



Covid-19 Öncesi ve Sonrası Medyada Hemşirelik Algısı: Twitter Örneği



Arş. Gör. Seda ŞAHAN₁(Bakırçay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Hemşirelik Esasları Anabilim Dalı, seda.sahan@bakircay.edu.tr)

Öğr. Gör. Ayşegül YILDIZ₂(Kapadokya Üniversitesi, Kapadokya Meslek
Yüksekokulu, Diyaliz Programı, aysegul.yildiz@kapadokya.edu.tr)

Dr. Öğr. Üyesi Eda ERGİN₃(Bakırçay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Hemşirelik Esasları Anabilim Dalı, eda.ergin@bakircay.edu.tr)

Giriş

- Hemşireler, toplumun gereksinimlerini belirleyen ve bu gereksinimlerine yönelik bakım hizmeti sunan önemli imaja sahip kişilerdir. Hemşirelik imajı, toplum gözünde meslek üyeleri hakkında oluşan saygı, sosyal statü, yetenek ve davranış şekilleri ile ilgili oluşan yargılardır(Özdelikara 2015).

Giriş

- Hemşirelerin farklı eğitim seviyelerine sahip olması, görev tanımı belirsizliği ve yetersizliği, çalışma şartları, özerklik, hemşirelerin yasa ve politikalarda söz sahibi olamaması, cinsiyet, topluma sağladığı fayda, toplum üzerinde yarattığı etki gibi faktörler hemşirelik imajını etkilemektedir (Eşer ve ark., 2017).

Giriş

- Hemşirelik imajını etkileyen faktörlerden biri de medyadır. Medya, bireylerin ve toplumun bilinçaltını etkileyen önemli bir etkidir(Mat, 2016). Bilgi teknolojinin gelişmesiyle birlikte günümüzde sosyal medya yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur.

Giriş

- Sosyal medya belli bir grubun ayrıcalığı olmaktan çıkarak toplumun tüm kesimlerinin ulaşabildiği bir konuma gelmiştir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları yaşamın pek çok alanında kişilerin algılarını, davranışlarını, tepkilerini, ifadelerini ve seçimlerini etkileyen bir boyuta ulaşmıştır (High ve Solomon, 2011; Highfield, 2016).

High, A. C., & Solomon, D. (2011). Locating computer-mediated social support within online communication environments. *Computer-mediated communication in personal relationships*, 119-136.

Highfield, T. (2016). News via Voldemort: Parody accounts in topical discussions on Twitter. *New Media & Society*, 18(9), 2028-2045. doi:<https://doi.org/10.1177/1461444815576703>

Giriş

- Sosyal medya platformlarından biri olan Twitter büyük kitlelere ulaşan, hızlı ve dinamik yapıya sahip az karakterle çok şey ifade edebilme imkanı sunan bir platformdur(Lilleker ve diğerleri, 2013).

Giriş

- Twitter'ın önemli özelliklerinden biri de kullanıcıların herhangi bir konuda anahtar kelime kullanarak arama yapmasını sağlayarak, konuyla ilgili atılan tweetlere ulaşma imkânı vermektedir (Bakshyvd, 2011). Ticari, ekonomi ve toplumsal alanda önemli etkileri olan twitterın her geçen gün tüm dünyada kullanımı yayılmaktadır (Yıldırım A., 2014).

Giriş

- Twitter'da son dönemlerde kullanıcıların en çok paylaşım yaptığı konulardan biri ise COVID-19'dur. COVID-19 virüsünün hastane ortamında bulaş riskinin olması sağlık çalışanları için çok büyük bir tehdittir. Bu süreçte hemşireler bakım hizmetinde aktif rol oynadıklarından çalışma şartları nedeniyle korona virüse maruz kalma oranları yüksektir. Buna rağmen bakım hizmetini vermeye devam etmektedirler(Huang, L., Lin, G., Tang, L. et al. 2020).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

- COVID-19'un tüm dünyayı etkilemesi ile sosyal medyada en çok konuşulan konular arasında yer almaktadır. Bu süreçte COVID-19 ile mücadelede hemşireler etkin şekilde çalışmaya devam etmektedirler. Bu nedenle mesleki imajı etkileyen faktörlerden biri olan medyada bu süreç içerisinde hemşirelere yönelik algının değiştiğini düşünmekteyiz.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

- Çalışmamız, sosyal medya platformlarından Twitter'da hemşirelikle ilgili çeşitli anahtar kelimeler kullanılarak COVID-19 öncesi dönemde ve COVID-19 döneminde hemşirelere yönelik algının değişme şeklini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Materyal-Metod

