

## SAĞLIK İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ROLÜ

Pelin VARDARLIER<sup>1</sup>

Ceren ÖZTÜRK<sup>2</sup>

### ÖZ

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ile sağlık bilgisinin yayılmasında da yeni bir dönem başlamıştır. İnternetin, sağlık alanında bilgi ve deneyim sağlamanın yanı sıra yeni bir etkileşim alanı yaratarak iletişim biçimlerini değiştirmektedir. Bu açıdan, sağlık iletişimi bireylerin ve toplulukların daha fazla yetkilendirilmesi için gittikçe önem kazanan bir unsur olmaktadır. Bu çalışma, sağlık iletişiminde sosyal medyanın önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada sağlık iletişimi ve sosyal medya ile ilgili literatür taraması yapılarak derleme yapılmıştır. Sosyal medyanın sağlık alanında kullanımının toplum ile iletişime geçmede önemli fırsatlar sağladığını söylemek mümkündür. İletişim araçlarında, özellikle bilişim teknolojisindeki ilerlemeler ve sosyal medya kullanımı sağlık bilgisine erişimi iyileştirmeye devam etmektedir. Çalışma kapsamında sağlık iletişiminde sosyal medyanın kullanımının avantajları ve dezavantajları da değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık İletişimi, Sosyal Medya, Toplum.

## THE ROLE OF SOCIAL MEDIA USE IN HEALTH COMMUNICATION


### ABSTRACT


With the developments in information technologies, a new era has begun in the dissemination of health information. In addition to providing information and experience in the field of health, the Internet changes the way of communication by creating a new interaction area. In this respect, health communication is becoming an increasingly important element for more empowerment of individuals and communities. This study aims to reveal the importance of social media in health communication. It is possible to say that the use of social media in the field of health provides important opportunities for communicating with the society. Advances in communication technologies, especially in information technology and the use of social media continue to improve access to health information. In the study, the advantages and disadvantages of the use of social media in health communication have also been evaluated.

**Keywords:** Health Communication, Social Media, Society

### Giriş

Günümüzde iletişim teknolojilerinin başında gelen sosyal medya; kullanıcı tarafından yönlendirilebilmesi, kitleler arası paylaşımı kolaylaştırması, interaktif iletişim ortamı doğurması ve insanlar arası etkileşimi arttırması sebebiyle önem taşımaktadır. Sosyal medya kullanımı bugün her alanda ivme kazanmaya başlamıştır. Gerek kamusal gerek siyasal, gerek sivil alanda kullanımının artmasıyla birlikte sosyal medya kanallarının devlet kurumları tarafından da kullanılması kaçınılmaz olmuştur. Sosyal medya ağları kullanılarak geniş kitlelere ulaşmayı, etkili sağlık iletişimi kurmayı, şeffaflığını göstermeyi hedefleyen yönetim

<sup>1</sup>  Doç.Dr. İstanbul Medipol Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, pvardarlier@medipol.edu.tr.

<sup>2</sup>  Yüksek Lisans, İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü, [cerenozturk94@gmail.com](mailto:cerenozturk94@gmail.com)

DOI Numarası: <https://doi.org/10.37991/sosdus.730815>

kurumlarının, hedeflerini gerçekleştirebilmeleri için etkin, verimli ve doğru bir şekilde sosyal medya kanallarını kullanmaları gerekmektedir. Sağlık iletişimi anlamında ise özel veya kamu kurumlarında verilen hizmetler dışında sağlığı geliştirme konusunda kurumlar sosyal mecraları aktif olarak kullanmaya başlamışlardır.

İletişim, bireylerin veya kurumların maruz kaldığı toplum ve bu toplum içinde yer alan sistemler arasında etkileşimi gerçekleştiren en önemli süreçtir. İletişim, toplum içerisinde kişiler arasında gerçekleştiği gibi kişiler ve kurumlar arasında, kurumlar ve toplum arasında da bilgi alışverişini gerçekleştiren alt yapıdır. Belli bir toplumu oluşturan kişilerin diğer kişileri, kurumları özetle kendileri dışında var olan tüm olguları ayırt edebilmeleri ve onlar hakkında bilgi sahibi olabilmeleri için iletişim kurmaya gereksinimleri vardır. Bir kurumda, kurumun hedef kitlesine ilişkin tüm faaliyetlerin gerçekleştirilmesi aşamalarında kişiler veya kurumlar arasında kurulan bilgi alışverişi kurumsal örgütsel iletişim olarak belirtilmektedir. Kurumsal iletişimde amaç; kurumun sahip olduğu düşünce yapısının, vizyon ve misyonunun, amaç ve hedeflerinin öncelikli olarak çalışanlarına benimsetilmesi, çalışanlar aracılığıyla tüketiciye aktarılmasıdır. Geçmişten bu yana sağlık ve iletişim insan varlığı boyunca kendini göstermiş iki temel kavramdır. Sağlık sektöründe verilen hizmet sürecinin başlangıcından bitişine kadar hizmeti sunanlar ile hizmeti alanlar arasında tartışmasız bir ilişki söz konusudur. Sağlık kurumlarında da kurumsal amaçların gerçekleştirilmesi, verilen hizmetin maddi-manevi karşılığının alınması, kurumun saygınlığı ve kalitesinin ortaya koyulması doğru gerçekleştirilen bir iletişim süreciyle ilgilidir.

## 1. Sağlık İletişimi

İletişim, insanlığın varlığından bu yana kendini göstermiş bir kavramdır. Sağlık iletişimi kavramı ise bir disiplin olarak ilk kez Amerika Birleşik Devletinde (ABD) ortaya çıkmıştır. Konu kapsamında gerçekleştirilen ilk faaliyet 1972 senesinde International Communication Association (ICA) önderliğinde gerçekleştirilmiştir. ICA tarafından üniversitelerde çok sayıda konferanslar düzenlenmiş konuyla ilgili kitap ve çeşitli yayınların basılması ardından sağlık iletişimi çok multidisipliner bir boyut kazanmıştır. Speech Communication Association (SCA) derneği de 1985 yılında ilk sağlık iletişimi komisyonunu kurmuştur. Sağlık iletişimi konusundaki çalışmalara gösterilen önemin artması ve bu alandaki faaliyetlerin giderek çoğalması ile 1992 yılında iki derneğin birleşmesi ile (ICA-SCA) sağlık iletişimi alanındaki araştırmalar büyük bir ivme kazanmıştır (Rogers, 1994).

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ile bireylerin sağlık kavramına ilişkin değer yargıları da değişim göstermektedir. Son yüzyılda sağlık sektöründe gerçekleşen olumlu gelişmeler bireyler eski tedavi yöntemlerinden vazgeçirerek modern tedavi yöntemlerine yönelmesi sağlanmıştır. Bu durum hastane personelinin daha fazla hasta-hasta yakını ile iletişime geçmesine sebep olmaktadır. Sağlık sektöründe yaşanan bu gelişmeler sonucunda sağlık iletişimi kavramı günden güne daha da önem kazanmıştır. Sağlık iletişiminin sadece hasta-sağlık personeli boyutunda düşünülmesi oldukça yanlıştır (Işık, 2019). Sağlık personelinin kendi arasında kurdukları iletişim, sağlık bilgileri ile ilgili yanlış olan davranış ve tutumların değiştirilme çabası, bireylerin sağlıklı bir hayat benimsemesi gibi her türlü uğraş, sağlık iletişimi alanında kendisine yer bulmaktadır. Sağlık iletişimi, toplum içerisinde yaygın ve yanlış olan genel geçer sağlık bilgilerini değiştirmek ve yerleşmiş hatalı enformasyonları düzelterek kamu adına yarar sağlamayı hedeflemektedir (Onur Cansız, 2016).

Sağlık iletişimi multidisipliner bir kavram olarak günümüzde dünya genelinde önemini vurgulamaya devam etmektedir. “Healthy People 2010” hedefleri kapsamında, ilk kez sağlık

iletişimi başlığına yer verilmiştir. 2020 yılında daha sağlıklı bir toplum hedefleyen “Healthy People 2020” projesi kapsamında geliştirilen başlıklarda ise ilk kez “Sağlık İletişimi ve Sağlık Bilişim Teknolojileri” konusu başlık olmaktan çıkmış ve projede bu konuya yer verilmiştir. Konu içerisinde hasta ile sağlık personeli arasındaki iletişimi güçlendirmeye yönelik hedeflerin yanında; internet kullanan bireylerin sayısını arttırma, sağlık ile ilgili nitelikli, kaliteli web sitelerinin sayısını arttırma, sağlık enformasyonuna kolay erişim oranını arttırma ve toplum sağlığını korumaya yönelik kriz ve acil risk mesajlarının sayısını arttırma hedefleri yer almaktadır (Healthy People 2020 Topics & Objectives, 2015). İletişim sağlayıcı cihazlarda gerçekleşen dijital ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda doğru sağlık enformasyonuna ulaşım giderek daha kolay hale gelmektedir. Bu da toplumda doğru bilginin yetkili ve alanı hakkında uzmanlaşmış kişiler tarafından bireylere, iyi sağlığı teşvik edecek, sürdürecekt ve geliştirecek şekilde ile yayılması gerekliliğini göstermektedir (Şener & Samur, 2013).

Sağlık iletişimi, kişilere yönelik sağlık davranışlarını olumlu yönde değiştirmeyi hedeflemektedir. Sağlık iletişimi bir bilim dalı olarak koruyucu sağlık hizmetlerinin artmasını, hastalık oranının toplum düzeyinde azalmasını, yaşam kalitesi standartlarının geliştirilmesi yönündeki çalışmalarda büyük önem taşımaktadır. Sağlık Bakanlığı bünyesinde toplum sağlığının desteklenmesi, koruyucu, önleyici, tedavi ve rehabilite edici, toplumda olumlu sağlık ediminin sağlanması amacıyla sağlık iletişimi adı altında her türlü çalışmanın, programların, projelerin, planlanması, devreye sokulması, uygulanması ve tüm bunların ülke genelinde koordine edilmesini Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü kapsamında Sağlık İletişim Dairesi sorumluluğu altındadır.

