Bir Sosyal Ağ Sitesi Olan Twitter'da Yayımlanan "Kanser" Anahtar Sözcüğünü İçeren İletilerin Değerlendirilmesi

The Evaluation of Messages Including the Key Word "Cancer" on Twitter as a Social Network

Araştırma



Research

Dr. Ezgi İnce, Dr. Samer Er*, Dr. Selcan Ekicier*, Dr. Hilal Çelebi*, Dr. Ozan Okyay*, Dr. Can Aydemir*, Dr. Cavit Işık Yavuz**, Dr. A. Songül Vaizoglu***, Dr. Çağatay Güler****

Geliş Tarihi : 13.04.2012
Kabul Tarihi : 14.07.2012

Öz

Amaç: Kanserin sosyal ağ sitelerindeki yansımalarının Twitter öznelinde incelenmesi ve Türkçe dilinde paylaşılan iletileri baz alarak "Kanser" sözcüğünü içeren iletilerin özelliklerinin belirlenmesidir.

Yöntem: Çalışma, tanımlayıcı tipte bir epidemiyolojik araştırmadır. Araştırmada veri toplamak amacıyla 13 sorudan oluşan bir veri toplama formu kullanılmıştır. Bir haftalık sürede toplam 1203 ileti taranmış ve dışlama ölçütleri taşıyan iletiler dışarıda bırakılarak, geriye kalan 1101 ileti çalışmaya alınmıştır. Araştırmada toplanan veriler SPSS 15.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Araştırmadaki iletilerin %80,6'sı kişisel hesap, %19,4'ü ise kurumsal hesap kullanıcıları tarafından paylaşılmıştır. Araştırma kapsamında incelenen kişisel iletilerin %53,8'inde yaşadığı yer, %22,7'sinde cinsiyet, %22'sinde meslek ve %7'sinde öğrenim durumu belirtilmiştir. 1101 iletinin %44,7'si deyim/mecaz, %18,4'ü fikir beyanı, %17,8'i genel bilgi paylaşımı özelliği taşımaktadır. Metin nitelik özelliklerine göre değerlendirilen iletilerin %26,4'ü kaygı, %24,1'i endişe giderici, %19'u şaka/iğneleme özelliği taşımaktadır. İletilerin %20,5'inde risk faktörü belirtilmiştir. Belirtilen risk faktörlerinin %38,1'ini gıda, %24,7'sini radyasyon (iyonlaştıran ve iyonlaştırmayan), %13'ünü tütün ürünleri oluşturmaktadır. Kişisel hesaplardan paylaşılan iletiler, kurumsal hesaplardan paylaşılan iletilere göre istatistiksel olarak daha fazla iğneleme/öfke ve kaygı/soru ile ilişkiliyken; kurumsal hesaplardan paylaşılan iletilerin kişisellere göre daha fazla endişe giderici konularla ile ilgili olduğu belirlenmiştir.

Sonuç: Sosyal ağ sitelerinden biri olan "Twitter" kullanıcılarının kanser ile ilgili iletilerine ulaşılarak, kullanıcıların düşünce/ yorum/bilgi vb. görüşleri hakkında ipuçları elde edilmiştir. İnternet güvenliğinin gelişimi, kişisel bilgilerin paylaşımının kısıtlılığı bu çalışmada demografik bilgilere ulaşmanın zorluklarından biridir. Ayrıca gün içinde sürekli bir ileti akışı olması nedeniyle güncel olaylarla ilgili

Abstract

Aim: The aim of the study is to illustrate the image of cancer on social networking sites through Twitter and to evaluate/analyze Twitter status updates posted in Turkish containing the key word "cancer".

Material and Method: The study is a descriptive epidemiological study. Of 1203 status updates in the Turkish language accessed in seven consecutive days, 1101 were included in the study. The content and qualifiers of the status updates, risk factors if mentioned as well as the demographic features of the user were questioned through a thirteen-question data collection form. All statistical analyses were performed using SPSS, version 15.0.

Results: Eighty point six percent of the status updates were from personal accounts and %19,4 were from corporate account users. Location, gender, occupation and educational status were the demografic features questioned in personal accounts and found in 53,8%, 22,7%, 22% and 7% of the cases, respectively. Of 1101 status updates, top three content categories were metaphorical (44,7%), personal opinion (18,4%), general information sharing (17,8%) and top three qualifier categories were anxiety (26,4%), relieving (24,1%), homour/sarcasm (19%). Risk factors were mentioned in 20,5% of the status updates. Of all the risk factors, 38,1% were food-related, 24,7% were associated with radiation (ionizing and non-ionizing) and 13% were related to tobacco products. In the study, it is statistically significant that personal account users' updates are more likely to be in the categories of sarcasm/frustration and anxiety/query, whereas corporate account users' updates are more likely to be involved in relieving subjects.

