

**DİJİTAL SAĞLIK DİPLOMASİSİ: ÇİN ANKARA
BÜYÜKELÇİLİĞİ'NİN COVID-19 SÜRECİNDEKİ
TWITTER PLATFORMU STRATEJİLERİ**

DIGITAL HEALTH DIPLOMACY:
TWITTER PLATFORM STRATEGIES OF
THE CHINESE EMBASSY IN ANKARA
DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Ali ÇÖMEZ, Nargis ÖZGEN

80

DİJİTAL SAĞLIK DİPLOMASİSİ: ÇİN ANKARA BÜYÜKELÇİLİĞİ'NİN COVID-19 SÜRECİNDEKİ TWITTER PLATFORMU STRATEJİLERİ ¹

DIGITAL HEALTH DIPLOMACY: TWITTER PLATFORM STRATEGIES OF THE CHINESE EMBASSY IN ANKARA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Ali ÇÖMEZ ², Nargis ÖZGEN ³

Anahtar Kelimeler:

Çin Ankara Büyükelçiliği
Covid-19 pandemisi
Dijital sağlık diplomasisi
Twitter

Keywords:

Chinese Embassy in
Ankara
Covid-19 pandemic
Digital health
diplomacy
Twitter

ÖZ

Bu çalışma, Covid-19 pandemisi sürecinde Çin Halk Cumhuriyeti'nin Ankara Büyükelçiliği tarafından yürütülen dijital sağlık diplomasisini incelemektedir. Dijital sağlık diplomasisi, küresel sağlık krizlerinde bilgi paylaşımını hızlandırma, iş birliklerini güçlendirme ve toplumu bilinçlendirme amacıyla dijital teknolojilerin kullanılmasını kapsar. Literatürde, dijital diplomasi, özellikle acil durumlarda uluslararası iş birliği ve halk bilgilendirmesi açısından önemli görülmektedir ve büyükelçiliklerin dijital platformları kullanımı stratejik bir alan olarak öne çıkar. Bu çalışma, 31.12.2019-31.12.2020 tarihleri arasında Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter üzerinden gerçekleştirdiği faaliyetleri içerik analizi yöntemiyle incelemektedir.

Bulgular, büyükelçiliğin stratejisinin bilgilendirme, sağlık iş birliği ve imaj oluşturma odaklı olduğunu göstermektedir. Paylaşımlar genellikle Çin medyası ve Dünya Sağlık Örgütü içeriklerine atıfta bulunmuştur. Türkiye'deki sağlık, dışişleri ve içişleri bakanlıklarıyla sınırlı iletişim kurulurken, mention kullanımı düşük kalmış; paylaşımlar Türkçe yapılmış ancak yönlendirmeler Çin medyasına olmuştur. Bu stratejik eksiklik, hedef kitle ile etkili iletişimi sınırlamaktadır. Dijital sağlık diplomasisi, Çin'in Türkiye ile olan sağlık diplomasisi bağlamında kriz dönemlerinde etkili bir araç olarak uluslararası iş birliğini güçlendirmiştir. Çalışma, dijital sağlık diplomasisinin modern diplomasi pratiğinde nasıl merkezi bir rol oynadığını ve küresel sağlık sorunlarına karşı nasıl önemli bir strateji oluşturduğunu vurgulamaktadır.

ABSTRACT

This study examines the digital health diplomacy undertaken by the Embassy of the People's Republic of China in Ankara during the Covid-19 pandemic. Digital health diplomacy refers to the development of digital technologies to accelerate information sharing, strengthen cooperation, and raise public awareness during global health crises. In the literature, digital diplomacy is seen as important for international cooperation and public information, especially in emergencies, and the use of digital platforms by embassies stands out as a strategic domain. It examines the Chinese Embassy's Twitter activity between 31.12.2019-31.12.2020 using content analysis. The findings show that the embassy's strategy is focused on information, health cooperation and image building. Posts often referenced Chinese media and the World Health Organization content. While there was limited communication with the Turkish ministries of health, foreign affairs and interior, the use of mentions was low; and although tweets were in Turkish, they directed audiences toward Chinese media sources. This strategic deficiency limited effective communication with the target audience. In the context of China's health diplomacy with Turkey, digital health diplomacy has strengthened international cooperation as an effective tool during crisis periods. The study shows how digital health diplomacy plays a central role in modern diplomacy practice and how it is an important strategy to address global health challenges.

¹ Bu çalışma Ali Çömez'in Dr.Öğr. Üyesi Nargis Özgen danışmanlığında yürüttüğü "Kamu diplomasisinin bir alt türü olarak dijital sağlık diplomasisi: Pandemi döneminde Çin büyükelçiliği Twitter kullanımı" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı, alicomez.1@gmail.com, ORCID 000-0003-2931-0638

³ Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, nargis.ozgen@hbu.edu.tr, 0000-0003-4502-659X

Alıntılanmak için/Cite as:
Çömez A. ve Özgen N. (2025)
Dijital Sağlık Diplomasisi:
Çin Ankara Büyükelçiliği'nin
Covid-19 Sürecindeki Twitter
Platformu Stratejileri, Çukurova
Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Dergisi, 34 (2), 1365-
1389

GİRİŞ

Diplomasi, devletlerin birbirleriyle iletişim kurmak amacıyla kullandığı temel bir araçtır. Devletler genellikle çıkarlarını korumak ve imajlarını olumlu bir şekilde yansıtmak amacıyla müzakere ve uzlaşma süreçlerinde diplomasiye başvururlar. Bu nedenle, dış politikada görev alan devlet yetkililerinin ve dış kamuoyunun etkili bir şekilde bilgilendirilmesi hayati önem taşır. İletişim, diplomasi için vazgeçilmez bir unsurdur; zira Covid-19 salgını döneminde diplomatik ilişkilerin iletişim kanallarının geleneksel yöntemlerden dijital ortamlara kaydığı gözlemlenmiştir.

Diplomatik süreçlerde güvenilir ve doğrudan bilgi akışının sağlanabilmesi adına, devletlerin diğer ülkelerde elçilik bulundurması büyük bir önem taşımaktadır. Elçilikler; askeri, ekonomik, siyasi, kültürel, bilimsel ve sağlık gibi farklı alanlarda ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesine katkı sunar. Özellikle Covid-19 gibi küresel sağlık krizleri sırasında ülkeler arası iş birliği ve etkili iletişim, dış politika açısından zorunlu hale gelmiştir. Elçilikler, dijital platformlar aracılığıyla bulundukları ülkelerdeki halka ulaşarak, kendi ülkelerinin imajını olumlu bir şekilde yansıtmaya, gündem oluşturma, propaganda yapma ve dünya genelinde süregelen gelişmelere yönelik açıklamalar yapma gibi işlevler üstlenmektedir.

Diplomasi, tarih boyunca değişen koşullara uyum sağlayarak evrilmiş ve bu süreçte yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sağlık, insanlık tarihi boyunca gündemde kalmış bir konu olup, küreselleşme ile birlikte sağlık sorunları da küresel bir boyut kazanmıştır. Bu durum, uluslararası ilişkilerde sağlık diplomasisinin önemini artırmıştır. Kitle iletişim araçlarının etkisiyle şekillenen küresel dinamikler, dijital diplomasi kavramının doğmasına yol açmıştır. Dijital sağlık diplomasisi ise küresel sağlık krizlerine karşı yürütülen diplomatik faaliyetleri tanımlamaktadır.

Dijital sağlık diplomasisi kavramı çerçevesinde yapılan çalışmalar, sağlık verilerinin dijital platformlar aracılığıyla paylaşılması üzerine odaklanmaktadır. Bu çalışmaların temel amacı, uluslararası aktörlerin birbiriyle entegre bir şekilde hareket ederek sağlık verilerinin alışverişini gerçekleştirmeleridir. Bu bağlamda, küresel sağlık alanında

siber güvenliğin sağlanması amacıyla dijital sağlık diplomasisinin kullanılması gerektiği vurgulanmaktadır (Godinho vd., 2022; Yin, 2021; Martins, 2020). Covid-19 salgınıyla birlikte hayatımıza giren dijital sağlık diplomasisi kavramı, henüz yeni olup, bu alanda yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Mevcut çalışmalar, sağlık verilerinin devletler ve devletlerle bağlantılı aktörler arasında işlenmesine odaklanmış olup, devletler arası ya da devletlerle bağlantılı aktörler arasında bir iletişim süreci söz konusudur. Bu çalışmada ise, Covid-19 salgınının dijital dönüşümde bir dönüm noktası olduğu vurgulanarak, küresel sağlık krizlerinin yaşandığı bu süreçte gerçekleşen diplomatik ilişkileri tanımlamak amacıyla dijital sağlık diplomasisi kavramı ele alınmıştır.

2003 yılında ortaya çıkan SARS salgını krizinden sonra Çin Halk Cumhuriyeti küresel sağlık politikalarında daha görünür bir aktör olma yönünde stratejik adımlar atmıştır. Küresel Sağlık Diplomasisi literatüründe “yardım temelli iş birliği” yaklaşımı ile bilinen Çin, sağlık alanındaki dış politika uygulamalarında “yumuşak güç” (soft power) hem ve “kamu diplomasisi” araçlarını aktif biçimde kullanmaktadır (Chan vd., 2010). Söz konusu dağlık diplomasisi politikaları Afrika ülkelerine tıbbi ekipman ve uzman göndermekten, Asya-Pasifik bölgesinde halk sağlığı projelerine destek olmaya kadar yayılan geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Çalışmanın konusunu oluşturan pandemi döneminde de Çin benzer bir strateji izleyerek sağlık yardımlarını küresel ölçekte dış politika aracı olarak kullanmıştır. Bu dönemde ülke sağlık yardımlarını küresel ölçekte dış politika aracı olarak kullanmış, sağlık teknolojisi üretiminde (maskeler, test kitleri, aşılar), bu ürünlerin dağıtımı ve tanıtımında aktif bir diplomasi yürütmüştür. “Mask Diplomacy” (Maske diplomasisi) olarak bilinen bu süreç, Çin’in küresel imajını güçlendirmek ve pandemideki rolünü yeniden konumlandırmak amacıyla geliştirdiği bir sağlık diplomasisi stratejisi olarak değerlendirilmiştir (Huang, 2020). Çin Halk Cumhuriyeti, “aşı diplomasisi” stratejisi kapsamında gelişmekte olan ülkelere önemli miktarda tıbbi malzeme ve aşı desteği sunmuştur. 2020-2022 yılları arasında Çin, yaklaşık 4,6 milyar ABD doları tutarında tıbbi ekipman ve aşı bağışı gerçekleştirmiştir (AidData, 2023). Bu yardımlar insani destek olmakla kalmamış

