

Makalenin Dergiye Ulaşma Tarihi: 06.03.2017
Yayın Kabul Tarihi: 04.12.2017

Sosyal Medya ve Sağlık

Social Media And Health

Dr. A. Bahadır DARI *

Öz:

İnternet teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte hayatımıza giren sosyal medya sıradan bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek hayatımızın her alanında dijitalleşmeye doğru bir dönüşüm yaşanmasına sebep olmuştur. Öyle ki bu dönüşüm aile ilişkilerimizden, ticari ilişkilerimize, siyasal kampanyalardan pazarlama kampanyalarına, tüketim alışkanlıklarımızdan hizmet sunumuna kadar birçok alandan köklü değişimleri de beraberinde getirmiştir. Zira bu değişimlerin en köklüsü insanlar için en önemli konulardan birisi olan sağlık alanında yaşanmıştır. Bu açıdan sosyal medya çok kısa süre de çok geniş kitlelere ulaşma imkanı sağlaması, Dünyanın her yerinde ki bilgi ve gelişmeye en hızlı şekilde erişim imkanı sunması sebebiyle sağlığın korunması, geliştirilmesi ve güçlendirilmesi konusunda en önemli araçlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya bilinçli ve doğru kullanıldığında toplum sağlığının korunması ve güçlendirilmesi konusunda etkili araçlardan biri konumundadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Sağlık Enformasyonu, Sağlık İletişimi

* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, daribahadir@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3525-5823>

Abstract

With the development of internet technologies, social media has transcended being an ordinary communication tool, and has led to a digital transformation in all areas of our lives. Such that, this transformation brought radical changes in many areas; from our family relationships to our commercial relationships, from political campaigns to marketing campaigns, from consumption habits to service delivery and so. The most radical of these changes has been experienced in the field of health, which is one of the most important issues for people. In this sense, social media is one of the most important tools for protecting, developing and strengthening of health since it has the ability to reach very wide masses in a very short period of time and provides the fastest access to information and development from all over the world. In this context, when social media is used consciously and correctly, it is one of the most effective tools for protecting and strengthening public health.

Keywords: Social Media, Health Information, Health Communication

Giriş

İnternet hızla gelişen yapısı ve güçlü etkisi itibariyle günden güne büyüyerek hayatımızın her alanında bizleri etkileyen, geliştiren ve değiştiren bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki internet teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte hayatımıza giren web 2.0 ve sosyal medya teknolojisi iletişimden, haberleşmeye, eğitimden, seyahate, ekonomiden sağlığa kadar birçok alanda hayatımızda büyük bir dönüşüm yaşatmıştır. Zira dershaneye gitmeden eğitim, evden çıkmadan alışveriş, yerinden hiç kalkmadan ticaret ve hastaneye gitmeden tedavi gibi birçok imkan sosyal medya vasıtasıyla hayatımıza girmiştir. Hatta sosyal medya bizlere kilometrelerce ötede ki etkinlikleri anlık takip etme, kıtalar ötesinde ki insanlara tek tuşla ulaşma ve Dünyanın her yerinde ki gelişmelerden aynı anda haberdar olma gibi çok büyük kolaylıkları da bizlere sunmaktadır.

Öyle ki artık bilgisayara dahi ihtiyaç duymadan cep telefonlarımızla bile kolaylıkla erişebildiğimiz sosyal medya uçsuz bucaksız bir dünya görünümündedir. Her geçen gün artan işlevi ile bizleri biraz daha tesiri altına almakta ve o ölçüde hayatlarımızı değiştirmektedir.

Bu bakımdan eğitim, ekonomi, sanat, din, kültür, siyaset gibi birçok alanda değişim ve dönüşüm yaşanmasına sebep olan sosyal medya şüphesiz en büyük değişimin insanlar için hayati öneme sahip olan sağlık konusunda yaşanmasına sebep olmuştur. Sağlığın geliştirilmesi ve güçlendirilmesi konusunda önemli bir bilgi sunucusu konumunda olan sosyal medya çok kısa süre içerisinde çok geniş kitlelere ulaşma imkanı sunmasının yanı sıra sağlığı tehdit eden birçok gelişmeden de aynı hızla haberdar olma imkanı sağlamaktadır. İnsanlar sosyal medya aracılığıyla zahmetsiz bir şekilde geleneksel yöntemlerden çok daha hızlı bir şekilde sağlık bilgisi temin edebilmekte, bu bilgileri karşılaştıra bilmekte, korunma yöntemleri hakkında bilgi alabilmektedir. Bu bakımdan sosyal medya sağlık konusunda insanların

sıklıkla başvurduğu ve davranışlarını şekillendiren en etkili araçlardan biri haline gelmiştir.

Öyle ki sosyal medya bu yaygın kullanım alanı sebebiyle sağlık konusunda önemli bir enformasyon kaynağı görevi görmektedir. Hayatımızın hemen her anında sürekli olarak birşeyler paylaştığımız, beğendiğimiz, araştırdığımız sosyal medya bu bakımdan bireylerinde sürece dahil olmaları sebebiyle yapmış oldukları paylaşımlar, beğeniler ve sordukları sorular itibariyle önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Bu bakımdan sosyal medya sağlığın geliştirilmesi ve güçlendirilmesi konusunda önemli bir araç güçlü bir etken konumundadır.

Bu amaçla çalışmamız da öncelikle web 2.0 teknolojisine geçiş ve sosyal medyanın doğuşu incelenecek ardından sosyal medyanın sağlık enformasyonu açısından önemine değinilerek Türkiye’de ve Dünya’da yapılan sağlık araştırmaları vasıtasıyla sosyal medyanın sağlık üzerinde ne denli büyük bir etkiye sahip olduğu anlatılmaya çalışılacaktır.

1. Web 2.0 ve Sosyal Medya

İnsanoğlu yaradılışından günümüze dek sürekli olarak hayatını kolaylaştırmak adına araç ve yöntem geliştirme çabası içerisinde olmuştur. Öyle ki iletişim teknolojilerinde ki gelişmeler insanoğlunun bu çabasının bir sonucu olarak ortaya çıkmış olup haberleşmeden eğlenceye, sosyal ilişkilerden sorunların çözümüne kadar birçok alanda insanoğluna hizmet etmiştir. Zira matbaanın icadıyla birlikte başlayan ilk iletişim teknolojisinin ardından yaşanan telgraf, telefon, telsiz, sinema, televizyon gibi teknolojik gelişmeler iletişime farklı bir boyut kazandırarak etkinliğini arttırmıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan bu hızlı değişim süreci içerisinde en önemli gelişmelerden birisi olan internet teknolojisi iletişimde bilgi çağı adı verilen yeni bir çağın başlangıcı olmuştur (İspir, 2013: 9-10)

Bu açıdan bilgiye en hızlı ve zahmetsiz erişim imkanı sağlayan internet dünya genelinde kendine özgü bir dil kullanarak karşılıklı olarak iletişim kurulmasını sağlayan bilgisayar ağlarını ifade etmektedir. Bu ağların zahmetsiz ve hızlı bir bilgi sağlayıcısı konumunda olması internetin çok geniş bir kullanım ve etki alanına sahip olmasına sebep olmuştur. Hatta 1980’li yıllardan itibaren internet kullanımının ay bazında %20 artış gösterdiği tahmin edilmektedir (Peltekoğlu, 2012: 310-311)

İnternet günümüz iletişim teknolojileri içerisinde en hızlı gelişme gösteren teknolojilerin başında gelmektedir. Nitekim veriler bazında inceldiğimizde Radyo 50 milyon kullanıcı sayısına 38 sene de ulaşabilirken televizyon ise bu orana 13 yılda ulaşabilmiştir. İnternet kullanımından ise bu süreç öylesine hızlı gelişmiştir ki internet 50 milyon kullanıcıya ilk kullanılmaya başladığı 9 ay içerisinde erişmiştir. İnternet bu hızlı gelişimi ile tarım ve sanayi inkılabından sonra büyük bir değişimin yaşanmasına öncülük etmiştir. Bu değişim süreciyle birlikte internet bilim, sanat, eğitim, sağlık, hukuk, ekonomi gibi birçok alanda etkin olarak kullanılan bir araç haline gelmiştir (Firat ve Keskin, 2015: 91).

Özellikle internet ekonomisinin kendini geliştirerek yeniden dizayn etmesiyle birlikte internet okuma alış-veriş yapma gibi dar alanda ki etkisini en üst seviyeye çıkartarak daha etkileşimli ve karşılıklı iletişime dayanan web 2.0 konseptine geçiş yapmıştır. Web 2.0'dan önceki dönemde medya, yalnızca medya patronlarından oluşan sınırlı bir çevrenin elinde bulunması sebebiyle tekelleşmenin olduğu bir iletişim sürecinden daha çok yalnızca iletimin olduğu bir süreci ifade etmektedir. Bu açıdan web 2.0 kişilerin medya patronlarından bağımsız olarak istedikleri düşünceleri, görüşü ve fikri hiçbir sınırlandırmaya maruz kalmaksızın paylaşabilmelerine imkan tanıyan, tek yönlü iletişimin son bulduğu daha interaktif bir iletişim süreci ortaya çıkartmıştır (Kahraman, 2013: 19-21).

Bu yeni süreç web 1.0'ın sunduğu tek yönlü iletişim sürecinin sonlanarak web 2.0'in sunduğu karşılıklı iletişim sürecine geçişi sağladığı gibi insanı artık sadece kendisine sunulanı tüketen konumundan çıkartarak hem üreten hem de tüketen bir konuma geçirmiştir (Çınarlı, 2012). Bu özelliği ile web 2.0 teknolojisi dünyanın farklı yerlerinde ki insanların istedikleri zaman diliminde birbirleriyle aynı anda iletişim kurmalarına imkan sağlamıştır (Sayımer, 2014: 103). İşte web 2.0 teknolojisi ile birlikte başlayan bu yeni süreçte ortaya çıkan medyaya sosyal medya diyoruz (Kahraman, 2013: 21)

Dijital platformda paylaşım olarak da adlandırabileceğimiz sosyal medya kullanıcılarında sürece dahil oldukları, gelişime açık, kişilerin karşılıklı iletişim kurmalarının mümkün olduğu çevrim içi iletişim kanallarını ifade etmektedir (Alabay, 2011). Bu bağlamda sosyal medya çevrim içi ortamda bireylerin birbirleri ile iletişim kurarak duygu, düşünce, değerlendirme, fotoğraf ve videolarını paylaşabildikleri bloglar, mikrobloglar, youtube, twitter, facebook gibi sosyal ağlardan oluşmaktadır (Kayabalı, 2011: 15).

