



Kovid-19 Virüs Hastalığı ile İlgili Sağlık Mesajların Sosyal Medyada Yayılımı ve Tesiri

Özlem KÜÇÜK

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kocaeli 41080, Türkiye

Makale Bilgileri

Makale geçmişi:

Alındı 03 Kasım 2022

Kabul edildi 14 Kasım 2022

Anahtar Kelimeler:

Güç ilişkileri
Kovid-19
Politik söylem
Sağlık
Sosyal medya

Özet

Dijital teknolojilerin tüm dünyaya tanıtılması, yayılması ve özümsemesiyle birlikte bir sosyoekonomik dönüşüm gerçekleşmiştir. Böylece dijital medyanın (İnternet, cep telefonları ve diğer tüm bilgi toplama, depolama, analiz etme ve iletme araçları) ortaya çıkmasıyla birlikte, verileri dijital biçimde hızlı, doğru ve verimli bir şekilde çoğaltmak, dağıtmak ve bilgi “infüzyonlarını” yönetmek mümkün hale gelmiştir. Açıkçası bu teknoloji, temel insan duygularıyla ve toplumun geniş bir kesiminin ihtiyaçlarıyla uyumlu faydalar sağlamaktadır. Nitekim geleneksel medyanın önemi gençler arasında azalırken, sosyal medya her kullanıcının kendi içeriğini üretmesini ve günün her saatinde geniş bir kesime iletilmesine imkân sağladı. Hayatımızın birçok alanını tamamlayan Youtube, Meta, Twitter, TikTok, Instagram ile diğer birçok sosyal ağ sitesi, kullanıcıların çevrimiçi içeriği paylaşmasına ve bunlarla etkileşime girmesine ve benzer düşünen insanlarla bağlantı kurmasına olanak tanımaktadır. Günümüzde sosyal medya, kişisel düşünce, fikir ve yaşam öykülerini ile deneyimleri iletmek üzere yaygın olarak kullanılması ile insanların genel iletişim biçimi üzerinde derin bir değişim ve etki oluşturmaktadır. Devam eden KOVID-19 bulaşıcı virüsü, 21. yüzyılın başında en ölümcül küresel sağlık felaketlerinden birine neden olmuştur. KOVID-19 virüsüne bağlı küresel salgın, asemptomatik vakalar, hastane krizi, ekonomik kayıp başta olmak üzere çevresel etkiler, sosyal damgalama gibi büyük zorluklar ile yönetim sorunlarına neden olmuştur. Sosyal medya platformları, sağlık bilgisi arayan halka sosyal destek içeriği sağlamaktadır. Sağlık kaygılarını içindeki tüm dünya halkına bu süreçte sosyal medya çevrimiçi bilgiler sunmuştur. Bu makale, Kovid-19 bulaşıcı hastalığının ürettiği kaygıların sosyal ağlara yansması ve sosyal medyanın insanlara sağladığı sosyal desteğin ruh sağlığı ve bireysel tercihler üzerindeki rolünü incelemektedir. Tüm dünyada, sosyal medya yoluyla sağlanan sağlık desteğinin etkileri hususunda yapılmış olan amprik çalışmaların önemli bir kısmı incelenerek sosyal medya yoluyla sunulan sağlık mesajlarının avantaj ve dezavantajları ile güvenilirliği sorgulanmıştır.

The Spread and Impact of Health Messages Related to the Covid-19 Virus Disease on Social Media

Özlem KÜÇÜK^a 

^aKocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 41080, Kartepe / KOCAELİ

Article Info

Article history:

Received 03 November 2022

Accepted 14 November 2022

Keywords:

Covid-19

Health

Political discourse

Power relations

Social media

Abstract

By accessing, enhancing, infusion, and spreading personal thoughts and experiences through digital technologies, a socioeconomic transformation has taken place. With the occurrence of digital media (all communication instruments. and all other means of collecting, storing, analyzing, and transmitting information), it has become possible to media literacy and manage information "infusions" of data quickly, accurately, and efficiently in digital form. While the importance of traditional media decreased among young people, social media allowed each user to produce their content and convey it to a wide audience at any time of the day. Complementing many areas of your life, Youtube, Meta, Twitter, TikTok, Instagram, and many other social networking sites allow users to share and interact with online content and connect with similar thought people. With the widespread use of social media today to dominate ideas, individual and professional stories, and experiences, it is not surprising that it profoundly affects the general way people communicate. The ongoing COVID-19 contagious virus has caused one of the global fatal diseases at the turn of the 21st century. The COVID-19 pandemic has caused major challenges and management problems such as the global health and economic crisis, environmental impacts, and social stigma. This article examines the reflection of the anxieties produced by the Kovid-19 contagious disease on social networks and the role of social support provided by social media on mental health and individual preferences. A significant part of the empirical studies on the effects of social support on mental and physical health provided through social media around the world have been examined and the advantages and disadvantages and trustworthiness of health messages presented via social media have been questioned.

