

## Covid-19'a Karşı Bilinçlenmede Sosyal Medyanın Rolü: Twitter Örneği

Selver MERTOĞLU

selveryazar3660@hotmail.com

Orcid: 0000-0002-1189-675X

### ÖZ

Dünya tarihi boyunca birçok salgın ve veba örneklerine rastlanılmaktadır. Arkeolojik kazılarda toplu halde ölen ve gömülen insanlara ulaşılması tarihten çok önce de pandemik vakaların yaşandığını göstermektedir. Ancak dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda salgınlara karşı mücadelede topluluğun bilinçlenmesini sağlayacak araçlar kısıtlı olmuştur. 21. Yüzyılın dijitalleşen dünyasında ise pandemiyle ilgili bilgi ve veriler anında tüm dünyaya yayılmaktadır. COVID-19 hastalığına neden olan SARS-CoV-2 virüsü 2019 yılında Çin’de görüldükten sonra 2020’de pandemi ilan edilmiş çok kısa sürede hastalıkla ilgili verilerle birlikte önlemler de tüm dünyayla paylaşılmıştır. Özellikle yeni medyanın sağlamış olduğu imkânlarla birlikte salgını yaşayanlar tecrübelerini paylaşırken salgını propaganda malzemesine dönüştürenler de görülmektedir. Sosyal medyanın etkileşimsel yapısıyla birlikte zaman ve uzam kavramlarını anlamsız kılması pandemiye dair içeriklerin yayılmasını da kolaylaştırmıştır. Bunu göstermek için bu çalışmada Twitter’da yer alan aşı karşıtı söylemler ile aşırı destekleyen içeriklerle birlikte bilgilendirici hashtaglar saptanarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Sosyal Medya, Pandemi, Salgın, Twitter.

**Atıf Bilgisi:** Mertoğlu, S. (2021). Covid-19’a Karşı Bilinçlenmede Sosyal Medyanın Rolü: Twitter Örneği, *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 2021, 3(2), 113-129.

**Sorumlu Yazar:** Selver MERTOĞLU, selveryazar3660@hotmail.com

## Research Article

**The Role of Social Media in Awareness Against Covid 19: Twitter Example****Selver MERTOĞLU**

selveryazar3660@hotmail.com

Orcid: 0000-0002-1189-675X

**ABSTRACT**

Many examples of epidemics and plague have been found throughout the history of the world. Reaching out to the people who died and were buried en masse in archaeological excavations suggests that there were pandemic cases long before history. However, in view of the circumstances of the period, there have been limited tools for community awareness in the fight against outbreaks. 21. In the digitalizing world of the century, information and data about the pandemic are instantly spread around the world. After the SARS-CoV-2 virus, which causes COVID-19 disease, was seen in China in 2019, a pandemic was declared in 2020 and data on the disease and the measures taken were shared with the relevant authorities in a very short time whole world. Especially with the opportunities provided by the new media, those who experienced the epidemic shared their experiences and turned the epidemic into propaganda material. Along with the interactive structure of social media, making time and space notions meaningless made it easier to spread pandemic content. To illustrate this, this study examined the method of content analysis by identifying informative hashtags along with anti-vaccine rhetoric on Twitter and content that supports vaccination.

**Key Words:** Covid-19, Social Media, Pandemic, Epidemic, Twitter

**Citation:** Mertoglu, Y. (2021). The Role of Social Media in Awareness Against Covid 19: Twitter Example, *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 2021, 3(2), 113-129.

**First Author:** Selver MERTOĞLU, selveryazar3660@hotmail.com

## GİRİŞ

Salgınlar ortaya çıktığı bölgede sağlıktan ayrı olarak toplumsal, sosyal ve ekonomik boyutta derin izler bırakmaktadır. Toplum yapısının tekrar şekillenmesine neden olan epidemik veya pandemik özelliğe sahip salgınlar fizyolojik ve psikolojik olarak birçok probleme neden olmuştur. Tarihsel açıdan insanlık tarihi kadar eski olan salgın hastalıklardan 2019 yılının son günlerinde ortaya çıkan ve 2020 yılında tüm dünyaya yayılarak pandemi ilan edilen Covid-19, milyonlarca insanın ölümüne neden olmuş ve hâlâ daha olmaya da devam etmektedir. Virüsün ilk görüldüğü günlerde hastalıkla ilgili yetersiz bilgi olduğundan durumun vahametini anlam veremeyen insanlar kısa süre içerisinde yetkililerden ve dünyanın dört bir yanında bulunan insanlardan gerekli enformasyon ihtiyacını karşılamıştır. Bu ihtiyaçlarını karşılarken özellikle sosyal medyadan yararlanmışlardır.

