

# Dijital kamu ve özel hastanelerinin sosyal medya kullanımlarının karşılaştırılması: EMRAM 7 hastaneleri örneği

## Comparison of social media use of digital public and private hospitals: An example of EMRAM 7 hospitals

Döne Kaplan<sup>1</sup>, M. Fevzi Esen<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Arş. Gör. İstinye Üniversitesi, İstanbul/Türkiye, done.tutuncu@istinye.edu.tr, 0000-0002-4527-8968

<sup>2</sup> Doç. Dr. Sağlık Bilimleri Üniversitesi, İstanbul/Türkiye, fevziesen@gmail.com, 0000-0001-7823-0883

### ÖZ

**Giriş ve Amaç:** Günümüzde sosyal medya bireyler ve kuruluşlar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle sağlık alanında sosyal medya hem sağlık profesyonelleri hem de hastalar arasında iletişimdeki boşlukları doldurmanın bir yolu olarak giderek daha fazla kullanılmakta, etkileşim için yeni yöntem ve fırsatlar sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, ülkemizde EMRAM 7 seviyesindeki dört kamu hastanesi ile dört özel zincir hastanesinin Twitter (X) kullanım düzeylerini karşılaştırmaktır. **Gereç ve Yöntem:** Tanımlayıcı tıpteki bu çalışmada, verilerin analizinde Python (3.9.12) programlama dili kullanılmıştır. Tweetlerin toplanması ve tüm analiz işlemleri Python dili 3.9.12 versiyon numaralı ortamında gerçekleştirilmiştir. Twitterler tqdm 4.63.0 versiyon numaralı araç ve snsrape (Versiyon: 0.6.2.20230320) kütüphanesi kullanılarak elde edilmiştir. Çalışmalar 6.5.3 versiyon numaralı jupyter notebook yazılımı üzerinde, ön işleme adımları olarak verinin temizlenmesi, sadeleştirilmesi ve analizi amacıyla regex (Versiyon: 2023.6.3), nltk (Versiyon: 3.8.1), pandas (Versiyon: 1.5.3) kütüphaneleri kullanılmıştır. Son olarak veri görselleştirmede matplotlib (Versiyon: 3.7.1) kütüphanesi kullanılmıştır. **Bulgular:** Çalışmada devlet hastanelerinde acil servis hizmetleri ve hastane/poliklinik açılışlarının en fazla paylaşılan içerikler olduğu tespit edilmiştir. Özel hastanelerde ise kanser taraması (özellikle meme kanseri), kalp krizi, checkup hizmetleri ve alanında uzman sağlık profesyonellerinin klinik hizmeti vermeye başladığına ilişkin içeriklerin büyük yoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, ortalama cevap, retweet, beğeni, alıntılama ve görüntüleme sayıları bakımından devlet hastaneleri ve özel hastanelerinin istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. **Sonuç:** Sonuç olarak bu çalışmada hem devlet hem de özel hastanelerin Twitter'ı öncelikli olarak reklam amacıyla kullandığı tespit edilmiştir. Çalışmada EMRAM 7 seviyesinde olan hastanelerin tıbbi teknolojiler ve dijitalleşme konularındaki paylaşım sayılarının yok denecek kadar az olduğu dikkat çekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** EMRAM, Sosyal Medya, Twitter, İçerik Analizi, Dijital Hastaneler

**Key Words:** EMRAM, Social media, Twitter, Content Analysis, Digital Hospitals

**Sorumlu Yazar/Corresponding Author:**

Arş. Gör. İstinye Üniversitesi, İstanbul/Türkiye, done.tutuncu@istinye.edu.tr, 0000-0002-4527-8968