*Özlem Küçük. E-posta adresi: ozlem.kucuk @kocaeli.edu.tr,

1. Giriş

Sosyal medya, spor, eğlence, sağlık, ekonomi, eğitim ve toplumsal ilişkiler başta olmak bireylerin genişleyen ihtiyaçlarına yönelik olarak her gün daha fazla yayılmaktadır [1]. Yirmi birinci yüzyılın yeni pazarlama anlayışında şimdiye kadar hakkında en çok konuşulan figür, yaygın blog yazarları, Instagram kullanıcıları, Pinner'lar ve diğer sosyal medya kullanıcıları için endüstri dili olan "dijital fenomenler" ön plana çıkmıştır [2].

KOVID-19 salgını insan yaşamının tüm sosyal yönlerini etkilerken, tesiri dünya genelinde hissedilmiştir. KOVID-19 salgınına paralel olarak, bir bilgi kirliliği—bir bilgi salgını—gezegendeki insan popülasyonlarına meydan okumaktadır. Genellikle fethedilmesi gereken bir düşman olarak tanımlanan bilgi kirliliği, yanlış veya hatalı bilgilerin büyük ölçekte hızla yayılması, potansiyel olarak zararlı davranışları tetikleme ve stres ile endişe yaratması nedeniyle halk sağlığını tehlikeye atmaktadır. Çoğu bilişim araştırması, çevrimiçi bilgi oluşturma ve dolaşımının keşfedilmesinin yanı sıra hatalı bilgilere karşı önlemler alınmasına öncelik vermektedir [3].

Binlerce insan, bu zorlu koşullara, bir fırtınanın ortasında yakalanınca duygularını ifade etmek üzere Twitter'a gitmiştir. Twitter, bilinen bir tedavisi olmayan yeni bir virüsün yayılmasıyla ilişkili korku, öfke ve üzüntüden, ulusların salgına resmi yanıtı için destek ve güven seslerine kadar değişen bir duygu patlamasına tanık olmuştur [4].

Sosyal medya, çevrimiçi etkileşimlerde giderek artan bir şekilde merkezi bir rol oynamaktadır ve özellikle KOVID-19 salgını sırasında önemli bir işlev görmüştür. Sosyal medya ve diğer dijital platformlar daha erişilebilir hale geldikçe, özürülüler yaşamlarını iyileştiren hem genel hem de engelliliğe özgü görevler ve etkileşimler için bunları giderek daha fazla kullanmaktadır [5]

Aynı zamanda KOVID-19 (2019 koronavirus hastalığı) salgını sırasında virüsle ilgili yanlış bilgiler internette hızla yayılırken hastalığın kontrolünde ciddi sıkıntılar yaşanmasına neden olmuştur. İnfodemik terimi, salgın sırasında geniş çapta yanlış bilgi yayılımının kötü etkisini özetlemek için türetilmiştir. Bu olguyla ilgili olarak Dünya Sağlık Örgütü, bilgi kirliliği salgınıyla mücadele gereğini vurgularken tüm ülkelerden sadece KOVID-19'un yayılmasını yavaşlatmak için çaba göstermelerini istemiştir [6]

Obi-Ani ve Isiani, KOVID-19 salgını sırasında Facebook, WhatsApp, Instagram ve Twitter gibi sosyal medyanın Nijeryalılar için en güvenilir bilgi kaynağı haline geldiğini gözlemlemiştir. Böylece Nijerya vatandaşlarına, yayılması, etkisi ve azaltılmasıyla ilgili bilgilerin yetersiz olduğu Grip salgını dönemine kıyasla KOVID-19'a tam olarak hazırlanmaları için daha iyi fırsatlar sunmuştur [7].

Çin'de Çin hükümeti, KOVID-19 öncesi ve sürecinde çevrimiçi söylentilere karşı koyma çabalarında büyük dijital şirketler ve haber medya kuruluşlarıyla işbirliği yapmıştır. Örneğin, 2018'de Çin İnternet Ortak Söylentileri Reddetme Platformu'nun piyasaya sürülmesi, devlet kurumları ve sosyal medya devleri arasında sanal alanda söylenti tanımlama, düzeltme ve kontrol etme olanaklarını kabul ettikleri kapsamlı işbirliğine gidilmiştir. Sosyal ağ siteleri, bu işbirlikçi çabalarda büyük bir savaş alanı olmuştur. Sosyal medya şirketleri, söylentilere yanıt vermek ve muadil düzeltme mesajlarını dağıtmak için üçüncü taraf teyitçilerle (Facebook ve Twitter durumlarında olduğu gibi) veya resmi hükümet ajanlarıyla (Sina Weibo Çin örneğinde olduğu gibi) birlikte çalışmıştır [8].