Bu çalışmada Covid-19 salgının pandemi olarak ilan edilmesinden sonra, insanların hastalıkla ilgili belirsizlikleri gidermek için sosyal medyaya yöneldikleri gösterilmeye çalışılmıştır. Sosyal medya kullanıcısı, web 2.0 teknolojisinin sağlamış olduğu etkileşim özelliği sayesinde içerik üretimine de katılmaktadır. Araştırma için seçilen Twitter'da 8 Ekim 2021 tarihi ile 15 Ekim 2021 tarihleri arasında Türkiye bazında yer alan hastaglardan Covid-19 hakkında bilgi içerenler, aşı karşıtı ve aşığı destekleyen gönderiler saptanarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sadece bir haftalık zaman diliminde kullanılan hashtaglar vasıtasıyla sosyal medya kullanıcısı kendi görüşlerini paylaşarak diğer kullanıcıları da etkisi altına almaya çalışmıştır.

## 1. COVID-19 PANDEMİSİ VE DÜNYAYA YAYILMA SÜRECİ

Çin'in Vuhan şehrinde 2019 yılının sonlarında görülen bir çeşit zatürre hastalığının 5 Ocak 2020 tarihinde isimlendirilmesiyle tüm dünyanın tanıdığı Coronavirüs ilk olarak 2019-nCoV şeklinde nitelendirilmiştir. Farklı isimlendirme çabalarının sonucunda daha basit ifadeyle bu virüs Covid-19 olarak tanıtılmıştır. Covid-19, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 12 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak ilan edilmiştir. Pandemi, bir hastalığın herhangi bir toplumda beklenenden daha fazla sayıda görülmesi durumu olan epideminin ülkeyi veya dünyayı etkilemesi durumudur (Aslan, 2020, s. 36). Küresel çapta yayılarak tüm insanlığı tehdit eden pandemik hastalıklara eski çağlardan beri rastlanılmıştır. Tarihsel izleri sürüldüğünde insanlık sayısız salgınla mücadele etmiştir. Yayılarak milyonlarca kişinin ölümüne neden olan tarihteki en büyük salgınlardan biri kara ölüm ya da kara veba olarak adlandırılan vebadır. 1346 - 1353 yılları arasında yaşanan kara ölüm 200 milyona yakın insanın hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Bu salgın sonucu Avrupa nüfusunun üçte biri yok olmuştur (Artvinli, 2020, s. 45). 1817 yılında Japonya'da görülen Kolera salgını da toplu ölümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Günümüzde hâlâ daha Kolera olarak adlandırılan virüse rastlanılmaktadır.

Bir başka hastalık İspanyol gribi de dünya nüfusunu etkileyen H1N1 virüsünün ölümcül bir alt türüdür (Aslan, 2020, s. 37). Bunların dışında çiçek hastalığı, hong kong gribi, kuş gribi ve domuz gribi gibi geniş bir alanı etkisi altına alarak insanlığı tehdit eden salgınlardan bir kaçıdır. Covid-19 da küresel ölçekte yayılarak dünya nüfusunu etkileyen en güncel salgındır. Hastalığın yayılma yeteneği çok hızlı olduğundan kısa sürede hasta ve ölüm sayısı artmıştır. 14 Ekim 2021 tarihi itibarıyla dünyada 219 milyon vaka sayısı görülmüştür. 4,55 milyon kişi ise covid-19 salgını nedeniyle hayatını kaybetmiştir. Mutasyona uğrayabilen bu virüs, temas yoluyla bulaşarak kişiden kişiye yayılmaktadır. Ölüm ve vaka sayısı arttıkça hayatın her alanını etkileyen Covid-19'a karşı ülkeler önlemler almıştır. Özellikle farklı ülkelerde sokağa çıkma yasağı ilan edilerek virüsün yayılma hızı düşürülmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte herkesin uyması gereken belli başlı kurallar yayınlanarak maske takma zorunluluğu getirilmiştir. Virüsle birlikte ülkelere giriş çıkışlar kontrol altına alınırken herkes daha fazla gözetlenir hale gelmiştir.

Türkiye'de ilk vaka 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür. Aynı tarihte Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından pandemi ilan edilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2020). T.C. Sağlık Bakanlığının verilerine göre Türkiye'de 14 Ekim 2021 tarihi itibarıyla toplam 7 milyon 182 bin 943 Covid-19 vakası görülmüştür. Bunların içerisinde 64 bin 264'ü ise vefat etmiştir.

**Resim 1:**Türkiye Covid-19 Tablosu



Geçmişte olduğu gibi aşılama yöntemiyle kontrol altına alınmaya çalışılan Covid-19 salgını nedeniyle Türkiye'de Bilim Kurulu oluşturularak alınması gereken önlemler ve tedavi yöntemleri belirlenmiştir. Toplumun bilgilendirmek adına yapılan kamu spotları ve farklı etkinliklerle farkındalık oluşturulmuştur. Türkiye de olduğu gibi dünya çapında da farklı kurallar ve önlemler alınarak pandemi yönetimi sağlanmıştır. Ancak tarih boyunca yaşanan pandemik salgınların fizyolojik olduğu gibi psikolojik ve sosyolojik bo-