## 2. Sağlık İletişim Kuramları

Sağlık davranışlarını bir model veya bir yaklaşım ile ele almak yanlış bir algıdır. Günümüzde etkili bir sağlık iletişimi ortamının sağlanması ile sağlık davranışlarının toplum genelinde pozitif yönde değişimini hedefleyen birçok kuram ortaya çıkmıştır. Bu kuramlar için genel bir tanım yapmak mümkün olmamakla birlikte her teoriyi kendi içerisinde diğerlerinden ayıran ve farklı bir açıdan sağlığın gelişimine katkıyı hedefleyen yönleri bulunmaktadır (Sabırcan, 2012). Evrensel olarak kabul görmüş bir model dizini olmamakla birlikte literatürde en çok yer alan modellerin tanımı çalışmanın bu bölümünde ele alınmıştır.

### 2.1. Sağlık İnancı Kuramı

Önleyici ve koruyucu sağlık davranışlarının açıklamasında kullanılan model sağlık inanç modelidir. Bu model 1950 yıllarının başında hastalıkların önlenmesi ve sağlığın korunması üzerinde yoğunlaşan çalışmaların ve bu çalışmalara başvuru sayısının azlığı nedeniyle ortaya çıkmıştır (Çenesiz & Atak, 2007). Sağlığın teşviki ve geliştirilmesi hedefiyle gerçekleştirilen faaliyetler, programlar ve çalışmalar da bu kuram ile önem kazanmaya başlamıştır (Çınarlı, 2005). Sağlık inanç modeli, 1950 yılında Hochbaum, Kegeles, Leventhal ve Rosenstock tarafından geliştirilmiştir. Gün geçtikçe bireyin sağlık inanç ve davranışlarına etki eden farklı teorilerin ortaya çıkması ile bu model farklı boyutlara taşınmıştır. Sağlık İnancı Kuramı'nın birincil hedefi sağlık alanında koruyucu ve önleyici davranış bilincini topluma kazandırmak olsa da genel sağlık davranışlarını da içine alan bir model olmuştur (Nahcivan & Seçginli, 2003).

Sağlık inanç modelinin 3 önemli bileşeni vardır; Bireysel özellikler, algılar ve eylem. Bireysel özellikler; sosyo demografik özellikleri içermektedir. Algılar; sağlık alanında kazandırılmak istenen olumlu davranışlarda değişim sürecinde etkisi olan etmenlerin

açıklanması için kullanılmaktadır. Eylem ise; 7 olumlu sağlık davranışının kişilerin hayatlarına işleyiş halini ifade etmektedir (Aydoğdu & Bahar, 2011). Sağlık inancı kuramı farklı araştırmacılar tarafından genişletilerek, orijinal ilkeleri altı farklı yapıda birleştirilmiştir (Kaya, 2014).

*Algılanan Duyarlılık:* Bir sağlık sorununun kişide gerçekleşme ihtimaline karşı gelişen kişisel algılardır.

*Algılanan Şiddet:* Bir sağlık sorununun bireyde meydana getireceği aksiyonları belirten algılardır.

*Algılanan Fayda:* Kişinin sağlık sorununun meydana getireceği olumsuzlukların tahmin edilmesi ve bu sorunlar için geliştirilecek sağlık davranışının benimsenmesi ile kişinin kendi tedavi sürecine yarar sağlayacağı algılardır.

*Algılanan Engeller:* Kişide değiştirilecek davranışları engelleyen faktörlerdir.

Kişinin davranış değişikliği yapmasını engelleyen durumlardır.

*Eylem İşaretleri:* Geliştirilen sağlık davranışının karar verilerek eyleme geçilmesi durumunu dürttüleyen uyarıcılardır.

*Öz Yeterlilik:* Geliştirilen bir sağlık davranışının eyleme geçmesi açısından kişinin kendi yeteneğini ve kendine güven düzeyini ifade etmektedir.

## 2.2. Akla Dayalı Eylem Kuramı

Gerekçeli eylem kuramı olarak da bilinen bu teori, kişinin karar verme mekanizması üzerinde durur. Bireylerin karar verme süreçlerini etkileyen davranışları ele alan bu kuramda hangi davranışın hangi eyleme neden sebep olduğu incelenmektedir (Okay, 2014). Bu kuramda değerlendirilen bireylerin sahip olduğu inanç değerleri, niyetleri, tutum ve davranışları arasındaki sebep-sonuç ilişkisidir.

## 2.3. Sosyal Öğrenme Kuramı

Bu kuramda, sağlık riskleri, sağlık alışkanlıkları, sağlık beklentileri, sağlık hedefleri gibi merkezi çekirdek determinantların nasıl çalıştıklarına dair mekanizmayı ve bu bilgilerin sağlık uygulamalarının nasıl dönüştürülebileceğini açıklayan optimum yolları belirtmektedir (Bandura, 2001). Sosyal öğrenme kuramında tutum ve davranış değişikliğini etkileyen bazı unsurlar kişisel, çevresel ve toplumsal faktörler olarak sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırma içinde dikkat, hatırlama, taklit, güdülenme, yetenek, uygulama, beklenti, hedef yer alan bazı unsurlardır (Nahcivan & Seçginli, 2003). Albert Bandura tarafından geliştirilen bu kuram, bireyin istek, düşünce ve davranışını etkileyen psiko-sosyal mekanizmayı anlamak için geliştirilmiştir. Sosyal öğrenme kuramı, karşılıklı determinizm modeline göre yapılandırılmıştır. Davranış, kişisel faktörler ve çevresel faktörler karşılıklı determinizmi oluşturmaktadır (Okay, 2014).

## 2.4. Yeniliklerin Yayılması Kuramı

Yeniliklerin benimsenmesi süreci; bilgilendirme, inandırma, karar mekanizmasını çalıştırma, eyleme dökme ve pekiştirme aşamalarından meydana gelmektedir (Çınarlı, 2005) Rogers tarafından geliştirilen bu teori, bilgi sistemleri uygulaması çalışmalarında sıkça kullanılmaktadır. Bu kuramda odaklanılan ana nokta yeniliklere yönelik adaptasyon sürecinde bilgi paylaşımı ve belirsizliklerin ortadan kaldırılmasıdır (Agarwal, Ahuja, Carter, & Gans, 1998).

Rogers'a göre, bireyin yeniliğe karar verme sürecinde etkili olan 5 faktör şunlardır (33);

- *Göreceli Fayda*: bir yeniliğin zaman boyunca ne kadar geliştiği.
- *Uygunluk*: Yeniliğin birey tarafından benimsenmeye uygunluk derecesi.
- *Karmaşıklık ya da Basitlik*: Yeniliğin kullanımını zorsa, bu bireyin kabullenme sürecini olumsuz etkileyecektir.
- *Denenebilirlik*: Bireyin yeniliği kolayca test edip, kontrol edebilmesi.
- *Gözlenebilirlik*: Yeniliğin bireyler tarafından görünür olma derecesi.

Yeniliklerin yayılması kuramının ana fikri, zaman içerisinde yeniliklerin olduğu ve bilgilenme, öğrenme, duyma, karar verme ve davranışın onaylanması ile davranışların yerleştiğidir. Bu kuram sağlık iletişiminde büyük role sahiptir ve sık kullanılmaktadır.

### 2.5. Planlanmış Davranış Teorisi

Planlanmış davranış teorisi, insan davranışlarını tahmin etmek ve açıklamak amacıyla oluşturulmuş bir kuramdır. Bu teori, kişilerin gerçekleştireceği bir eylem değişikliğinin temelinde niyet olduğunu vurgulamaktadır. Teoride, niyetlerin ise kişilerin yetiştiği kültürden, sosyo-ekonomik yapıdan ve bu güne kadar benimsenmiş hareket tarzından etkilendiği belirtilmektedir (Bozkurt Çetinkaya, 2014). Planlanmış davranış teorisi, akla dayalı eylem teorisinin geliştirilmiş şeklidir. Davranışsal niyetin belirleyicisi olan kontrol, planlı davranış teorisini akla dayalı eylem teorisinden ayırmaktadır. Adından da anlaşıldığı üzere, bu teori davranışın sonuçları için, belirli planlama ve değerlendirme düşüncelerini gerekli kılmaktadır (Okay, 2014).

### 3. Sağlık Hizmeti Sunucularının Sağlık İletişimi

Sağlık hizmeti sunanlar ve hizmeti alanlar arasında sağlıklı iletişimin gerçekleştirilmesi, hasta ve hasta yakınlarının memnuniyetini kazanmakta ve tedavi sürecindeki başarıda çok önemlidir. Sağlık kurumlarında temel gündemin hastalık olması sebebiyle bazı zamanlarda iletişim kalitesinde azalma görülebilmektedir. Bunun nedeni sorun odaklı anlatımların çok fazla olması ve bu duruma bağlı olarak hassasiyetin de daha fazla olmasıdır. Sağlık tesislerine hizmet almak amacıyla gelen bireylerin üstünde durdukları konu bazı zamanlarda hizmet sağlayıcıları tarafından doğru anlaşılmamaktadır. Sağlık hizmetleri ilişki düzeyi yüksek bir hizmettir. Sağlık personelinin hasta ve hasta yakınlarına yönelik davranışları hizmeti alan kişilerin memnuniyeti açısından oldukça önemlidir (Gabbott & Hogg, 2001). Sağlık kurumuna sağlık hizmeti için başvuran kişiler kendi yaşamları içinde bedensel, zihinsel ya da ruhsal vb. rahatsızlık yaşamaktadır ve bu süreç akabinde sağlık hizmetine başvurmaktadır. Bu sebeple sağlık kurumlarının iletişim politikaları çok daha hassas, dikkatli, etkili, kaliteli ve yüksek empati kabiliyeti ile gerçekleşmelidir.