Bu açıdan sosyal medya denildiğinde ilk akla gelen facebook ve twitter gibi popüler uygulamalar olsa da özünde forumlardan, sözlüklere kadar paylaşımın ve karşılıklı iletişimin olduğu her alan sosyal medyanın alanı içerisine girmektedir (Tuncer, 2013: 15). Öyle ki Safko ve Brake (2009) sosyal medyanın on beş gruba ayrıldığını söyleyerek onları da şu şekilde tanımlamışlardır (Akt: Peltekoğlu, 2012: 325-326):

- Sosyal ağ sayfaları,
- İçerik üretme sayfaları
- Fotoğraf paylaşım sayfaları
- Ses paylaşım sayfaları
- Video paylaşım sayfaları
- Anlık/kısa paylaşım sayfaları
- Kişisel Yayın sayfaları
- Sanal Dünyalar
- Sanal oyun sayfaları
- İçerik takip etme sayfaları

Bilgilere hazır olarak ulaşılmaları sağlayan RSS

Arama sayfaları

Mobil araçlar vasıtasıyla ulaşılan tüm sosyal medya uygulamaları

Kişiler arası iletişim sayfaları

Nitekim sosyal medya facebook, twitter, Instagram, Youtube, Yelp, Google grupları, LinkedIn, Pinterest, Digg, Google Plus, Flickr, Slideshare, Wikiler ve Second Life gibi birçok sosyal ağı içerisine alan geniş bir mecra olmanın yanı sıra her gün yeni bir sosyal medya aracını içerisine alarak büyüyen ve bu sebeple de gruplandırılması kolay olmayan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Tuncer, 2013: 15-16). Zira sosyal medya adeta bir kar topu etkisiyle hızla büyüyerek farklı farklı sahalarda ki birey ve organizasyonların tamamını bünyesine dahil ederek etki alanını büyük bir hızla genişletmektedir (Kayabali, 2011: 16).

We Are Social ve Hootsuite tarafından hazırlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre dünya nüfusunun yarısından fazlası internet kullanmaktadır. Öyle ki rapor; Dünya nüfusunun 3.77 milyarının internet kullanıcısı olduğunu ve bunların 2.80 milyarının aktif olarak sosyal medyayı kullandıklarını belirtmektedir (We Are Social and Hootsuite, 2017). Bu açıdan baktığımızda sosyal medya McLuhan’ın dediği gibi sınırların ortadan kalkarak tüm Dünyanın birbiri ile etkileşim içerisinde olduğu bir “Global köy” görünümündedir.(Tuncer, 2013: 20).

2. Sosyal Medya ve Sağlık Enformasyonu

Sosyal medya her geçen gün kullanıcı sayısını hızla arttırmakta ve artan etki gücü ile hayatımızın her alanında önemli bir enformasyon kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki insanlar için hayati öneme sahip olan sağlık konusunda da sosyal medya önemli bir sağlık enformasyonu sağlayıcısı konumundadır. Nitekim halk sağlığı açısından etkili bir yere sahip olan sağlık iletişiminde bilgi artık tek yönlü bir iletişim ile yalnızca iletim şeklinde gerçekleşmemekte aksine bilginin sunulduğu hedef kitlenin de geri bildirim yoluyla sürece dahil olduğu karşılıklı bir iletişim imkanı sağlamaktadır. Bu açıdan Facebook, Twitter, LinkedIn gibi sosyal medya araçları sağlık konusunda bilgi sağlayıcıları ile bilgiyi arayanları bir araya getiren bir alan olmuştur (Çınarlı, 2012).

Sağlık Enformasyonu bireylerin sağlıklarını korumalarına ve güçlendirmelerine sağladığı katkı bakımından aynı zamanda toplum sağlığının korunması ve güçlendirilmesi konusunda da önemli bir araçtır (Şener ve Samur, 2013: 510). Bu konuda sosyal medya sağlık enformasyonunun sunumu konusunda diğer medya araçlarına oranla çok daha hızlı bir şekilde çok daha geniş kitlelere ulaşma imkanı sunması sebebiyle sağlık iletişiminde kullanılan aktif araçlardan birisi konumundadır. Öyle ki vatandaşlar için sağlıkla ilgili bilgiye zahmetsiz ve hızlı ulaşma imkanı sunan sosyal medya sağlığın geliştirilmesi ile güçlendirilmesi konusunda destekleyici bir unsur olarak işlev göstermektedir. (Hülür, 2016: 161).

Amerika Birleşik Devletleri Hastalık Kontrol ve Korunma Merkezi CDC (2011) tarafından yayınlanan “Sağlık İletişimi Uygulayıcıları İçin El Kitabı”nda facebook, youtube, twitter gibi sosyal medya araçlarının ve diğer iletişim teknolojilerinin sağlık iletişimi konusunda kullanımının hızla arttığını ve sağlık bilgisi sunumunda milyonlarca insana ulaşma imkanı sunan etkili bir araç haline geldiklerini belirtmiştir. Zira sosyal medyanın sağlık iletişimi üzerinde birçok olumlu etkiye sahip olduğunu belirterek bu faydaları şu şekilde ifade etmiştir (Centers for Disease Control and Prevention, 2011: 1)

Sağlık ve korunmayla ilgili bilginin daha etkin ve hızlı aktarılmasını sağlar, hedef kitleyle olan iletişimi güçlendirerek bilgi paylaşımını kolaylaştırır.

Bilginin çok daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar.

Belirlenmiş olan hedef kitlelere uygun ve motive edici sağlık mesajlarını kişiselleştirerek etkisini arttırmaya imkan sağlar.

Karşılıklı iletişimi, irtibat kurmayı ve toplumun katılımını kolaylaştırır.

İnsanları daha güvenli ve sağlıklı karar almalarına katkı sağlar.

Sosyal medyayı sağlık iletişim etkinliklerinin içerisine dahil eder.

Sosyal medya insanların sağlık bilgisini istedikleri zamanda, istedikleri yerde almalarına imkan sağlar.

Bunun yanı sıra sosyal medya hastaların sağlıkla ilgili bilgileri dolaysız ve aracı olarak güvendikleri doktorlardan alma imkanı sunarken diğer taraftan ise özel yazılımlar vasıtasıyla doktorların sağlık bilgilerini hastalarına ulaştırmalarına imkan tanımaktadır. Bu özelliği ile de sosyal medya hasta ve doktor ilişkilerini güçlendiren bir etkiye sahiptir (Karagöz, 2016: 164). Ayrıca sosyal medya hastalıkların gözlemlenmesi, hastalıklara dair verilerin temin edilmesi, focus gruplar oluşturulması, kalitatif araştırmalar yapılması, video konferanslar gibi önemli etkinliklerle sağlık profesyonellerine araştırma ve veri imkanı sağlarken diğer taraftan ise bilimsel eserlerin üretilmesi noktasında önemli bir katkı oluşturmaktadır (Çınarlı, 2004: 114).

Bu açıdan sosyal medya; sağlık kurumlarının web siteleri, sağlık personellerinin kişisel ve kurumsal sayfaları, sağlıkla ilgili bilgi sunan web siteleri, forumlar, sağlık ürünlerine ulaşma, sağlıkla ilgili online destek grupları, sağlıkla ilgili video paylaşımları gibi uygulamalarla sağlık iletişimine yeni bir boyut kazandırmıştır (Çınarlı, 2012).

Ancak sosyal medyanın diğer medya araçlarından farklı olarak kişilerinde içerik oluşturmasına imkan sağlaması ve kontrolünün güçlüğü sebebiyle avantajlar gibi dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Zira bir ilaç veya tedavi yöntemini kullanan bir kişinin bunu sosyal medyada tavsiye etmesi aynı ilaç ve tedavinin herkes için aynı sonucu vermeyeceği için sunulan bu bilgi faydadan çok zarar veren yanıltıcı bir bilgiyi içerebilmektedir. Bundan dolayıdır ki sosyal medyanın kont-

rolsüz gücü sağlık enformasyonu konusunda yanlış ve yanıltıcı birçok bilgiyi de beraberinde getirmektedir. (Hülür, 2016: 162).

Nitekim sağlıkla ilgili konularda kişilerinde paylaşımında bulunabiliyor olması diğer bireylerin tedavi ile ilgili kararlarını doğrudan etkilemektedir. Öyle ki Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan bir araştırma internet kullanıcılarının %61 gibi yüksek bir oranının sağlık konusunda ki bilgileri internetten temin ettiklerini ortaya koymaktadır. Facebook üzerinde kronik hastalıklarla ilgili 1200 sayfa bulunmakta ve kronik hastaların %75 gibi çok ciddi bir kısmı internetten ulaştıkları tedavi yöntemlerini uygulamaktadırlar. Yine Manhattan Araştırma Merkezinin yapmış olduğu bir araştırmaya göre ABD’de doktorların %39’u birebir tedavi veya muayenenin gerekli olmadığı durumlarda hastalarıyla internet üzerinden iletişim kurmaktadırlar (Kayabalı, 2011: 17).

Bu açıdan incelediğimizde sosyal medya sağlık konusunda insanların karar verme süreçlerini doğrudan etkileyen hayati öneme sahip bir araç konumundadır. Bu araç kontrolsüz ve bilinçsiz bir şekilde kullanıldığında birçok tehlikeyi de beraberinde getirmekte, sağlık için önemli bir risk oluşturmaktadır.

Bu sebeple sosyal medyanın sağlığın geliştirilmesi ve güçlendirilmesi konusunda etkin bir araç olması, kullanıcıların sunulan her bilgiyi kontrolsüz bir şekilde doğru kabul etmek yerine bilginin kaynağını, doğruluğunu kontrol ederek yanıltıcı bilgiye karşı farkında olmaları ve bu ölçüde sosyal medyayı bilinçli kullanmaları ile mümkün olacaktır (Hülür, 2016: 162).