- Bu araştırmada, Türkiye'de COVID19 ncesi ve sonrası sosyal medyanın hemşirelik imajına etkisini belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Materyal-Metod

- COVID-19 öncesi hemşirelik algısını belirlemek amacıyla COVID-19'un henüz Türkiye'de görülmediği 1-31 Aralık 2019 tarih aralığındaki tweetler alınmıştır. COVID-19 sonrası hemşirelik algısını belirlemek amacıyla ise Dünya Sağlık Örgütü tarafından COVID-19'un 11 Mart 2020'de pandemi ilan edilmesi nedeniyle 11 Mart-11 Nisan 2020 tarihleri arasında atılmış olan tweetler alınmıştır.

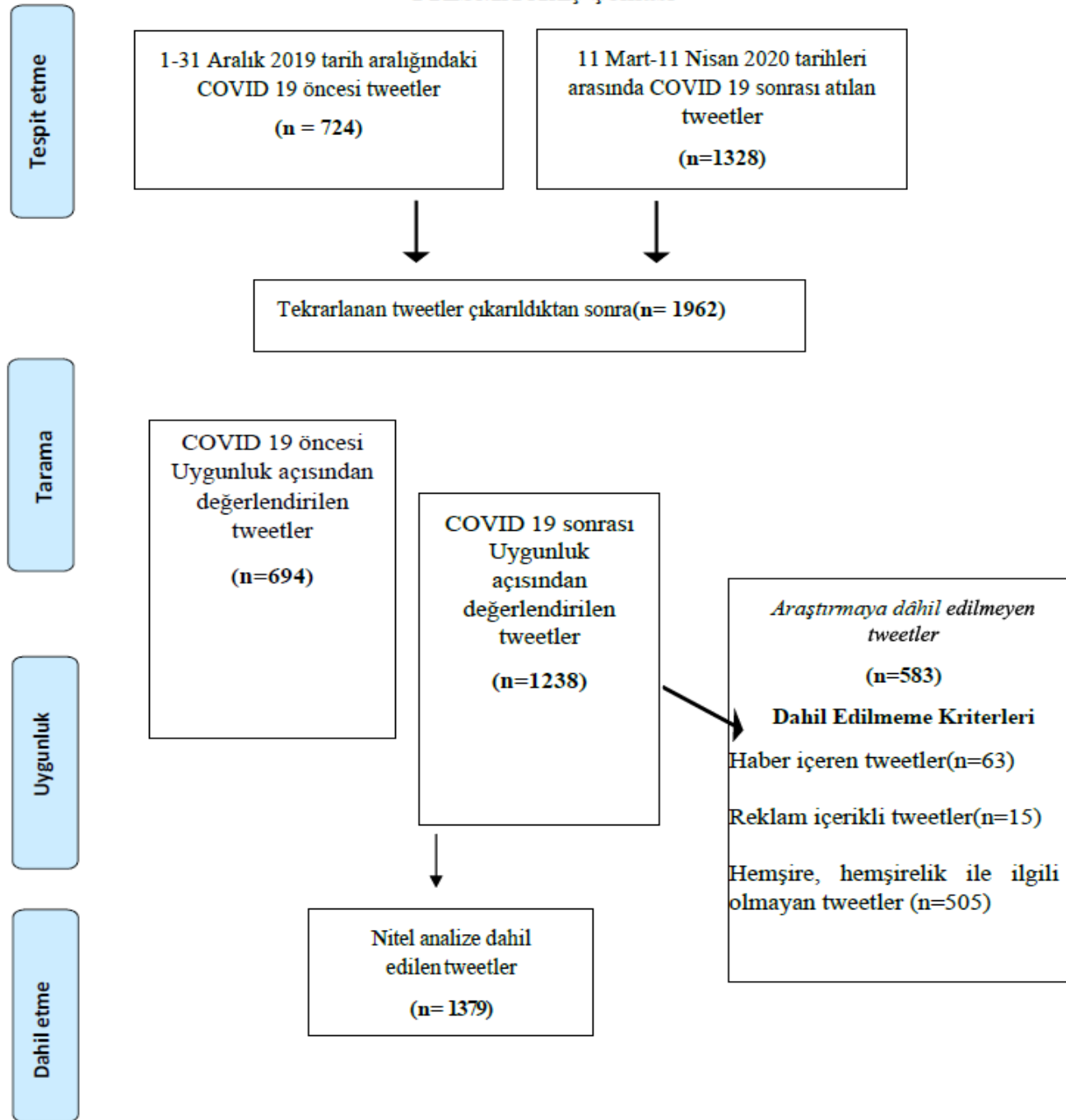
Materyal-Metod

- Çalışmanın evrenini Twitter'dan veri alma işlemleri sonucunda COVID-19 öncesi dönemden 724, COVID-19 sonrası dönemden 1328 tweet oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise, araştırmaya dahil edilme kriterlerini karşılayan COVID-19 öncesi 373, COVID-19 sonrası 1006 tweet oluşturmaktadır. Elde edilen verilerin analizinde, içerik analizi ile birlikte manuel duygu analizi yöntemi kullanılmıştır.