Çin'in küresel sağlık liderliği rolünü pekiştirme ve Batı etkisinin sınırlı olduğu bölgelerde nüfuzunu artırma hedeflerinin bir parçası olarak değerlendirilmiştir (AidData, 2023). Çin'in aşı yardımları alıcı ülkelerde politik veya diplomatik taviz beklentisiyle ilişkilendirilmiştir (Garcia & Islam, 2022). Özellikle şeffaflık eksikliği, bilimsel veri paylaşımındaki yetersizlikler ve Çin'in pandemi sürecindeki genel bilgi politikası, yardım stratejisine yönelik güveni zedelemiştir (Song & Zhou, 2023, Huang, 2021). Bu süreçte başta Twitter4 olmak üzere dijital mecralar Çin'in sağlık yardımlarını duyurmak, olumlu algı oluşturmak ve kamuoyunu yönlendirmek için etkin biçimde kullanılmıştır (Falk, 2021). Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı Çin'in Covid-19 salgını öneminde Türkiye'de dijital sağlık diplomasisi oluşturmak amacıyla Twitter'ı nasıl kullandığını incelemektir. Çin'in Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabı üzerinden 31.12.2019 ile 31.12.2020 tarihleri arasında paylaşılan tweetler, kullanılan etiketler çerçevesinde içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen veriler, ay bazında frekans ve yüzdelik analizleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın bulguları, Çin'in Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabı üzerinden pandemi döneminde Türkiye'de dijital sağlık diplomasisini oluştururken witter'ı nasıl kullandığını ortaya koyarak, dijital sağlık diplomasisi kavramının uygulamadaki örneklerini sunmaktadır. Çalışmanın amacı, Covid-19 salgını döneminde Çin Halk Cumhuriyeti'nin küresel sağlık diplomasisi stratejileri çerçevesinde, Türkiye'de dijital sağlık diplomasisini nasıl yürüttüğünü incelemektir. Bu kapsamda, Çin'in sağlık diplomasisi kavramına nasıl yaklaştığı, pandeminin başlangıcında nasıl bir dış politika izlediği ve bu süreci dijital platformlarda nasıl yürüttüğü genel hatlarıyla ele alınmıştır. Ardından, Çin'in Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabı üzerinden 31.12.2019 ile 31.12.2020 tarihleri arasında yapılan paylaşımlar, kullanılan etiketler çerçevesinde içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen veriler ay bazında frekans ve yüzdelik analizleri ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın bulguları, Çin'in Türkiye'de dijital sağlık diplomasisini nasıl yapılandığını ve bu süreçte Twitter'ı etkin bir diplomatik araç olarak kullandığını göstermektedir. Böylece çalışma,

dijital sağlık diplomasisi kavramının uygulamadaki örneklerini sunarak literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

1. Dijital Diplomasi

1860'lı yıllarda İngiltere Dışişleri Bakanı Lord Palmerston, ilk telgraf mesajını aldıktan sonra "Aman Tanrım, bu diplomasinin sonu" şeklinde bir tepki göstermiştir. Diplomasi, telgrafın yanı sıra radyo, faks, telefon ve televizyon gibi çeşitli teknolojik yeniliklerle evrimleşmeye devam etmiştir. Her yeni teknolojik yenilik, Palmerston'un tepkisine benzer tepkiler doğurmuştur. 1960'larda Harold Nicolson, diplomatik ilişkilerde kullanılan araçlarla ilgili yaptığı çalışmalarda, telefonu "bilgi iletip talimat vermek için küçük ama tehlikeli bir araç" olarak nitelendirmiştir (Hocking ve Melissen, 2015: 14). Hocking ve Melissen'in telgraf üzerine yaptığı açıklamalar, teknolojik gelişmelerin diplomasi açısından hem devletler arası hem de bireyler arasındaki iletişimde kolaylık sağladığını göstermektedir. Günümüzde, internetin ortaya çıkışıyla elektronik postalar (e-posta) belgelerin anlık olarak iletilmesine olanak tanımaktadır.

Klasik diplomasinin tüm yöntem, kural, aktör, süreç ve araçlarını dönüştürebilen, sınırları ortadan kaldırabilen ve protokolü önemsemeyen bir kavram olarak Diplomasi 4.0 ortaya çıkmıştır. Devlet binaları kapanırken internet 7/24 açık kalmakta ve tüm işlemler gerçek zamanlı olarak gerçekleşmektedir. Devletlerin ve ilgili devlet kurumlarının dijital diplomasiyi, dijital dönüşümlerini tamamlayabilmek için bir rehber kavram olarak benimsemeleri gerekmektedir (Yücel, 2016: 748). İnternetin ortaya çıkışı, hükümet politikalarında olduğu gibi dış politikada da büyük etkiler yaratmıştır. Teknoloji, bilginin dünya genelindeki akışını kontrol ederek, dış politikanın temel aracı olan haberleşmeyi daha hızlı, daha kolay ve hemen her yere ulaşılabilir kılmıştır (Grant, 2004: 5). Bu nedenle diplomasi, iletişim biçimleri ve araçlarına uyum sağlama zorunluluğundadır. Her bireyin gittikçe daha fazla bağlantıda olduğu bir dünyada, herhangi bir bilgiyi geniş kitlelere yayma ve toplama yeteneği, devlet liderlerine yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlardan biri,

4 Araştırmanın yapıldığı tarih aralığında Twitter olarak adlandırılan sosyal medya platformu, 23 Temmuz 2023 tarihi itibarıyla X olarak yeniden markalanmıştır.

halklara yeterli bilgi sağlayarak resmi kaynaklardan gelen bilgilerin doğruluğunu teyit etmek ve yanlış bilgilerin hızla çürütülmesidir.

İnternetin diplomasi ve politika üzerindeki etkisiyle yeni aktörler sahneye çıkmış ve diplomasi hızla evrilmeye başlamıştır. Westcott'a göre, internetin diplomatların ve Dışişleri Bakanlıklarının sunduğu hizmetleri dönüştürdüğü ve etkilediği görülmektedir. Westcott, dijital diplomasiyi üç aşamada ele almaktadır. İlk aşamada, diplomatlar ve Dışişleri Bakanlıklarının sunduğu hizmetler ile iletişim yöntemlerinin dijitalleşmesi süreci yaşanmıştır. Bu dönemde diplomatlar hem kendi aralarında hem de kamu ile olan iletişimlerinde internet kullanımını artırmışlardır. Hizmetler, dijital platformlarda tanıtılmaya başlanmış ve uygulama alanı bulmuştur. Ayrıca, internetin sunduğu olanaklar sayesinde karar alma süreçleri hızlanmıştır. İkinci aşamada, dijital iletişim ağları, fikirlerin ve argümanların serbestçe dolaşıp değiş tokuş edilebildiği bir ortam sunmuştur. Bu durum, sadece diplomatlar ve devlet yetkilileri değil, dünya genelinde kamuoyunu etkilemek isteyen herkesin interneti bir bilgi kaynağı olarak kullanmasına neden olmuştur. Kamu diplomasisi açısından, her türlü fikir, politika ve argümanın dünya kamuoyuna sunulması, resmî açıklamaların bu platformlar üzerinden yayılması ve kamuoyunun dijital ortamda ikna edilmesi, internetin yeni bir iletişim aracı olarak önemini göstermiştir. Üçüncü aşama ise çevrim içi sosyal ağların Dışişleri Bakanlıkları ve elçilikler tarafından sağlanan hizmetlerde kullanılmasıdır. Ticaret ve yatırım desteği, seyahat tavsiyeleri, pasaport ve vize başvuruları gibi hizmetler artık çevrim içi olarak sunulmaktadır. Fiziksel belgeler ve varlık gerektiren işlemler ise mümkün olan her durumda minimize edilmektedir. Dijitalleşme ile ortaya çıkan sanal ağların etkin kullanımı büyük önem taşımaktadır. Dış politikayı yönlendirenler, sanal ortamdaki bilgi ağına katılarak, çevrim içi alanda bilgi ve güvenilirlik konusunda üstünlük sağlama çabası içine girmişlerdir (Westcott, 2008: 13-15).

Dijital diplomasi literatürüne bakıldığında, sosyal medya platformlarının, hükümetlerin katılım ve diyalog yoluyla olumlu bir imaj oluşturmaya yardımcı olduğu vurgulanmaktadır. Ciolek'e göre dijital diplomasi, Facebook, Twitter ve YouTube gibi platformların kamu

diplomasisi hedeflerini köklü bir şekilde değiştirmemekle birlikte, izleyicilerle etkileşimi kolaylaştıran yeni araçlar olarak kullanılmaktadır (Ciolek, 2010: 2). Twiplomacy'nin 2020 yılında yaptığı araştırma, Birleşmiş Milletler üye devletlerinin hükümet başkanları ve dışişleri bakanlarına ait 951 Twitter hesabı bulunduğunu ve bu hesapların %98'inin resmi bir varlık gösterdiğini ortaya koymaktadır (Twiplomacy, 2020). Dijital platformlar, yetkililere küresel kitlelerle doğrudan bağlantı kurma fırsatı sunmaktadır. Twitter ve Facebook, hükümetler, diplomatlar ve kurumlar arasında en çok tercih edilen sosyal ağlardır (Tomiczek, 2012: 1). Bjola ve Holmes, dijital diplomasiyi geniş bir perspektiften ele alarak, sosyal medyanın diplomatik amaçlarla kullanımını vurgulamaktadır. Onlara göre, dijital diplomasi, diplomatların bilgi yönetimi, kamu diplomasisi, strateji planlaması, uluslararası müzakereler ve kriz yönetiminde önemli bir dönüşüm sağlayabilir (Bjola ve Holmes, 2015: 4). Dijital diplomasi, genellikle kamu diplomasisinin bir biçimi olarak tanımlanır. Devletler, yabancı halklarla hızlı ve maliyet etkin bir şekilde iletişim kurmak için dijital teknolojileri ve sosyal medya platformlarını kullanır. Dijital diplomasi, geleneksel diplomasinin yerini almaz, ancak bu geleneksel yaklaşımla yeni iletişim teknolojilerini birleştirerek birlikte çalışmalarını mümkün kılar. Devletler, internet aracılığıyla dış politikalarında hem kendi vatandaşlarını hem de diğer ülkelerin vatandaşlarını etkileyebilir ve cazip bir ortam yaratabilir. Twiplomacy raporunda da belirtildiği üzere, Birleşmiş Milletler üye devletlerinin ve hükümet yetkililerinin %98'inin Twitter'da resmi bir varlığa sahip olması, Twitter'ın dijital diplomasi için önemli bir araç olduğunu göstermektedir.

