

ARAŞTIRMA MAKALESİ**Dünya Sağlık Örgütü'nün Twitter'daki #COVID19 Paylaşımlarının İncelenmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma*****A Qualitative Study on the Examination of the World Health Organization's #COVID19 Posts on Twitter***

Fatma Büşra SARI¹, H. Nilay GEMLİK²

ÖZ

Amaç: Twitter sağlık otoritelerinin salgın ve kriz durumlarında halkla etkileşime geçmek ve bilgilendirmek için kullandığı önemli bir sağlık iletişim aracıdır. Bu çalışmada, Twitter'i kullanımının anlaşılması ve sağlık otoritelerinin pandeminin ilk günlerindeki hastalıkla ilgili twitter paylaşımları hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışma evrenini; Twitter'de pandeminin ilk 7 gününde @WHO tarafından paylaşılan 153 #COVID19 tweetinden oluşmaktadır. Elde edilen veriler betimsel ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Bulgular: Bu çalışmada incelenen tweetlerin çoğunluğunda metin içerikli tweet ve görsel içerikli tweet tercih edildiği görülmüştür. İncelenen tweetlerin tamamına yakınının tweet dizilerini oluşturan tweetlerden oluştuğu saptanmıştır. İncelenen tweetlerin en popüler ilk üçündeki tweetlerin hem beğenilen hem de retweet edilme sayılarına göre aynı sıralamaya sahip olduğu saptanmıştır. En popüler tweet içeriğinin, pandeminin ilan edildiğini belirten tweet olduğu görülmüştür. Ayrıca; korunma önlemleriyle ilgili bilgi videosu ikinci sırada bulunurken DSÖ'nün ülkelere test yapılması vurgulanan basın toplantısı ile ilgili tweet mesajının ise üçüncü sırada olduğu görülmüştür.

Sonuç: Sağlık otoritelerinin sağlık iletişim araçlarında Twitter'ın kullanımının yaygınlaştırılmasının, pandemi gibi kriz süreçlerinde toplumun yaşadığı endişe ve belirsizliğin giderilmesinde önemli olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Twitter, COVID-19, Sağlık iletişimi, DSÖ, Pandemi.

ABSTRACT

Aim: Twitter is an important health communication tool used by health authorities to interact and inform the public in cases of epidemic and crisis. The aim of this study understanding the use of Twitter for international health communication during the COVID-19 epidemic process and obtaining information about health authorities' twitter posts about the disease in the first days of the pandemic.

Methods: Target population of the study is composed of 153 # COVID19 tweets shared by @WHO on the first 7 days of pandemic on Twitter. The data obtained were analyzed by descriptive and content analysis method.

Results: In this study, it was seen that text-tweet and visual-content tweets were preferred in the majority of the tweets examined. It has been determined that almost all of the tweets examined consisted of tweets compose tweet threads. It was determined that the tweets in the top three of the most popular tweets examined had the same ranking according to both the number of likes and retweets. It was seen that the most popular tweet content was the tweet indicating that the pandemic was announced. While the information video on protection measures was in the second place, it was seen that the tweet message of the WHO press conference emphasizing testing to the countries was in the third place.

Conclusion: It can be said that increasing the use of Twitter in health communication tools of health authorities is important in eliminating the anxiety and uncertainty experienced by the society in crisis processes such as pandemic.

Keywords: Twitter, COVID-19, Health communication, WHO, Pandemic.

GİRİŞ

Dijitalleşen dünya ve teknolojiye yaşanan gelişmeler, internet ve akıllı cihaz kullanımı yaygınlaşarak sosyal medya kullanımını artmıştır. We Are Social Ocak 2020 raporuna göre; dünya genelinde 4,54 milyar internet kullanıcısı, 5,19 milyar mobil telefon kullanıcısı ve 3,8 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu bilinmektedir (<https://wearesocial.com/digital-2020>, Erişim Tarihi: 23.04.2020).

Günümüzde bilgi teknolojilerinde yaşanan bu değişim ve iletişim devrimi ile daha önce erişilmesi zor olan bilgilere hızlı ve eşit imkânlarla ulaşım olanağı sağlamıştır (1,2). Bu durum; bilgi asimetrisinin yoğun olduğu sağlık alanında da bilgiye ulaşılabilirliği artırmıştır.

Dünyada ve Türkiye'de internetin hangi amaçlarla kullanıldığı ile ilgili yapılan araştırmalarda, kullanıcıların sağlık bilgilerine ulaşmak için interneti kullandığı görülmüştür. Dünya genelinde internet üzerinde konularına göre günlük aramalar ele alındığında, bunlar arasında sağlıkla ilgili başlıkların %4,5 oranında araştırıldığı tespit edilmiştir (1).