Conclusion: By means of Twitter, inferences of social networking site users' opinions, knowledge, attitudes and comments about cancer were accessed. Increased internet security and privacy settings were among the limitations of demographic data collection. Real time information sharing leads into fast

**Intern, Hacettepe Ü.Tıp Fakültesi, Ankara*
*** Yandal Uzm. Öğr.; Hacettepe Ü.Tıp Fak. Halk Sağlığı AD. Ankara*
**** Prof.; Hacettepe Ü.Tıp Fak. Halk Sağlığı AD.*

deyim/mecaz özelliğindeki iletilerin sıklığında bir artış görülmüştür. İletilerde bilgi arayan ya da bir takım kaygıları olan kişilerin sosyal medya aracılığıyla belirli kişiler ve kurumlar tarafından aydınlatılması gerekmektedir.

Anahtar sözcükler: Kanser, Twitter, Sosyal medya

alterations on the topic and increases the methaphoric use of the word "cancer". We found that seeking/sharing health information and concerns related to cancer (especially risk factors) were among the top contents in our sample. Authorities should not underestimate the information sharing process and try to to relieve the public anxiety.

Key words: Cancer, Twitter, Social media

Giriş

Ülkemizde ve dünyada tüm ölümlerin ikinci en sık nedeni kanser olarak bildirilmiştir (1, 2). Kanser insidans hızları yıllara göre her iki cinsiyette de artmaktadır (3). Hastalıkları hakkında bilgi arayışında olan hastalar interneti ve sosyal medyayı yaygın olarak kullanmaktadır (4, 5). Bazı sosyal ağ sitelerinde de gündemle ilgili paylaşımlara, kanser ile ilgili platformların kampanyalarına sık rastlanmaktadır (6). İnternetteki sağlık içerikli bilgilere erişim kolay olmakla birlikte, bu bilgiler nitelik açısından çok çeşitli olabilmektedir (4). Bu durum; hastalar, hasta yakınları, sağlık çalışanları ve araştırmacılar gibi geniş bir kesimin bilgi aramak için birincil kaynak olarak internete, özellikle de sosyal ağ sitelerine başvurmalarına yol açmaktadır. Ayrıca bu siteler aracılığıyla, bu gruplar arasındaki iletişim ve paylaşım da güçlenmektedir (7).

Sosyal medya genelde Web 2.0 ile benzer anlamda kullanılmakta; kullanıcılar arasında iletişimi ve işbirliğini desteklemekte ve kolaylaştırmaktadır. Benzer düşünce ve ilgi alanları olan kişiler arası deneyim paylaşımı, yayımlama ve işbirliği yapmaya olanak sağlamaktadır (8). Kişilerin yanı sıra devlet yöneticileri, medyatik kişiler, resmi kuruluşlar, sivil toplum örgütlerinin de sosyal ağ sitelerinde hesapları bulunmaktadır (9). Sosyal ağ sitelerinin en popülerlerinden biri olarak Twitter, kurulduğu yıl olan 2006'dan beri kullanıcılarına "Tweet" ismi verilen 140 karakter uzunluğundaki iletileri paylaşmaya olanak sağlayan mikro-bloglama uygulamasıdır (9). "Şu an ne yapıyorsun?" sorusuna yanıt vermek suretiyle insanları paylaşmaya ve etkileşimde bulunmaya özendirmektedir.

Benzer sosyal ağ siteleri olan Facebook ve LinkedIN'e göre, son yıllarda Twitter kullanımında logaritmik bir artış söz konusudur. Ağustos 2011 itibarıyla, Twitter'da yaklaşık 400 milyon kullanıcı tarafından günde 200 milyondan fazla Tweet/ileti paylaşıldığı belirlenmiştir (10, 11). Mayıs 2010'daki durum olan 106 milyon kullanıcı ve günlük 55 milyon Tweet/ileti ile kıyaslandığında bu artışın düzeyi açıkça görülmektedir (12, 13).

Halk sağlığı alanında yapılan çalışmalarda Twitter'ın kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Literatürde Haiti'deki kolera salgını ve geride bıraktığımı yıl ülkemizi de etkileyen domuz gribi (H1N1) gibi pandemi ve salgınlarda yayılımın izlenmesi; antibiyotik kullanım yaygınlığının ve olası yanlış antibiyotik kullanımların değerlendirilmesi gibi örnekler söz konusudur (14-18). Yakın zamanda, kronik hastalıkları olan kişilerin yaşam kaliteleri ya da kronik hastalıklara karşı toplum tutumu izlenmesi amaçlı çalışmalar da yapılmaya başlamıştır (19, 20).