Twitter, çevrim içi ağların önde gelen platformlarından biri olarak, yeni medyanın önemli bir parçası haline gelmiş ve politik iletişimde giderek daha fazla rol oynamaya başlamıştır. İnternet, mobil telefon ve bilgisayar teknolojisinin evrimiyle şekillenen medya sisteminin kritik bir bileşeni olarak görülen Twitter, gazeteciler, politikacılar ve diğer siyasi aktörler tarafından bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Teknolojik ilerlemeler sayesinde, Twitter üzerinden resim ve video paylaşımı mümkün hale gelmiştir. Ayrıca, gerçek zamanlı bir ağ sistemi içinde faaliyet gösteren Twitter, bilgi alışverişini, kullanıcılar

arasındaki bağlantıları, önemli haberlerin hızlı yayılmasını ve YouTube ile Facebook gibi daha karmaşık sitelere yönlendirme yapmayı kolaylaştırmaktadır (Lakomy, 2014: 4-5). Twitter'ın en belirgin özelliği, kısa ve öz içeriklerin hızla paylaşılabilesidir. Bu özellik, kullanıcıların takip ettikleri diğer kullanıcılar hakkında gerçek zamanlı olarak her yeni bilgiyi takip etmelerini sağlamaktadır. Bu durum, Twitter'ı önemli bir konuma getirmiş; kısa ve öz bilgiyi doğrudan kaynağından almak isteyen siyasetçilerin ve onların yakın takipçisi olan gazetecilerin işini kolaylaştırmıştır. Siyaset sahnesindeki aktörler, iç ve dış politikadaki gelişmelere hızlı tepki verebilmek için bu aracı kullanırken, gazeteciler aynı anda birçok politikacıyı takip edebilme olanağına sahip olmuştur. Twitter'ın sağladığı cevap verebilirlik özelliği, geniş kitlelere hitap eden bilgilerin kamuoyuna hızla ulaştırılması açısından önemlidir. Twitter aracılığıyla yürütülen diplomasiye bakıldığında, devlet yetkililerinin ve kurumlarının dış politika amaçları doğrultusunda açıklamalar yapmasına veya tepkiler vermesine imkân tanıdığı görülmektedir. Hem iç hem de dış politikada bir araç olarak Twitter diplomasisinin, hükümet yetkilileri tarafından neden tercih edildiğini, diplomatik ilişkiler açısından ne ifade ettiğini ve hükümetlerin bu ilişkileri nasıl yönettiğini araştırmak büyük önem taşımaktadır.

2. Sağlık Diplomasisi

Sağlık diplomasisi kavramı, Peter Bourne tarafından 1978 yılında "Tıbbi diplomasi" olarak ortaya atılmıştır. Bu kavram, sağlık sorunları üzerinden diyalog kurarak diplomatik engelleri aşmayı ve uluslararası ilişkileri geliştirmeyi hedefleyen bir yaklaşım olarak tanımlanmıştır (Bourne, 1978: 121). Bu kavramın kökenleri, devletler arası ilk organize sağlık iş birliklerine kadar uzanmaktadır. Özellikle 19. yüzyılda, bulaşıcı hastalıkların yayılmasını önlemek amacıyla düzenlenen uluslararası sağlık konferansları, sağlık diplomasisinin temellerini atmıştır. Örneğin, 1851 yılında Paris'te gerçekleştirilen ilk Uluslararası Sağlık Konferansı, kolera salgınlarının önlenmesi amacıyla düzenlenmiş olup, sağlık diplomasisinin ilk önemli örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Fidler, 2001: 56). Sağlık diplomasisi, yumuşak güç bağlamında ele alındığında, ihtiyacı olan ülkelere tıbbi tedavi sunmak amacıyla uzman personel

göndererek, insanların kalplerini ve güvenini kazanmayı amaçlamaktadır.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, "tıbbi diplomasi" kavramını genişletmiş ve politika yapıcılar ile araştırmacılar arasında "Küresel Sağlık Diplomasisi" çerçevesinde bir fikir birliğinin oluşmasına katkıda bulunmuştur (Rebecca vd., 2011: 504). Diplomasi, genellikle ülkeler arasındaki sorunların savaş yerine karşılıklı görüşmeler, müzakereler ve uzlaşmalar yoluyla çözülmesini ifade eder (Hayran, 2016: 2). Küreselleşmenin etkisiyle, küresel çevre kirliliği, iklim değişikliği ve salgın hastalıklar gibi konuların ülkeler için birer güvenlik sorunu haline gelmesi, sağlık meselelerini giderek daha önemli kılmıştır. Bu doğrultuda, ülkeler diplomatik stratejilerini mevcut sorunlar çerçevesinde şekillendirmektedir.

Küresel sağlık diplomasisi kavramı yerine sağlık diplomasisine odaklanan araştırmacılar, bu tür diplomasiinin amaçlarını, ülkelerin stratejik hedefleri doğrultusunda tanımlama eğilimindedir. Örneğin, Drager ve Fidler, sağlık diplomasisini bir ülkenin dışındaki sağlık risklerini yönetme mekanizmaları olarak tanımlamaktadır (2007: 162). Katz ve diğerleri, ABD'nin küresel sağlığa yaptığı yatırımların, ABD'ye yönelik olumlu algıları güvence altına almaya hizmet ettiğini belirtmektedir. Katz ve diğerlerinin, Vanderwagen'den aktardığına göre, sağlık diplomasisi kalpleri ve zihinleri kazanmanın bir yolu olarak görülmektedir (Katz vd., 2011: 503-523). Feldbaum ve Michaud'un belirttiği gibi, bu tür tanımlar, ülkelerin sağlık müdahalelerini ulusal çıkarları etrafında şekillendirdiğini göstermektedir (Feldbaum ve Michaud, 2010: 1-6). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) (2021), sağlık diplomasisinin önemini ve ana hedeflerini vurgulamakta; pandemiler, bulaşıcı hastalıklar ve biyoterörizmi ulusal ve küresel güvenliğe doğrudan tehdit olarak görmektedir. Sağlık, ekonomik, jeopolitik, güvenlik ve sosyal adalet gibi diğer gündemlerin yanı sıra insan hakları ve iç-dış politikalarla da entegre olarak stratejik bir öneme sahiptir. Sağlık dışındaki alanlarda, özellikle ticaret ve ekonomik kalkınmada, politikaların çevre ve sağlıkla uyumlu hale getirilmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir. Küresel düzeyde, sağlık diplomasisi, sağlıkla ilgili küresel politikaların şekillenmesi ve halk sağlığını etkileyen çeşitli aktörlerin bir araya gelmesi için önemli bir platform

oluşturmaktadır. Sağlık diplomasisinin başlıca hedefleri şunlardır:

- Sağlık güvenliği ve nüfus sağlığını koruma,
- Devletler arasındaki ilişkileri geliştirmek ve sağlık düzenlemelerinin uygulanmasında çeşitli aktörlerle iş birliği yapma,
- Yoksulluğun azaltılması ve hakkaniyetin artırılması hedeflerini destekleyen adil sonuçlar elde etme (WHO, 2021).

Sağlık diplomasisi, ülkeler arasındaki iş birliğini ve etkileşimi sağlık alanında tanımlayan önemli bir kavramdır. Türkiye'nin sağlık hizmetlerinin planlanması ve uygulanması, özellikle COVID-19 pandemisi gibi olağanüstü durumlarda stratejik bir önem taşımaktadır. Politikaların oluşturulması ve etkili uygulamaların ülkeler arasında transferi, sağlık hizmetlerinin gelişiminde kilit bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin sağlık diplomasisi, uluslararası sağlık iş birliği ve bilgi paylaşımı yoluyla küresel sağlık güvenliğine katkıda bulunmaktadır (Ak, 2023)

Sağlık diplomasisinin bu tanımları, uluslararası müzakereler, çeşitli aktörlerin varlığı ve küresel politika gibi temalar etrafında şekillenmektedir. Ayrıca, sağlık diplomasisinin disiplinler arası bir alan olduğu ortak teması ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, sağlık diplomasisinin diğer ülkelerdeki bireylerin sempati ve güvenini kazanma amacıyla bir yumuşak güç unsuru olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti COVID-19 pandemisi sürecinde bu stratejiyi etkin şekilde kullanarak hem bölgesel hem de küresel ölçekte sağlık diplomasisi yürütmüştür. Bu dönemde Türkiye'nin 150'den fazla ülkeye tıbbi malzeme, maske, solunum cihazı ve aşı desteği sağlaması sağlık diplomasisinin yumuşak güç stratejisiyle nasıl kesiştiğini gösteren önemli bir dış politika pratiği olarak değerlendirilmiştir (Ak, 2023). Özellikle Asya, Afrika ve Balkanlar'da yapılan yardımlar Türkiye'nin sağlık sisteminin prestijini artırma yönünden etkili olmuştur (Mutlu, 2023). **Örneğin, Covid-19** pandemisinin başlangıcında, Türkiye Cumhuriyeti'nin Çin'e tıbbi malzeme ve ekipman göndermesi bu duruma bir örnek olarak verilebilir. Mutlu'nun (2023) "Dijital Sağlık

Diplomasisi: Sistematik Derleme" başlıklı çalışmasında da belirtildiği üzere, e-Nabız, HES Kodu, dijital aşı kartları gibi uygulamalar iç kamuoyuna güven verirken uluslararası platformlarda Türkiye'nin dijital sağlık kapasitesinin göstergesi olmuştur. Bu dijitalleşme, kamu diplomasisi araçlarıyla birleşerek Türkiye'nin küresel sağlık sistemindeki etkinliğini ve görünürlüğünü artırmıştır.

YÖNTEM

Dünya Sağlık Örgütü, sağlık diplomasisi alanında yürütülen çalışmalara ilişkin bir dizi öneride bulunmuştur. Bu önerilerden biri, medyanın küresel sağlık diplomasisine dâhil edilerek kamu diplomasisi çabalarının bir parçası haline getirilmesi gerekliliğidir. Özellikle sosyal medya platformlarının sağlık diplomasisi çerçevesinde daha etkin bir şekilde kullanılabileceği ve dijital diplomasinin bu sürece destek sağlayabileceği vurgulanmaktadır. Bu doğrultuda, bu çalışmada dijital sağlık diplomasisi, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabı (@ChinaEmbTurkey) üzerinden yapılan paylaşımlar kullanılarak incelenmiştir. Bu incelemenin büyükelçiliğin resmi hesabı üzerinden yapılması önem arz etmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü, sağlık diplomasisi alanında yürütülen çalışmalara ilişkin bir dizi öneride bulunmuştur. Bu önerilerden biri, medyanın küresel sağlık diplomasisine dâhil edilerek kamu diplomasisi çabalarının bir parçası haline getirilmesi gerekliliğidir. Özellikle sosyal medya platformlarının sağlık diplomasisi çerçevesinde daha etkin bir şekilde kullanılabileceği ve dijital diplomasinin bu sürece destek sağlayabileceği vurgulanmaktadır. Bu doğrultuda, bu çalışmada dijital sağlık diplomasisi, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabı (@ChinaEmbTurkey) üzerinden yapılan paylaşımlar kullanılarak incelenmiştir. Bu incelemenin büyükelçiliğin resmi hesabı üzerinden yapılması önem arz etmektedir.

