



# AREL ÜNİVERSİTESİ SAĞLIK BİLİMLERİ DERGİSİ

JOURNAL OF HEALTH SCIENCES AREL UNIVERSITY

Web sayfası (Homepage): <https://dergipark.org.tr/tr/pub/arsagbil>



Araştırma Makale

## Dijital Halkla İlişkiler Kapsamında Sağlıkta Şiddet Başlıklı Instagram Paylaşımlarının Analizi

Serra Koçak Algül<sup>1\*</sup>, Yasemin Gürsoy Özdemir<sup>2</sup>, Coşkun Yorulmaz<sup>3</sup>, Ayten Övür<sup>4</sup>

<sup>1</sup>İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, Topkapı, Koç Üniversitesi Hastanesi, Davutpaşa Cd. No:4, 34010 Zeytinburnu/İstanbul  
serraalgul@stu.aydin.edu.tr, Orcid: 0009-0003-6469-2878

<sup>2</sup>Koç Üniversitesi Tıp Fakültesi Nöroloji Anabilim Dalı, Topkapı, Koç Üniversitesi Hastanesi, Davutpaşa Cd. No:4, 34010 Zeytinburnu/İstanbul  
ygursoy@ku.edu.tr, Orcid: 0000-0002-0860-8964

<sup>3</sup>Koç Üniversitesi Tıp Fakültesi Adli Tıp Anabilim Dalı, Topkapı, Koç Üniversitesi Hastanesi, Davutpaşa Cd. No:4, 34010 Zeytinburnu/İstanbul  
cyorulmaz@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4359-2395

<sup>4</sup>İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, Beşyol, İnönü Cd. No:38, 34295 Küçükçekmece/İstanbul  
aytenovur@aydin.edu.tr, Orcid: 0000-0003-2497-9703

### Özet

Sağlıkta şiddet vakaları son yıllarda artış gösteren, halk sağlığını ilgilendiren bir toplumsal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlık çalışanlarının uğradıkları şiddet nedeniyle ya mesleklerini bıraktıkları ya da yurt dışına gittikleri çeşitli raporlarda belirtilmektedir. Yetişen insan kaynağının kaybı ise, değer kabı olarak ülke kaynaklarının doğru kullanılmaması sorununu karşımıza çıkarmaktadır. Çalışma kapsamında ortaya çıkan bu toplumsal sorunun, konun çözümüne katkı sağlaması açısından dijital ortama nasıl yansıtıldığının belirlenmesi hedeflenmiştir. Medyada da çeşitli şekilde haberlere yansıyan ve gündem olan sağlıkta şiddet kapsamında Dr. Ekrem Karakaya'nın ölümü sonrası Instagram'daki #sağlıktaşiddet ve #sağlıktaşiddetehayır hashtaglere 06.07.2022 tarihindeki toplamda 941 hashtag paylaşımı içerik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır hashtaglerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizi, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler nicelikte çok sayıda paylaşım yapıldığını, ancak yapılan paylaşımların çok dağınık olduğunu, görsel ve metin alanlarının bir bütün olacak şekilde kullanılmadığını, paylaşımların çok sesli, dağınık bir görsel ve metin dilinden oluştuğunu, görsel ve metin içeriğinde kullanılan metin dilinin kamuoyu oluşturma, kamuoyunu bilgilendirme niteliği taşımadığını, link ve mention kullanımının yeterli düzeyde olmadığını, kamuoyu oluşumunu sağlayacak toplum tarafından kabul gören önemli kişi, medya, örgütlenmiş topluluk gibi unsurların yeterince değerlendirilemediğini ortaya koymaktadır. Araştırma sonucu, kurumsal seviyede sağlık alanına ilişkin okuryazarlığın artırılması amacıyla, dijital halkla ilişkiler kampanyaları, uygulamalarının öncelikle kamu sonrasında da özel kurumlar dâhilinde süreklilik sağlayacak şekilde ele alınması, sahiplenilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Ülkedeki sayıları bir milyonu aşan sağlık çalışanlarının bu konuda bilgilendirilmesi, profesyonel ve gönüllü iletişim teknikleri desteği sağlanması, sağlıkta şiddet konusunda yeterli bir kamuoyu desteği sağlanmasını sağlayabilir. Bu da bir halk sağlığı sorununa daha hızlı çözüm bulunması ile sonuçlanabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital halkla ilişkiler, Halkla ilişkiler, Instagram, Sağlıkta şiddet.

**Başvuru:** 4 Temmuz **Kabul:** 13 Temmuz

**\*Sorumlu yazar:** serraalgul@stu.aydin.edu.tr

- Bu çalışma Serra Koçak Algül'ün yüksek lisans tezinden derlenerek yapılmıştır.

**Dergi maili:** ausbf@arel.edu.tr

**Dergi kısaltmalar:** Arel Ü. S. Bil. Derg.

*J. H. Sci. Arel U.*

## ***Violence in Health within the Scope of Digital Public Relations Analysis of Instagram Hashtags***

### **Abstract**

Violence in health care has risen recently and is a social problem concerning public health. It is stated in various reports that health workers either leave their professions or go abroad due to the violence they are subjected to. The loss of trained human resources leads to the problem of not using the country's resources correctly as a value container. The study aims to determine how this social problem is reflected in the digital environment to contribute to the solution. A total of 941 hashtag posts on the hashtags #sağlıkta şiddet and #sağlıkta şiddete hayır on Instagram after the death of Dr. Ekrem Karakaya within the scope of violence in health, which is reflected in the news and agenda in the media in various ways, were analyzed by content analysis method on 06.07.2022. The content analysis conducted on the hashtags "violence in health" and "no to violence in health" revealed that there were many posts in support of "no to violence in health"; however, the posts were very scattered, visual and text areas were not used as a whole, and the posts consisted of a polyphonic, scattered visual and textual language, The visual and textual language used in visual and textual content does not have the quality of forming public opinion and informing the public, the use of links and mentions is not at an adequate level, and elements such as important people accepted by the society, media, and organized communities that will ensure the formation of public opinion are not sufficiently evaluated. The research results reveal that digital public relations campaigns and practices should be addressed and owned by public and private institutions to ensure continuity to increase health literacy at the institutional level. Informing healthcare professionals, who number more than one million in the country, on this issue and providing professional and voluntary communication techniques support can ensure that they provide sufficient public support for violence in health. This may result in a faster solution to a public health problem.

**Keywords:** Digital public relations, Instagram, Public relations, Violence in health.

### **1. GİRİŞ**

Toplum ile birey arasındaki etkileşim sağlık açısından da vardır. Sağlıklı birey, sağlıklı toplumu oluşturmasını sağlarken, toplum sağlığı da sağlıklı bireylerin oluşmasına neden olur.

Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımlamasına göre sağlık, sadece sakatlık, hasta olma durumuyla ilgili değildir, psikolojik ve sosyal iyi olma, kendini iyi hissetme durumuyla da ilgilidir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2011). Dolayısıyla sağlık kavramının bireyin fiziksel, psikolojik ve sosyal iyi olma, iyi hissetmeyle ilgili olduğu belirtilir (Aydın, 2019). Fiziksel, psikolojik ve sosyal açıdan iyi olma hali sağlık kavramının bütüncül anlayışla ele alınması gerekliliğini ortaya koyar. Bu nedenledir ki hem fiziksel sağlık hem de psikolojik açıdan ferah yaşam anlayışının teşvik edilmesi amacıyla "Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi"ni (Health Promotion) desteklemektedir (WHO, 1998). Fiziksel sağlık vücudun iyi olma durumu, fonksiyonlarıyla ilgilidir (Ulutürk, 2015) ve biyomedikal açıdan fonksiyonların işleyip işlemediği üzerinden ele alınır (Vingilis ve ark., 1998). Sağlıklı yaşam kalitesini etkileyen faktörlerin beslenme bozukluğu ve aktivite eksikliği veya fazlalığı, alkollü içki ve tütün, uyku bozukluğu olduğu belirtilir (Das, 2003; Žuškin ve ark., 2006; Luyster ve ark., 2012; Bulut, 2013). Psikolojik açıdan iyi olma durumunun ise, bireyin kendini tanıma, ifade edebilmesi, zorluklarla baş edebilme yeteneği, diğer bireylerle iletişim kurabilme, empati kurmayla ilişkili olduğu belirtilir (Galderisi ve ark., 2015). Tognetti (2014), sağlığın toplumsal boyutuna vurgu yapar ve sosyal sağlık kavramıyla bireyin topluma uyum sağlayabilmesi ve iletişim içinde olmasına vurgu yapmaktadır. Kısaca sağlık, bedensel açıdan iyi olma durumu olduğu kadar, bireylerin içinde bulunduğu toplumun yapısını oluşturan sosyal, ekonomik unsurlarla da ve iyi bir yaşam sürmeyle de ilişkilidir. Sağlık kavramının bütüncül olarak ele alınması, konunun sadece tıp alanı açısından değerlendirilmemesi gerekliliğini belirtilir (Erbaydar, 2003). Bütüncül sağlık anlayışı, sağlık alanının ekonomik, toplumsal, kültürel ve benzeri multi-disipliner bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Fiziksel ve psikolojik iyi olmanın hem bireysel hem de toplumsal boyutu vardır. Bütünü oluşturan unsurlarda meydana gelen herhangi bir iyi olmama durumu birey ve toplum arasındaki etkileşim nedeniyle birbirlerini etkiler.

Kültür, din, dil farklılıkları gözetilmeksizin, dünyanın çeşitli yerlerindeki şiddet olaylarında artış olduğu belirtilmektedir (Allahverdi, 2020; Sarıaslan, 2021; Yeni Şafak, 2023). Toplumsal hayatın yansımaları olarak iş alanında yaşanan şiddete yönelik artış olduğu da belirtilmektedir (Öztunç, 2006). Şiddetin toplumsal yansımaları olarak sağlık alanındaki şiddet vakaları da artmaktadır. Şiddetin toplumsal huzuru tehdit ettiğine ilişkin medyaya yansımaları da mevcuttur (Keskiner, 2019).

Sağlıkta şiddete yönelik vakaların son yıllarda artışa geçmesi, ilgili meslek alanına yönelik sorunların olduğuna işaret etmektedir. Konu sağlık olunca sadece meslek çalışanlarını değil, bir toplumsal sorun, halk sağlığı sorunu olarak ele almak gerekmektedir. Gerçekleşen vakalar, sağlık çalışanlarını mesleklerini icra edemez duruma getirirken, iş güvenliği, iş yapma kaygısı oluşmasına neden olmakta hatta sağlık çalışanlarının daha iyi iş koşulları nedeniyle yurt dışına gitmelerine neden olmaktadır. Bu ise yetiştirilen insan kaynağının kaybına neden olmaktadır. Sağlık alanında yaşanan şiddet vakalarının temelinde, hasta hekim veya sağlık çalışanları ile yetkililer arasındaki iletişimsizlikten kaynaklandığı çeşitli şekillerde belirtilmektedir (Yeşilbaş, 2016). Sağlıkta şiddetin önlenmesine ilişkin belirtilen iş tanımları, hizmet içi eğitim yetersizliği, sağlık çalışanlarının yoğun mesai süreleri ve benzeri koşulların kamu spotlarında ve çeşitli medya araçlarında yer almasının çift yönlü bakış açısıyla yansıtılması gerekliliği aslında sorunun kaynağının daha çok iletişim alanıyla ilgili olduğunu göstermektedir. Bu nedenle iletişimin nitelikli bir şekilde gerçekleşmesinin mesleği icra veya sonrasında süreçlerinde önemli olduğu açıktır.

İletişim insanların duygu ve düşüncelerini karşılıklı olarak birbirlerine aktarması olarak bilinirken bu anlamda halkla ilişkiler alanında da iletişimin rolü etkin olarak görülmektedir.

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim alanında da önemli değişiklikler yaşanmaktadır. Sosyal medya aracı olan Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Tik Tok gibi popüler platformların, iletişimde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bunun yanı sıra insanların birbirleriyle etkileşim kurmasını, bilgi ve içerik paylaşımının hızlandığı görülürken ve erişilebilir olmayı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, sosyal medya platformları, herhangi bir coğrafi sınırlama olmaksızın, dünyanın her yerinden insanlarla iletişim kurma imkânı sunmaktadır. Özellikle #hashtag kullanımı ile tek bir kelime altında milyonlarca insanın ortak düşüncelerini paylaşabilmesi mümkün olmaktadır. Sosyal medyanın toplum tarafından yaygın kullanılması, toplumsal hayatın önemli bir parçasını oluşturan sağlık iletişim alanını da etkilemiştir.

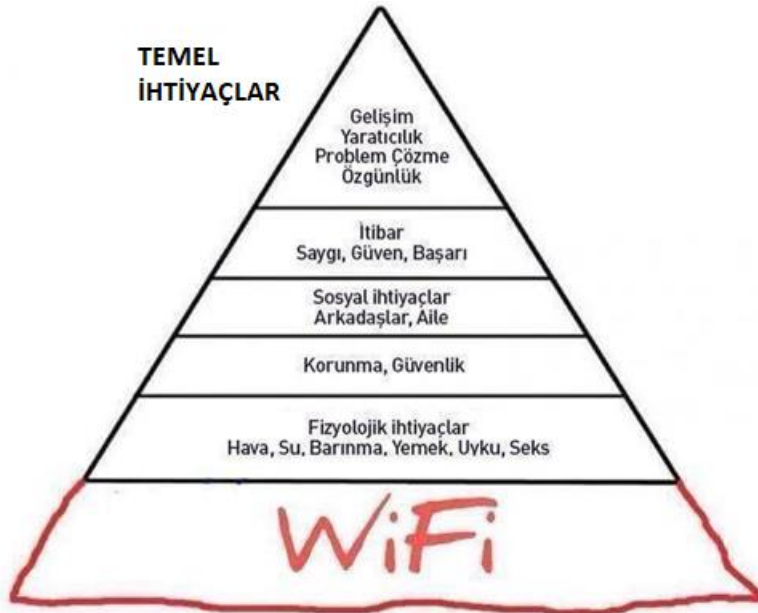
Bu çalışmanın amacı sosyal medyada sağlıkta şiddetle ilgili hashtaglerin amacına uygun kullanılıp kullanılmadığını araştırarak, dijital halkla ilişkiler kapsamında konunun eksikliğini, dijital medyaya nasıl yansıdığını ortaya koymaktır. Bu nedenle 06.07.2023 tarihli #sağlıktaşiddet ve #sağlıktaşiddetehayir hashtaglerine ait 941 paylaşım, beğeni, yorum sayısı, paylaşımlarda fotoğraf veya video kullanımı, kullanılan fotoğraf veya videonun konuyu destekleyip desteklemediği, fotoğraf veya video üzerinde metin kullanım durumu, paylaşımlardaki metin kullanımı, kullanılan metin içeriği, paylaşımlarda başka hashtag kullanımı olup olmadığı, kullanılan diğer hashtaglerin konuyu destekleyip desteklemediği, paylaşımlarda mention kullanımı, paylaşımlarda bağlantı kullanımı, paylaşımının kamuoyu oluşturma dolayısıyla farkındalık oluşturma amaçlı yapıp yapılmadığı, paylaşımlarda kamuoyu oluşturma bağlamında medya ile ilişkilendirilip ilişkilendirilmediği ve benzeri toplamda on beş madde üzerinden içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 06.07.2022 tarihinde paylaşım yapılan toplamda 941, #sağlıktaşiddet 35 ve #sağlıktaşiddetehayir 906 hashtag incelenmiş, veri girişi bir ayd tamamlanmıştır.