Sonuç olarak sosyal medya birçok konuda olduğu gibi sağlık konusunda da bir başucu kaynağı niteliği taşımaktadır. Her geçen gün büyüyerek gelişen bu sanal dünya, gerçek dünyanın içerisinde ki kişi ve kurumları teker teker içerisine almaktadır. Bu özelliği ile de sosyal medya günlük hayatta kullandığımız basit bir araç olmanın ötesine geçerek hayatımızı şekillendiren bir güce kavuşmaktadır. Öyle ki insanlar için hayati öneme sahip olan sağlık konusunda dahi insanların sıklıkla başvurduğu önemli bir araç olarak işlevselliğini korumaya devam etmektedir.

3. Sosyal Medya ve Sağlık Araştırmaları

Gelişen yeni teknoloji ile birlikte sosyal medya bizim için hayatımızın en önemli yerini işgal eden sanal bir arkadaş, bir danışman veya bir sırdaş olmuştur. Kimseyle konuşmadığımız bir çok konuyu onunla paylaşmaktan, yine kimseye sormadığımız birçok konuyu ilk önce ona danışmaktan çekinmemekteyiz. Hayatımızın böylesine içine girmiş olan ve bize büyük kolaylıklar sağlayan bu sanal dünyanın, sağlık konusunda da bilinçli kullanıldığında faydalar, bilinçsiz kullanımda ise zararlar getireceği aşikardır (Doğanay, 2013).

Sağlık ve sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak gerek yurt içinde gerekse yurt dışında birçok araştırma yapılmıştır. Yapılan bu araştırmalar sonucunda sosyal medyanın sağlık konusunda geleneksel medya kanallarından çok daha etkili ve çok daha güçlü bir araç olduğu tespit edilmiştir.

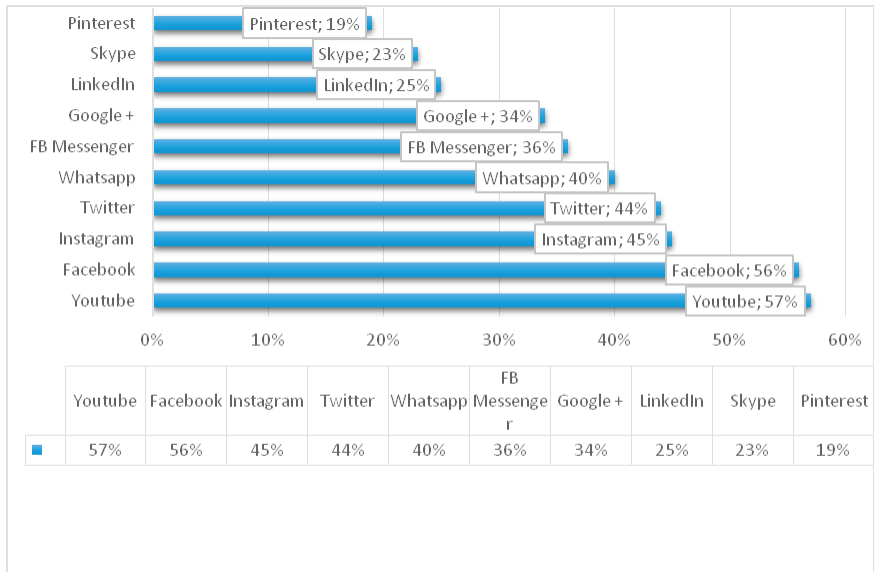
3.1. Türkiye’de Sosyal Medya ve Salık Araştırmaları

Bu bölümde Türkiye’de sosyal medya kullanımı, sosyal medya ve sağlık konusunda bugüne kadar yapılmış araştırmalar incelenerek sosyal medyanın özellikle sağlık açısından ne denli büyük bir öneme sahip olduğu açıklanacaktır.

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de internet kullanımı hızla artmakta özellikle sosyal medya kullanıcılarının sayısı her geçen gün daha da çoğalmaktadır. We Are Social ve Hootsuite tarafından hazırlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre Türkiye’de 48 milyon insanın internet kullanıcısı olduğu ve bu 48 milyon kişinin aynı zamanda aktif bir sosyal medya kullanıcısı olduğu belirtilmektedir. Öyle ki Türkiye de internet kullanıcıları günlük ortalama 6 saatten fazla bir süreyi bilgisayar başında geçiriyorken ortalama 3 saatini mobil cihazlar üzerinden internete bağlanarak, 3 saatini ise sosyal medya araçlarını kullanarak geçirmektedir. Bu açıdan baktığımızda Türkiye internet kullanımında Dünya ülkeleri arasında %60’lık bir kullanım ile 21. sırada yer alırken sosyal medya kullanımında ise 12. Sırada yer almaktadır. Ayrıca Türkiye sosyal medya da geçirilen süre bakımından Dünya ülkeleri arasında 9. sırada yer almaktadır (We Are Social and Hootsuite, 2017).

Bu açıdan baktığımızda internet teknolojilerinin ve özellikle de sosyal medya kullanımının oldukça yaygın olduğu ülkemizde ülke nüfusunun yarısından fazla sosyal medya kullanıcısı konumunda bulunmaktadır. Öyle ki bu özelliği ile ülkemiz aynı zamanda sosyal medya kullanımı bakımından Dünya ülkeleri arasında önemli bir yere sahiptir. Ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya araçlarına ait veriler aşağıda ki gibidir.

Tablo 1: Türkiye’de En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Araçları



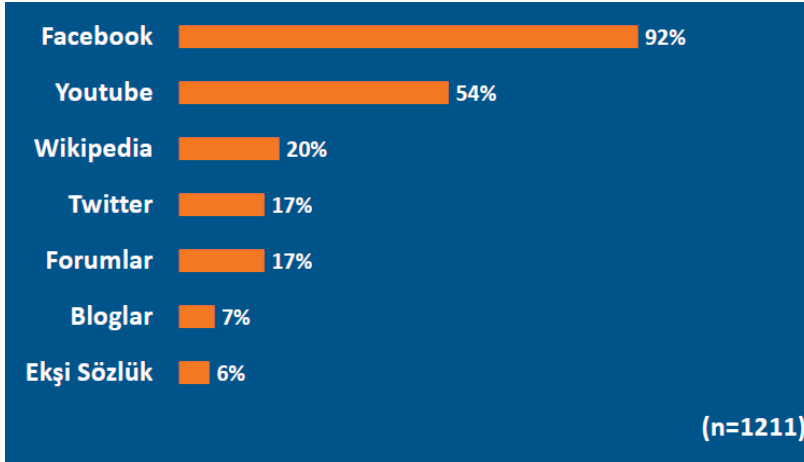
Kaynak: We Are Social and Hootsuite, “Digital in 2017 Global Overview”, 2017.

Bu bilgiler ışığında incelediğimizde Türkiye’de en fazla kullanılan sosyal medya aracı %57 oranıyla 2.7 milyon kişi tarafından takip edilen Youtube video izleme sayfası olurken hemen ardından %56 ile 2.6 milyondan fazla üyesi bulunan Facebook ikinci sırada gelmektedir. Türkiye’nin en fazla kullanılan üçüncü sosyal medya aracı olan Instagram’ın kullanıcı sayısı ise 2.1 milyonun üzerindedir. Türkiye’de saniyede 92 tweetin ve günde 8000 tweetin paylaşıldığı Twitter da 2.1 milyon kişinin üzerinde bir kullanıcı sayısı bulunmaktadır.

Sosyal medya tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de her geçen gün büyümeye ve gelişmeye devam etmekte, sanal dünya bu büyüme ve gelişme esnasında birçok yeniliği de hayatımıza sokmaktadır. Şüphesiz ki bu değişim ve gelişim sürecinden sağlık da etkilenmekte ve sağlık konusunda da birçok yenilik hayatımıza girmektedir. Bu sebeple artık insanlar birçok konuda olduğu gibi sağlık ile ilgili konularda da sosyal medyayı çok daha etkin olarak kullanmakta ve bu özelliği ile sosyal medya halk sağlığını doğrudan etkilemektedir.

Bu bağlamda 2011 yılında Türkiye’de 1211 kişi üzerinde hastaların sağlık konusunda sosyal medya kullanımlarına ilişkin yapılan araştırmaya göre; hastaların %39’nun sosyal ağlarda hastalıkları ile ilgili tavsiye aldıklarını, %31’nin ise hastalıkları ile ilgili tavsiyeler verdiklerini ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra hekimlerin internet kullanım oranının %95’ken sosyal medya kullanım oranlarının ise %46,9 olduğu tespit edilmiştir. (Benker ve Arıkan, 2011, Akt: Erkovan, 2011).

Tablo 2: Hastaların Sosyal Ağ Kullanımı



Kaynak: T.Benker*, Y. Arıkan*. Turkish Patients’ Use of Internet and Social Media for Health Care and Drug Side Effect Information Drug Saf 2011;(34)10, 1003-pp207 Akt: Serkan Erkovan, “Sosyal Medya’da Olmak yada Olmamak, Türkiye İlaç Sektörünün Perspektifi”, Perspektif Toplantıları, İstanbul, 2011.

Hastalar üzerinde yapılan bu araştırmanın verilerine göre sağlık konusunda hastaların %92’si Facebook’u, %54’ü Youtube’u, %20’si Wikipedia’ya, %17’si Twit-

ter'ı kullanırken %30'unun ise çeşitli forumlar, bloglar ve ekşi sözlük gibi sosyal ağları kullandıkları ortaya çıkmıştır.