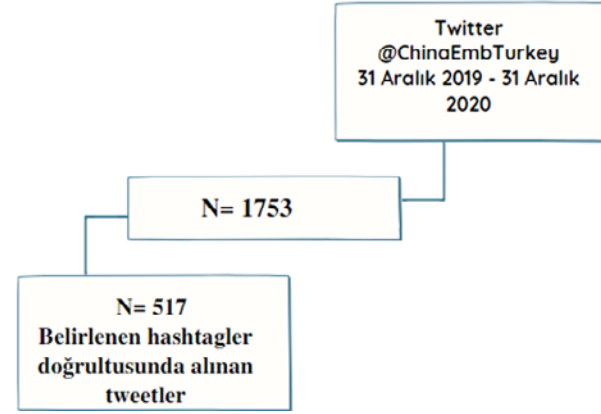
Araştırmada dijital sağlık diplomasisinin kullanımı, nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile ele alınmıştır. Cohen ve Mitra, çevrim içi mecralar üzerinde yapılan çalışmalarda elde edilen verilerin çeşitli sebeplerle kaybolabileceği veya erişilemez hale gelebileceğini belirtmektedir. İnternet ortamındaki veriler hipermetinsellik özelliği taşıdığından, içeriklerin her an kaldırılabilmesi ya da değiştirilebilmesi mümkündür (Mitra ve Cohen, 1999:

191-197). Bu nedenle, araştırmada kullanılan veriler kayıt altına alınmıştır.

Araştırmada dijital sağlık diplomasisinin kullanımı, nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile ele alınmıştır. Dijital içeriklerin doğası gereği, çevrim içi mecralarda yer alan veriler çeşitli nedenlerle zamanla erişilemez hale gelebilmektedir. Literatürde de vurgulandığı üzere, dijital platformlardaki içerikler hipermetinsellik yapıları nedeniyle sürekli olarak değişebilir, silinebilir ya da erişim kısıtlamalarına maruz kalabilir (Ayes, 2022; Kim & Lee, 2021). Bu nedenle, araştırmada kullanılan tüm çevrim içi veriler sistematik olarak arşivlenmiş ve analiz öncesi tarih damgası ile kayıt altına alınmıştır.

Nicel içerik analizine dayanan web tabanlı araştırmalarda, örneklem olarak internet siteleri ve sosyal medya profilleri (örneğin Facebook, Twitter, Instagram) seçilebilmektedir. Twitter üzerinde profil bazlı veya belirli bir konuya yönelik olarak oluşturulmuş etiketler üzerinden içerikler analiz edilebilir (Binark vd., 2018: 45). Bu sebeple, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabı üzerinden konuya uygun tweet'lerin seçilmesi amacıyla etiketler oluşturulmuş ve bu tweet'ler her ay ayrı bir Word dosyasında saklanmıştır. Ekran görüntüleri, Snipping Tool (Ekran Alıntı Aracı) yardımıyla alınmış ve kaydedilmiştir. Twitter'ın açık API'si sayesinde, güncellenmiş tweet'lerin toplanması mümkün olmuştur. Bu bağlamda, Covid-19 salgınının dünyaya duyurulduğu 31/12/2019 ile 31/12/2020 tarihleri arasındaki bir yıllık dönemde Workbench MySQL kullanılarak Çin Ankara Büyükelçiliği'nden toplam n=1753 Tweet ve Quote Tweet5 toplanmıştır. Amaçlı örnekleme dayalı olarak, belirlenen etiketler listesinde yer alan anahtar kelimeler Twitter'ın gelişmiş arama motoru aracılığıyla taranmış ve toplam 517 tweet'e ulaşılmıştır.

5 **Tweet**: Twitter platformunda kullanıcıların kendi düşüncelerini, bilgilerini, görsellerini veya videolarını paylaşarak oluşturdukları orijinal gönderi türünü ifade etmektedir. Bu gönderiler, kullanıcının takipçileri tarafından görüntülenebilmekte ve doğrudan etkileşim kurulabilmektedir. **Quote Tweet (Alıntı Tweet)**: Başka bir kullanıcının tweet'inin, üzerine yorum eklenerek yeniden paylaşılması işlemini ifade etmektedir. Alıntı tweet, orijinal tweet'in içeriğini korurken paylaşan kişinin eklediği değerlendirme veya yorumla birlikte sunulmaktadır; böylece hem orijinal içerik hem de yorum bir arada görünmekte, mesajın bağlamı genişlemektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Örneklem Şeması

Tablo 1. Araştırma Kapsamında Kullanılan Etiketler

#COVID19,	#quarantine,
#COVID19,	#karantina,
#COVID_19,	#korona,
#COVID_19,	#koronavirüs,
#Covid19,	#evdekal,
#covid19,	#EvdeKal,
#Covid_19,	#birliktebasaracagiz,
#COVID,	#BirlikteYeneceğiz,
#coronavirus,	#FightVirus,
#koronavirus,	#FightCOVID19,
#2019nCoV,	#FightagainstCoronavirus,
#Covid19out,	#Pandemic,
#EvdeHayatVar,	#koronawirus,
#EvdeKal,	#Coronavirus,

Silverman'a göre, içerik analizi, yazılı veya görsel veri setlerinin analizinde yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir.

Bu yöntemde, araştırmacı, incelenen konuya uygun kategoriler geliştirmekte ve daha sonra bu kategorilere giren görselleri, kelimeleri veya cümleleri saymaktadır. Kategori geliştiren araştırmacı, benzer çalışmaları yürüten diğer araştırmacıların da benzer sonuçlara ulaşabilmesi için kategorilerin net ve tutarlı bir şekilde oluşturulması gerektiğini vurgular (Silverman, 2001: 16-22). Bu bağlamda, çalışma süresince yanıt aranacak sorulara uygun kategoriler geliştirilmiş ve bu kategoriler Büyükelçiliğin Twitter hesabı üzerinden paylaşılan tweetler incelenerek oluşturulmuştur. Kodlama cetveli bu doğrultuda hazırlanmış ve veri analizi bu cetvel doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

Kodlama cetvelinde, Binark ve arkadaşlarının belirttiği gibi, çok seçenekli ve kapsamlı alanlar oluşturulabileceği gibi yalnızca "evet-hayır" veya "var-yok" şeklinde yanıtlar da kullanılabilir (Binark vd., 2018: 47). Bayraktutan ve arkadaşlarının Twitter üzerindeki çalışmalarını örnek vererek, tweetlerin "mention" ya da "etiket" içermesi ile ilgili bölümlerin "evet-hayır" şeklinde kodlandığı ve paylaşılan tweetlerin dilinin "Türkçe, Kürtçe, İngilizce, Ermenice, diğer" şeklinde kodlandığı belirtilmiştir. Bu yaklaşım, inceleme sürecinde kullanılan kodlama cetvelinin anlaşılabilirliğini artırmakta ve veri analizi sürecinde standart bir yapı sağlamaktadır.

Bu çalışmada, kodlama cetvelinin oluşturulmasında bu unsurlar dikkate alınmış ve istatistiksel analizler için SPSS programı kullanılmıştır. Veriler, ay bazında gönderi frekansları, yüzdeler ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Bu yöntem, verilerin sistematik bir şekilde analiz edilmesini ve sonuçların güvenilir bir biçimde yorumlanmasını sağlamaktadır.

Araştırma Soruları

İçerik analizi, görseller, belgeler, metinler veya hiper metinler gibi çeşitli materyalleri incelemeyi hedefleyen ve önceden belirlenmiş sorularla kategorilere ayırarak sistematik bir tekrarlanabilirlik sağlayan bir yöntemdir. Bryman'a göre, nicel araştırmalarda araştırma sorularının net bir şekilde belirlenmesi, hem analiz edilecek

medya türünün seçimini hem de kodlama cetvelinin oluşturulmasını yönlendirmektedir (Bryman, 2021: 291-292).

Bu çalışmada, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi çerçevesinde yanıt aranan araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir:

1. Çin Ankara Büyükelçiliği, paylaşımlarında sağlık diplomasisini bir yumuşak güç⁶ unsuru olarak kullanmakta mıdır?
2. Çin Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabındaki dijital sağlık diplomasisi paylaşımları hangi konu başlıkları altında toplanmaktadır?
3. Çin Ankara Büyükelçiliği, kamu ile iletişim kurarken hangi medya türlerini (metin, video, link, fotoğraf, afiş vb.) kullanarak görünürlük sağlamaktadır?
4. Çin Ankara Büyükelçiliği, Twitter paylaşımlarındaki linklerle kamuoyunu hangi kaynaklara (makale, yetkili kişi, haber sitesi vb.) yönlendirmektedir?
5. Çin Ankara Büyükelçiliği, Twitter üzerinden kamu ile iletişim kurarken hangi saat dilimlerini ve günleri tercih etmektedir?
6. Çin Ankara Büyükelçiliği, Twitter hesabında mention kullanarak en çok hangi aktörlere yer vermektedir?
7. Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabında kullanılan dilin yabancı dillere (İngilizce, Çince vb.) göre oranı nedir?
8. Çin Ankara Büyükelçiliği, Twitter hesabında en çok hangi konu hakkında bilgilendirme yapmaktadır?
9. Çin Ankara Büyükelçiliği, Twitter üzerinden Covid-19'a karşı bireysel veya toplumsal tedbirlerle ilgili paylaşımda bulunmuş mudur?
10. Çin Ankara Büyükelçiliği, Covid-19 hastalığıyla ilgili Twitter'da bilgilendirme yapmış mıdır?
11. Çin Ankara Büyükelçiliği, Twitter hesabında sağlık diplomasisi faaliyetlerine⁷ yönelik paylaşımlar yapıyor mu?

6 Yumuşak güç (soft power) kavramı, Soğuk Savaş sonrası dönemde Joseph Nye tarafından ortaya atılmıştır. Nye'ye göre yumuşak güç, sert güçten farklı olarak dolaylı yollarla başkalarını etkileme ve yönlendirme yeteneğidir (Nye, 2005:7).

7 Sağlık diplomasisi, küresel sağlık iş birliğini teşvik eden çeşitli faaliyetleri içermektedir. Bu kapsamda, uluslararası sağlık anlaşmaları yapılarak küresel sağlık politikaları oluşturulmakta, salgın hastalıklar ve afetler gibi kriz anlarında sağlık yardımları sağlanmaktadır. Ayrıca, aşı ve tıbbi teknoloji paylaşımı ile sağlık alanında eşit erişim desteklenirken, tıbbi eğitim ve uzman değişim programları sayesinde ülkeler arasında bilgi ve deneyim aktarımı gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra, sınır ötesi sağlık hizmetleri aracılığıyla hasta sevkleri ve sağlık turizmi gibi alanlarda iş birlikleri yürütülmektedir (Kickbusch, Silberschmidt & Buss, 2007: 230).

12. Covid-19 salgınının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin Halk Cumhuriyeti, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabı üzerinden ülke imajını nasıl oluşturmaktadır?