Materyal-Metod

- ***Araştırmaya Dahil Edilme Kriterleri***
- Tweetler hemşire veya hemşirelik ile ilgili olmalı,
- Tweetler belirlenen tarihler arasında atılmış olmalı (1-31 Aralık 2019 ve 11 Mart-11 Nisan 2020),
- Tweetlerin dili Türkçe olmalıdır. Bu kriterleri karşılayan tweetler çalışmaya dahil edilmiştir.
- ***Araştırmaya Dahil Edilmeme Kriterleri***
- Reklam içerikli tweetler,
- Haber içeren tweetler,
- Hemşire, hemşirelik ile ilgili olmayan tweetler.

PRISMA Akış Şeması



Materyal-Metod

- ***Twitter'dan Verilerin Alınması;***
- Verileri almak için kullanılan hashtagler;
- #hemsire, #hemsirelik, #Covidhemsire, #Hemsireligihemsirekonususur, #farkındayimyanındayim. Verileri almak için hashtagler ile birlikte "hemşire" ve "hemşirelik" anahtar kelimeleri ile twitterdan arama yapılarak atılan tweetlere ulaşılmıştır.

Materyal-Metod

- ***Verilerin Analizi***
- Çalışmada yanlılığı önlemek amacıyla, COVID19 öncesi verileri alan araştırmacı COVID19 sonrası atılan tweet verilerini analiz etmiştir. COVID19 sonrası verileri alan araştırmacı ise COVID19 öncesi atılan tweet verilerini analiz etmiştir.

Materyal-Metod

- Alınan her tweet araştırmacılar tarafından okunarak analiz edilmiştir. Çalışmanın analizinde Maxqda 20 programı kullanılmıştır. Analiz için çeşitli kodlar oluşturulmuştur. Çalışmada kullanılan kodlar; saygı, endişe, şiddet, minnet, öfke, pozitif ve negatif ifadelerdir.

Materyal-Metod

- Tweetler öncelikle araştırmacılar tarafından manuel duygu analizi yapılarak negatif, pozitiflik durumuna göre kodlanmıştır. Daha sonra tweetler diğer kodlardan uygun olanlara kodlanmıştır.
- Çalışmada yanlılığı önlemek amacıyla çalışmaya dahil olmayan iki kişiye ve 3. araştırmacıya veriler ve kodlar verilerek eşleştirmesi istenmiştir. Araştırmacıların ve çalışmaya dahil olmayan kişilerin yaptığı eşleştirmeler arasında verilerin kodlanmasında %98 benzerlik olduğu saptanmıştır.

Materyal-Metod

Tablo 1. Kodların Renklere Göre Dağılımı

Kodlar	Renkler
Şiddet	Mavi
Öfke	Siyah
Endişe	Kahverengi
Minnet	Turuncu
Saygı	Pembe
Pozitif	Yeşil
Negatif	Kırmızı

Materyal-Metod

- ***Etik boyut***
- Twitter, sosyal araştırmalar ve bilimsel araştırmalar için yaygın olarak kullanılan halka açık bir sosyal veri kaynağıdır (Levallois ve ark., 2016) Teknik olarak, tweeter'lar hesaplarını herkese açık bırakmaya karar verirlerse profilleri, tweetleri veya retweetleri izinleri veya bilgileri olmadan görüntülenebilir ve aranabilir. Bu çalışma sırasında veri analizini takiben, kullanıcıların kişisel bilgilerini değil ifade ettikleri cümleler ele alınmıştır.

Bulgular

- Çalışmada COVID19 öncesi atılan toplam 373 tweetin %35,65'i (n:133) pozitif, %64,35'i (n:240) negatif bulunmuştur. COVID19 sonrası atılan toplam 1006 tweetin %91,94'ü (n:925) pozitif bulunurken %8,06'sı (n:81) negatif bulunmuştur.

Bulgular

- Pozitif tweet örneği; “Canını dişine takıp çalışan tüm hemşirelere sonsuz saygımız var. İyi ki varsınız.” Negatif tweet örneği; “Çoğu hemşire hava peşinde koşuyor. Hemşiredeki egoistlik doktorda yok. Hemşire kendini fasulyeden nimet sayıyor.”