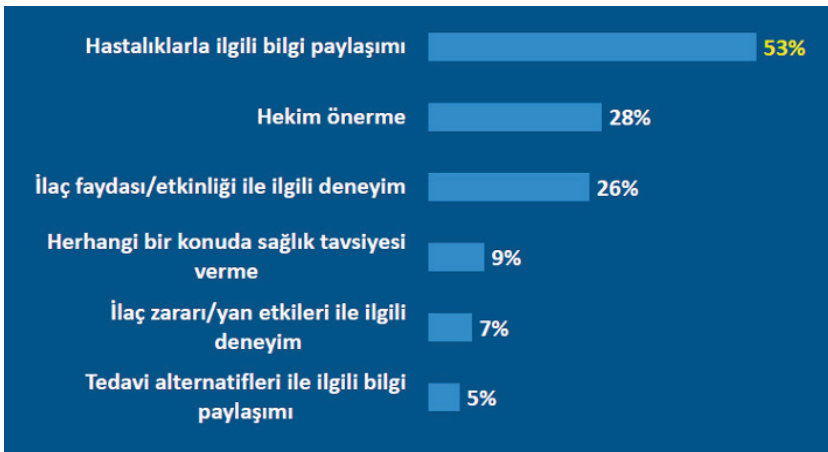
Tablo 3: Hastaların Sağlık ile İlgili Konularda İnternet Kullanımı



Kaynak: T.Benker*, Y. Arıkan*. Turkish Patients' Use of Internet and Social Media for Health Care and Drug Side Effect Information Drug Saf 2011;(34)10, 1003-pp207 Akt: Serkan Erkovan, "Sosyal Medya'da Olmak yada Olmamak, Türkiye İlaç Sektörünün Perspektifi", Perspektif Toplantıları, İstanbul, 2011.

Bunun yanı sıra hastaların sağlık ile ilgili konularda internet kullanımlarına baktığımızda %42'sinin hastalıkla, %40'ının ilaçların etkisi, %28'inin hekim, yine %28'inin ilaçların yan etkisi, %15'inin alternatif tedaviler ve %11'ininde ilaç kullanan diğer bireylerin yorumları hakkında bilgi edinebilmek amacıyla interneti kullandıkları görülmektedir.

Tablo 4: Sağlık Tavsiyelerinin İçeriği



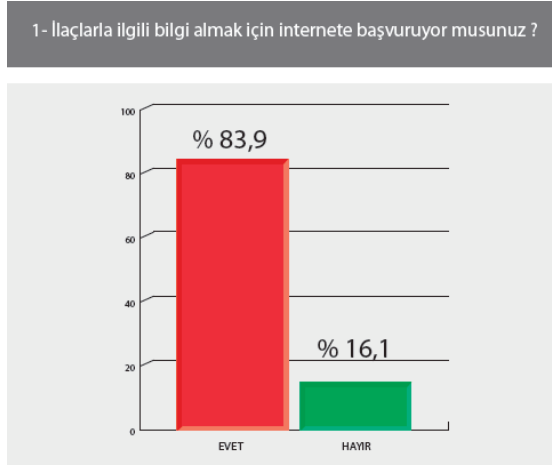
Kaynak: T.Benker*, Y. Arıkan*. Turkish Patients' Use of Internet and Social Media for Health Care and Drug Side Effect Information Drug Saf 2011;(34)10,

1003-pp207 Akt: Serkan Erkovan, “Sosyal Medya’da Olmak yada Olmamak, Türkiye İlaç Sektörünün Perspektifi”, Perspektif Toplantıları, İstanbul, 2011.

Diğer taraftan internet üzerinden yapılan sağlık tavsiyelerinin içeriğine baktığımızda %53’ünün yani büyük çoğunluğun hastalıklarla ilgili bilgi paylaştıkları bununla birlikte %28’inin hekim, %26’sının ilaç, %9’unun herhangi bir konuda sağlık tavsiyesi vermek için %7’sinin ilaçların zararları, %5’inin ise alternatif tedaviler ile ilgili olarak interneti kullandıkları görülmektedir.

Türkiye’de buraya kadar anlatmış olduğumuz araştırmaların yanı sıra 2012 yılında Social Touch tarafından hazırlanan ve doktorsitesi.com kullanıcısı 1289 kişi üzerinde İnternetin sağlık bilgisi ve hizmetlerine ulaşma amaçlı kullanım alışkanlıkları konusunda bir araştırma yapılmıştır (Doğanay, 2013).

Tablo 5: İlaçlarla İlgili Bilgi Almak İçin İnternete Başvuru

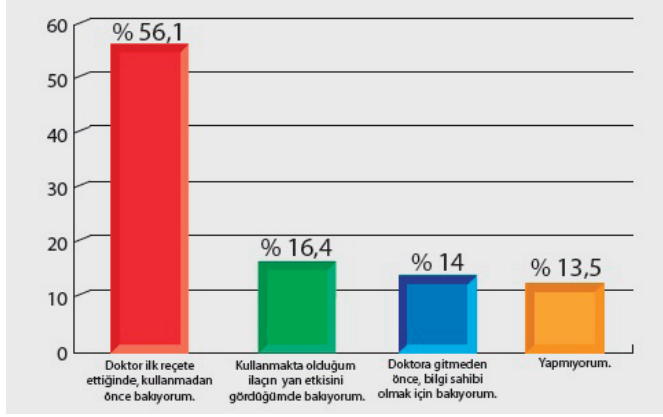


Kaynak: Social Touch, 2012. Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

Yapılan bu araştırma sonucunda araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu ilaçlarla ilgili bilgi almak için internete başvurduklarını belirtirken yalnızca %16.1’i ilaçlarla ilgili bilgi almak için interneti kullanmadıklarını buna karşın ilaçlarla ilgili bilgi almak için interneti kullananların oranının %83.9 olduğu görülmektedir.

Tablo 6: İnternette İlaç Bilgisi İçin Edinme

2- İnternette ilaçlarla ilgili bilgi arıyorsanız, bunu hangi sebeple (veya ne zaman) yapıyorsunuz?

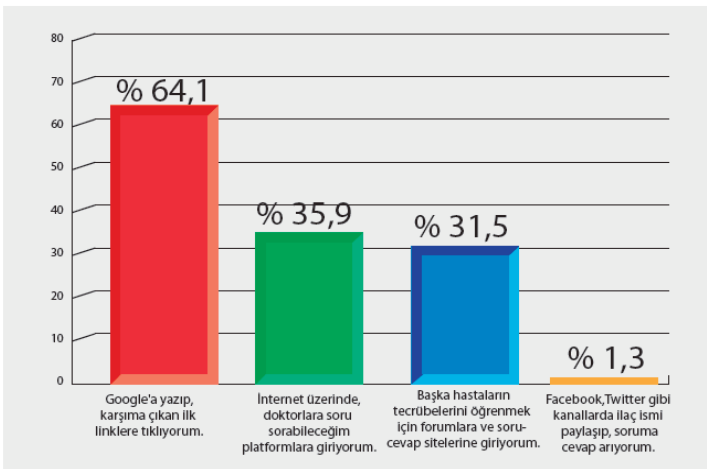


Kaynak: Social Touch, 2012. Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

Araştırma kapsamında ankete katılanlara internette ilaçlarla ilgili bilgi arıyorsanız bunu hangi sebeple/hangi zamanda yapıyorsunuz? sorusu yöneltilmiştir. Buna göre, %56,1’i doktor ilk reçete verdiğiğinde reçeteyi kullanmadan önce baktığını, %16,4’ü kullandığı ilacın yan etkisini gördüğünde baktığını, %14’ü ise doktora gitmeden önce bilgi almak amacıyla interneti kullandığını %13,5’i, internette bilgi aramadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 7: İnternette İlaç Bilgisine Ulaşma

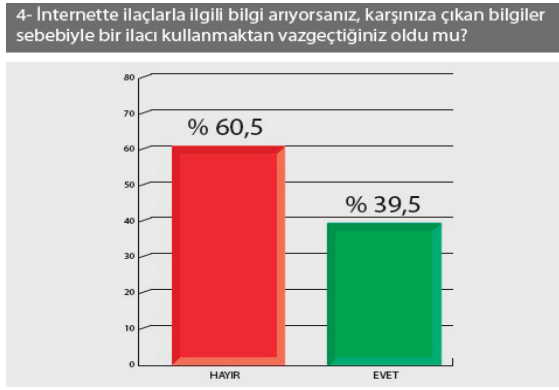
3-İnternette ilaçlarla ilgili bilgi arıyorsanız, bunun için hangi kaynaklara başvuruyorsunuz? (Birden fazla seçeneğin işaretlenmesine izin verildi).



Kaynak: Social Touch, 2012. Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

Yine aynı araştırma internetten ilaçlarla ilgili bilgi arayanların hangi kaynağa başvurdukları sorusuna; %64’ü google’dan arayarak, %35,9’u doktorlar ile iletişim kurabileceği platformlar aracılığıyla, %31,5’i diğer hastaların tecrübelerinden faydalanmak için forumlara girerek ulaştığını, %1,3’ü facebook, twitter gibi sosyal medya araçlarında ilaç ismi paylaşmayarak sorularına cevap aradıklarını belirtmiştir.

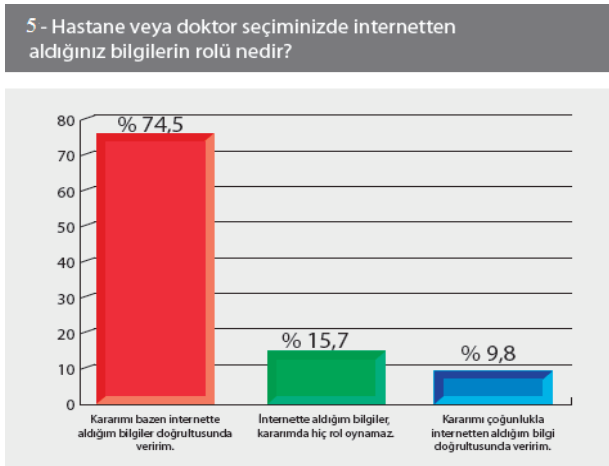
Tablo 8: İnternet ve Davranış Değişikliği



Kaynak: Social Touch, 2012. Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

İnternette ilaçlar hakkında bilgi arayan kişilerin ilaçla ilgili okudukları herhangi bir bilgi sebebiyle ilacı kullanmaktan vazgeçip vazgeçmedikleri sorusuna, araştırmaya katılanların %60,5’i ilacı kullanmaktan vazgeçmediğini, %39,5’i ise ilaçla ilgili karşılaştıkları bilgi sebebiyle ilacı kullanmaktan vazgeçtiklerini belirtmiştir.