Onuora, Torti Obasi ve Ezeah (2021), gelişmekte olan bir ülkeden COVID-19 hakkında YouTube çizgi filmlerine maruz kalan 470 sosyal medya kullanıcılarını incelediler. YouTube aracılığıyla halkı bilgilendirmek ve eğitmek için çizgi filmlerin kullanılmasına rağmen, bu tür görsel mesajların sosyal medya kullanıcılarının sağlık davranışlarını nasıl etkilediğine dair ampirik kanıt eksikliği olduğunu ifade etmişlerdir. İletişim, sağlığın teşviki ve geliştirilmesinde temel olarak kabul edilir. Sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasından önce, sağlık bilgileri büyük ölçüde yüz yüze iletişim veya radyo, TV, gazete ve dergi gibi geleneksel medya aracılığıyla halka iletildi. Onuora, Torti Obasi ve Ezeah (2021), YouTube animasyon çizgi filmlerinin COVID-19 ve sağlık davranışı üzerinde temel belirleyici bir etkisi olduğunu gözlemlemiştir [9].

Wu ve Shen (2022) tarafından yapılan araştırmada ise KOVID-19 salgını sırasında geleneksel medya, sosyal medya ve medya güveninin insanların sağlık davranışları ile uyumu araştırılmak üzere kota örnekleme yöntemini kullanarak toplam 3000 Çinli yetişkinin, çevrimiçi anket doldurması sağlanmıştır. Örneklemin %52.4'ü erkeklerden oluşmaktadır. Ankete katılanların yaklaşık üçte biri 18 ile 29 yaşları arasındadır. Bunların yaklaşık %40'ı ortaokul eğitimi almıştır. Ankete katılanların %60, 8'i kentsel alanlarda yaşamaktadır. Ankete katılanların yaklaşık yarısının aylık 10.001 ila 30.000 yuan arasında hane geliri vardır. Genel olarak konuşursak, WeChat ankete katılanlar arasında en sık kullanılan medya olmuştur. İnsanlar en çok WeChat'i kullansalar da en çok WeChat'e güvenmemiştir. Merkezi hükümet medyası insanların en çok güvendiği haber kaynağıdır. Geleneksel medyanın, özellikle merkezi hükümet medyasının, Çin'deki halk sağlığı krizi sırasında hala en güvenilir ve yetkili medya platformu olduğunu göstermektedir. Genel olarak, merkezi hükümet medyası ve WeChat, insanların sağlık önlemlerine uyumu üzerinde olumlu etkilere neden olmuştur [10].

Kovid-19 salgınına bağlı dünya genelinde yürütülen önlemler nedeniyle insanlar daha fazla sosyal medya ve internet kullanmaya başlamış, sanal alışveriş ve uzaktan çalışma artmıştır. Bu çalışmada KOVID-19 salgını sürecinde sosyal medyadaki salgınla ilgili sağlık içeriklerinin kullanımı ve sonuçları üzerine güncel ampirik akademik çalışmalar ve raporlar üzerinden bir analiz yapılmıştır. Makale için öncelikle Sage Journal, Jstor org, Link Springer com üzerinden "Health messages, Covid-19, social media" anahtar kelimeleri ile bağlı olduğum üniversite veri tabanı üzerinden araştırma yapılmıştır. Daha sonra diğer veri tabanlarından ve önde gelen uluslararası kurumların (Dünya Sağlık Örgütü, Oecd, ...) raporları üzerinden tarama yapılmıştır. Seçilen alan araştırmaları karşılaştırılarak içerik analizi ile benzerlikler ve farklılıklar ortaya konmuştur.

2. Kovid-19 Salgını ve Sosyal Medya

Kovid-19, hayatımıza dış kaynaklı bir sağlık sorunu olarak girerken kısıtlamalar kalktığında dahi çok az şeyin eski olağan akışıyla devam ettiğini tanık olduk. Zira internet kullanımı, sosyal medya kullanımı, mobil veri hızı, dijital uzaktan çalışma, dijital pazarlama platformları, çevrimiçi alışveriş, kalp rahatsızlıkları bu süreçte hızla artmıştır. Öyle ki, Peru'da yapılan bir ankette, yanıt verenlerin yaklaşık yüzde 78'i KOVID-19 salgını sırasında cep telefonlarından görüntülü arama kullanımında artış olduğunu, yüzde 74'ü ise sağlık krizi sırasında 2019'a kıyasla WhatsApp'ı daha fazla kullandığını söylemiştir [11]. 2021'in üçüncü çeyreğinde elde edilen veriler, Kanadalıların genellikle günde altı saatten fazla internet kullandıklarını ve bunun ortalama bir saat 46 dakikasının sosyal medya kullanımı olduğunu göstermiştir [12]. Dünyanın geri kalanından farklı olarak İspanya, 2020'de COVID-19 salgınının patlak vermesiyle normal günlük yaşamında değiştiğine tanık olmuştur. Bunun bir sonucu olarak, birçok İspanyol günlük alışkanlıklarını değiştirirken, kendilerini salgın ülkeye gelmeden önceki döneme göre daha sıklıkla belirli faaliyetleri yaparken bulmuşlardır. Son anketlere göre, insanların yaklaşık yüzde 82'si akrabaları veya arkadaşlarıyla video konferans araçları aracılığıyla iletişim kurmaktadırlar [13].