İnternet dünyasındaki hızlı değişim, sağlık sektöründe de kendisini belirgin olarak göstermiş ve hastalıkların teşhis ve tedavisinin yanında, hasta algıları, tutum ve davranışlarında da değişimlere sebep olmuştur (3,4). Bilgi asimetrisi nedeniyle pasif bilgi alıcısı olan hasta ve hasta yakınları bilgiye erişim kolaylığından dolayı aktif tüketicilere dönüşmüştür.

Diğer taraftan, internetten edinilen bilgilerin, olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bunun bir örneği de sosyal medyanın etkileşimi ile yayılan doğru olmayan sağlık bilgileridir (2,5,6). Bu nedenle bireyleri sağlık bilgi düzeylerinin yükseltilmesi amacıyla global ve yerel düzeyde sağlık iletişimine yönelik politikalar geliştirilmesi gerekmektedir (2).

Literatür İncelemesi

Sağlık iletişimde güvenli ve doğru bilgi paylaşımının toplumun sağlığının geliştirilmesinde büyük rolü vardır (2,5,7).

Sağlık iletişimine önem veren sağlık kurumlarının sosyal medyayı; başarı hikâyeleri, kurumsal haber ve duyuru paylaşımlarının dışında toplumun sağlığını geliştirmek, korumak ve hedef kitleleri ile iletişimi pekiştirmek amacıyla kullanıldığı bilinmektedir (8-10).

Sağlık kurumlarının ve sağlık profesyonellerinin; bilgi paylaşmak ve diğer kullanıcılarla iletişim kurmak için yararlandıkları sosyal medya platformlarından biri de Twitter'dır (11-14). 2006 yılında ücretsiz olarak hizmete giren bir sosyal ağ ve mikroblog olan Twitter; bilgi bağlantılarını yayma, araştırma, yorumlama, tartışma ve etkileşimleri harekete geçirmek için kullanılmaktadır (5,9-11,13,14).

Twitter, sağlık hizmeti sunucularının hedef kitleleriyle karşılıklı iletişime geçerek anlık etkileşimle sağlık bilgisini daha ilgi çekici paylaşımlarda bulunmasına katkı sağladığı görülmüştür (14).

Sağlık kurumlarının Twitter kullanımı ile sağlık bilgisi vermesine ek olarak; sağlık profesyonellerinin de topluma Twitter aracılığıyla sağlık bilgileri aktardığı bilinmektedir (12-14).

Sağlık kuruluşlarının Twitter hesaplarındaki paylaşımlarına yönelik yapılan çalışmalarda Twitter hesaplarındaki paylaşımlarında verdikleri linkler ile sağlık kuruluşunun kurumsal web sitesine ve kurumun mikro web sitelerine bilgilendirme için yönlendirmeler yaptıkları da görülmüştür (9,10).

Sonuç olarak sosyal medya kullanıcıları için çift yönlü etkileşim olanağına sahip olan Twitter'ın sağlığın teşviki ve geliştirilmesinde olduğu kadar acil sağlık durumlarının olduğu salgın durumlarında da topluma doğru bilgi verilmesinde önemli rol oynayabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda; salgın dönemlerinde sosyal medya kullanımına yönelik yapılan çalışmalarda incelendiğinde; bu düşüncenin desteklendiği de görülmektedir (5, 15-18)

H1N1 grip salgını sırasında sosyal medya kullanımını konusunda yapılan bir çalışmada, sağlıkta yaşanan salgın hastalıkların ve kriz iletişimde tek yönlü iletişim araçları yerine çift yönlü iletişim araçlarıyla topluma yönlendirici ve bilgi verici politikalar geliştirilmesinin krizin yönetilmesinde ve toplumun kontrolüne yarar sağlayabileceği belirtilmiştir. (19).

2014 yılındaki Ebola salgını sosyal medya etkileşimini yerel sağlık departmanlarının Twitter paylaşımları üzerinde inceleyen bir çalışmada; salgın gibi halk sağlığını tehdit eden acil durumlarda hızlı olarak toplumla etkileşime geçmenin önemli olduğu ve bilgilendirme tweetlerinin sıklığının artırılmasının önemi belirtilmiştir (12).

Günümüzde yaşanan COVID-19 salgınında, uluslararası ve ulusal sağlık kuruluşlarının toplumlara sağlık bilgilendirilmesi yapmada Twitter'ın önemli rol oynayabileceğini düşünmekteyiz.