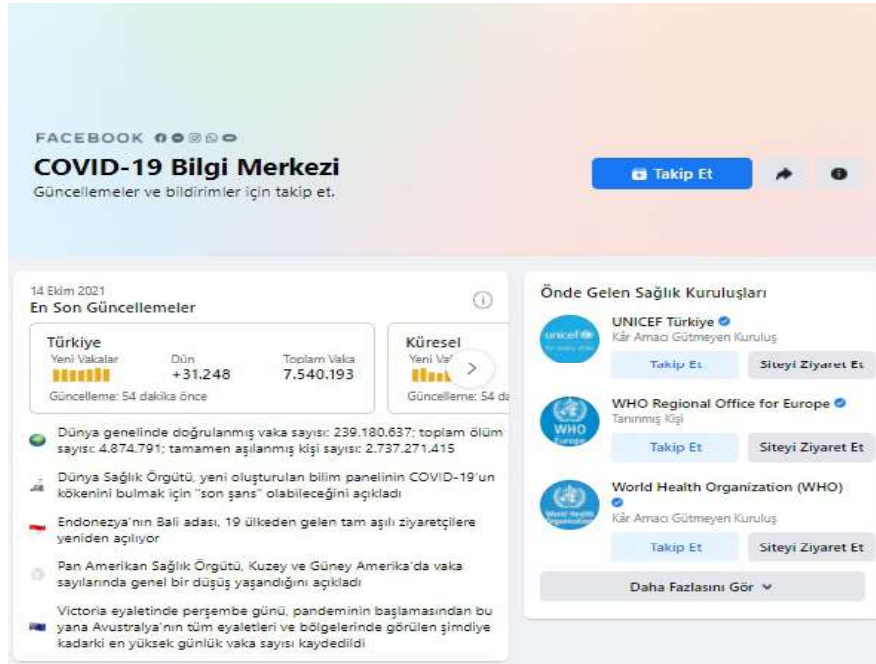
yutta da etkileri olduğu görülmektedir. İnsanların yalnızlaşarak içe kapanmasıyla birlikte salgınlar insanlar arası ilişkileri, toplumsal gruplar arasındaki ilişkiyi, yönetenlerle yönetilenler arasındaki ilişkiyi derinden etkilemiştir (Artvinli, 2020, s. 46).

## 2. COVID-19'A YÖNELİK BİLİNÇ OLUŞTURMADA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Sosyal medya, World Wide Web'in gelişim aşamalarından web 2.0'in gelişimiyle birlikte kullanılmaya başlanmıştır. Etkileşimi, bağlantısallığı, grup oluşturabilmeyi, açıklığı ve katılımı sağlayan sosyal medyanın aynı zamanda zaman ve uzam kavramlarını da anlamsızlaştırdığı görülmektedir. Dünya nüfusunun yüzde 55,1'i sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır (Kemp, 2021). Her geçen gün kullanıcı sayısını artıran sosyal medya mecralarının ilk örneği 1978 yılında Christesen ve Suess'in BBS isimli programıdır (Sanlav, 2014, s. 21). Daha sonra sırasıyla ortaya çıkan sosyal ağların günümüzde en çok tercih edilenleri Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram, Tiktok, Twitter, Pinterest ve Snapchat gibi uygulamalardır.

Simon Kemp'in dijital Nisan 2021 raporuna göre insanlar sosyal medyayı "arkadaşlar ve aileyle iletişim halinde kalmak, zaman harcamak, haberleri takip etmek, eğlence için, ne hakkında konuşulduğunu görmek, diğerleriyle fikirleri paylaşmak ve tartışmak ve bunun gibi birçok nedenden dolayı kullanmaktadırlar. Özellikle koronavirüs'ün pandemi olarak ilan edilmesiyle birlikte neredeyse dünyayı etkisi altına almaya başlaması ve vaka sayısının artmasıyla birlikte sosyal medya kullanımını artmıştır. Hızlı bir şekilde bulaşma gücüne sahip olan virüs nedeniyle insanlar kendilerini izole etmiştir. Sokağa çıkma yasağı ile birlikte sosyal medyada geçirilen vakit de artmıştır. Covid-19 ile ilgili en son verilere ve kurul toplantılarının sonuçlarına ulaşmak için anındalığı sağlayan sosyal medya uygulamalarının virüsle ilgili bilgilendirme sayfalarına da arayüzlerinde yer vermesi dikkat çekmektedir. Örneğin, en çok kullanılan sosyal medya platformlarından Facebook'ta covid-19 bilgi merkezi sayfası oluşturularak tüm Facebook kullanıcılarının istediği an tek bir sekmeden salgınla ilgili bilgi edinmesi sağlanmıştır.

**Resim 2:** Facebook Covid-19 Bilgi Merkezi (Facebook Arayüzü)



Facebook'ta Covid-19 bilgi merkezinde virüsle ilgili en güncel veri ve bilgilerin yanı sıra aşı ve aşılınmayı destekleyen içerikler de mevcuttur. Twitter'da Türkiye'de Covid-19 ile ilgili güncel gelişmelerin yer aldığı sayfa bulunmaktadır. Bu sayfa Türk resmi makamları ve medya kuruluşlarının koronavirüsle ilgili güncellemelerini içermektedir. Facebook'ta olduğu gibi Twitter'da da aşığı destekleyen paylaşımlar bulunmaktadır. Kullandığı sosyal medya platformları vasıtasıyla pandemi ile ilgili gönderilere kolaylıkla ulaşabilen kullanıcı konuyla ilgili içerik üretimini de gerçekleştirebilmektedir.