ABD'de Nisan ve Mayıs 2020'de yapılan bir ankette, yanıt verenlerin yüzde 41'i, COVID-19 salgınından sonra öncesine kıyasla daha fazla kısa mesaj yoluyla iletişim kurduklarını bildirdi. İlaveten, yüzde 35'i daha fazla sesli arama yaparken yüzde 33'ü daha fazla sosyal medya kullandığını ifade etmiştir [14].

Koronavirüs (Kovid-19) salgını (izolasyon dönemi ve karantina sonrası), Polonya halkının yeme alışkanlıkları üzerinde değişime neden olmuştur. 2021'de 18 yaş ve üzeri 1000 katılımcının yüzde 40'ından biraz fazlası yeme alışkanlıklarının değiştiğini beyan etmiştir [15]. Diğer yandan Hong Kong'da yapılan bir araştırmada ankete katılanların yüzde 67'si, bilhassa yoğun saatlerde alışveriş yapmaktan kaçındıklarını

ifade etmiştir. Buna karşılık, ankete katılanların yüzde dokuzu, iş ve diğer öncelikler nedeniyle artık alışveriş yapmak için daha az zamanlarının olduğunu ifade etmişlerdir [16].

Geleneksel ve sanal medya, sağlıkla ilgili acil durumlarda vatandaşlara doğru bilgi sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. Virüsün yayılması ve ardından çoğu ülkede uygulanan karantinalar, bazı satış noktalarının kapatılması ve maaş kesintileri de dâhil olmak üzere geleneksel medya için ciddi sonuçlar doğurmuştur [17]. Geleneksel medyanın etkisi zaman içinde azalırken, sosyal medya inanılmaz bir hızla yükselişe geçmiştir. Dijital teknoloji insanlarla birlikte daha derinden bir ilerleme göstermektedir. Örneğin Facebook, daha sonra Facebook'u değiştirenler kullanıcılarını değiştirir. Yazılım mühendisleri için, kullandığımız araçlar ve yazılım mühendisliğinin daha önceki sonuçları, düşüncemizi şekillendirmek içindir [18].

2020 yılında genel olarak tüm dünyada salgın nedeniyle karantina tedbirleri uygulandı. Okullar, işyerleri, mahkemeler, uzaktan hizmet vermeye başladı. Evde izole bir yaşam, bilhassa ergenlik çağındaki genç nüfusun ekran başında geçirdiği sürelerin artışına ve başta bilgisayar oyunları olmak üzere, sosyal medya, internet ve televizyon bağımlılığında bir yükselişe neden olmuştur. Nitekim Whatsap, Meta, Tik Tok, Instagram kullanım oranlarında artışlar yaşanmıştır. Şöyle ki, 21 Ocak ve 11 Mart 2020 tarihleri arasında yapılan bir araştırma bu dönemde en çok Facebook, WhatsApp ve Youtube kullanıldığını, WhatsApp ve YouTube iki milyar kullanıcıya ulaşırken, Facebook'un 2.5 milyar kullanıcıya ulaştığını, WeChat'in ise bir milyara ve TikTok'un 800 milyona ulaştığını göstermektedir. Türkiye'de instagram kullanıcı sayısı neredeyse nüfusun yarısına ulaşırken, kullanıcı sayısı bakımından dünyada ilk on ülke arasında girdiği görülmüştür [19].

Bilhassa fiziksel mesafe önlemleri yüz yüze iletişimi kesintiyi uğrattırken, daha da fazla gençler arasında yaygınlaşan sosyal medya kullanımı salgın sonrası karantina önlemlerinin gevşemesi sonrası dahi anlamlı oranlarda azalmadı [20].