Sağlık kurumlarında tıbbi, fiziki, dijital gelişmişlik ve medikal donanım açısından kalite çok önemlidir. Fakat sağlık kurumlarının başarı hikayeleri insangücüne odaklıdır. Sağlık kurumlarında sağlık hizmeti alan kişilerin müraacatından başlayan süreç şifa ile uğurlanmasına, sonrasında kişinin takibine kadar devam etmektedir. Bu sürecin sağlık kurumları tarafından en iyi şekilde yönetilmesi sağlıklı bir iletişim ile mümkündür. Sağlık kurumlarında iletişim aksaklıklarının yaşanmaması ve bu süreçte en iyi verimin alınması şüphesiz ki sağlık çalışanlarının huzurlu ve adil bir çalışma ortamlarının olmasıyla gerçekleşir. Sağlık tesislerine tedavi amacıyla başvuran kişiler, yakınları, sağlık tesisi bünyesinde görev yapan tüm sağlık ve

yönetim personelleri arasında gerçekleşen bilgi alışverişi süreci sağlık iletişimin yapı taşlarını oluşturur. Sağlık hizmeti almak için başvuran kişinin hastane seçimini yapması akabinde bu iletişim süreci de başlamış demektir. Sağlık kurumlarında unutulmaması gereken en önemli nokta hizmet almak için gelen herkesin çok hassas bir noktada yer almasıdır. Sağlığı, yaşam kalitesi hatta belki de hayatı risk altında olan hasta ve refakatçiler aynı hassasiyeti haklı olarak iletişim kurdukları tüm sağlık personellerinden de beklemektedir. Zorunluluktan veya uzun araştırmalardan sonra tedavi görmek amacıyla gelinen sağlık kurumunda hastalara geçirilmesi gereken en önemli duygu güvendir. Bu da muhteşem bir tıbbi tedavi sürecinden önce kurulan iletişimin kalitesi ile mümkündür. Tıbbi terimlerin çoğunlukla kullanıldığı hastaya patolojik raporlarla açıklama yapılmaya çalışılması son derece yanlıştır. Hasta veya refakatçilerine açık ve anlaşılabilir bir şekilde içinde bulunduğu süreç anlatılmalı, bilgilendirme kişilerin beklentilerini karşılamalıdır. Hastaların en önemli haklarından biri bilgilendirmedir. Bilgilendirme yapılırken empati duygusundan yoksun açıklamalar maalesef sağlık sektöründe tolere edilemez. Bilgi ve duygu bağlamında hastayla yeterli iletişim kurmak ya da ona bu güvenin verilmesi sağlıkta en temel gerekliliklerdendir (Çetin vd., 2016). İletişim, sağlık kurumlarında sonuca değil, başlangıca odaklı olmalıdır. Yaşanan problemlerin çözümü için değil, en başında bu sorunların yaşanmamasına yönelik katkıda bulunan iletişim sağlık kurumunda çok büyük avantaj sağlamaktadır. Sağlık hizmetlerinde meydana gelen bir yanlışlığın telafi edilemeyecek boyutlara ulaşması çok kolaydır. Sağlık hizmetlerinde iletişim kaynaklı bir aksaklığın yaşanmaması açısından iletişim süreci sırasında; dikkatli dinleme, açık ve karşı taraf için anlaşılabilir şekilde konuşma, anlayış sağlama, empati yapma ve beden dilini doğru bir şekilde kullanarak etkili iletişimin sağlanmasıyla mümkündür. Etkili iletişim, kurumlarda başarının anahtarı rolündedir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler bilgiye erişimi zaman ve mekândan bağımsız olarak herkesin ulaşımına açmış ve bilginin iktidarına dayalı hiyerarşik düzen her alanda sarsılmıştır. Bu gelişmelerden en çok etkilenen alan ise sağlık sektörü olmuştur. Sağlık alanında gerçekleşen iletişimde eski kalıplar yıkılmış ve yerini daha eşitlikçi görünen yaklaşımlar almıştır. Bu yeni iletişim modellerinde bilginin duyurulması ve bilgiye erişim kolaylaştığı için sağlık hizmeti verenler daha sorgulanabilir olmuştur (Onur Cansız, 2016). Yeni sisteme karşı hazırlıksız olan ve yeni bir strateji geliştirmeyen sağlık hizmeti sunucuları iletişimi yönetmekte zorlanmaktadırlar. İletişimde yaşanan sorunlar sağlıkla ilgili her konuya yansarak sonuçta sağlık hizmeti sunanlar ile hasta ve yakınları arasında bir karşı olma halini meydana getirmektedir. Bu karşı olma hali, uzlaşmama hali ise sağlıkta şiddete kadar gidebilen olumsuz durumların yaşanmasına neden olmaktadır. İşte tam bu noktada çözüm geliştirebilmek ve bu yeni iletişim şekline uyum stratejileri oluşturmak için sağlık iletişimi kavramını gündeme getirmek gerekir. Teknolojide yaşanan gelişmelerin ışığında sağlık alanında hızla dönüşen iletişimi hem sağlık hizmeti alanlar, hem de sağlık hizmeti verenler yararına yönetebilmek ve düzenleyebilmek için sağlık iletişimi stratejilerini uygulamak kaçınılmazdır. Sağlık hizmetlerinde iletişimi yönetecek olan hizmeti verenlerdir. Tüm bireyler için empatik iletişim şarttır, ancak empatik iletişim çift yönlü olmalıdır (Fidan & Yetiş, 2018). Sağlık iletişimi konusunda gerçekleştirilen çalışmalar, çalışmanın yapıldığı toplumda sağlık davranışlarında olumlu bir değişikliği amaçlamaktadır. Kişilere farkındalık ve daha geniş bakış açısı kazandırmayı, doğru yönlendirmeyi hedefleyen bu çalışmalar sağlık alanında yapılan tüm faaliyetleri kapsamaktadır. İletişimin her alanda öneminin gün geçtikçe artması bağlamında bireyler ve kurumlar iletişim yönetimi için yeni stratejiler geliştirmeye çalışmaktadır. Bu noktada sosyal medyanın doğru ve etkin kullanımını önem arz etmektedir.

#### 4. Sosyal medya

Sosyal medya, insanların şahsi fikirlerini, idealarını diğer insanlar ile paylaşabildiği, kendisiyle ilgili veya ilgisiz her konu ve olayda düşüncesini aktarabildiği, farklı kişilerin tavsiyelerinden,

fikirlerinden yararlanabildiği biz düzlem olarak hayatımıza girerek önemli bir yer edinmiştir. İnsanlar sosyal çevrelerini genişletme, duygu ve düşüncelerini dile getirme, deneyimlerini paylaşabilme ve kitlelere ulaşabilme amacıyla bu araçları kullanmaktadır. Bu platformlar üzerinden kullanıcıların işletmeler ile ilgili olarak yaşadıkları deneyimler, paylaştıkları düşünceler ve yorumlar diğer kullanıcılar için de belirleyici bir faktör olmaktadır (Vardarlier, 2016).

Sosyal medya konsepti ilk kez merkezi San Fransisco’da olan Guidewire Group kurucularından Chris Shipley tarafından kullanılmıştır. Chris Shipley’e göre sosyal medya çevrimiçi olarak bilgi iletişimini sağlayan, interaktif bir iletişim ortamı sağlayan, kişilerin katılımını ve iş birliğini destekleyen tüm araçlardır. Bloglar, mesleki ve sosyal paylaşım siteleri, Wikiler, podcasting ve vodcasting, sanal dünyalar, sosyal etiketlenme gibi siteler sosyal medya araçlarına örnek olarak verilebilmektedir (Newson vd., 2013).

Sosyal medyayı teknolojik bağlamda açıklamak gerekirse; Web 2.0 sisteminin teknolojik ve ideolojik yapılarının hayatımıza girmesi ile internet altyapılı uygulamalar grubu karşımıza çıkmaktadır. Bu uygulamalardan günümüzde geçerliliğini en çok arttıran sosyal medya kanalları olmuştur. Sosyal medya araçları, kullanıcısının paylaşım yapmasına, içerik üretmesine, paylaşılan içeriklerin değiştirilmesine ya da kaldırılmasına, ilgi alanları ve merakları çerçevesindeki hesapları takip etmelerine olanak sağlayan ve günümüzde kullanıcı sayısını her geçen gün müthiş bir şekilde arttıran bir Web 2.0 teknolojisidir (Kaplan & Haenlein, 2010).

Tüm tanımlamalar kapsamında sosyal medyanın sahip olması gereken temel özelliklerinin belirlenmesi gerekmektedir. Sosyal medyanın daha öncesinde Antony Mayfield’in “What is Social Media” adlı araştırmasında belirtilen beş özelliği içinde barındırması gerektiği vurgulanmıştır (İlgün & Uğurluoğlu, 2016).

- **Katılım:** Sosyal medya herkesin katılımına açık olmalı ve geribildirim sürecine de imkan vermelidir.
- **Açıklık:** Sosyal medya kanalları her kullanıcı tarafından erişilebilir olmalıdır. Erişimin engellendiği durumlar ender ve olağanüstü durumlarda meydana gelebilir.
- **İletişim:** Geleneksel medyada tek taraflı iletişim sağlanırken, günümüz modern medyasında kişiler arası çift taraflı bir iletişim olanağı sunulmalıdır.
- **Toplum:** Sosyal medya toplulukların – kenetlenmenin – örgütlenmenin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamalıdır.
- **Bağlantı:** Sosyal medya, çeşitli bağlantılar ile değişik içeriklere sahip çoklu ortam paylaşımlarına olanak tanımalıdır.

Günümüzde iletişim ve teknoloji kavramlarının hayatımızda oynadıkları rol hızla gelişmektedir. İletişim bilimi çerçevesinde ele alınan sosyal ağ kavramı, McLuhan ve Innis’in önderliğinde geliştirilen “teknolojik belirleyiciliği” teoremi ile açıklanabilir. 19. Yüzyılda ön plana çıkan bu teorem ile maruz kalının kültür ve çağda bilginin kayıt altına alınıp paylaşıldığı iletişim kanallarının, o kültürün karakterinin tespit edilmesinde önemli bir rol oynadığı savunulmuştur (Tekinalp & Uzun, 2008). Bilgisayar merkezli iletişim içerisinde sosyal paylaşım ağlarının kullanımının hayatımıza dahil olmasında giriş kısmı olarak tanımlanan sanal toplulukların ortaya çıkışı 1990 yıllarının sonuna doğru gerçekleşmiştir. Bilgisayarlı iletişimin kullanılmasında amaç lokasyon olarak birbirinden uzak kişilerin, kurumların paylaşımlarla birbirlerine yakınlaştırılmasıdır (Vardarlier & Zafer, 2020).