**DOI:** 10.52880/sagakaderg.1451954

**Gönderme Tarihi/Received Date:** 15.03.2024

**Kabul Tarihi/Accepted Date:** 07.06.2024

**Yayımlanma Tarihi/Published Online:** 30.06.2024

### ABSTRACT

**Introduction and Objective:** Today, social media is used extensively by individuals and organizations. Especially in the field of healthcare, social media is increasingly being used as a way to fill gaps in communication between healthcare professionals and patients, providing new methods and opportunities for interaction. The aim of this study is to compare the level of Twitter usage of four public hospitals and four private chain hospitals at EMRAM 7 level in Turkey. **Materials and Methods:** In this descriptive study, Python (3.9.12) programming language was used to analyze the data. The collection of tweets and all analysis processes were carried out in Python language version 3.9.12. The tweets were obtained using the tqdm tool version 4.63.0 and the snsrape library (Version: 0.6.2.20230320). The studies were carried out on jupyter notebook software version 6.5.3, using regex (Version: 2023.6.3), nltk (Version: 3.8.1), pandas (Version: 1.5.3) libraries for data cleaning, simplification and analysis as pre-processing steps. Finally, matplotlib (Version: 3.7.1) library was used for data visualization. **Findings:** The study found that emergency services and hospital/polyclinic openings were the most shared content in public hospitals. In private hospitals, on the other hand, content about cancer screening (especially breast cancer), heart attacks, checkup services and the start of clinic services by specialized health professionals were found to be the most shared content. It was also concluded that public and private hospitals differed statistically significantly in terms of the average number of replies, retweets, likes, quotes and views. **Conclusion:** In conclusion, this study found that both public and private hospitals use Twitter primarily for advertising purposes. It is noteworthy that the number of posts on medical technologies and digitalization by hospitals at EMRAM 7 level is almost negligible.

## GİRİŞ

Ülkemizde Sağlık Bakanlığı 2013-2017 Stratejik Plan kapsamında bakanlığa bağlı kuruluşlarda “dijital hastane” kavramını oluşturmayı ve yaygınlaştırmayı hedeflemiştir (sgb.saglik.gov.tr). Sağlık Bakanlığı bu hedefini gerçekleştirirken tüm dünyada geçerli olan EMRAM (Electronic Medical Record Adoption Model-Elektronik Tıbbi Kayıt Benimseme Modeli) standardını benimsemektedir. EMRAM standardı her türlü bilginin kâğıt ortamında tutulmasından (seviye 0) elektronik ortamda tutulmasına (seviye 7) kadar değişen sekiz aşamadan oluşmaktadır. HIMSS (Healthcare Information and Management Systems Society-Sağlık Bilgi ve Yönetim Sistemleri Topluluğu) analitik kuruluşu tarafından EMRAM 7 seviyesindeki hastanelere dijital hastane belgesi verilmektedir (Li vd., 2021; Najjar vd., 2021).

Sosyal medya; kullanıcıların sanal iletişim ve ağ oluşturma yoluyla içerik, bilgi veya fikir oluşturmasını, paylaşmasını kolaylaştıran herhangi bir web sitesini veya uygulamayı ifade etmektedir (Alshakhs ve Alanzi, 2018). Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, internet kullanımının yaygınlaşması sosyal medya kullanımını arttırmaktadır. Ülkemizde en fazla kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla; WhatsApp (%82), YouTube (%67,3), Instagram (%57,6), Facebook (%50,4) ve Twitter (%20,2)'dir (TÜİK, 2022).

Sosyal medya platformları bünyesinde çok sayıda kayıtlı kullanıcı bulundurması, internete kolay ve ucuz erişim sağlaması bakımından günümüzde bilgiyi yaymanın en kolay ve en etkili yollarından biri haline gelmiştir (González-Padilla ve Tortolero-Blanco, 2020). Sosyal medya sağlık kuruluşuna dair marka oluşturmaya, kuruluşun erişim alanını genişletmeye ve iş üretmeye (örneğin ağızdan ağıza yönlendirmeler yoluyla) katkıda bulunabilmektedir (Kotsenas vd., 2018). Bu nedenle bir sağlık kurumunun sosyal medyadaki paylaşımları hafife alınmamalıdır. Yapılan bir çalışma, tüketicilerin %57'sinin hastanelerin sosyal medya varlığının hastane seçimlerini güçlü bir şekilde etkileyeceği sonucuna ulaşmıştır (Ventola, 2014). Başka bir çalışmada sosyal medyanın hekim ve hastane tercihini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Tengilimoğlu vd., 2015).