Tablo 1. İletinin içeriğine göre Twitter iletilerinin sınıflandırması

İçerik	Örnek
Kişisel Deneyim	"Yine biri kanser. Yine farkında olmadan nefes alıp verişini kontrol etme ve yüzlerce ilaç. 7 yıl öncesiyle aynı manzara."
Fikir Beyanı	"İleri yaş hastalığı olarak bilinen egzema, topuk dikeni, kanser, depresyon vb. çocuklarda ve gençlerde de o kadar sık görür olduk ki."
Bilgi Arama	"Kanser araştırması için Avrupa'da 500 milyon dolar toplanıyor. Türkiye'de ne kadar acaba?"
Kanser Hastalığı Hakkında Bilgilendirme	"Sigara kullanan babaların çocuklarında kanser riski artıyor.
Genel Bilgi Paylaşımı	"Kanser hastalarına müjde "…" Devlet Hastanesi bünyesinde radyoterapi merkezi açılacağı bildirildi."
Deyim ve/ya da Mecaz	"Bunlar adamı kanser eder."

Tablo 2. İletinin niteliğine göre sınıflandırma

İçerik	Örnek
Şaka/İğneleme	"Kanser hastalarına özel bakım klinikleri açılıyormuş. Hiç inanasım gelmedi ama. Hayrolsun!"
Kaygı	"Süt kanser mi yapıyor yaa? Kanser mi olacağım şimdi S"
Engellenme Öfkesi	"Ben de inanmıyorum (bazı şeylere). Yıllarca kızartma kanser dediler, şimdide bilmem neye faydası var diyorlar. Bu kanser tüccarı şirketler adamı sinir eder… çelişkiler dünyası…"
Soru	"Zaten greyfurt zararlı değil mi? Kanser hastalarına greyfurt yedirmiyorlar galiba."
Endişe Giderici	"Arkadaşlar telaşlanmayın,RİA kanser yapmıyormuş."
İyi Dilek	"Canım, annen meme kanseriymiş, umarım bir an önce iyileşir.

Tablo 3. 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında paylaşılan "Kanser" sözcüğünü içeren iletilerin metin içerik özelliklerine göre dağılımı (Ankara, 2012)

Metin İçerikleri Özellikleri	Sayı	Yüzde
Deyim/Mecaz	492	44.7
Fikir Beyanı	203	18.4
Genel Bilgi	196	17.8
Kanser Hastalığı Hakkında Bilgilendirme	117	10.7
Kişisel Deneyim	62	5.6
Bilgi Arama	31	2.8
Toplam	1101	100,0

Bu araştırma, kanserin sosyal ağ sitelerindeki yansımalarının Twitter öznelinde incelenmesi ve Türkçe dilinde paylaşılan iletiler baz alınarak "kanser" anahtar sözcüğü içeren iletilerin özelliklerinin saptanması amacıyla planlanmıştır.

Gereç ve Yöntem

Bu çalışma, tanımlayıcı tipte bir epidemiyolojik araştırmadır.

Araştırmada 27.01.2012 – 02.02.2012 tarihleri arasında Twitter kullanıcıları tarafından gönderilen ve içinde "kanser" anahtar sözcüğü geçen Türkçe iletiler araştırma evrenini oluşturmaktadır. Anahtar sözcükle arama, twitter sosyal ağ sitesinin ana sayfasından genel paylaşıma açık iletiler üzerinden yapılmıştır. Veri toplama öncesinde iletilerin ve literatürün incelenmesi ile bir veri toplama formu oluşturulmuş ve bu formun 452 ileti incelenerek ön denemesi yapılmıştır.

Yukarıda belirtilen tarihler arasında içinde kanser anahtar sözcüğü geçen toplam 1203 iletiye ulaşılmıştır. Araştırmada herhangi bir örnek seçilmemiş, belirtilen tarihlerde "kanser" anahtar sözcüğü geçen tüm iletilere ulaşılmıştır. Dışlama kriterleri olarak belirlenen aynı iletinin aynı kullanıcı tarafından birden fazla kez paylaşılması (tekrar), konudan bağımsız içeriklerin "kanser" anahtar sözcüğü ile paylaşılması (spam) ve hashtag olarak işaretlenmiş iletiler (hashtag) çıkarıldığında geriye kalan 1101 ileti araştırmaya alınmıştır.

Veri toplama formunda, iletinin kaynağı (kişisel, kurumsal), kişisel hesaplardan paylaşılan iletiler için kullanıcı sayfalarından ulaşılan yaş, cinsiyet, meslek, eğitim vb. sosyodemografik değişkenler, iletinin metin içerik özellikleri ve niteliği, risk faktörü belirtip belirtmediği gibi sorular yer almış ve toplam 13 soru oluşturulmuştur. İletilerde ad, kullanıcı adı ve beyan edilen kişisel veriler ile tek bir kişiye ait olduğu anlaşılan hesaplar kişisel; grup, platform, şirket, sivil toplum kuruluşu, resmi kurum vb. hesabı olduğu belirtilen kullanıcı hesapları ise kurumsal olarak sınıflanmıştır.