3. Sosyal Medya ve Sağlık

KOVID-19'a bağlı ölümlerin çoğu yaşlı insanlarda kaydedilmiştir. Daha genç yaş grubunun (0-24 yaş) yüzdesi Hindistan'da en yüksek olup, onu ABD ve İtalya izlemektedir. Buna karşılık, daha yaşlı nüfusun (> 65 yaş) yüzdesi İtalya'da en yüksek olup, onu ABD ve Hindistan izlemektedir. KOVID-19 vakalarının çoğunluğunun (%87), 30-79 yaşları arasında gerçekleştiği gözlemlenmiştir. 12.462 doğrulanmış vaka üzerinde yapılan araştırmalar, ölen hastaların ortalama yaşının 81 olduğunu göstermektedir. Başka bir çalışmada ise 827 ölümden %42.2'sinin 80-89 yaş arasında, %32.4'ünün 70-79 yaş arasında ve kalan %2.8'inin 50-59 yaş arasında olduğu bildirildi. Bu veriler, 70 yaşın üzerinde yüksek oranda salgına bağlı ölüm meydana geldiğini göstermektedir Yaşlılıkta hücre bazlı bağışıklığın azalmasıyla kendini gösteren yaşlanmanın bağışıklık üzerindeki etkisi yadsınamaz. Araştırmalara göre, araştırmacılar Hintlilerin diğer dünya popülasyonlarına kıyasla daha fazla öldürücü hücre immünoglobulin benzeri reseptör (KIR) geni taşıdığını ve bu genlerin enfeksiyonların erken bir aşamada saptanmasına ve sonlandırılmasına yardımcı olduğunu göstermiştir. Bu aynı zamanda Hindistan'da nispeten daha az vakaya sahip olmanın olası nedenlerinden biri olarak anlaşılmaktadır [21].

Dünyanın en çok kullanıcıya sahip sosyal ağları arasında yer alan Facebook'un Kovid-19 salgını başlangıcında yapmış olduğu paylaşımlara yönelik olarak sivil toplum kuruluşu Avaaz'ın yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, Facebook paylaşımlarının kamu sağlığı için tehlike arz ettiği iddia edilmiştir. Nitekim Avaaz'a göre kamu sağlığı ile ilgili yanıltıcı bilgiler 3.8 milyar kişi tarafından görülmüş ve bu bilgiler insanları olumsuz etkilemiştir. Bunun üzerine Facebook zarara yol açabilecek 7 milyon içeriği kaldırdıklarını iddia ederken 98 milyon uyarı etiketi kullandıklarını ifade etmiştir. Avaaz'ın raporuna göre, insanlar Dünya Sağlık Örgütü yerine Facebook'tan bilgi almıştır. Öyle ki, Facebook okur sayısı DSÖ internet sitesinin okur sayısının dört katı iken Facebook yanlış bilgilendirmenin sadece yüzde 16'sına uyarı etiketi koymuştur [22].

ABD'li Georgia Tech üniversitesi tarafından sosyal medya ve Kovid-19 salgınının psikososyal etkileri üzerine yapılan ve 100 milyondan fazla kişinin paylaşımları incelendi. Kovid-19 salgını sırasında yapılan paylaşımlar incelendiğinde psikososyal ifadelerinin önemli oranda arttığı ortaya çıkmıştır. Böylelikle Kovid-19 döneminde akıl sağlığıyla ilgili ifadelerin yüzde 14, destek arama ifadelerinin ise yüzde 5 arttığı tespit edilmiştir [23].

Birçok doktor ve diş hekimi, Kovid-19 salgını ile ilgili tehlikeye dikkat çekmek ve/veya profesyonel bir görüş, memnuniyetsizlik, öfke ve/veya şüphelerini ifade etmeye sosyal medyayı kullanmıştır. Ancak, sosyal medya gönderilerinin büyük bir kısmı yurtdışından uygulayıcıları içermektedir. Bu iki profesyonel grubun çoğunluğu, yeni koronavirüs SARS-CoV-2 hakkında gelişen bilgileri ve en iyi uygulamaları hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlamak üzere sosyal medyaya giderek daha fazla güvenmişlerdir. Örneğin Facebook grupları, dünya çapında on binlerce üye ile ortaya çıkmıştır ve hepsi karşılaştırmalı teknik bilgiler ve güncellemeler paylaşmaktadırlar. Sosyal medya aracılığıyla iletişim, sosyal medya platformunun teknik özellikleri olan kullanıcı katılımına büyük ölçüde bağlıdır. Sosyal medya katılımı perspektifinden bakıldığında, izleyici etkileşimi, çevrimiçi olarak bireysel katkıları hem etkilemekte hem de yönlendirmektedir [24].