## 2. LİTERATÜR

İletişim, düşünce, duygu ve bilgilerin, karşı taraftaki gruba çeşitli ifadeler aracılığıyla aktarılması süreci olarak tanımlanmaktadır (Theodorson ve Theodorson, 1969; Güngör, 2001).

İletişimin, kişisel gereksinimlerini ifade edebilme arzusu için var olduğu, insanlığın var olduğu gündün beri hayatının en belirgin özelliği olduğu belirtilir (Aytekin, 2022). İletişim kavramı genel olarak iki şekilde ele alınmaktadır. Birincisi, alıcı ile kaynak arasındaki süreç, ikincisi ise, anlam, kavrama, anlayışın oluşmasında toplumsal etkileşimle edinilen müzakere alanı olarak değerlendirilir (O'Sullivan vd., 2006). Bu bağlamda iletişim, bilginin konuşma, metin, sembol, resim ve davranışla aktarımı olarak ifade edilir (Aronson, 1972; Tutar ve Yılmaz, 2003). Diğer tanımlamaya göre, kaynak kullanarak, kaynak ile alıcı arasında oluşan etkileşim oluşturma olarak da tanımlanmaktadır (Yüksel, 2011).

İnsan iletişimle toplumsallaşır ve toplum içinde kendini konumlandırır, oluşturduğu ağ dolayısıyla aidiyet kurar ve bir kimlik inşa eder. Bu da ihtiyaçlar hiyerarşisinde aidiyet kurma ihtiyacına denk gelmektedir (Maslow, 1943). Maslow'un hiyerarşisinde iletişim ihtiyacı, aidiyet sağlama aşamasında değerlendirilirken, günümüz bilgi toplumlarında bilginin önem kazanmasından dolayı iletişim fizyolojik ihtiyaçlar sıralamasından önce yer alması gerektiği belirtilmektedir (Şekil 1) (Sayar, 2013).



**Şekil 1.** Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin yeniden tanımlaması.

İnternet altyapısının geliştirilmesi dolayısıyla hayatımızın önemli bir parçası haline gelen dijital iletişim, günümüz çağdaş toplumunda iletişimin yoğun olarak tercih edildiği alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Halkla ilişkiler, kurumlar ile hedef kitleleri arasında karşılıklı etkileşimin sağlanması açısından önemli role sahiptir. Halkla ilişkilerin geçmişteki çalışma yöntemlerine nazaran günümüzde kurum ve kuruluşlar için teknolojinin ve yeni medyanın da yaygın kullanımıyla birlikte önemi giderek artmaktadır. Kurumlarda ya da toplumla ilgili her alanda etkili ve verimli ilişkiler kurmak, yeni medya araçları ile etkileşim ortamı yaratmak ve doğru bir iletişim kurabilmek amacıyla halkla ilişkiler günümüzde etkin bir rol oynamaktadır. Günümüzde halkla ilişkiler hala yoğun bir biçimde geleneksel medya tarafından yürütülmeye devam etse de internet ve yeni medya araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte yeni hedefler ve amaçlar doğrultusunda halkla ilişkiler açısından yeni çalışma alanları ortaya çıkmaktadır. Daha önce geleneksel medya tarafından yürütülen halkla ilişkiler uygulamaları internetin yoğun olarak kullanılmasıyla birlikte uygulama alanlarını yeni medya alanına da kaydıracağı görülmektedir (Zafarmand, 2010).

Sağlık iletişimi kapsamında alana ilişkin bir konunun medyada nasıl yer alacağına ilişkin halkla ilişkilerin önemi vurgulanır (İmik Tanyıldızı, 2020). Sağlık kurumlarının ilgili hedef

kitlesine yönelik güven oluşturma, hasta hekim iletişim sorunları, sağlıkla alanına ilişkin kavram ve sorunların medyada nasıl geçeceğine ilişkin, kamuoyunda gündem oluşturma ve kamuoyu oluşturulmasında halkla ilişkilerin önemi yadsınamaz. Alandaki sorun veya önerilerin halkla ilişkiler uygulamalarıyla medyada geçmesinin hem sağlık alanı hem de halkla ilişkiler alanı açısından karşılıklı fayda sağlaması gerekliliği üzerinde durulur. İmik Tanyıldızı özellikle son yıllarda sosyal medyanın toplum tarafından benimsenerek, yoğun kullanılması sonucu sağlık alanı kapsamında Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ve LinkedIn gibi yeni medya araçlarının kullanımına vurgu yaparak, dijital halkla ilişkiler çalışmalarının öneminden bahseder (İmik Tanyıldızı, 2020).

Özel hastanelerin sağlık iletişimi bağlamında Instagram kullanımını ele alan çalışmada, İstanbul'daki A sınıfı ruhsata sahip 16 hastanenin Instagram hesabı üzerine içerik analizi gerçekleştirilmiş, araştırma sonucu sağlık kurumlarının Instagram hesaplarını kullanıyor olmalarının, ilgili hedef kitlenin oluşmasını sağladığı, paylaşım içeriklerinin kendi tanıtımlarını yapmalarından daha ziyade sağlık konusunda ilgili hedef kitlenin bilinçlendirilmesi amacını taşıdığı belirtilmektedir (Kara, 2017).

Instagram'ın sağlık açısından önemine de değinecek olursak; Instagram, sağlıklı yaşam tarzı ve egzersiz gibi konuları ele alan birçok hesaba ev sahipliği yapmaktadır. Bu hesaplar, sağlıklı yaşam tarzı hakkında bilgi vermek, motivasyon sağlamak ve ilham vermek için kullanılmaktadır. Ayrıca, beslenme ve diyet konularını ele alan birçok Instagram hesabı sağlıklı beslenme alışkanlıkları, diyet ipuçları ve tarifleri gibi konularda yaşam koçluğu konusunda kullanıcıları bilinçlendirici paylaşımlar yapmaktadır. İlâveten doktor ve sağlık uzmanları çeşitli Instagram paylaşımları yaparak, hastalarına hizmet sağlamaktadır. Bu hesaplar, sağlık hizmetleri hakkında bilgilendirici içerikler, tedavi seçenekleri ve sağlıkla ilgili önemli konular hakkında bilgi paylaşımını gerçekleştirmektedir. Günümüz modern çağ insanının bir sorunu olarak karşımıza çıkan ruh, akıl sağlığı sorunları Instagram'daki çeşitli paylaşımlarda ele alınmaktadır. Instagram, bu yönüyle psikolojik destek hizmetleri sunan hesaplara da ev sahipliği yapmaktadır. Bu hesaplar, insanların, kullanıcıların akıl, ruh sağlığı açısından zorlandığı konularda destek sağlamak, akıl sağlığının korunması ve psikolojik sorunlara çözüm bulmak için değerlendirilmektedir.

Instagram'ın sağlık alanında ihtiyacı olanlara destek amacıyla kullanılmasını yanında sağlık alanında toplumsal farkındalığın artırılmasıyla amacıyla da kullanılmaktadır. Sağlık konuları hakkında bilgilendirici içerikler paylaşan hesaplar, insanların sağlık konularına daha duyarlı olmasına ve sağlıklı yaşam alışkanlıkları geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Sağlık konusunda toplumsal farkındalığın artırılması kanser gibi yaygın görülebilen hastalıkların yanında nadir görülen hastalıklar hakkında hasta farkındalığının oluşmasına destek sağlamaktadır. Bu hastalıklara sahip kişilerin deneyimlerini paylaştığı hesaplar, hastalığın belirtileri, tedavi seçenekleri ve destek hizmetleri hakkında bilgi paylaşımı yaparak toplumsal farkındalık yaratmaya yardımcı olmaktadır. Örneğin diyabetli hastaların Instagram paylaşımları atacılığıyla birbirlerine destek oldukları belirtilmektedir (Yi-Frazer ve ark., 2015).

Instagram ayrıca, çeşitli sosyal konularda farkındalık yaratmak için de kullanılmaktadır. Örneğin, cinsel taciz, kadın hakları, sağlıkta şiddet, çevre koruma ve ırkçılık gibi konular hakkında bilgilendirme yapmak için kampanyalar düzenlenmektedir. Bu kampanyalar, belirli bir konu hakkında farkındalığı artırmak ve insanları harekete geçirmeyi amaçlamaktadır (Kamel Boulos ve ark., 2016).

### 3. ARAŞTIRMA

Sağlıkta şiddet konusu son yıllarda giderek artış göstermektedir. Soruna dikkat çekmek, farkındalık oluşturmak ve çözüm önerileri sunmak halkla ilişkiler kapsamında büyük önem taşımaktadır. Özellikle son yıllardan gelenekselin yanında dijital halkla ilişkiler faaliyetleri de önem kazanmakta, dikkat çekmektedir. Bu nedenle, sağlıkta şiddet konusunu dijital halkla ilişkiler

açısından ele almak ve Instagram gibi popüler bir sosyal medya platformundaki yansımalarının nasıl olduğunu görmek konuya önemli bir katkı sağlayacaktır. İnsanların birbirleriyle iletişim kurdukları, bilgi paylaştıkları ve farklı görüşleri dile getirdikleri bu platformlar, markalar, kurumlar ve kişilerin dijital halkla ilişkiler stratejilerinde etkili bir şekilde kullanılabilir. Bu nedenle, sağlıkta şiddet konusunu Instagram üzerinden analiz etmek, dijital halkla ilişkiler stratejilerinin geliştirilmesinde önemli bir örnek teşkil edecektir.

Çalışma “Dijital Halkla İlişkiler Kapsamında Sağlıkta Şiddet Başlıklı Instagram Paylaşımlarının Analizi” başlıklı yüksek lisans çalışmasından üretilmiştir.

Yapılan okumadan ve araştırma gözlemlerinden elde edilen kavramlara göre sağlık şiddet kavramının konuyla ilgili ana başlık olarak karşımıza çıktığı görülmüştür. Instagram arama alanına sağlıkta şiddet yazıldığında aşağıdaki hashtag ve hesaplar karşımıza çıkmaktadır: #sağlıktaşiddet, #sağlıktaşiddetehayır, #sağlıktaşiddetsonaersin, #sagliktaşiddetehayır, #sağlıktaşiddetson, #sagliktaşiddet. Genel anlamda türkçe harf kullanıp kullanılmama durumuna göre #sağlıktaşiddet, #sağlıktaşiddetehayır hashtaglerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kapsamda yapılan ön araştırma sonucu ana akım medyaya da çeşitli şekilde haberlere yansıyan ve medyada gündem olan Sağlıkta Şiddet kapsamında Dr. Ekrem Karakaya vakası sonucu Instagram hashtag'lerine yapılan #sağlıkta şiddet ve #sağlıkta şiddete hayır hashtaglerinin 06.07.2022 tarihindeki paylaşımları ele alınmıştır. Araştırma kapsamında #sağlıkta şiddet hashtaginde 4846 paylaşım, #sağlıktaşiddetehayır hashtaginde 13.05.2023 tarihi itibarıyla 28.424 paylaşım tespit edilmiştir. Araştırma verisinin çok fazla olması ve gözlem neticesinde Dr. Ekrem Karakaya vakasının ilk günkü ilgili hashtag paylaşımlarına yansımaları ele alınmıştır. 06.07.2022 tarihli #sağlıktaşiddet hashtag paylaşım sayısı 35, #sağlıktaşiddetehayır hashtag paylaşım sayısı 906 olmak üzere 06.07.2022 tarihli ilgili hashtag'e yapılan toplam 941 paylaşım içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Veri girişi 28.04.2023 tarihinde başlanmış, bir ayda tamamlanmıştır.

Çalışma kapsamında hem nicel hem nitel araştırma modelleri kullanılmıştır. İçerik analizinde hashtag paylaşımları belirlenen maddeler kapsamında değerlendirilerek, sınıflama gruplama yapılmış, sonrasında gruplar nicel sayıya dönüştürülerek değerlendirilmiştir.

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir.

Hipotez 1: Hashtag paylaşımları, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler niceliktedir.

Hipotez 2: Hashtag paylaşımları, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler niteliktedir.

Hipotez 3: Hashtag paylaşımları ile halkla ilişkiler modelleri arasında ilişki vardır.

Araştırma yöntemi olarak içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Belirlenen tarih aralığındaki sağlıkta şiddet başlıklı hashtaglerin içerik analiz halkla ilişkiler kapsamındaki kriterler bağlamında analiz edilip, dijital halkla ilişkiler açısından nasıl olması gerektiği yönünde değerlendirmeler yapılmıştır. Ayrıca sağlıkta şiddet ve sağlık iletişimi kapsamında belirlenen tarih aralığındaki tezlere yönelik içerik analizi gerçekleştirilerek konunun hangi açılardan ele alındığı belirtilip, alana katkı sağlaması açısından halkla ilişkiler boyutunu vurgulayıcı açılımlar getirilmeye çalışılmıştır.