Sosyal medya kavramı günümüzde popüler hale gelmiş olsa da aslında temeli çok eskilere dayanmaktadır. Geçmişte de günümüzde de sosyal medya aracılığıyla iletişim ağırlıklı olarak görsel ve işitsel olarak sağlanmaktadır. Geçmişte bu görsel ve işitsel iletişim aracı olarak duman ile taş-davul sesleri kullanılmıştır. Yılların ilerlemesi ile M.Ö. 550 yıllarında, İran’da iletişimin sağlanmasına yönelik ilk posta servisleri kurulmuştur. 18. ve 19. yüzyıllarda ise, gelişimini daha da arttırarak telgraf, telefon ve radyo günlük hayatımıza dâhil olmuştur. Daha sonraki yıllarda özellikle büyük şehirlerdeki kurumlardaki iletilecek mesaj sayısının artması, bununla birlikte kişisel araçların sayısının artması ile trafiğin oluşması, telgrafların geç ulaşmasına sebep olmaya başlamıştır. Bu tür olumsuzluklar neticesinde mesajların ulaşımını daha hızlandıracak yeni arayışlara içine girilmiş ve 20. yüzyılda internet tabanlı olan e-posta sistemleri devreye girmiş ve bu tür iletişim olanağı sağlayan sitelerin kullanımı artmaya başlamıştır. 21. yüzyılda ise, kullanılan sosyal medya araçlarının türü ve sayısı giderek artış göstermiş ve sosyal medya bireylerin hayatlarında oldukça önemli bir yere sahip olmaya başlamıştır (İlgün & Uğurluoğlu, 2016).

Değişen ve sürekli gelişen teknoloji dünyası, insanların internet ortamında çok daha fazla vakit geçirmeye başlaması üzerine web sistemi özelliklerinde değişim ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Web 1.0’ın kapalı sistem özelliklerinin yerini sosyalleşmeye daha açık, etkileşim imkanı yaratan bir model olan Web 2.0 ortaya çıkmıştır. Bu sistemle birlikte kullanıcılar kullanıcı profilleri oluşturmaya ve içerik üretiminde aktif rol oynamaya başlamışlardır (Bozarth, 2010).

**Tablo 4.1:** Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması

Web 1.0	Web 2.0
Programcılar eliyle tasarlanmış web siteleri	Kullanıcılar eliyle tasarlanmış web siteleri
İçeriklerin belirli kişiler tarafından hazırlanabilmesi	İçeriklerin herkes tarafından hazırlanabilmesi
Kişiselleştirilemeyen veya içeriklerine müdahalede edilemeyen internet siteleri	Paylaşımaya dayalı platformlar
Bilginin az üretilmesi ve az sayıda kişiye ulaşması sebebiyle sıkı bir denetim anlayışı	Üretilen ve paylaşılan bilgi alışverişinin fazla olması nedeniyle denetimin daha seyrek gerçekleşmesi
İletişimin sadece bilgi aktarma boyutunda olması	Karşılıklı iletişim
Ansiklopedik bilgi sağlama	Bilgi alışverişinin amaçlandığı ortak bir kütüphane (Wikipedia)
Sunma ve yayınlama	Çift taraflı ve paylaşımaya yönelik katılım
Hiyerarşik yapı	Serbest yapı
Durağan içerik	Güncellenen içerik

**Kaynak:** (Bozarth, J, 2010).

Web 2.0, internet bağlantısı kurabilen tüm cihazları kapsayan bilgi alışverişinin gerçekleştiği bir sanal iletişim yöntemidir. Web 2.0 tabanlı uygulamalar bu iletişim yönteminin



kazandırdığı yararların çoğunu bünyesinde barındırmaktadır. Sistemin getirdiği en önemli kazançlar; kullanıcı portföyünün ve sayısının genişliği neticesinde yazılımların sürekli güncel tutulması, paydaşlar tarafından üretilen bilgi ve içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından da kullanılarak özgün bir çalışmanın ortaya çıkarılmasıdır. Böylelikle Web 1.0 sisteminin salt okunurluğunun ötesine geçilerek paylaşım ve etkileşim amaçlı platformlara geçiş yapılmıştır (O'Reilly, 2005). Teknolojik gelişmelerin büyük bir ivme ile devam etmesi ile internet ve bilgisayar teknolojilerindeki ilerleme de kaçınılmaz olmuştur. Web tabanlı internet uygulamaları, enformasyon alışverişinde yeni boyut ortaya çıkarmıştır. Hem işitsel hem de görsel iletişime olanak sağlayan Web 2.0 sistemi bu anlamda da iletişim şekline farklı bir anlam kazandırmıştır.

Sağlık da Web 2.0 alt tabanlı platformlardan yararlanan bir hizmet sektörlerinden biridir. Bu sebeple sağlık hizmetine veya bilgisine ulaşmak isteyen kişiler kendi sağlık sorunları ile ilgili paylaşılan bilgilerden yararlanma veya bilgi üretme imkânına sahip olmaktadır.

#### 4.1. Sosyal Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması

Teknolojik gelişmelerin yaşanması akabinde sosyal mecralar sanal ortamda içerik üretimi için kullanılan platformlara dönüşmüştür. Dijital ortamdaki bu içerikler, web sistemleri aracılığı ile internet alt yapısı kullanılarak erişilen enformasyonlar olarak belirtilmektedir. İçerikler, düz metin olabileceği gibi işitsel ve görsel ara yüzde de aktarılabilir. Bazı içerikler tüm bu formatların hepsinin bir araya getirilerek harmanlandığı şekilde de sunulabilmektedir. Metin içerisinde geçen kelimelerin veya cümlelerin başına koyulan “#” (hashtag) işareti ile kelimelerin kod olarak algılanması sağlanmakta ve bu bağlamda istatistik çalışmaları da oluşturulabilmektedir. Dijital ortamda oluşturulan içerikler, oluşturuldukları sosyal medya kanallarında paylaşılabilirler gibi, farklı sosyal kanallarda da alıntılanarak veya üzerine yorum katılarak da paylaşılabilir (Karagöz, 2016). Web 2.0 sisteminin kullanımı açısından sunduğu kolaylıklar neticesinde kullanıcıların teknoloji konusundaki hakimiyetlerinin bir önemi kalmamaktadır. Bütün kullanıcıların bilgi seviyesine uygun olan bu uygulamalara hızlı ve basit bir şekilde giriş yapılmaktadır. Bu uygulamalarda yapılan paylaşımların içeriklerin büyük bir bölümünün kullanıcılar tarafından oluşturulmaktadır (Varnalı, 2013).

Andreas M. Kaplan ve Michael Haenlein tarafından sosyal medya; teknolojik ve ideolojik alt yapılar temelinde kurulan Web 2.0'nin internette içerik oluşturmaya izin vermesi ve bu içeriklerin başka kullanıcılarla alışverişine ve paylaşımına imkân tanınması olarak açıklanmıştır (Kaplan & Haenlein, 2010). Bu tanım doğrultusunda Web 2.0 tabanlı sosyal medya kanallarının günümüzde kullanım oranının ve popülerliğinin artması kaçınılmazdır.

Sağlık alanında düşünüldüğünde ise içerik paylaşımı bu sosyal medya ağlarının kullanımı kişilerin aldığı sağlık hizmetlerden kaldıkları memnuniyet veya memnuniyetsizliğin paylaşımı ile gerçekleşmektedir. Hasta-hastane memnuniyetinin ve yorumlarının diğer kullanıcılar ile paylaşılmasının yanında benzer sağlık sorunları yaşayanların da birbirleri ile iletişim kurabileceği çevrimiçi bir ortam yaratan sosyal medya kanalları bu tarz paylaşımlarla da hastalıklar hakkında fikir ve bilgi edinme konusunda da kişilere yardımcı olmaktadır. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen sağlık iletişimi sadece hastalar arasında bilgi ve fikir alışverişini olarak düşünülmemelidir. Sağlık sunucuları tarafından hastalıkların önlenmesi ve geliştirilen yeni tedavi yöntemleri konusunda yapılan bilgilendirme mesajları, hatırlatıcı ve farkındalık oluşturucu iletilerin paylaşılması da sosyal medya kullanıcıların ulaşabileceği doğru ve etkili bilgilerden biridir.

Yapılan tüm bu tanımlar neticesinde görülmektedir ki sosyal medyanın iletişim alanına kattığı karşılıklı etkileşim ortamı en önemli yeniliklerden biridir. Gönderici, ileti, gönderi aracı, alıcı ve geri bildirim olmak üzere beş ögeden oluşan iletişim sürecinde en üstünde durulması gereken geri bildirimdir. Gönderilen mesajın karşı tarafta nasıl algılandığı, alıcıyı nasıl ve ne şekilde etkilediği bilgisine ulaşılmasını sağlayan geri bildirim geleneksel medya kullanıcıları tarafından hızlı bir şekilde alınması mümkün değildir. Modern iletişim yöntemlerinden olan sosyal medyanın sunduğu çevrimiçi iletişim ortamı sayesinde geri bildirimlerin anında alınması sağlanmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları sadece kendilerine iletilen mesajlara yaptıkları yorumlarla geri bildirimde bulunmamaktadır. Diğer kullanıcılar tarafından yapılan paylaşımlar da değerlendirilerek bu kişilerle etkileşim kurulabilmektedir. Sosyal medyanın kullanıcılarına sunduğu diyalog özelliğinin yanında internet bağlantısına erişilebilen her zaman ve ortamda kullanılabilmesi de en büyük avantajlarından. Sosyal medya kullanımını sınırlandıran en önemli özellik internet erişiminin sağlanması ile ilgilidir. Geleneksel medya araçlarında ise zaman ve bulunulan ortamın özellikleri erişimi kısıtlamaktadır. Haber izlemek isteyen bir kullanıcının ilk olarak televizyon veya radyo gerektiren bir yerde olması ve haber yayınlarının saatini yakalaması gerekmektedir. Bunun yanında objektif olarak bir değerlendirme yapıldığında sosyal medya kullanımı da, istenilen uygulamalarının tablet veya cep telefonlarına indirilmesi ya da bilgisayar aracılığı ile bağlantının sağlanması, kullanıcı profili oluşturulması daha komplike bir yapıdadır. Bu platformların kullanılabilmesi için öncesinde kullanıcılar tarafından mantığının kavranması gerekmektedir. Geleneksel medya araçlarının kullanımı çok daha basit düzeydedir (Karagöz, 2016).

