

# E-SAĞLIK OKURYAZARLIĞI İLE HASTANE TERCİHİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ İLİŞKİSİ

## THE RELATIONSHIP BETWEEN E-HEALTH LITERACY AND SOCIAL MEDIA USE IN HOSPITAL PREFERENCE

Şeyda Çavmak\*

### ÖZ

**Amaç:** Bu çalışma katılımcıların, e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanım algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Çalışmanın evrenini Mersin ve Adana ilinde ikamet eden ve sosyal medya kullanıcısı olan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kararsal (kasti) ve kartopu yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon ve regresyon analizleri yapılarak raporlanmıştır.

**Bulgular:** E-sağlık okuryazarlık düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanımı arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). E-sağlık okuryazarlık düzeyinin, hastane tercihinde sosyal medya kullanımı düzeyindeki varyansın %18'ini ( $R^2$ ) açıkladığı görülmüştür.

**Sonuç:** Sosyal medya araçlarının, toplumu yönlendirme özelliği ve sağlıkla ilgili hususlarda duyarlılığını artırma potansiyeli bulunmaktadır. Çalışma sonucunda bu potansiyelin doğru kullanılabilmesi için e-sağlık okuryazarlık düzeyinin artırılması gerektiği ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Hastane tercihi, Sosyal medya kullanımı, e-Sağlık okuryazarlığı

### ABSTRACT

**Aim:** The study aims to examine the relationship between e-health literacy and the use of social media in healthcare.

**Method:** The population of the study consists of individuals who are 18 and over, reside in Mersin-Adana provinces and social media users. Purposive and snowball sampling were adopted to determine sample. The data was reported by conducting descriptive statistics, correlation and regression analysis.

**Findings:** A moderate and positive relationship was found between e-health literacy and the use of social media in hospital preference. It was seen that e-health literacy explained the 18% of variance in the use of social media in hospital preference.

**Result:** Social media has the potential of mediating the community and increasing the public's sensitivity on health related issues. The study concluded that increasing e-health literacy level must be increased to use this potential properly.

**Keywords:** Hospitals, Use of social media, e-Health literacy

\* Çağ Üniversitesi, [seydacavmak@cag.edu.tr](mailto:seydacavmak@cag.edu.tr), ORCID: 0000-0002-7497-2705

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication :15/11/2022  
Birinci Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received :11/04/2023  
Kabul Tarihi/Accepted :26/04/2023

Atıfta Bulunmak İçin:

Çavmak, Ş. (2023). E-Sağlık Okuryazarlığı İle Hastane Tercihinde Sosyal Medya Kullanımının İlişkisi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 11(1), 79-90.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.



### Extended Abstract

Healthcare consumers' behaviors have been effected by the internet use. Health businesses in pursuit of sustainability have to be more sensitive to costumers' expectations and behaviors in the todays' competitive sector which is growing with the improving technology. Social media is currently a significant platform for healthcare consumers to interact with healthcare facilities and previous users. Many people use social media to choose hospital or provider to apply. Because social media enables the users to obtain information promptly, to share opinions with others and help them to decide which health providers should be visited. The use of social media can encourage consumers to make their decisions about their health by informing and motivating them. Through social media, users can easily adopt or support the news, information or any ideas. At this point, social media can enrich the ability of searching and receiving health information by creating social effects on people's health behaviors. Hence, the degree of costumers' use of social media for disease management, access to health information, and hospital preference may affect the behavioral outcomes of users regarding health. However, using social media in obtaining healthcare has also some cons as it also requires a sufficient health literacy. Health literacy will help people to comprehend the existing information or obtain proper information from social media. There comes the concept of e-health literacy to the front. E-health literacy refers to ability of obtaining and comprehending the sources and information about healthcare from the digital sources.

This study aims to investigate the relationship between use of social media and e-health literacy level to shed light onto the provided background. The main hypothesis of the study is "There is a positive relationship between the level of e-Health literacy and the perception of social media use in hospital preference". The study sought to answer if the e-health literacy has any significant role in using social media in hospital selection process. The study is cross-sectional and quantitative. The population of the study consists of individuals who are 18 and over, reside in Mersin-Adana provinces and social media users. Purposive and snowball sampling were adopted to determine sample. The data collection phase was carried out with the participation of 418 individuals. A questionnaire form was used for data collection. The form consists of two scales and demographic questions. To measure e-health literacy level, the scale with 8 statements developed by Norman and Skinner (2006) and adopted to Turkish by Gencer (2017) was used. To measure use of social media in hospital preference, 12 statements were developed by the author based on the literature. All statements were ranked on a 5-points Likert type scale. Descriptive statistics, confirmatory factor analysis, inferential statistics and correlation and regression analysis were carried out to analyze the data. Internal consistency was examined by Cronbach Alpha coefficient.

The participants of the study can be defined according their demographic features as following: 76.6% of the participants were female and 23.4% were male. 7.1% of the participants have primary education, 25.4% high school, 36.5% associate degree, 26.1% undergraduate and 4.9% postgraduate education. While the most frequently used social media account of the participants was Instagram with 11.3% and Youtube with 23.2%, the status of examining the social media accounts of the institution without applying to the institution to get health services was determined as "sometimes" with 36.2%. 13.1% of the participants answered always, 12.3% often and 23.4% rarely. It was determined that 61.1% of the participants received information from the physician or health worker when they had a health problem. 18% of the participants get information from the website of the health institution and 14.8% from their family and friends.

To test construct validity, a confirmatory factor analysis was conducted. Fit indices including  $\chi^2$ /degree of freedom (df), root mean square residual (RMR), goodness of fit index (GFI) and adjusted goodness of fit index (AGFI), root mean square error of approximation (RMSEA), comparative fit index (CFI), and normed fit index (NFI) were examined. All values were determined to be acceptable. It was seen that the standard regression value of all the observed variables of the two-factor (social media-F1 and e-health literacy -F2) measurement model was above 0.70 and the t values of all parameters were greater

than 1.96. It was determined that AVE values were higher than 0.50 and CR values higher than 0.70. Cronbach alpha coefficients were determined to be greater than 0.90.

