal” İletisi Üzerine Kurulu Reklamlara İlişkin Bir Çözümleme* başlıklı çalışmasında Aksoy; toplumsal bir mücadelenin ürünü olan ‘evde kal’ söyleminin ya da ‘evde kal’ma zorunluluğunun, normal zamanlardaki reklam iletilerinden farklı olarak ‘yeni normal’ reklam içeriklerine nasıl konuşlandırıldığı ve böylelikle nasıl tüketim kültürünü yeniden üretir hale geldiğini/getirildiğini araştırdı.

Salgının etkilediği ve dönüştürdüğü en önemli alanlardan birisi de eğitim oldu. Virüsün temasla bulaşma riskinin yüksek olması nedeniyle yüz yüze eğitime ara verildi ve geleneksel yüz yüze eğitim çevrimiçi (online) eğitime dönüştü. Eğitim ortamı ve uygulamalarının değişmesiyle birlikte öğretmen, öğrenci ve velilerin karşı karşıya kaldığı yeni model; sistemsel sorunların yanı sıra eğitimin her öğrenciye ve öğretmene ulaştırılmasına ilişkin iletişim ve uyum sorunlarını da beraberinde getirdi. **Tülay Yazıcı**, *Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitim: EBA Twitter Sayfası Üzerine Bir İnceleme* isimli çalışmada Milli Eğitim Bakanlığı

tarafından Eğitim Bilişim Ağı'nın (EBA) sosyal medya kanalı olarak kullanılan EBA @egitimbilisim Twitter sayfasını iletişim ve kullanım özellikleri yönüyle ele aldı.

Olağan gidişatı sekteye uğratan her olay iletişim alanında çalışan araştırmacıların ilgi odağı olmuştur. Doğal afetler, savaşlar, büyük kazalar ve salgılar...

2019 yılının sonundan bu yana içinde yaşadığımız COVID-19 pandemisi kelimenin tam anlamıyla yarattığı kaotik ortam nedeniyle her anıyla ve her alanında bir laboratuvar niteliği göstermektedir. Zaman zaman kaotik ortamın oluşumuna zaman zaman ise kaosun çözümüne içkin olan iletişim, biçim ve içeriği ile çözülmeye ve anlaşılmaya en çok ihtiyaç duyulanların başında gelmektedir. Bu derleme kitapta yer alan akademik çalışmaların dönemin anlaşılması noktasında alan yazınına katkı sunmasını diliyor, pandemi dönemi iletişim alanında yürütülecek yeni çalışmalara ve salgın dönemine iletişim penceresinden bakmak isteyen okuyuculara kaynaklık etmesini ümit ediyoruz.

Önsözleri bitirmenin geleneği sıralanan teşekkürlerdir. Kitabın vücut bulmasında çalışmalarıyla akademik katkıda bulunan tüm yazarlara ve kıymetli zamanlarını ayırarak kitabın tamamlanabilmesi için desteklerini esirgemeyen hakem kuruluna emekleri için teşekkürlerimizi sunarız.

Varlıkları ile hayatlarımızı renklendiren ve böyle bir dönemde dahi yaşam sevincimizi artıran kızlarımız Zeynep Serra ve Deniz Maya'ya teşekkür ederiz. En büyük, en içten teşekkürü ise; pandemi döneminin başından bu yana canları pahasına görevlerini yerine getiren tüm sağlık çalışanlarına sunmayı bir borç biliriz.

Gülden ÖZKAN, Kocaeli
Tülay YAZICI, Muş
Mart 2021