## 5. Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Önemi

Gelişen iletişim teknolojileri ile kullanılan iletişim araçlarında da değişimler yaşanmış ve geleneksel iletişim cihazları yerlerini modern cihazlara bırakmıştır. Günümüzde kullanımının her geçen gün arttığı bu cihaz ve uygulamalar ile birlikte kurumlar da bu gelişim ve değişimlerden yararlanmaya başlamışlardır. Kurumlarda başlayan bu değişim süreci çeşitli amaçlar doğrultusunda gerçekleşmiştir. Kimi kurumlardaki amaç pazarlama ve reklam maliyetlerini azaltmak iken kimi kurumlarda teknolojik gelişmeler sonucu kendiliğinden gerçekleşen bir süreç olmuştur. Bu süreç ile birlikte bireylerde yeni iletişim araçlarına yönelme eğilimi gerçekleşmektedir. Kişiler beklentilerini giderek yükselterek daha farklı imkanlar sunan sosyal medya araçlarını talep etmeye başlamışlardır. Sağlayıcılar da bu konuda çalışmalarına devam etmekte ve günümüzde her geçen gün yeni bir sosyal medya platformu kullanıma sunulmaktadır (Akıncı Vural & Bat, 2010).

İletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ve değişimler ile sağlık sektöründe de yeni bir döneme girilmiştir. Dijital paylaşımların artması ile doktorlar da sosyal medya kanallarını kullanarak diğer hekimler ile bilgi alışverişinde bulunabilmekte, hastalıklar ve sağlığın önlenmesi konusunda bilgilendirme mesajlarını halk ile paylaşabilmektedirler. Sosyal medya sağlığın geliştirilmesi ve olumlu sağlık davranışlarının toplum genelinde kazanılması ile ilgili paydaşlar arası iletişim ortamının kurulmasını sağlamaktadır. Bu durum sağlık eğitimini de desteklemektedir. Her mecradan kişi ve kuruluşları kapsamı içerisine alan sosyal medya kullanımına geçiş ve alışma sürecinde bazı sektörler adaptasyon sorunu yaşamaktadır. Bu sektörlerden biri de sağlık sektörüdür. Yaşanan dönüşüm süreci içerisinde sağlık hizmetlerinde yapısal anlamda da birçok değişiklik gerçekleşmiştir. İnternet, sağlık konusunda dünya genelinde en çok danışılan platformdur. Gerek hekim ve hastane araştırmak, gerek yaşanan sağlık sorunları ile ilgili araştırma yapmak, kullanılan ilaçların yan etkileri ve içindeki maddeler hakkında bilgi almak, daha önce sağlık hizmeti alan kişiler ile ilgili tavsiye paylaşımları yapmak gibi birçok sebeple internette sağlık alanında araştırma yapılmaktadır (Ardıç Çobaner

& Köksoy, 2014). Bu araştırmaları sadece sağlık enformasyonu paylaşımı olarak aktarmak doğru değildir. İnternet kullanımı hasta, hastane ve sağlık personelleri arasındaki iletişimde de kolaylık sağlayan önemli bir araçtır.

Dünya genelinde girilen iletişim teknolojileri dönüşüm süreci ile hasta-hekim arasındaki iletişimde de radikal değişiklikler gözlemlenmiştir. Sağlık iletişimindeki dijitalleşme ile hastalar randevularını çok kolay bir şekilde internet bağlantısı olan cihazları ile planlayabilmekte, tıbbi kayıtlarına erişebilmekte ve doktorları ile iletişim haline geçebilmektedir. Aynı zamanda bu ortamlarda kişiler kendi hastalık deneyimlerini paylaşabilir, başkalarının deneyimlerinden yararlanabilir ve tedavi-hekim-hastane seçeneklerini değerlendirebilmektedirler. Patients Likeme, CaringBridge.org., Diabetesmine.com, ACOR.org gibi hastalardan oluşan çok sayıda site, sosyal medyada hastalara iletişim ve hastalıkları ile ilgili detaylı bilgi edinme imkanı sunmaktadır. Sağlık hizmeti sunucularında sosyal medya mecraları kişilerin yorumlarını belirtebildikleri, kendi aralarında fikir ve bilgi alışverişinde bulunabildikleri şeffaf bir ortam olarak kullanılmaktadır. Doktorların hastanelerden bağımsız bir kimliğe bürünmesi ve bunun tanıtımını sosyal medya kanallarına entegre olarak birçok kitleye ulaşması ile doktor reklamının ve markalaşmasının sağlık tesisi markalaşmasının önüne geçtiği görülmektedir. Medpedia.com, AskDrWiki.com gibi bazı wiki sayfaları üniversiteler tarafından desteklenmektedir. Hastalar bu sayfalarda birçok hastalık ile ilgili bilgi alabildikleri gibi, bilgiye uzmanına sorma şeklinde de ulaşabilmektedirler (Kayabalı, 2011).

Günümüzde sağlık iletişimi için sosyal medya kullanımı hem kişisel hem de kurumsal sağlık sektörleri açısından önemli bir iletişim aracı olmuştur. Kişilerin, sosyo-kültürel yapıların sağlık kavramındaki konuları ne şekilde tartıştıkları, hangi açıdan algıladıkları ve sağlık edimlerini ne şekilde sergiledikleri sağlık iletişimi ile alakalı tüm araştırmaların zeminini oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Her açıdan incelenen sağlık iletişimi multisektörel ve multidisipliner bir kavramdır. Evrensel araştırmalarda yeni bir kavram olarak değerlendirilen sağlık iletişiminin ilk bahsinin geçtiği yerin Kuzey Amerika olduğu çeşitli araştırmalarda belirtilmektedir. 1970 yıllarında ortaya çıkan bu kavram bu tarihten sonra gelişerek ve kapsamını arttırarak birçok disiplini ve bilimi içinde barındıran bir iletişim alanı haline gelmiştir (Okay, 2014). Sağlık iletişimi kavramı açısından faaliyet gerçekleştiren ilik kurum Ulusal Kanser Enstitüsüne (NCI) bağlı olan Kanser Enformasyon Servisi (CIS)'dir. (Çınarlı, 2004). Bu kurum tarafından seneler boyunca kanser hastalarına ve kanser ile ilgili teşhis ve tedavilere yönelik toplum genelinde bilgi düzeyini arttırmak amacıyla sağlık iletişimi faaliyetleri sürdürmüştür.

Sağlık iletişiminin akademik çalışmalarda yer almasıyla birlikte bu kavram hakkındaki tanımlamalar da artmıştır. Sağlık sosyolojisi minvalinde gerçekleştirilen çok sayıda çalışma ve araştırmadan yola çıkılarak toplumdaki bireylerin sağlıklarının; yaşam sürdürdükleri ülkenin ve toplumun gelişmişlik seviyesinden, yönetim şekli ve uygulanan sağlık politikalarından, yaşanılan bölgenin kırsal veya kentsel olmasından, toplum sınıflandırmalarından, cinsiyetten, taşıdıkları genlerden, ekonomik seviyelerinden, çalışma şartlarından, eğitim seviyelerinden, sosyal statülerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır (Bayraktar, 2014). Castello 1977'de yayınladığı çalışmasında sağlık iletişimini, sağlık konusu hakkındaki enformasyonların elde edilip, olumlu sağlık davranışlarının toplum hayatında yer edinmesini sağlamak olarak açıklamıştır. Cassata 1980 yılında yayınladığı bir makalede ise sağlık iletişimini sağlık alanının her aşamasında gerçekleşen iletişim seviyelerini, bu iletişim yetilerini, ve metotlarını içine alan bir bilim dalı olarak tanımlamaktadır. Gary L. Kreps ve Barbara C. Thornton tarafından 1984 yılında çıkarılan Health Communication: Theory and Practice isimli kitabında sağlık iletişimini sağlık sunucularındaki hizmete yönelik arz – taleplere ve gereksinimlere yönelik gerçekleşen her türlü etkileşim olarak tanımlamıştır. Reardon ise 1988 yılında bu kavramın tanımını sağlık konusunda bilinç arttırmak ve toplumun sağlık kalitesini arttırmaya yönelik koruyucu, önleyici, geliştirici faaliyetlerin yürütülmesi ve kişilerin olumlu sağlık edimi kazanması için gerçekleşen

iletişim olarak yapmıştır. Lupton tarafından 1994 yılında yapılan sağlık iletişimi tanımında ise bu kavramın sağlık okur-yazarlığı, sağlığın desteklenmesi, eczacılık sektörü, kitle ve birey iletişimi kavramlarını tek bir çatı altında birleştiren bir güç olarak belirtmektedir. 1999 yılında Ratzan tarafından yapılan tanımlama da ise sağlık konusunda bireylerin zihinlerinde oturması istenen bilgi ve düşüncelerin iletişim araçları ile gerçekleşmesiyle ortaya çıkan bir iletişim şekli olarak yorumlanmaktadır (Nahcivan & Seçkinli, 2003).

2000’li yıllar ile sağlık iletişimi ile ilgili akademik araştırma ve çalışmalar da çok önem kazanmıştır. Sağlık iletişimi bölümlendirmiş ve sağlık iletişimini kişisel, kitlelerarası ve örgütsel boyutlarda ilerleyen bir hareket dizisi olarak tanımlamıştır. 2007 yılında yapılan tanıma göre sağlık iletişimi kişilere, sosyo-kültürel yapılar, sağlık alanındaki profesyonellere, siyasilere ve devletlere katkı sağlamak hedefiyle sağlık alanındaki gerçekleştirilecek bilgi alışverişleri ile kişilerin hayata bakış açılarını, sağlık farkındalık düzeylerini, sağlık davranışlarını geliştirecek, değiştirecek ve bunu hayat tarzlarına yansıtılabilmelerini sağlayacak multidisipliner bir alan olarak yorumlamıştır (Kreps,2003; Schiavo, 2007;Çınarlı, 2005;Sezgin, 2011; Okay, 2014).

Mcneill, Kreuter & Subramanian’ın (2006) kültür ve çevrenin sağlık iletişimi üzerinde nasıl bir etkisi olduğu araştırma konusu olmuş ve araştırmalarını bu doğrultuda sürdürmüştür (Mcneill, Kreuter, & Subramanian, 2006) Yapılan araştırmalarda sağlık iletişiminin ekonomik yararları ve toplum üzerindeki etkisine de yoğunlaşmıştır (Guilkey vd.,2006). Sosyal medya toplum yapısı üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda sosyal medyanın toplum üzerinden yönlendirici bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal medyanın insanlar ve toplum üzerinde önemli etki alanı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medya ortamlarında yapılan paylaşımların belirli denetimlere tabi tutulması gerekmektedir (Zafer & Vardarlier, 2019).

