



*Araştırma Makalesi / Research Article*

## Kamu Yönetiminde Çevrimiçi Kitle Kaynak Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Tarafından Covid-19 Salgını Sürecinde Açılan #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor Etiketini Örneği

Kamil Demirhan<sup>1</sup>

**Öz**

Bu çalışmanın amacı, Sağlık Bakanlığı tarafından Twitter’da açılan #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketine gönderilen mesajları, kitle kaynak kavramı bağlamında analiz etmektir. Çalışmada, kamusal erişime açık olan #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketine 24 Nisan – 22 Haziran 2020 tarihleri arasında gönderilen tweetler içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Tweetler tematik olarak sınıflandırılmış ve betimsel bulgular sayısallaştırılarak açıklanmıştır. Çalışma, kitle kaynak ve vatandaş kaynak kavramlarının incelenen etiket altındaki iletişimi açıklama potansiyelini göstermektedir. Salgın sürecinde vatandaşlar ve sağlık çalışanları bilgi, talep, öneri, görüş, memnuniyet ve şikâyetlerini bakanlığa bu platform aracılığıyla iletmıştır. Bu etiket altında iletişim yalnızca vatandaş ile kamu kurumu arasında kurulmamış, daha geniş düzeyde vatandaş-vatandaş, vatandaş ve kamusal aktörler arasında gerçekleşmiştir. Bu durum yatay iletişim ağlarının kamuoyuna etkisi bağlamında değerlendirildiğinde, vatandaş kaynaklı paylaşımların kamusal kararlar üzerindeki etkisini daha fazla görünür kılmaktadır. Bakanlığın bu etiket altında mesaj paylaşan vatandaşlara geri bildirimde bulunmaması durumu, iletişim sürecinde etkileşimin zayıf olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Sağlık Bakanlığı, kitle kaynak, kamusal iletişim, Twitter.

## The Use of Crowdsourcing in Public Administration: The Case of “#HealthMinistryListeningtoYou” Hashtag Opened by the Ministry of Health during Covid-19 Pandemic

**Abstract**

This study aims at analyzing the public communication under the hashtag of #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor (HealthMinistryListeningtoYou), opened by the Ministry of Health, in terms of the concept of crowdsourcing. In this study, the content analysis method is used for analyzing publicly available tweets sent to the hashtag of #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor between April 24 and 22 June, 2020. Tweets are classified thematically, and descriptive findings are presented computationally. This study presents that the concepts of crowdsourcing and citizen sourcing have the potential to explain the public communication under the hashtag. During the pandemic, citizens and health personnel sent tweets including information, opinion, demands, suggestions, satisfaction, and complaints to the ministry using this communication platform. Communication under this hashtag is not only realized between the ministry and citizens, communication has also been realized as a more expanded level between citizen to citizen and citizen to other public actors. When this case is evaluated with regards to the influence of horizontal communication networks on the decision-making process, the potential of tweets on decisions is being more obvious. That the ministry did not give feedback to the citizens sharing messages under this hashtag shows that the interaction was low during the communication process.

**Keywords:** Covid-19, health ministry, crowdsourcing, public communication, Twitter.

<sup>1</sup>Doç. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, demirhankamil@beun.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9905-6327>

## GİRİŞ

Sosyal medyanın iletişim ve ağ kurma konusunda sağladığı olanaklar, yalnızca işletmeler veya siyasetçiler için değil, kamu kurumları için de ihtiyaçların tespiti, hizmetlerin planlanması, sunumu ve sonuçların değerlendirilmesi bakımından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Sosyal medya kamu kurumları tarafından kamu hizmetlerinin sunumunda sorunların ve taleplerin tespiti, sorunun çözümüne ilgili olarak görüş alma, paydaşlarla iletişim kurma, kriz yönetimi, kamu politikasının etkisini yaygınlaştırma ve güven artırma gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Toplu, 2018; Wendling, Radisch ve Jacobzone, 2013). Sosyal medyanın kamu kurumları için bu süreçlerde kullanımında en önemli etken kamusal hizmetlerin hedef kitlesi olan kamu ile hizmeti sunan kurum aynı platformda buluşturulmasıdır. Sosyal medyanın, günümüzde bu özelliğiyle, bir anlamda antik kent devletlerindeki agoraya benzetilmesi onun bu özelliğini yansıtmaktadır. Günümüz toplumlarında sosyal medya platformları bireyler, sosyal gruplar, örgütler, vatandaşlar, yabancılar, siyasetçiler, sanatçılar, akademisyenler, gazeteciler, şirketler tarafından iletişimin farklı amaçları doğrultusunda kullanılmaktadır (Axford, 2011; Rahimi, 2011; Schejter ve Tirosh, 2012).

Son yıllarda farklı işlevleri olan çok sayıda sosyal medya platformu ortaya çıkmıştır. Bunlar içerisinde, bu çalışmada da incelenen Twitter, sosyal ağlarla kamusal iletişimi bir araya getirme özelliği ve kamusalılığı ön plana çıkarması ile diğerlerinden farklı bir konuma yerleşmektedir. Özellikle, olay-merkezlilik özelliği Twitter'ın seçimlerde, protestolarda, afet ve acil durumlarda haber, görüş, öneri, eleştiri ve bilgi paylaşımı için kullanımını artırmaktadır (Bonetta, 2009; Bruns ve Burgess, 2011; Murthy, 2013; Yıldız ve Demirhan, 2016). Twitter'ın, kamusalılık özelliğini ön plana çıkaran unsurlardan biri de etiket özelliğidir. Etiketler, farklı görüşlerden kişilerin paylaştığı görüş, bilgi ve haberlerin tartışmayı özetleyen bir başlık altında toplanmasına ve yatay iletişim ağı içerisinde meselenin görünürlük kazanarak kamusal bir boyuta taşınmasına olanak sağlamaktadır (Small, 2012).

Sağlık Bakanlığı tarafından açılan ve amacı "Sağlık sistemi işleyişi hakkında bilgi almak veya sağlıklı ilgili yaşanan problemleri sosyal medya aracılığıyla bakanlığa iletmek" şeklinde açıklanan #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketinin kamusal iletişimi geliştirme amacı bağlamında oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Sağlık Bakanlığı Covid-19 salgını süresince, tedbirlerle ilgili bilgi paylaşımı, kuralların hatırlatılması, halkla ilişkiler çalışmalarının yürütülmesi, salgında yaşanan sorunların tespiti ve müdahale gibi amaçlarla kendi resmi Twitter hesabının yanı sıra birden fazla hesap aracılığıyla süreç boyunca sosyal medyayı kullanmıştır. Sağlık Bakanlığı'nın oluşturduğu #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi, halk sağlığını tehdit eden bir salgında, kurum ile vatandaş arasında iletişim sağlaması bakımından oynadığı rol çerçevesinde düşünüldüğünde taşıdığı önem daha fazla ön plana çıkmaktadır. #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi altında gerçekleştirilen iletişim bu çalışmada, kitle kaynaklı iletişim ve vatandaş kaynaklı iletişim bağlamında analiz edilmekte; salgında vaka ve ölüm sayısının yükseldiği 4 Nisan 2020 ve normalleşmenin başladığı 22 Haziran 2020 arasındaki süreçte, bu etiketin bilgi üretme, bilgi yayma, sorun tespit etme ve çözme, bir soruna ya da talebe kamusal görünürlük kazandırma, kamu kurumları ve vatandaşlar arasında etkileşimi geliştirme ve karar alma süreçlerindeki yeri değerlendirilmektedir. Çalışmada, öncelikli olarak, kitle kaynak kavramı açıklanmakta, kriz ve salgın dönemlerinde kitle kaynaklı bilgi üretme ve iletişim süreçleri incelenmektedir. İkinci olarak, Türkiye'de salgınla mücadele sürecinde bakanlığın sosyal medya kullanımına ilişkin alan-yazına yer verilmektedir. Üçüncü olarak, çalışmanın yönetimi ve bulguları açıklanmaktadır. Son olarak, alan-yazına referansla çalışmanın bulguları tartışılmakta ve çalışmanın sonuçlarına yer verilmektedir.

Bu çalışmada, alan-yazında Sağlık Bakanlığı'nın resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımlara odaklanan çalışmalardan farklı olarak (Erkek, 2016; Şenol ve Avcı, 2019), hem kurumun hem de diğer kullanıcıların paylaşımları incelenmektedir. Dolayısıyla, sosyal medya iletişimi, 'sağlığı geliştirmenin' ötesinde, sağlığı yönetsel ve siyasal organizasyon bağlamında, daha genel bir anlayış düzeyinde, kurum ve paydaşlar arasındaki iletişim, kamusal iletişim ve kamu politikaları çerçevesinde ele almaktadır.