Tablo 9: İnternetin Tercih de ki Rolü

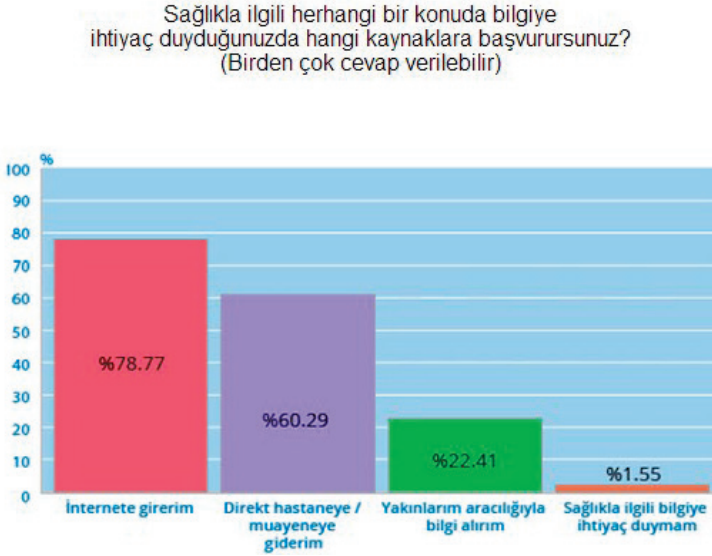


Kaynak: Social Touch, 2012. Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

Aynı araştırmada hastane ve doktor seçiminde internetten edinilen bilginin rolünün ne olduğu sorusuna katılanların %74,5'i kararlarını bazen internetten edindiği bilgiler doğrultusunda verdiğini belirtirken, %15,7'si internetten aldıkları bilginin kararlarını hiç etkilemediğini, %9,8'i ise kararlarını çoğunlukla internetten aldıkları bilgi doğrultusunda verdiklerini belirtmiştir.

Socialtouch.com.tr ve doktorsitesi.com tarafından 2012 Yılında yapılan bu araştırma 2013 yılında kapsamı genişletilerek bu sefer 8001 kişi üzerine uygulanmıştır. Bu araştırmanın sonuçları da bir yıl içerisinde ki değişimi görmek adına aşağıda paylaşılmıştır.

Tablo 10: Sağlık Bilgisine İhtiyaç Duyulduğunda Başvurulan Kaynak

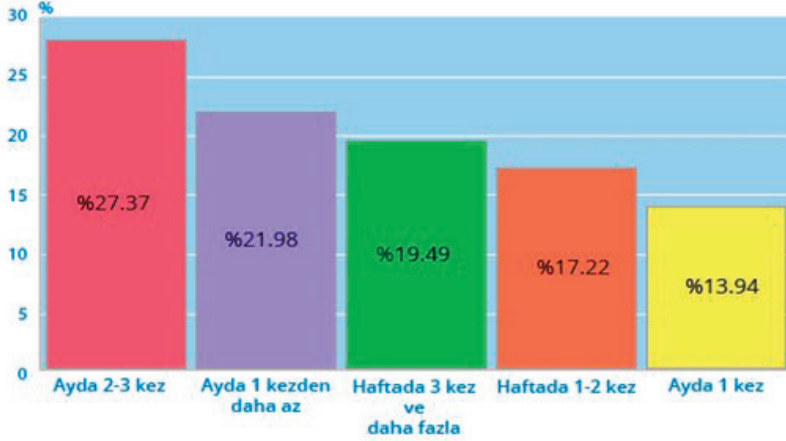


Kaynak: Social Touch, “Türkiye’de İnternetin Sağlık Bilgi ve Hizmetlerine Ulaşma Amaçlı Kullanım Alışkanlıkları” 2013.

Sağlıkla ilgili herhangi bir konuda bilgiye ihtiyaç duyulduğunda ilk olarak hangi kaynağa başvuracakları yönünde ki soruya katılımcılardan %78.77'si ilk olarak internete başvuracaklarını belirtirken, hastaneye giderim diyenlerin oranı %60.29 ile ikinci sırada gelmektedir. Katılımcılardan %22.41 yakınlarından bilgi alacağını söylerken, %1.55'lik bir kesim ise sağlıkla ilgili bilgiye ihtiyaç duymayacağını belirtmiştir. Bu veriler ışığında baktığımızda sağlık konusunda ilk başvuru merkezi olarak internet hastane ve doktordan daha fazla tercih edilmektedir. Bu açıdan internet ve sosyal medya kişilerin sağlığı açısından hayati bir öneme sahiptir.

Tablo 11: Sağlıkla İlgili Konularda İnternete Başvuru Sıklığı

İnternette sağlıkla ilgili konulara ne sıklıkla giriyorsunuz?

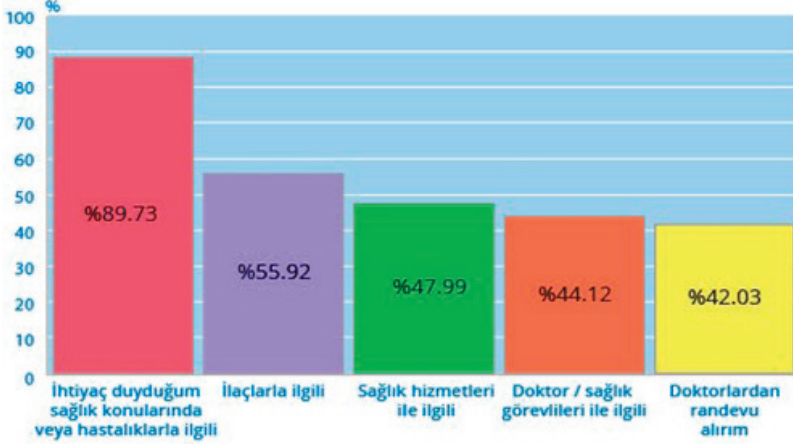


Kaynak: Social Touch, “Türkiye’de İnternetin Sağlık Bilgi ve Hizmetlerine Ulaşma Amaçlı Kullanım Alışkanlıkları” 2013.

Yine bu araştırma da katılımcıların sağlıkla ilgili konularda hangi sıklıkla internete başvurdukları yönünde ki soruya %27.37 oranında bir katılımcı ayda 2-3 kez başvurduklarını, %21.98’i ayda 1 seferden az başvurduklarını, %19.49’u haftada 3 ve daha fazla kez başvurduklarını, %17.22’si haftada 1-2 kez başvurduklarını belirtirken, %13.94 oranında bir katılımcı ise ayda 1 kez internete başvurduklarını belirtmişlerdir. Zira bu bilgiler ışığında baktığımızda %78.2 gibi oldukça yüksek oranda bir katılımcının ayda en az bir kere sağlıkla ilgili bir konu sebebiyle internete girdiklerini bize göstermektedir. Bu sebeple de sosyal medya özünde bir sağlık danışmanı işlevi görmektedir.

Tablo 12: İnternette Sağlıkla İlgili Aranılan Bilgi

İnternette sağlık alanında hangi konu ve / veya hizmetlerle ilgili bilgi alıyorsunuz? (Birden çok cevap verilebilir)

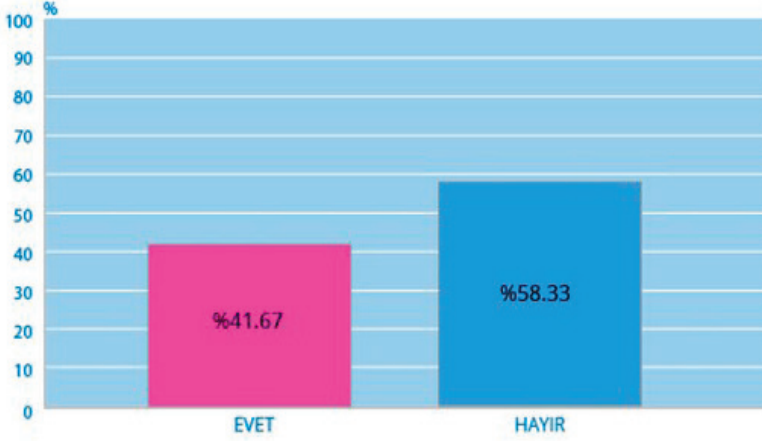


Kaynak: Social Touch, “Türkiye’de İnternetin Sağlık Bilgi ve Hizmetlerine Ulaşma Amaçlı Kullanım Alışkanlıkları” 2013.

Araştırmaya katılan katılımcılara yöneltilen diğer bir soruda sağlıkla ilgili olarak internette hangi konularda bilgi aldıkları sorusuna %89.73’lük bir kesim sağlık ve hastalık konularında bilgi almak amacıyla girdiklerini belirtmiştir. %55.92’si ilaçlarla ilgili bilgi almak amacıyla, %47.99’u sağlık hizmetleri ile ilgili, %44.12 sağlık personeli ile ilgili bilgi almak amacıyla interneti kullandığını belirtirken %42.3 oranında bir katılımcı ise randevu amacıyla interneti kullandığını belirtmişlerdir. Zira bu açıdan sosyal medya insanların sormaya çekindikleri konularda veya hızlı cevap almak istedikleri konularda zahmetsiz bir şekilde girerek sorularına cevap buldukları bir rehber görevi üstlenmektedir.

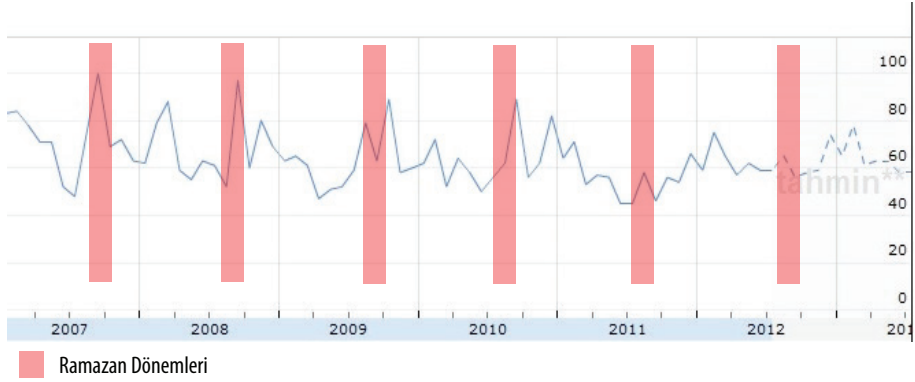
Tablo 13: İnternetteki Bilgiler Sebebiyle İlaç Kullanımından Vazgeçme

İnternette ilaçlarla ilgili karşınıza çıkan bilgiler sebebiyle bir ilacı kullanmaktan vazgeçtiğiniz oldu mu?