ARAŞTIRMA BULGULARI

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin, Covid-19 salgınının dünya kamuoyuna resmi olarak duyurulduğu 31/12/2019 ile 31/12/2020 tarihleri arasında salgına yönelik etiketlerle sınırlı Twitter paylaşımlarına içerik analizi yapılmıştır. Veriler, SPSS programı kullanılarak frekans ve ANOVA analizleri ile değerlendirilmiştir. Aşağıda, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabından dijital sağlık diplomasisi bağlamında elde edilen bulgular sunulmaktadır:

Tablo 2. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarının Türü

	Paylaşım türü nedir?				f	Total %
	Tweet		Quote Tweet			
	f	%	f	%		
Ocak	18	4,4	1	0,9	19	3,7
Şubat	136	33,4	25	22,7	161	31,7
Mart	151	37,1	52	47,3	203	39,3
Nisan	63	15,5	11	10,0	74	14,3
Mayıs	18	4,4	4	3,6	22	4,3
Haziran	5	1,2	2	1,8	7	1,4
Temmuz	9	2,2	12	10,9	21	4,1
Ağustos	6	1,5	1	0,9	7	1,4
Eylül	0	0,0	1	0,9	1	0,2
Ekim	1	0,2	1	0,9	2	0,4
Total	407	100	110	100	517	100

İlgili elçiliğin araştırmanın sınırlılığı çerçevesinde belirlenen etiketler doğrultusunda yapılan analizlerde hiç retweet yapmadığı ve bir yıllık süre zarfında Kasım ile Aralık aylarında paylaşımına rastlanılmamıştır. Bu yüzden oluşturulan tablolara yazılmamıştır. Çin Ankara Büyükelçiliği'nin aylık Twitter paylaşımlarını inceleyen bu çalışmada, gönderiler üç başlık altında kategorize

edilmiştir: Tweet, Retweet ve Alıntı Tweet (Quote Tweet). Toplamda 517 paylaşımın analiz edildiği araştırmada, Ocak ayında %4,4 (18) Tweet ve %0,9 (1) Alıntı Tweet; Şubat ayında %33,4 (136) Tweet ve %22,7 (25) Alıntı Tweet; Mart ayında %37,1 (157) Tweet ve %47,3 (52) Alıntı Tweet; Nisan ayında %15,5 (63) Tweet ve %10,0 (11) Alıntı Tweet; Mayıs ayında %4,4 (18) Tweet ve %3,6 (4) Alıntı Tweet; Haziran ayında %1,2 (5) Tweet ve %1,8 (2) Alıntı Tweet; Temmuz ayında %2,2 (9) Tweet ve %10,9 (12) Alıntı Tweet; Ağustos ayında %1,5 (6) Tweet ve %0,9 (1) Alıntı Tweet; Eylül ayında hiç Tweet paylaşımı yapılmamışken (0), %0,9 (1) Alıntı Tweet paylaşılmış; Ekim ayında ise %0,2 (1) Tweet ve %0,9 (1) Alıntı Tweet paylaşılmıştır. Genel olarak, 407 Tweet ve 110 Alıntı Tweet tespit edilmiştir. Aylar itibarıyla incelendiğinde, Mart ayında, Türkiye'de COVID-19 vakalarının görülmeye başlandığı dönemde paylaşımların yoğunlaştığı belirlenmiştir. Büyükelçiliğin Alıntı Tweet'leri genellikle Çin medyasına ve Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) Çin lehine olan açıklamalarına dayanmaktadır.

Tablo 3. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarında Kullanılan Mention Oranı

	Paylaşımında mention var mı?					f	Total %
	f	Var %	f	Yok	%		
Ocak	1	2,2	18	3,8		19	3,7
Şubat	22	47,8	139	29,5		161	31,1
Mart	15	32,6	188	39,9		203	39,3
Nisan	5	10,9	69	14,6		74	14,3
Mayıs	3	6,5	19	4,0		22	4,3
Haziran	0	0,0	7	1,5		7	1,4
Temmuz	0	0,0	21	4,5		21	4,1
Ağustos	0	0,0	7	1,5		7	1,4
Eylül	0	0,0	1	0,2		1	0,2
Ekim	0	0,0	2	0,4		2	0,4
Total	46	100	471	100		517	100

Twitter gönderilerinde, @ işaretiyle belirtilen hesaplar genellikle konuya dahil edilmesi istenen kişi veya kuruluşları ifade eder ve bu, iş birliği ve diyalog süreçlerinin gelişmesinde önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, ilgili elçiliğin mention kullanımı analiz edilmiştir ve şu sonuçlar elde edilmiştir: Mention kullanımı Ocak ayında %2,2 (1), Şubat ayında %47,8 (22), Mart ayında %32,6 (15), Nisan ayında %10,9 (5) ve Mayıs ayında %6,5 (3) olarak kaydedilmiştir; diğer aylarda ise mention kullanılmamıştır. Çin Büyükelçiliği'nin dijital sağlık diplomasisi stratejisini desteklemek amacıyla incelediği gönderilerde en sık mention yapılan hesaplar Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı, Dışişleri Bakanı, İçişleri Bakanı, Türk haber medyası ve Dünya Sağlık Örgütü'ne aittir. Bu durumun nedeni mention yapılan hesapların ortak takipçileri tarafından da görülebilmesi, böylece elçiliğin Türk vatandaşlarıyla olan etkileşimini artırmasıdır.

Çin Büyükelçiliği Ankara Twitter hesabı, dijital sağlık diplomasisi stratejisinin bir parçası olarak, COVID-19 ile ilgili gönderilerinde takipçilerine daha fazla bilgi sunmak ve onları ikna etmek amacıyla link kullanımına başvurmaktadır. Linklerin aylara göre kullanımına dair yapılan analizde şu bulgular elde edilmiştir: Ocak, Eylül ve Ekim aylarında linklere rastlanmıştır, Şubat ayında %31,6 (25), Mart ayında %40,5 (32), Nisan ayında %13,9 (11), Mayıs ayında %6,3 (5), Haziran ayında %1,3 (1), Temmuz

ayında %5,1 (4) ve Ağustos ayında %1,3 (1) oranında link paylaşımı yapılmıştır. Mart, Şubat ve Nisan ayları, en fazla link paylaşımının yapıldığı dönemler olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 4. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarındaki Link Oranı

	Paylaşımlarda link var mı?				Total	
	Var		Yok			
	f	%	f	%		
Ocak	0	0,0	19	4,3	19	3,7
Şubat	25	31,6	136	31,1	161	31,1
Mart	32	40,5	171	39,0	203	39,3
Nisan	11	13,9	63	14,4	74	14,3
Mayıs	5	6,3	17	3,9	22	4,3
Haziran	1	1,3	6	1,4	7	1,4
Temmuz	4	5,1	17	3,9	21	4,1
Ağustos	1	1,3	6	1,4	7	1,4
Eylül	0	0,0	1	0,2	1	0,2
Ekim	0	0,0	2	0,5	2	0,4
Total	79	100	438	100	517	100

Tablo 5. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarında Linklerin Yönlendirildiği Yerler

Halkı, linklerle Covid-19 ile bilgilendirme amaçlı nereye yönlendirmektedir?

	f	Makale %	Yetkili Kişi/Merci f	%	Haber Sitesi/ Basın Bülteni f	%	f	Siyasi Aktör/ Aktörler %	f	DSÖ %	f	Yönlendirme Yok %
Ocak	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	4,5
Şubat	0	0,0	1	25,0	21	28,0	1	12,5	0	0,0	138	32,6
Mart	4	80,0	0	0,0	31	41,3	4	50,0	2	100,0	162	38,3
Nisan	0	0,0	1	25,0	11	14,7	0	0,0	0	0,0	62	14,7
Mayıs	1	20,0	1	25,0	1	1,3	1	12,5	0	0,0	18	4,3
Haziran	0	0,0	1	25,0	3	4,0	0	0,0	0	0,0	3	0,7
Temmuz	0	0,0	0	0,0	7	9,3	1	12,5	0	0,0	13	3,1
Ağustos	0	0,0	0	0,0	1	1,3	0	0,0	0	0,0	6	1,4
Eylül	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Ekim	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	0	0,0	1	0,2
Total	5	100	4	100	75	100	8	100	2	100	423	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabındaki paylaşımlar incelendiğinde, halkın yönlendirildiği içerikler beş kategoriye ayrılmıştır: makaleler, yetkili kişiler/merciler, haber siteleri/basın bültenleri, siyasi aktörler ve DSÖ. Ay bazında yapılan değerlendirmelerde, linklerin en çok haber siteleri/basın bültenleri (75), ardından siyasi aktörler (8), makaleler (5), yetkili kişiler/merciler (4) ve DSÖ (2) şeklinde kullanıldığı belirlenmiştir. Mart ayında makalelere yönlendirme oranı %80, haber sitelerine %41,3, siyasi aktörlere ve DSÖ'ye %50 oranında gerçekleşmiştir. Bu veriler, Mart ayından itibaren Çin Büyükelçiliği'nin COVID-19 ile ilgili bilgilendirme ve infodemiyle mücadele kapsamında halkı çeşitli kaynaklara yönlendirdiğini göstermektedir.

Tablo 6. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarındaki Kullanılan Dillerin Oranı

Paylaşımın dili nedir?									
	f	Türkçe %	f	Çince %	f	İngilizce %	f	Türkçe-Çince %	Total
Ocak	14	2,8	3	30,0	2	18,2	0	0,0	19
Şubat	150	30,3	7	70,0	4	36,4	0	0,0	161
Mart	197	39,8	0	0,0	5	45,5	1	100,0	203
Nisan	74	14,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	74
Mayıs	22	4,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	22
Haziran	7	1,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7
Temmuz	21	4,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21
Ağustos	7	1,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7
Eylül	1	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1
Ekim	2	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2
Total	495	100,0	10	100,0	11	100,0	1	100,0	517

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter paylaşımlarının dili incelendiğinde, gönderilerin %95,7'sinin (495) Türkçe, %1,9'unun (10) Çince, %2,1'inin (11) İngilizce ve %0,2'sinin (1) Türkçe-Çince karışık olduğu belirlenmiştir. Ay bazında incelendiğinde, Türkiye'de COVID-19 vakaları görülmeye başladıktan sonra Çince ve İngilizce paylaşımların durdurulduğu ve paylaşımların yalnızca Türkçe olarak devam ettiği gözlemlenmiştir.