Günümüzde birçok sağlık kuruluşu sosyal medyayı çeşitli nedenlerle kullanmaktadır. Twitter'ı benimseyen hastaneler öncelikle kurumsal haberleri paylaşmak, genel sağlık bilgileri sağlamak, yaklaşan topluluk etkinliklerinin reklamını yapmak ve ağ oluşturmayı teşvik etmek için kullanmaktadır (Gomes ve Coustasse, 2015). ABD'deki birçok hastanede Facebook ve Twitter kullanımının yaygın olduğu, bu hastanelerin sosyal medyayı örgütsel haberleri duyurmak, sağlık bilgilerini

paylaşmak, çalışanları katkıları ve başarıları için tanımak için kullandığı tespit edilmiştir (Kordzadeh ve Young, 2015). Çin'de yapılan bir araştırma üçüncü basamaktaki hastanelerin sosyal medyadan; tıbbi konsültasyonlar yapmak, hastalarla bağlantı kurmak, sağlık bilgilerini yaymak için faydalandığını ortaya koymuştur (Zhang vd., 2018). Japonya'da yapılan bir çalışmada, bu ülkedeki bazı hastanelerin Facebook ve Twitter'ı halkla ilişkiler için kullandığını tespit etmiştir (Sugawara vd., 2020). Başka bir çalışmada, Avustralya'daki devlet hastanelerinin sosyal medyayı kalite iyileştirme amacıyla kullandığı sonucuna ulaşılmıştır (Walsh vd., 2021).

Sonuç olarak sosyal medya uygulamaları, dinamik işletmelerin hayatta kalması ve radikal değişiklikler sağlamak için gerekli hale gelmiştir. Özellikle sağlık hizmetlerinde sosyal medya kullanımını büyümeye devam edecektir. Bu nedenle sosyal medyanın uzun yıllar sağlık hizmetlerinin önemli bir parçası olarak kalacağı kabul edilmelidir (Farsi vd., 2022). Dijitalleşen dünyada her kuruluş gibi sağlık sektörü de yeniliklere ayak uydurmalıdır. Gerek özel gerek kamu hastanelerinin sosyal medyayı etkin kullanmaları elzemdir. Bu çalışmada dijital hastanelerin sosyal medya platformlarından Twitter'ı ne derece etkin kullandığı merak edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, ülkemizde EMRAM 7 seviyesindeki dört kamu hastanesi ile dört özel zincir hastanesinin Twitter kullanım düzeylerini karşılaştırmaktır.

## GEREÇ VE YÖNTEM

### Araştırmanın Zamanı

01.01.2023-18.04.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

### Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışmada EMRAM 7 seviye olduğu bilinen devlet ve özel hastanelere ait resmi Twitter hesaplarından erişime açık, 01.01.2023 tarihi ve çalışmanın başladığı 18.04.2024 tarihleri arasında yapılan paylaşımlardan derlenen tweetler kullanılmıştır. Çalışmaya dahil edilen devlet hastaneleri; Yozgat Şehir Hastanesi, İzmir Tire Devlet Hastanesi, İzmir Ödemiş Devlet Hastanesi, İstanbul Bahçelievler Devlet Hastanesi olmak üzere 4 tanedir. EMRAM hastaneleri içerisinde en fazla tweeti atan hastaneler çalışmaya dahil edilmiştir. Benzer şekilde Memorial, Medicalpark, Acıbadem, Medicana hastaneleri de aynı sayıda çalışmaya dahil edilen özel hastanelerdir. Bu hastaneler özel hastaneler içerisinde en çok bilinen ve en fazla tweet atan hastaneler olduğu için çalışmaya dahil edilmiştir.

## Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Tweetlerin toplanması ve tüm analiz işlemleri Python dili 3.9.12 versiyon numaralı ortamında gerçekleştirilmiştir. Tweetler tqdm 4.63.0 versiyon numaralı araç ve snsrape (Versiyon: 0.6.2.20230320) kütüphanesi kullanılarak elde edilmiştir. Çalışmalar 6.5.3 versiyon numaralı jupyter notebook yazılımı üzerinde, ön işleme adımları olarak verinin temizlenmesi, sadeleştirilmesi ve analizi amacıyla regex (Versiyon: 2023.6.3), nltk (Versiyon: 3.8.1), pandas (Versiyon: 1.5.3) kütüphaneleri kullanılmıştır. Son olarak veri görselleştirmede matplotlib (Versiyon: 3.7.1) kütüphanesi kullanılmıştır.