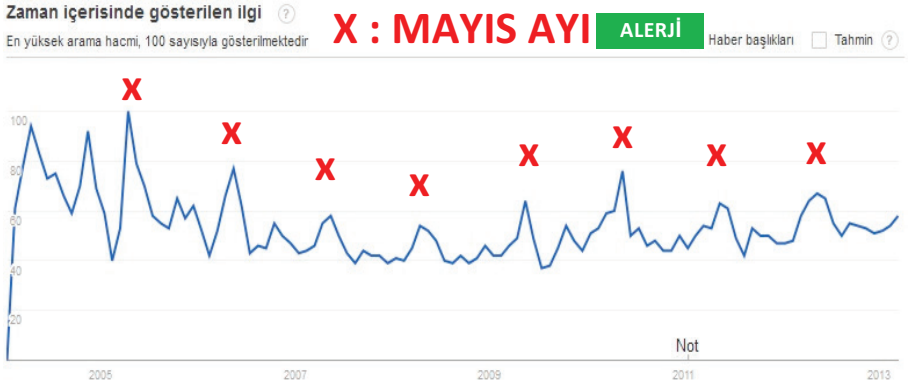
Kaynak: Social Touch, “Türkiye’de İnternetin Sağlık Bilgi ve Hizmetlerine Ulaşma Amaçlı Kullanım Alışkanlıkları” 2013.

Katılımcılara yöneltilen internette karşılaştıkları bilgiler sebebiyle herhangi bir ilacı kullanmaktan vazgeçip geçmedikleri sorusuna %58.33’ü hayır cevabını verirken %41.67 gibi azımsanmayacak oranda bir katılımcı evet cevabını vermiştir. Bu bakımdan sosyal medya insanların davranış ve düşüncelerini değiştirme etkisine sahip olmakla birlikte sağlık gibi hayati öneme sahip bir konuda dahi insanların tedavi süreçlerini değiştirme gücüne sahiptir. Bu bağlamda sosyal medya yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek insanların sağlıkla ilgili konularda dahi referans olarak kabul ettikleri bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 14: Google'da Hazımsızlık Terimi

Kaynak: Sertaç Doğanay, “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, 2013.

Hazımsızlık teriminin googledaki aranma sıklığına bakıldığında ise, yıllar bazında aramanın en üst seviyeye ulaştığı noktalar her sene Ramazan ayının denk geldiği zamanları göstermektedir. Buradan çıkarılabilecek sonuç, Türkiye’de hazımsızlık probleminin en fazla ramazan aylarında görüldüğü ve bu rahatsızlıklarla ilgili aramaların da yine bu zamanlarda yapıldığıdır.

Tablo 15: Google da Alerji Terimi

Kaynak: Sertaç Doğanay, “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, 2013.

2005, 2007, 2009, 2011 ve 2013 yılları bazında mayıs ayında en fazla aranan terimin ne olduğuna bakacak olursak karşımıza alerji terimi çıkmaktadır. Çünkü alerji rahatsızlığı genellikle Nisan ve Mayıs aylarında görünen bir rahatsızlıktır. Bu sebeple de her yıl Mayıs ayında google da en fazla aranan terim olmuştur. Bu veriler bize şunu göstermektedir ki Türkiye’de insanlar hastalıkları ile ilgili olarak sosyal medyaya sıkça başvurmaktadır.

3.2. Dünya’da Sosyal Medya ve Sağlık Araştırmaları

Bu bölümde dünyada sosyal medya kullanımı, sosyal medya ve sağlık konusunda bugüne kadar yapılmış araştırmalar incelenerek sosyal medyanın özellikle sağlık açısından ne denli büyük bir öneme sahip olduğu açıklanacaktır.

We Are Social ve Hootsuite tarafından hazırlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre 7.4 milyarlık dünya nüfusunun 3.7 milyarını internet kullanıcıları oluşturmaktadır. İnternet kullanıcılarının içerisinde, sosyal medya kullanıcılarının oranı ise yaklaşık 2.7 milyardır. Dünyada en çok kullanılan sosyal ağ olan Facebook’un kullanıcı sayısı 1.8 milyarken, Facebook Messenger, Youtube ve Whatsapp 1 milyar kullanıcı sayısı ile ikinci sırada gelmektedir. Popüler sosyal medya araçlarının başında gelen LinkedIn 106 milyon, Twitter ise 317 milyon aktif kullanıcıya sahiptir (We Are Social ve Hootsuite, 2017).

Tablo 16: Foursquare Newyork Yerbildirimi



Kaynak: Sertaç Doğanay, “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, 2013.

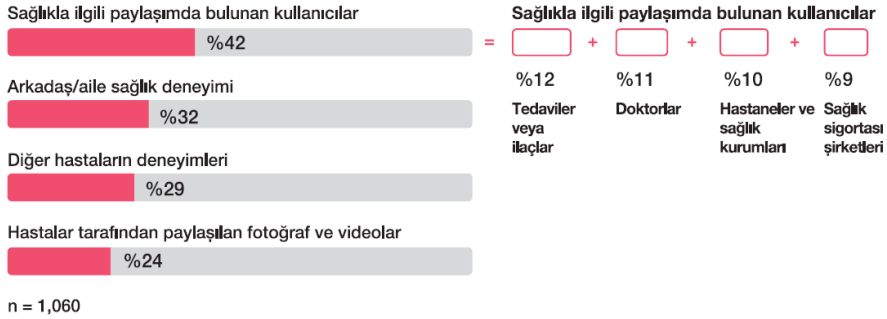
Foursquare yer bildirimini yapmak amacıyla kullanılan bir sosyal medya aracıdır. Yukarıdaki iki resim Newyork şehrinde Candy kasırgasından önce ve sonrasında yapılan Check inlerin yoğunluğu göstermektedir. Resimlerden de anlaşılacağı gibi yaşanan kasırganın ardından şehirde büyük bir boşalma ve şehrin içlerine doğru bir çekilme olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal medya bizlere yaşanan bir doğal felaketin ardından doğurduğu sonuçları görebilme imkanı vermekte ve insanların tepkilerini gözlemlene imkanı sunmaktadır (Doğanay 2013).

Dünyada sosyal medya halen hızla büyümeye devam eden etkili bir iletişim aracıdır. Gelişen bu teknoloji beraberinde farklı alanlarda olduğu gibi sağlık sektöründe de yenilikçi uygulamalar getirmiştir. Artık birçok sağlık kuruluşu ve doktor sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanmaktadır. Bu konuda yapılan araştırmaları incelediğimizde; twitter kullanan doktorların %48’i blog adreslerini twitter’den paylaşarak sağlıkla ilgili bilgilendirmelerini daha geniş kitlelere ulaştırmaktadır.

lar. Yine Ocak 2011 verileri baz alındığında 906 hastanenin 3807 sosyal medya kanalı bulunurken Amerika'da 126 hastanenin youtube kanalı bulunmaktadır. Bunun yanı sıra Dünya da sağlıkla ilgili paylaşımların yapıldığı sayfalar arasında önemli bir yere sahip olan Dr. Mercola sitesi hastalıklar ile ilgili yaptığı paylaşımlar ile insanları sürekli bilgilendirmesi sebebiyle yüksek bir takipçi kitlesine sahiptir. Öyle ki Dr. Mercola'nın facebook sayfası 157.500 kişi tarafından takip edilmektedir. Yine Miguel Hernandez Üniversitesi'nin yapmış olduğu bir araştırmaya göre hastaların %90'ının doktora gitmeden önce gideceği doktor hakkındaki bilgileri internetten edindiği sonucu ortaya çıkmıştır (Kayabalı, 2011: 17-18).

Price waterhouse Coopers'in (PwC) (2012), Sağlık Araştırmaları Enstitüsü (HRI) tarafından ABD'de 2012 yılında 1060 kişi üzerinde tüketicilerin sosyal medya kullanımları ile ilgili olarak sosyal medya tüketici araştırması adında bir dizi araştırma yayımlanmıştır.

Tablo 17: Kullanıcıların Sosyal Medya Aracılığıyla Sağlık Konulu Bilgileri Görüntüleme Oranları

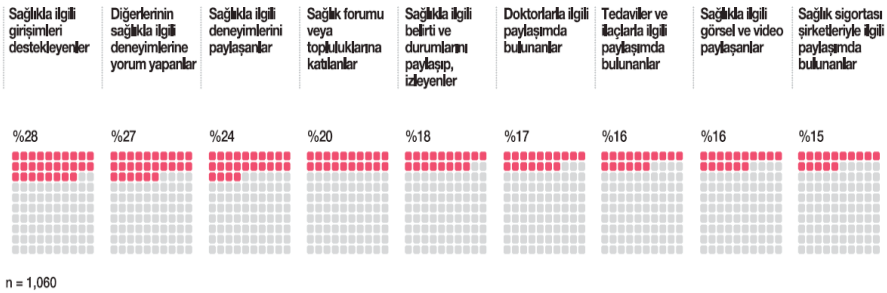


Kaynak: PwC, HRI, Social Media Consumer Survey, 2012. Akt: PwC Health Research Institute, Social Media "likes" Healthcare From Marketing to Social Business. 2012. s.9.

HRI tarafından yapılan bu araştırmaya göre, internet kullanıcılarının %42'sinin sosyal medyayı diğer kullanıcıların sağlık ile ilgili paylaşımlarına ulaşmak için kullanmakta oldukları tespit edilmiştir. Kullanıcıların %32'si aile ve arkadaş çevresinin sağlık konusunda ki deneyimlerine ulaşmak için, %29'u diğer hastaların sağlık ile ilgili deneyimlerine ulaşmak için ve %24'ü de hastalar tarafından paylaşılan fotoğraf ve videoları görüntülemek için sosyal medyayı kullanmaktadır.

Bunun yanı sıra sosyal medyayı diğer kullanıcıların sağlık ile ilgili paylaşımlarına ulaşmak için kullanan %42'lik kesimin; %12'sinin uygulanan tedaviler ve ilaçlar, %11'inin doktorlar, %10'unun hastane ve sağlık kuruluşu, %9'unun ise sağlık ile ilgili sigorta şirketleri hakkında bilgi almak amacıyla sosyal medyayı kullanmakta oldukları ortaya çıkmıştır.