Tablo 7. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarının Hafta İçinin Hafta Sonuna Oranı

	Covid-19 salgınıyla ilgili paylaşımların hafta içinin hafta sonuna oranı nedir?				f	Total %
	f	Hafta içi %	f	Hafta sonu %		
Ocak	19	4,5	0	0,0	19	3,7
Şubat	120	28,7	41	41,4	161	31,1
Mart	156	37,3	47	47,5	203	39,3
Nisan	69	16,5	5	5,1	74	14,3
Mayıs	17	4,1	5	5,1	22	4,3
Haziran	6	1,4	1	1,0	7	1,4
Temmuz	21	5,0	0	0,0	21	4,1
Ağustos	7	1,7	0	0,0	7	1,4
Eylül	1	0,2	0	0,0	1	0,2
Ekim	2	0,5	0	0,0	2	0,4
Total	418	100	99	100	517	100

1378

Tablo 8. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarının Zaman Dilimi

	Elçilik Covid-19 salgınıyla ilgili hangi saat aralığında paylaşım yapmaktadır?								f	Total %
	f	00.00-05.59 %	f	06.00-11.59 %	f	12.00-17.59 %	f	18.00-23.59 %		
Ocak	0	0,0	1	0,6	15	9,9	3	3,1	19	3,7
Şubat	31	27,0	72	46,8	36	23,8	22	22,7	161	31,1
Mart	79	68,7	56	36,4	33	21,9	35	36,1	203	39,3
Nisan	4	3,5	8	5,2	32	21,2	30	30,9	74	14,3
Mayıs	1	0,9	2	1,3	16	10,6	3	3,1	22	4,3
Haziran	0	0,0	4	2,6	3	2,0	0	0,0	7	1,4
Temmuz	0	0,0	7	4,5	10	6,6	4	4,1	21	4,1
Ağustos	0	0,0	3	1,9	4	2,6	0	0,0	7	1,4
Eylül	0	0,0	0	0,0	1	0,7	0	0,0	1	0,2
Ekim	0	0,0	1	0,6	1	0,7	0	0,0	2	0,4
Total	115	100	154	100	151	100	97	100	517	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Covid-19 ile ilgili Twitter paylaşımlarının çoğunluğunun hafta içi (418), azınlığının ise hafta sonu (99) yapıldığı tespit edilmiştir. Aylar bazında incelendiğinde, hafta içi paylaşımlar en fazla Mart ayında %37,3 (156) oranında, en az ise Eylül ayında %0,2 (1) oranında yapılmıştır. Hafta onu paylaşımları ise en fazla %47,5 (47) ile Mart ayında gerçekleşmiş, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında hafta sonu paylaşımı yapılmamıştır.

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter paylaşımlarının en yoğun olduğu saat dilimi 06.00-11.59 arasındır. Aylar

bazında incelendiğinde, 00.00-05.59 arası paylaşımlar Mart ayında %68,7 (79) ile zirvedeyken, 06.00-11.59 arası paylaşımlar Şubat ayında %46,8 (72) oranında yoğunlaşmıştır. 18.00 sonrası paylaşımlar genellikle siyasi görüşmelere ayrılmıştır ve Çin Hükümeti COVID-19'a dair mesajlarını bu saat diliminde paylaşmıştır. Özellikle 19.00'dan sonra Büyükelçi Deng Li, Türk haber kanallarında yer almıştır. Sabah saatlerindeki paylaşımlar, akşam saatlerine göre daha az etkileşim almış ve bu durum Çin'in şeffaflık çabasının aslında Twitter kullanıcılarından kaçınma amacı taşıyabileceği şeklinde yorumlanmıştır.

Tablo 9. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarındaki Multimedya Sıklığı

	Covid-19'a yönelik olarak paylaşımlarda hangi multimedya içeriği ne sıklıkla kullanılmaktadır?					
	Metin		Görsel		Metin ve Görsel	
	f	%	f	%	f	%
Ocak	14	7,4	0	0,0	5	1,5
Şubat	73	38,6	2	66,7	86	26,5
Mart	52	27,5	0	0,0	151	46,5
Nisan	22	11,6	0	0,0	52	16,0
Mayıs	11	5,8	0	0,0	11	3,4
Haziran	2	1,1	0	0,0	5	1,5
Temmuz	12	6,3	1	33,3	8	2,5
Ağustos	1	0,5	0	0,0	6	1,8
Eylül	1	0,5	0	0,0	0	0,0
Ekim	1	0,5	0	0,0	1	0,3

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin salgınla ilgili Twitter paylaşımları, metin, görsel ve metin/görsel kombinasyonları olarak incelenmiştir. Bir yıl içinde paylaşımların %36,56'sı (189) yalnızca metin, %0,58'i (3) yalnızca görsel, %62,86'sı (325) ise metin ve görsel birlikte kullanılarak yapılmıştır. Metin paylaşımları en çok Şubat %38,6 (73) ve Mart %27 (52) aylarında yoğunlaşmıştır. Yalnızca görsel içeren paylaşımlar nadirdir ve en çok Şubat %66,7 (2) ayında görülmüştür. Metin ve görselin birlikte kullanıldığı paylaşımlar, özellikle Mart %46,5 (151) ve Şubat %26,5 (86) aylarında en yüksek orana ulaşmış ve bu paylaşımlar en fazla etkileşim almıştır.

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin 31.12.2019-31.12.2020 tarihleri arasındaki paylaşımları dört ana kategoriye ayrılmıştır: bilgilendirme/açıklama, mizah, teşekkür ve ümit etmek. Bu paylaşımların %87,4'ü (450) bilgilendirme/açıklama ko-

nusunu içermektedir ve bu, salgın döneminde dijital sağlık diplomasisi oluşturmak için en çok tercih edilen içerik türüdür. Aylık dağılımda, bilgilendirme/açıklama paylaşımları en yoğun olarak Mart %39,3 (177) ve Şubat %30,0 (135) aylarında yapılmıştır.

Mizah içerikli paylaşımlar ise sadece %0,39 (2) oranında olup, Şubat ve Mart aylarında birer tane yapılmıştır.

Teşekkür içerikli paylaşımlar %2,13 (11) oranında olup, en çok Mart ayında %45,5 (5) görülmüştür. Ümit etmek konulu paylaşımlar %10,44 (54) oranında olup, en fazla Mart %42,6 (23) ve Şubat %37 (20) aylarında yapılmıştır. Ocak, Haziran, Eylül ve Ekim aylarında bu konularda paylaşım yapılmamıştır. Genel olarak, bilgilendirme/açıklama içerikleri en yaygın olan paylaşımlardır ve bu paylaşımların büyük çoğunluğu COVID-19 vaka sayılarına odaklanmaktadır.

Tablo 10. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarının Konusu

Paylaşımın konusu nedir?								
	f	Bilgilendirme /Açıklama %	f	Mizah %	f	Teşekkür %	Ümit f	Etmek %
Ocak	18	4,0	0	0,0	1	9,1	0	0,0
Şubat	135	30,0	1	50,0	5	45,5	20	37,0
Mart	177	39,3	1	50,0	2	18,2	23	42,6
Nisan	64	14,2	0	0,0	2	18,2	8	14,8
Mayıs	21	4,7	0	0,0	0	0,0	1	1,9
Haziran	7	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Temmuz	20	4,4	0	0,0	0	0,0	1	1,9
Ağustos	5	1,1	0	0,0	1	9,1	1	1,9
Eylül	1	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ekim	2	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	450	100	2	100	11	100	54	100

Tablo 11. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarının İçeriği

	Elçilik en çok ne hakkında paylaşım yapmaktadır?											
	Vaka Sayısı /Karantina f %	Aşı-İlaç f %	Farkındalık f %	İnfodemi ile Mücadele f %	İşbirliği f %	Diğer f %						
Ocak	4	1,5	0	0,0	5	7,4	0	0,0	6	5,6	4	20,0
Şubat	116	42,8	2	6,7	14	20,6	5	25,0	17	15,7	7	35,0
Mart	114	42,1	8	26,7	25	36,8	8	40,0	43	39,8	5	25,0
Nisan	22	8,1	8	26,7	15	22,1	3	15,0	24	22,2	2	10,0
Mayıs	4	1,5	6	20,0	1	1,5	2	10,0	9	8,3	0	0,0
Haziran	3	1,1	2	6,7	0	0,0	1	5,0	0	0,0	1	5,0
Temmuz	6	2,2	3	10,0	5	7,4	1	5,0	5	4,6	1	5,0
Ağustos	1	0,4	1	3,3	1	1,5	0	0,0	4	3,7	0	0,0
Eylül	0	0,0	0	0,0	1	1,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ekim	1	0,4	0	0,0	1	1,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	271	100	30	100	68	100	20	100	108	100	20	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin koronavirüsle ilgili Twitter paylaşımları, dijital sağlık diplomasisinin nasıl oluşturulduğuna dair ipuçları sunmaktadır. Paylaşımlar, "vaka sayısı/karantina", "aşı/ilaç", "farkındalık", "infodemi ile mücadele" ve "iş birliği" olmak üzere beş kategoriye ayrılmıştır. Genel dağılım şu şekildedir: vaka sayısı/karantina %41,97 (271), iş birliği %20,89 (108), farkındalık %13,15 (68), aşı/ilaç %5,80 (30) ve infodemi ile mücadele %3,87 (20). Vaka sayısı/karantina içerikleri en yoğun olarak Şubat %42,8 (116) ve Mart %42,1 (114) aylarında paylaşılmıştır. Aşı/ilaç ile ilgili paylaşımlar Mart ve Nisan aylarında %26,7 (8) oranında, farkındalık paylaşımları ise Mart %36,8 (25) ve Nisan %22,1 (15) aylarında en yüksek seviyelerdedir. Infodemi ile mücadele kapsamında paylaşımlar Mart %40 (8) ayında yoğunlaşmıştır. İş birliği üzerine yapılan paylaşımlar Mart %39,8 (43) ve Nisan %22,2 (24) aylarında zirve yapmış, Temmuz, Eylül ve Ekim aylarında bu konuda paylaşım yapılmamıştır.

Tablo 12. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarının Sağlık Diplomasisi Kapsamındaki Faaliyetleri

Sağlık diplomasisi kapsamında gerçekleştirdiği hangi faaliyetlerine yönelik bilgi var?

	Fiziki ve Beşeri Kapasite Geliştirme		İnsani, koruyucu, önleyici ve tedavi edici ekipman desteği		Sağlık personeli temini		Sistem Transferi		Hiçbiri	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Ocak	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	4,1
Şubat	0	0,0	4	13,8	2	20,0	0	0,0	155	33,7
Mart	9	64,3	15	51,7	6	60,0	2	50,0	171	37,2
Nisan	2	14,3	1	3,4	0	0,0	0	0,0	71	15,4
Mayıs	3	21,4	1	3,4	0	0,0	2	50,0	16	3,5
Haziran	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	1,5
Temmuz	0	0,0	5	17,2	1	10,0	0	0,0	15	3,3
Ağustos	0	0,0	3	10,3	1	10,0	0	0,0	3	0,7
Eylül	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Ekim	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Total	14	100	29	100	10	100	4	100	460	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin dijital sağlık diplomasisi faaliyetleri dört kategori altında toplanmıştır. En çok paylaşılan konu insani, koruyucu, önleyici ve tedavi edici ekipman desteğidir. Bu kategori %5,61 oranında (29) yer almıştır. Bunu %2,71 ile (14) fiziki kapasite geliştirme, %1,93 ile (10) beşerî kapasite geliştirme ve %0,77 ile (4) sistem transferi izlemektedir. Mart ayında insani ve ekipman desteği paylaşımları en yüksek orana ulaşmıştır ve bu paylaşımlar, büyük ölçüde bu ayda yapılmıştır. Aynı zamanda fiziki kapasite geliştirme ve beşerî kapasite geliştirme paylaşımlarının çoğunluğu da yine Mart ayında gerçekleşmiştir. Çin Ankara Büyükelçiliği, dijital sağlık diplomasisi çerçevesinde en fazla insani ve koruyucu ekipman desteği üzerine yoğunlaşmıştır.