İletilerin metin içeriği ve niteliği ile ilgili olarak literatürden yararlanarak bir değerlendirme çerçevesi oluşturulmuştur (15,18). Bu çerçeveye göre, Twitter kullanıcısının doğrudan (kendisi) ya da dolaylı

Tablo 4. 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında paylaşılan "Kanser" sözcüğünü içeren iletilerin metin nitelik özelliklerine göre dağılımı (Ankara, 2012)

Metin Nitelik Özellikleri	Sayı	Yüzde
Kaygı	123	26.4
Endişe Giderici	112	24.1
Şaka/İğneleme	88	19.0
Engellenme Öfkesi	82	17.6
Soru	32	6.9
İyi Dilek	28	6.0
Toplam	465	100,0

Tablo 5. 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında paylaşılan "Kanser" sözcüğünü içeren iletilerin risk faktörlerine göre dağılımı (Ankara, 2012)

Risk Faktörü	Sayı	Yüzde
Belirtilmemiş	484	79,5
Belirtilmiş (n=125)	125	20,5
Gıda	51	38,1
Radyasyon (İyonlaştıran/İyonlaştırmayan)	33	24,6
Tütün Ürünleri	18	13,4
İlaç/Kimyasal/Kozmetik	10	7,5
Yaşam Biçimi	6	4,5
Alkol / Bağımlılık Yapan Madde	4	3,0
Diğer*	12	9,0
Toplam	609	100.0

**Diğer başlığı altında damacana, keçeli kalem, kot taşlama, plastik bardak, pseudomonas, tütsü dumanı...belirtilmiştir.*

(örneğin, aile üyesi, arkadaş vb.) olarak kanser ile ilgili deneyimlerini içeren, hastalık süreci, tedavi, sosyal/ekonomik etkileri kapsayan iletiler "Kişisel Deneyim"; hastalık/haber/durum üzerine kişisel düşünceleri paylaşması, durumlar üzerine yorum yapmasını içeren iletiler "Fikir Beyanı; kanser hastalığı, tanı, tedavi süreçleri, korunma yöntemleri, risk faktörleri hakkında bilgi arayışını içeren iletiler "Bilgi Arama"; kanser hastalığı, tanı, tedavi süreçleri, korunma yöntemleri, risk faktörleri hakkında bilgi paylaşımı içeren iletiler "Kanser Hastalığı Hakkında Bilgilendirme"; kanser ile ilgili paylaştığı haberler ya da duyurular "Genel Bilgi Paylaşımı"; kanser sözcüğünün alışılagelmiş anlamı dışında deyimleşerek ya da mecazi anlamda kullanılması "Deyim ve/veya Mecaz" başlığı altında değerlendirilmiştir. Tam olarak sınıflandırılamayan ya da yukarıdaki tanımların hiçbiri ile tam olarak açıklanamamış iletiler "Diğer" başlığı altında değerlendirilmiştir. Tablo 1'de iletinin içerine göre örnekler verilmiştir.

İletiler nitelik özelliklerine göre de sınıflandırılmıştır. Bu sınıflama, iletinin nasıl anlatıldığını açıklamayı hedeflemiştir. Twitter kullanıcısı tarafından paylaşılan şaka, fıkradan oluşan ya da alaycı, iğneleyici, kinayeli sözler içeren iletiler "Şaka/iğneleme"; kullanıcıda kaygı, endişe, korku, üzgünlük oluşturduğu bu sözcükler kullanılarak ya da kullanılmadan açıkça belirtilmiş iletiler "Kaygı"; İngilizce literatürde "frustration" olarak geçen ve bir engellenmişlik, hayal kırıklığı ya da hüsran gibi bir durumda kalarak geçici de olsa bir miktar öfke, kızgınlık, sitem içeren iletiler "Engellenme Öfkesi", iletide soru anlamı içeren ifadeler "Soru"; konu ile ilgili var olan endişeleri gidermeyi amaçlayan iletiler "Endişe giderici"; iyi dilek, mutluluk, sevinç içeren iletiler "İyi Dilek" başlığı altında değerlendirilmiştir. Twitter kullanıcıları tarafından paylaşılmış, tam olarak sınıflandırılamayan ya da yukarıdaki tanımların hiçbiri ile tam olarak açıklanamamış iletiler "Diğer" başlığı altında değerlendirilmiştir (Tablo 2).