Devlet ve özel hastanelerin tweetlerine verilen ortalama cevap sayısı, tekrar tweetleme sayısı, beğeni sayısı, alıntılıma ve görüntüleme sayılarında anlamlı fark olup olmadığının tespitinde Mann Whitney U testi kullanılmıştır.

Toplanan tweetler devlet hastaneleri ve özel hastaneler olmak üzere iki ana grup olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda ilgili tarihler arasında devlet hastanelerinin resmi hesaplarından atılan toplam tweet sayısı: 2188 ve özel hastanelerin resmi hesaplarından atılan toplam tweet sayısı ise 15336 olarak görülmüştür. Toplamda 17.524 tweet değerlendirmeye dahil edilmiştir. Ön işleme sürecinden geçirilen tweet gövde metni örneği de Tablo 1'de verilmiştir.

Tweetler üzerindeki etkileşimleri ifade eden nicelikler ['replyCount', 'retweetCount', 'likeCount', 'quoteCount', 'viewCount'] şeklinde isimlendirilmiş ve bu etiketlere ait değerler her bir tweet ile toplanmıştır. Bu sayısal değerlere ilişkin ölçütler aşağıdaki gibidir:

'replyCount' = cevap sayısı,  
'retweetCount' = tekrar tweetleme (retweet) sayısı,  
'likeCount' = beğeni sayısı,  
'quoteCount' = alıntılanma sayısı,  
'viewCount' = görüntülenme sayısı.

'replyCount' = cevap sayısı,

'retweetCount' = tekrar tweetleme (retweet) sayısı,

'likeCount' = beğeni sayısı,

'quoteCount' = alıntılanma sayısı,

'viewCount' = görüntülenme sayısı.

## BULGULAR

EMRAM 7 seviyesinde olan devlet hastaneleri ve özel hastanelerin resmi Twitter hesaplarından atılan tweetlere ilişkin tanımlayıcı ölçütler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2'ye göre, özel hastaneler tarafından atılan toplam tweet sayısının devlet hastaneleri tarafından atılan toplam tweet sayısının yaklaşık 7 katı olduğu tespit edilmiştir. Tweet başı düşen ortalama görüntüleme ve cevaplama sayısının özel hastanelerde 5 kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde tweet başı düşen ortalama retweet sayısının özel hastanelerde yaklaşık 2.2 kat daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu durum beğeni ve alıntılama sayılarının özel hastanelerde daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca ortalama cevap, retweet, beğeni, alıntılama ve görüntüleme sayıları bakımından devlet hastaneleri ve özel hastanelerinin istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p < 0.001$ ).

Temizlenmiş Tweet Metni	Cevap Sayısı	Tekrar Tweetleme Sayısı	Beğeni sayısı	Alıntılama sayısı
gelişen erken tanı yöntemleri tarama teknolojileri tecrübeli hekim kadromuz tedavisindeki çok yönlü yaklaşımlarımız kanserle savaşta yanımızdayız	1	36	861	1
onkolojik tedavileri yarım kalan kanser hastası depremzede vatandaşlarımızın dikkatine	13	421	488	26
ayında sıklıkla tüketilen sıvı ihtiyacımızı karşılamak yerine vücuttan su atılmasına sebep olur vücutta oluşan su kaybı halsizlik bulantı baş dönmesi şikayetlerine yol açabilir	0	12	416	0
zorlu yolculukta kanser hastalarına destek olmak istiyoruz siz destek olun farkındalığı herkese yayalım	1	36	336	0
acil servisin kapatıldığı bilgisi asılsızdır her zamanki hastalarımıza hizmet verilmektedir bahcelievler devlet hastanesi	10	14	37	5
hasta moral gününde bedia akartürk konseri	1	6	10	0

Tablo 2. Tweet Başı Düşen Ortalama Metrikler

Değişken	Devlet Hastaneleri			Özel Hastaneler			p
	N	Ort.	Std. Hata	N	Ort.	Std. Hata	
Cevap Sayısı	2188	0.106	0.010	15336	0.496	0.176	<0.001*
Retweet sayısı	2188	0.773	0.028	15336	1.720	0.046	<0.001*
Beğeni Sayısı	2188	3.500	0.292	15336	9.845	0.335	<0.001*
Alıntılanma Sayısı	2188	0.011	0.003	15336	0.077	0.006	<0.001*
Görüntülenme Sayısı	2188	12.381	1.473	15336	60.112	18.349	<0.001*