Bu kapsamda; pandemi sürecindeki durumu görebilmek için Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ/WHO)'nün Twitter hesabındaki #COVID19 paylaşımlarının içeriğini incelenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Araştırmanın Türü ve Amacı

Bu kesitsel-tanımlayıcı araştırma; DSÖ'nün pandemi sürecinde Twitter kullanımını hakkında bilgi edinilmesi amacıyla, içerik analizi tekniğiyle yapılmış bir nitel araştırmadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün Twitter'daki #COVID19 Paylaşımları

Bu kapsamda; DSÖ'nün pandemi sürecindeki sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgi edinilmesi amacıyla Twitter hesabındaki paylaşılan COVID-19 ilgili tweetler incelenerek pandemideki kullanımı ve paylaşımlarıyla ilgili bilgi edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışma evreni; sağlık iletişimi aracı olarak Twitter'ı aktif kullanan DSÖ'nün, pandeminin ilk 7 gününde @WHO profil adlı kurumsal Twitter hesabında paylaşılan 153 #COVID19 tweetinden oluşmaktadır. Elde edilen veriler betimsel ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Veri Toplama Araçları ve Analizi

Veriler, pandemi ilanı ve pandeminin ilk günlerindeki twitter kullanımı hakkında bilgi edinilmesi amacıyla 11.03.2020 tarihinden 18.04.2020 tarihine kadar (18.03.2020 dahil değil) olan; pandeminin ilk 7 gününde DSÖ'nün kurumsal Twitter hesabında (@WHO) paylaşılan #COVID19 hastag(#)lı, paylaşım dili İngilizce olan Twitter mesajlarından elde edilmiştir. İlgili tarih aralığındaki inceleme için; 14.06.2020 tarihinde Twitter'ın gelişmiş arama özelliği kullanılarak @WHO hesabına ait #COVID19 paylaşımlı tweetler elde edilmiştir.

Elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi; 1. Verilerin kodlanması, 2. Kodlanan verilerin temalarının belirlenmesi, 3. Kodların ve temaların düzenlenmesi, 4. Bulguların tanımlanması ve yorumlanması olarak 4 basamakta gerçekleşmiştir (20,21). Toplanan veriler tablollaştırılarak yorumlanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde elde edilen verilere ilişkin bulgular betimsel ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen #COVID19 paylaşımlı tweetlere ilişkin bulgular; tweet paylaşım türleri ve dağılımları, paylaşımlardaki en sık görülen kelimeler ve en popüler tweetler beğeni ve retweet edileme sayısına göre incelenerek tablo halinde sunulmuştur. DSÖ kurumsal Twitter hesabından, pandemin ilk 7 gününde #COVID19 paylaşımları incelendiğinde; en çok tercih edilen paylaşım türünün metin içerikli paylaşımların olduğu görülürken hemen ardından ikinci sırada ise görsel içerik paylaşımlı tweetlerin tercih edildiği görülmüştür (Tablo 1).

İncelenen tweetlerin büyük çoğunluğunda paylaşım aracı olarak Twitter Web App kullanıldığı görülmüştür. Buna karşılık; Twitter for iPhone ile yapılan paylaşımların da az olmadığı görülürken video içerikleri içinde DSÖ'nün kurumsal Periscope hesabıyla Twitter hesabında ortak paylaşım yaptığı da görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: İncelenen Tweetlerinin Tanımlayıcı Bilgileri

Tweetin Paylaşım Türü	n	%
Metin İçerikli Paylaşım Sayısı	78	51%
Görsel İçerikli Paylaşım Sayısı	64	42%
Video İçerikli Paylaşım Sayısı	11	7%
Toplam	153	100%
Tweetin Paylaşım Aracı	n	%
Periscope	4	3%
Twitter for iPhone	49	32%
Twitter Web App	100	65%
Toplam	153	100%

*Araştırmanın yapıldığı tarihteki profildeki rakamlardır. 14.06.2020 tarihi sonrasında rakamlarda değişiklik görülebilir.

Tweet mesajlarının paylaşım tarihine göre en fazla #COVID19 paylaşımlı tweetin pandeminin ilan edildiği 11.03.2020 tarihi olarak görülürken hemen arkasından sırayla 13.03.2020 ve 16.03.2020 tarihli tweet paylaşımlarının yüksek olduğunu görülmektedir (Tablo 2). Bu durumun; incelenen 153 tweetin %95'nin (n=146) tweet dizisi içinde yer alan tweetlerden olmasından kaynaklı olduğu görülmüştür.

Tablo 2: İncelenen Tweetlerin Tarihsel Dağılımı

Paylaşım Tarihi	Tweet Sayısı	%
11.03.2020	41	27%
12.03.2020	1	1%
13.03.2020	38	25%
14.03.2020	14	9%
15.03.2020	18	12%
16.03.2020	36	24%
17.03.2020	5	3%
Toplam	153	100%

Araştırmada incelenen tweetlere göre; 10 ayrı tweet dizi olduğu belirlenerek içerik ve tarihsel dağılımları incelenmiştir (Tablo 3).