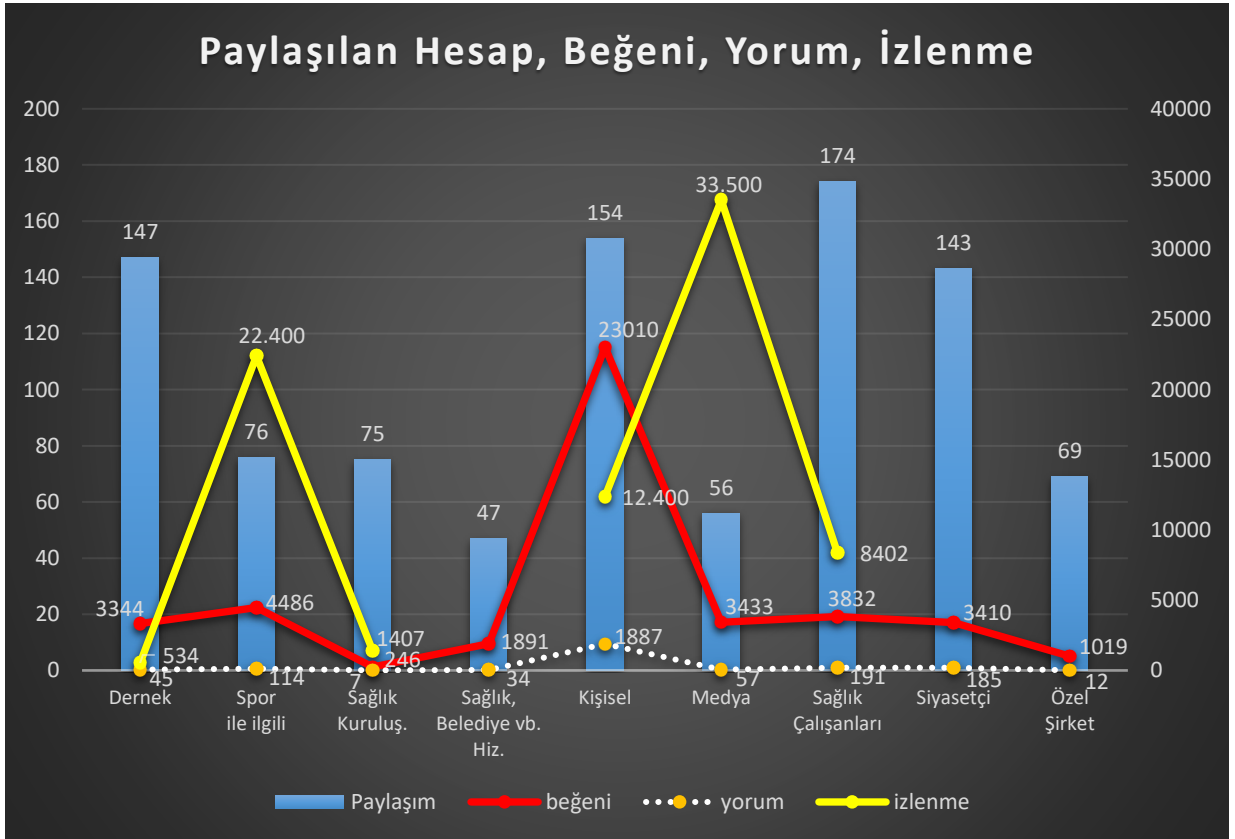
İçerik analizi, araştırma kapsamında belirlenen başlıklara, sorulara göre verilerin sınıflandırılması, gruplandırılması ve ortaya çıkan bulgulardan anlam çıkarılma yöntemi olarak ifade edilir. Genellikle gazetecilik alanındaki haber içeriklerinin analizinde kullanılan bu yöntemde sayısal ve sözel verilerin belirlenen araştırma sorularına göre yorumlanması ve değerlendirilmesinden oluşmaktadır (Alver, 2003; Yıldırım, 2015; Gökçe, 2019). Fisk (2003)'e göre, içerik çözümlemesi, belirli sıklıkla tekrar eden mesajların nesnel ölçülebilmesidir. Gazetecilik alanında içerik analizini ilk kullanan 1900'lerde Delos F. Wilcox'tur (Mutlu, 2010). Benzer şekilde iletişim alanının önemli isimlerinden Laswell'de ileti'nin anlaşılmasında içerik analizi yöntemini kullanmıştır (McQuail ve Windahl, 2010). Bu nedenle içerik analizinin mesajdaki yüklü anlamı ortaya çıkardığı, iletiye odaklandığı belirtilir (O'Sullivan ve diğ., 1994).

İçerik analizinin iletiye odaklanması nedeniyle sosyal gerçekliği ortaya koyduğu vurgulanır ve ileti yani mesajın ana amacının ortaya konmasında önemli olarak değerlendirilir (Gökçe, 2001).

Yukarıda aktarılan içerik analizi yöntemine göre dijital halkla ilişkiler kapsamında yapılan paylaşımlarda sağlıkta şiddete yönelik nasıl bir paylaşım yapıldığı ve konuya ilişkin halkla ilişkiler kampanyası gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğini veya gerçekleştirilmiş ise nasıl bir kampanya olduğunu ortaya çıkarmaktır. Buna göre paylaşımın, beğeni sayısı, yorum sayısı, paylaşımı, kimin yaptığı, fotoğraf içeriği, metin içeriği ve benzeri on beş madde üzerinde mevcut hashtagler analiz edilmiş, sınıflandırılmış, gruplandırılmıştır.

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan paylaşımların daha çok kişiye ulaşması, sağladığı etkileşim, yani beğeni, izlenme, tekrar paylaşılması (repost), ve yapılan yorumlarla ilgilidir. Grafikte en yüksek beğenin, 23.010 ile mavi tikli kişisel bir hesaptan atılan paylaşım olduğu görülmektedir. Sağlık çalışanlarının daha çok paylaşım yapmış olmasına rağmen, en yüksek beğeni sayısı olarak 3.832 beğeni aldığı görülmektedir. Sosyal medyada ilgili hedef kitleye erişim sağlayabilmek, kamuoyu oluşturabilmenin çok paylaşım yapma ile ilgili olmadığı, mesajın net bir şekilde, ortamda, kamuoyunda etki gücüne sahip kişiler tarafından yapılmasının önemi görülmektedir. Benzer şekilde yorum açısından da 1.887 yorumla, en yüksek yorumun mavi tikli aynı kişisel hesaptan yapılan paylaşımın aldığı görülmektedir (Şekil 2 ve Şekil 3).



Şekil 2. Görsellerde paylaşılan hesap, beğeni, yorum, izlenme.

İzlenme sayısı en yüksek olan 33.500 izlenmeye sahip paylaşımın bir haber, medya sitesinin günlük haber özetini Instagram'dan video aracılığıyla geçtiği videoya aittir. Günlük kısa haber özetlerinin geçildiği paylaşım Ekrem Karakaya'nın vaka bilgilendirmesi yapıldıktan sonra sağlıkta şiddetin son bulması dileklerini iletmektedir. İzlenme sayısının 33.500 gibi bir sayıya ulaşmasında

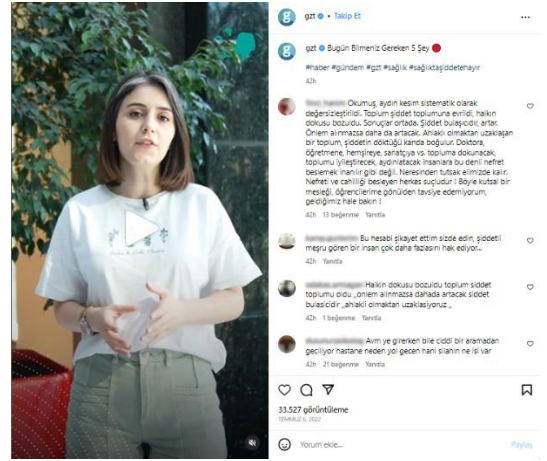


paylaşımı yapan hesabın mavi tikli medya, haber sitesi olması izlenme sayısının yüksek olmasına neden olmaktadır (Şekil 3).

Beğeni, yorum ve izlenme sayılarının yüksek olduğu paylaşımların mavi tikli hesaplar aracılığıyla yapılan paylaşımlardan oluşması, dijital halkla ilişkiler kapsamında mavi tikli hesapların yapılan paylaşımların mümkün olduğunca diğer kullanıcılara yayılmasını sağlama, kamuoyunun oluşturulmasında önemli bir unsur olduğunu göstermektedir. Diğer dikkat çekici bir konu olarak grafikte spor alanıyla ilgili kulüp ve taraftar topluluklarının yapmış oldukları paylaşımların beğeni ve izlenme sayılarıdır. Bir taraftar topluluğunun yapmış olduğu paylaşımın 22.400 izlenme ve bir kulüp paylaşımının 4.486 beğeni aldığı görülmektedir. Araştırma konu alanı her ne kadar sağlık ile ilgili olsa da spor kulüp ve taraftar topluluk paylaşımlarının izlenme ve beğeni açısından yüksek değerde olması dikkat çekicidir.

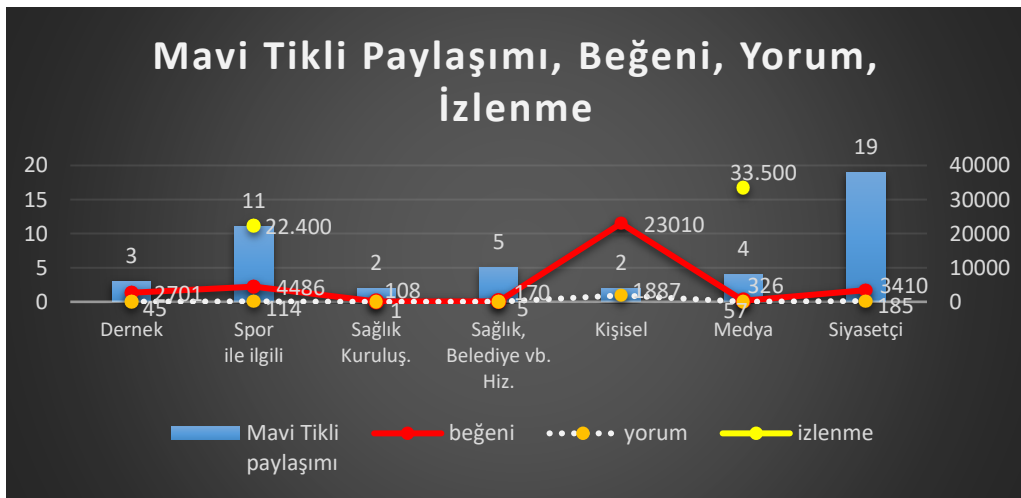


Şekil 3. 06.07.2022 Tarihli en çok beğeni ve yorum alan instagram paylaşım görseli.



Şekil 4. 06.07.2022 Tarihli en çok izlenmeye sahip instagram paylaşım görseli.

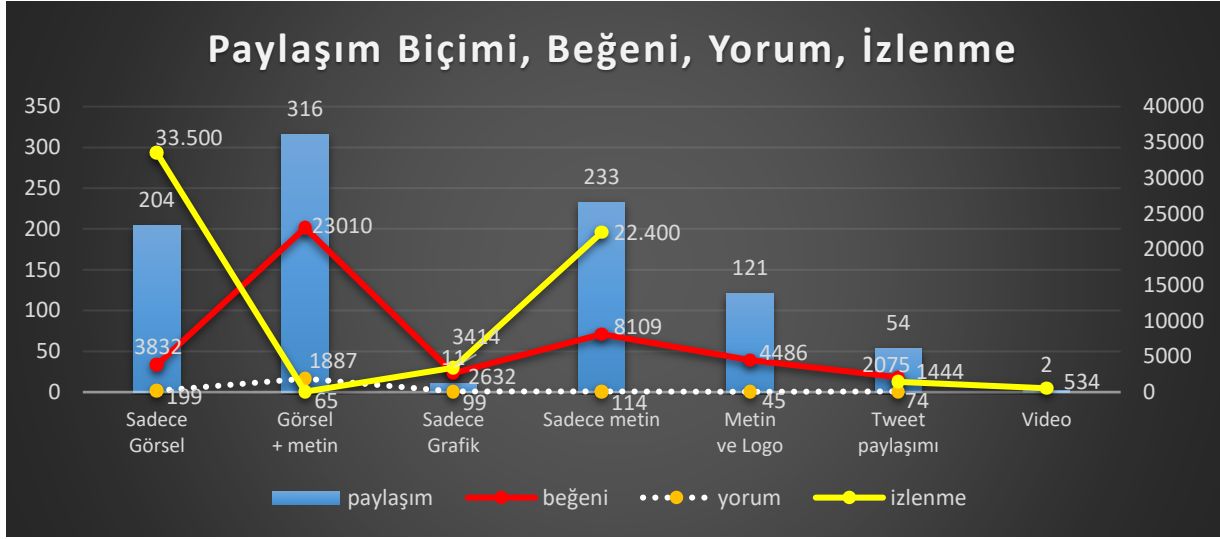
Grafik dijital ortamda bir iletişim stratejisi kapsamında ünlü kişiler aracılığıyla yapılan paylaşımların önemini göstermektedir. Mavi tikli hesap aracılığıyla yapılan bir paylaşımın 23.010 beğeni aldığı görülmektedir. Paylaşım içeriği benzer içerikler olmasına rağmen mavi tikli hesaptan yapılan bir paylaşımın, diğer birçok paylaşımından çok daha fazla etkileşim almıştır. En çok izlenme sayısı 33.500 olarak mavi tikli medya haber sitesine ait hesaptan yapılan paylaşıma aittir. Bu bize medyanın bilgi paylaşımındaki etkisini göstermektedir (Şekil 5).



Şekil 5. Mavi tikli hesap paylaşımı, beğeni, yorum, izlenme.



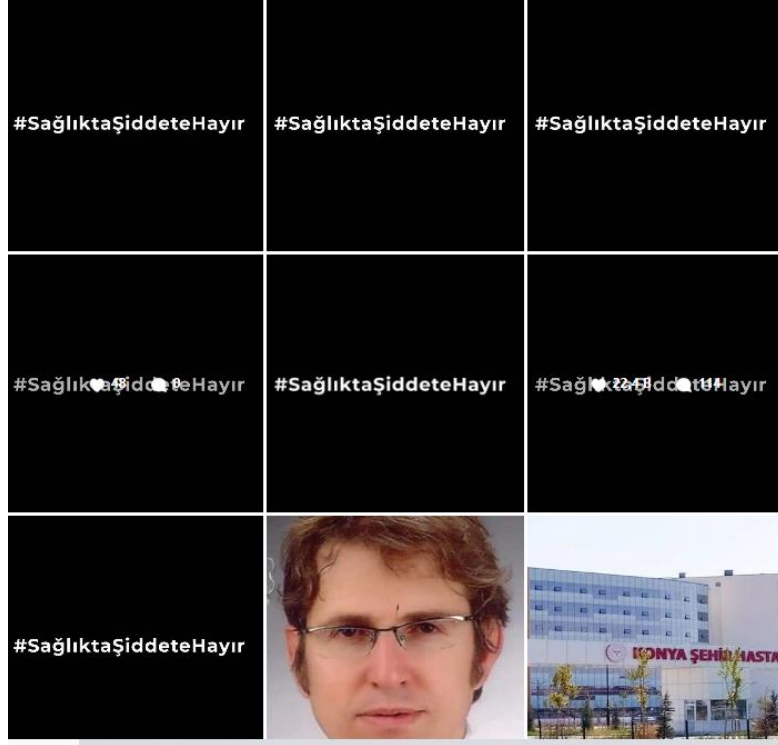
Paylaşılan görsellerin konuyla ilgili paylaşım biçimlerini analiz ettiğimizde, 204 paylaşımın sadece görsel (metin kullanmadan) olarak, 316 paylaşımın görsel üzerine metin kullanarak (yani görsel + metin), 11 paylaşımın grafik kullanarak, 233 paylaşımın görselde sadece metin kullanarak, 121 paylaşımın görsel olarak metin ve logo kullanarak, 54 paylaşımın görsel olarak konuya ilişkin yapılan tweet paylaşımı ve 2 paylaşımın video paylaşımından oluştuğu tespit edilmiştir. Grafiğe baktığımız 23.010 beğeni, 1.887 yorum alan paylaşım görselin metinle birlikte kullanılması şeklinde oluş. Analiz kapsamında aynı paylaşımın 16 kere paylaşılması olmasına rağmen 498'inci paylaşımın (paylaşım numarası) beğeni ve yorum açısından diğerlerinden çok daha yüksek değerde olması, paylaşımı yapan kişinin tanınan kişi olmasından kaynaklanmaktadır. Paylaşımın çıkış kaynağı Kadın Hekimler Eğitime Destek Vakfı (Kahev) tarafından gerçekleştirilen paylaşım. Paylaşım görsel ve metinden oluşmaktadır. Paylaşımında, Ekrem Karakaya'nın fotoğrafıyla birlikte, metin olarak "sağlıkta şiddete hayır", bir el görseli, vaka bilgilendirmesi (Konya'da bir hekim katledildi! Acımız büyük bu vahşeti lanetliyoruz!) yaptıktan sonra Can güvenliği olmadan çalışamayacaklarını belirten metin ve logo'dan ibarettir (Şekil 6).