Tablo 6. 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında paylaşılan, "Kanser" sözcüğünü içeren iletilerin metin içerik özelliklerinin iletinin kaynağına göre dağılımı (Ankara, 2012)

	İletinin kaynağı				χ^2	P
	Kişisel		Kurumsal			
	Sayı	%	Sayı	%		
İleti İçeriği					379,433	<0.005
Deyim/mecaz	481	58,0	11	5,1		
Fikir beyanı	191	23,1	12	5,6		
Bilgi arama/bilgi verme	157	18,9	191	89,3		
Toplam	829	100,0	214	100,0		

**Sütun yüzdesi verilmiştir.*

Tablo 7. 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında paylaşılan "Kanser" sözcüğünü içeren iletilerin metin nitelik özelliklerinin kaynaklarına göre dağılımı (Ankara, 2012)

	İletinin kaynağı				χ^2	P
	Kişisel		Kurumsal			
	Sayı	%	Sayı	%		
İleti niteliği					76,731	<0.005
İğneleme ve öfke	135	46,6	12	10,3		
Kaygı ve soru	96	33,1	32	27,4		
Endişe giderici ve iyi dilek	59	20,3	73	62,4		

**Sütun yüzdesi verilmiştir.*

Gün içinde sürekli bir ileti akışı olması gerekçesiyle, veri toplamada bir önceki günün iletileri değerlendirilmiştir. Araştırmada toplanan veriler SPSS 15.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. İncelenen parametreler için tanımlayıcı istatistikler (frekans dağılımı) hesaplanmış, marjinal ve çapraz tablolar yapılmıştır. Kategorik değişkenler için gruplar arasındaki farklılık Ki Kare testi ile değerlendirilmiştir. İstatistik değerlendirmelerinde, olasılığı $p<0.05$ değerler istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir.

Bulgular

Araştırma kapsamında 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında toplam 1203 iletiye (Tweet) ulaşılmıştır ve tamamının bilgisi toplanmıştır. Dışlama ölçütlerini taşıyan iletiler çıkarıldığında geriye kalan 1101 ileti araştırmaya alınmıştır. Günlük ortalama ileti sayısı 157±29, ortanca=142, en az-en çok=129-207'dir.

Araştırmaya alınan 1101 iletinin %80,6'sı kişisel hesap, %19,4'ü kurumsal hesap kullanıcıları tarafından paylaşılmıştır. 887 kişisel hesap kullanıcısının %22'si mesleğini belirtmiştir. Mesleğini belirten kullanıcıların %20,7'si sağlık çalışanı, %79,3'ü diğer meslek gruplarındandır. Araştırmada değerlendirilen iletilerin %22,7'sinde kullanıcı cinsiyeti belirtilmiştir. Cinsiyet belirtenlerin %44,2'si kadın,%55,8'i erkektir. İletilerin %53,8'inde, iletiyi ileten kişinin bulunduğu yer belirtilmiştir ve en çok ileti İstanbul kaynaklıdır (%46,6). İletilerin %7'sinde öğrenim durumu belirtilmiştir ve belirtenlerin tamamı lise / üniversite mezunudur.

Araştırmaya alınan 1101 iletinin %5,6'sı kişisel deneyim, %18,4'ü fikir beyanı, %2,8'i bilgi arama, %10,7'si kanser hastalığı hakkında bilgilendirme,%17,8'i genel bilgi paylaşımı, %44,7'si deyim/mecaz özelliği taşımaktadır (Tablo 3). İncelenen 1101 iletinin 492'si deyim/mecaz özelliği taşıdığı için nitelik özelliklerine göre değerlendirilmemiştir. 144 ileti bilgilendirme, haber, link, magazinsel

Erişim Adresi: http://www.hastane.hacettepe.edu.tr/Bolum/227



içerikli "nötral" ifade taşıması nedeniyle nitelik sınıflandırması başlığı altında değerlendirilememiştir. Tüm bunlar çıkarıldığında geriye kalan 464 iletinin nitelik özelliklerine göre değerlendirilmesi Tablo 4 'te gösterilmiştir.

Araştırmada incelenen 1101 iletiden, risk faktörleri bölümü için değerlendirilmeyen deyim/mecaz içeriğindeki iletiler çıkarılmış, geriye kalan 609 ileti değerlendirilmeye alınmıştır. İletilerin 125'inde (%20,5) 134 risk faktörü belirtilmiştir. Belirtilen risk faktörlerinin %38,1'ini gıda, %24,6'sını radyasyon (iyonlaştıran ve iyonlaştırmayan), %13,4'ünü tütün ürünleri, %7,5'ini ilaçlar, kimyasallar ve kozmetik ürünler; %4,5'ini yaşam biçimi, %3'ünü alkol ve bağımlılık yapan maddeler oluşturmaktadır (Tablo 5).

İleti nitelik özelliklerinin kaynaklara göre dağılımı Tablo 7'de gösterilmiştir.

Kişisel hesaplardan paylaşılan iletilerin kurumsal hesaplardan paylaşılan iletilere göre istatistiksel olarak daha fazla iğneleme/öfke ve kaygı/soru ile ilişkiliyken; kurumsal hesaplardan paylaşılan iletiler kişisellere göre daha fazla endişe giderici ve iyi dilek ile ilgili olduğu belirlenmiştir (☞: 76,731 ; p <0.005) (Tablo 7).