## 1. KAMUSAL İLETİŞİMDE KİTLE-KAYNAK KAVRAMI VE KAMU YÖNETİMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Kitle kaynak, belirli örgütsel hedeflere ulaşmak için birlikte sorun çözmeyi vurgulayan ve üretim sürecini çevrimiçi bir topluluğun ortak yaratıcılığına bağlayan bir model olarak ifade edilmektedir (Howe, 2006; Brabham, 2013; Clark, Zingale, Logan ve Brudney, 2019). Kavram, kitle ya da kalabalık anlamına gelen “crowd” ve “kaynak” anlamına gelen “source” kelimelerine dayanmaktadır (Şeker, 2015). İdeal olarak, kitle kaynaklı bilgi üretme ve problem çözme süreci bir yandan tabandan, çoğulcu ve yaratıcı niteliklere sahipken diğer yandan kurallar ve süreç yönetimi örgütün kontrolünde ve örgütün stratejik hedefleri doğrultusunda şekillenmektedir. Kitle kaynak kavramının farklı tanımları yapılmakla birlikte, kavramı netleştirmek bakımından farklı tanımlarda yer alan bazı ortak noktalar şu şekilde ifade edilmektedir:

- i. Kişi, kurum, örgüt ya da şirketin yönlendirdiği katılımcı çevrimiçi aktivite ve çevrimiçi iletişim ortamı,
- ii. Bireylerin bilgi ve tecrübelerinden yararlanma,
- iii. Heterojenlik,
- iv. Esnek ve katılıma açık çağrı,
- v. Üretim sürecine katılımı gönüllülük,
- vi. Karşılıklı fayda, katılımcının bir ihtiyacının karşılanması, sosyal olarak tanınma, özgüven, becerilerin geliştirilmesi... (Brabham, 2013:2-3).”

Kitleden elde edilen veri, bilgiye ulaşma, sorun çözme, bilgi yayma, birlikte üretme ve karar alma süreçlerinde işlevseldir (Liu, 2017). Özel sektör ve kamu sektörü ayrımı yapıldığında, kamuda gerçekleştirilen kitle kaynak uygulamaları, vatandaş kaynak (citizen-sourcing) olarak da adlandırılmaktadır. Bununla birlikte, “kitle kaynak” teriminin kullanılmaya devam edildiği ve kamusal konularda ortak bilgi üretimi, karar alma, bilgi yayma vb. süreçlerde, vatandaş katılımına ve vatandaş-yönetim ilişkilerine yönelik vurgunun, sosyal yenilik ve sosyal teknoloji kavramları bağlamında arttığı söylenebilir (Nam, 2012).

Kitle kaynaklı iletişim, kamu sektöründe vatandaş-yönetim ilişkileri bakımından değerlendirildiğinde özellikle amaç, çıktılar ve motivasyon bakımından farklılıkların olduğu görülmektedir. Örneğin, özel sektörde kitle kaynaklı faaliyetlerde motivasyon bir takım ödül, ücret, hediye ya da beceriler iken; vatandaş kaynaklı aktivitelerde temel motivasyon daha çok katılımın erdemi, yapılan faaliyetlerin kamusal alanda sağladığı katkı bağlamında değerlendirilmekte, örgütlerin “tabandan çözüm” ve “tepeden yönetim” modelinden; “vatandaştan yönetime” ve “vatandaştan vatandaşa” modelleri ile vatandaşların otonom şekilde organize olarak sorunları aşma konusunda harekete geçebildiği bir modele odaklanılmaktadır (Brabham, 2015; Liu, 2021).

Kamu yönetiminde, kitle kaynak kavramı, birlikte üretim, gönüllük esaslı açık çağrı, çevrimiçi yolları içeren doğrudan siyasal katılım unsurlarını ön plana çıkarmaktadır. Kitle kaynak, kamu kurumları için meşruiyeti arttıran, şeffaflık ve çoğulculuğun gerçekleşmesine izin veren, vatandaşların kamu politikası yapımına katılmalarını güçlendiren bir model olarak değerlendirilmektedir (Lehdonvirta ve Bright, 2015; Liu, 2017). Kitle kaynak, kamu kurumları tarafından, kentsel planlama, acil durum yönetimi, anayasa yapım süreci gibi alanlarda kullanılmaktadır (Yavuz, Karkin ve Sevinç Çubuk, 2020).

Kitle kaynaklı bilgi ve iletişim süreçleri çevrimiçi ve çevrimdışı farklı araçlarla gerçekleştirilmekle birlikte, günümüzde bu sürecin gerek duyduğu ortamı sağlaması bakımından çevrimiçi platformlar öne çıkmaktadır. Çevrimiçi platformlar, zaman ve mekân sınırlarını azaltarak, daha fazla kişi ile iletişim kurma ve geniş bir kitleden bilgi elde etme sürecinde maliyetleri düşürerek kamu kurumları için yeni olanaklar sunmaktadır. Bu olanakların kullanımına ilişkin olumlu örnekler bulunmakla birlikte, kitle kaynağın uygulamada ortaya çıkan bazı zorlukları da vardır. Bu zorluklar bürokratik direnç, yetersiz devlet kapasitesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı ve kabulü konusunda bilgi ve beceri yetersizliği, hükümet ve

vatandaşlar arasındaki sinerji açığı” olarak açıklanmıştır (Yavuz vd., 2020). Bu zorlukların aşılmasında, kitle kaynaklı sorun çözme, bilgi paylaşma ve politika oluşturma sürecinde kamu kurumuna önemli bir rol düşmekte, kurumun kitle kaynak yaklaşımı, bilgi, beceri ve yönlendiriciliği sonuçlar üzerinde etkili olmaktadır. Günümüzde insanların hayatının bir parçası haline gelen sosyal medya platformları, kullanım kolaylığı, vatandaşlar ve kurumlar tarafından yaygın kullanımı, bilgi ve iletişim süreçlerinde sağladığı faydalara ilişkin olumlu kanıyla birlikte düşünüldüğünde kitle kaynak için kamu kurumlarına uygun bir ortam sunmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada, özellikle sosyal medyada kitle kaynak kullanımına odaklanılmaktadır.

## 2. SOSYAL MEDYADA KİTLE-KAYNAK KULLANIMI

Sosyal medya, etkileşime imkân tanıyan çevrimiçi sosyal ağ, haberleşme, yazılı, görsel, sesli içerik paylaşımı ve iletişimi sağlayan Twitter, Facebook, Instagram, Weibo, LinkedIn, MySpace, Last. FM, Google+ ve Pinterest gibi iletişime aracılık eden aynı zamanda sosyal ağları geliştiren platformları ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Sosyal medya, kullanıcıların kendilerini ifade edebilmek için rahatça erişebildikleri, herkesin katılabildiği ve fikirlerini paylaşabildiği, eşzamanlı ve eş-zamansız şekilde iletişimin sürdüğü, sembollerden sesli mesajlara, bağlantılardan görsel içeriklere kadar çeşitli ve yoğun ifade biçimlerinin hızlı bir şekilde kullanıldığı ve bu içeriklerin kullanıcılar tarafından da üretilebildiği bir medya olarak geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

Sosyal medya, yeni sosyal hareketlerden vatandaş gazeteciliğine kadar, eleştirel kamuoyunun gelişmesi ve vatandaş-paydaş katılımına olanak sağlaması bakımından siyasal süreçlerde önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medyayı yeni bir kamusal alan olarak öne çıkaran unsurlardan biri, “kamusal hizmet sağlayıcıların sosyal medya platformlarındaki iletişim sürecine dâhil olmasıdır” (Losifidis, 2011). Sosyal medya, yalnızca kamu hizmetlerini geliştiren, planlayan, karar alan ve uygulayan kişileri değil aynı zamanda bu uygulamalardan/hizmetlerden yararlanan ve gönüllü olarak paylaşımında bulunmaya istekli insanları ortak bir platformda çevrimiçi olarak bir araya getirmektedir. Sosyal medyadan elde edilen faydalı girdiler -kitle kaynaklı girdiler, bilgi, haber, görüş, değerlendirme- karar alıcılar tarafından olumlu karşılanmaktadır (Panagiotopoulos ve Bowen, 2015). Bu yönüyle, sorunların tespiti, kaynakların planlanması ve dağılımı, süreçlerin yönetimi ve hizmetlerin etkin ve etkili bir şekilde sürdürülmesi bakımından önem taşımaktadır. Ayrıca, karar vericiler açısından hesap-verebilirlik ve şeffaflığın sağlanması, politika oluşturma ve değerlendirme sürecinde çeşitliliğin artması, farklı kaynaklardan bilgi ve görüş akışının gerçekleşmesi sayesinde kapsayıcılık, rasyonellik, eşitlik ve adalet ilkelerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Twitter, kamusal meselelerde fikir, görüş ve bilgi paylaşımının gerçekleşmesi bakımından diğer sosyal medya ve sosyal ağ platformlarından ayrılmaktadır (Murthy, 2013). Twitter etiketlerini ve bu etiketler altında paylaşılan mesajları kitle kaynaklı içerik olarak değerlendirmek mümkündür. Twitter’da etiket, belirli bir olayı, durumu, görüşü, akımı, süreci kısa sözcüklerle ifade eden ve ifadenin önüne “hash” (#) sembolü getirilmesiyle oluşan, konuyla ilgili farklı paylaşımları bir araya toparlayan iletişim uygulaması olarak açıklanmaktadır (Small, 2012). Etiketlerin, kitle kaynaklı içerik üretim ve paylaşımını belirli bir bağlam içine yerleştirdiği, daha bütünlüklü, belirli bir konuya odaklanan bilgi, görüş ve değerlendirmelere ulaşmaya olanak sağladığı söylenebilir. Bu doğrultuda, karar alıcıların girdi olarak kullanabilecekleri içerikleri düzenlemelerine ve belirli bir odak noktası/bağlam belirlemelerine yardımcı olmaktadır. Ancak, sosyal medyada kitle kaynaklı üretim tam olarak kontrollü bir üretim değildir, kendiliğindenlik de bu süreçte dâhil olmaktadır. Sosyal medyada kitle kaynaklılık, acil durum ve krizler ile ulusal güvenlik meselelerinde daha fazla ön plana çıkmaktadır. Örneğin, İngiltere’de 2011 yılında yaşanan yağma hareketlerinde polis, Twitter’dan kitle kaynaklı ihbar almak ve bilgi toplamak üzere faydalanmıştır (Her Majesty’s Inspectorate of Constabulary, 2011: 31). Ulusal güvenlikle ilgili konularda sosyal medya üzerinden toplanan kitle kaynaklı bilgi güvenlik güçleri tarafından sorunların stratejik çözümünde kullanılmaktadır (Demirhan ve Çağlar, 2020). Acil durum ve krizlerde kitle kaynaklı bilginin kullanımı öncelikli olmakla birlikte, sağlık alanında ve kampanyalarda proaktif karar alma ve uygulama süreçlerinde sosyal medyadan yararlanıldığı da görülmektedir (Panagiotopoulos ve Bowen, 2015).