Şekil 6. Görsellerde paylaşım biçimi, beğeni, yorum, izlenme.

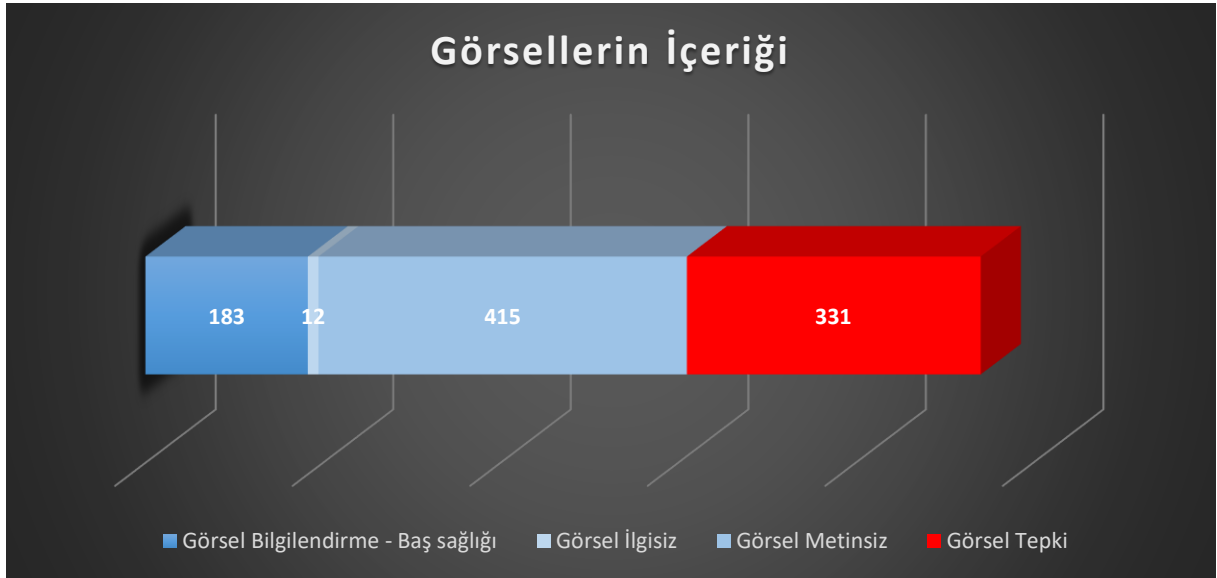
Araştırma süreci kapsamında veri işlenişinde, 47 görselin, belirli aralıklarla en az iki kere tekrar ederek, aynı içeriklerin 205 kere paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu 47 tekrar eden paylaşım yukarıdaki grafikte belirtildiği şekliyle sadece görsel, görsel üzerine metin, sadece grafik, sadece metin, sadece metin ve logo, görsel olarak daha önce paylaşımı gerçekleştirilen tweet içeriği ve video paylaşımından oluşmaktadır.

Araştırma sürecinde dikkat çeken bir noktada, sadece siyah zemin üzerinde beyaz yazı ile "#Sağlıkta Şiddete Hayır", "#Ekrem Karakaya", "#Sağlıkta Şiddet Sona Ersin", "#Sağlıkta Şiddete Son", "#Şehit Ekrem Karakaya" paylaşımlarının çok sıklıkla kullanılması olmuştur. Bu kullanım zaman zaman ise metinle birlikte logo kullanımını da kapsamaktadır. Yani çeşitli şekillerde Ekrem Karakaya fotoğrafı, hastane fotoğrafı, kanlı doktor önlüğü, siyah kurdele vb. çeşitli görsellerle birlikte metin içeriği paylaşımı yapılmış olmasına rağmen sade metin şeklinde siyah zemin üzerinde çoğunlukla sağlıkta şiddete hayır hashtagli paylaşımında bulunulmuştur. Diğer bir şekilde özetlemek gerekirse, 233 metin, 121 metin ve logolu paylaşım toplamda 354 paylaşımı sadece metin içerikli olarak gerçekleştirmiştir. Aşağıdaki sağlıkta şiddete hayır Instagram hashtag ekran görselinden görülebileceği şekliyle konuya farkındalık sağlamak amacıyla paylaşımcıların siyah zemin üzerinde beyaz metin kullanarak sağlıkta şiddete hayır hashtagini seri biçimde tercih ettikleri görülmektedir (Şekil 7).



Şekil 2. 06.07.2022 Tarihli sağlıkta şiddete hayır hashtag paylaşımlarının görseli.

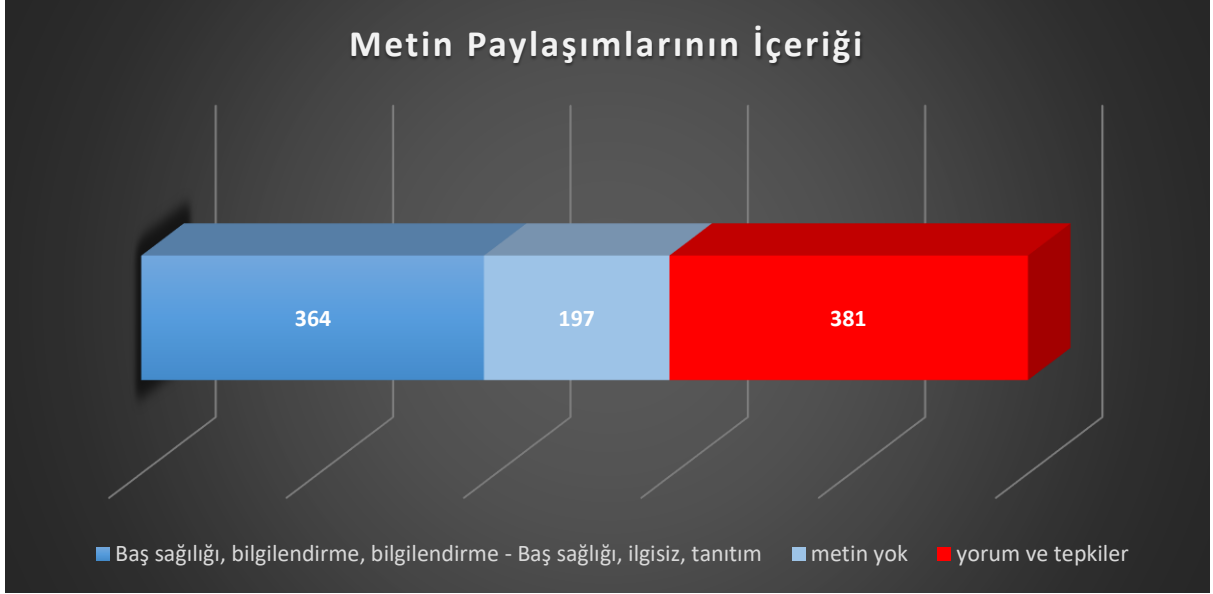
Görsellerin ne gibi içeriği olduğu incelendiğinde, 183 paylaşımın vaka bilgilendirmesi ve baş sağlığı içeriğinde, 12 paylaşımın konu kapsamında ilgisiz olduğu, 145 paylaşımın sadece görsel olarak paylaşıldığı, 331 paylaşımın ise konu kapsamında çeşitli tepki paylaşım içeriğinde olduğu tespit edilmiştir (Şekil 8).



Şekil 8. Görsel paylaşımların içeriği.

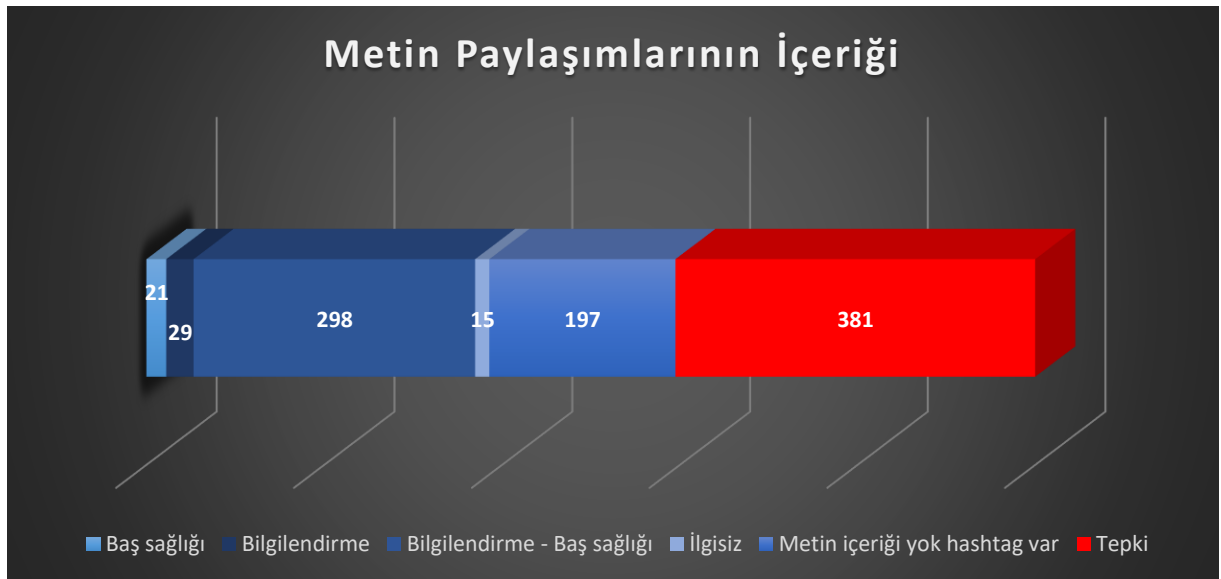
Grafikte görüldüğü üzere paylaşımlarda kullanılan metin içeriğine bakıldığında, sadece baş sağlığı dileği; vaka nedeniyle baş sağlığı dileği, ilgisiz paylaşımlar ve vakanın konu edildiği haber program paylaşımlarının 364 olduğu, metin içeriğinde sağlıkta şiddet hashtaginden başka hiç metin içeriği olmayan paylaşımların 197 adet, 381 adet paylaşımın ise sağlıkta şiddete hayır'ı konu

edinen çeşitli kınama, tepki ve vaka nedeniyle belirtilen yorumlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Sadece baş sağlığı dileği; vaka nedeniyle baş sağlığı dileği, ilgisiz paylaşımlar, vakanın konu edildiği haber program paylaşımları ile metin alanında hiç paylaşım yapılmayanlar toplamı 561'dir. Metin içeriği kapsamında bu değer toplam paylaşımların %59,6'sını karşılık gelmektedir. Sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır'a yönelik çeşitli nitelikteki paylaşımların oranı ise %40,4'dür (Şekil 9).



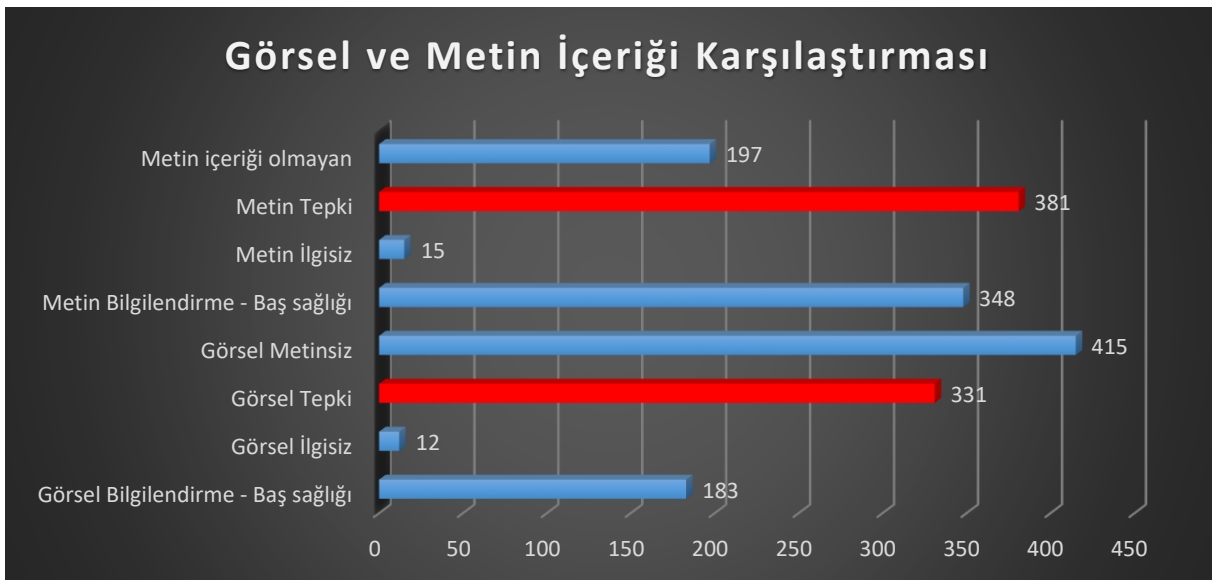
Şekil 9. Metin paylaşımlarının içeriği.