\*%95 güven düzeyinde anlamlı



## TARTIŞMA VE SONUÇ

Twitter sağlık kuruluşları tarafından en fazla tercih edilen sosyal medya platformudur (Kordzadeh ve Young, 2015; Piscotty vd., 2016; Heras-Pedrosa vd., 2020; Walsh vd., 2021). Bu çalışma, ülkemizde EMRAM 7 seviyesindeki dört kamu hastanesi ile dört özel zincir hastanesinin Twitter kullanım düzeylerinin karşılaştırılması amacı gütmektedir.

Bu çalışmada EMRAM 7 seviyesindeki dört devlet hastanesinin Twitter hesabı olduğu görülmüştür. Bu hastanelerin en fazla atılmış olduğu tweetler sırasıyla; acil servis hizmetleri, şehir hastanesi açılışları, yoğun bakım hizmetleri ile ilgilidir. Bu durumda devlet hastanelerinde atılan tweetlerin daha çok reklam amacı taşıdığı yorumu yapılabilir. Avustralya'daki devlet hastanelerinin Twitter'ı kalite iyileştirme amacıyla kullandıkları ortaya konulmuştur (Walsh vd., 2021). Kumbasar (2018) ele aldığı çalışmada, Türkiye'de hizmet veren tüm kamu hastanelerinin Twitter hesabı olduğu ve bu hastanelerin Twitter'ı sağlık ile ilgili bilinç oluşturmaya yönelik kullandığı sonucuna ulaşmıştır. Görüldüğü üzere bu çalışmada ele alınan devlet hastanelerinin Twitter hesabını kullanım amacı literatür ile farklılık göstermektedir. Dijital hastane belgesine sahip olan bu hastanelerin dijitalleşme ve yapılan dijital uygulamalara yönelik hiç tweet atmaması dikkat çekmektedir. Halkın dijital hastanelere yönelik bilgi ve farkındalıklarının arttırılması için geniş kitleler tarafından sıklıkla kullanılan Twitter üzerinden bu konuda paylaşımların yapılması önem arz etmektedir.

Bu çalışmada ele alınan dört özel hastanesinin Twitter hesabı olduğu ve aktif bir şekilde kullandıkları görülmüştür. Bu hastanelerin en fazla atılmış olduğu tweetler sırasıyla; kanser taraması (özellikle meme kanseri), kalp krizi, erken teşhis ve checkup hizmetleri, alanında uzman sağlık profesyonellerinin klinik hizmeti vermeye başladığına ilişkin reklam içerikli paylaşımlardır. Bu durumda özel hastanelerin atılmış oldukları tweetlerin erken teşhisin önemi ve reklam amacı taşıdığı yorumu yapılabilir. James (2016) tarafından ele alınan çalışmada, özel hastanelerin pazarlama faaliyeti olarak sosyal medyadan faydalandığı ortaya konulmuştur. Akbolat ve arkadaşları (2019) ele aldıkları çalışmada, özel hastanelerin Twitter'ı erken teşhisin önemi, beslenme ve sağlıklı yaşam biçimi önerileri vermek gibi amaçlar için kullandığı görülmüştür. Görüldüğü üzere bu çalışmada özel hastanelerin Twitter'ı kullanım amacıyla örtüşen çalışmalar bulunmaktadır.

Bu çalışmada özel hastanelerin hastalık farkındalığını arttırmaya ve halk sağlığına katkıda bulunmaya yönelik atılmış oldukları tweetlerin devlet hastanelerinin bu

bağlamda atmış olduğu tweet sayısından daha fazla olduğu yorumu yapılabilir. Baloğlu'nun (2020) ele aldığı çalışmada hem özel hem devlet hastanelerinin Twitter, Instagram ve Facebook'u kullandıkları tespit edilmiştir. Lorcu ve Demir (2017) ele aldıkları çalışmada, özel hastanelerin sosyal medyayı, kamu hastanelerinden daha etkin kullandığı görülmektedir. İstanbul, Ankara, İzmir gibi metropollerde bulunan hastanelerin diğer hastanelere göre sosyal medya kullanım düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada özel hastanelerin devlet hastanelerine nazaran atılmış oldukları tweet sayısının fazla olması, ortalama cevap, retweet, beğeni, alıntılama ve görüntüleme sayıları bakımından devlet hastaneleri ve özel hastanelerinin istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşması özel hastaneler tarafından Twitter kullanım ve paylaşımlarına daha fazla önem verildiğini göstermektedir.