Son yıllarda sosyal medya kanallarının yaşantımıza dahil olması ile sağlık iletişimi de kendi kullanımına uygun sosyal medya kanallarında yer edinmeye başlamıştır. Chou ve arkadaşları 2009 yılında ilk kez sosyal medyanın sağlık iletişimindeki yeri ile ilgili araştırmalar yapılmaya başlamıştır (Chou & ve ark., 2009). Sosyal medya ve sağlık iletişimini kapsayan önemli araştırmalardan biri de Ratzan’ın 2011 yılında gerçekleştirdiği Web 2.0 ve sağlık iletişimi doğrultusundaki çalışmalarıdır (Ratzan, 2011). Ardıç Çobaner ve Köksoy ise, 2012 yılında 21. yüzyılın sağlık iletişimine kattığı yönleri ele almıştır. Sağlık iletişimi ve sosyal medya ile ilgili yapılan araştırmalarda çok önemli bir kaynak olarak literatüre geçmiştir. Bu alandaki akademik araştırmaların artması ile birlikte ortaya birçok yöntem ve teori de çıkmıştır (Ardıç Çobaner & Köksoy, 2014). Bu kuramlara yönelik çalışmaları da Kreps ve Neuhauser 2014 yılında ele almış ve bu teorilerin içeriklerini ve kapsamalarını incelemiştir.

Türkiye’de sağlığın geliştirilmesinde sağlık iletişimi ve medya konularını ele alan ilk akademik lisansüstü çalışma Çınarlı tarafından 2004 yılında sağlık iletişiminin sağlığın geliştirilmesi çalışmalarına olan etkisi örgütsel bir kapsamda ele alınmıştır (Çınarlı, 2004). Bir iletişim bilimleri araştırması olan bu çalışmanın amacı günümüzde hakim olan medyanın halk sağlığına ve halk yararına verdiği zararın sağlık alanında farkındalık ve doğru medya bilinci ile giderilmesine katkı sağlamaktır. Medya ve sağlık iletişimi konusunda kapsamlı bir içerik sunan bu çalışma gelecek yıllarda hazırlanan akademik çalışmalara da referans olmuştur. Halkla İlişkiler, İletişim Bilimleri ve Sosyoloji alanı içinde kendine daha çok yer bulan sağlık iletişimi çalışmalarında medya veya daha farklı ağlarda gelişen uygulamaların aslında ne sunduğu veya ne sunmadığının daha iyi gözlemlenebilmesi amaçlanmıştır. Sağlık haberlerinin hangi şekilde ele alındığı sağlık okur-yazarlığının artırılması, bilinçli bir toplum yetiştirerek medyada yer alan haberlerin bir bilgi süzgecinden geçmesi gerekliliğini ve medyada yer alan sağlık

haberlerinin de daha dikkatli yapılmasına dikkat çeken çalışmalarda (Sezgin, 2011), (Kurban, 2018) sosyal medya kanalları ele alınmış ve sağlık düzeyini geliştirmede nasıl bir rol üstlendikleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Özel sektörün sosyal medya kanallarındaki aktifliğine ve devlet kurumlarının bu minvaldeki çalışmalara ayak uydurmaya çalıştığı günümüzde Karagöz (2016) tarafından doktora tezi olarak yürütülen araştırmada sağlık iletişiminde sosyal mecraların kullanımının hem kamu hem de özel sektör açısından stratejik bir önemi olduğu fakat iki sektörde de geliştirilmesi gereken yönlerin bulunduğu tespit edilmiş ve bu konuda öneriler geliştirilmiştir (Karagöz, 2016).

Son dönemde sosyal medya kullanım alanının genişlemesi ve her sektörden kurum ve kuruluşları da bir değişim süreci içine sokması son 10 yılda bu alandaki çalışmaların da artmasına sebep olmuştur. Sağlık iletişiminin dijital dünyadaki bir boyutu olarak görülen sosyal medyanın sağlığın desteklenmesindeki yeri, geliştirici çalışmaları içeren araştırmalar ile sosyal medya üzerinden gerçekleşen paylaşımların hangi zaman diliminde ve hangi içerik türü ile paylaşıldığının önemi de ortaya çıkmıştır (Navcivan &Seçginli, 2003; Karagöl, 2017; Geysi,2019). Konu ile ilgili yapılan lisansüstü akademik araştırmaların yanında dergilerde yer alan bilimsel makale ve araştırmalara da rastlanmıştır. Sağlık iletişiminde sosyal medyanın önemini ortaya koymaya çalışan bu araştırmalar çeşitli platformları, kurumları ele alarak görüşlerini destekleyici bilgileri paylaşmışlardır (Kartal & Erigüç, 2018; Öztürk & Öymen, 2014). Günümüz dijital dünyasına adaptasyonu savunan makaleler ile hem bireyler de hem de örgütlerde sosyal medya kullanımının giderek artacağı ve bu gelişime tüm sektörlerin bilgi paylaşımının doğru ve etkili bir şekilde gerçekleşmesi amacıyla katılması gerektiği savunulmaktadır (Şener&Samur, 2013; Mendi, 2015). Sağlık iletişimi sağlık yöneticilerinden bağımsız düşünülmesi mümkün olmayan bir kavramdır. Sosyal bilimler tarafından ele alınan iletişim biliminde konu sağlık iletişimine geldiğinde sağlık bilimlerinde yapılan araştırmalarda da yoğunlaşılması gereken bir konudur. Sağlık yönetimi bölümünde özellikle eğitimlerine önem verilmesi gereken sağlık iletişiminin, sağlığın geliştirilmesine olan katkısının ve bu katkının artırılmasında ve günümüz iletişim araçlarında önemli bir payı olan sosyal medyanın daha verimli, etkin ve bilgi alışverişini olumlu yönde etkilemesine yönelik akademik çalışma ve araştırmaların artırılması gerekmektedir.

## 6. Sağlık Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı

Ülke ekonomisine önemli katkıda bulunan hizmet sektöründe en önemli pay sağlık hizmeti sunucularındadır. Sağlık hizmetleri; koruyucu-önleyici, tedavi ve rehabilite edici olarak basamaklandırılmaktadır. Günümüzde bilgi üretiminin ve üreticilerinin giderek çoğaldığı dijital ortamlarda kamu idarelerinin de yer alması, bu ortamlardan yararlanıp halkın da kullanımına sunması gerekmektedir (Yeşilorman & Koç, 2012). Kurumlar, son yıllarda yaşanan gelişmeler ile müşterilerin istek ve beklentilerini doğru tespit edip karşılamayı amaç edinmişlerdir. Bu noktada müşteri istek ve beklentilerinin en doğru şekilde belirlenebilmesi müşteriler ile yakın ilişkilerden geçmektedir. Müşteriler ile yakın ilişki ve sürekli iletişim kurmanın bir yolu da sosyal medya araçlarının kullanılmasıdır. Sosyal medya araçları işletmelerin hem büyük çaplı kitlelere ulaşmasını hem de işletme ile müşteriler arasında çift taraflı ilişkilerin kurulmasını sağlayan bir stratejik yönetim aracıdır (İlgün & Uğurluoğlu, 2016).

Sağlık kurumlarında sosyal medyanın kullanımı şüphesiz ki diğer işletmelerden farklılık göstermektedir. Bu farklılığın en temel sebebi ise sağlık kurumlarındaki reklam kısıtlılıklarıdır. Sağlık kurumlarında reklama, tanıtıma ihtiyaç olup olmadığı uzun yıllardır tartışılan bir konudur. Bu tartışma taraflarından bir kısmı sağlık alanındaki gelişmelerden tüketicilerin reklam sınırlılıklarından dolayı habersiz kaldığını savunurken; bir kısmı da sağlık ihtiyacının

ertelenemez ve zorunlu bir ihtiyaç olduğu için reklama gerek olmadığı savunmaktadır. Hatta sağlık kurumlarındaki reklam faaliyetlerinin gereksiz talep yaratabileceğini bu nedenle de maliyetleri ve bekleme sürelerini artıracığı görüşünü savununlar da bulunmaktadır. Dünyadaki bazı ülkelerde ve Türkiye’de sağlık sektöründe reklam çalışmaları sebep olabileceği bu zararlardan ötürü kısıtlanmış ya da yasaklanmıştır. Sağlık kurumlarına getirilen reklam kısıtlamaları neticesinde sağlık alanında tanıtım reklam çalışmaları daha çok koruyucu ve sağlığı geliştirici sağlık hizmetlerinde kullanılmaktadır. Bu kapsamda kişilerin sağlık ile ilgili bilgi düzeylerinin artırılması, sigara, alkol gibi zararlı alışkanlıklara olan bağılıkların azaltılması, beslenme alışkanlıklarının düzenlenmesi, tarama ve erken teşhisin öneminin vurgulanması ve aşı ve bağışıklama ile ilişkili faaliyetlerin duyurulması gibi konularda tanıtım çalışmaları yürütülmektedir (Newson vd., 2013).

Sosyal medya sağlık sektörü içerisinde hem hastalar hem de sağlık personeli için sağlık enformasyon seviyesini yükseltmek, sağlığın destek ve teşviki, geliştirilmesi ile ilgili doğru ve etkili çalışmalar gerçekleştirmek amacıyla kullanılmaktadır (Carillo, 2012). Sosyal medya kullanımı ile, bir hastanın araştırdığı bilgi, diğer hastaların ve sağlık hizmeti sunucularının birikmiş bilgisi ile harmanlanarak evrensel boyutlarda kullanılabilir bir bilgi topluluğuna dönüşmektedir. Farklı geri bildirim tekniklerinin uygulanması ile hem hastalar hem de doktorlar zamanında bilgilendirilebilmektedir (Robledo, 2012). Kamu hizmeti sunan bir kurumun kitle iletişim araçlarından yararlanmaması düşünülemez. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan önemli gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sosyal medya kavramı sağlık iletişiminin boyut atlamasına ve daha az maliyetle daha büyük kitlelere ulaşılmasına vesile olmaktadır. Bu bağlamda sağlık kurumlarının sağlık iletişimi alanında sosyal medya kanallarını kullanması kaçınılmazdır. Sosyal medya kanalları; sunduğu düşük maliyetli, kolay erişilebilir iletişim sayesinde kamu hizmeti sunucularının sağlık alanına yönelik her türlü enformasyonun aktarımında öncelikli tercihi olmaya başlamıştır.