Metin içeriğine daha detaylı bakacak olursak, baş sağlığı dileği belirten 21, vaka bilgilendirmesi belirten 29, vaka bilgilendirmesi belirtip baş sağlığı dileği belirten 298, ilgisiz 15, metin içeriği kullanmadan sadece sağlıkta şiddete hayır hashtag kullanan paylaşımların 197, sağlıkta şiddete hayır'a yönelik tepki paylaşımlarının 381 adet yapıldığı tespit edilmiştir (Şekil 10).



Şekil 3. Metin paylaşımlarının içeriği

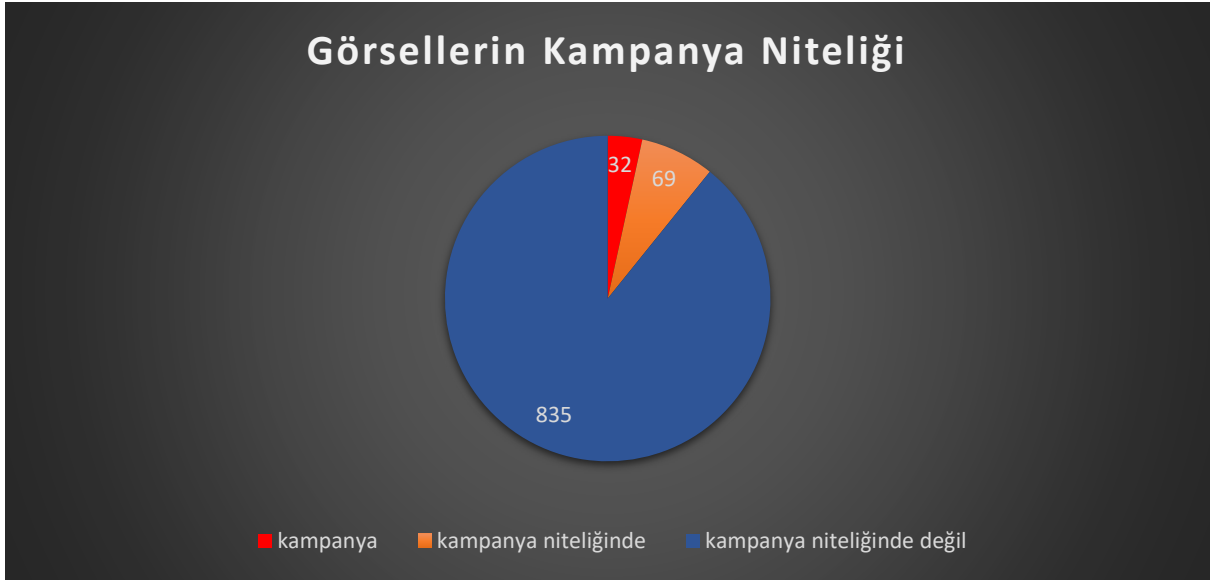
Sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır hashtag paylaşımlarının metin içeriğinde, 348 paylaşımın vaka bilgilendirmesi ve baş sağlığı dileğinde bulunduğu, 15 paylaşımın ilgisiz, 197 paylaşımın herhangi bir metin içeriğine sahip olmadığı, 381 paylaşımın ise sağlıkta şiddete hayır'a yönelik tepki paylaşımlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Görsel paylaşımların 415'inin herhangi bir içeriğe sahip olmadığı, 12 paylaşımın ilgisiz paylaşımlar, 183 paylaşımın bilgilendirme ve baş sağlığı içeriğinde, 331 paylaşımın ise görsel açıdan sağlıkta şiddete hayır'a yönelik çeşitli tepki paylaşımlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Görsel ve metin açısından sağlıkta şiddete hayır'ı destekler, vurgular nitelikteki görsel 331 ve 381 metin içeriğinin toplam paylaşımlara oranı değerlendirildiğinde, %35 görsel, %40 metin oranına sahip olduğu görülmektedir. Görsel ve metin açısından tepki paylaşımlarının birbirine yakın oranlara sahip olmasına rağmen, genel oran bağlamında değerlendirildiği, yeterli oranda olmadığı ortaya çıkmaktadır. Görsel ve metin içeriğindeki tepki paylaşımlarının bazıları sadece vaka bilgilendirmesi belirttikten sonra baş sağlığı dileğinde bulunmakta, sağlıkta şiddeti kınama, lanetleme mesajı iletmıştır. Diğer tepki paylaşımları ise; vaka bilgilendirmesi yaptıktan sonra, iş bırakma eylemine çağrı, eylem paylaşımları, yürütülen sağlık politikalarının sağlıkta şiddetin ötesine geçtiği sağlıkta vahşete dönüştüğü, bu anlamda son nokta olduğunu ve bu nedenle de sağlık çalışanları için iş güvenliğinin sağlanamaması sebebiyle doktorların iş bırakma eyleminde olduğu, iş bırakarak ülkeyi terk ettikleri, sürecin bu şekilde önlem alınmaması dolayısıyla yakın bir zamanda uzmanlık alanlarında uzman hekim bulunamayacağı, iş güvenliğinin sağlanamaması, yaşanan vakalar, yoğun mesai ortamı, hekim hasta ilişkisini zedelediği, bu nedenlerden ötürü doktorların mesleki itibarlarının kaybolduğu, hekimlerin mesleklerini yapamayacak hale geldikleri ve bu nedenle ülkeyi terk ettikleri, sağlık çalışanlarının iş güvenliğinin sağlanması konusunda önlem alınması gerektiği, bunca vaka ve olay sonrası hala sağlıkta şiddete yönelik önlem alınmadığı, sağlık alanına ilişkin caydırıcı cezaların uygulamaya sokulması gerektiği ve bunu gerçekleştirecek yetkilileri görev davet eden paylaşım içeriklerinden oluşmaktadır. Genel olarak değerlendirmek gerekirse, tepki paylaşımlarının yürütülen, uygulanan sağlık politikalarına tepki niteliği taşıdığı, tüm bu sürecin asıl kaynağının sağlık yönetiminin gerçekleştirilememesinden kaynaklandığını belirten paylaşımlar olarak değerlendirilebilir (Şekil 11).



Şekil 11. Görsel ve metin içeriği karşılaştırması.

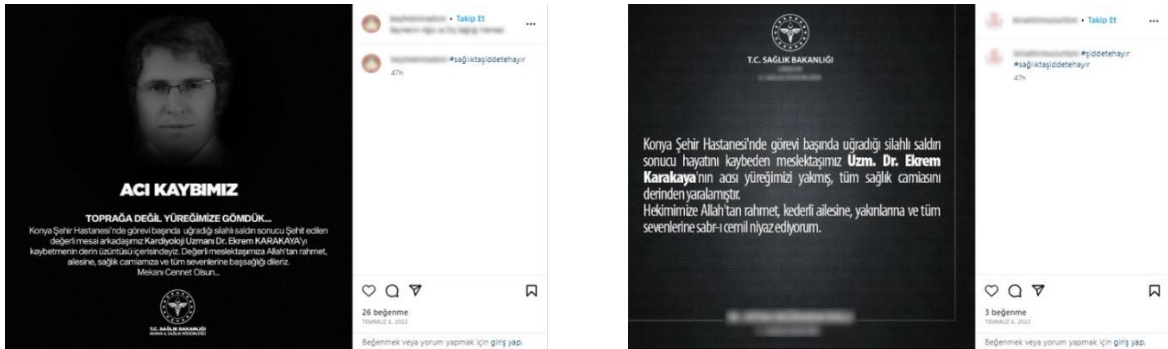
Paylaşılan görsellerin sağlıkta şiddete hayır'ı destekleyecek şekilde kampanya niteliği taşıyıp taşımadığına bakıldığında 32 paylaşımın kampanya, 69 paylaşımın ise kampanya olarak kabul

edilebilecek şekilde kampanya niteliği taşıdığı tespit edilmiştir. 835 paylaşımın ise herhangi bir kampanya niteliği taşımadığı görülmektedir (Şekil 12). Araştırma kapsamında sağlıkta şiddete hayır ve sağlıkta şiddet hashtagleri kapsamında yapılan paylaşımlarda 47 görselin siyah kurdele kullanıp kullanmama, Ekrem Karakaya, kanlı doktor önlüğü, dur niteliğinde el fotoğrafının kullanılıp kullanılmaması, görsel üzerinde sağlıkta şiddete hayır hashtagi ve sağlıkta şiddete hayır yazısı kullanıp kullanılmamasına göre çeşitlilik göstererek, 47 paylaşımın belirli aralıklarla en az iki kez tekrarlandığı tespit edilmiştir. Örneğin aşağıda görselleri bulunan, Sağlık Bakanlığı logosuyla yapılan üç grup paylaşımı tespit edilmiştir. Görsellerde sağlıkta şiddete hayır'ı destekleyecek şekilde 47 paylaşım grubunun olması, bu paylaşım gruplarının kendi içlerinde bütünlük arz edecek şekilde paylaşılmaması, genel olarak sağlıkta şiddete hayır'ı destekleyecek ve tek bir ses oluşturacak şekilde kamuoyu oluşturulmasına engel oluşturmaktadır.



Şekil 12. Görsellerde kampanya kullanımı.

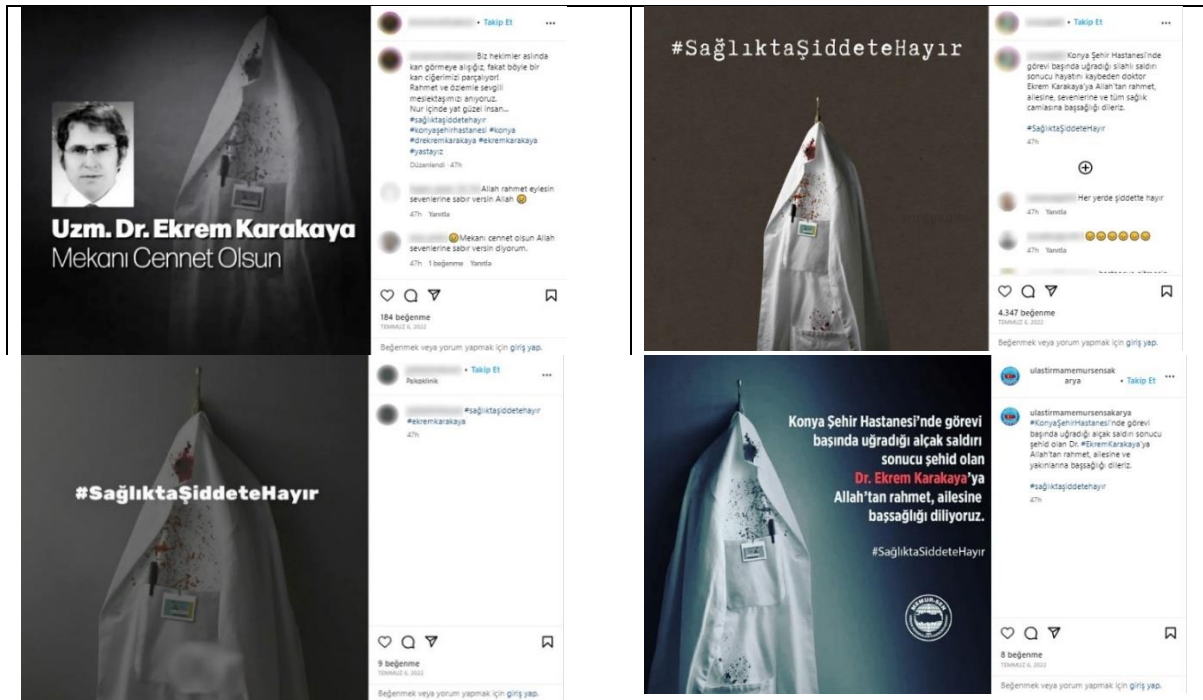
Yukarıdaki görselde görülebileceği gibi sol üstten sağ aşağıya doğru 467'inci, 638'inci, 645'inci, 719'uncu paylaşımlar Sağlık Bakanlığı logosu taşıyan paylaşımlardır ve paylaşımlar kendi içlerinde farklılaşmaktadır. 467'inci paylaşımda, Ekrem Karakaya fotoğrafı kullanılmış, diğerlerinde kullanılmamıştır. 638'inci fotoğrafta sağlıkta şiddete hayır veya sağlıkta şiddete hayır hashtagi kullanılmamıştır. 645'inci paylaşımda sağlıkta şiddete hayır hashtagi kullanılmış diğer paylaşımlarda kullanılmamıştır (Şekil 13).





Şekil 13. 467'nci, 638'inci, 645'inci, 719'uncu sağlık bakanlığı logolu paylaşımlar.

Sağlıkta şiddeti vurgulamak amacıyla gerçekleştirilen kanlı doktor önlüklü paylaşımlara baktığımızda benzer durumla karşılaşılmaktadır. Paylaşımların görsel ve görsel üzerindeki metin açısından bir bütünlüğe sahip olmadığı görülebilmektedir. 810'uncu paylaşımda Ekrem Karakaya fotoğrafı mevcuttur, diğerlerin kullanılmamıştır. 630'uncu paylaşımda görsel üzerinde vaka bilgilendirmesi yaparak başsağlığı dileğinde metni mevcuttur, diğerlerinde kullanılmamıştır. 844'üncü paylaşımda sağlıkta şiddete hayır hashtagi kanlı doktor önlüğünün üstünde yer almaktadır. 559'uncu paylaşımda ise sağlıkta şiddete hayır hashtagi ön plana çıkarılacak şekilde, kanlı doktor önlüğünün üzerinde ve görselin daha az görünecek şekilde kullanıldığı görülmektedir. 698'inci paylaşımda sağlıkta şiddete hayır yazısı, sağlıkta şiddete hayır hashtagi veya bilgilendirme ve baş sağlığı metni kullanılmadığı görülmektedir (Şekil 14).







Şekil 14. 559'uncu, 630'uncu, 687'inci, 698'inci, 810'uncu, 844'üncü kanlı doktor önlüklü paylaşımlar.

Yukarıdaki görsel içeriklerinde olduğu gibi, benzer paylaşımların farklı metin içeriklerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Paylaşımın çıkış kaynağı Kadın Hekimler Eğitime Destek Vakfı (Kahev) tarafından gerçekleştirilen paylaşımın görsel aynı kalarak ve farklı biçimde kullanılarak farklı metin içeriklerinde paylaşıldığı tespit edilmiştir. 384'üncü paylaşımında metin alanında baş sağlığı dileğiyle birlikte üzüntü dile getirilmekte, iş güvenliği konusunda önlem alınmamasına belirtilmektedir. 369'un paylaşımında metin alanında sadece sağlıkta şiddete hayır hashtagi belirtilmiştir. 298'inci paylaşımında sağlık politikalarına tepki belirtilmiştir. 796'ıncı paylaşımında baş sağlığı dileği sonrası, önlem alınmaması ve sağlık politikalarına tepki belirtilmiştir. Bu nedenle hem görsel hem de metin içeriği bakımında sağlıkta şiddete hayır hashtag paylaşımlarının kamuoyu ve sorunun çözüm kaynağında çözüm oluşturmaya yönelik yeterli bütünlük oluşturmadığı gözlenmiştir (Şekil 15).