Çalışmalar sağlık kuruluşları tarafından salgın döneminde Twitter kullanımının büyük bir artış gösterdiğini ve bu dönemde atılan tweet sayısının fazla olduğunu ortaya koymaktadır (Rosenberg vd., 2020; Alhassan ve AlDossary, 2021; Slavik vd., 2021; Gupta vd., 2022). Ancak ele alınan bu çalışmada hem devlet hem de özel hastanelerin salgın döneminde atılmış oldukları tweet sayılarının çok fazla olmadığı görülmüştür. Ancak bu tarz kriz dönemlerinde halkın ne ile karşı karşıya olduğunu ifade etmek, ne tür önlemler alarak salgından korunması gerektiğine dair bilgiler vermek, belirsizlik karşısında halkın endişesini azaltmaya yönelik atılacak tweetler oldukça önemlidir. Halk, belirsizliğin olduğu bu dönemde sağlık kuruluşları gibi güvenilir kaynaklardan bu bilgileri paylaşmasını beklemektedir. Bu nedenle sağlık kuruluşlarının özellikle kriz dönemlerinde halkı aydınlatmaya yönelik tweetler atması elzemdir.

Sonuç olarak, ülkemizde EMRAM 7 seviyesindeki dört kamu hastanesi ile dört özel zincir hastanesinin Twitter kullanım düzeylerini karşılaştırma amacı güden bu çalışmada, devlet ve özel hastanelerin Twitter hesaplarının olduğu ve farklı amaçlarla kullandıkları tespit edilmiştir.

Çalışmaya yönelik öneriler ise şu şekildedir:

Çalışmada sağlık kuruluşlarının sosyal medya hesaplarından sadece Twitter incelenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda diğer sosyal medya platformları da dahil edilerek karşılaştırma yapılabilir.

Çalışmaya en fazla tweet atan EMRAM 7 dijital hastaneleri dahil edilmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda bütün dijital hastaneler dahil edilerek bir karşılaştırma yapılabilir.