**Resim 3:** Twitter Covid-19 Bilgilendirme Sayfası (Twitter Arayüzü)



Bir konuyu belirleyip ayrıştırmak için kullanılan hashtaglar'da da birçok Covid-19 ile ilgili paylaşım yer almaktadır. Bu paylaşımlar virüsler ilgili bilgileri ve görüşleri içerebildiği gibi kurulların aldıkları kararlara yönelik değerlendirme ve eleştirileri de kapsamaktadır. Ayrıca koronavirüse karşı geliştirilen aşılar karşı çıkanların ya da aşıları destekleyenlerin hashtagları da sosyal medya platformlarında yerini almaktadır. Bu çalışmada da sosyal medya mecralarından Twitter'da 3 farklı kategori oluşturularak Covid-19'la ilgili hashtaglar incelenmiştir. Aşı karşıtı hashtaglar, aşığı destekleyen ve virüsle ilgili bilgi veren hashtaglar olarak üç farklı gruba ayrılarak çalışmanın amacına ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada örneklem olarak seçilen Twitter, Jack Dorsey ve Biz Stone'nin basit durum güncellemelerinin kısa mesajla iletilmesini sağlayan sistemi oluşturmasıyla ortaya çıkmıştır (Stone, 2014, s. 51). 2006 yılında kullanıma sunulan Twitter'ın arayüzüne farklı özellikler eklenerek kullanıcı sayısı her geçen gün artmıştır. Sohbet etmek ve iletişim kurarak bağlantıda kalmak için kullanılan Twitter'daki iletişim üç başlık altında toplanarak açıklanmaktadır Bu iletişim biçimleri şöyledir (Bruns ve Moe, 2014, s. 16-19):

1.Mezo: Takipçi-Takip ilişkisine dayanmaktadır. Twitter kullanıcısı kendisini takip edenlerin izlediğini bilerek paylaşım yapmaktadır.

2.Makro: Hashtaglenmiş yazışmaları içermektedir. # sembolü ile üretilen etiketler kolay erişimi sağlamaktadır. Böylelikle yapılan paylaşımlar kategorilendirilmektedir.

3.Mikro: Mikro katmanda @Reply sohbetler yer almaktadır. @mention ile herhangi bir tweet ve yoruma başka bir kullanıcının adı eklenmektedir.

Kurulduğu yıllar tweet paylaşımını 140 karakterle sınırlı tutan Twitter, bu özelliğiyle insanların dikkatini çekmişti. Diğer sosyalmedya mecralarıyla kıyaslandığında

kullanıcı sayısı bakımından 16. sırada yer almaktadır. Üç farklı iletişim biçimiyle birlikte Covid-19 salgınında aktif olarak kullanılan Twitter kullanıcılarını bilgilendirdiği gibi yapılan paylaşımlarla salgın propaganda malzemesine dönüştürülmüştür.

### 3.YÖNTEM

İnsanın topluluk halinde yaşamaya başladığı çağlardan beri salgınların izine rastlanılmaktadır. Ancak hiçbir dönemde topluluklar 21. yüzyılda olduğu gibi salgınla ilgili enformasyonla karşılaşmamıştır. Postmodern dönemde yaşanan Covid-19 adlı salgını diğerlerinden ayıran en önemli özellik de dijital çağda yaşanmış olmasıdır. Geleneksel medyaya ek olarak sosyal medya ve internet sitelerinin sağlamış olduğu ortam sayesinde virüsle ilgili en son bilgiler anında dünyanın her yerine yayılabilmektedir. Bu mecralardan biri olarak sosyal medya da virüsle ilgili bilgiler, en son vaka sayıları ve aşığı destekleyenlerle birlikte aşı karşıtı görüşlerin yer aldığı ağ ortamıdır. Sosyal medyanın etkileşimsel yapısıyla birlikte zaman ve uzam kavramlarını anlamsız kılması pandemiye dair içeriklerin yayılmasını kolaylaştırmıştır. Bunu göstermek için bu çalışmada örneklem olarak Twitter'da 8 Ekim ile 15 Ekim 2021 tarihleri arasında Türkiye bazında yer alan hastaglardan Covid-19 hakkında bilgi içerenler, aşı karşıtı ve aşığı destekleyen gönderiler belirlenerek içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Hashtaglara ulaşmak için MAXQDA adlı analiz programı kullanılmıştır. Ayrıca bu hastaglarda yer alan söylemlerden birkaçı örneklerle gösterilmiştir.

İçerik analizi türlerinden Frekans analizi çalışma için uygun görülmüştür. Frekans analizi kısaca birimlerin görülme sıklığını ortaya koymaya yaramaktadır. Çalışmada Frekans analizi için belirlenen çözümleme birimi: Aşı karşıtı söylemler, covid-19 hakkında bilgilendirici söylemler ve aşığı destekleyen söylemler, dilsel birimler; aşı, aşı karşıtı, aşıol, covid-19, korona, dilsel olmayan birimler: belirlenen kategorilere uygun hashtagların görülme sıklığıdır.