Kitle kaynaklı iletişimin sağlık alanında önemi giderek artmakta ve kitle kaynak daha fazla kullanılmaktadır (Wazny, 2018). Sağlık, ekonomi ve toplumsal alanlarda son yıllarda karşılaşılan en büyük krizin Covid-19 salgını olduğu söylenebilir. Sars-Cov-2 virüsüne bağlı olarak gelişen Covid-19 salgını, 2019 yılının Aralık ayından itibaren Çin'den başlayarak tüm dünyaya yayılmış ve 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından bir pandemi olarak duyurulmuştur. Salgında, dünyada pek çok kişi hastalık nedeniyle hayatını kaybetmiştir. Hükümetler, özellikle kamu sağlığının korunması ve olumsuz ekonomik etkilerin azaltılması noktasına pek çok sorunla karşı karşıya kalmış; bunların çözümü ve kriz sürecinin yönetimi için çeşitli kamu politikaları üretilmiştir. Bu süreçte, kamu kurumlarının ya da kamusal görünürlüğü olan yetkililerin yoğun bir şekilde sosyal medyayı kullandığı ve vatandaşlara alınan tedbirler, bu tedbirlere uyum ve salgınla mücadele süreciyle ilgili mesajlarını sosyal medya platformları üzerinden ilettiği; vatandaşların da bu süreçte bilgi, görüş, haber, taleplerini bu kanallar üzerinden hem kamusal tartışma ortamlarında hem de yetkili kurum ve kişilerle paylaştığı görülmektedir (Zeemering, 2021). Covid-19 salgınıyla mücadelede kitle kaynaklı bilgi üretme, paylaşma, sorun çözme ve karar alma mekanizmalarının kamu kurumları, örgütler ve vatandaşlar tarafından kullanıldığı örnekler bulunmaktadır (Gautam, Shanta ve Malya, 2020). Covid-19'un sağlık ve ekonomi alanında yarattığı sorunlarla mücadelede, özgün, hızlı, düşük maliyetli çözümler üretme bağlamında çevrim-içi toplulukların kitle kaynaklı iletişiminin etkili bir yol olabileceği belirtilmektedir. Bu doğrultuda, ABD, Avrupa, Avustralya'nın yanı sıra dünya genelinde faaliyet gösteren çok sayıda platform ve girişim bulunmaktadır. Bunlardan bazılarının amaçlarını, insanlara, örgütlere ya da hükümetlere salgınla mücadelede yardımcı olmak; yenilikler geliştirmek; kriz yönetimi, salgının anlaşılması, sosyal mesafe ve izolasyon, ekonomik sorunlar karşısında insanlara yardımcı olmak; yeni normal, salgının yeni dalgalarından korunma, hastalık tanısı, medikal ekipman ve enfekte olan hastaların izlenmesi konularında fikir ve teknoloji geliştirmek; enfekte hastaların yoğun oldukları yerleri belirleyerek vatandaşlara ve kamu sağlığı kurumlarına yardımcı olmak şeklinde özetlemek mümkündür (Vermicelli, Cricelli ve Grimaldi, 2021).

Salgın sürecinde sosyal medya kamu kurumlarına kamuoyunu gelişmeler konusunda haberdar etme; sosyal mesafe, hijyen, temizlik kuralları, seyahat ve kısıtlamalar konusunda bilgi verme; evde kalma konusunda kamuya iletişimi sağlama ve bu tedbirlerin önemini anlatma, devletin ekonomik, çalışma hayatı ve eğitim alanlarında aldığı kararları hızlı bir şekilde iletme bakımından vatandaşlara ulaşabilme kolaylığı sağlamaktadır. Ayrıca vatandaşlara kurumlara yaşadıkları sorunları, talep ve önerileri iletmeleri ve vatandaşların çevrimiçi kamuoyu oluşturabilmeleri gibi olanaklar sağlamaktadır (Yiğitcanlar, Kankanamge ve Preston, 2020). Bu durum, sosyal medyanın avantajlarının kendiliğinden kullanılabilmesi anlamına gelmemektedir ve bu alanda gözetimden, kişi ve kurumlara saldırı, hakaret, yanlış bilgi ve yanıltıcı yönlendirmelere kadar pek çok riskin varlığı dikkate alınarak, sosyal medya stratejilerinin önemi hatırlanmalıdır.

### **3. COVID-19 SÜRECİNDE SAĞLIK BAKANLIĞI'NIN SOSYAL MEDYA KULLANIMINA İLİŞKİN ALANYAZIN**

Alanyazında, Sağlık Bakanlığı'nın sosyal medya platformlarından aktif olarak yararlandığını gösteren çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda, incelenen platform çoğunlukla Twitter olmakla birlikte, Instagram ve YouTube gibi platformlar üzerinden sürdürülen iletişime ilişkin gözlem ve analizlere de rastlanmaktadır. Ayrıca, çalışmalarda özellikle Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Covid-19 salgınıyla mücadele sürecinde Twitter platformunda yaptığı paylaşımlara odaklanıldığı görülmektedir. Tam'ın (2020) çalışması dışındaki araştırmalarda, kullanıcıların ilettiği mesajlardan ziyade resmi makam olarak Sağlık Bakanlığı ya da sağlık bakanı tarafından yapılan paylaşımların bu çalışmaların odak noktasını oluşturduğu görülmektedir. Bu çalışmalardaki genel bulgular, salgın sürecinde sosyal medyanın bilgi paylaşımı ve kriz iletişimi bağlamında öne çıktığı, etkileşim unsurunun ise sınırlı olduğu yönündedir.

Sağlık Bakanlığı'nın salgın sürecinde sosyal medya kullanımına ilişkin çalışmalara daha detaylı bakıldığında, Batu, Şentürk ve Tos (2020) bakanlığın halkla ilişkiler ve sağlık iletişimi/yönetimi bağlamında resmi Twitter hesabını kullandığını belirtmektedir. Kurumun resmi Twitter hesabında bilgi, blog, haber, duyuru, araştırma verileri, broşürler, yıllık raporlar, sektörel bilgiler paylaşımakla birlikte, etkileşim

bakımından kurumun takipçilerinden gelen iletilere cevap verme oranı düşüktür. Sağlık Bakanlığı'nın Twitter kullanımına ilişkin Yıldırım'ın (2014) çalışması da, bakanlığın Twitter'ı çoğunlukla tek yönlü kullandığını, etkileşim düzeyinin düşük olduğunu vurgulamaktadır. Çalışma, Sağlık Bakanlığı'nın Twitter'ı tanıtım, bilgi paylaşma ve duyuru amacıyla kullandığını belirtmektedir.

