

İLK VAKADAN İLK AŞIYA TÜRKİYE’DE PANDEMİ SÜRECİ: SAĞLIK BAKANI DR. FAHRETTİN KOCA’NIN TWEETLERİ ÜZERİNE NETNOGRAFİK BİR İNCELEME

Harun Özalp¹, Akın Yıldırım²

¹*Doğuş Üniversitesi, Arş. Gör.*

hozalp@dogus.edu.tr

²*Giresun Üniversitesi, Öğr. Gör.*

akin.yildirim@giresun.edu.tr

Özet

Yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak bireylere etkileşim imkânı tanımıştır. Kullanıcılar web 2.0 teknolojisinin gelişim ile birlikte, mesajın sadece alıcısı değil aynı zamanda üreticisi haline gelmiştir. Bu çoklu ortam sayesinde kullanıcılar bir yandan veriye erişimde özgürleşirken, diğer yandan da; dijital tabanlı bu yeni etkileşimli iletişim modeli ile veriyi yorumlayıp, yayabilir hale gelmiştir. Söz konusu ortamların bu denli hızlı yaygınlaşması ve benimsenmesi de, önemli ölçüde kullanıcılara tanıdığı etkileşim olanağının yarattığı cazibe sayesinde mümkün olmuştur. Etkileşim olanaklarının sağladığı cazibe ile ön plana çıkan sosyal medya platformlarından birinin de Twitter olduğu görülmektedir. We Are Social 2020 raporuna göre Twitter, Türkiye’de en çok kullanılan ilk beş sosyal medya ortamından biridir. Twitter, yoğun yazılı ve görsel içerikleriyle, kullanıcıların devamlı olarak gündem oluşturduğu ve mevcut gündemi takip ettiği bir platforma dönüşmüştür. Twitter’a yönelik kitlesel ilgi, çoğu resmi kurumun da tıpkı bireyler gibi bu ortamda var olmasını zorunlu kılmıştır. Özellikle kriz durumlarında, kurumların topluma ulaşması noktasında sunduğu hızlı, etkili ve etkileşimli iletişim imkanı, Twitter’ı kurumlar nazarında daha da önemli hale getirmiştir. Nitekim bütün dünya gibi ülkemizi de etkisi altına almış olan Corona-virüs pandemisi sürecinde de, sağlık alanındaki en yetkili kişi olarak Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın, kriz sürecinin iletişimsel boyutunu önemli ölçüde Twitter hesabı üzerinden yönettiği görülmektedir. Bu süreçte, bir yandan yapılan bilgilendirme ve uyarılarla pandemiyin yönetilmesine çalışılırken, bir yandan da Koca’nın temsil ettiği Sağlık Bakanlığı kurumunun imajı yönetilmektedir. Bu çalışmanın amacı, pandemi sürecinde Sağlık Bakanı Koca’nın Twitter’dan paylaşmış olduğu özgün (retweet olmayan) tweetleriyle, takipçileriyle nasıl bir etkileşim içerisine girdiğine dair bir bakış açısı sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’de ilk vakanın duyurulduğu 11 Mart 2020 tarihi ile, ilk aşının yapıldığı 13 Ocak 2021 tarihleri arasında Koca’nın attığı tweetlere bakılmıştır. Kullanıcıların, atılan tweetlerle etkileşim düzeyini ortaya koymak için, söz konusu tarihler arasındaki tweetlerin; retweet, yorum ve beğeni sayıları esas alınarak, en çok etkileşim alan tweetler saptanmıştır. Pandemi sürecinde atılan tweetlerin sıklığı düşünüldüğünde, Bakan Koca’nın pandemiye dair özgün tweetleri arasından her ay en çok etkileşim alan 3 tweeti çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen bu tweetlere takipçilerin yapmış olduğu “alıntılı retweetler”; takipçilerin tepki ve yaklaşımları bakımından kategorize edilerek, sosyal medyanın kriz iletişimindeki rolü ve mesajın yeniden dönüşümü bağlamında konu tartışılmıştır. Çalışma kriz döneminde Twitter üzerinden yapılan paylaşımların takipçilerle sıkı bir etkileşimin temelini oluşturduğunu, kitlelerin pandemi sürecini Twitter üzerinden katılımcı bir şekilde takip ettiğini, pandemi sürecine dair düşünce ve duygularını (kaygı, güven, eleştiri vb.) sosyal medya üzerinden yoğunlukla ifade etme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pandemi, Kriz İletişimi, Twitter, Sağlık Bakanı, Fahrettin Koca