There is no significant difference in the level of social media usage according to participants' gender and educational level. However, there is significant difference according to the social media account used most frequently in case of a health problem and the status of examining the social media accounts before applying to the health institution. There is a significant difference between the e-health literacy level according to educational level, the level of individuals researching their own health status and the health status of their relatives from their social media accounts. According to correlational analysis, there is a significant and moderate relationship between e-health literacy and social media use in hospital preference. The results of the regression analysis showed that the e-health literacy level explained the 18% of the variance in use of social media in hospital preference. The beta coefficient for e-health literacy is 0.427.

There are many studies which examined the social media usage or e-health literacy separately. However, there is limited evidence on the relationship between these two phenomena. This study contributes to the literature by examining this relationship. Because the current study showed that there is significant and moderate relationship between e-health literacy level and social media usage in hospital preference, supporting the e-health literacy level can be beneficial as it will help individuals' to obtain proper information from social media. Considering the social media tools provide great benefits to individuals and institutions in subjects such as obtaining information, social interaction, marketing, research and facilitate daily life and it is inevitable, it can be used as a health communication tool to improve health. In future research, carrying out more macro-level research in this context may support the approach to the subject from a broader perspective.

## I. Giriş

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yaşanan teknolojik gelişmeler; endüstri, turizm, iletişim, sağlık, basın yayın ve medya gibi hayatımızın pek çok alanında yer alan sektörleri etkilemekte ve hızlı bir dijital dönüşüm sürecini tetiklemektedir (Balta Peltekoğlu, 2012). Dijitalleşme süreçlerine en hızlı uyum sağlayan sektörlerin içerisinde yer edinen sağlık sektörü, koruyucu sağlık hizmetleri, tanı tedavi ve tedavi sonrası hizmetlerde, sağlık iletişiminde, tıbbi cihaz üretiminde ve sektörün yönetilmesinde büyük atılımlar ve dönüşümler yaşamaktadır. Dijitalleşme süreci ile yaşanan değişimler ve dönüşümler, sağlık iletişim kanallarını etkilemekte olup sağlık profesyonellerine doğru, güvenilir ve şeffaf bilgiyi aktarma sorumluluğu yüklemektedir (Uçar, 2020). Çünkü dijital değişim ve dönüşümler, tüketicilerin sağlık okuryazarlığı oranını artırmaktadır. Sağlık okuryazarlığı; bireylerin yaşam kalitesini arttırmak amacıyla sağlık hizmetleri, hastalıklar, tanılama, sağlığın geliştirilmesi gibi konularda karar almak, yargıda bulunmak üzere sağlık bilgisine ulaşmak, değerlendirmek ve kullanmak için gereken yeterlilik olarak tanımlanmaktadır (Sorensen et al., 2012). E-sağlık ise bireylere tıp bilimi, halk sağlığı, koruyucu hizmetler ve sağlık sektörünün geneli hakkında teknolojik kanallar aracılığı ile bilgi sunan ve bilgilerini geliştirmelerine yardımcı olan güncel bir alandır (Eysenbach, 2000). E- sağlık, geleneksel medyanın aksine sağlık konusunda tüketicilerin interaktif bir şekilde bilgi alışverişi gerçekleştirebildiği bir platform oluşturmaktadır. İnternet tabanlı gelişen bu platformda kullanıcılar, bilgiye anlık ulaşım sağlamak ve dünya ile eş zamanlı olarak paylaşabilmektedir (Solmaz et al., 2013).

Kullanıcı tabanlı olması ve büyük kitleleri bir araya getirmesi nedeniyle internet kullanımı her geçen yıl artmaktadır. İnternet kullanımındaki artış, tüketici davranışlarında da önemli değişikliklere sebep olmaktadır. Gelişen teknoloji, hızlı artış gösteren rekabet koşulları, sürdürülebilirliğini devam ettirmek isteyen işletmeleri, değişen tüketici davranışlarına karşı daha duyarlı olmaya mecbur kılmaktadır (Çimen et al., 2015). Dijital çağda sağlık bilgilerine ulaşmak ve sonraki sağlık davranışlarına ilişkin karar almak isteyen kullanıcılar, ağırlıklı olarak sosyal medya platformlarını tercih etmektedir. Sağlık sorunları ile ilgili sosyal medyada bilgi ve araştırma yapma oranı, kişiden kişiye farklılık göstermekle birlikte bireysel özellikler ve sosyal medya hesaplarından beklentilere göre de değişmektedir (Demirkol, 2017). Sosyal medya hesapları, anlık bilgiye erişim, paylaşım ve kullanım sağlıyor olması ve interaktif bir etkileşim sağlaması sebebi ile sağlık hizmet tüketicilerinin sağlık kurumu seçerken, hekim tercih ederken, tecrübe ve deneyim paylaşırken sık sık tercih ettiği bir platform haline gelmiştir. Sosyal medya platformları aracılığıyla tanıdığı veya tanımadığı kişilerin deneyimlerinden faydalanan sağlık tüketicileri, kendisi ile benzer hastalığa sahip olan bireyler ile birebir iletişim de kurmaktadır (Korda & İtani, 2013). Ancak sadece sosyal medya ağları üzerinden iletişim kurmak hastalıkları anlamak ve sağlık durumu hakkında bilgi sahibi olmak için yeterli bir durum değildir. Tüketicilerin sosyal medya ağlarındaki bilgilere doğru erişimini destekleyici olarak sağlık okuryazarlık düzeylerinin artması gerekmektedir. Aynı bir okuryazarlık biçimi olan sağlık okuryazarlığı; sağlık bilgisi, becerileri ve yeteneklerini içeren, kişilerin doğru sağlık kararları vermesini sağlayan, temel sağlık bilgisini ve hizmetlerini elde etme, işleme ve anlama kapasitesini arttıran bir yeterliliktir (Li & Liu, 2020). Dolayısı ile sosyal medya platformları üzerinden sağlık bilgisine erişmek, anlamak ve yorumlamak isteyen bireylerin medya okuryazarlığı ile sağlık okuryazarlığını bütünleştirmesi gerekmektedir. Bu noktada sağlık okuryazarlığının diğer bir versiyonu olan ve medya okuryazarlığı ile sağlık okuryazarlığını birleştiren 'e-sağlık okuryazarlığı' kavramının önemini arttırmaktadır. E-sağlık okuryazarlığı, dijital platformda elektronik tabanlı kaynaklardan sağlık bilgisi arama, erişilen bilgileri anlama, değerlendirme ve sonraki sağlık davranışlarında kullanabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Gencer, 2017). E-sağlık okuryazarlığının; sağlık bilgisine daha hızlı erişim, sağlık bilgi düzeyinin yükselmesi, sağlık hizmet anlayışında yenilikçi bakış açısı, hasta gruplara yönelik bilgilerin daha hızlı, doğru ve tam elde edilmesi, kronik hastalığa sahip bireylerin farkındalık düzeyinin artırılması, mekâna bağlı olmadan sağlık bilgisine erişim ve maliyetleri azaltma gibi faydaları bulunmaktadır (Gençyürek, 2019). Bireylerin sağlık çıktılarına olumlu katkısı olan e-sağlık okuryazarlığı üzerine 8 Avrupa ülkesinde 2011 yılında gerçekleştirilen bir araştırma sonucunda, katılımcıların sınırlı e-sağlık okuryazarlık düzeyine sahip olduğu saptanmıştır (HLS-EU, 2012). Yapılan araştırmada eğitim seviyesi ile gelir düzeyi düşük olan ülkelerde e-sağlık okuryazarlığının daha düşük olduğu saptanmıştır. Ayrıca