Tablo 13. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarında Bireysel ya da Toplumsal Tedbirler

Paylaşımlarda Covid-19 salgınına azaltmaya yönelik bireysel ya da toplumsal tedbirler/tedbir örnekleri var mı?				
	Var		Yok	
	f	%	f	%
Ocak	8	5,8	11	2,9
Şubat	15	10,8	146	38,6
Mart	70	50,4	133	35,2
Nisan	15	10,8	59	15,6
Mayıs	8	5,8	14	3,7
Haziran	1	0,7	6	1,6
Temmuz	13	9,4	8	2,1
Ağustos	7	5,0	0	0,0
Eylül	1	0,7	0	0,0
Ekim	1	0,7	1	0,3
Total	139	100	378	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabında Covid-19 salgınına yönelik bireysel veya toplumsal tedbirleri içeren paylaşımlar %26,89 (139) oranında yer almıştır. Aylık olarak incelendiğinde, bu paylaşımlar en çok Mart ayında %50,4 (70) oranında yapılmıştır. Diğer aylarda ise Şubat %10,8 (15), Nisan %10,8 (15) ve Temmuz %9,4 (13) oranında tedbirlerle ilgili paylaşımlar öne çıkmaktadır. Mart 2020, Türkiye'de koronavirüs vakalarının artmaya başladığı dönemde, Büyükelçilik tarafından tedbirlere en fazla vurgu yapılan ay olmuştur.

Tablo 14. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarında Covid Salgınına Yönelik İş Birliği İçerikli Paylaşımlar

Salgına için iş birliği yapılmasına yönelik paylaşım var mı?				
	Var		Yok	
	f	%	f	%
Ocak	7	4,2	12	3,4
Şubat	20	11,9	141	40,4
Mart	71	42,3	132	37,8
Nisan	38	22,6	36	10,3
Mayıs	12	7,1	10	2,9
Haziran	3	1,8	4	1,1
Temmuz	12	7,1	9	2,6
Ağustos	5	3,0	2	0,6
Eylül	0	0,0	1	0,3
Ekim	0	0,0	2	0,6
Total	168	100	349	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabında, salgına yönelik iş birliği çağrısı içeren paylaşımlar tüm gönderilerin %32,5'ini (168) oluşturmaktadır. Aylık değerlendirmelerde, bu paylaşımlar en çok Mart ayında %42,3 (71) oranında yapılmıştır. Diğer aylarda ise Nisan %22,6 (38), Şubat %11,9 (20) ve Mayıs ile Temmuz aylarında %7,1 (12) oranında iş birliği paylaşımları öne çıkmıştır. Eylül ve Ekim aylarında bu tür paylaşımlara rastlanmamıştır. Bu verilere göre, Çin Ankara Büyükelçiliği en yoğun şekilde Mart ayında iş birliği konusunu gündeme getirmiştir.

Tablo 15. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarında Sağlık Diplomasisi Aktörlerinin Oranı

	Paylaşımlarda en çok sağlık diplomasisi aktörlerinden hangilerine yer verilmiştir?					
	Resmi Statüye Aktörler Sahip		Sivil Aktörler		Hiçbiri	
	f	%	f	%	f	%
Ocak	11	11,8	0	0,0	8	2,1
Şubat	20	21,5	8	22,2	133	34,2
Mart	33	35,5	14	40,0	156	40,1
Nisan	14	15,1	4	11,4	56	14,4
Mayıs	7	7,5	2	5,7	13	3,3
Haziran	3	3,2	0	0,0	4	1,0
Temmuz	4	4,3	6	17,1	11	2,8
Ağustos	0	0,0	0	0,0	7	1,8
Eylül	0	0,0	1	2,9	0	0,0
Ekim	1	1,1	0	0,0	1	0,3
Total	93	100	35	100	389	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin paylaşımlarında en çok yer verilen aktörler, dijital sağlık diplomasisi stratejisi kapsamında resmi statüye sahip olanlardır. Bu aktörler, tüm paylaşımların %17,99'unu (93) oluşturmaktadır. Sivil aktörlere yer verilen paylaşımlar ise %6,77 (35) oranındadır. Resmi aktörlerle ilgili paylaşımlar en çok Mart %35,5 (33) ve Şubat %21,5 (20) aylarında yapılmıştır. Sivil aktörler ise en fazla Mart %40,0 (14) ve Şubat %22,2 (8) aylarında öne çıkmıştır. Ocak, Haziran ve Ekim aylarında sivil aktörlerle ilgili paylaşım yapılmamıştır. Veriler, resmi ve sivil aktörlerin en fazla Mart ayında paylaşımlara dahil edildiğini göstermektedir.

Tablo 16. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarında Türk, Çin ve Diğer Haber Medyalarının Dağılımı

	Paylaşımlarda hangi haber sitelerine yer verilmektedir?							
	Türk Haber Medyası		Çin Haber Medyası		Diğer Haber Medyaları		Hiçbiri	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Ocak	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	5,4
Şubat	4	16,7	34	25,4	2	22,2	121	34,6
Mart	10	41,7	60	44,8	4	44,4	129	36,9
Nisan	8	33,3	17	12,7	2	22,2	47	13,4
Mayıs	0	0,0	2	1,5	0	0,0	20	5,7
Haziran	0	0,0	4	3,0	0	0,0	3	0,9
Temmuz	1	4,2	15	11,2	1	11,1	4	1,1
Ağustos	0	0,0	1	0,7	0	0,0	6	1,7
Eylül	0	0,0	1	0,7	0	0,0	0	0,0
Ekim	1	4,2	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Total	24	100	134	100	9	100	350	100

Çin Ankara Büyükelçiliği, Covid-19 salgınına yönelik Twitter paylaşımlarında en çok Çin haber medyasına %25,92 (134), Türk haber medyasına %4,64 (24) ve diğer haber medyalarına %1,74 (9) oranında yer vermiştir. Ay bazında incelendiğinde, Türk haber medyasına en çok Mart, Nisan ve Şubat aylarında; Çin haber medyasına ise en fazla Mart, Şubat ve Nisan aylarında yer verilmiştir. Genel olarak, Büyükelçilik paylaşımlarında en çok kendi medya kanallarını öne çıkarmıştır.

Tablo 17. Çin Ankara Büyükelçiliği Twitter Paylaşımlarındaki Covid-19 Salgının İçeriğiyle İlgili Bilgi Paylaşım Oranı

	Elçiliğin paylaşımlarında Covid-19 hastalığının içeriğiyle ilgili bilgi var mı?			
	Evet		Hayır	
	f	%	f	%
Ocak	0	0,0	19	4,0
Şubat	4	11,1	157	32,6
Mart	18	50,0	185	38,5
Nisan	11	30,6	63	13,1
Mayıs	2	5,6	20	4,2
Haziran	0	0,0	7	1,5
Temmuz	1	2,8	20	4,2
Ağustos	0	0,0	7	1,5
Eylül	0	0,0	1	0,2
Ekim	0	0,0	2	0,4
Total	36	100	481	100

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabında Covid-19 hastalık içeriğiyle ilgili bilgi paylaşımı oldukça sınırlı kalmıştır. Verilere göre, paylaşımların %6,96'sı (36) bilgi içerirken, %93,4'ü (481) bu konuda herhangi bir bilgi içermemektedir. Bilgi verilen paylaşımlar, en çok Mart, Nisan, Şubat, Mayıs ve Temmuz aylarında yapılmıştır. Bu durum, Büyükelçiliğin genel olarak hastalık içeriği hakkında bilgi paylaşmadığını göstermektedir.

SONUÇ

Dijital sağlık diplomasisi, küreselleşen dünyada artan sağlık tehditlerine karşı dijital teknolojilerin diplomatik süreçlere entegrasyonunu ifade eden bir kavramdır. Bu kavram, kamu diplomasisinin bir alt türü olan sağlık diplomasisinin dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmesini kapsar. Özellikle salgın gibi küresel sağlık krizlerinde, dijital sağlık diplomasisi bilgi paylaşımını hızlandırma, iş birliklerini güçlendirme ve toplumları bilinçlendirme açısından kritik bir rol oynamaktadır. Dijital sağlık diplomasisinin

temel amacı, dijital araçlar ve sosyal medya platformları aracılığıyla küresel sağlık sorunlarına yönelik farkındalık yaratmak, politikaları şekillendirmek ve uluslararası iş birliğini teşvik etmektir. Bu süreç, hükümetler, uluslararası organizasyonlar ve sağlık otoriteleri tarafından dijital platformlar aracılığıyla sağlıkla ilgili bilgilerin geniş kitlelere ulaştırılmasını ve bu kitlelerle çift yönlü bir iletişim kurulmasını sağlar. Böylece hem politika yapıcılar hem de halk sağlık alanındaki gelişmeler hakkında bilgilendirilir ve gerekli önlemleri alabilmek için harekete geçebilir. Dijital sağlık diplomasisi, sağlık politikalarının küresel çapta yayılması ve anlaşılması açısından olduğu kadar, kriz dönemlerinde hızlı ve etkili iletişim sağlanması açısından da önemlidir. Özellikle salgın sırasında, dijital sağlık diplomasisi hastalık hakkında doğru bilgilerin hızlı bir şekilde yayılmasını, tedavi yöntemlerinin ve önleyici tedbirlerin paylaşılmasını sağlar. Bu, yanlış bilgilerin yayılmasını engelleyerek toplumların daha bilinçli hareket etmesini sağlamaktadır.

Çalışmada, Çin Ankara Büyükelçiliği'nin COVID-19 salgını süresince dijital sağlık diplomasisini nasıl uyguladığı detaylı bir şekilde incelenmiştir. Analiz, büyükelçiliğin salgın dönemindeki Twitter paylaşımlarının bilgilendirme ve açıklama odaklı olduğunu, özellikle Mart 2020'de Türkiye'de salgının yayılmaya başlamasıyla bu paylaşımların yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Bulgular, Çin'in dijital sağlık diplomasisini kullanarak Türk halkına yönelik sağlıkla ilgili bilgilendirme, iş birliği mesajları ve uluslararası imaj oluşturma çabalarını etkin bir şekilde yürüttüğünü göstermektedir.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, büyükelçiliğin paylaşımlarında genellikle resmi aktörlerle etkileşimde bulunması ve dijital diplomasi araçlarını kullanarak halkla doğrudan iletişim kurmaya çalışmasıdır. Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter üzerinden yürüttüğü dijital sağlık diplomasisi, kriz anlarında uluslararası iş birliğini güçlendirme ve kamuoyunu doğru bilgilendirme açısından kritik bir rol oynamıştır.