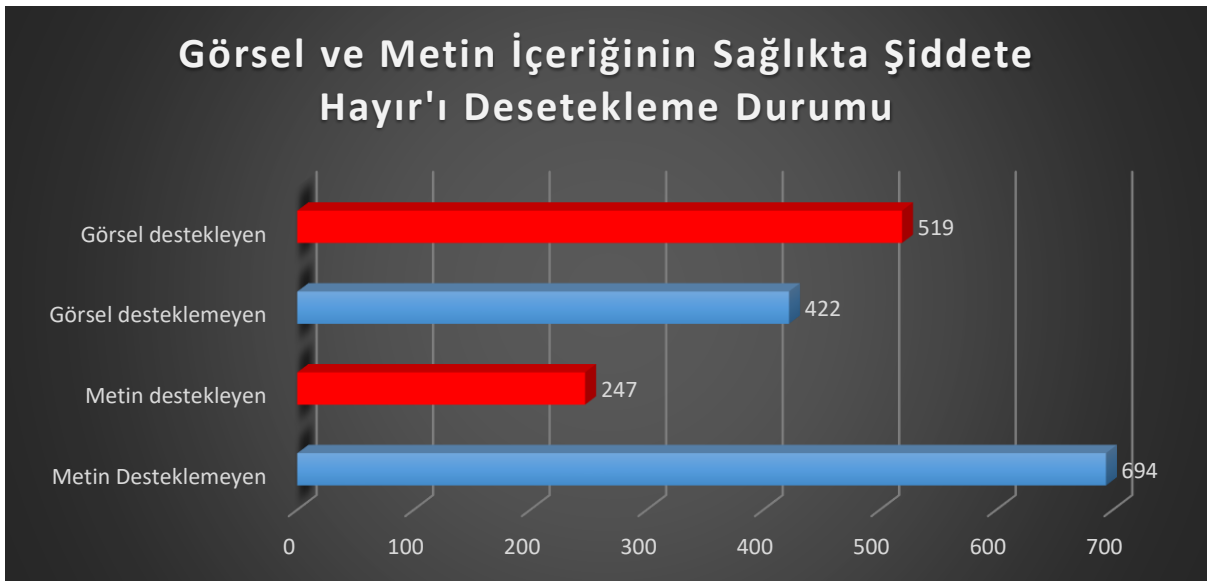


Şekil 15. 298'inci, 369'uncu, 384'üncü, 796'ıncı paylaşımlar.

Instagram paylaşımları görsel ve metnin birlikte paylaşımından oluşmakta, birbirini tamamlayıcı unsurların birbirini destekler nitelikte olması beklenmektedir. Görsel ve metin

içeriğinin birbirini tamamlayıcı şekilde paylaşım yapılması gerekmektedir. Bu nedenle analiz kapsamında paylaşımlar sağlıkta şiddete hayır'ı destekleyip desteklemedikleri görsel ve metin içeriği bakımından ayrı ayrı ele alınmıştır. Görsellerin sağlıkta şiddete hayır'ı destekleyip desteklemediğine bakıldığında, 519 paylaşımın desteklediği, 422 paylaşımın desteklemediği tespit edilmiştir. Yüzde değerinden bakıldığında destekleyen paylaşımların %55,15, desteklemeyenlerin oranının %44,8 oranında olduğu ortaya çıkmaktadır (Şekil 16).

Grafikte görüldüğü üzere metin içeriğinin sağlıkta şiddete hayır'ı destekleme niteliği 247, sağlıkta şiddete hayır'ı desteklemeyen paylaşımların 694 olduğu görülmektedir. Sağlıkta şiddete hayır'ı desteklemeyen 694 paylaşımından 197'sinde metin içeriğinin kullanılmadığı tespit edilmiştir. Metin içeriği bakımından sağlıkta şiddete hayır'ı desteklemeyen paylaşımların oranı %73, destekleyen paylaşımların oranı %26,24'dür. Paylaşımlarda kullanılan metin içeriği ile metin içeriğindeki sağlıkta şiddete hayır'ı destekleme durumunun nicelik bakımından yeterli bir şekilde kullanılmadığı görülmektedir. Sağlıkta şiddete hayır'ı desteklemek amacıyla yapılan bir çok paylaşımın, çoğunluğunun uzun değerlendirmeler, yorumlar, aktarımlardan oluştuğu gözlenmiştir. Kesin net bir ifade ile sağlıkta şiddete hayır'ı ifade edemediği tespit edilmiştir. Bu nedenle çoğu paylaşımın aslında beklenen kamuoyu oluşturma, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler niteliğinden uzaklaştığı görülmüştür. Sağlıkta şiddete hayır'ı desteklemeyen bir çok paylaşım, baş sağlığı dileği, vaka bilgilendirmesi yaptığı, vaka bilgilendirmesi yaparak baş sağlığı dileğinde bulunduğu, ilgisiz paylaşımlardan oluşmaktadır.



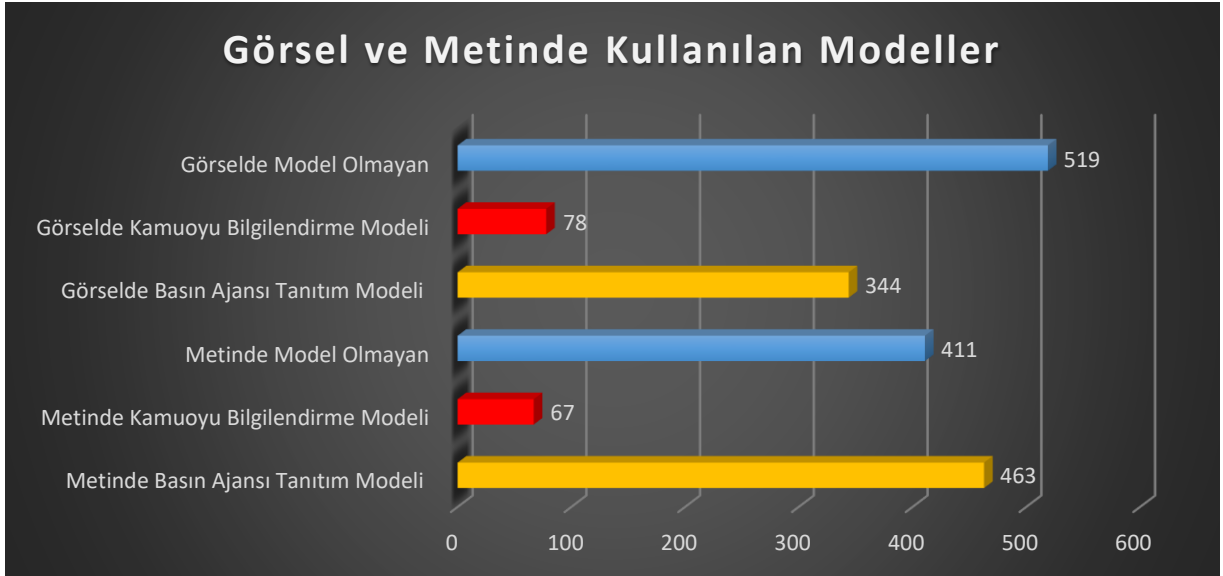
Şekil 16. Görsel ve metin içeriğinin sağlıkta şiddete hayır'ı destekleme durumu.

Görsellerde metin, görselin metinle vb. kullanım biçimlerine göre yapılan paylaşımların sağlıkta şiddete hayır'ı destekleme durumuna bakıldığında, sadece metin kullanılanların 286, görselin metinle kullanıldığı 200, sadece görselin kullanıldığı 7, sadece grafiğin kullanıldığı 8, görselde tweet paylaşımının kullanıldığı 16, video içeriği bakımından ise 2, toplamda 591 paylaşımın sağlıkta şiddete hayır'ı destekler nitelikte kullanıldığı tespit edilmiştir (Şekil 17).



**Şekil 17.** Görsellerde paylaşım biçiminin sağlıkta şiddette hayır'ı destekleme durumu.

Görsel ve metin içeriklerinde kullanılan halkla ilişkiler modellerine bakıldığında; görsel içeriklerinde 344 basın ajans tanıtım modeli, 78 kamuoyu bilgilendirme modeline ilişkin paylaşım yapılmıştır. Metin içeriklerinde 463 basın ajans tanıtım modeli, 67 kamuoyu bilgilendirme modeline ilişkin paylaşım yapılmıştır. Grafığe baktığımızda görsel içeriğinde 519, metin içeriğinde ise 411 paylaşımın herhangi bir model kapsamı içine dahil olmadığı görülmektedir. Yani, görsel bakımdan herhangi bir halkla ilişkiler modeline dahil olmayanların oranı %55, metin açısından ise bu oran %43'tür. Genel olarak değerlendirdiğimizde yarı yarıya gibi bir oran olduğu görülebilmektedir (Şekil 18).

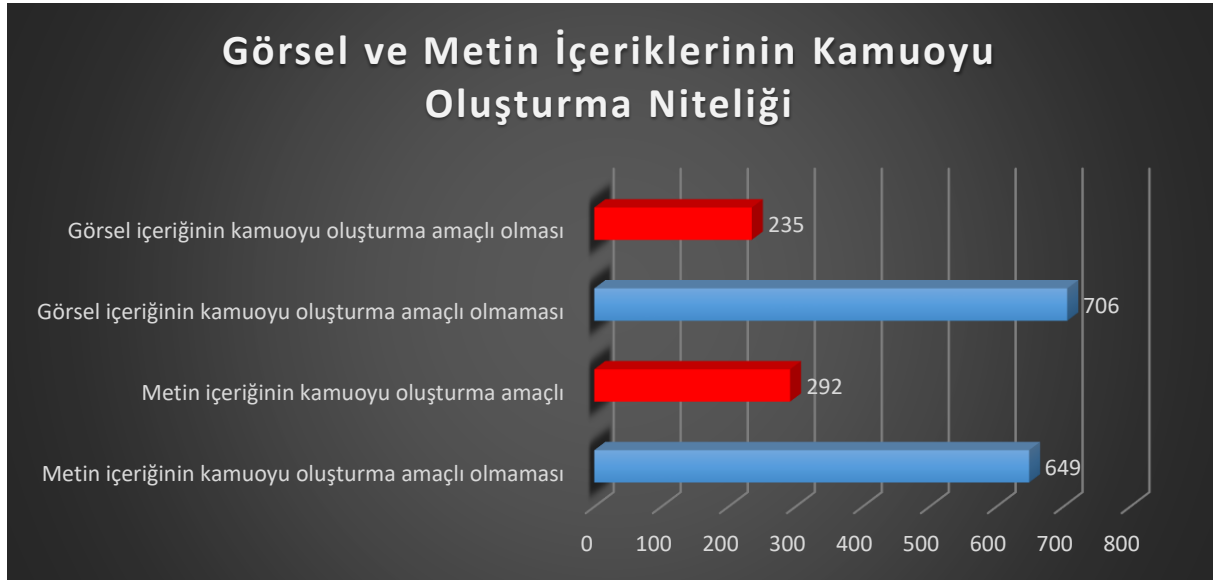


**Şekil 18.** Görsel ve metin içeriklerinde kullanılan halkla ilişkiler modelleri.

Paylaşımların değerlendirilmesinde hem görsellerin üzerinde kullanılan hem de metin kısmında kullanılan metin diline dikkat edilmiştir. Paylaşım dili samimi olanların bazıları basın ajans tanıtım modeli kapsamında değerlendirilmiş, resmi olanlar kamuoyu bilgilendirme modeli kapsamında değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında yapılan paylaşımların görsel içeriğinde 344, metin içeriğinde 463 paylaşım, basın ajans tanıtım modeli kapsamındadır. Bu paylaşımlar, tek

yönlü iletişim sağlanması ve bilgilendirme yapan paylaşımlardan oluşmaktadır. Genellikle vaka bilgilendirmesi yapan ve baş sağlığı mesajı, vaka bilgilendirmesiyle birlikte baş sağlığı mesajı ileten ve tepki paylaşımı içeren bazı paylaşımlar, basın ajans tanıtım modeli kapsamına dahil edilmiştir. Paylaşımların basın ajans tanıtım modeline girip giremeyeceği konusunda kararsız kalınan paylaşımlar olmuştur. Kamuoyu bilgilendirme modeli kapsamında görsel 78, metin kısmında 67 paylaşım olduğu tespit edilmiştir. Kamuoyu bilgilendirme modeli kapsamındaki paylaşımların dilinin basın ajans tanıtım modelinden ayrıldığı, bazen ise birbirine çok yakın kullanımlar olduğu gözlenmiştir. Kamuoyu bilgilendirme modeli kapsamında önemli olan kamuoyunun bilgilendirilmesinin ön plana çıkmasından ötürü, bu grup paylaşımlar, vaka bilgilendirmesi ve baş sağlığı mesajı iletenin bir üst seviyesi, gibi değerlendirilmiş, yapılan paylaşımların kamuoyu amaçlı olup olmadığı ve kullanılan metin diline dikkat sınıflandırma, gruplama yapılmıştır.