Erkek (2016) Sağlık Bakanlığı'nın Twitter kullanımının haberleşme, bilgi paylaşımı, tanıtım ve halkla ilişkiler, hizmetlerin değerlendirilmesi ve sorunların tespiti, halkın ihtiyaç, talep ve şikâyetlerinin tespiti, itibar yönetimi ve bilgi kirliliğini önleme doğrultusunda kullanarak, yönetim ilkesine uygun bir hizmet sunumu gerçekleştirdiğini; kurum içi iletişim ve personel yönetiminde de sosyal medyadan yararlandığını belirtmiştir. Erkek (2016), bakanlığın sosyal medya hesaplarına gönderilen öneri, talep ve şikâyetlere, aynı kanallar üzerinden değil, e-posta gibi farklı kanallar üzerinden yanıt verildiğini, ancak bu durumun, kullanıcılar açısından bakanlığın sosyal medya hesaplarına yönelik güveni olumsuz yönde etkileyebileceğini vurgulamıştır.

Sağlık Bakanlığı Covid-19 salgını sürecinde de sosyal medyadan aktif olarak yararlanmıştır. Bakanlığın kullandığı platformlardan biri de Instagram'dır. Tufan Yeniçktı (2020), bakanlığın #hayatevesiğar etiketiyle Instagram'da paylaşılan mesajlarda, evde geçirilen zaman yönetiminde rol oynadığını; fiziksel ve psikolojik sağlığı sürdürmek için düzenli yapılması gereken faaliyetlere ilişkin görsellerle halkı yönlendirmeye çalıştığını belirtmiştir. Bilgiç ve Akyüz (2020) Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Covid-19 salgınında Twitter paylaşımlarını içerik analizi tekniğiyle sınıflandırarak, bakanın Twitter etkileşim potansiyelinin Covid-19 ile birlikte önemli bir artış sergilediğini; bakanın daha çok bilgi paylaşımında bulunduğunu ve halkın ilgisini tedbirlere çekecek ve tedbirlere uymasını sağlayacak paylaşımlar yaptığını tespit etmiştir. Kalçık ve Bayraktar (2020) salgında Fahrettin Koca'nın Twitter hesabını içerik analizi tekniğiyle inceledikleri çalışmada, bakanın yanlış bilgi paylaşımı, bilgi kirliliği, tedbirlere uyum bakımından halkı yönlendirme, kampanyalara destek, kamuoyuyla bilgi paylaşımı, imaj yönetimi gibi kriz iletişimi sürecinde sosyal medyadan etkin şekilde yararlandığını belirtmiştir.

Mengü, Mengü ve Günay (2021) değer temelli iletişim yaklaşımı çerçevesinde sağlık bakanının paylaştığı tweetleri söylem analizi, betimsel analiz ve kümeleme analizi tekniği ile inceledikleri çalışmada, iletişimin genel olarak görev-odaklı (task-oriented) olduğunu ve mesajların değer temelli iletişim kriterlerine uygun olduğunu belirtmiştir. Okay, Aşanin Gole ve Okay (2020) Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı ve Slovenya Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 sürecinde Twitter kullanımına ilişkin yaptıkları karşılaştırmalı çalışmada, Twitter'ın karşılıklı iletişime dayanan bir iletişim tarzından ziyade, fikir ve görüş yayma, kendi kamuoylarını bilgilendirme yönünde kullanıldığını, etkileşim unsurunun zayıf olduğunu tespit etmiştir.

Twitter'ın yanı sıra, Instagram ve YouTube da, Covid-19 sürecinde Sağlık Bakanlığı ve Sağlık Bakanı Fahrettin Koca tarafından kullanılmıştır. Ilgın ve Ulupınar'ın (2020), Covid-19 sürecinde Fahrettin Koca'nın Instagram hesabında yaptığı paylaşımlara ilişkin çalışması, bu hesabın en fazla kamuoyunu bilgilendirme amacıyla kullanıldığını, bunun yanı sıra, paylaşımlarda yanlış bilgi düzeltme, kamu spotu, kurum etkinliği gibi faaliyetlere ilişkin bilgilerin de paylaşıldığını göstermektedir. Kamuoyu ile yapılan bilgi paylaşımlarının etkileşimi arttıran bir unsur olduğu vurgulanmıştır (Ilgın ve Ulupınar, 2020).

Tam (2020)'nin Sağlık Bakanlığı'nın YouTube kanalına izleyiciler tarafından Covid-19 ile ilgili gelen yorumları incelediği çalışma, yazarın da belirttiği gibi diğer çalışmalardan yaklaşım olarak, "ilgili resmi kaynakların ne dediğinin yanı sıra, halkın resmi kaynaklara ilişkin fikirlerini" de yansıtması bakımından ayrılmaktadır. Çalışma, salgın sürecinde bakanlığa ilişkin 1972 yorumu, içerik analizi tekniğiyle analiz etmiştir. Vaka sayısındaki değişim ve YouTube kullanımı ilişkisi, sağlık iletişiminde kullanılan üslubun etkisi, Sağlık Bakanlığı'na ilişkin olumlu yaklaşımları hangi unsurların etkilediği gibi sorulara cevap aranmıştır. Çalışmanın bulgularından biri, YouTube üzerinden kuruma yöneltilen sorulara kurumun cevap vermemesi olmuştur. Yapılan çalışmalar, hem Sağlık Bakanlığı'nın hem de sağlık bakanının sosyal medya kanallarından faydalanma düzeylerinin önemli ölçüde Covid-19 öncesi döneme göre arttığını göstermektedir (Kalçık ve Bayraktar, 2020; Tam, 2020).

Sağlık Bakanlığı ya da Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın salgında sosyal medya kullanımına ilişkin alanyazınla ilgili olarak, konuyu kitle kaynak ya da vatandaş kaynak kavramları bağlamında ele alan ve Twitter'daki iletişimi bakan ya da bakanlığa ait hesaplardan yapılan paylaşımlardan farklı olarak Twitter etiketlerine iletilen mesajlar üzerinden inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada, Twitter etiketleri, hem vatandaşlar için kamusal ve açık bir ortam sağlaması hem de belirli bir konu başlığının altında görüş, tartışma ve paylaşımları bir araya toplaması bakımından kitle kaynaklı iletişimi incelemek için uygun bir ortam olarak değerlendirilmektedir.

#### 4. YÖNTEM

Bu çalışmada, 24 Nisan – 22 Haziran 2020 arasında #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi altında paylaşılan tweetlerden (7.772) basit rastgele örneklem yoluyla seçilen tweetler içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. İçerik analizi tekniği, sözlü, yazılı, görsel veriden, belirli bir içerik şeması ve kategoriler doğrultusunda kavram, tanım, karakteristik veya sembollerin incelenmesine dayanan ikincil veri toplama tekniğidir (Berg, 2001; Krippendorf, 2004). Özellikle kamuoyu belirleme ve siyasal konularda bu tekniğe başvurulmaktadır. Twitter etiketleri belirli bir konudaki kamusal tartışmaları tek bir başlık altında toplamakta, bu etiketler altındaki tartışmalara, bilgi ve görüş paylaşımına kısıtlama olmadan herkes katılabilmektedir. Etiketler altındaki tweetler herkesin erişimine açık ve aleni olmaları bakımından kamusal nitelik taşımakta, gündem olma kapasitesiyle kamuoyunu ve karar alıcıları etkileme potansiyeli taşımaktadır (Demirhan, 2015).

Twitter'da paylaşılan mesajların incelenmesinde içerik analizi tekniğinden yararlanan pek çok çalışma bulunmaktadır. Kanada'da Twitter'ın siyasal konularda bilgi ve yorum paylaşma ve tartışma ortamı yaratma bakımından rolü, içerik analizi tekniğiyle incelemiştir (Small, 2012). 2012 Belçika yerel seçimlerinde, Twitter'ın gündem yaratma sürecindeki rolü içerik analizi tekniğiyle analiz edilmiştir (D'heer ve Verdegem, 2014). Kriz, acil durum ve felaketlerde de tweetlerin analizine başvurulmaktadır. Kriz ve felaketlerde, durumdan etkilenen farklı özelliklere sahip kamusal toplulukların ihtiyaçlarını ve bu durum karşısındaki taleplerini anlamak bakımından Twitter etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, 2012 yılında Atlantik'te gerçekleşen Sandy Kasırgası sonrasında risk farkındalığı ve endişeler, paylaşılan tweetler üzerinden içerik analiziyle incelenmiştir (Lachlan, Spence ve Lin, 2014). 2011 yılında Avrupa'da başlayan, binlerce kişinin etkilendiği, 53 ölümün gerçekleştiği Escherichia Coli Bakterisi/EHEC salgınında, bireylerin karşılaştıkları sorunla başa çıkma stratejileri tweetlerin içerik analizi yoluyla tespit edilmeye çalışılmıştır (Gaspar Gorjão, Seibt, Lima, Barnett, Moss ve Wills, 2014). ABD'deki federal sağlık kuruluşlarının Facebook sayfaları üzerinden sosyal medya kullanıcılarının sağlıkla ilgili tartışmalara katılımı, bilgi paylaşma ve yayma sürecindeki rolleri değerlendirilmiştir (Bhattacharya, Srinivasan ve Polgreen 2017). Covid-19 salgınında, Çin'de Sina Weibo adlı sosyal medya platformunda Çin ulusal sağlık komisyonu resmi hesabında, Covid-19 salgını sürecinde paylaşılan mesajlar, içerik, duygu, karşılıklılık gibi unsurlar bakımından incelenerek kriz sürecinde sosyal medya aracılığıyla sağlık kurumları-vatandaş etkileşimi değerlendirilmiştir (Chen, Min, Zhang, Wang, Ma ve Evans, 2020).