#### 4. BULGULAR VE YORUM

Tablo 1: Covid-19'la İlgili Belirlenen Kategorilere Uygun Twitter Hashtagları

Kategoriler	Hashtaglar	Toplam
Aşı Karşıtı Hashtaglar	#selalarokunuyor,#AşıMaşıOlmıycam,#aşıdeğilbiyolojiksilah,#aşıyahayır,#aşımadurları,#aşıveprcdurdurulsun,#aşıkarşıtlığı,#aşıkarşıtları,#sahtesalgın,#uyanbekardeşim,#aşıolma,#prcaşıyokistemiyoruz,#fahrettinkocaistifa,#aşıolmayacağım,#aşımaşı,#boğaziçikapılarınıaç,#boğaziçidireniyor,#plandemi,#kalpiltihabı,#denekdeğilbebek,#aşıolmayanlar,#aşıkaygısı,#protestoediyorum,#sizeoyumyok,#fahrettinkocayargılansın,#kahrettinkoca,#covidoyuncuları#aşıdeğilserikatil,#zorunluaşıyahayır,#uyanınmillet,#aşıveprcdayatması,#boğaziçiaşıveprckaldır,#aşınınyanetkileri	34
Aşırı Destekleyen Hashtaglar	#aşı,#salgınyönet,#yerliaşı,#aşısertifikası,#birliktebaşaracağız,#aşıhayatkurttırır,#aşıol,#sinovac,#aşılanma,#covidası-sı,#aşıhakkında,#aşınıolgüvendeol,#aşıkampanyası,#aşılama,#aşıenbüyükgücümüz,#hayatınseninelinde,#aşıdadoğrular,#önlemalaşıolmaviizmiriçinumutol,#covid-19aşısı,#aşıseferberliği	20
Covid-19'la İlgili Bilgi Verici Hashtaglar	#covid19,#pandemi,#fahrettinkoca,#sağlık,#gündem,#turkovac,#sağlıkbakanlığı,#kovid19,#coronavirüs,#vakasayısı,#günlükvaka,#ölümsayısı,#yenisalgın,#maske,#mesafe,#korona,#covid,#salgın,#dünyasağlıkmerkezi,#bilimkurulu,#kabinetoplantısı,#covidasılama,#epidemi,#yenidünyadüzeni,#vakatablosu,#covid19,#covidyanetki,#hayatevesiğar	28

8 Ekim 2021 ile 15 Ekim 2021 tarihleri arasında Türkiye bazında yer alan hastaglardan Covid-19 hakkında bilgi içeren gönderilerin incelendiği Twitter'da, salgınla ilgili tüm bilgiler yer almaktadır. Koronavirüs'ün ortaya çıktığı ilk zamanlardan başlayarak her gün artarak devam eden sosyal medya kullanımı, bu süreçte bilgi edinmeye yardımcı olduğu gibi propaganda aracına da dönüşerek farklı söylemlerin oluşumuna aracılık etmektedir. Pandemi döneminde sosyal medyanın rolünü ortaya çıkarmaya çalışan bu çalışma için 3 farklı kategori oluşturulmuştur. *Aşı Karşıtı Hashtaglar*, *Aşırı Destekleyen Hashtaglar* ve

Covid-19'la İlgili Bilgi Verici Hashtaglar olarak 3 farklı kategoride yer alan hashtaglara ulaşmak için MAXQDA adlı analiz programı kullanılmıştır. Ulaşılan Hashtaglar'den 34'ü Aşı Karşıtı Hashtaglardır. Twitter kullanıcıları aşı karşıtı paylaşımlarda bulunarak covid-19 hastalığı için geliştirilen aşılar a güvenmediklerini belirtmişlerdir. Ancak bu kategoride yer alan gönderilerin bir kısmında aşının propaganda aracına dönüştüğü görülmektedir.