Diğer yandan, dijital teknolojiler, halk sağlığını geliştirmek için hem bir fırsat hem de bir tehdit sunmaktadır. Zira Kovid-19 salgını döneminde sosyal medya, yanlış bilgilerin hızla yayılması için bir araç haline gelmiştir. WhatsApp ve diğer sosyal medya biçimlerinin hâkim olduğu ve yanlış bilgi ve COVID-19'un ikili tehdidinin yaşamları ve geçim kaynaklarını şiddetli bir şekilde tehdit ettiği bilhassa Afrika'da yanlış bilgilendirmenin ve bilgi kirliliğinin etkilerini azaltmak gerekmektedir. Sosyal medya üzerinden gıda kıtlığı ile korkularını paylaşanlar, Hindistan'da gıda ve kimyasal stoklanmasına neden olmuştur. Bu durum, stoklamanın mali yükünün yanı sıra, özellikle düşük sosyoekonomik statüye sahip insanlar ve diğer savunmasız nüfuslar olmak üzere, genellikle küçük düzenli gıda alımlarına bağımlı olanlar için kıtlıklara ve artan gıda güvensizliklerine de katkıda bulunmaktadır. İkincil ekonomik zarar arasında fiziksel kaynakların yok edilmesi veya başka yere yönlendirilmesi bulunmaktadır. Örneğin, 5G'nin KOVID-19'a neden olduğuna dair yanlış iddialar nedeniyle Avrupa genelinde 5G kulelerinin yıkılması ile bilgi kirliliği nedeniyle sağlık sorunlarının sonuçlarıyla başa çıkmak için tıbbi kaynakların yeniden yönlendirilmesi gibi [25].

Al-Dmour ve diğerleri (2022) tarafından yapılan çalışmada, Ürdün'de salgın döneminde kitlesel medya müdahalelerinin halk sağlığı bilgisine ve sosyal davranışlarına etkilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda medya aracılığı ile yapılan bilgilendirmeler ve paylaşımların Ürdün Halkı'nın sosyal davranışlarını etkilediği ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucu, Facebook ve Twitter'ın Ürdün'de en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında olduğunu, ayrıca; halkın büyük bir kesimine ulaşabilme fırsatına sahip etkili iletişim araçları olduklarından belirli bir sosyal konu hakkında doğru bilgilendirme yapmaları gereği vurgulanmıştır [26].

Dünya Sağlık Örgütü'nün Sosyal Medya ve Kovid-19 isimli raporu, Meta, Twitter gibi sosyal medya platformlarını destekler niteliktedir. Öyle ki, raporda teknolojik gelişmeler ve sosyal medya, insanları bilgili bağlantılı şekilde güvende tutmak için fırsatlar yaratır, demektedir. Bununla birlikte, aynı araçlar, küresel tepkiyi baltalamaya devam ederken salgını kontrol altına almaya yönelik önlemleri tehlikeye sokup, mevcut bilgi kirliliği salgınına da mümkün kılmakta ve güçlendirmektedir, demektedir. Bu küresel iletişim krizi sırasında genç yetişkinlerin teknolojiyle nasıl ilişki kurduğunu daha iyi anlamak için, beş kıtada 24 ülkede 18-40 yaşları arasındaki yaklaşık 23.500 katılımcıyı kapsayan uluslararası bir araştırma yapılmıştır. Katılımcılara, sosyal medyada Kovid-19 ile ilgili hangi bilgileri yayımlayacakları sorulduğunda hem erkek hem de kadın katılımcıların %43,9'u sosyal medyalarında muhtemelen bilimsel içerik paylaşacaklarını bildirmiştir. Ayrıca ankete katılan gençler, Kovid-19 ile ilgili sahte haberlerin farkında olduklarını belirtmiştir [27].

4. Sonuç

Günümüz dünyası toplumları artık BBC CNN, Times gibi geleneksel bilgi kaynaklarına eskisi kadar itibar etmemektedir. İnsanların kendilerini «kitle iletişim araçları» haline dönüştürdüğü ve doğrudan etkileşime girdiği sosyal medya çağındayız. Çevrimiçi araçların ve platformların artan kullanımıyla birlikte, insanlar görüntü, metin, ses videoları dâhil olmak üzere birçok farklı form aracılığıyla fikirlerini, düşüncelerini, beklentilerini, deneyimlerini ve bakış açılarını paylaşmaktalar. Aynı zamanda küçük büyük birçok işletme, halkla ilişkiler, pazarlama ve işe alım için sosyal medyaya güvenmeye başlamıştır [28].