Bu çalışmada incelenen tweetler, daha önce #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi altında paylaşılan tweetler olması nedeniyle ikincil veri niteliğindedir. Veriyi incelemek için kullanılan olgudan hareketle, paylaşımların içeriklerine ilişkin gözlemler yoluyla oluşturulan içerik kategorileri aşağıda maddeler halinde açıklanmıştır. Çalışmada kamu kurumlarının kamuya açık iletişim ortamları yaratarak, kitle kaynaklı paylaşımlardan politika üretme, uygulama ve sonuçları değerlendirme; olası sorunları önceden tespit etme, karar alma ve hareket kabiliyetini artırma bağlamlarında hangi sonuçların çıkartılabileceği değerlendirilmektedir.

- i. Sağlık çalışanları ve sağlık personelinin şikâyet ve taleplerine ilişkin içerikler, özlük hakları, ücret ve ödemeler, atama vb.
- ii. İlaç temini (Covid-19 dışında farklı bir sağlık problemi)
- iii. Covid-19 salgınıyla ilgili genel politikalara yönelik eleştiri

- iv. Şikâyetler (hastane/doktor/hizmet)
- v. Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan açıklamalar
- vi. Teşekkür, destek
- vii. Yardım
- viii. Firma şikâyet (çalışma koşulları, yasaya uygun olmayan çalıştırma)
- ix. Aşı karşıtlığı

İçerik kategorilerinden ilki, sağlık çalışanları ve sağlık personelinin şikâyet ve taleplerine ilişkin içerikler, özlük hakları, ücret ve ödemeler ile atama talepleridir. İkinci kategori, Covid-19 dışında farklı sağlık problemleri yaşayan hastaların özellikle ilaç temini noktasında bakanlık ile iletişime geçme çabasını göstermektedir. Üçüncü kategori, Covid-19 salgınında kamu kurumlarının uyguladığı genel politikalara yönelik eleştirilerden oluşmaktadır. Dördüncü kategori, gönderilen mesajlarda, özel ya da kamu hastanelerindeki uygulamalar, doktor ya da diğer sağlık çalışanları ve sunulan hizmetlere ilişkin eleştirilerdir. Beşinci kategori, etiket altında Sağlık Bakanlığı tarafından paylaşılan tweetlerdir. Bu tweetlerin içerikleri, kurum-vatandaş arasında karşılıklı iletişimin varlığını değerlendirmek için kullanılmıştır. Altıncı kategori, bakanlığın aldığı karar, politika ve hizmetlerden dolayı vatandaşlardan gelen memnuniyet bildiren içerikler, destek ve teşekkür mesajlarıdır. Yedinci kategori, bakanlığa iletilen, kişilerin sorunlarını doğrudan kuruma ulaştırabildikleri yardım talepleridir. Sekizinci kategori, kamu kurumundan ziyade, özellikle iş ve çalışma alanında alınan kararlara uymayan firmaların ihbarı niteliğindedir. Dokuzuncu ve son kategori, kamuoyunun aşı konusundaki görüşlerini içermektedir.

## 5. BULGULAR

Çalışmada basit rastgele örneklem yoluyla seçilen 400 tweetin 95'i içeriği anlamlı olmayan bir tweetin tekrarından oluştuğu için, 24'ü ise reklam, kampanya, tanıtım gibi konuyla ilgili olmayan ya da içeriğine ulaşılamayan tweetlerden oluştuğu için analiz dışı bırakılmıştır. Geriye kalan 281 tweet içerik kategorilerine göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma doğrultusunda elde edilen bulgular Tablo-1'de aktarılmıştır. Sınıflandırma yapılırken retweet ya da orijinal tweet ayrımı yapılmamıştır.

**Tablo 1: Tweet İçerikleri, Sayı ve Oranları**

İçerik	Sayı	Oran (%)
Sağlık çalışanları ve sağlık personelinin şikâyet ve taleplerine ilişkin içerikler, özlük hakları, ücret ve ödemeler, atama vb.	176	62.63
İlaç temini (Covid-19 dışında farklı bir sağlık problemi)	28	9.96
Covid 19 Salgınıyla ilgili genel politikalara yönelik eleştiriler	25	8.89
Şikâyetler (hastane/doktor/hizmet)	24	8.54
Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan açıklamalar	18	6.40
Teşekkür, destek	5	1.77
Yardım	3	1.06
Firma şikâyet (çalışma koşulları, yasa dışı çalıştırma)	1	0.35
Aşı karşıtlığı	1	0.35
<b>Toplam</b>	<b>281</b>	<b>%100</b>



Çalışmanın bulgularına göre, bakanlığın açtığı etiket altında, incelenen dönemde sağlık çalışanları ve sağlık personelinin şikâyet ve taleplerine ilişkin içeriklerin %62.63 oranında iletişim sürecinde yer aldığı görülmektedir. Bu kategoriyi daha net anlamak bakımından bazı tweetlerin içeriğine ilişkin açıklamalar fayda olabilir. Örneğin, bir mesajda, kullanıcı salgında başarının sağlık çalışanları sayesinde sağlandığını, sağlık çalışanlarının hastalara kendi yakınları gibi baktığını ancak aldıkları ücretten büyük bir memnuniyetsizlik duyduklarını ifade etmiştir. Bir başka tweet, Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSO) hemşireler için adil maaş, iş sağlığı ve güvenliği haklarının sağlanması ve çalışma koşullarının iyileştirmesine ilişkin çağrısını hatırlatmaktadır. Bir hemşire, Covid-19 testinin pozitif çıktığını, ağrı ve nefes darlığı çektiğini, sağlıkçıların yaptığı bu fedakârlığın karşılıksız kalmaması gerektiğini ifade etmiştir. Bir başka örnekte, sağlık çalışanlarından hamile ve çocukları olanlara idari izin hakkı tanınması talebi dile getirilmiştir. İletilen tweetler içerisinde, Covid-19 olan sağlıkçıların, meslek hastalığından sayılma hususundaki sınırlamaların kaldırılmasına yönelik taleplerinin bulunduğu görülmektedir. Bu kategori altında değerlendirilen diğer tweetler özetlenecek olursa, özlük haklarının iyileştirilmesi, 3600 ek gösterge, yıpranma payı, doktorlar ve uzmanlar içindeki katsayı farklılıklarının kaldırılması, filyasyon ve temaslı hasta takibi yapan aile hekimlerinin ek ödeme talepleri, özeldeki sağlık çalışanlarının haklarının geliştirilmesi, zam, atama ve kadro, vefat eden sağlıkçıların evlatlarının eğitimine destek konularında taleplerin dile getirildiği görülmektedir.

Çalışmanın bulgularına göre, ikinci olarak, %9.96 oranında, Covid-19 dışında farklı bir sağlık problemi ve ilaç teminiyle ilgili gelen tweetler bulunmaktadır. Tweetlerden birinde, sistinüri hastaları için kullanılan ve yurt dışından geldiği belirtilen bir ilacı hastaların dört aydır temin edemediği belirtilmiştir. Diğer tweetlerde, kistik fibrozis hastalarıyla ilgili ilaç talepleri, kalp hastaları ve astım hastalarının talepleri yer almaktadır.

Üçüncü sırada, %8.89 ile salgınla ilgili yalnızca sağlık bakanlığını değil, diğer bakanlık ve kurumların aldığı kararlar ile tedbirlere, genel politikalara yönelik eleştiriler olduğu görülmektedir. Bir tweette, kişinin başka bir şehirdeki evine gitmesine izin verilmemesi eleştirilmektedir. Vaka olmayan yerlerde serbestleşmeye ilişkin talepler ile esnafın iş yerlerini açamamasına ilişkin eleştiriler bulunmaktadır.

Hastane, doktor ve hizmetlerle ilgili şikâyetlerin oranı %8.54 olarak tespit edilmiştir. Bu tweetlerde, virüs testinin uzun sürede sonuçlanması, hastane hizmetlerine ve koşullarına yönelik şikâyetler, Covid 19 tanısıyla taburcu hastaların eve giderken toplu taşımayı kullanmak zorunda kalmalarına ve bu yönde bir hizmetin sağlanmamasına ilişkin eleştiriler, maske sırası ve maskeye erişimle ilgili şikâyetler bulunmaktadır.