Tartışma

Araştırma, 27 Ocak – 2 Şubat 2012 tarihleri arasında, bir sosyal ağ sitesi olan Twitter'da içinde "kanser" anahtar sözcüğü geçen Türkçe iletilerin içerdikleri mesaj, ifadeler ve risk faktörleri açısından incelenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamında yukarıda belirtilen 7 gün boyunca 1203 iletiye ulaşılmış, bunlar arasındaki 1101 ileti değerlendirmeye alınmıştır.

Hafta sonuna doğru kanser ile ilgili ileti paylaşımında artış gözlenmektedir. Amerika'da 2010 senesinde yapılan bir çalışmada, gençlerin başka bir sosyal ağ sitesi olan Facebook kullanım yüzdelerinin hafta sonu daha düşük olduğunu ortaya koymaktadır (21). Ancak ülkemizde buna benzer bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu farklılık çalışmanın farklı bir ülkede yapılmış olmasından kaynaklanabileceği gibi, Twitter kullanım sıklığı ile "kanser" sözcüğünü içeren iletilerin paylaşım sıklıkları arasında fark olmasından da kaynaklanıyor olabilir.

Araştırmaya alınan 1101 iletiden yalnızca 4'ünde iletiyi paylaşan kullanıcının sosyodemografik özelliklerinin tamamına ulaşılabilmiştir. Çalışmada sosyodemografik

özellikler belirlenirken, doğrudan kullanıcıların bilgi paylaşımları esas alınmış, tahminlere gidilmemiştir. Amerika'da yapılan benzer bir çalışmada kullanıcı cinsiyetini belirlemede ad, kullanıcı adı ve kullanıcı fotoğraflarından da yararlanılmıştır (22). Sosyodemografik özelliklerin belirlenmesinde böyle bir yöntemin kullanılmasının, özellikle internette kişisel bilgi paylaşımının güvenirliliğinin az olması da göz önüne alındığında, yanlılığa yol açacağı düşünülmektedir (23).

Sağlık alanında yapılan çalışmalarda, çalışılan grubun sosyodemografik özelliklerin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır (23). Twitter'da bu özelliklerin erişilebilirliği / ulaşılabilirliği az, elde edilen verilerin doğruluğu kuşkuludur. Bu bakımdan; sosyodemografik özelliklerin temel oluşturduğu çalışmaların Twitter üzerinden yapılması elverişli olmayabilir.

Araştırmaya alınan iletilerin içerik özelliklerine bakıldığında, en fazla deyim/mecaz içeriğindeki iletilerin paylaşıldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla, fikir beyanı ve genel bilgi paylaşımı izlemektedir. Kanser hakkında kişisel deneyim paylaşımı ve bilgi arama süreçleri en düşük yüzdesi olan iki kategori olmuştur (Tablo 3). Deyim ve mecazda görülen bu fazlalık, "kanser olmak" ve "kanser etmek" söz öbeklerinin yaygın kullanımını yansıtmaktadır. Bu söz öbekleri Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüklerinde henüz yer almamakla birlkte, benzer anlamlara gelebilen "hasta etmek" (bezdirmek, bıktırmak, usandırmak), "uyuz etmek" (sinirlendirmek), "verem etmek" (çok üzmek, dert sahibi yapmak) söz öbekleri, TDK büyük Türkçe sözlüğünde yer almaktadır (24). Bunun nedeni kavramsal olarak kanserin diğerlerine göre daha yeni olması ve bu nedenle henüz dilimize deyim olarak yerleşmemiş olması olabilir. Ayrıca bu deyimlerle birlikte, "kanser etmek" mecazının da yaygın olarak kullanılması, kanserin çağımızda tanımlanan önemli bir hastalık olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Kurumsal hesaplar tarafından paylaşılan iletilerde bilgi arama / bilgi verme içeriği kişisel hesaplara göre daha fazladır. Bu kategorinin büyük çoğunluğunu ise kanser hakkında bilgilendirme ve genel bilgi paylaşımı başlıkları oluşturmaktadır. Kurumsal hesapların platformlar, kampanyaların Twitter hesapları, resmi kurumlar ve basın organlarının Twitter hesaplarından oluştuğunu göz önüne alınırsa kurumsal hesapların "bilgilendirme" misyonu üstlendiği düşünülebilir. Kişisel hesaplarda daha çok deyim/mecaz ve fikir beyanı içeriğinde iletiler paylaşılmıştır (Tablo 6). Paylaşılan iletilerin niteliklerini değerlendirirken öncelikle içeriğin deyim / mecaz olmamasına dikkat edilmiştir. Çünkü, kanser sözcüğünün deyim / mecaz olarak kullanıldığı durumlar, kanser dışı bir duruma karşı verilmiş tepkinin değerlendirilmesi ve araştırmada karıştırıcı olma olasılığı gerekçeleriyle nitelik sınıflamasına alınmamıştır.