İncelenen 10 tweet dizisinin en çok tweet içeren içeriği; '*mental sağlık ve psikososyal öneriler/bilgilendirmeler*' in olduğu 14.03.2020-16.03.2020 tarihi aralığında 31 tane tweet mesajıdır. Pandemi sürecinde mental ve psikososyal olarak etkilerin azaltılması amacıyla sağlık çalışanlarına, ebeveynlere, çocuk ve yaşlı bakımı yapanlara, hamile ve emziren kadınlara yönelik toplum sağlığına yönelik bilgi paylaşımları yapıldığı görülmüştür. Diğer taraftan; basın toplantıları tweet dizilerinin en çok tweet içeriğine sahip olduğu da görülmektedir. İncelemenin yapıldığı tarih aralığında 11.03.2020, 13.03.2020 ve 16.03.2020 tarihlerindeki '*basın toplantıları*' yla ilgili tweet dizileri sırasıyla 28, 25 ve 29 tane farklı tweet içerdiği görülmüştür

(Tablo 3). Basın toplantılarındaki önemli bilgilerin bu tweet mesajları aracılığıyla paylaşıldığı görülmüştür. Bu kapsamda; basın toplantısıyla ilgili bilgileri etkili mesaj haline getirilip etkileşimin artırılması amacıyla paylaşıldığı görülmüştür.

Tablo 3: İncelenen Tweet Dizisi İçerikleri ve Tweet Dağılımları

Tweet Dizisi Paylaşımlarının İçeriği	İncelenen Tweet Sayısı	Tarihsel Tweet Dağılımı	İncelenen Tweetlerin Tarihleri	Tweet Dizisinin Başlangıç Tarihi
COVID19 Korunmayla ilgili soru cevap içerikli bilgilendirme	3	2 1	11.03.2020 12.03.2020	6.03.2020
COVID19 Vakalarının toplum iletimi/yayılımıyla önlenmesiyle ilgili bilgilendirme	10	10	11.03.2020	7.03.2020
11.03.20 -Basın toplantısı pandemi COVID19 ile mücadele için dayanışma fonu kampanyası	28	28	11.03.2020	11.03.2020
13.03.20-Basın toplantısı	4	4	13.03.2020	13.03.2020
El yıkama kampanyası	25	25	13.03.2020	13.03.2020
El yıkama kampanyası	6	2 4	13.03.2020 13.03.2020	13.03.2020
Salgında kadınların rolü önemi ile ilgili söyleşi	4	4	13.03.2020	13.03.2020
Mental sağlıkla ve psikososyal öneriler/bilgilendirmeler	31	9 16 9	14.03.2020 15.03.2020 16.03.2020	14.03.2020
COVID19 Klinik rehber güncellemesi bilgilendirmeleri	6	1 3 2	15.03.2020 16.03.2020 17.03.2020	15.03.2020
16.03.2020-Basın toplantısı	29	27 2	16.03.2020 17.03.2020	16.03.2020
Toplam	146	146		

İncelenen #COVID19 paylaşımlı tweetlerin en yüksek beğeni ve retweet sayısına sahip tweetlerin ilk beş içinde yer aldığı görülmüştür. İlk üçteki tweet mesajlarının hem en çok beğenilerin ilk üçü hem de en çok retweet edilenlerin ilk üçü olduğu saptanmıştır. Bu ilk üçteki tweet mesajlarının içeriklerine bakıldığında; en popüler tweet mesajının 11.03.2020 tarihli basın toplantısı tweet dizisinin '*pandeminin ilan*' edildiğinin bilgisinin paylaşıldığı tweet olduğu görülmüştür (Tablo 4). Bununla birlikte; aynı tweet dizisine ait başka bir tweetinde ilk beşte yer aldığı saptanmıştır.

En popüler ikinci tweeti incelediğimizde; pandemiden korunmaya yönelik ifadelerin olduğu 11.03.2020 tarihli '*#COVID19'dan korunmaya yönelik 7 basit bilgi adımı videosu*' nun paylaşıldığını tweet olduğu görülmüştür. En popüler üçüncü tweetin ise DSÖ'nün 16.03.2020

tarifli basın toplantısı tweet dizisinin ‘ülkelere seslendiği ve testin önemini vurguladığı’ tweet olduğu görülmüştür (Tablo 4). İlk beşte yer alan diğer popüler tweetin ise; 13.03.2020 tarihli ‘el yıkama kampanyası videosu’ nun paylaşıldığı tweet olduğu saptanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4: İncelenen #COVID19 Paylaşımlarının En Popüler İlk Beş Tweet ve Bilgileri