Yapılan araştırmalar sosyal ağ sitelerinin, belirli konularda bilgi aramak ve yaymak için kullanılan en hızlı ve en uygun çevrimiçi platform olduğunu göstermektedir. Kovid-19 virüsüne bağlı salgın hastalık nedeniyle oluşan belirsizlik ortamında sosyal medya kullanıcıları arasındaki belirli söylentileri ve gerçekleri ele almak ve doğrulamak için kullanılmıştır. Söylentiler, “doğru olmayan, ancak bir kişiden diğerine geçen ve bu nedenle, doğrudan kanıtların onları desteklemesinin önemli olmadığı, diğer insanlar onlara inandığı için inanılabilirliği olan iddialardır”. Bununla birlikte, çağdaş toplumda, sosyal medya platformları artık sağlık hizmetleri bilgi iletişimde önemli bir rol oynamaktadır. Afrika dahil tüm dünyada sosyal medya kullanımı Kovid-19 virüsüne bağlı bulaşıcı hastalığının hızla yayılması döneminde hızla artmıştır. Bilhassa Statistica tarafından yapılan araştırmalar ilgili dönemde, WhatsApp, Instagram, Meta ve Twitter başta olmak üzere TikTok, WeChat gibi diğer sosyal ağların kullanımında da büyük bir artış olduğunu göstermektedir. Kovid-19 virüsüne bağlı kısıtlamalar ve kapanmalar nedeniyle görüntülü arama, mesajlaşma, zoom gibi teknolojilerle video konferanslar artarken insanlar sosyal medya yoluyla iletilen sağlık mesajlarına itibar etmişlerdir. Bu paylaşımların büyük bir çoğunluğunun sahte olduğu ve insanlar üzerinde kaygı ürettiği Avaaz isimli sivil toplum örgütünün kamu sağlığını tehdit ettiği yönünde araştırma sonucu ile somutlaşmıştır. Afrika, Çin, Hindistan, Ürdün başta olmak üzere, Kovid-19 virüsüne bağlı yanlış ve hatalı bilgilerle üretilen dezenformasyon ve bilgi kirliliğinin halk sağlığı üzerinde olumsuz etkileri hususunda bilimsel araştırmalara dayalı makaleler üzerinden incelemeler yapılmıştır. Genel olarak tüm dünyada sosyal medya kullanıcılarının Kovid-19 virüsüne bağlı salgın hastalık nedeniyle yaşadıkları kaygı ve stress bozukluğunun sosyal medya tarafından üretilen ve yanlış bilgiler içeren sağlık mesajları ile arttığı söylenebilir. Koronavirüs salgını bir halk sağlığı krizi ve ekonomik bozulmaya neden olurken, diğer yandan sosyal medyanın tüm dünyada etkisini daha da yaygınlaştırmıştır. Sosyal medya platformları zaman zaman uyarılmış zaman zaman cezai yaptırımlar uygulanmıştır. Açıkçası geleneksel medyanın önüne geçen sosyal medya Dünya Sağlık Örgütü'nün resmî web sitesinin okunma oranlarının bile önüne geçmiştir. Koronavirüs salgınına bağlı süreç göstermiştir ki, dünya genelinde en çok tercih edilen iletişim kaynağı olarak sosyal medya daha da yükselmiş ve kamusal alanı ve halk sağlığını etkiler boyuta gelmiştir.

Kaynaklar

- [1] Metin, O. ve Karakaya, Ş. “Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi,” *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 109-121.
- [2] Dean Hund, E. “The Influencer Industry: Constructing and Commodifying Authenticity on Social Media,” *Publicly Accessible Penn Dissertations*, 3636.
- [3] Heyerdahl, L.W., Lana, B., Giles-Vernick, T. (2022). *Rethinking the Infodemic: Social Media and Offline Action in the COVID-19 Pandemic*. In: Yano, M., Matsuda, F., Sakuntabhai, A., Hirota, S. (eds) *Socio-Life Science and the COVID-19 Outbreak. Economics, Law, and Institutions in Asia Pacific*. Springer, Singapore.
- [4] Vemprala, N., Bhatt, P., Valecha, R., & Rao, H. R. (2021). Emotions During the COVID-19 Crisis: A Health Versus Economy Analysis of Public Responses. *American Behavioral Scientist*, 65(14), 1972–1989.