Tüm tweetler içerisinde Sağlık Bakanlığı tarafından gönderilen tweetlerin oranı %6.40'tır. Bu tweetlerin içeriklerinde bakanlığın, etiketin amacını açıkladığı görülmektedir. Buna göre, sağlık sistemi işleyişi hakkında bilgi almak veya sağlıkla ilgili yaşanan problemlerin sosyal medya aracılığıyla iletilmesi için bu kanaldan paylaşım yapılabileceği belirtilmektedir. Bir diğer tweet örneğinde, öneri, talep, şikâyet ve teşekkür bildirimlerinin iletebileceği, çözüm ekibinin en kısa sürede konuyla ilgili iletişime geçeceği belirtilmektedir. Bu başlık altındaki paylaşımlarda, sosyal medya üzerinden herhangi bir geri bildirim yapılmadığı söylenebilir. Ancak bu paylaşımın çıkan sonuç, cevapların ya da geri bildirimlerin sosyal medya üzerinden değil başka kanallardan gerçekleştirildiği yönündedir. Bu kategori altındaki bir başka tweet, sosyal medyada karşılaşılan, sağlıkla ilgili yardım talebini "Sağlıklı Çözüm"e ulaştırma yolu olarak #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketini göstermektedir. Bu tweet, bakanlığın, etikette paylaşılan yardım taleplerini çözüme kavuşturduğu izlenimini yaratmaktadır. Bu tweetler dışında çok düşük oranda, teşekkür, destek, yardım, ihbar ve aşırı karşıtlığı içeren tweetler tespit edilmiştir.

Çalışmanın bulguları, bakanlığın oluşturduğu #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi altında, Covid-19 salgınında vatandaş-kullanıcı temelli bilgi, haber, görüş paylaşımının oluşturulduğunu göstermektedir. Bu süreçte en fazla paylaşımın, sağlık çalışanlarının talep ve sorunlarıyla ilgili olduğu görülmektedir. Twitter üzerinden oluşturulan bu etiket altındaki iletişimde kurumun, tek muhatap olmaktan çıktığı; vatandaşlardan kuruma ve vatandaşlardan diğer platformlara doğru paylaşımların olduğu görülmektedir.

Bu durum Twitter'in sorunları doğrudan muhataplarına iletme ve sorunları ve talepleri ortak bir platformda dile getirerek kamuoyunu etkileme potansiyelini göstermektedir.

## 6. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Covid-19 salgınında sağlıkla ilgili konular ön plana çıkmaktadır. Bu süreçte sağlık çalışanlarının hastalara sağlık hizmetlerinin sunumunu sürdürürken bir taraftan temel sorumluluklarını yerine getirdiği, bir taraftan da kendilerinin ve ailelerinin karşı karşıya oldukları hayati risklerle mücadele ettikleri görülmektedir. Bu bakımdan çalışmanın bulguları değerlendirildiğinde, kurumun oluşturduğu bu iletişim platformuna en fazla görüş ve taleplerini iletenlerin sağlık çalışanlarından oluşması anlam taşımaktadır.

Sağlık çalışanları salgın süresince çeşitli risklerle karşı karşıya kalmıştır. Bu riskler i. bakım taleplerinde artış ve zorunlu koşullar, ii. Sürekli enfeksiyon riski, iii. Ekipman zorlukları, iv. Tıbbi bakımın yanı sıra ruhsal destek sağlamak, v. Salgın ortamlarında ruhsal sıkıntı (Türkiye Psikiyatri Derneği, 2020) şeklinde ifade edilmektedir. Sağlık çalışanları için güvencesiz çalışma, artan mesai, enfeksiyon riski nedeniyle eve gidememe, yüksek enfeksiyon riskli alanlarda çalışan sağlıkçılarda endişe, sıkıntı, depresyon gibi psikolojik sağlık sorunlarının oluşması ve bu sorunlarla başa çıkma yollarının sınırlılığı yaşadıkları sorunlar arasındadır (Schejter ve Tirosh, 2020; Vizheh, Qorbani, Arzaghi, Muhidin, Javanmard ve Esmaili, 2020).

Bu risklerin yanı sıra sağlık çalışanları yalnızca kendilerini ve ailelerini tehdit eden bir riske maruz kalmamakta, aynı zamanda toplumsal bir sorunun da odağında bulunmaktadır: Bu sorun Covid-19 hastalarıyla yakın temasta olmaları nedeniyle toplumsal olarak öteki olmak sorunudur. Bu durum oldukça önemlidir. Bunun nedeni, sağlık çalışanlarının kendi yaşamlarını riske atarak yüksek risk altında toplumsal bir yarar için çalışmalarınıdır. Toplumun, salgınla mücadelede ağır yükünü kaldıran sağlık çalışanlarına yönelik olumsuz tutumların, sağlık çalışanları için aidiyet hissettikleri topluma karşı yabancılaşma hissi yaratacağını söylemek mümkündür.

Uluslararası Af Örgütü'ne rapor edilen vakalar, dünyanın farklı noktalarında sağlık çalışanlarının toplu ulaşım araçlarından yararlanamadıklarını, süper marketlere giremediklerini ve sözlü saldırılara maruz kaldıklarını göstermektedir (Schejter ve Tirosh, 2020). Hastaneye giderken taksiye alınmama, asansöre bindiklerinde insanları tehlikeye attıkları uyarısı alma gibi mesleklerinden kaynaklanan olumsuz tutumlarla karşılaşmaktadırlar (Koh, 2020). Buna karşın dünyada, Covid-19 ile savaşırken en fazla ölüm oranının gerçekleştiği meslekler arasında sağlık alanı yer almaktadır. Covid-19 süresince ölen sağlık çalışanlarının sayısı 2020 Eylül ayı rakamlarıyla 7000'in üzerinde ifade edilmiştir (Amnesty.org, 2020). Covid-19 "çok yüksek risk grubu"nda, "aerosol üreten prosedürler; numune toplama ve işleme prosedürleri, ölen vakaların otopsi prosedürlerini içeren iş kolları (doktorlar, hemşireler, diş hekimleri, sağlık görevlileri, acil tıp teknisyenleri, numune toplayan sağlık ve laboratuvar personeli, otopsi yapan morg çalışanı); "yüksek risk grubu"nda ise, yakın temaslı ancak aerosolize olmayan süreçlerde bilinen veya şüphelenilen Covid-19 hastalarına maruz kalan sağlık hizmeti sunumu ve destek personeli" sayılmaktadır (Şahan, Özgür, Arkan, Alagüney ve Demiral, 2019). Söz konusu risklerin ortadan kaldırılması öncelikli olarak, çalışan olmanın yanı sıra aynı zamanda birer vatandaş olan sağlık çalışanlarının haklarının korunmasında kamu otoritelerini temel aktör konumuna getirmekte, bu sürecin iyi yönetimi büyük bir önem kazanmaktadır. Sağlıkçıların yaşadığı psikolojik sorunların çözümünde, kamu politikası aktörlerinin, yöneticilerin ve toplumun destekleyici, cesaretlendirici, motive edici, koruyucu ve eğitici politika ve uygulamalar geliştirmeleri önerilmektedir. Bu destek sürecinde bilgi ve iletişim platformlarından da yararlanılabileceği, destek ve danışma için sosyal medya, telefon ve video konferans gibi teknolojilerin işlevsel olacağı düşünülmektedir (Vizheh v.d., 2020). Bu doğrultuda Sağlık Bakanlığı'nın oluşturduğu etiketin önemi daha da belirginleşmektedir.

Çalışmanın bulguları, Twitter etiketlerine gönderilen paylaşımların, yalnızca muhataplara değil genel kamuoyuna da ulaştığını göstermektedir. Bir tweet aynı anda pek çok etikete ya da kişiye gönderilebilir. Bu durum, tweetlerin kamusal özelliğinin bir parçasıdır. Bu süreçte #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketine gönderilen tweetlerin aynı anda küresel örgütlere (@who), Sağlık

Bakanı Fahrettin Koca'nın kişisel Twitter hesabına ve Sağlık Bakanlığı'na (@drfahrettinkoca @saglikbakanligi), cumhurbaşkanına (@RTErdogan), medya kuruluşlarına ve medyada görünür kişilere (@fatihaltayli @ahmethc, @cnnturk @Haberturk), siyasi partilere (@MHP\_Bilgi) ve diğer etiketlere (#Sağlıkcıarsahipsiz, #katsayıhaksızlığı, #AlkışYetmez, #SağlıkçıyaTekKalemMaaş, #Sağlıkçidabayrametsin, #saglikcilarartakiplesiyor, #sağlıkcıarmutsuz, #hastanedeihmal, #Sağlıkcıartuekendi...) de gönderildiği görülmektedir. Görüşler muhatapları ya da kamuoyunu etkileme gücü olan kişi ya da kurumlara iletilmiştir.

Etiketlerin gündem oluşturma sürecinde bazı özel günler veya durumlardan etkilendiği görülmektedir. Bu durum Twitter'ın olay merkezlilik özelliğiyle uyumludur. Örneğin, 12 Mayıs Hemşireler Günü öncesinde, etiket altında yapılan paylaşımlarda, #12MayısTalebimiz #12MayıstaSağlıkcıHakkınıBekliyor, #12MayısTaleplerimiz, #12mayistalebimiz3600 gibi bu etiketin yanı sıra etiketler arası bağlantı olduğu ve mesajların birden fazla etikete ulaştırıldığı görülmektedir.