Tweet Mesajının İçeriği	Paylaşım Saati	Paylaşım Tarihi	Paylaşım Aracı	Beğenilme Sayısı	Retweet Sayısı	Paylaşım Nedeni/ Konusu	Tweetin İçerik Türü
<i>#COVID19 bir pandemi olarak karakterize edilebilir "- @DrTedros#coronavirus</i>	ÖS 7:26	11.Mar.20	Twitter Web App	58.200	70.100	11.03.20- Basın Toplantısı Pandemi	Son Dakika Uyarı Görseli- Tweet Dizisi
<i>Kendinizi ve başkalarını korumak için 7 basit adımdır. #COVID19.</i>	ÖS 3:48	11.Mar.20	Twitter for iPhone	40.500	36.000	Hastalıktan Korunmaya Yönelik Bilgi 7 Basit Adım Video	Video Bilgilendir me- Video 0:20 dk- 1,7 Mn izleyici
<i>‘Ülkeler basit mesajımız: test, test, test. Şüphelenilen #COVID19 durumunu test edin. Pozitif test yaparlarsa, onları izole edin ve semptom geliştirmeden önce 2 güne kadar yakın temasta olduklarını bulun ve bu insanları da test edin’- @DrTedros #coronavirus</i>	ÖS 6:57	16.Mar.20	Twitter Web App	31.200	27.100	16.03.2020- Basın Toplantısı- Test Önemi	Metin- Tweet Dizisi-
<i>‘Pandemi hafif veya dikkatsizce kullanılacak bir kelime değildir. Yanlış kullanılırsa, mantıksız bir korkuya veya savaşın sona erdiğine dair gereksiz acı ve ölüme yol açan haksız kabullenmeye neden olabilecek bir kelimedir’ @DrTedros #COVID19 #coronavirus</i>	ÖS 7:27	11.Mar.20	Twitter Web App	28.900	12.900	11.03.20- Basın Toplantısı Pandemi	Metin - Tweet Dizisi
<i>#COVID19’den kendimizi korumak için her birimizin yapması gereken basit şeyler var, elleri yıkamak veya alkol bazlı ovma dahil olmak üzere.DSÖ, #SafeHands temizliğin gücünü teşvik etmek için mücadele ediyor #coronavirus . Sizde katılın!</i>	ÖS 12:59	13.Mar.20	Twitter Web App	22.500	16.700	13.03.20- El Yıkama Kampanyas ı Video	Videolu Bilgilendir me- Video 1:44dk-1,8 Mn izleyici- Tweet Dizisi

En popüler ilk beş tweetin 2 tanesinin video içerikli tweet olduğu görülmüştür. Bu kapsamda; video içerikli videoların içerikleri, tarihsel dağılımı ve izlenme sayısı incelenmiştir (Tablo 5). En çok izlenen video içerikleri; 13.03.2020 tarihli '*el yıkama kampanyası videosu*' nun paylaşıldığı tweet ve 16.03.2020 tarihli basın toplantısı videosunun paylaşıldığı tweet olduğu görülmüştür. İkinci sırada; 11.03.2020 tarihli '*#COVID19'dan korunmaya yönelik 7 basit bilgi adımı videosu*' olduğu görülmüştür. Üçüncü sırada ise 11.03.2020 tarihli *pandeminin ilan edildiği* basın toplantısı videosunun paylaşıldığı tweet olduğu görülmüştür (Tablo 5). Diğer taraftan; 11.03.2020 ve 16.03.2020 tarihli basın toplantısı video içeriklerinin etkileşimi incelendiğinde; paylaşılan tweetin video izlenme sayısının yüksek olması, videoların retweet edilme ve beğenilme sayılarını etkilemediği görülmüştür (Tablo 5).

Tablo 5: İncelenen #COVID19 Video İçerikli Tweetlerin Bilgileri

Videoların İçerikleri	Paylaşım Tarihi ve Aracı	İzlenme Sayısı*	Süresi	Retweet Sayısı*	Beğenilme Sayısı*	
1	Basın toplantısı videosu #COVID19'dan korunmaya yönelik 7 basit bilgi adımı videosu	11.03.2020 Periscope 11.03.2020 Twitter for iPhone	1,1 Milyon	01:07:58	9,2 Bin	8,7 Bin
2	El yıkama kampanyası video	13.03.2020 Twitter Web App	1,8 Milyon	01:59	16,6 Bin	22,5 Bin
3	Salgında kadınların rolü önemi ile ilgili söyleşi videosu	13.03.2020 Twitter Web App	135,7 Bin	01:50	1,3 Bin	2,6 Bin
4	Salgında kadınların rolü önemi ile ilgili söyleşi videosu	13.03.2020 Twitter Web App	26,9 Bin	01:29	277	640
5	Salgında kadınların rolü önemi ile ilgili söyleşi videosu	13.03.2020 Twitter Web App	35,3 Bin	01:20	132	430
6	COVID19 ile Mücadele için Dayanışma Fonu Bilgilendirmesi	13.03.2020 Twitter Web App	264,2 Bin	00:45	1 Bin	1,9 Bin
7	Basın toplantısı videosu	13.03.2020 Periscope	385,9 Bin	42:57	2,4 Bin	2,8 Bin
8	Basın toplantısı videosu	15.03.2020 Periscope	55,2 Bin	27:59	244	443
9	6 milyon takipçi bilgilendirmesi - kurumsal tanıtım	15.03.2020 Twitter Web App	187,8 Bin	00:07	1 Bin	4,6 Bin
10	Basın toplantısı videosu	16.03.2020 Periscope	1,8 Milyon	01:14:11	5,5 Bin	5,9 Bin

* Araştırmanın yapıldığı tarihteki profildeki rakamlardır. 14.06.2020 tarihi sonrasında rakamlarda değişiklik görülebilir.