Metin nitelik özelliklerinde en çok kaygı, en az ise iyi dilek başlığı yer almaktadır. Kaygı ifadesi taşıyan iletiler hem kadın, hem de



Erişim Adresi: http://www.fusunsayek.org/sagliketkinlikleri2009.htm



Erişim Adresi: http://www.fusunsayek.org/sagliketkinlikleri2009.htm

erkeklerin her ikisinde de nitelik sınıflamasında ilk sırada yer almaktadır (Tablo 4). Bu durum kanserin Twitter kullanıcıları arasında sıklıkla kaygıya yol açtığı ve en sık olarak kaygılı ifadelerle eşleştiği biçiminde yorumlanabilir.

Kişisel ve kurumsal hesapların paylaştığı iletiler nitelik olarak değerlendirildiğinde, kişisel iletilerde kaygı / soru ve öfke / iğneleme ön planda iken, kurumsal iletilerde iyi dilek ve endişe giderici iletiler ön plandadır (Tablo 7). Bu durum kişisel hesap kullanıcılarının paylaştıkları iletilerde kanser sözcüğünün daha sık olarak kaygı, öfke gibi ifadelerle geçtiği; ancak, kurumsal hesap kullanıcılarının kanserden dolayı oluşan kaygıları giderme misyonunu edindiği ve buna yönelik iletiler paylaştığı biçiminde yorumlanabilir.

Kanser hastalığı hakkında bilgi verme ve genel bilgi paylaşımının, sıklıkla kanser yüzünden oluşan kaygıları giderici ifadeler taşıdığı saptanmıştır. Hem bilgi verme, hem de kaygı giderici özellikler kurumsal hesaplardan paylaşılan iletilerde daha sık görülmektedir. Bu durum Twitter üzerinden bu kaygıların giderilmesine çalışıldığını gösterebilir; ancak, paylaşılan bilgilerin içeriğinin doğruluğu ve güvenilirliği açısından kuşkular olduğu unutulmamalıdır.

Risk faktörlerinin çoğunluğunu gıda ve radyasyon (iyonlaştıran / iyonlaştırmayan) oluşturmaktadır (Tablo 5). İletilerde söz edilen bu risk faktörleri, gündeme göre değişkenlik göstermektedir. Güncel konuların Twitter paylaşımlarına yön verdiği göz önüne alınırsa, araştırmanın yapıldığı dönemde medyada yer alan konuların karıştırıcı olması olasıdır. Risk faktörleri arasındaki değişim, araştırmacılar tarafından yapılan ön çalışmada da görülmektedir. Gıda, radyasyon (özellikle cep telefonu) ve sigara her zaman ilk sıralarda yer almaktadır.

Bu araştırmada gözden kaçmaması gereken önemli bir konu, bazı kullanıcıların paylaştığı iletilere ve kişisel bilgilere mahremiyet ayarları gereğince ulaşılamamasıdır. İletilere ulaşılamadığı gibi, bu iletilerin sayısı da bilinememektedir. Bu nedenle, belirtilen tarihler arasında paylaşılan ve kanser anahtar sözcüğünü içeren iletilerin tamamına ulaşılamamış olabilir.

Twitter kullanıcıları genellikle genç erişkin, sosyoekonomik düzeyi yüksek, iyi eğitimli kadınlardır (25). Twitter iletilerinin değerlendirilmesi ile elde edilen herhangi bir sonuç, hasta, engelli, yaşlı, okuma yazma bilmeyen ya da bilgisayar kullanamayan kişilere genellenemez. Bu nedenle, genellemeler yapılacaksa, çok dikkatli olmalıdır.

Bu çalışmada Twitter kullanıcıları toplumun bilgisayar kullanan, lise ve üniversite mezunu belirli bir kesimini temsil etmektedir. Bu nedenle, sosyal medya tabanlı araştırmaların topluma genellenmesinde kısıtlılıklar vardır. Sosyal medya gündemle birlikte değişkenlik göstermektedir. Twitter'da en fazla bir hafta önceden paylaşılmış iletilere ulaşılabilmektedir. Bu durum daha geniş zaman aralığında geriye yönelik veri toplamada kısıtlılığa neden olmaktadır. Sosyal medya ve sosyal ağ sitelerinin bilgi paylaşımı konusunda güvenirliliği sınırlıdır.