Kitle kaynak kavramı bağlamında, #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi, salgınla mücadele sürecinde Sağlık Bakanlığı'na vatandaşlar, hastalar ve sağlık çalışanları gibi sorun yaşayan ve sorunun çözümünde rol alan aktörlerden bilgi ve görüş akışını sağlamıştır. Bu örnekte, kitle kaynak kullanımının, yaşanan sorunların tespiti için bir ortam sunduğu görülmektedir. Bu sorunlar hem hizmetlerin sunumu ve sürdürülmesiyle hem de daha genel düzeyde kamusal türde toplumun hep birlikte sorunlarla mücadele kapasitesini anlamak ve geliştirmekle ilgilidir. İncelenen etiket altında yapılan paylaşımlardan elde edilen veri, sosyal medya platformunda gönüllü bir şekilde gerçekleşen birlikte üretimin sonucudur. Ayrıca, kitle kaynak kavramının içerdiği sorunların çözümüne ve karar süreçlerine tabandan katılım faaliyetini de içermektedir. Kamu sektöründe, kitle kaynak kavramı bağlamında daha önce belirtilen kurumun yönlendiriciliği ve etkinliğinin önemi bu örnekte de kendisini göstermektedir. #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketi kurum tarafından oluşturulmuştur. Dolayısıyla, buradaki verinin oluşmasında öncelikli olarak bakanlığın bir girişimi olduğu görülmektedir. Bu bakımdan, bakanlığın Twitter platformu aracılığıyla gerçekleştirmiş olduğu girişim, kitle kaynaklı üretim sürecinin katılımcı çevrimiçi bir iletişim ortamı oluşturma, heterojenlik, esnek ve katılıma açık çağrı, gönüllü katılım, karşılıklı fayda, toplumla sorunları paylaşarak farkındalık oluşturma, sorunun tanımı ve çözümüne destek sağlama bakımından önemli bir adımdır. Ayrıca, vatandaş ile yönetim arasındaki güven ilişkisini güçlendirme, bilgi üretme ve yayma, hizmet ve uygulamalarla ilgili görüş, eleştiri, memnuniyet ve önerilerle kamu politikalarının uygulanmasında şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi unsurların gelişimine katkısı düşünülebilir. Bu bakımdan Twitter diğer kamu kurumları için de kendi alanlarına giren konularda kitle kaynaklı bilgi ve veri alma, sorun çözme ve karar verme süreçlerinde kullanılabilir. Örneğin, afetlerde veya güvenlikle ilgili konularda sosyal medyanın bu amaçlar doğrultusunda kullanımına ilişkin örnekler mevcuttur.

Bu etiket altındaki paylaşımlar, hizmet sunum sürecindeki aksaklıkları ortaya çıkarmakta, çeşitli eleştirileri bünyesinde barındırmaktadır. Bu noktada, Sağlık Bakanlığı'nın platform içerisindeki iletişim aktivitesi kurumun meşruiyet, şeffaflık, vatandaş-yönetim etkileşimi, karşılıklı güven ve karar alma sürecinde çoğulculuğun gelişmesine katkı gibi kitle kaynak uygulamasından istenilen sonuçlara ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu açıdan, bakanlığın iletişim sürecinde, özellikle geri bildirim konusunda zayıf kaldığı noktalar bulunmaktadır. Bu durum bu etiket altındaki paylaşımlar çerçevesinde değerlendirildiğinde kurumun interaktif bir iletişim stratejisi bulunmadığı düşüncesine yol açmaktadır. Etkileşim unsuru #SağlıkBakanlığıSiziDinliyor etiketinin ve bu platform üzerinden kamusal iletişimin sürdürülebilirliğinin sağlanması bakımından oldukça önemlidir. Bu çalışmanın bulguları Twitter'ın, kurumların kitle kaynak kullanımı için uygun bir ortam sağladığını, gönüllü, katılımcı, sorunların düşük maliyetlerle tespit edilebileceği ve vatandaşların karar sürecine katılabileceği bir platform oluşturduğunu göstermektedir. Ancak, kurumların kitle kaynak kullanımına ilişkin bir amaç ve stratejilerinin bulunmasının öneminin altını çizmekte fayda vardır. Özellikle veriyi üreten tarafta, katılım motivasyonunu sağlayacak olan etkileşim unsurunun daha fazla dikkate alınması gerektiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu çalışmada kitle kaynak kavramının yalnızca bir Twitter etiketi bağlamında örneklendirilmesi çalışmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Farklı sosyal medya platformlarına ilişkin değerlendirmeler ya da sağlık bakanının sosyal medya iletişimine ilişkin veriler bu çalışmadaki bulguları geliştirebilir. Ayrıca,

çalışmada kullanılan veri ve veri toplama tekniklerinin çeşitlendirilmesi daha kapsamlı bulguların elde edilmesini sağlayabilir. Bundan sonraki çalışmalarda, Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 sürecinde kitle kaynaklılığı nasıl algıladığı ve kullanma yönündeki motivasyonu ile gerekli bilgi, beceri ve stratejiye hangi düzeyde sahip olduğunun araştırılması, bu çalışmanın bulgularının daha ileri düzeyde değerlendirilmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, bu alanda gerçekleştirilen iletişimin etki düzeyinin ölçülmesi, yani sosyal medyadaki paylaşımların politika yapım sürecindeki somut etkisine yönelik bir araştırma da bu çalışmanın bulgularını değerlendirirken faydalı olacaktır.

---

#### **YAZAR BEYANI**

##### **Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı**

Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

##### **Yazar Katkıları**

Yazar çalışmanın tümünü tek başına hazırlamıştır.

##### **Çıkar Çatışması**

Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

---

#### **KAYNAKÇA**

- Amnesty.org, (2020), Global: Amnesty Analysis Reveals over 7,000 Health Workers, 49 <https://www.amnesty.international/en/latest/news/2020/09/amnesty-analysis-7000-health-workers-have-died-from-covid19/>, E.T.: 6 Mart 2021.
- Axford, B. (2011), "Talk About a Revolution: Social Media and the MENA Uprisings", *Globalizations*, 8(5), 681-686.
- Batu, M. Z. A. Şentürk, O. Tos (2020), "Health Communication on Social Media: An Analysis on The Twitter Use of The Ministry of Health in Terms of Public Relations Models", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 805-828.
- Berg, B. L. (2001), *Qualitative Research Methods for the Social Sciences.*, Boston: Allyn and Bacon.
- Bhattacharya, S., P. Srinivasan, P. Polgreen (2017), "Social media engagement analysis of US Federal health agencies on Facebook", *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 17(1), 1-12.
- Bilgiç, A., S. S. Akyüz (2020), "Türkiye'de Covid-19 Pandemisi Döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Paylaşımları İçerik Analizi", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 230-243.
- Bonetta, L. (2009), "Should you be tweeting?", *Cell*, 139 (3), 452-453.
- Brabham, D. C. (2013), *Crowdsourcing*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Brabham, D. C. (2015), *Crowdsourcing in the Public Sector*, Washington, DC: Georgetown University Press.
- Bruns, A., J. E. Burgess (2011), "#Ausvotes: how Twitter Covered the 2010 Australian Federal Election", *Communication, Politics and Culture*, 44(2), 37-56.
- Chen, Q., C. Min, W. Zhang, G. Wang, X. Ma, R. Evans (2020), "Unpacking the Black Box: How to Promote Citizen Engagement Through Government Social Media During the COVID-19 Crisis", *Computers in Human Behavior*, 110(106380), 1-11.
- Clark, B. Y., N. Zingale, J. Logan, J. Brudney (2019), "A Framework for Using Crowdsourcing in Government", in *Information Resources Management Association (ed.) Crowdsourcing: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, USA: IGI Global, 194-214.
- D'heer, E., P. Verdegem (2014), "An Intermedia Understanding of the Networked Twitter Ecology", in B. Pătruț, M. Pătruț (ed.) *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media*, Switzerland: Springer, 81-96.