Tablo 18: Sosyal Medyayı Sağlıkla İlgili Kullanan Tüketicilerin Oranı



Kaynak: PwC, HRI, Social Media Consumer Survey, 2012. Akt: PwC Health Research Institute, Social Media “likes” Healthcare From Marketing to Social Business. 2012. s.11.

qTablo 3’te sosyal medyayı sağlık için kullanan tüketicilerin oranları yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, tüketicilerin %28’i girişimleri desteklemek, %27’si diğer kişilerin deneyimleri hakkında yorum yapmak, %24’ü kendi deneyimlerini paylaşmak, %20’si sağlık forumları ve sağlıkla ilgili topluluklara katılmak, %18’i belirtileri ve durumları paylaşarak takip etmek, %17’si doktorlar ile ilgili paylaşımda bulunmak, %16’sı tedavi ve ilaçlar hakkında paylaşımda bulunmak, %16’sı görsel ve video paylaşmak ve %15’i ise sigorta şirketleri hakkında paylaşımda bulunmak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadır.

Tablo 19: Sosyal Medya Üzerinden Paylaşılan Bilgiye Güvenme ve Bilgiyi Paylaşma

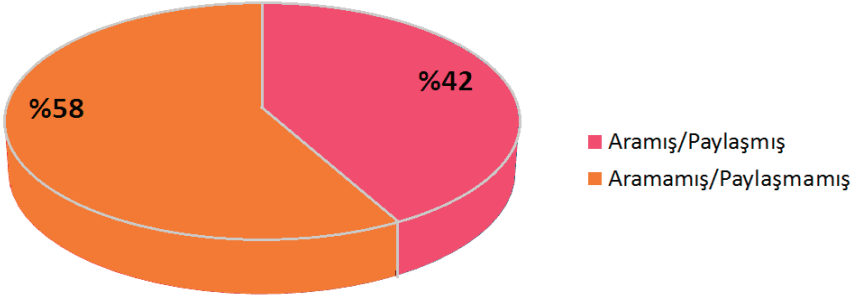


Kaynak: PwC, HRI, Social Media Consumer Survey, 2012. Akt: PwC Health Research Institute, Social Media “likes” Healthcare From Marketing to Social Business. 2012. s.17.

Diğer yandan sosyal medya kullanıcılarının güven algıları üzerine yapılan araştırmaya göre ise, sosyal medyayı kullanan kişilerin %61'inin doktorların, %55'inin ise hastanelerin verdikleri bilgiye güvendiklerini ancak bunun yanı sıra araştırmaya katılanların yalnızca %47'sinin sigorta şirketlerinin ve %37'sinin ise ilaç şirketlerinin verdikleri bilgiye güvendikleri görülmektedir. Bu verilere göre insanların doktorlar ve hastanelere duydukları güvenin sağlıkla ilgili şirketlere oranla daha fazla olduğu göze çarpmaktadır.

Bunun yanı sıra sosyal medya kullanıcılarının %41'i doktorlarla, %39'u ise hastanelerle bilgilerini paylaşmayı uygun bulurken sosyal medya kullanıcılarının yalnızca %34'ü sigorta şirketleri ve %28'i ilaç şirketleri ile bilgilerini paylaşmayı uygun bulmaktadır. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, insanların doktorlar ve hastanelere oranla bilgilerini paylaşma konusunda şirketlere daha az güvendikleri ortaya çıkmıştır.

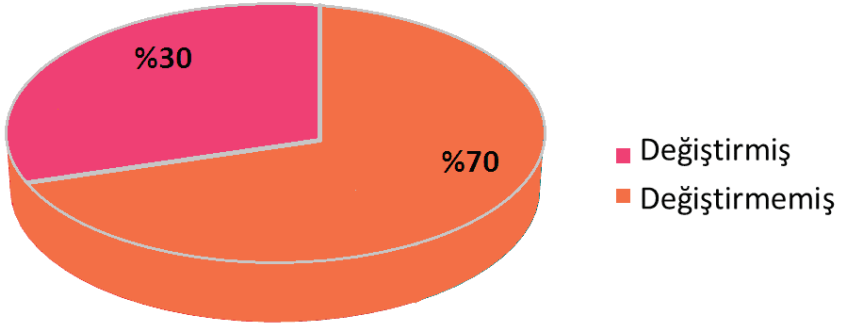
Tablo 20: Sağlık Durumu İle İlgili Bilgi Arama/Paylaşma



Kaynak: General Electric, 2012, Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

Amerika'nın en büyük elektronik firmalarından biri olan General Electric tarafından ABD'de 2012 yılında 2100 kişi üzerinde sağlık amacıyla sosyal medyanın kullanımı konusunda biri dizi araştırma yapılmıştır. Yapılan bu araştırmaya katılanların %42'sinin sağlık durumları ile ilgili olarak sosyal medya üzerinde bir paylaşımında bulunduğunu ortaya çıkarmıştır.

Tablo 21: Sağlıkla İlgili Davranış Değişirme

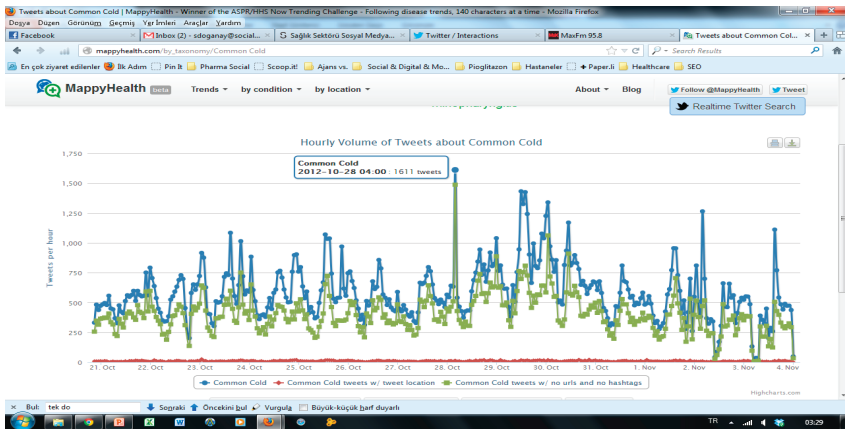


Kaynak: General Electric, 2012, Akt: Sertaç Doğanay “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, İstanbul, 2013.

General Electric tarafından yapılan aynı araştırmanın verilerine göre araştırmaya katılanların %30'unun sosyal medya da gerçekleştirilen paylaşımlardan etkilendiği ve bu paylaşımlar sonucunda kullanıcılarda davranış değişikliğinin meydana geldiği sonucudur.

Bu verilerden de anlaşılacağı üzere dünyada sosyal medya, sağlık konusunda dahi insanların en fazla kullandığı iletişim teknolojilerinin başında gelmektedir. İnsanlar sağlıkla ilgili konularda bilgi almak, bilgilerini paylaşmak veya başka kullanıcıların sağlıkla ilgili paylaşımlarına, deneyimlerine ve yorumlarına ulaşabilmek amacıyla sosyal medyayı yoğun olarak takip etmektedir. Doktorlardan hastanelere, sigorta şirketlerinden ilaç firmalarına ve hastalara kadar kısacası sağlık konusunda hizmet sunanlardan hizmet alanlara kadar birçok kişi sosyal medyayı çok etkin bir şekilde kullanmaktadır.

Tablo 22: Sosyal Medya ve Bulaşıcı Hastalık Takibi



Kaynak: Sertaç Doğanay, “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi, 2013.

Amerika'da ise MappyHealth adındaki uygulama twitter'in alt yapısını kullanarak birçok salgın hastalığı önlediğini savunmaktadır. Bu uygulama kapsamında insanların sağlık durumları ile ilgili twitter üzerinden gerçekleştirdikleri paylaşımlardan yola çıkarak daha önceden belirlenen 130 arama teriminin belirli algoritmalarından süzülmesi ile 27 bulaşıcı hastalık taranmakta ve bu 27 salgın hastalık ile ilgili olarak hastalıkların hangi bölgelerde artış veya azalış gösterip göstermedikleri tespit edilebilmektedir. Bu uygulama sayesinde pandemi olarak da bilinen kıtalararası salgın hastalığın geleneksel yöntemlerden 6 gün önce tahmin edilebildiği savunulmaktadır. Domuz gribi, kuş gribi vb. gibi birçok salgın hastalığın yaşattığı can ve mal kaybı göz önüne alındığında sosyal medya alt yapısını kullanarak işleyen bu sistemin salgınları önceden tespit etmesi ve takibi konusunda çok önemli bir gelişme olduğu bir gerçektir. Bu uygulama sosyal medyanın sağlık için ne kadar önemli olduğunu bir kez daha göstermektedir (Doğanay, 2013).

Sonuç

Türkiye'de ve Dünya'da katılımcı sayısı her geçen gün hızla artan sosyal medya Türkiye'de 48 milyon kullanıcıya ulaşırken Dünyada ise 2.7 milyarın üzerinde bir kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Bu kadar geniş bir etki alanına sahip olan sosyal medya hayatımızın her alanında büyük değişimleri de beraberinde getirmiştir. Özellikle karşılıklı iletişimi kolaylaştıran ve etkileşimi arttıran özelliği ile sınırları ve mesafeleri ortadan kaldırarak Dünyanın her yerinde ki insanları birbirlerine yakınlaştırmıştır. Zira Dünyanın diğer ucunda ki gelişmelerden aynı anda haberdar olma imkanı sunan sosyal medya yeni bilgi ve gelişmelere çok hızlı bir şekilde ulaşma imkanı sunmaktadır.