**Resim 4:** Twitter'da aşı karşıtı hashtaglara örnek (#AşıMaşıOlmycam,#AşıDeğilBiyolojikSilah)



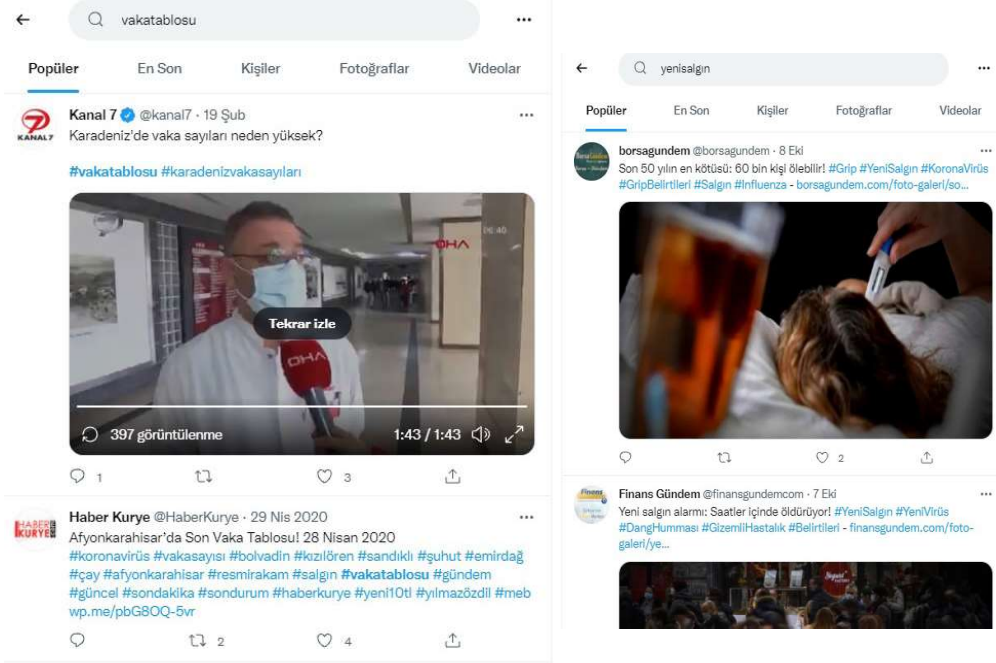
Aşığı Destekleyen Hashtag'lar kategorisinde ise 20 farklı hashtaga ulaşılmıştır. Bu kategoride yer alan paylaşımlar aşı karşıtı olan hashtaglardan farklı olarak covid-19 virüsü için geliştirilen aşıları destekleyerek diğer kullanıcıları da aşı olmaları için teşvik etmektedir. Örneğin #aşınıolgüvendeol hashtaginde yer alan gönderilerin aşı olmayanları teşvik etmeye çalıştığı görülmektedir. Aşı olmanın topluma karşı bir sorumluluk olduğunu vurgulayan paylaşımlarında yer aldığı sosyal medya ortamında herkes düşüncesini kolaylıkla dile getirmektedir.

**Resim 5:** Twitter'da aşığı destekleyen hashtag'lara örnek (#AşınıOlGüvendeOl)



*Covid-19'la İlgili Bilgi Verici Hashtaglar* kategorisinde 28 farklı hashtage rastlanmıştır. Covid-19'la ilgili üretilen bu içeriklerde hastalığın neden olduğu ölüm ve hasta sayısı ile birlikte aşı olanların yüzdeleri verilmektedir. Ayrıca toplam verilerle birlikte günlük virüse yakalanan hasta sayısına da bu hashtaglar de karşılaşılmaktadır. Virüsle ilgili bilgilendirici paylaşımların yer aldığı Twitter'da kabine toplantıları sonrası alınan kararlar da yetkililer tarafından açıklanmıştır. Örneğin #hayatevesiğar, #fahrettinkoca veya #vakatablosu gibi hashtagların covi-19 hakkında Twitter kullanıcılarını bilgilendirici paylaşımlar içerdiği görülmektedir.

**Resim 6:** Twitter'da Covid-19'la İlgili Bilgilendirici Hashtaglara Örnek, (#vakatablosu)



Sonuç olarak COVID-19 hastalığına neden olan SARS-CoV-2 virüsü nedeniyle özellikle 2020'de pandemi ilan edilmesi insanların hastalıkla ilgili bilgilenme ihtiyacını doğurmuştur. Sosyal medya da etkileşimle birlikte anındalığı sayesinde virüsle ilgili her türlü bilginin kolaylıkla dolaştığı mecra olarak faaliyet göstermektedir. Ancak kimi zaman bilgilenme ve bilgilendirme ihtiyacına eleştirel düşünce de eşlik etmektedir. Bu nedenle araştırmanın yürütüldüğü Twitter'da aşı karşıtı söylemlerin üretilerek kimi zaman propaganda konusuna dönüştüğü görülmektedir. Aşı karşıtı söylemlerle birlikte aşırı destekleyen gönderiler de mevcuttur. Ancak aşı karşıtı hashtaglar diğer 2 kategoriye göre daha fazladır. Twitter arayüzünde bulunan Covid-19 bilgilendirme sayfasıyla birlikte sağladığı ortam sayesinde geçmiş salgınlardan farklı olarak hastalıkla ilgili bilinç oluşumuna yardımcı olmaktadır.

## SONUÇ

İnsanlık tarihi boyunca belirli zamanlarda ortaya çıkan bulaşıcı hastalıklar toplu ölümlere, sağlık sorunlarına ve toplumsal olarak belirli problemlere neden olmuştur. Pandemi olarak ilan edilen hastalıklar ilk ortaya çıktıklarında tanımlanması, korunma yollarının araştırılması, ilaç, aşı ve tedavi planlamasının yapılması belli bir zaman almaktadır. Bu süreç içerisinde ise insanlar hastalıkla ilgili endişelerini gidermeye çalışmaktadır. Hastalığın ne olduğu, kökeni, nasıl bulaştığı ve nasıl korunmak gerektiğine dair soru işaretlerine sahip olanlar bilgi edinmeye çalışmıştır. Ancak hiçbir salgında bugün olduğu gibi pandemiye neden olan hastalık hakkında üretilen enformasyona erişim kolay olmamıştır. Dijitalleşerek dünyayı küresel bir köye dönüştüren internet sayesinde herkes istediği an en son verilere, ilaçlarla ilgili bilgiye, virüsün bulaştığı insanların tecrübelerine ulaşabilmektedir. Sağlık iletişiminin dijital ortamda gerçekleşmesiyle bilgi daha geniş alana yayılmaktadır. Sağlık iletişimi ise insanların, sağlıkla ilgili bilgileri yerleştirerek yine sağlıkla ilgili davranışların geliştirmesini sağlamaktadır. İnsanlar, kurdukları iletişimde tutum ve davranışlarında değişiklikler yapmaktadır (Yıldız ve Mırçık, 2021, s. 290).