Sosyal platformlar, toplum ve devlet arasındaki iletişime de yeni bir boyut kazandırmaktadır. Halkın nabzını yoklamak, yapılan faaliyetlere, çalışmalara, yürütülen politikalara tepkisini ölçmek, ihtiyaçlarını tespit etmek için sosyal medya kanalları yöneticiler için önemli bir kapı açmaktadır (Yüksel, 2005). Aktif kullanıcı sayısının giderek arttığı, kamuoyunun yoğun olarak kullandığı sosyal medya kanallarının etkili ve doğru bir politika üzerinden kullanılması, devlet ile vatandaş arasındaki ulaşılabilirliğe ve ilişkiye gün geçtikçe katkı sağlamaktadır. Sadece enformasyon erişimine önem veren geleneksel iletişim yerini, çift taraflı etkileşim imkânı sunan, sadece bilgi erişimi değil bilgiyi üretme, paylaşma fırsatı veren modern iletişime bırakmıştır. Sağlık Bakanlığı da önemli yapı taşı olan iletişim teknolojilerindeki bu dönüşüm sürecinin takibinde olmuş ve bu değişime ayak uydurmak için çalışmalarda bulunmuştur.

## 7. Sosyal Medya Kullanımının Sağlık Sektörü Açısından Değerlendirilmesi

Yapılan tüm araştırmalar minvalinde yola çıkılarak sağlık hizmetleri sektöründe sosyal medyanın getirdiği avantajlar ve dezavantajlar ele alınarak değerlendirilmiştir. Öncelikle sosyal medya kullanımının sağlık sektörü açısından avantajları aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Aktif ve geniş bir portföyde kullanıcı sayısı olan sosyal medya kanalları ile hedef kitleye iletilmek istenen mesajın dakikalar içerisinde çok düşük bir maliyetle gerçekleştirilmesi,
- Gerçekleşen yeniliklerden ve teknolojik gelişmelerden haberdar olunması,
- Sağlık tesisi içerisinde alınan yeni bir cihazın veya açılan yeni bir bölümün toplum ile paylaşılması,
- Toplumdaki sağlık seviyesinin artırılması için daha fazla içerik üretiminin sağlanması ve böylelikle kurum çalışanlarının bakış açılarının genişletilmesi,

- Haberleşme ve iletişimin bu kadar kolay gerçekleştiği bir ortamda yapılan hata ve yanlışlıkların çok çabuk yayılacağı bilinci ile çok daha dikkatli hareket edilmesi,
- Toplum nezdinde bilgi alışverişinin ve bilgi üretiminin artırılması,
- Toplumda farkındalık çalışmalarının ulaştığı kitle itibari ile daha fazla yapılması,
- Hasta ve hekim arasındaki iletişimin dijital boyut ile birlikte çok daha kolay gerçekleşmesi,
- Kişiler tarafından belirtileri taşınan veya merak edilen sağlık sorunları ile ilgili istedikleri yer ve zamanda sadece internet bağlantısı aracılığı ile muhatap bulunması,
- Coğrafi olarak birbirinden uzak kesimi dijital ortamda bir araya getirmesi,
- Hiçbir baskı veya zorunluluk altında kalmadan paylaşım yapılabilmesi,
- Yanlış veya hatalı bilgilendirmelerin düzeltilmesinin hemen gerçekleşebilmesi,
- Yapılan faaliyet veya çalışmalar ya da sunulan hizmet ile ilgili geri bildirim anında alınması,
- Hastane ve sağlık personeli tanıtımının ve reklamının yapılmasını sağlaması ve böylelikle bilinirlik ve güvenilirliğin artırılması,
- Hastanede o anda ihtiyaç duyulan kan bağışi gibi hayati durumların milyonlarca kişi ile paylaşılması,
- Toplumda üzerinde durulması gereken alkol, sigara, madde bağımlılığı gibi kötü alışkanlıklar veya toplumu ilgilendiren salgın ve bulaşıcı hastalıklar ile ilgili yürütülen çalışmaların ulusal-uluslararası birçok platformda yer almasını sağlaması,
- Yapılan haksızlıklar veya adaletsizlikler ile ilgili örgütlenme, bir araya gelme ve dayanışma oluşturmayı sağlaması,
- Sağlık hizmetlerinde profesyonel olarak çalışan kişilerin çevrimiçi ortamlarda danışmanlık vermesine imkân tanınması şeklinde belirtilmiştir.

Sosyal medya kullanımının sağlık sektörü açısından avantajlarının yanı sıra dezavantajları da bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının sağlık sektörü açısından dezavantajları aşağıda sıralanmıştır:

- Çok geniş bir kitle içeren sosyal medya hesaplarında bilgi üreticilerin denetlenememesi ve dolayısıyla çok fazla bilgi kirliliğinin üremesi,
- Hastane mahremiyetinin ihlal edildiği durumların yaşanması,
- Sosyal medya üzerinden sahte hekimlerin türemesi ve dolandırıcılıkların artması,
- Sosyal medyanın internet tabanlı kullanımı nedeniyle kurumlardaki internet kullanımının maliyetinin artması,
- Hastalar tarafından yaşanan olumsuz deneyimlerin çok çabuk yayılması ve bu durumun tüm hastane ve çalışanları için genel bir algı oluşturması,
- Hastanelerde verilen hizmetlerin kalitesizliğinin ve yetersizliğinin kişiler arasında paylaşımı ile sağlık tesisi ve çalışanlarının itibarının zedelenmesi,
- Bir konu hakkında yapılan uzman açıklamalarının çelişmesi ve bu fikir ayrılıklarına erişimin çok kolay gerçekleşerek kafa karışıklığı yaratması,
- Hatalı veya yanlış bilgi içeren paylaşımların hızlı yayılması sebebiyle hepsinde bir düzeltme yapılmasının mümkün olmaması olarak belirtilmektedir.

Toplumda sosyal medya kullanıcılarının sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu artış, daha çok bilgi, düşünce, tecrübe paylaşımını, paylaşımlara ulaşımı ve kişiler arası etkileşimi de beraberinde getirmiştir. Bilginin bu kadar kolay dağıtımının, paylaşımının ve ulaşımının mümkün olması sebebiyle bilgi kirliliğine çok müsait bir platform meydana gelmektedir. Fakat sağlık, bilgi kirliliğine asla toleransı olmayan bir alandır. Bilginin hızlı yayılması, yayılan bilgide bir kontrolün olmaması, bilgi kirliliğine yol açmaktadır. Bir konu hakkındaki fikir sayısının çoğalması ve kişilerle paylaşılması da kişiler için kafa karışıklılığına sebep olmaktadır. Sağlık, hata kabul etmeyen bir sektördür. İnsan hayatını etkileyen ve son derece

hassas ve dikkatli hareket edilmesi gereken sağlık hizmetlerine yönelik paylaşımlarda da aynı özenin gösterilmesi gerekmektedir. Resmin tamamı göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya ağlarının sağladığı birçok avantajın yanında dezavantajları ve yanlış kullanımlarındaki doğuracağı tehlikeler ve zorluklar da bulunmaktadır.

## 8. SONUÇ

Sağlık ve hastalık kavramları günümüzde kendi yalın tanımından çıkarak çok daha insani değerlerin rol üstlendiği, geniş ve çok daha kapsamlı bir kavram haline gelmiştir. Sağlıkta tıbbi tanımın ötesine geçilmesi ve insan rolünün ön plana çıkmasıyla, kişiler patolojik sonuçlara göre değerlendirmenin ötesinde her yönden ele alınıp iyilik halinin her durum ve ortamda sağlanması amaçlanmıştır. Türkiye’de Sağlık Bakanlığı tarafından başlatılan Sağlıkta Dönüşüm Programı ile birlikte sağlığın geliştirilmesi alanındaki çalışmalar hızlanmış ve programın adı gibi gerçek bir dönüşüm sürecine girilmiştir. Sağlığın geliştirilmesi çalışmalarında öne en çok çıkan sağlık eğitiminin, sağlık okur-yazarlığının artırılması, kısacası gelişimin ilk olarak halkın bilgisinin artırılarak gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Yapılan literatür çalışmalarında da görüldüğü üzere bunun gerçekleşmesi için ilk ve en önemli adım sağlık iletişimi ayağındadır. Sağlık sektörü içerisinde gerçekleşen iletişim, ilk akla gelen hekim-hasta ilişkisi boyutundan çok daha farklıdır. Doğuştan kazanılan en temel hak olan sağlık hizmetleri, kişilerin doğumu itibari ile insani bir ihtiyaç ve zorunluluk olan iletişim ile güçlendirilmelidir. Sağlığın geliştirilmesindeki faaliyetlerin yürütülmesindeki en önemli başlangıç, doğru sağlık iletişiminin kurulması ile mümkündür. Verimli bir sağlık iletişiminin, sağlıkla ilgili her enformasyonun doğru, etkili ve güvenli bir şekilde aktarılmasına, sağlık okur-yazarlığının artırılmasına yadsınamaz bir katkısı bulunmaktadır.

Sağlığın geliştirilmesine yönelik çalışmaların temelinde sağlık iletişimi aktif rol oynamaktadır. Son dönemde yaşanan teknolojik gelişim ve değişimlerin kendini iletişim alanında da göstermesi ile hayatımıza Web 2.0 internet sistemi tabanlı sosyal medya kanalları girmiştir. Teknolojide yaşanan bu değişim sürecine hemen hemen tüm sektörler dahil olmuştur. Bunlardan biri de hizmet sektörleri içerisinde en önemli paydayı oluşturan sağlık sektörüdür. Gelişen ve sürekli değişen teknoloji, kendini telekomünikasyon alanında da göstermiştir. Web 2.0 ile teknoloji alanında yaşanan versiyon değişikliği, iletişim boyutunda da dönüşüm başlatmıştır. Geleneksel iletişim yerini; çevrimiçi, anında geri dönüşün alındığı, kişiler, kurumlar hatta kitleler arasında daha ulaşılabilir, hızlı ve çok daha düşük maliyetli bir iletişim imkânı sağlayan modern iletişim yöntemlerine bırakmıştır. Modern iletişim yöntemlerinden de günümüzde en çok kullanılan ve günden güne katılımcı sayısını arttıran sosyal medya kanallarıdır. Kamuoyunda her yaşta insanın artık en basit haliyle cep telefonlarına indirilen uygulamalar sayesinde her an, her bilgiye ulaşmaları, bilgi paylaşmaları, güncel olaylardan haberdar olmaları, toplumsal olaylarda birlik oluşturmaları, dikkat çekmeleri mümkündür.