Bu açıdan Dünyada ki yaşanan siyasi, ekonomik, askeri, teknolojik ve bilimsel gelişmeler aynı anda Dünyanın her yerinde ki kullanıcılara ulaşmakta ve onları da etkisi altına almaktadır. Zira bilgiye ulaşmanın kolaylaştığı böylesine bir dönemde aynı anda bir yandan Mısırdaki ortaya çıkan siyasi gelişmeleri takip etme imkanına sahip olurken diğer taraftan ise Newyork borsasında ki ekonomik gelişmeleri takip edebilme imkanına sahip olmaktadır. Sadece bir tıkla Japonya'da ki yeni teknolojik gelişmeleri takip edebilirken diğer taraftan ise bir tıkla Japonca öğrenebilmekteyiz. Bu özelliği ile birçok yeniliği ve kolaylığı hayatımıza getiren sosyal medya özellikle iktisadi faaliyetler, eğitim, siyaset ve sağlık olmak hayatımızın her alanında köklü değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur.

Öyle ki artık insanlar uzaktan eğitim sistemi ile okula gitmeye gerek kalmaksızın buldukları her yerden kurslara ve eğitimlere dahil olabilmekte online ortamlarda karşılıklı iletişim kurarak istedikleri her eğitime ulaşabilmektedirler. Yine gelişen teknoloji sayesinde insanlar bir tıkla ihtiyaç duydukları her ürüne ulaşabilmekte ve tedarik edilmektedir. Ayrıca gelişen teknolojik uygulamalar hizmete ulaşmayı da önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır. Örneğin e-devlet uygulaması insanların kamu dairelerine gitmelerine, sıra beklemelerine gerek duymadan tek bir tuşla birçok belgeyi online olarak elde edebilmelerine imkan tanımaktadır.

İstedığı an istediği siyasetçinin sosyal medya hesapları aracılığıyla onları takip edebilmekte, merak ettiği herhangi bir bilgiye istediği an itibariyle ulaşabilmektedir.

Nitekim hayatımızın her alanında bu kadar güçlü bir değişim sağlayan sosyal medya insanların çocuk bezinden, diş macununa, ekmekten, şampuana kadar en temel ihtiyaçlarını dahi karşıladıkları sanal bir market hangi ürünü kullanacakları konusunda fikir aldıkları sanal bir danışman gibi faaliyet göstermektedir. Bunların yanı sıra yapılan araştırmalar göstermektedir ki insanlar hayati öneme sahip olan sağlık ve sağlıkla ilgili bilgiye erişme konusunda da sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Öyle ki insanlar utandığı veya çekindiği için kimseye paylaşamadıkları bilgileri sosyal medya üzerinde araştırmakta diğer bir ifadeyle sosyal medyayı bir sırdaş gibi görmektedir. Bunun yanı sıra sağlıkla ilgili karşılaştıkları problemlerde ilk olarak sosyal medyaya danışarak ona aslında bir sağlık danışmanı görevi yüklemektedir. Yine hastane, doktor, ilaç veya tedavi yöntemleri ile ilgili sıklıkla sosyal medyaya başvuran insanlar daha önceki kullanım tecrübelerinden istifade ederek aslında sosyal medyayı bir referans aracı olarak kullanmaktadır. Sosyal medya sayesinde doktorlar veya sağlık sunucuları ile online ortamlar üzerinden iletişim kurabilen insanlar özellikle günümüz yoğun çalışma temposu içerisinde hastaneye gidememe, doktora vakit ayıramama gibi ihmali davranışlarından önüne geçerek halk sağlığını güçlendirici bir etki göstermektedir.

Bu bağlamda insanların en temel ihtiyaçlarını dahi karşıladıkları, en mahrem bilgileri paylaştıkları, hayati öneme sahip olan sağlık konusunda dahi önemli bir rehber olarak kabul ettikleri sosyal medya en köklü değişimlerden birinin de sağlık alanında yaşanmasına sebep olmuştur. Sosyal medya sağlıkta geleneksel yöntemlerin ötesine geçerek gerek sağlığın korunması ve geliştirilmesi konusunda gerekse tedavi süreçlerinde birçok yeniliği beraberinde getirerek sağlığı güçlendirici bir araç haline gelmiştir. Öyle ki bu araç sayesinde insanlar sağlığın korunması ve geliştirilmesi konularında Dünyanın her yerinde ki gelişmeleri takip edebilmekte, istedikleri anda sağlık bilgisine hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir. Ancak sosyal medya insanlara bilgiye kolay ulaşma imkanı sunmanın yanı sıra bulut sisteminde biriktirdiği veriler sayesinde de sağlığın korunması, geliştirilmesi ve güçlendirilmesi gibi konularda da önemli bir veri bankası oluşturmaktadır. Öyle ki insanların gündelik hayatlarında öylesine paylaştıkları sözler, fotoğraflar, beğeniler veya ara-malar aslında sağlık konusunda önemli bir veri sağlamaktadır. Bu bilgiler geliştirilen algoritmalar sayesinde belli işlemlere tabi tutularak birey sağlığı, toplum sağlığı ve dünya sağlığı hakkında bizlere bilgi verirken aynı zamanda bunların tedavisi veya önleyici sağlık hizmetleri konusunda da bizlere rehberlik etmektedir.

Bu bakımdan sosyal medya doğru ve bilinçli kullanıldığında halk sağlığının korunması ve sağlığın güçlendirilmesi konusunda çok önemli bir araç görevi görmekteyken bilinçsiz kullanımda ise halk sağlığını tehdit eden bir hal almaktadır. Öyle ki hayatımızın her anını içerisine almış olan böylesine etkili bir araç doğru ve bilinçli kullanılmadığında insan sağlığını olumsuz etkileyecek birçok tehlikeyi ve riski de beraberinde getirecektir. Öyle ki sağlıkla ilgili sıkça kullanılan bir araç

olan sosyal medya da kişilerinde hiçbir denetim mekanizması olmaksızın sağlıklı ilgili bilgi paylaşabiliyor olması diğer insanların bu bilgilerden etkilenerek yanlış karar vermelerine, yanlış tedavi uygulamalarına veya doğru tedaviyi reddetmelerine sebep olabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada paylaşılan her bilgiyi kayıtsız, şartsız doğru kabul etmek toplum sağlığı açısından ciddi bir tehlike doğuracağı için sosyal medyanın kullanımını bireylerin eğitilmesi, bilinç ve farkındalık düzeylerinin artırılması sağlığın korunması bakımından önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple bireylerin medya okuryazarlığı, sosyal medya kullanımını ve sağlık okuryazarlığı konularında eğitilmeleri toplum sağlığının korunması ve geliştirilmesi bakımından büyük bir öneme sahiptir.

Kaynakça:

ALABAY, Mehmet, N, (2011), “Sosyal Medyada Tüketiciler ve Pazar Bölümleme Uygulamaları”, XVI. “Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri. İzmir, <http://inet-tr.org.tr/inetconf16/bildiri/11.pdf>. (29 Kasım 2017).

CDC, Centers for Disease Dontrol and Prevention, (2011), *The Health Communicator’s Social Media Toolkit*, https://www.cdc.gov/healthcommunication/tools-templates/socialmediatoolkit_bm.pdf. (30 Kasım 2017).

ÇINARLI, İnci, (2004), “Sağlığın Geliştirilmesine Sağlık İletişimi Yöntemleri Olarak Sosyal Pazarlama, Medyada Savunuculuk ve Halkla İlişkilerin Etkisi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÇINARLI, İnci, (2012), “Sosyal Medya, Web 2.0 ve Sağlık”, *Workshop Dergisi*, Temmuz-Ağustos 2012, <http://alternatifiletisim.blogspot.com>. (29 Kasım 2017).

DOĞANAY, Sertaç, (2013), “Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı”, 2. *Uluslararası Sağlık Bilişim Zirvesi*, İstanbul.

ERKOVAN, Serkan, (2011), “Sosyal Medya’da Olmak ya da Olmamak, Türkiye İlaç Sektörünün Perspektifi”, *Perspektif Toplantıları*, İstanbul, <https://www.slideshare.net/serkovan/salkta-sosyal-medyadeneyimleri-trke>. (29 Kasım 2017).

FIRAT, Mehmet ve Nilgün, ÖZDAMAR KESKİN, (2015), “İnternet Teknolojileri”, *Temel Bilgi Teknolojileri-I* içinde (Ed. T. V. Yüzer-M. R. Okur),. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, s.90-112.

HÜLÜR, Banu, A, (2016), “Sağlık İletişimi, Medya ve Etik: Bir Sağlık Haberinin Analizi”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:14, Sayı:1, s.155-178.

İSPİR, Burçin, (2013), “Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi”, *Dijital İletişim ve Yeni Medya* içinde, (Ed. M. C. Öztürk), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, s.2-25.

KAHRAMAN, Murat, (2013), *Sosyal Medya 101 2.0 Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş*, 2. Baskı, İstanbul, Mediacat Kitapları.

KARAGÖZ, Kezban, (2016), “Sağlık İletişimde Sosyal Medyanın Rolü: Türkiye’de Sağlık Kurumlarının Sosyal medya kullanımının İncelenmesi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KAYABALI, Kivılcım, (2011), “İnternet Ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık”, *İyi Klinik Uygulamalar Dergisi*, Sayı:25, s.14–20.

PELTEKOĞLU, Filiz, Balta, (2012), *Halkla İlişkiler Nedir?* 7. Baskı, İstanbul, Beta Yayınları.

PWC, Health Research Institute, (2012), *Social media “likes” healthcare From Marketing to Social Business*. http://download.pwc.com/ie/pubs/2012_social_media_likes_healthcare.pdf. (30 Kasım 2017).

SAYIMER, İdil, (2014), Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, s.97-112.

SOCİAL TOUCH, (2013), *Türkiye’de İnternetin Sağlık Bilgi ve Hizmetlerine Ulaşma Amaçlı Kullanım Alışkanlıkları*, <http://www.socialtouch.com.tr/-turkiyede-internetin-saglik-amacli-kullanimi/> (30 Kasım 2017).

ŞENER, Emine ve Menevşe, SAMUR, (2013), “Sağlığı Geliştirici Bir Unsur Olarak Sosyal Medya: Facebookta Sağlık”, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, Cilt:2, Sayı:4, s.508-523.

TUNCER, A. Selim, (2013), “Sosyal Medyanın Gelişimi”, *Sosyal Medya içinde*, (Ed. F. Z. Özata), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, s.2-24.

WE ARE SOCIAL AND HOOTSUITE, (2017), *Digital in 2017 Global Overview 2017*. <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>. (29 Kasım 2017).