yakın tarihte göç ile gelen grupların, azınlıkların ve yaşlıların e-sağlık okuryazarlık düzeyinin çok düşük olduğu görülmüştür (HLS-EU, 2012). Ülkemizde de 2019 yılında gerçekleştirilen 'Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Düzeyi ve İlişkili Faktörleri Araştırması' raporunda, sağlık okuryazarlık düzeyi düşük olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların, sağlık okuryazarlığı düzeyleri; yetersiz (%30.9), sorunlu-sınırlı (%38), yeterli (%23.4) ve mükemmel (%7.7) olarak saptanmıştır. Araştırmanın genel sonucuna göre ise Türkiye'de 10 kişiden 7'sinin sağlık okuryazarlık düzeyinin yetersiz ya da sınırlı olduğu ifade edilmiştir (SGGM, 2020). Araştırmalar sonucunda yaşlanan nüfus, artan kronik hastalıklar, obezite gibi hastalıklarda yaşanan artışa istinaden sağlığı geliştirmek için sağlık okuryazarlık düzeyinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca e-sağlık okuryazarlığı üzerine gerçekleştirilen ampirik çalışmalarda, sağlık ve e-sağlık okuryazarlığının diyabetli insanlar arasında sağlığı geliştirici ve insanların sağlığına olumlu yönde etki edici davranışları arttırdığı tespit edilmiştir (Yang et al., 2019).

Bu noktadan hareketle sağlığı geliştirmek için gerekli olan sağlık bilgisine, sosyal medya üzerinden nasıl ulaşıldığı, ulaşılan bilginin anlaşılıp anlaşılmadığı, kişinin kendi sağlık ihtiyacı için bu bilgileri doğru kullanıp kullanmadığı becerisi ile ilgili olan e-sağlık okuryazarlığı düzeyi ile sosyal medya üzerinden araştırma yapan tüketicilerin, hastane tercihinde davranış değişikliği gösterip göstermediğinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma bireylerin e-sağlık okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ve dijital platformları kullanan bireylerin sağlık kurumu tercihinde sosyal medyayı kullanıp kullanmadığının ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Ayrıca araştırma da e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile sağlık kurumu tercihinde sosyal medyayı kullanım ilişkisinin incelenmesi de amaçlanmaktadır.

## II. Gereç ve Yöntem

İnsanların başkalarını gözlemleyerek davranışlarını nasıl öğrendiklerini açıklamak için kullanılan sosyal bilişsel teori; kişisel faktörler, davranışsal faktörler ve sosyal çevre faktörleri arasındaki bireysel davranışların karşılıklı uyarılmasını vurgulamaktadır (Bandura, 2001). Bu teori medya kullanımının insan düşüncelerini, duygularını ve eylemlerini nasıl etkilediğine dair kavramsal bir çerçeve sunmaktadır. Medya kullanımı, kullanıcılarını bilgilendirerek, etkinleştirerek ve motive ederek harekete geçme konusunda teşvik edebilmektedir. Bu noktada kullanılan en etkin yol sosyal medya kanalıdır. Sosyal medya aracılığı ile kullanıcılar haber, bilgi, yenilikçi fikir veya davranışları hızla benimsemekte, desteklemekte ve paylaşmaktadır. Bu noktada sosyal medya, bilgi, gözlem ve öğrenme yolu ile insanların sağlık davranışları üzerinde sosyal etkiler uyandırarak sağlık bilgisini alma yeteneğini zenginleştirebilmektedir. Bu nedenle kullanıcıların hastalık yönetimi, sağlık bilgilerine erişim ve hastane tercihi için sosyal medyayı kullanım derecesi, kullanıcıların sağlıkla ilgili davranışsal sonuçlarını etkileyebilmektedir. Sosyal medya üzerinden edinilecek bilgileri doğru yorumlamaya önemli katkısı olan e-sağlık okuryazarlığı kavramı da bu noktada ön plana çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle araştırmanın temel sorusu, e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanım algısı arasındaki ilişkinin ve demografik değişkenlerin e-sağlık okuryazarlığı ve hastane tercihinde sosyal medya kullanım algısı üzerinde fark oluşturup oluşturmadığının incelenmesine dayanmaktadır.

Araştırma sorusu çerçevesinde önerilen ve sınanacak olan temel hipotez aşağıdaki gibidir:

E-Sağlık okuryazarlığı düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanım algısı arasında pozitif yönlü bir ilişkisi vardır.