Araştırmada incelenen video içeriklerinin; *hastalıktan korunma yönelik bilgilendirme, kampanya bilgilendirmesi, sağlık iletişimi amacıyla bilgilendirme, basın toplantısı* konu

başlıklarından oluştuğu görülmüştür. İncelenen video içerikli tweetlerin en çok izlenenleriyle en popüler tweetlerin içerik temalarının benzer olduğu görülmüştür.

İncelenen tweet içeriklerinde kullanılan hastaglerden #COVID19 dışında en çok kullanılanları; #coronavirus olduğu görülmüştür. #MentalHealth’de en çok kullanılanlardan biri olduğu görülmüştür. #healthworkers/#HealthWorkers ve #SafeHand’in benzer sayıda tweet içeriğinde geçtiği görülmüştür. #Breastfeeding ve #KnowtheFacts gibi toplumu bilgilendirme amacıyla hastag(#) oluşturulduğu görülmüştür (Tablo 6).

İncelenen tweetlerin çoğunda @DrTedros’un eklendiği görülmüştür. Bunların çoğunun basın toplantısıyla ilgili tweet paylaşımları olduğu görülmüştür.

Tablo 6: İncelenen Tweetlerde Kullanılan Hastag(#) Paylaşımları ve Sıklığı

Hastag(#) Adı	Tweet Sayısı
#COVID19	153
#coronavirus	122
#MentalHealth	24
#healthworkers/#HealthWorkers	9
#SafeHand	7
#Breastfeeding	4
#KnowtheFacts	3
#dab (covering your mouth and nose with the bend of your elbow)	1

İncelenen tweetlerde en çok kullanılan kelimelerin ilk beşi sırasıyla; ‘sağlık’, ‘ülke/ülkeler’, ‘vaka/vakalar’, ‘insanlar’ ve ‘bulaşma/iletme/aktarma’ olduğu görülmüştür (Tablo 7). Diğerleri ise benzer sıklıkta tweetlerde geçtiği görülmüştür. Bunlar sırasıyla: ‘topluluk’ ve ‘destek’; ‘test’, ‘tepki’ ve ‘yardım’; ‘koruma/korumak’ ve ‘sosyal’; ‘temas’; ‘salgın’ ve ‘durmak/durdurmak’; ‘çocuklar’, ‘enfeksiyon’, ‘pandemi’, ‘yavaş/yavaşlatmak’ ve ‘birlikte’ ifadeleri tweetler kullanıldığı görülmüştür (Tablo 7).

SONUÇ

DSÖ’nün kurumsal Twitter hesabında pandeminin ilk 7 günü paylaşılan #COVID19 ile ilgili tweet içerikler incelendiğinde; pandemi süreci ile ilgili bilgilendirmelerinin farklı tweet paylaşım türleri kullandıkları görülmektedir. Tweet mesajlarının paylaşım türü olarak çoğunlukla metin içerikli tweet paylaşımını kullandığı saptanmıştır. Metin içerikli tweetlerin basın toplantılarında paylaşılan önemli bilgilerin aktarılmakta kullanılan tweet türü olduğu görülmüştür. Metin içerikli ve görsel içerikli tweet paylaşımlarına oranla daha az tercih görünmesine rağmen video içerikli paylaşımlar genellikle basın toplantısı ve salgından korunmaya yönelik bilgilendirmelerinin videolarının paylaşımında tercih edildiği görülmüştür.

Tweet paylaşım aracı olarak farklı iletişim araçları kullanıldığı belirlenmiştir. Bu kapsamda; DSÖ'nün twitter hesabında paylaşılan basın toplantılarının videolarında DSÖ'nün kurumsal Periscope hesabını üzerinden ortak paylaşım yapıldığı da görülmüştür.