Ülkemizde yapılan sağlık iletişimi araştırmaları ise diğer ülkelere kıyasla daha kısıtlıdır. Yapılan lisansüstü akademik araştırmalarda sağlık iletişimi konusunu içeren çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmaların incelenmesi sonucunda yarısının halkla ilişkiler bölümüne ait olduğu ortaya çıkmıştır. Geri kalan çalışmaları da sağlık bilimleri alanı oluşturmaktadır. Türkiye’de sağlık iletişimi ve sosyal medya-geleneksel medya kanallarının gelişiminin ve bu gelişimin sağlık sektörüne olan etkisini inceleyen araştırmalar ise çok güncel ve kısıtlı sayıdadır. Günümüzde popülerliğini giderek arttıran ve tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık alanını da etkisi altına alan sosyal mecralar ile ilgili araştırmaların daha da önem kazanacağı ve sayısının artacağı öngörülmektedir.



## KAYNAKÇA

- AGARWAL, R., AHUJA, M., Carter, P. M., & Gans, M.** (1998). *Early and Late Adopters of IT Innovations: Extensions to Innovation Diffusion Theory*.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/b5c7/373ea080bc50c0dce16010f9fcfea58259f7.pdf> adresinden alındı
- AKINCI VURAL, Z. B., & BAT, M.** (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yaşar Üniversitesi*.
- ARDIÇ ÇOBANER, A., & KÖKSOY, S.** (2014). Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı: Twitter'da Sağlık Mesajları. *Akademik Bilişim'14 - XVI. Akademik Bilişim Konferans Bildirileri*. Mersin: Mersin Üniversitesi.
- AYDOĞDU, N., & BAHAR, Z.** (2011). Yoksul Kadınlarda Sağlık İnanç Modeli Ve Sağlığı Geliştirme Modeli Kullanımının Meme Ve Serviks Kanseri Erken Tanı Davranışlarındaki Değişime Etkisi. *D.E.Ü.H.Y.O. Elektronik Dergisi*, 4(1), 34-40.
- BANDURA, A.** (2001). *Social Cognitive Theory of Mass Communications*. 121. New Jersey: Hillsdale.
- BAYRAKTAR, İ.** (2014, Haziran 07). *Sağlık, Hastalık ve Toplum*. İbrahim Bayraktar Web Sitesi: <http://www.ibrahimbayraktar.net/2014/06/saglik-hastalk-ve-toplum.html> adresinden alındı
- BOZARTH, J.** (2010). *Social Media for Trainers: Techniques for Enhancing and Extending Learning*. San Francisco: Pfeiffer.
- BOZKURT ÇETİNKAYA, Ö.** (2014). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-47.
- CARILLO, L.** (2012). Social Networks and Public Health: Use of Twitter by Ministries of Health Public Health. *International Journal of Public Health*, 161-181.
- CHOU, W.** (2009). Social Media Use in the United States: Implications for Health Communication. *Journal of Medical Internet Research*, 11(4), 48.
- ÇINARLI, İ.** (2004). Sağlıkın Geliştirilmesinde Sağlık İletişimi Yöntemleri Olarak Sosyal Pazarlama, Medyada Savunuculuk ve Halkla İlişkilerin Etkisi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı Doktora Tezi.
- ÇINARLI, İ.** (2005). Risk İletişimi Açısından SARS (Şiddetli Akut Solunum Sendromu) Salgını. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(2), 37-53.
- ÇENESİZ, E., & ATAK, N.** (2007). Türkiye'de Sağlık İnanç Modeli ile Yapılmış Araştırmaların Değerlendirilmesi. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(6), 427-434.
- ÇETİN, C., KURBAN, P., & BİLİCİ, N. M.** (2016). Sağlık Kurumlarında Sağlıklı İletişim: Bilgisayar Operatörleri, Güvenlik Görevlileri ve Yönlendirme Çalışanları Örneklemini. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*.
- FİDAN, M., & YETİŞ, A.** (2018). Sağlık İletişiminde Algı: Kamu Spotları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 11(2), 19-178.
- GABBOTT, M., & HOGG, G.** (2001). The Role of Non-verbal Communication in Service Encounters: A Conceptual Framework. *Journal of Marketing Management*, 17(1), 5-26.
- GEYSİ, A.** (2019). Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Yeri: Kocaeli İlindeki Sağlık Kurumlarının Sosyal Medya Kullanımlarının İncelenmesi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- GUILKEY, D. K., HUTCHINSON, P. L., & LANCE, P.** (2006). Cost-Effectiveness Analysis for Health Communication Programs. *Journal of Health Communication*, 2(2), 47-67.
- HEALTHY PEOPLE** (2020). Topics & Objectives. (2015, Şubat 04). e-dergi.marmara.edu.tr adresinden alındı
- İŞİK, T.** (2019). Sağlık İletişiminde Dijital İletişim Kanallarının Kullanımı: Sektör Aktörlerinden Acıbadem Hastanesinin Dijital İletişim Kanalı ve Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi. *CİDER*, 148-155.
- İLGÜN, G., & UĞURLUOĞLU, Ö.** (2016). Sağlık Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı, Yararları ve Riskleri. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 28-53.
- KAPLAN, A., & HAENLEIN, M.** (2010). Users of the world, unite! The challenges and. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- KARAGÖL, B.** (2017). Sosyal Medyanın Sağlık İletişimindeki Yeri . Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- KARAGÖZ, K.** (2016). *Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Rolü: Türkiye'de Sağlık Kurumlarının Sosyal Medya Kullanımının İncelenmesi*. <http://acikerisim.istanbul.edu.tr/bitstream/handle/123456789/32460/55252.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı
- KARTAL, N., & ERİĞÜÇ, G.** (2018). Sağlık İletişiminde Bir Unsur Olarak Sosyal Medya: Bir Sosyal İçerik Platformundaki Sağlık Haberlerinin İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 570-587.

- KAYA, E.** (2014). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- KAYABALI, K.** (2011). İnternet ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık. *İyi Klinik Uygulamaları Dergisi*(25), 14-20.
- KREPS, G. L.** (2003). *E-health: Technology-mediated Health Communication*. First Published.
- KREPS, G. L., & NEUHAUSER, L.** (2014). Integrating Design Science Theory and Methods to Improve the Development and Evaluation of Health Communication Programs. *Journal of Health communication*, 19(12), 1460-71.
- KURBAN, Z.** (2018). 2018 yılında Yeni Medyada Sağlık İletişimi Ve Sağlık Haberciliği: Beden Politikaları Üzerinden Kadın Sağlığı Haberlerinin Anlambilimsel İncelenmesi . İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- MCNEILL, L. H., KREUTER, M., & SUBRAMANIAN, S. V.** (2006). Social Environment and Physical Activity: A Review of Concepts and Evidence. *Social Science & Medicine*, 1011-22.
- MENDİ, B.** (2015). Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Kullanımı: Dünyadaki ve Türkiye'deki Uygulamalar. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(44), 275-290.
- NAHCİVAN, N., & SEÇGİNLİ, S.** (2003). Meme Kanseri Erken Tanıya Yönelik Tutum Ve Davranışlar: Bir Rehber Olarak Sağlık İnanç Modelinin Kullanımı. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 7(1).
- NEWSON, A., HOUGHTON, D., & PATTEN, J.** (2013). Blogging and Other Social Media: Exploiting the Technology and Protecting the Enterprise. *The Australian Library Journal*, 184.
- OKAY, A.** (2014). *Sağlık İletişimi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- ONUR CANSIZ, R.** (2016). Sağlık İletişiminde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Önemi. *Numune Sağlık Dergisi*, 25-26.
- O'REILLY, T.** (2005, Eylül 30). *What Is Web 2.0*. Ekim 20, 2019 tarihinde O'Reilly: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> adresinden alındı
- ÖZTÜRK, G., & ÖYMEN, G.** (2014). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Stratejik Önemi: Türkiye'de Kalp Sağlığı ile İlgili Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 109-132.
- RATZAN, S. C.** (2011). Web 2.0 and Health Communication. *Journal of Health Communication*(16), 1-2.
- ROBLEDO, D.** (2012). Integrative Use of Social Media in Health Communication. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(4), 77-95.
- ROGERS, E. M.** (1994). The Field of Health Communication Today. *American Behavioral Scientist*, 208-211.
- SABIRCAN, F.** (2012). Sağlık İletişimi Kampanyalarının Davranış Değişikliği Oluşturmadaki Rolü: Türkiye'de Son 15 yılda Yapılmış Olan Kampanyalardan Örnekler Çerçevesinde Bir Değerlendirme. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- SCHIAVO, R.** (2007). *Health Communication From Theory to Practice*. USA: Jossey Bass.
- SEZGİN, D.** (2010). Sağlık İletişimi Paradigmaları ve Türkiye: Medyada Sağlık Haberlerinin Analizi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Doktora Tezi.
- SEZGİN, D.** (2011). *Tıbbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ŞENER, E., & SAMUR, M.** (2013). Sağlığı Geliştirici Bir Unsur Olarak Sosyal Medya: Facebook'ta sağlık. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(4), 510.
- TEKİNALP, Ş., & UZUN, R.** (2008). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Derin Yayınları.
- VARDARLIER, P.** (2016). *Sosyal Medya Stratejisi*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- VARDARLIER, P., & Zafer, C.** (2020). Social Media and Crisis Management: The Case Study of Cambridge Analytica. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Özel Sayı), 31-44.
- VARNALI, K.** (2013). *Dijital Tutulma* (2 b.). İstanbul: Mediacat Yayınları.
- YÜKSEL, F.** (2005). Bilgi Teknolojileri ve Yerel Yönetimler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(10), 247-259.
- YEŞİLORMAN, M., & KOÇ, F.** (2012). Yerel Yönetimlerde E-Devlet Uygulamaları ve Yerel Demokrasiye Katkıları. *Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi II* (s. 769-783). Malatya: İnönü Üniversitesi.
- ZAFER, C. & VARDARLIER, P.** (2019). Medya ve Toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.