İlgili hipotezi sınamak üzere tasarlanan araştırma nicel ve kesitsel tiptedir. Araştırmanın çalışma evrenini Mersin ve Adana ilinde ikamet eden ve sosyal medya kullanıcısı olan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırma evreninin bütününe ulaşmak mümkün olmadığı için örnekleme yapılmıştır. Araştırmada kasti (kararsal) ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kasti (kararsal) yöntemde araştırmacı örnek grubu oluşturan katılımcıları, araştırma sorusuna cevap bulacağına inandığı gruplardan seçmektedir (Altunışık et al., 2012). Kartopu örnekleme yönteminde de araştırmacı araştırma yaptığı konuya ilişkin en fazla bilgiye sahip olduğunu düşündüğü kişilerden başlayarak diğer

katılımcılara ulaşmaya çalışmaktadır (Gürbüz, 2018). Araştırma evreni temsil edecek örneklem büyüklüğü %95 güven düzeyinde 384 olarak saptanmıştır (Gürbüz, 2018).

Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılan araştırmanın verileri, Google formlar aracılığıyla, Haziran/Temmuz 2022 tarih aralığında toplanmıştır. Anket formları araştırmacının bağlantılı olduğu sosyal çevresi/network üzerinden dağıtılmış ve katılımcıların potansiyel katılımcılara yönlendirmeleri talep edilmiştir. Yönlendirilen anketlere 418 kişi katılım gerçekleştirmiştir. Ancak toplanan anketler incelendiğinde yanıtlarda eksiklikler tespit edilenler çıkarılmış olup 406 anket analize dahil edilmiştir. Anket formu iki ölçek ve demografik sorulardan oluşmaktadır. E-sağlık okuryazarlık seviyesini ölçmek için Norman ve Skinner (2006) tarafından geliştirilen ve 8 maddeden oluşan "E-Sağlık Okuryazarlık Ölçeği" kullanılmıştır (Gencer, 2017). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması Tamer Gencer (2017) tarafından gerçekleştirilmiş olup geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır (Gencer, 2017). Hastane tercihinde sosyal medya kullanımının belirlenmesine yönelik olarak kullanılan ölçek ifadeleri ise literatür taraması, uzman görüşü ve Hastane Tercihinde Sosyal Medyanın Kullanımı (Çimen et al., 2015) araştırmasından faydalanılarak oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümünde, katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bilgiler, anketin ikinci bölümünde hastane tercihinde sosyal medya kullanım algısı, üçüncü bölümünde ise E-sağlık okuryazarlık seviyesini belirleyici ifadeler yer almıştır. Anket formları 5'li likert tipinde olup ifadeler "1-Kesinlikle Katılmıyorum", "2-Katılmıyorum", "3-Kısmen Katılıyorum", "4-Katılıyorum" ve "5-Kesinlikle Katılıyorum" seçeneklerini içermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin yapı geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ayrıca araştırma verileri hipotez testleri, korelasyon ve regresyon analizleri yapılarak raporlanmıştır. Araştırma da kullanılan ölçekler, daha önce geçerlilik ve güvenilirliği yapılmış ve onay almış ölçeklerdir. Örneklem ve elde edilen veri setinin, ölçekler ve oluşturulan model ile uyum düzeyini ortaya koymak için doğrulayıcı faktör analiz yöntemi kullanılmış ve iç tutarlılığın sınanması da Cronbach Alpha katsayısının hesaplanması ile gerçekleştirilmiştir.

## 2.1. Etik Beyan

T.C. Çağ Üniversitesi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 06.07.2022 tarih ve E-81570533-050.01.04-2200005193 sayılı kararı çerçevesinde araştırmanın etik ilkelere uygunluğu onaylanmıştır.

## III. Bulgular

### 3.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların demografik bilgileri, sosyal medya kullanım durumları ve sağlık hizmeti almadan önce kurum sosyal medya hesaplarını inceleme durumu incelenmiştir. Katılımcıların %76.6'sı kadın, %23.4'ü erkektir. Katılımcıların %7.1' ilköğretim, %25.4'ü lise, %36.5'i ön-lisans, %26.1'i lisans ve %4.9'u lisansüstü eğitim durumuna sahiptir. Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya hesabı %11.3 Instagram, %23.2 ile Youtube iken sağlık hizmeti almak üzere kuruma başvurmadan kurum sosyal medya hesaplarını inceleme durumu %36.2 ile 'Bazen' olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %13.1'i her zaman, %12.3'ü sık sık ve %23.4'ü de nadiren yanıtını vermiştir. Katılımcıların %61.1'inin bir sağlık problemi yaşadığında, hekim veya sağlık çalışanından bilgi aldığı tespit edilmiştir. Katılımcıların %18'i sağlık kurumunun internet sitesinden, %14.8'i de aile ve arkadaşlarından bilgi edinmektedir.

### 3.2. Yapı Geçerliliği ve Güvenirlik

Yapı geçerliliğini sınamak üzere, Doğrulayıcı Faktör Analiz yöntemine başvurulmuştur. Analiz sonucunda iki faktörlü (sosyal medya-F1 ve e-sağlık okuryazarlığı -F2) ölçüm modelinin, tüm önermelerine ait standart regresyon değerinin 0.70'in üzerinde olduğu ve tüm parametrelere ait t değerlerinin 1.96'dan büyük olduğu görülmüştür. Modelin veri ile uyumunu test etmek üzere, uyum indeksleri incelenmiştir. Bu uyum indeksleri arasında; X2/serbestlik derecesi (df), ortalama hataların karekökü (RMR), uyum iyiliği endeksi (GFI) ve düzeltilmiş uyum iyiliği endeksi (AGFI), yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA), karşılaştırmalı uyum endeksi (CFI) ve normlaştırılmış uyum

indeksi (NFI) değerleri yer almaktadır (Gürbüz, 2017). Tablo 1. her bir uyum indeksi için kabul edilebilir değer ve modelden elde edilen sunulmuştur. Modele ait uyum indeks değerlerinin uygun aralıklarda yer aldığı tespit edilmiştir.