## KAYNAKLAR

- Akbolat, M., Amarat, M., Otyıldız N. (2019). Sağlık kurumları, paydaşları ile iletişimde twitter'i nasıl kullanıyor? Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 22(1): 181-190.
- Alhassan, F. M. and AlDossary, S. A. (2021). The Saudi Ministry of Health's Twitter Communication Strategies and Public Engagement During the COVID-19 Pandemic: Content Analysis Study. *Jmir Public Health And Surveillance*, 7(7), e27942, 1-14. doi: 10.2196/27942
- Alshakhs, F. and Alanzi, T. (2018). The evolving role of social media in health-care delivery: measuring the perception of health-care professionals in Eastern Saudi Arabia. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 11, 473-479.
- Baloğlu, Ö. Ö. (2020). Hastanelerin diyalojik bir iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı: Konya'daki kamu hastaneleri ve özel hastaneler üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1127-1152.
- Farsi, D., Martinez-Menchaca, H. R., Ahmed, M., Farsi, N. (2022). Social Media and Health Care (Part II): Narrative Review of Social Media Use by Patients. *Journal Of Medical Internet Research*, 24(1), e30379. doi: 10.2196/3037.
- Gomes, C. (2015). Coustasse, A. Tweeting and Treating: How Hospitals Use Twitter to Improve Care. *Health Care Manag.* 34, 203-214.
- González-Padilla D. A., Tortolero-Blanco L. (2020). Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *Int Braz J Urol*, 46(1), 120-124. doi: 10.1590/s1677-5538.ibju.2020.s121.
- Gupta, P., Khan, A. & Kumar, A. (2022). Social media use by patients in health care: A scoping review. *International Journal of Healthcare Management*, 15(2), 121-131. doi: 10.1080/20479700.2020.1860563.
- Heras-Pedrosa, C., Rando-Cueto, D., Jambrino-Maldonado, C. and Paniagua-Rojano, F. J. (2020). Exploring the Social Media on the Communication Professionals in Public Health. Spanish Official Medical Colleges Case Study. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 4859. doi:10.3390/ijerph17134859.
- James, P. (2016). Social Media Marketing Developments in Private Hospitals in Bangkok. *The Internet Journal of Healthcare Administration*, 11(1), 1-13. doi: 10.5580/IJHCA.35596
- Kordzadeh, N. and Young, D. (2015). Understanding how hospitals use social media: an exploratory study of Facebook posts. *Twenty-first Americas Conference on Information Systems; Puerto Rico*, 1-10.
- Kotsenas, A. L., Arce, M., Aase, L., Timimi, F. K., Young, C. and Wald, J. T. (2018), "The strategic imperative for the use of social media in health care". *Journal of American College of Radiology*, 15, 155-161. doi: 10.1016/j.jacr.2017.09.027.
- Kumbasar, B. (2018,). Türkiye'de sağlık hizmetlerinde sosyal medya kullanımı: Kamu hastaneleri örneği. *Researcher: Social Science Studies*, 6(1), 57-70.
- Li, R., Niu, Y., Scott, S. R., Zhou, C., Lan, L., Liang, Z., Li, J. (2021). Using Electronic Medical Record Data for Research in a Healthcare Information and Management Systems Society (HIMSS) Analytics Electronic Medical Record Adoption Model (EMRAM) Stage 7 Hospital in Beijing: Cross-sectional Study. *Jmir Medical Informatics*, 9(8), e24405. doi: 10.2196/24405
- Lorcu, F. ve Demir, Ş. (2017). Webometriks sıralamasındaki hastanelerin sosyal medya kullanımı. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(2), 106-118.
- Najjar, A., Amro, B., Macedo, M. (2021). The adoption level of electronic medical records in hebron hospitals based on the electronic medical record adoption model (EMRAM). *Health Policy and Technology*, 10(4), 100578. doi: 10.1016/j.hlpt.2021.100578
- Piscotty, R; Martindell, E; Karim, M. (2016). Nurses' Self-Reported Use of Social Media and Mobile Devices in the Work Setting. *Healthcare Information and Management Systems Society (HIMSS)*, 20(1), 1-9.
- Rosenberg, H., Syed, S., Rezaie, S. (2020). The Twitter pandemic: The critical role of Twitter in the dissemination of medical information and misinformation during the COVID-19 pandemic. *CJEM*, 22(4), 418-421. doi: 10.1017/cem.2020.361.
- Slavik, C. E., Buttle, C., Sturrock, S. L. Darlington, J. C., Yiannakoulis, N. (2021). Examining Tweet Content and Engagement of Canadian Public Health Agencies and Decision Makers During COVID-19: Mixed Methods Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 23(3), e24883.1-18. doi: 10.2196/24883
- Sugawara, Y., Murakami, M., Narimatsu, H. (2020). Use of social media by hospitals and clinics in Japan: descriptive study. *JMIR Med Inform.*, 8(11), e18666.
- Tengilimoğlu, E., Parlıtı, N. ve Yar, C. E. (2015). Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyi: Ankara ili örneği, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 76-96.
- TÜİK, (2022). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) (Erişim Tarihi: 5.06.2023).
- Ventola, C. (2014). Social media and health care professionals: benefits, risks, and best practices. *PT* 39(7), 491-9.
- Walsh, L., Hyett, N., Howley, J., Juniper, N., Li, C., MacLeod-Smith, B., Rodier, S., Hill, S. J. (2021). The risks and benefits of using social media to engage consumers in service design and quality improvement in Australian public hospitals: findings from an interview study of key stakeholders. *BMC Health Services Research*, 21, 876. doi: 10.1186/s12913-021-06927-x
- Zhang, W., Deng, Z., Evans, R., Xiang, F., Ye Q, Zeng R. (2018). Social media landscape of the tertiary referral hospitals in China: observational descriptive study. *J Med Internet Res.*, 20(8). <https://sgb.saglik.gov.tr>, Stratejik Plan (Erişim Tarihi: 5.06.2023).