Çin Ankara Büyükelçiliği'nin resmi Twitter hesabı üzerinden yapılan paylaşımların analizi sonucunda aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

Mart 2020'de Türkiye'de COVID-19 vakalarının

görülmeye başlamasıyla Çin Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter üzerinden yaptığı paylaşımlar önemli bir artış göstermiştir. Büyükelçilik, bu dönemde yoğun bir şekilde paylaşımda bulunmuş, ancak retweet yapmayarak Çin'e ait medya ve Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) içeriklerini alıntı tweet olarak kullanmayı tercih etmiştir. Bu strateji, büyükelçiliğin mesajlarını doğrudan kendi kaynaklarından iletme ve bilgi akışını kontrol etme çabasını yansıtmaktadır. Gönderilerde mention kullanım oranı düşük olmasına karşın, kullanılan mentionlar Türkiye'deki sağlık, dışişleri ve içişleri bakanlıkları, Türk medyası ve DSÖ ile iletişime yöneliktir. Bu durum, büyükelçiliğin sağlık diplomasisi çerçevesinde yetkili mercilerle doğrudan ilişki kurma ve iş birliği sağlama stratejisini gösterirken, mention kullanımının sınırlı olması, etkileşimlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasını kısıtlamaktadır. Paylaşımların çoğunun Türkçe yapılması, ancak yönlendirmelerin genellikle Çin haber medyasına olması, hedef kitleyle etkili bir dijital sağlık diplomasisi kurma açısından stratejik bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Türkçe içerik üretimi ve yerel medya ile daha güçlü bir etkileşim sağlanması, büyükelçiliğin mesajlarının etkisini artırabilir ve daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayabilirdi. Sosyal medya paylaşımlarının hafta içi 06:00-17:59 saatleri arasında yoğunlaşması, büyükelçiliğin iş günleri ve mesai saatleri içinde aktif olmayı tercih ettiğini gösterirken, akşam saatlerinde yapılan paylaşımlar daha çok siyasi içerikli ve yumuşak güç oluşturma amaçlıdır. Vaka sayılarıyla ilgili bilgilendirme paylaşımlarının sosyal medya kullanıcılarının en az aktif olduğu saatlerde yapılması, bu tür içeriklerin geniş kitlelere ulaşma potansiyelini sınırlayabilir. Metin ve görsel unsurların birlikte kullanıldığı bilgilendirme, vaka sayıları ve iş birliği konularına yoğunlaşan paylaşımlar, görsel materyallerin bilgiyi daha etkili bir şekilde iletme ve halkın dikkatini çekme potansiyelini artırmaktadır. Sağlık diplomasisi çerçevesinde insani yardım, koruyucu ve tedavi edici ekipman desteğiyle ilgili paylaşımlar ise olumlu bir imaj oluşturma ve Çin'in yardımlarını görünür kılma amacı taşımaktadır. Mart 2020'den itibaren bireysel ve toplumsal tedbirlere dair paylaşımların artması, sağlık diplomasisi stratejisi kapsamında büyükelçiliğin en çok

resmi aktörlerle etkileşimde bulunduğunu ortaya koymakta; bu durum, sağlık krizlerinin yönetiminde proaktif bir yaklaşımı ve uluslararası sağlık iş birliğine dair kararlılığı yansıtmaktadır.

Dijital sağlık diplomasisi, sağlıkla ilgili küresel krizlerin yönetiminde dijital araçların sağladığı avantajları ve olanakları en üst düzeyde değerlendiren yeni bir diplomasi biçimidir. Bu kavram hem devletler hem de uluslararası organizasyonlar için, sağlık konularında daha hızlı, etkili ve geniş kitlelere ulaşan diplomatik süreçlerin geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Dijital sağlık diplomasisi, bilgilendirme ve iş birliği süreçlerinde dijital platformların sunduğu geniş erişim ve anlık etkileşim imkânlarından faydalanarak, kamuoyunu bilinçlendirme ve uluslararası iş birliğini güçlendirme açısından kritik bir rol oynamaktadır. Dijital sağlık diplomasisinin sunduğu bu avantajlar, geleneksel diplomasi yaklaşımlarının sınırlamalarını aşarak, sağlık krizleri gibi acil durumlarda daha hızlı ve etkili çözümler üretme kapasitesini artırmaktadır. Özellikle COVID-19 gibi küresel sağlık krizlerinde, dijital sağlık diplomasisi bilgi akışını hızlandırmakta, uluslararası yardımlaşmayı teşvik etmekte ve toplumları sağlıkla ilgili konularda bilgilendirmekte önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, dijital sağlık diplomasisinin etkinliği, bilgi teknolojilerinin ve sosyal medya platformlarının geniş kapsamlı kullanımına dayanmakta ve böylece devletler ve uluslararası organizasyonlar arasında daha etkili ve dinamik bir diplomatik etkileşim imkânı sunmaktadır. Bu süreç, sağlıkla ilgili bilgilerin ve stratejilerin daha hızlı yayılmasını, doğru bilgilerin toplumlara ulaşmasını ve yanlış bilgilendirmelerin önlenmesini sağlamaktadır. Dijital sağlık diplomasisi, küresel sağlık sorunlarıyla başa çıkma stratejilerinin modernleşmesine ve uluslararası sağlık iş birliğinin güçlendirilmesine katkıda bulunarak giderek daha önemli bir diplomatik araç haline gelmektedir. Bu yönüyle hem kriz durumlarında hem de olağan zamanlarda, dijital sağlık diplomasisinin sağlık iletişimi ve uluslararası ilişkiler üzerindeki etkisi, gelecekteki diplomatik uygulamalarda dikkate alınması gereken önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKLAR

- AidData. (2023). *Mapping China's COVID-19 aid footprint*. William & Mary Global Research Institute. <https://www.aiddata.org/publications/mapping-chinas-covid-19-aid-footprint>
- Ak, S. (2023). Türkiye’de kamu sağlık politikasında COVID-19 süreci ve sağlık diplomasisi rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 49(1), 130–147.
- Ayres, D. (2022). Digital research ethics in public health: Managing data volatility. *Journal of Digital Health Research*, 8(3), 145–159.
- Binark, M. (2018). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*. Ayrıntı Yayınları.
- Bjola, C., & Holmes, M. (Eds.). (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.
- Bourne, P. G. (1978). A partnership for international health care. *Public Health Reports*, 93(2), 114–123.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford University Press.
- Chan, L. H., Chen, L., & Xu, J. (2010). China’s engagement with global health diplomacy: Was SARS a watershed? *PLOS Medicine*, 7(4), e1000266. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000266>
- Ciolek, M. (2010). *Understanding social media’s contribution to public diplomacy*. USC Center on Public Diplomacy at the Annenberg School. <https://www.uscpublicdiplomacy.org/research/understanding-social-medias-contribution-public-diplomacy>
- Defining health diplomacy: Changing demands in the era of globalization. (2011). *The Milbank Quarterly*, 89(3), 503–523. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2011.00656.x>
- Falk, D. (2021). Digital diplomacy in pandemic times: Reputational strategy and soft power. *Journal of International Communication*, 27(2), 187–203. <https://doi.org/10.1080/13216597.2021.1903052>
- Feldbaum, H., & Michaud, J. (2010). Health diplomacy and the enduring relevance of foreign policy interests. *PLOS Medicine*, 7(4), e1000273. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000273>
- Fidler, D. P. (2001). The globalization of public health: The first 100 years of international health diplomacy. *Bulletin of the World Health Organization*, 79(9), 842–849. [https://www.who.int/bulletin/archives/79\(9\)842.pdf](https://www.who.int/bulletin/archives/79(9)842.pdf)
- Garcia, B. L., & Islam, S. (2022). Vaccine diplomacy or geopolitics? China’s COVID-19 vaccine donations and global influence. *Global Affairs*, 8(3), 245–263. <https://doi.org/10.1080/23340460.2022.2045397>
- Godinho, M. A., Martins, H., Al-Shorbaji, N., Quintana, Y., & Liaw, S. T. (2022). “Digital health diplomacy” in global digital health? A call for critique and discourse. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 29(5), 1019–1024. <https://doi.org/10.1093/jamia/ocab282>
- Grant, R. (2004). *The democratisation of diplomacy: Negotiating with the internet* (Research Report No. 5). Oxford Internet Institute.
- Hayran, O. (2016). *Küresel sağlık sorunları ve sağlık diplomasisi*. İstanbul Medipol Üniversitesi Tıp Fakültesi, 1–4.
- Hocking, B., & Melissen, J. (2015). *Diplomacy in the digital age*. Clingendael Netherlands Institute of International Relations.
- Huang, Y. (2020). China’s mask diplomacy. *Council on Foreign Relations*. <https://www.cfr.org/blog/chinas-mask-diplomacy>
- Huang, Y. (2021). The politics of vaccine diplomacy in the pandemic era. *Survival*, 63(3), 141–156. <https://doi.org/10.1080/00396338.2021.1915984>
- Katz, R., Kornblat, S., Arnold, G., Lief, E., & Fischer, J. E. (2011). Defining health diplomacy: Changing demands in the era of globalization. *The Milbank Quarterly*, 89(3), 503–523. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2011.00656.x>
- Kickbusch, I., Silberschmidt, G., & Buss, P. (2007). Global health diplomacy: The need for new perspectives, strategic approaches, and skills in global health. *Bulletin of the World Health Organization*, 85(3), 230–232.
- Kim, S., & Lee, H. (2021). Ephemerality of online data and implications for digital content analysis. *New Media & Society*, 23(6), 1189–1204. <https://doi.org/10.1177/1461444820912541>
- Lakomy, M. (2014). Tweets on top: Responsive policy. *Studia Medioznawcze / Media Studies*, 2(57). <https://doi.org/10.5117/2014.057.lako>
- Mutlu, H. (2023). Dijital sağlık diplomasisi: Sistemik derleme, küresel sağlık diplomasisi ve Türkiye. *Akademik Hassasiyetler*, 10(2), 142–164.
- Nye, J. S., Jr. (2019). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının anahtarı* (R. İ. Aydın, Çev.). BB101 Yayıncılık.
- Kim, S., & Lee, H. (2021). Ephemerality of online data and implications for digital content analysis. *New Media & Society*, 23(6), 1189–1204. <https://doi.org/10.1177/1461444820912541>
- Silverman, D. (2011). *Interpreting qualitative data* (4th ed.). SAGE.
- Song, W., & Zhou, L. (2023). Public trust and vaccine nationa-

lism: China's vaccine diplomacy in the Global South. *Asian Journal of Comparative Politics*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/20578911231145725>

Tomiczek, M. (2012). About communication in social media: An analysis of the Polish Presidency Facebook profile from a perspective of social communication theory. *Journal of Education Culture and Society*, 3(1), 47–60. <https://doi.org/10.15503/jecs20121-47-60>

Twiplomacy Study. (2018). *Twiplomacy*. <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>

Westcott, N. (2008). *Digital diplomacy: The impact of the internet on international relations* (Research Report No. 16). Oxford Internet Institute. <https://www.oii.ox.ac.uk/archive/downloads/publications/Westcott2008.pdf>

World Health Organization (WHO). (2020). The WHO's available statistics show that over 45% of WHO member states have fewer than 1,000 physicians per 1,000 population. *Global Health Observatory (GHO) data*. https://www.who.int/gho/health_workforce/physicians_density/en/

Yücel, G. (2016). Dijital diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2), 748–760.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmacılar bu çalışmanın tümüne eşit katkıda bulunmuştur. Araştırmacılar herhangi bir çıkar çatışması bildirtmemiştir.