**Tablo 1. Uyum İndeks Değerleri**

Göstergeler	X <sup>2</sup> /Serbestlik Derecesi	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	RMSEA	RMR
<b>Kabul edilebilir değerler*</b>	x <sup>2</sup> /df<5	>0.85	>0.80	>0.90	>0.90	0.90	<0.08	<0.08
<b>Model değeri</b>	3.14	0.88	0.85	0.94	0.92	0.94	0.07	0.07

Ölçeğin güvenilirlik düzeyi, Cronbach's Alpha katsayısı ile değerlendirilmiştir. Cronbach Alpha değeri, bir ölçüm modelini oluşturan önermelerin iç tutarlılığını ölçmektedir. 0.80'in üzerinde yer alan bir değer, yüksek güvenilirliği ifade etmektedir (Gürbüz, 2017). Mevcut ölçeği oluşturan iki boyutun da iç tutarlılık değerinin 0.80'den yüksek olduğu görülmüştür. Hastane tercihinde sosyal medya kullanım ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0.926, E-sağlık okuryazarlığının Cronbach's Alpha katsayısı 0.932'dir.

Yakınsak geçerlik için Açıklanan Ortalama Varyans (AVE) değeri kullanılmıştır. Fornell ve Larcker (1981) yakınsak geçerliliği için, AVE değerleri 0,50, kompozit güvenilirlik (CR) değerlerinin ise 0.70'ten yüksek olması gerektiğini ifade etmiştir. Ölçüm modelindeki iki faktöründe AVE değerlerinin 0.50'den, CR değerlerinin ise 0.70'den yüksek olduğu tespit edilmiştir. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucu, ölçüm modelinin uygun olduğu ve hipotez testleri için ileri analizlerin yapılabileceği kanısı oluşmuştur.

Hipotez testleri öncesinde bağımlı değişkenin normal dağılıma uygunluğu değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme için merkezi dağılım ölçülerinden olan, ortalama, ortanca, çarpıklık ve basıklık değerlerine başvurulmuştur. Bağımlı değişkenin ortalama ve ortanca değerlerinin birbirine yakın veya eşit olması çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1 ile -1 değerleri arasında olması, serinin normal dağılıma uygun olduğuna işaret etmektedir. Çalışma verilerinin ortalama değeri 37.9, ortanca değeri 38, çarpıklık değeri -0.161 ve basıklık değeri -0.759 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla çalışma da parametrik analizler kullanılmıştır (Gürbüz, 2017).

### 3.3. Hipotez Testleri

Katılımcıların sosyal medya kullanımına ve e-sağlık okuryazarlığına ilişkin görüşlerinin cinsiyet, eğitim durumu, kendi veya başkasının sağlık durumu ile ilgili sosyal medya üzerinde araştırma yapma durumu, sağlık problemi yaşandığında en sık kullanılan sosyal medya hesabı ve sağlık kurumuna başvurmadan önce sosyal medya hesabı inceleme durumuna göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği elde edilen veriler üzerinden test edilmiş olup Tablo 2 ve Tablo 3'te sunulmuştur.

H1: Katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı farklılık vardır.

**Tablo 2. Hipotez Testleri (Sosyal Medya Kullanımı)**

Değişken	N	Ort.± Std	P değeri
<b>Cinsiyet</b>			
Kadın	311	37.43 ±11.42	0.217
Erkek	95	39.45 ± 12.22	
<b>Eğitim Durumu</b>			
İlköğretim	29	41.31 ±11.83	0.159
Lise	103	36.24 ±11.29	
Önlisans	148	38.61 ±10.85	
Lisans	106	37.11 ±12.13	
Lisansüstü	20	40.45 ±14.8	
<b>Kendinizin veya Başkasının Sağlık Durumu ile İlgili Sosyal Medya Üzerinde Araştırma Yapma Durumu</b>			
Evet	311	38.99 ±11.38	0.667
Hayır	95	32.4 ±11.4	

Tablo 2. Devamı

<i>Değişken</i>	<i>N</i>	<i>Ort.± Std</i>	<i>P değeri</i>
<b>Sağlık Problemi Yaşadığında En Sık Kullanılan Sosyal Medya Hesabı</b>			
<i>Instagram</i>	46	42.32 ±9.55	0.002
<i>Facebook</i>	4	48.7 ±6.13	
<i>Twitter</i>	9	41 ±14.64	
<i>LinkedIn</i>	5	33.8 ±7.59	
<i>Youtube</i>	94	39.6 ±12.14	
<i>Diğer</i>	248	36.2 ±11.63	
<b>Sağlık Kurumuna başvurmadan önce sosyal medya hesabı inceleme durumu</b>			
<i>Her zaman</i>	53	47.4 ±10.21	0.000
<i>Sık sık</i>	50	43.26 ±8.42	
<i>Bazen</i>	147	38.8 ±10.54	
<i>Nadiren</i>	95	35.7 ±9.96	
<i>Hiçbir zaman</i>	61	26.3 ±9.55	

Elde edilen bulgulara göre katılımcıların cinsiyet ve eğitim durumuna göre sosyal medya kullanım düzeylerinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ). Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri, sağlık problemi yaşadığında en sık kullanılan sosyal medya hesabı ve sağlık kurumuna başvurmadan önce sosyal medya hesaplarını inceleme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $p<0.05$ ).

H2: Katılımcıların demografik özellikleri ile E-sağlık kullanımı arasında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 3. Hipotez Testleri (E-Sağlık Kullanımı)

<i>Değişken</i>	<i>N</i>	<i>Ort.± Std</i>	<i>P değeri</i>
<b>Cinsiyet</b>			
<i>Kadın</i>	311	28.1±7.73	0.320
<i>Erkek</i>	95	29.5±8.07	
<b>Eğitim Durumu</b>			
<i>İlköğretim</i>	29	29.3±7.66	0.007
<i>Lise</i>	103	27.6±8.06	
<i>Önlisans</i>	148	29.1±7.24	
<i>Lisans</i>	106	27.2±8	
<i>Lisansüstü</i>	20	33.3±7.83	
<b>Kendinizin veya Başkasının Sağlık Durumu ile İlgili Sosyal Medya Üzerinde Araştırma Yapma Durumu</b>			
<i>Evet</i>	311	29.3±7.33	0.004
<i>Hayır</i>	95	24.8±8.94	
<b>Sağlık Problemi Yaşadığında En Sık Kullanılan Sosyal Medya Hesabı</b>			
<i>Instagram</i>	46	27.7±8.49	0.231
<i>Facebook</i>	4	32.2±6.39	
<i>Twitter</i>	9	33.1±6.23	
<i>LinkedIn</i>	5	23.8±11	
<i>Youtube</i>	94	28.6±7.85	
<i>Diğer</i>	248	28.4±7.66	
<b>Sağlık Kurumuna başvurmadan önce sosyal medya hesabı inceleme durumu</b>			
<i>Her zaman</i>	53	32.17±8.24	0.000
<i>Sık sık</i>	50	29.58±5.27	
<i>Bazen</i>	147	28.46±7.04	
<i>Nadiren</i>	95	26.95±8.22	
<i>Hiçbir zaman</i>	61	26.98±9.01	