Bundan sonra yapılacak sosyal medya tabanlı araştırmalarda, sosyodemografik verilere ulaşmada ciddi sıkıntılar çekileceği ve ulaşılan bilgilerin de güvenilirliğinin az olması bu çalışmanın önemli bir kısıtlılığı olmayı sürdürmektedir. Sosyal medyada yapılan çalışmalarda, iletide ifade ve nitelik değerlendirilirken, ayrıntılı bir içerik analizi yapılmalıdır. Sağlık çalışanlarının, sağlıkla ilgili resmi kurumların, meslek örgütlerinin ve sağlıkla ilişkili derneklerin, eğer yoksa sosyal ağ sitesi hesapları edinerek, sosyal medya yolu ile güvenilir bilgi sağlaması toplumun bilgi arayışına yanıt vermek için bir yol olabilir.

İletişim: Dr. Songül A. Vaizoğlu
E-posta: sacar@hacettepe.edu.tr

Kaynaklar

1- WHO Library Cataloguing-in-Publication Data Global Status Report on Non-Communicable Diseases. İtaly:2010. p. 9-11.
2- T.C. Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı Ölüm Nedeni İstatistikleri, 2009. TÜİK Haber Bülteni 2011, 6 Kasım; (179).
3- T.C Sağlık Bakanlığı Kanserle Savaş Dairesi Başkanlığı (Epidemiyoloji Ve Koruma Şube Müdürlüğü) 2004-2006 Yılları Türkiye Kanser İnsidansı.
4- Hanif F, Read JC, Goodacre JA et al. The role of quality tools in assessing reliability of the Internet for health information. Inform Health Soc Care 2009; 34: 231-43.
5- Van De Belt TH, Engelen LJ, Berben SA et al.

Definition of Health 2.0 and Medicine 2.0: a systematic review. J Med Internet Res 2010;12:e1-18.

6-http://www.facebook.com/note.php?note_id=292996227377492 Erişim tarihi 20 Şubat 2012.

7- Eysenbach G. Medicine 2.0: social networking, collaboration, participation, apomediation, and openness. J Med Internet Res 2008; 10: e22.

8- Deshpande A, Jadad AR. Web 2.0: could it help move the health system into the 21st century? J Mens Health Gend 2006; 3: 332–6.

9-https://twitter.com/about Erişim tarihi 25 Ocak 2012

10- Bennet S. How Many Users Does Twitter Have? 200 million! No, Wait, 362 Million! Uh, Split The Difference? on August 26, 2011 6:00 AM-http://www.mediabistro.com/alltwitter/ how-many-twitter-users_b13110 Erişim tarihi 25 Ocak 2012

11- https://dev.twitter.com/start Erişim tarihi 25 Ocak 2012

12- http://www.viralblog.com/research-whitepapers/twitter-facts-figures/ Erişim tarihi 25 Ocak 2012

13- Sullivan S.J. What's happening?" a content analysis of concussion-related traffic on twitter. Br J Sports Med doi:10.1136/bjsm.2010.081620

14- Chunara R. Social and News Media Enable Estimation of Epidemiological Patterns Early in the 2010 Haitian Cholera Outbreak. Am J. Trop Med Hyg 2012; 86 (1): 39–4.

15-Chew C, Eysenbach G. Pandemics in the age of Twitter: Content analysis of tweets during the 2009 H1N1 Outbreak. PLoS ONE 2010; 5(11): e14118. doi:10.1371/journal.pone.0014118

16- Signorini A, Segre AM, Polgreen P.M. The Use of Twitter to Track Levels of Disease Activity and Public Concern in the U.S. during the Influenza A H1N1 Pandemic. PLoS ONE 2011; 6(5): e19467. doi:10.1371/journal.pone.0019467

17- Collier et al. OMG U got flu? Analysis of shared health messages for bio-surveillance. Journal of Biomedical Semantics 2011; 2 (Suppl 5): S9.

18- Scanfeld D. Dissemination of health information through social networks: Twitter and antibiotics Am J Infect Control 2010; 38: 182-8.

19- Pulman A. Twitter as a tool for delivering improved quality of life for people with chronic conditions. Journal of Nu.rsing and Healthcare of Chronic Illness 2009 ; 1 : 245 – 52.

20- McNeil K, et al. Epilepsy in the Twitter era: A need to re-tweet the way we think about seizures. Epilepsy Behav 2011; doi:10.1016/j.yebeh.2011.10.020

21- Golder S, Wilkinson D, Huberman B. Rhythms of social interaction: messaging within a massive online network. Proceedings of the International Conference on Communities and Technologies. London: Springer; 2007. s. 41-66.

22- Heaivilin N, Gerbert B, Page JE, Gibbs JL. Public health surveillance of dental pain via Twitter J Dent Res 2011; 90(9): 1047-51.

23- Eke PI. Using social media for research and public health surveillance. J Dent Res 2011; 90 (9):1045-6.

24- http://tdkterim.gov.tr/bts/ Erişim tarihi 24 Şubat 2012

25- Webster(2010). Twitter usage in America: 2010. Erişim tarihi 24 Şubat 2012, http://www.edisonresearch.com/twitter_usage_2010.php