Covid-19 olarak adlandırılan virüs hakkındaki bilgiler, özellikle sosyal medya mecralarında yer almaktadır. Bu çalışmada da Covid-19 salgınında sosyal medyanın rolünü ortaya çıkartan hashtagler gösterilmeye çalışılmıştır. 3 farklı kategori oluşturularak 1 haftalık zaman zarfı içerisinde kullanılan hashtagler incelendiğinde 34 farklı Aşı Karşıtı Hashtag'e rastlanılmıştır. Bu hashtaglerin içeriğine bakıldığında Covid-19 için geliştirilen aşuların güvenilirliği sorgulanarak eleştirilmektedir. Kimi paylaşımlar video ve fotoğraflarla örneklendirilerek diğer kullanıcılar da etkilenmeye çalışılmıştır. Yapılan paylaşımlarda bulunan yorum ve beğeniler de aşı karşıtı paylaşımların diğer kişileri de etkilediğini göstermektedir. Aşıyı Destekleyen Hashtagler ise 20 tanedir. Bu hashtag türünde de aşıyı olumsuz yorumlar bulunmaktadır. Ayrıca hashtaglerin kullanıldığı gönderilerde toplumu aşı olmaya teşvik edici söylemler yer almaktadır. Son olarak 28 farklı Covid-19'la İlgili Bilgi Verici Hashtag'e ulaşılmıştır. Virüsle ilgili verilerin, bilgilerin veya haberlerin yer aldığı hashtagler bu kategoride yer almaktadır. Sonuç olarak en çok kullanıcıya sahip sosyal medya mecralarından Twitter üzerinde yapılan araştırmaya göre, kullanıcılar Covid-19'la ilgili her türlü içeriğe erişebildiği gibi kendileri de içerik üretmek düşüncelerini ve eleştirilerini paylaşmaktadır. Böylelikle sıtma, kolera, çiçek hastalığı, verem, kuş gribi, tifo gibi birçok salgınla kıyaslandığında dijitalleşen çağda bilgiye erişim kolaylaşmıştır.

## KAYNAKÇA

Aslan, R. (2020). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve covid-19. *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi* , 35-41.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2020, Temmuz 2). *Pandemi*. T.C. Sağlık Bakanlığı, Covid-19 Bilgilendirme Formu: <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66494/pandemi.html> adresinden alındı

Artvinli, F. (2020). *Salgıların Tarihi:Toplumsal Ve Siyasal Açından Kısa Bir Bakış*. Türk Tabipler Birliği. Erişim Tarihi: 10.10.2021, [chrome-extension://oemmnndcbldboiebfnladdacbdm/adadm/https://www.ttb.org.tr/kutuphane/covid19-rapor\\_6.pdf](chrome-extension://oemmnndcbldboiebfnladdacbdm/adadm/https://www.ttb.org.tr/kutuphane/covid19-rapor_6.pdf) adresinden alındı

Bruns, A., ve Moe, H. (2014). Structural Layers Of Communication On Twitter. A. B. (Eds.) K. Weller: *Twitter and Society* (15-29). New York: Peter Lang Publishing.

Facebook Arayüzü, COVID-19 Bilgi Merkezi, Erişim Tarihi: 15.10.2021, [https://www.facebook.com/coronavirus\\_info/?page\\_source=bookmark&hoisted\\_module\\_types\[0\]=update&hoisted\\_module\\_types\[1\]=vaccine\\_finder&hoisted\\_module\\_types\[2\]=vaccine\\_tracker&hoisted\\_module\\_types\[3\]=latest\\_news](https://www.facebook.com/coronavirus_info/?page_source=bookmark&hoisted_module_types[0]=update&hoisted_module_types[1]=vaccine_finder&hoisted_module_types[2]=vaccine_tracker&hoisted_module_types[3]=latest_news)

Kemp, S. (2021, April 21). Digital 2021 April Global Statshot Report, Erişim Tarihi: 10.10.2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot> adresinden alındı.

Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal Medya Savaşları*. İstanbul: Hayat Yayınları.

Stone, B. (2014). *Küçük mavi kuş dedi ki, twitter'ın yaratıcısından itiraflar*. İstanbul: Doğan Egmont Yayınevi.

Twitter Arayüzü, Twitter Covid-19 Bilgilendirme Sayfası, Erişim Tarihi: 15.10.2021, <https://twitter.com/i/events/1243513072792113152> adresinden alındı.