Tablo 3’de raporlanan bulgulara göre katılımcıların cinsiyet ve sağlık problemi yaşadıklarında en sık kullandıkları sosyal medya hesabı değişkenine göre e-sağlık okuryazarlığı arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ). Katılımcıların e-sağlık okuryazarlık düzeyleri ile eğitim seviyesi arasında anlamlı farklılık vardır. Ayrıca e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile bireylerin kendi sağlık durumlarını ve yakınlarının sağlık durumlarını sosyal medya hesaplarından araştırma düzeyi arasında da anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Katılımcıların e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile sağlık kurumlarına



başvurmadan önce kurumların sosyal medya hesaplarını inceleme durumu arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ).

### 3.4. Korelasyon ve Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücü ve yönü Pearson korelasyon katsayısı ile değerlendirilmiştir. Korelasyon katsayısının 0.427 ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). Elde edilen bu bulgu, e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanımı düzeyi arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4. Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Ort.	S.S.	1
E-sağlık	28.50	7.56	
Sosyal medya	37.90	11.63	0.427*

\* $p<0.001$

İki değişken arasındaki ilişkinin denklemini oluşturabilmek adına, basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ( $p<0.01$ ).

**Tablo 5. Regresyon Analiz Sonuçları**

Bağımlı Değişken: Sosyal Medya Kullanımı	
Sabit	19.179
E-sağlık okuryazarlığı	0.427*
Açıklanan Varyans	%18

\* $p<0.001$

E-sağlık okuryazarlık düzeyinin, hastane tercihinde sosyal medya kullanımı düzeyindeki varyansın %18'ini ( $R^2$ ) açıkladığı görülmüştür. Modelin regresyon denklemi aşağıdaki gibi oluşmuştur;

Hastane tercihinde sosyal medya kullanımı=  $19.179 + 0.427 \times$  E-sağlık okuryazarlık düzeyi

### IV. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma hastane tercihinde sosyal medya kullanımına ilişkin algıların, e-sağlık okuryazarlığı düzeyi ile ilişkisini araştırmak ve demografik değişkenlerin katılımcıların sosyal medya kullanım algısı ve e-sağlık okuryazarlık düzeyi üzerinde farklılık oluşturup oluşturmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanımı algısı arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatür incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile ilgili ayrı ayrı gerçekleştirilmiş pek çok araştırma yer almaktadır. Fakat hastane tercihinde sosyal medya kullanımı ve e-sağlık okuryazarlık ilişkisini inceleyen araştırma sayısı oldukça düşüktür. Yapılan araştırmalar incelendiğinde, literatürdeki çalışmaları destekleyecek sonuçlar elde edilmiştir. Özer ve ark. tarafından 2020 yılında yapılan çalışma sonucunda; e-sağlık okuryazarlığı ile sosyal medya kullanımının üç alt boyutu incelenmiştir. Sosyal medya kullanımının sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı boyutu ile sosyal rutinlerle bütünleşme boyutu arasında pozitif ve düşük düzeyde ilişkiler bulunmuştur (Özer et al., 2020). Sharma ve ark. tarafından 2019 yılında yapılan araştırma sonucunda; katılımcıların e-sağlık okuryazarlığı algısının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir (Sharma et al., 2019). Uçar tarafından 2019 yılında yapılan çalışma sonucunda ise hastanelerin sosyal medya hesapları üzerinden yaptıkları paylaşımların bilgi edinme (%35), anlaşılır olma (%40), doğru olma (%37), eksiksiz olma (%40.3) ve güncel olma (40.5) düzeylerinde katılımcıların satın alma niyetine olumlu etki yaptığı tespit edilmiştir (Uçar, 2020). Hastane tercihinde sosyal medya kullanımını inceleyen diğer bir araştırma sonucunda, sosyal medyayı kullanan katılımcıların büyük bir kısmının (% 75.6) sosyal medyayı hastane tercihinde de kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca aynı araştırma sonucunda, bireylerin hastane tercihi öncesi düşüncelerinin şekillenmesinde sosyal medyanın etkisinin olduğu da tespit edilmiştir (Çimen et al., 2015).

Sağlık hizmet kullanıcıları hastane tercihinde sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmaya başlamasının yanı sıra sağlık bilgisine erişmek amacıyla da sosyal medya hesaplarına başvurmaktadır.

Konu ile ilgili literatüre bakıldığında Karagöl tarafından yapılan bir araştırmada sağlıkla ilgili gelişmelerin takip edilmesi ve değerlendirilmesinde birinci sırada sağlık personeline danışıp bilgi alma yer alırken ikinci sırada hastanelerin sosyal medya hesaplarının incelendiği tespit edilmiştir (Karagöl, 2017). Tengilimoğlu ve ark. tarafından 2014 yılında yapılan bir araştırmada ise sağlık sistemi ile ilgili gelişmelerin takibinde (%66.7) ve sağlık hizmetine başvurmadan önce hekim/hastane seçiminde (%45.5) en sık başvurulan bilgi kaynakları arasında sosyal medya hesaplarının yer aldığı tespit edilmiştir (Tengilimoğlu et al., 2015). Bu durumda bireylerin sağlık hizmeti almadan önce başvurdukları kaynaklar arasında yer alan hastane sosyal medya hesapları önemli bir referans niteliğindedir. Sağlıkla ilgili gelişmelerin takibinde ve sağlık hizmeti almadan önce hekim/hastane seçiminde sosyal medya kullanım oranlarının yüksek çıkması, hastanelerin sosyal medya hesaplarını aktif kullandığı takdirde hasta kazanacağına bir göstergesi olarak yorumlanabilmektedir. Aşkın tarafından 2018 yılında yapılan çalışmada bu savı destekler sonuçlar elde edilmiş olup tercih edilen hastanenin sosyal medyada paylaştığı bilgilere güvenme eğilimi ile sosyal medyanın hastane tercihinde önemli bir faktör olduğunu düşünme eğilimi arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir (Aşkın, 2018) ( $r=0.491$ ,  $p<0.01$ ).

Gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde sosyal medyanın, katılımcıların doğru sağlık kararları alabilmesi için gerekli olan sağlık bilgilerini elde etmesi ve kavraması için etkin bir platform olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle sosyal medya aracılığı ile elde edilebilecek sağlık ile ilgili bilgi kapasitesinin artırılması önerilmiştir (Boulos, 2012). Yine alanda yapılan bir çalışmada e-sağlık okuryazarlık düzeyi yüksek olan katılımcıların, internet ve sosyal medya kanallarını aracılığı ile sağlık bilgisini artırma olasılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sağlık üzerine çevrimiçi bilgi aramada sosyal medya kanallarının daha iyi sonuçlara sahip olduğu tespit edilmiştir (Manganello et al., 2017). Kahyaoğlu ve ark. (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise sağlık hizmet kullanıcılarının e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir bağlantı tespit edilmiştir. Eğitim seviyesi arttıkça e-sağlık okuryazarlık düzeyinin de arttığı tespit edilmiştir (Kahyaoğlu Yaman et al., 2020). Diğer bir çalışmada e-sağlık okuryazarlık düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur  $F(3.419)= 0.85$ ,  $P=0.47$ ,  $\eta^2=0.006$ ). Çalışmada bütün eğitim düzeylerinde sağlık okuryazarlık standartlarının belirlenmesi gerektiği anlatılmıştır (Saygın et al., 2021). Son yıllarda yaşanan Covid-19 pandemi sürecinde gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde de e-sağlık okuryazarlık düzeyi yüksek olan kişilerin, sosyal medya kanalları aracılığı ile elde ettiği bilgiler sayesinde bulaş önleyici davranışları daha çabuk benimsediği ve uyguladığı tespit edilmiştir (Li & Liu, 2020). Pandemi döneminde artan dijital platform kullanımları tüm alanları etkilediği gibi sağlıkla ilgili bilgi arama davranışını da etkilemiştir. Günümüzde daha sık kullanılır hale gelen sosyal medya kanalları, sağlıkla ilgili olumsuz etkileri önlemeye yönelik davranışları teşvik etmek için etkili bir yöntemdir (Qin et al., 2021). Covid-19 döneminde önemi daha iyi anlaşılan medya kullanımı, topluma profesyonel bilgi sağlamak, toplumda paniği azaltmak ve sağlık bilgisini daha hızlı yayarak toplumla işbirliği gerçekleştirmek adına en uygun araçtır. E-sağlık okuryazarlığı açısından incelendiğinde ise sosyal medya araçları, katılımcıların motivasyon, karar verme yetisi ve yaşlılar ile bağlantı kurma noktasında fırsatlar yaratmaktadır. Sosyal medya araçlarının toplumu yönlendirme ve etki altına alma özelliği bulunmaktadır. Dolayısı ile e-sağlık okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesiyle birlikte sosyal medya platformları; hastalıklar üzerine genel bilgilerinin paylaşılması, gerek tüm sağlık kuruluşları, hastaneler ve sağlık personeli ile ilgili değerlendirmeler yapılabilmesi ve gerekse hastalıkların zorlukları ve baş etme yöntemlerinin aktarılması gibi pek çok konuda önemli bilgiler sağlamaktadır (Dudley et al., 2019).

Sonuç olarak yapılan çalışma ve ilgili literatür incelendiği zaman, sosyal medya kullanımının sağlık iletişimindeki yeri ve öneminin artıyor oluşu bireylerin sağlık okuryazarlığı ve e-sağlık okuryazarlığı düzeyinin artırılması gerektiğine işaret etmektedir. Sağlık iletişimi kapsamında sosyal medya araçları; bilgi edinme, sosyal etkileşim kurma, pazarlama, araştırma vb. konularda kişi ve kurumlara oldukça fayda sağlamakta ve günlük yaşamı kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya aracılığı ile aktarılan bu bilgi yoğunluğunda katılımcıların kendisine faydalı bilgileri ayırt edebilmesi için e-sağlık okuryazarlık seviyesini arttırması gerekmektedir. Beklenmedik anda yaşanan Covid-19 pandemi döneminde de hem

sosyal medya araçlarının hem de e- sağlık okuryazarlık seviyesinin artırılması gerektiğinin önemi daha çok anlaşılmıştır. Çünkü salgın döneminde yaşanan sosyal izolasyon ve gönüllü karantina süreçleri, gündemi takip etmek için sosyal medya araçlarını ön plana çıkarmıştır. Salgın öncesinde boş zamanlarını internet ve sosyal medyada geçiren kullanıcılar, salgın döneminde gündemi takip etmek için sosyal medyayı kullanmaya başlamışlardır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi Sağlık Bakanlığı ve ilgili kuruluşların pandemiye yönelik bilgilendirmeleri sosyal medya hesapları üzerinden gerçekleştirmesidir. Ayrıca pandemi ile birlikte hastanelerde hizmet sunum yöntemlerine alternatif geliştirilmiş, sağlık hizmet kullanıcılarının hastanelere erişim yöntemleri güncellenmiştir. Bu güncellemelerinin en başında e-doktor görüşmeleri, e-sonuç, dijital sağlık asistanı ve evde sağlık gibi hizmetleri gelmektedir. Dijitalleşme ile başlayan ve pandemi ile hız kazanan bu dönüşüm sürecinde sosyal medya kullanan kişilerin hastane tercih ederken belirli kriterlere dikkat ettiği saptanmış ve e- sağlık okuryazarlık seviyesi yüksek olan bireylerin doğru bilgiye daha kolay eriştiği görülmüştür. E- sağlık okuryazarlık düzeyi ile hastane tercihinde sosyal medya kullanım algısını ilişkilendiren bu çalışma da mikro bir bakış açısı sunularak literatüre katkıda bulunulmaya çalışılmıştır. Gelecek araştırmalarda, bu kapsamda daha makro düzeyde araştırmalar gerçekleştirilmesi daha geniş bakış açısıyla konuya yaklaşılmasına destek olacaktır.