- Demirhan, K. (2015), Sosyal Medya ve Siyaset İlişkisinin Müzakereci ve Agonistik Demokrasi Yaklaşımları Çerçevesinde Analizi: Türkiye'de 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Sürecinde Twitter Kullanımı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Hacettepe Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirhan, K., A. Çağlar (2020), Sosyal Medya ve Güvenlik Politikaları. (İç) M. Yıldız, C. Babaoğlu (Ed.) Teknoloji ve Kamu Politikaları, Ankara: Gazi Yayınevi, 351-378.
- Erkek, S. (2016), "Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35, 141-150.
- Gaspar, R., S. Gorjão, B. Seibt, L. Lima, J. Barnett, A. Moss, J. Wills (2014), "Tweeeting During Food Crises: A Psychosocial Analysis of Threat Coping Expressions in Spain, During the 2011 European EHEC outbreak", International Journal of Human-Computer Studies, 72, 239-254.
- Gautam, G., D. Shanta, K.S. Malya (2020), "Covid-19 in India: Prospect of crowdsourcing to handle public health crisis", Anthropology 9, 225.
- Her Majesty's Inspectorate of Constabulary (2011), The Rules of Engagement: A Review of the August 2011 Disorders, <https://www.justiceinspectores.gov.uk/hmicfrs/media/a-review-of-the-august-2011-disorders-20111220.pdf>, E.T.: 28.02.2020.
- Howe, J. (2006), "The Rise of Crowdsourcing", Wired, <https://www.wired.com/2006/06/crowds/> E.T.: 6 Mart 2021.
- Ilgın, H. Ö., Ş. C. Ulupınar (2020), "Kamuyu Bilgilendirme Modeli Çerçevesinde Covid 19 Süreci; Dr. Fahrettin Koca Instagram Hesabı Analizi", Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, 3(7), 500-517.
- İş ve Meslek Hastalıkları Uzmanları Derneği ve Halk Sağlığı Uzmanları Derneği (2020), [https://korona.hasuder.org.tr/wp-content/uploads/Mesleksel-COVID\\_19\\_Tan%C4%B1\\_Rehberi\\_2020.pdf](https://korona.hasuder.org.tr/wp-content/uploads/Mesleksel-COVID_19_Tan%C4%B1_Rehberi_2020.pdf), E.T.: 9 Mart 2021.
- Kalçık, T., Ü. Altan Bayraktar (2020), "Covid-19 Salgınının Yönetilmesinde Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Resmi Twitter Hesabı Üzerine Bir Analiz", Turkish Studies, 15(6), 583-602.
- Koh, D. (2020), "Occupational risks for COVID-19 infection", Occupational Medicine, 70(1), 3-5, <https://doi.org/10.1093/occmed/kqaa036>, E.T.: 6 Mart 2021.
- Krippendorff, K. (2004), Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lachlan, K. A., P. R. Spence, X. Lin (2014), "Expressions of Risk Awareness and Concern Through Twitter: On the Utility of Using the Medium as an Indication of Audience Needs", Computers in Human Behavior, 35, 554-559.
- Lehdonvirta, V., J. Bright (2015), "Crowdsourcing for Public Policy and Government, Policy & Internet", 7(3), 263-267.
- Liu, H. K. (2017), "Crowdsourcing: Citizens as Coproducers of Public Services", Policy & Internet, 7(5), 656-667.
- Liu, H., K. (2021), Crowdsourcing: Citizens as Coproducers of Public Services, Policy & Internet, 13(2), 315-331  
Doi: 10.1002/poi3.249
- Losifidis, P. (2011), "The Public Sphere, Social Networks and Public Service Media", Information, Communication & Society, 14(5), 619-637.
- Mengü, S., M. M. Mengü, K. Günay (2021), "Value-Based Communication during Covid-19 Pandemic: A Study on the Twitter Messages of Turkish Ministry of Health", Athens Journal of Mass Media and Communications, 7, 23-44.
- Murthy, D. (2013), Twitter: Social Communication in the Twitter Age. UK: Polity.
- Nam, T. (2012), "Suggesting Frameworks of Citizen-Sourcing via Government 2.0", Government Information Quarterly, 29(1), 12-20, ISSN 0740-624X, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.07.005>.
- Okay, A., Aşanin Gole, P. and Okay, A. (2021), "Turkish and Slovenian Health Ministries' use of Twitter: a Comparative Analysis", Corporate Communications: An International Journal, 26(1), 176-191. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2020-00199>
- Panagiotopoulos P., F. Bowen (2015), "Conceptualising the Digital Public in Government Crowdsourcing: Social Media and the Imagined Audience. In: Tambouris E. et al. (eds) Electronic Government", EGOV 2015. Lecture Notes in Computer Science, 9248. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-22479-4\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22479-4_2)
- Rahimi, B. (2011), "The Agonistic Social Media: Cyberspace in the Formation of Dissent and Consolidation of State Power in Postelection Iran", The Communication Review, 14(3), 158-178.
- Schejter, A. M., N. Tirosh (2012), "Social Media New and Old in the Al-'Arakeeb Conflict: A Case Study", The Information Society, 28(5), 304-315.

- Small, T. A. (2012), What the Hashtag? A Content Analysis of Canadian Politics on Twitter, in B. D. Loader, D. Mercea (eds.), *Social Media and Democracy*, New York: Routledge, 109-128.
- Şahan, C., E. A. Özgür, G. Arkan, M.E. Alagüney, Y. Demiral (2019), COVID-19 Pandemisi'nde Meslek Hastalığı Tanı Kılavuzu, [https://korona.hasuder.org.tr/wp-content/uploads/Mesleksen-COVID\\_19Tan%C4%B1Rehberi\\_2020.pdf](https://korona.hasuder.org.tr/wp-content/uploads/Mesleksen-COVID_19Tan%C4%B1Rehberi_2020.pdf), E.T.: 6 Mart 2021.
- Şeker, S. E. (2015), "Kitle Kaynak (Crowdsourcing)", *YBS Ansiklopedi*, 2(2), 1-5.
- Şenol, Y., K. Avcı (2019), "Sağlık Alanında Kamu Kurumlarının Sosyal Medya Kullanımına Bir Örnek: Sağlık Bakanlığı 2017 Yılı Twitter Hesabının İncelenmesi", *Kocatepe Tıp Dergisi*, 20, 52-57.
- Tam, M. S. (2020), "Covid-19 Süresince T.C. Sağlık Bakanlığı Youtube Kanalına İzleyici Dönütleri", *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 116-139.
- Toplu, M. (2018), "Kamu Politikalarının Oluşumu ve Uygulanmasında Medya/Sosyal Medya'nın Rolü", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 46, 346-376.
- Tufan Yeniçikti, N. (2020), "Sağlık Bakanlığının Instagram Paylaşımları Üzerinden Göstergibilimsel Bir İnceleme: #Hayatevesiğar", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (Covid 19 Özel sayısı), 365-385.
- Türkiye Psikiyatri Derneği (2020), Hekimler ve Sağlık Çalışanları İçin Covid-19 Korku ve Kaygısıyla Baş Etme Rehberi, <https://www.psikiyatri.org.tr/uploadFiles/213202011418-saglikcalisanibrosur.pdf>, E.T.: 6 Mart 2021.
- Vermicelli, S., L. Cricelli, M. Grimaldi (2021), "How Can Crowdsourcing Help tackle the COVID-19 Pandemic? An Explorative Overview of Innovative Collaborative Practices", *R&D Management*, 51, 183-194. <https://doi.org/10.1111/radm.12443>
- Vizheh, M., M. Qorbani, S. M. Arzaghi, S. Muhidin, Z. Javanmard, M. Esmaili (2020), "The Mental Health of Healthcare Workers in the COVID-19 Pandemic: A Systematic Review", *Journal of Diabetes and Metabolic Disorders*, 1-12. <https://doi.org/10.1007/s40200-020-00643-9>
- Wendling, C., J. Radisch, S. Jacobzone (2013), "The Use of Social Media in Risk and Crisis Communication", *OECD Working Papers On Public Governance*, 25, Paris: OECD.
- Wazny K. (2018), "Applications of Crowdsourcing in Health: An Overview", *Journal of Global Health*, 8(1), doi:10.7189/jogh.08.010502
- Yavuz, N., Karkın, N., & Sevinç Çubuk, E. B. (2020), Explaining Government Crowdsourcing Decisions: A Theoretical Model. In M. Rodríguez Bolívar, & M. Cortés Cediell (Ed.), *Digital Government and Achieving E-Public Participation: Emerging Research and Opportunities* (pp. 159-183). IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-7998-1526-6.ch008>
- Yıldırım, A. (2014), "Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Twitter: T.C. Sağlık Bakanlığı Örnek İncelemesi", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 234-253, doi: 10.19145/guifd.88026
- Yıldız, M., K. Demirhan (2016), "Analysis and Comparison of The Role of Local Governments with Other Policy Actors in Disaster Relief via Social Media: The Case of Turkey", in U. Sadioğlu, K. Dede (ed.) *Theoretical Foundations and Discussions on the Reformation Process in Local Governments*. USA: IGI Global.
- Yiğitcanlar, T., N. Kankanamge, A. Preston (2020), "How Can Social Media Analytics Assist Authorities in Pandemic-Related Policy Decisions? Insights from Australian States and Territories", *Health Inf. Sci. Syst.* 8(37), <https://doi.org/10.1007/s13755-020-00121-9>
- Zeemering, E. S. (2021), "Functional fragmentation in city hall and Twitter communication during the COVID-19 Pandemic: Evidence from Atlanta, San Francisco, and Washington, DC", *Government Information Quarterly*, 38(1), <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101539>