Tablo 7: İncelenen Tweetlerde En Çok Geçen 20 Kelime ve Sıklığı

Sıra	Kelimeler	Tweet Sayısı (n=153)	%
1	Sağlık	48	31
2	Ülke/Ülkeler	30	20
3	Vaka/Vakalar	28	18
4	İnsanlar	26	17
5	Bulaşma/İletme/Aktarma	22	14
6	Topluluk	19	12
7	Destek	19	12
8	Test	18	12
9	Tepki	18	12
10	Yardım/ Yardımcı Olmak	18	12
11	Koruma/Korumak	16	10
12	Sosyal	16	10
13	Temas/Bağlantı/İlişki	15	10
14	Salgın	14	9
15	Durmak/Dur/ Durdurmak	14	9
16	Çocuk/Çocuklar	12	8
17	Enfeksiyon	12	8
18	Pandemi	12	8
19	Yavaş/Yavaşlatmak	12	8
20	Birlikte	12	8

DSÖ'nün pandeminin ilk 7 günü içinde en fazla paylaşım yaptığı günlerin, basın toplantısı yaptığı günler olduğu görülerek yoğunluğu sebebinin basın toplantısıyla ilgili tweet dizilerinin ait tweet mesajlarının neden olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte; incelenen #COVID19 tweetlerin tamamına yakınının tweet dizisi içinde paylaşılan tweetlerin oluşturduğu görülmüştür. Bu durum; tweet dizilerinin paylaşım içeriklerinin, tweet paylaşım konularının ana temasını oluşturduğu gözlemlenmiştir.

En fazla tweet paylaşımının yapıldığı 'mental sağlık ve psikososyal öneriler/bilgilendirmeler'in olduğu tweet dizisinde farklı tarihlerde tweet paylaşımı yapıldığı saptanmıştır. Tweet dizi içindeki tweetlerin farklı tarihlerde paylaşılmış olmasına rağmen bilginin takibi ve konuyla ilgili bütünü görebilmeyi kolaylaştırdığı görülmüştür. Bu kapsamda; tweet dizisi içindeki paylaşımlar aynı konu başlığı altında toplanması sağlanarak paylaşılan tweetler bütün olarak görülebilmektedir.

İncelenen #COVID19 paylaşımlı tweetlerin en yüksek beğeni ve retweet sayısına sahip tweetlerin ilk beş içinde yer alırken ilk üçteki tweet mesajlarının hem en çok beğenilerin ilk üçü hem de en çok retweet edilenlerin ilk üçü olduğu görülmüştür. Bununla birlikte; en popüler tweet ile aynı tweet dizisine ait başka bir tweetinde ilk beşte yer aldığı saptanmıştır. ‘Pandemi’ ve ‘pandemi ilanı’na yönelik ifadelerin olduğu tweetlerin etkileşiminin yüksek olması, toplumun pandemiye yönelik bilgi ihtiyacı duyduğunu göstermektedir.

En popüler ilk beş tweetin ikisinin; en çok izlenen video içerikli tweetler olduğu saptanmıştır. Bu tweetler izlenme sayısına göre sırayla; 13.03.2020 tarihli ‘el yıkama kampanyası videosu’ nun ve 11.03.2020 tarihli ‘#COVID19’ dan korunmaya yönelik 7 basit bilgi adımı videosu’ nun paylaşıldığı tweetler olduğu görülmüştür. Diğer taraftan; paylaşılan video içerikli tweetin, izlenme sayısının yüksek olması her zaman videoların beğenilme ve retweet edilme sayısını etkilemeyeceği görülmüştür.

Araştırmada incelenen video içeriklerinin; hastalıktan korunma yönelik bilgilendirme, kampanya bilgilendirmesi, sağlık iletişimi amacıyla bilgilendirme, basın toplantısı ana konu başlıklarından oluştuğu görülmüştür. Ayrıca; en çok izlenenleri video içerikli tweetler ve en popüler tweetlerin içerik temalarının benzer olduğu görülmüştür.

İncelenen tweetlerde hastag(#) kullanımına bakıldığında; bilgi paylaşımlarda aktif kullanıldığı ve tweetlerin paylaşım temaları ile ilgili bütünlüğü sağlamak amacıyla kullanıldığı görülmüştür. Araştırmada incelenen tweet içeriklerinde en çok kullanılan kelimelere bakıldığında ise; global ve toplum sağlığı ve bulaş/iletime yönelik bilgilendirmeler ile ilgili ifadelerin öne çıktığı görülmüştür. Hastalıktan korunmaya yönelik bilgilerin içerdiği ve bakıma ihtiyacı olan gruplara yönelik ifadelerin bulunduğu tweetlerin ikincil öncelikli paylaşımlar olduğu görülmüştür.

Bu sonuçlara dayalı olarak;

- Sağlık otoriterleri, pandemi gibi krizlerde toplumu bilgilendirmek için sosyal medya araçlarından Twitter’i kullanarak etkileşimi artırabilir.
- Sağlık otoriterleri, Twitter bilgilendirmelerini daha dikkat çekici içerikler, kısa videolar ve kampanyalar ile çift yönlü iletişim yöntemiyle doğru ve güvenilir bilginin yayılımını sağlayabilir.
- Pandemi sürecinde sosyal medyada doğru bilgi kaynağına ulaşmada sorun yaşayan topluma yönelik doğru ve güvenilir bilginin sağlanması amacıyla sağlık otoriterlerinin, sağlık iletişim araçlarında Twitter’in kullanımı teşvik edilerek yaygınlaştırılmalıdır.