## MAKALE BİLGİ FORMU

### **Yazar Katkıları:**

**Fikir/ Kavram:** Şeyda ÇAVMAK

**Araştırma tasarımı:** Şeyda ÇAVMAK

**Makale yazımı:** Şeyda ÇAVMAK

**Veri toplama:** Şeyda ÇAVMAK

**Analiz:** Şeyda ÇAVMAK

**Eleştirel okuma:** Şeyda ÇAVMAK

### **Çıkar Çatışması Bildirimi**

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

## Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Spss uygulamalı* (7.Baskı). Sakarya Yayıncılık.
- Aşkın, Y. (2018). *Hastane tercihinde sosyal medya kullanım etkisi: İstanbul örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Beykent Üniversitesi.
- Balta Peltekoğlu, F. (2012). Sosyal medya, sosyal değişim. İçinde: Kara, T. ve Özgen, E. (Ed), *Sosyal Medya I Akademi* (1. Baskı, ss.3-8). İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.
- Boulos, M. N. (2012). Using social media for improving health literacy. *World Health Organization Regional Office For Europe, Copenhagen, Denmark*.
- Çimen, M., Çizmeci, E., Deniz, S., & Erkoç, B. (2015). Hastane tercihinde sosyal medyanın kullanımı. *The Journal Of International Social Research*, 8(41), 1203-1210.
- Demirkol, O. (2017). Sosyal medya gündeminin algılanışı üzerine niteliksel bir kullanıcı araştırması. *AUAD*, 3(1), 129-159.
- Dudley, D. A., Van Bergen, P., Mcmaugh, A., & Mackenzie, E. (2019). The role of social media in developing young people's health literacy In: Goodyear, V. A. and Armour, K. M. (Eds), *Young People, Social Media and Health*. 1, 147-161.
- Eysenbach, G. (2000). What is e-health?. *Journal Of Medical Internet Research*, 3(2), E20.
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.
- Gencer, T. Z. (2017). Norman ve Skinner'ın e-sağlık okuryazarlığı ölçeğinin kültürel uyarlaması için geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1, 131-145.
- Gençyürek, E. M. (2019). *E-sağlık okuryazarlığı: Dijital mecralarda sağlık reklamları* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- HLS-EU (2012). Consortium. *Comparative report of health literacy in eight EU member states*. The European Health Literacy Survey HLS-EU, The international Consortium of the HLS-EU Project, DC.

- Yaman Kahyaoğlu, D., Yücedağ Erdinç, N., & Keklik Okul, F. (2020). Sağlık hizmeti kullanıcıları ve sağlık çalışanlarının e-sağlık okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ve finansal sürdürülebilirliğe ilişkin görüşlerin incelenmesi. *USAYSAD Dergisi*, 6(3), 563-577.
- Karagöl, B. (2017). *Sosyal medyanın sağlık iletişimideki yeri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ufuk Üniversitesi.
- Korda, H., & Itani, Z. (2013). Harnessing social media for health promotion and behavior change. *Health Promotion Practice*, 14(1), 15-23.
- Li, X., & Liu, Q. (2020). Social media use, e-health literacy, disease knowledge, and preventive behaviors in the COVID-19 pandemic: Cross-Sectional study on Chinese netizens. *Journal Of Medical Internet Research*, 22(10), 9-15.
- Manganello, J., Gerstner, G., Pergolino, K., Graham, Y., Falisi, A., & Strogatz, D. (2017). The relationship of health literacy with use of digital technology for health information: Implications for public health practice. *Journal Of Public Health Management and Practice*, 23(4), 380-387.
- Norman, C. D., & Skinner, H. A. (2006). E-health literacy: Essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of Medical Internet Research*, 8(2), e506.
- Özer, Ö., Özmen, S., & Özkan, O. (2020). Sosyal medya kullanımının e-sağlık okuryazarlığına etkisinin incelenmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(2), 353-367.
- Qin, N., Shi, S., Duan, Y., Ma, G., Li, X., (2021). Social media use, e-health literacy, knowledge, attitudes, and practices toward COVID-19 vaccination among Chinese college students in the phase of regular epidemic prevention and control: A cross-sectional survey. *Frontiers in Public Health*, 9, 2273.
- Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü. (2020). Türkiye'nin sağlık okuryazarlığı düzeyi. <https://sggm.saglik.gov.tr/TR.57003/turkiyenin-saglik-okuryazarligi-duzeyi-olculdu.html>. 20 Aralık 2020'de basıldı. 24 Ağustos 2022'de erişildi.
- Saygın, E., Tolon, M., Doğan, B., & Atalay, K. D. (2021). COVID-19 pandemi döneminde e-sağlık okuryazarlığının incelenmesi üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56(3), 1559-1575.
- Sharma, S., Oli, N., & Thapa, B. (2019). Electronic health-literacy skills among nursing students. *Advances in Medical Education And Practice*, 10, 527-532.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-32.
- Sorensen, K., Van Den Broucke, S., Fullam, J, (2012). Consortium health literacy project european. health literacy and publichealth: A systematic review and integration of definitions and models. *Bmc Publichealth*, 25, 12-80.
- Tengilimoğlu, E., Parlıtı, N., & Yar, C. E. (2015). Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyi: Ankara ili örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 76-96.
- Uçar, T. (2020). Hastane tercihinde sosyal medyanın etkisine yönelik bir araştırma. *Journal of Healthcare Management and Leadership*, 1(1), 28-42.
- Yang, S. C., Luo, Y. F., & Chiang, C. (2019). Electronic health literacy and dietary behaviors in Taiwanese college students: Cross-Sectional study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(11), e13140.