- [5] Dobransky, K. Hargittai, E. (2021). "Piercing the Pandemic Social Bubble: Disability and Social Media Use About COVID-19," *American Behavioral Scientist*, 65(12), 1698–1720.
- [6] Luo J, Xue R, Hu J. (2020). "COVID-19 infodemic on Chinese social media: A 4P framework, selective review and research directions," *Measurement and Control*. 53(9-10):2070-2079. doi:10.1177/0020294020967035
- [7] Owolabi, T.O.S., Opene-Nwantah, N.F. (2022). "Political Economy of COVID-19 and the Implication on Media Management and Sustainability in Nigeria," In *Health Crises and Media Discourses in Sub-Saharan Africa*. (Carol Azungi Dralega • Angella Napakol, Ed.). Springer Publishing.
- [8] Song Y, Kwon KH, Lu Y, Fan Y, Li B. The "Parallel Pandemic" in the Context of China: The Spread of Rumors and Rumor-Corrections During COVID-19 in Chinese Social Media. *Am Behav Sci*. 2021 Dec;65(14):2014–36. DOI: 10.1177/00027642211003153. PMID: PMC7992098.
- [9] Onuora, C., Torti Obasi, N., Ezeah, G. H., & Gever, V. C. (2021). "Effect of dramatized health messages: Modelling predictors of the impact of COVID-19 YouTube animated cartoons on health behavior of social media users in Nigeria," *International Sociology*, 36(1), 124–140. <https://doi.org/10.1177/0268580920961333>
- [10] Wu Y, Shen F. (2022). "Exploring the impacts of media use and media trust on health behaviors during the COVID-19 pandemic in China," *J Health Psychol*, 27(6):1445-1461.
- [11] Statistica Research Department (2022). "Peru: mobile activities with the highest increase during COVID-19 2020" <https://www.statista.com/statistics/1200301/mobile-activities-most-increased-coronavirus-peru/>
- [12] Statistica Research Department (2022). "Daily time spent with selected media among adults in Canada as of the 3rd quarter of 2021," <https://www.statista.com/statistics/237478/daily-time-spent-with-media-among-adults-in-canada/>
- [13] Statistica Research Department (2021). "Change in frequency of activities upon the coronavirus pandemic outbreak in Spain in October 2020," <https://www.statista.com/statistics/1198824/frequency-change-in-daily-activities-due-to-coronavirus-outbreak/#statisticContainer>
- [14] Dixon, S. (2022). "Online communication habits change during the coronavirus pandemic in the United States as of May 2020," <https://www.statista.com/statistics/1230762/online-communication-change-during-covid-19-in-us/>
- [15] Wanat, G. (2021). "Have you changed your eating habits because of the coronavirus (COVID-19) pandemic?" Statistica Research Department, <https://www.statista.com/statistics/1264041/poland-changing-of-eating-habits-due-to-covid-19/#statisticContainer>
- [16] Ma, Y. (2021). "Reasons for change in preferred times to go shopping due to COVID-19 in Hong Kong as of June 2021," Statistica Research Department, <https://www.statista.com/statistics/1272888/hong-kong-reasons-for-change-preferred-times-to-shop-due-to-covid/>
- [17] Walulya, G. ve Moges, M.A. (2022). "The Sustainability and Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on Media Houses in Uganda and Ethiopia," In: *Health Crises and Media Discourses in Sub-Saharan Africa Book*. Ed. Carol Azungi Dralega and Angella Napakol
- [18] Lee, E.A. (2021). "Artificial Intelligence, Humans, and Control," In: *Perspectives on Digital Humanism edited by Hannes Werthner, et al., Springer International Publishing AG*.
- [19] TRTakademi Dergisi, (2020). "Kovid-19 Salgını Döneminde Sosyal Medya Kullanımı," <https://trtakademi.net/koronavirus-kategori/kovid-19-salgini-doneminde-sosyal-medya-kullanimi/>
- [20] Özok, H. ve Aka, P. (2021). "Salgın Döneminde Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımı," VII TURKCESS Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi.
- [21] Maan, G., Gowda, NV., Kumar, A. ve Mishra, A. (2021). "Effect of Early Lockdown in India During the Outbreak of COVID-19: A Comparative Study of USA, Italy, and India," *COVID-19: Current Challenges and Future Perspectives*. 55-63.
- [22] Cumhuriyet (19.08.2020). "Koronavirüs: Facebook, sivil toplum kuruluşu Avaaz'ın araştırmasına göre kamu sağlığı için büyük tehlike," <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/koronavirus-facebook-sivil-toplum-kurulusu-avaazin-arastirmasina-gore-kamu-sagligi-icin-buyuk-tehlike-1759552>
- [23] HaberTürk (20.10.2020). "Covid-19 sosyal medyanın psikolojisini etkiledi," <https://www.haberturk.com/covid-19-sosyal-medyanin-psikolojisini-etkiledi-2841589>
- [24] Law RW, Kanagasingam S, Choong KA. Sensationalist social media usage by doctors and dentists during Covid-19. *DIGITAL HEALTH*. 2021;7. doi:10.1177/20552076211028034

- [25] Stewart R, Madonsela A, Tshabalala N, Etale L, Theunissen N. (2022). "The importance of social media users' responses in tackling digital COVID-19 misinformation in Africa," *Digit Health*. doi: 10.1177/20552076221085070. PMID: 35321021; PMCID: PMC8935564.
- [26] Al-Dmour, H., Masa'deh, R., Salman, A., Al-Dmour, R., & Abuhashesh, M. (2022). "The Role of Mass Media Interventions on Promoting Public Health Knowledge and Behavioral Social Change Against COVID-19 Pandemic in Jordan," *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221082125>
- [27] World Health Organization (2021). Social media & COVID-19: A global study of digital crisis interaction among Gen Z and Millennials. <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/social-media-covid-19-a-global-study-of-digital-crisis-interaction-among-gen-z-and-millennials>
- [28] Thevenot, G. (2007). "Blogging as a social media," *Tourism and Hospitality Research*, (7)3/4, pp. 287-289