KAYNAKLAR

1. Bass S.B., Ruzek S.B., Gordon T.F., Fleisher L., McKeown-Conn N., & Moore D. Relationship of Internet Health Information Use with Patient Behavior and Self-Efficacy: Experiences of Newly Diagnosed Cancer Patients who Contact the National Cancer Institute's Cancer Information Service. *Journal of Health Communication*, 2006; 11(2), 219-236.
2. Ventola C.L. Social Media and Health Care Professionals: Benefits, Risks, and Best Practices. *Pharmacy and Therapeutics*, 2014; 39(7): e491.
3. Tosyalı H, Sütçü C.S. Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2016;3(2), 3-22.
4. Zülfikar H. Hastaların İnternet Kullanımı ve Elektronik Ortamdaki Sağlık Bilgilerine Erişim Davranışları. *F.N. Hem. Derg.*2014; Cilt 22- Sayı 1: 46-52.
5. Rosenberg, H., Syed, S., & Rezaie, S. The Twitter pandemic: The critical role of Twitter in the dissemination of medical information and misinformation during the COVID-19 pandemic. *CJEM*, 2020; 1–4. Cambridge University Press.
6. Singh L, Bansal S, Bode L, Budak C, Chi G, Kawintiranon K, Padden C, Vanarsdall R, Vraga E.K, & Wang Y. A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. *arXiv preprint arXiv:2003.13907*, 2020.
7. Grajales F.J, Sheps S, Ho K, Novak-Lauscher H, Eysenbach G. Social Media: A Review And Tutorial of Applications in Medicine and Health Care. *Journal of Medical Internet Research*, 2014; 16 (2) p: 1-3.
8. Guistini D, Syed MA, Matthew F, Maged N.K.B. Effective Uses of Social Media in Public Health and Medicine: a Systematic Review of Systematic Reviews. *Online Journal of Public Health Informatics*, 2018; 10(2) p: 2-5.
9. Akbolat, M., Amarat, M., Otyıldız N. Sağlık Kurumları, Paydaşları İle İletişimde Twitter'i Nasıl Kullanıyor?. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 2019; 22(1): 181-190.
10. Bulu B, Yağar F, Kopmaz B, Şişman Kitapçı N, Kitapçı O, Kılıç Aksu P, Köksal L, Mumcu G. The Content of Twitter Messages of Different Health Groups: The Role of Social Media in Health. *International Journal of Health Management and Tourism*. 2019; 4(3): 236-228.
11. Chapman S, Freeman B. Who Has Australia's Most-Followed Twitter Accounts in Health and Medicine?. *University of Sydney. School of Public Health, Australia*, 2015; 25(3) p:14.
12. Wong, R., Harris, J. K., Staub, M., & Bernhardt, J. M. Local Health Departments Tweeting About Ebola: Characteristics and Messaging. *Journal of public health management and practice : JPHMP*, 2017; 23(2), e16–e24.
13. Sugawara Y, Narimatsu H, Tsuya A, Tanaka A, Fukao A. Medical Institutions and Twitter: A Novel Tool for Public Communication in Japan. *JMIR Public Health Surveill*, 2016; 2(1): e19.
14. Hawkins J.B, Brownstein J.S, Tuli G, et al. Measuring Patient-Perceived Quality of Care in US Hospitals Using Twitter. *BMJ Quality & Safety*, 2016; 25:404-413.
15. Chew C, Eysenbach G. Pandemics in the Age of Twitter: Content Analysis of Tweets During the 2009 H1N1 Outbreak. *PloS one*,2010; 5(11), e14118.
16. Liu B. F, Kim S. How Organizations Framed the 2009 H1N1 Pandemic via Social and Traditional Media: Implications for US Health Communicators. *Public Relations Review*, 2011; 37(3), 233-244.

17. Fu K, et al. How People React to Zika Virus Outbreaks on Twitter? A Computational Content Analysis. *American Journal of Infection Control*, 2016; 44.12: 1700-1702.
18. Sharma M, Yadav K, Yadav N, Ferdinand K. C. Zika Virus Pandemic—Analysis of Facebook as A Social Media Health Information Platform. *American Journal of Infection Control*, 2017; 45(3), 301-302.
19. Ding H, Zhang J. Social Media and Participatory Risk Communication During the H1N1 Flu Epidemic: A Comparative Study of the United States and China. *China Media Research*, 2010; 6(4), 80-91.
20. Yıldırım, N. Okul Müdürlerinin Motivasyonları Üzerine Nitel Bir İnceleme. *AİBÜ, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2011; 11(1):71.
21. Sıgı Ü. *Nitel Araştırma Yöntemleri*, Beta Basım Yayın, 2018.