Yıldız İ. ve Mırçık A. M., (2021), *Covid-19 Salgını Sürecinde Twitter 'de Kamu Spotlarının Kullanımı: Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Paylaştığı Kamu Spotlarının Göstergibilimsel Analizi, Covid 19 Sürecinde İletişim Ve Medya Çalışmaları (Ed: M. Yılmaz, H. Çiftçi, M. Doğan)*, İksad Yayınevi: Ankara

#AşılMaşılOlmıycam, Twitter, Erişim Tarihi: 15.10.2021, [https://twitter.com/search?q=%23a%C5%9F%C4%B1ma%C5%9F%C4%B1olm%C4%B1ycam&src=typed\\_query&f=live](https://twitter.com/search?q=%23a%C5%9F%C4%B1ma%C5%9F%C4%B1olm%C4%B1ycam&src=typed_query&f=live) adresinden alındı.

#AsıDeğilBiyolojikSilah, Twitter, Erişim Tarihi: 15.10.2021, [https://twitter.com/hashtag/As%C4%B1De%C4%9FilBiyolojikSilah?src=hashtag\\_click](https://twitter.com/hashtag/As%C4%B1De%C4%9FilBiyolojikSilah?src=hashtag_click) adresinden alındı.

#AsınıOlGüvendeOl, Twitter, Erişim Tarihi: 15.10.2021, [https://twitter.com/search?q=a%-C5%9F%C4%B1n%C4%B1olg%C3%BCvendeol&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=a%-C5%9F%C4%B1n%C4%B1olg%C3%BCvendeol&src=typed_query&f=top) adresinden alındı.

#vakatablosu, Twitter, Erişim Tarihi: 15.10.2021, [https://twitter.com/search?q=%23vakatablosu&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=%23vakatablosu&src=typed_query&f=top) adresinden alındı.

#yenisalgın, Twitter, Erişim Tarihi: 15.10.2021, [https://twitter.com/search?q=%23yenisalg%C4%B1n&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=%23yenisalg%C4%B1n&src=typed_query&f=top) adresinden alındı.

### EXTENDED ABSTRACT

The history of epidemics and pandemics shows that there is a wide spectrum of infectious diseases dating back to prehistoric times. Such diseases lead to mass deaths and health problems and they cause problems not only physiologically but also psychologically and socially. The plague that deeply affects and changes people's lives has been called COVID-19, the epidemic of the postmodern era. The SARS-CoV-2 virus causing COVID-19 was first diagnosed in China in 2019, and a pandemic was announced in 2020. Within a very short period of time, the data and measures related to the disease were shared with the world. Some people have shared their experiences and transformed the epidemic into propaganda material, especially with the new media. The interactive nature of social media combined with the fact that it makes time and space meaningless has made it easier for the pandemic to spread its content.

Awareness has been raised through public service ads and different events aimed at informing the public. Pandemic management has been ensured by different rules and measures taken in Turkey as well as worldwide. In this study, we have attempted to demonstrate that after the COVID-19 pandemic was announced, people turned to social media to eliminate the uncertainties about the disease. The social media user also participates in content creation, thanks to the interactivity provided by web 2.0 technology. Twitter was selected for the study. The patients who were admitted on a Turkish basis between October 8, 2021 and October 15, 2021, those who reported COVID-19 were analyzed by content analysis after the detection of the anti-vaccine and the recommendations supporting the vaccine. The social media users tried to influence other users by sharing their views through hashtags that were used only within a week. In no pandemic has access to the information produced on the disease that causes the pandemic been easy. Digitalizing into a global village, the internet enables everyone to access the latest data, information on medicines and experiences of the people infected by the virus.

People have isolated themselves due to the virus that has the ability to transmit quickly. With the curfew, the time spent on social media has increased. It is striking that the social media applications that provide the pinna in order to access the latest COVID-19 data and the results of the board meetings also feature the information pages on the virus on their interfaces. For example, the covid-19 information center page was created on Facebook, one of the most widely used social media platforms, to enable all Facebook users to obtain information about the epidemic from a single tab at any time. On Twitter, the latest developments in COVID-19 are reported in Turkey. This page contains updates on the coronavirus by the Turkish public authorities and media. There are posts that support the vaccine on Twitter, as on Facebook. The user can easily access pandemic-related posts through its social media platforms, and produce relevant content.



This study also tried to display the hashtags that revealed the role of social media in the COVID-19 pandemic. When we examined the hashtags used in the one-week time period by creating three different categories, we observed 34 different Anti-Vaccine Hashtags. The content of these hashtags criticize the reliability of vaccines developed for COVID-19 by questioning. Some posts were sampled with videos and photos, and other users were tried to be influenced. Comments and likes in the posts also show that the posts shared against the vaccine affect other people as well. The Hashtags that support the vaccine are 20. This type of hashtag also includes vaccination positive comments. In addition, hashtags are used in posts that encourage vaccination in society. Finally, Informative Hashtags regarding 28 different COVID-19 sites have been obtained. This category includes all hashtags that contain information, information and news about the virus. In conclusion, according to the research conducted on Twitter, one of the social media channels with the highest number of users, users have access to all the content related to Covid-19 and share their thoughts and criticisms by producing content themselves. This facilitated access to information in the digitalized era compared to many outbreaks such as the malaria, cholera, smallpox, tuberculosis, bird flu and typhoid.