Bulgular

Tablo 2. Atılan Tweetlerin Pozitif ve Negatiflik Durumu

	Pozitif		Negatif		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
COVID19 Öncesi	133	%35,65	240	%64,35	373	%100
COVID19 Sonrası	925	%91,94	81	%8,06	1006	%100

Bulgular

Tablo 3. COVID19 Öncesi; Kodlara Göre Örnek Tweetler

Kodlar	Örnek Tweetler
Saygı	Hemşirelik, nitelikli ve güvenli bakım hizmeti veren özerk bir meslektir.
Minnet	Büyük fedakârlıkla görevini yerine getiren yoğun bakım hemşirelerine tedavi sürecim boyunca verdikleri emekler için teşekkürler.
Endişe	Acaba 20-30 yıl hemşirelik yapabilir miyim, bu ağır duygusal yükü kaldırabilir miyim?
Şiddet	Sağlıkta şiddetin önlenmesini mantıklı bulmuyorum. Hemşire, doktor hepsi hakkeiyor!!!
Öfke	Ülkede herkesin yüzü sirke satıyor. Hastaneye gidiyorsun hemşirelerde bir karış surat. Hoş geldiniz, merhaba demek bu kadar mı zor?

Bulgular

Tablo 4. COVID19 Sonrası; Kodlara Göre Tweet Sayıları ve Örnek Tweetler

Kodlar	Örnek Tweet
Saygı	Sağlıkçılarımıza minnettarız ve yaptığımız işe büyük saygı duyuyorum. Teşekkürler.
Minnet	Allah bin kere razı olsun hemşire ve doktorlarımızdan Hepsine sonsuz minnettarız Allah yardımcınız olsun
Endişe	Hayatım boyunca annemin hemşire olması benim için hep güzel olmuştur. İlaçlarla ilgili bir şey danışma, hastanede hizmet alma ve insanlara yardım etmesi vb. bir sürü sebepten ama ilk kez galiba bu beni mutlu etmiyor evet gurur duyuyorum ama en çokta korkuyorum. Sürekli gergin ve mutsuzuz.
Şiddet	Hemşire arkadaşşıma, Corona sebebiyle uyardığı hasta yakını saldırmış. Şiddet hep devam ediyor.
Öfke	Bir hemşirenin bilgi vermesi ldk almaz sağlık çalışanlarının hele hemşirelerin hastalara saygıları hiç yok acayip bir trip içindeler.

Bulgular

Tablo 5.COVID19 Öncesi ve Sonrası Duygu Analizi Kodlarına Göre Tweet Sayıları

	Saygı		Minnet		Endişe		Şiddet		Öfke	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
COVID19 Öncesi	74	%19,8	78	%20,9	75	%20,1	18	%4,8	159	%42,6
COVID19 Sonrası	242	%24	698	%69,3	385	%38,2	34	%3,37	108	%10,7

**Bir tweet birden fazla duygu içerisinde değerlendirilmiştir (COVID19 öncesi n:373, COVID 19 sonrası n:1006).*

Çalışmada yapılan duygu analizi sonucunda COVID19 öncesi atılan tweetlerin%19,8'i (n: 78) saygı, %20,9'u (n: 78) minnet, %20,1'i (n: 75) endişe, %4,8'i (n: 18) şiddet, %42,6'sı (n: 159) öfke içermektedir.

Sonuç

- Çalışmamızda COVID19 öncesi ve sonrası medyanın hemşirelik imajına etkisine yönelik atılan tweetlerin analizi sonucunda, tweet sayısı ve hemşireliğe yönelik pozitif görüşlerin arttığı bulunmuştur.
- COVID19 pandemisi öncesi hemşirelere yönelik şiddet içerikli tweetler fazlayken, COVID19 pandemisi sonrası hemşirelere yönelik öfke ve şiddet içerikli tweetlerin azaldığı, hemşirelere yönelik minnet ve endişelerin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç

- Hemşireliğin kurucusu Nightingale ve ekibinin yaklaşık 200 yıl önce savaşın ortasında verdiği mücadeleyi bugün COVID 19a karşı savaşta toplumun sağığını korumak, geliştirmek ve iyileştirmek için çalışan hemşirelere yönelik olarak toplumda hemşirelik mesleğinin önemi fark edilmiştir.
- Bu nedenle COVID19 sonrası medyada hemşirelik mesleğine yönelik imajın olumlu yönde arttığı görülmektedir.



Teşekkür ederim.