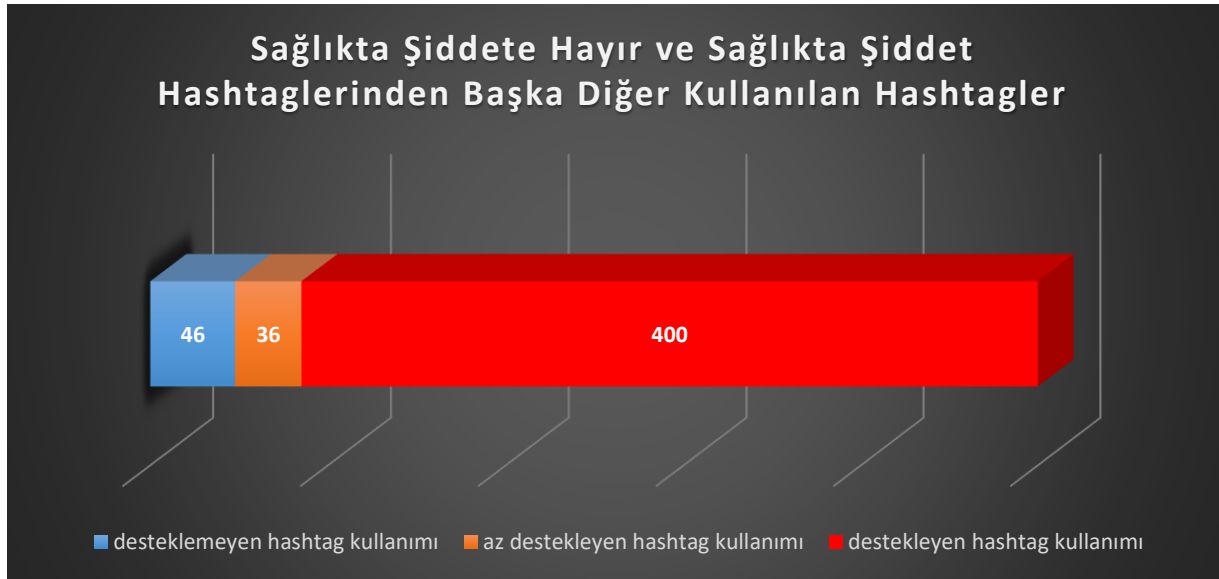
Halkla ilişkiler modelleri arasında yer alan iki yönlü simetrik ve asimetrik modellerin, paylaşımların analizinde rastlanılmamıştır.



**Şekil 19.** Görsel ve metin içeriklerinin kamuoyu oluşturma niteliği.

Halkla ilişkiler kampanyalarında gerçekleştirilen paylaşımların eyleme davet, eyleme çağrı, sesini çıkar çağrılarını vurgu yapması yani kamuoyu oluşturma niteliği olması beklenir, gerekmektedir. Metin içeriğindeki toplam 941 paylaşımından, 292'sinde eyleme çağrı, davet, ses çıkarmaya yönelik içeriğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle metin içeriğinin kamuoyu oluşturma amaçlı kullanımı %31 gibi düşük bir oranda kalmıştır. Görsel içerik bakımından 235 paylaşımın kamuoyu oluşturma niteliği tespit edilmiştir. Oran olarak görsel metin içeriğinin kamuoyu oluşturma niteliği %24'tür. Hem görsel hem de metin içeriği bakımından paylaşım içeriklerinin kamuoyu oluşturma niteliğinin düşük bir oranda kaldığı görülmektedir (Şekil 19).

Araştırma kapsamındaki 941 paylaşımında sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır hashtaglerinden başka hashtaglerde kullanılmıştır. Analiz kapsamında 400 paylaşımında sağlıkta şiddete vurgu yapacak nitelikte ve sağlıkta şiddete hayır'ı destekler nitelikte hashtag kullanılmış, 36 paylaşımında az destekler, 46 paylaşımında ise desteklemeyen nitelikte hashtag kullanımı yapılmıştır (Şekil 20).



**Şekil 20.** Sağlıkta şiddete hayır ve sağlıkta şiddet hashtaglerinden başka diğer kullanılan hashtagler.

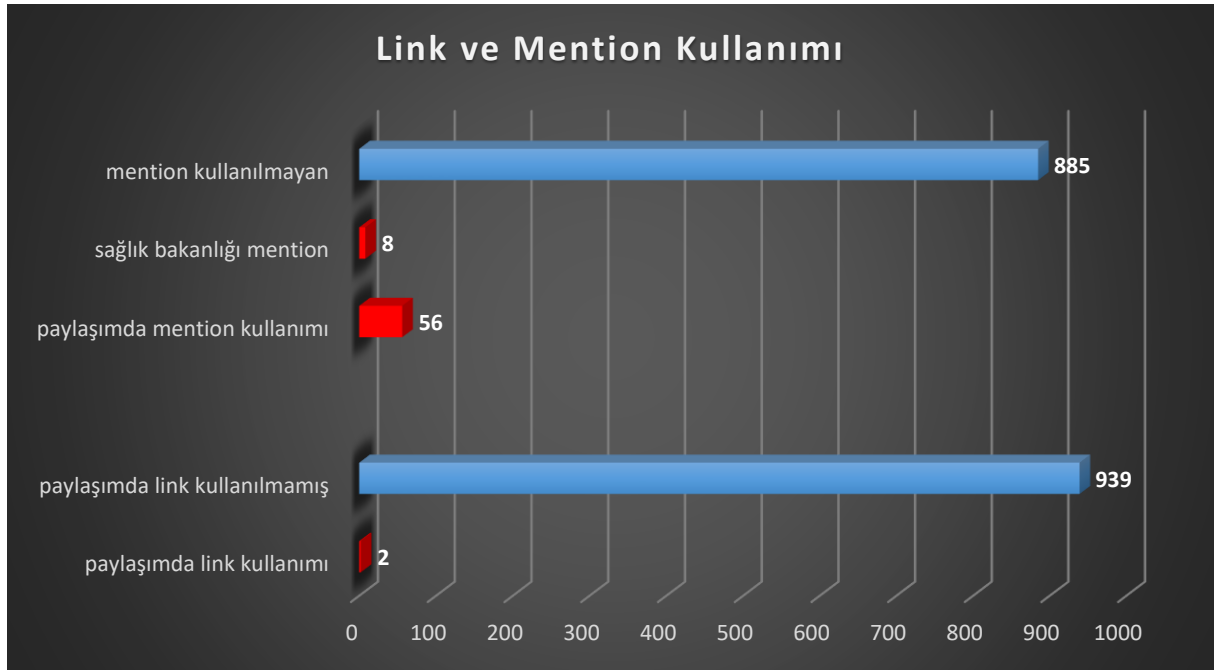
Paylaşımlarda kullanılan link sayısı ikidir. Bunlardan biri televizyon kanalı diğeri sivil toplum örgütü'ne (TEKSEN) ait linktir. Toplam paylaşımların 56'sında mention kullanılmıştır. Bunlardan sadece 8'i yorumların genellikle yöneltildiği Sağlık Bakanlığı'na ait hesaplardır. Sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır'ı içeren toplam 941 paylaşım ele alındığında, metin içeriğinde link ve mention kullanım sayısının çok az kaldığı, önemsenmediği, link kullanım oranının %0,2, mention kullanım oranının %5,9 gibi çok düşük bir oranda kaldığı görülmektedir. Yapılan paylaşımların 56'sında mentin kullanımı mevcuttur. Bu mentionlardan sadece 8'inde konunun yetkilisi olan Sağlık Bakanlığı hesabı mention yapılmıştır. Halkla ilişkiler kampanyalarında özellikle de konunun toplumsal bir yanı olması dolayısıyla toplumu ilgilendirmesi nedeniyle kamuoyu oluşturabilmek için medyanın bilgilendirilmesi önem taşımaktadır. Bu nedenle ilgili kampanyaya ilişkin medya metinleri önceden hazırlanır ve ilgili kanal, radyo ve televizyonlarla paylaşılır. Araştırma kapsamında paylaşımların sadece ikisinde yerel medya şirketi olan Balıkesir Medya Net Grubuna ait sosyal medya hesabının mention yapıldığı tespit edilmiştir. Kamuoyu oluşturmak, kamuoyunun bilgilendirilmesini sağlamak, soruna dikkat çekmek, kamuoyu oluşturmak suretiyle baskı oluşturmak, halkla ilişkiler kampanyasının sorunun çözümüne yönelik aksiyona dönüşebilmesi için, dikkate alınmasını sağlamak amacıyla kamuoyu oluşturmak önemlidir. Bu nedenle de paylaşımın çok fazla sayıda yapılması kadar, niteliğinin de, içeriğinin de dikkatli bir şekilde yapılmasına önem vardır. Kampanyanın sorunun çözümüne yardımcı olabilmesi için dijital halkla ilişkiler kapsamında herhangi bir kurum tarafından yürütülmeyen halkla ilişkiler kampanyalarında mention kullanıp kullanmama durumu önemlidir. Yapılan mention paylaşımlarında herhangi bir ulusal veya uluslararası medyaya ilişkin mention kullanımına rastlanmamıştır (Şekil 21).

Araştırma sürecinde ilgisiz sağlıkta şiddete hayır hashtagi kullanılan ve kapsam dışı olan paylaşımların olduğu da gözlenmiştir. 406'ncı, 642'inci paylaşımlar örnek ilgisiz paylaşımlar olarak tespit edilmiştir (Şekil 22).

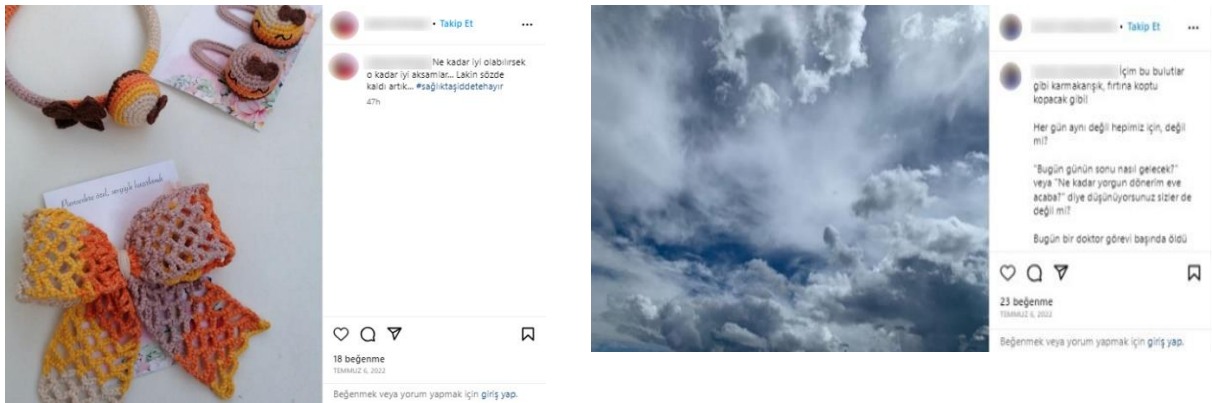
Araştırma sürecinde ilgisiz sağlıkta şiddete hayır hashtagi kullanılan ve kapsam dışı olan paylaşımların olduğu da gözlenmiştir. 406'ncı, 642'inci paylaşımlar örnek ilgisiz paylaşımlar olarak tespit edilmiştir (Şekil 22).

Yukarıda belirtilen bulgular kapsamında gerçekleştirilen paylaşımların niceliği yeterli olması, yani vaka günü toplamda 941 paylaşım olması dolayısıyla hipotez 1, "Hashtag paylaşımları, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler niceliktedir" hipotezi kabul edilmiştir.





Şekil 4. Paylaşımlarda link ve mention kullanım durumu.



Şekil 22. 406'ncı, 642'inci ilgisiz paylaşım örnekleri.

Yukarıda belirtilen bulgular kapsamında, gerçekleştirilen paylaşımlar nicelik açısından yeterli olsa da, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler nitelikte çok çeşitli kampanya paylaşılması, paylaşımların çok sesli, dağınık bir görsel ve metin dili oluşturması, görsel ve metin içeriğinde kullanılan metin dilinin kamuoyu oluşturma, kamuoyunu bilgilendirme niteliği taşıyaması link ve mention kullanımının yeterli düzeyde olmaması, kamuoyu oluşumunu sağlayacak toplum tarafından kabul gören önemli kişi, medya, topluluk gibi unsurların yeterince değerlendirilememesi nedeniyle hipotez 2, "Hashtag paylaşımları, sağlıkta şiddete hayır'ı destekler niteliktedir" hipotezi red edilmiştir.

Yukarıda belirtilen bulgular kapsamında, yapılan paylaşımlar ile halkla ilişkiler modelleri arasında ilişki mevcuttur, ancak düşük, az düzeyde bir ilişki vardır. Dolayısıyla hipotez 3 "Hashtag paylaşımları ile halkla ilişkiler modelleri arasında ilişki vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

## 5. SONUÇ

Sağlık alanında şiddet konusu son yıllarda artış göstererek, sadece ilgili meslek alanını değil, toplum sağlığı açısından da önemli bir konu olarak karşımıza çıkmıştır. Sağlık çalışanları uğradıkları şiddet nedeniyle ya meslekleri bırakmakta ya da yurt dışına gittikleri çeşitli raporlarda



belirtilmektedir. Sağlık Bakanlığı faaliyet raporlarında sağlık çalışanlarına yönelik şiddet gerçekleştiğinde yargı makamlarına bildiri yöntemi olan beyaz kod bildiriminin; 2017'de 7 bin 751, 2018 raporlarında herhangi bir veri yok, 2019'da 46 bin 274, 2020'de 72 bin 158, 2021'de ise 101 bin 984 olarak bildirilmiş olup şiddetin nasıl artan bir sarmal olduğu açıkça görülmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2017; 2018; 2019; 2020; 2021). Yetişen insan kaynağının değerlendirilememesi ise, değer kabı olarak ülke kaynaklarının doğru kullanılmaması sorununu karşımıza çıkarmaktadır. Günümüzde sosyal ağlar, insanların birbirleri ile iletişim kurdukları, bilgi paylaştıkları ve görüşlerini dile getirdikleri platformlar olarak toplum nezdinde yaygın kullanımı tercih edilmekte, hatta kurumlar ve kişiler tarafından dijital halkla ilişkiler stratejilerinde etkili iletişim aracı olarak görülmektedir. "Dijital Halkla İlişkiler Kapsamında Sağlıkta Şiddet Başlıklı Instagram Paylaşımlarının Analizi" başlıklı çalışma sağlıkta şiddet ve dijital halkla ilişkiler alanlarını birlikte ele alan bir çalışma olarak güncel ve her ne kadar sağlık alanına yönelik bir sorunu ele alıyormuş gibi görülsede aslında toplumsal sorunu ele alan bir çalışma niteliği taşımaktadır.

Araştırmanın sonucu Instagram'da sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır hashtag'lerinde yapılan, sağlıkta şiddete farkındalık ve bilinç oluşturulması bakımından yeterli nicelikte olduğu görülebilmektedir. Vakanın gerçekleştiği ilk gün sağlıkta şiddet ve sağlıkta şiddete hayır hashtag paylaşımlarından toplamda 941 paylaşım yapılmıştır. Ancak paylaşımların yeterli nitelikte gerçekleştirilmediği görülebilmektedir. Paylaşımların, konuya ilişkin farkındalık oluşturabilme, etki yaratabilme açısından kamuoyu oluşturabilme, kamuoyunu bilgilendirme ve basın tanıtım faaliyetlerinin belirli bir iletişim stratejisi içinde nitelikli yapılabilmesini ve geri bildirimlerin değerlendirilerek, yani dinamik, aktif bir süreç içerisinde iletişim sürecinin gerçekleştirilmesini gerektirmektedir.

Görsel ve metin içerikleri genellikle konuya olan duyarlılığın gösterilmesi bağlamında vaka bilgilendirmesiyle baş sağlığı mesajı dileğinde bulunmaktadır. Tepki paylaşımları ise; vaka bilgilendirmesi ardında, iş bırakma eylemine çağrı, eylem paylaşımları, yürütülen sağlık politikalarının sağlıkta şiddetin ötesine geçtiği sağlıkta vahşete dönüştüğü, bu anlamda son nokta olduğunu ve bu nedenle de sağlık çalışanları için iş güvenliğinin sağlanamaması sebebiyle doktorların iş bırakma eyleminde olduğu, iş bırakarak ülkeyi terk ettikleri, sürecin bu şekilde önlem alınmaması dolayısıyla yakın bir zamanda uzmanlık alanlarında uzman hekim bulunamayacağı, iş güvenliğinin sağlanamaması, yaşanan vakalar, yoğun mesai ortamı, hekim hasta ilişkisini zedelediği, bu nedenlerden ötürü doktorların mesleki itibarlarının kaybolduğu, hekimlerin mesleklerini yapamayacak hale geldikleri ve bu nedenle ülkeyi terk ettikleri, sağlık çalışanlarının iş güvenliğinin sağlanması konusunda önlem alınması gerektiği, bunca vaka ve olay sonrası hala sağlıkta şiddete yönelik önlem alınmadığı, sağlık alanına ilişkin caydırıcı cezaların uygulamaya sokulması gerektiği ve bunu gerçekleştirecek yetkilileri göreve davet eden paylaşım içeriklerinden oluşmaktadır. Genel olarak değerlendirmek gerekirse, tepki paylaşımlarının yürütülen, uygulanan sağlık politikalarına tepki niteliği taşıdığı, tüm bu sürecin asıl kaynağının sağlık yönetiminin gerçekleştirilememesinden kaynaklandığını belirten paylaşımlar olarak değerlendirilmektedir.

Analiz sürecinde en az iki kere paylaşımı yapılan 47 paylaşım grubu tespit edilmiştir. Gruplanmayan bir kere paylaşılan daha fazla paylaşım söz konusudur. Hem görsel hem de metin içeriği açısından hesaplar tarafından paylaşımı yapılan mesajların dağınıklığı dikkat çekicidir. Birtakım paylaşımların görsel içeriğine önem verirken, diğer paylaşımların metin içeriğine, diğerlerinin ise hibrit bir modeli tercih etmesi, bütünleştirici unsurun oluşmasına engel olmaktadır. Analiz sürecinde hem görsel hem de metin içeriğinin sınıflandırılmasında da kararsız kalınan paylaşımlar olmuştur. Çok sesli, dağınık paylaşımlar, sağlıkta şiddete hayır mesajının kamuoyunda yeterli etki oluşturabilmesine engel oluşturmaktadır. Sağlıkta şiddete hayır'ın nedenleri, sonuçlarının neler olduğu konusunda tek sesli anlatı olmasına önem verilmelidir. Çok

sesli, dağınık aktarım yerine, mesajı net, tek ve güçlü bir ifade, ses olacak şekilde, halkla ilişkiler kampanyasının konunun muhatapları tarafından gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Paylaşımların tek bir güçlü ses şeklinde doğru, nitelikli bir şekilde gerçekleştirilememiş olması, sorunun aslında ana kaynağının sağlık çalışanları, kamuoyu ve konunun muhatapları tarafından iletişim eksikliğini, iletişimin sağlanmadığını da ortaya koymaktadır. Bu anlamda dernek, sivil toplum örgütleri, Sağlık Bakanlığı vb. ilgili yetkililerin birbirlerini anlamaları, iletişim sağlanabilmesi, iletişimin oluşturulması, kurulması için daha fazla gayret, çaba göstermeleri önerilir. Aynı hedefe odaklanan sağlık çalışanlarının meslektaş olduğu göz önüne alınarak, sahiplenilmelidir. Paylaşımların çok sesliliği, dağınıklığı toplumu ilgilendiren bir soruna sahip çıkılmadığına işaret etmektedir.

Yapılan paylaşımların yeterli nicelikte yapılmış olmasına rağmen, farkındalık artırma, bilinç oluşturma, oluşturulan sesin sorunun muhataplarının dikkatini çekecek düzeyde kuvvetli dile getirilemediği, bu kapsamda paylaşımların yeterli nitelikte olmadığı, gerçekleştirilemediğini söylemek mümkündür. Kişisel, medya ve spor alanıyla ilgili hesaplardan yapılan paylaşımların, dernek, sivil toplum örgütleri, sağlık kuruluşları, belediye, hastane, sağlık çalışanları, siyasetçi, özel şirketler tarafından yapılan paylaşımlardan çok daha fazla etkileşim alması, dijital ortamda konunun yayılımının doğru kanallardan, etkileşim düzeyi yüksek kişiler, hesaplar, topluluklar tarafından yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Tanınır, kamuoyunda etki düzeyi yüksek kullanıcıların dijital halkla ilişkiler kampanyasına dahil edilip, toplum için konuya ilişkin farkındalık oluşturma, konuya ilişkin okuryazarlık seviyesinin artırılmasına ihtiyaç olduğu açıktır. Toplum tarafından kabul gören tanınmış kişilerle, mesaj yayılımının geniş kitlelere hitap eden medya araçlarıyla toplumun genelini kapsayıcı bir şekilde, tekrar ederek gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Yukarıda belirtilen eksiklikler, sağlıkta şiddete yönelik toplumsal farkındalık oluşturmada dijital halkla ilişkilerin yeterli kullanılmadığını, konunun dijital halkla ilişkiler bağlamında kamuoyunda yeterli etki oluşturabilecek dijital halkla ilişkiler çalışması olarak gerçekleştirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

**Yazarların çalışmaya katkıları:** Serra Koçak Algül; makalenin giriş, gelişme, araştırma ve sonuç kısmının yazılması. Yasemin Gürsoy Özdemir; literatür kapsamında görüş önerisi verilmesi. Abdullah Coşkun Yorulmaz; literatür kapsamında görüş önerisi verilmesi ve redaksiyon yapılması. Ayten Övür; literatür kapsamında görüş önerisinde verilmesi.

## Kaynaklar

- Allahverdi, S. (2020). ABD'de Kadın Cinayetleri ve Aile İçi Şiddet Konusunda Karanlık Tablo. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/abdde-kadin-cinayetleri-ve-aile-ici-siddet-konusunda-karanlik-tablo/1998453> (Erişim Tarihi: 09.06.2023).
- Alver, F. (2003). *Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı*. Der Yayınları, İstanbul.
- Aronson, E. (1972). *The Social Animal*. Viking, New York.
- Aydın, N. (2019). Sağlıkın teşviki ve geliştirilmesi. *Black Sea Journal of Health Science*, 2(1); 21-29.
- Aytekin, H. (2022). İnsan İlişkileri ve İletişim. Ankara: Pegem Akademi. <https://depo.pegem.net/9786052412978.pdf> (Erişim Tarihi: 03.01.2023).
- Bulut, S. (2013). Sağlıkta sosyal bir belirleyici; fiziksel aktivite. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 70(4), 205-214.
- Das, S. (2003). Harmful health effects of cigarette smoking. *Molecular and Cellular Biochemistry*, 53; 159-165.
- Erbaydar, T. (2003). Halk sağlığı açısından sağlık iletişimi. *Cumhuriyet Üniversitesi Dergisi*, 25(4), 45-51.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. İrvan, S. Çeviri, Bilim Sanat Yayınları, Ankara.
- Galderisi, S., Heinz, A., Kastrup, M., Beezhold, J. & Satorius, N. (2015). Toward a new definition of mental health. *World Psychiatry*, 14 (2), 231-233.
- Gökçe, O. (2001). *İçerik Çözümlemesi, Teori-Metod-Uygulama*. Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, Konya.
- Gökçe, O. (2019). *Klasik ve Nitel İçerik Analizi-Felsefe, Yöntem, Uygulama*. Çizgi Kitabevi, Konya.

- Güngör, N. (2001). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Tanyıldız, N.İ. (2020). *Covid-19 Salgın Sürecinde Sağlık İletişiminde Sosyal Medya*. İksad Yayınevi, Ankara.
- Boulos, M.N.K., Giustini, D.M. ve Wheeler, S. (2016). Instagram and WhatsApp in Health and Healthcare: An Overview. *Future Internet*, 8(37). doi:10.3390/fi8030037
- Kara, T. (2017). Instagram'ın sağlık iletişimi bağlamında kullanımı: özel hastaneler üzerine bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 7-22.
- Keskiner, N. (2019). Toplumsal huzuru kemiren tehdit: Şiddet. <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/toplumsal-huzuru-kemiren-tehdit-siddet-441578.html> (Erişim Tarihi: 09.06.2023).
- Luyster, F., Strollo, P., Zee, P. & Walsh, J. (2012). Sleep: A health imperative. *Sleep*, 6 (1), 727-734.
- Maslow, A.H. (1943). A Theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4);, 370-396.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (2010). *İletişim Modelleri*. Yumlu, K. Çeviri, İmge Kitabevi, İstanbul.
- O'Sullivan, T., Hartley, D., Montgomery, M. ve Fiske, J. (2006). *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. 2. Basım Routledge, London.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. ve Fiske, J. (1994). *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. Routledge, London.
- Öztunç, G. (2006). Examination of incidents of workplace verbal abuse against nurses. *Journal of Nursing Care Quality*, 21(4); 360-365.
- Sarıaslan, E. (2021). İsviçre'de Kadına Yönelik Şiddet: Kadın Cinayetleri Artıyor, Göçmen Kadınlar Korunmasız. <https://ekmekvegul.net/sinirlarin-otesi/isvicrede-kadina-yonelik-siddet-kadin-cinayetleri-artiyor-gocmen-kadinlar-korunmasiz> (Erişim Tarihi: 09.06.2023).
- Sayar, K. (2013). Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi 2013'te Yeniden Tanımlanırsa. <https://twitter.com/mkemalsayar/status/406377721519149056> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2011). *Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Sözlüğü*. Ankara: Anıl Matbaacılık. ISBN: 978-975-590-361-3.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2017). Sağlık Bakanlığı Faaliyet Raporu 2017. [https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/34224/0/tc-saglik-bakanligi-faaliyet-raporu-2017pdf.pdf?\\_tag1=74EE31ED7661C2397D9E758F51661198C7D24AF8](https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/34224/0/tc-saglik-bakanligi-faaliyet-raporu-2017pdf.pdf?_tag1=74EE31ED7661C2397D9E758F51661198C7D24AF8) (Erişim Tarihi: 06.06.2023).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2018). Sağlık Bakanlığı Faaliyet Raporu 2018. [https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/34225/0/tc-saglik-bakanligi-faaliyet-raporu-2018pdf.pdf?\\_tag1=D41FAD613499B70338F7A1337C05BF50936BB04F](https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/34225/0/tc-saglik-bakanligi-faaliyet-raporu-2018pdf.pdf?_tag1=D41FAD613499B70338F7A1337C05BF50936BB04F) (Erişim Tarihi: 06.06.2023).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2019). Sağlık Bakanlığı Faaliyet Raporu 2019. [https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/36626/0/tc-saglik-bakanligi-faaliyet-raporu-2019pdf.pdf?\\_tag1=B2C121BEA48144C0FF27ACC9B9796D4ACE1846DB](https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/36626/0/tc-saglik-bakanligi-faaliyet-raporu-2019pdf.pdf?_tag1=B2C121BEA48144C0FF27ACC9B9796D4ACE1846DB) (Erişim Tarihi: 06.06.2023).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). Sağlık Bakanlığı Faaliyet Raporu 2020. [https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/40174/0/2020-faaliyet-raporupdf.pdf?\\_tag1=CFE4DA6D46D2723FAEA3B955BC4E198FEDE93BBE](https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/40174/0/2020-faaliyet-raporupdf.pdf?_tag1=CFE4DA6D46D2723FAEA3B955BC4E198FEDE93BBE) (Erişim Tarihi: 06.06.2023).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2021). Sağlık Bakanlığı Faaliyet Raporu 2021. [https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/42666/0/2021-faaliyet-raporupdf.pdf?\\_tag1=A479EA3416AA5E001B71B4D2F670F3588B41D42C](https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/42666/0/2021-faaliyet-raporupdf.pdf?_tag1=A479EA3416AA5E001B71B4D2F670F3588B41D42C) (Erişim Tarihi: 06.06.2023).
- Theodorson, S.A. ve Theodorson, A.G. (1969). *A Modern Dictionary of Sociology*. Crowell, New York.
- Tognetti, M. (2014). Social Health. In: Michalos, A.C. (Ed.). *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. Springer, London, pp.6069-6070.
- Tutar, H. Ve Yılmaz, M.K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Ulutürk, S. (2015). Sağlık ekonomisi, sağlık statüsü, sağlığın ölçülmesinde kullanılan ölçütler ve önemi: türkiye örneği. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 52(603), 47-63.
- Vingilis, E., Wade, T. & Adlaf, E. (1998). What factors predict student self-rated physical health? *Journal of Adolescence*, 21(1), 83-97.

- World Health Organization (WHO). (1998). Health promotion. <http://www.who.int/healthpromotion/en/> (Erişim Tarihi: 09.06.2023).
- Şafak, Y. (2023). ABD'de 2021'de Her 11 Dakikada Bir Kişi Silahlı Şiddet Sonucu Hayatını Kaybetti. <https://www.yenisafak.com/dunya/abdde-2021de-her-11-dakikada-bir-kisi-silahl-siddet-sonucu-hayatini-kaybetti-4536635> (Erişim Tarihi: 09.06.2023).
- Yeşilbaş, H. (2016). Sağlıkta şiddete genel bakış. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 1(3), 44-54.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları. İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle İçinde. LİTERA-TURK, Konya, ss.105-155.
- Yi-Frazier, J.P., Cochrane, K., Mitrovich, C., Pascual, M., Buscaino, E., Eaton, L., Panlasigui, N., Clopp, B. ve Malik, F. (2015). Using instagram as a modified application of photovoice for storytelling and sharing in adolescents with type 1 diabetes. *Qualitative Health Research*, (25), 1372-1382.
- Yüksel, A.H. (2011). İletişimin tanımı ve temel bileşenleri. In: Demiray, U. (Ed.). *Etkili İletişim*. Pegem Yayınları, Ankara.
- Zafarmand, N. (2010). *Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR 2.0*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Žuškin, E., Lipozenčić, J., Jukić, V., Matošić, A., Mustajbegović, J., Turčić, N., Schachter, E.N. ve Milošević, M. (2006). Alcohol - health effects, working environment and prevention. *Acta Dermatovenerol Croat*, 14(2), 117-131.