

ÂİLE HEKİMLERİNİN İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ¹

Özgür ERDEM²

ÖZ

Günümüzde çok yaygın kullanılan internet ve sosyal medya önemli bir sağlık enformasyon kaynağıdır. Bu çalışmada amacımız, hayatın her alanında baş döndürücü bir hızla yaygınlaşarak kullanılan internet ve sosyal medya ile ilgili aile hekimlerinin alışkanlıklarını incelemek ve bu yeni iletişim araçlarını mesleklerini icra ederken ne kadar ve nasıl kullandıklarını belirlemektir. Tanımlayıcı tipteki bu araştırmanın evrenini Türkiye’de birinci basamakta sağlık hizmeti veren aile hekimleri oluşturmaktadır. Verilerin elde edilmesinde online anket tekniği kullanıldı. Elde edilen veriler SPSS 15.0 paket programı kullanılarak bilgisayara aktarıldı, frekans ve yüzde analizleri yapıldı. Çalışmamıza 716 doktor katıldı. Birinci basamakta çalışan hekimlerin kullandıkları sosyal medya araçlarını incelediğimizde %89,1’i WhatsApp, %78,5’i Facebook, %40,8’i Instagram, %33,7’si Twitter kullanırken, %1,8’i hiçbir sosyal medya aracını kullanmadığını bildirdi. “Her aile sağlığı merkezinin bir sosyal medya hesabı olmalıdır.” önermesine katılımcıların %39,8’i “katılıyorum” derken; %60,2’si katılmadığını ifade etti. Sosyal medya farklı toplum katmanlarında olduğu gibi hekimler arasında da büyük rağbet görmektedir. Ancak bu rağbet mesleki alana ve sağlık alanına yeterince yansıtılmamaktadır. Sağlık kuruluşlarının sosyal medya hesapları geliştirilerek yaygınlaştırılabilir ve bu alanda daha etkili bir iletişim ağı tesis edilebilir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, sosyal medya, aile hekimi, tutum, davranış, iletişim.

THE INVESTIGATION OF FAMILY PHYSICIANS RELATED TO INTERNET AND SOCIAL MEDIA USAGE CHARACTERISTICS

ABSTRACT

Today, the most widely used internet and social media are a major source of health information. In this study, our aim to examine the habits of the family physicians related to internet and social media, which are used at a dizzying pace in all areas of life, and to determine how often and how they use these new communication tools while performing their professions. The universe of this descriptive study is the family physicians that provide health care in Turkey at primary health care. Online questionnaire was used in obtaining the data. The obtained data was transferred to the computer using SPSS 15.0 package program, frequency and percentage analyzes were performed. 716 doctors participated in our study. When we examined the social media tools used by the physicians working in the primary health care, 89.1% of them reported WhatsApp, 78.5% of Facebook, 40.8% of Instagram, 33.7% of Twitter users and 1.8% of them did not use any social media. "Each family health center must have a social media account." 39.8% of respondents said "I agree"; 60.2% stated that they did not agree. Social media is very popular among physicians as well as at different levels of society. However, this demand is not adequately

¹ Bu çalışma 04-07 Mart 2018 tarihlerinde Bursa’da gerçekleştirilen 14. Uludağ İç Hastalıkları Kış Kongresi ve 3. Bursa Aile Hekimliği Kongresinde poster bildirisi olarak sunulmuştur.

² Uzm. Dr., Lise Halis Toprak Vakfı Devlet Hastanesi, Diyarbakır, dr.oerdem@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6377-4631

reflected in the occupational field and health field. Social media accounts of health institutions can be developed and disseminated, and a more effective communication network can be established in this area.

Keywords: İnternet, Social media, family physician, attitude, behavior, communication.

1. Giriş

İnternetin tüm dünyada hızla yayılması ve 2000 yılından itibaren web 2.0 çağının başlaması sosyal medya kavramını doğurmuştur. Sosyal medya; bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar, bloglar, uygulamalar gibi pek çok teknolojik ürünle birlikte gündelik yaşamda bireyin hemen hemen her anında etkisini hissettirmeyi başarmıştır. Geleneksel medya şeklinde tanımladığımız gazete, radyo ve televizyonun ardından sosyal medya şeklinde tanımladığımız; sosyal paylaşım ağları başta olmak üzere bloglar, forumlar, kişisel, ticari ve kurumsal web sayfaları medyanın yeni bir şekli olan sosyal medyayı oluşturmaktadır (Tosyalı ve Sütçü, 2016: 3). Günümüzün sanal ortam kullanıcıları tarafından bir alışkanlık haline gelen sosyal medya kullanımı, her kültürden ve her kesimden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt vermektedir. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her kesimden iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırmakta, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşımına olanak tanınması açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. Sosyal medya, özellikle toplumun davranışlarını etkilemesi bakımından önemlidir. Öte yandan sosyal medya diğer insanların davranışlarını etkilemede birtakım avantajlara sahiptir. Örneğin kullanıcıların çok hızlı elde ettikleri geri bildirimler bu avantajların başında gelmektedir (Vural ve Bat, 2010: 3348).

Sosyal medyanın, sağlık hizmetleri ve hastaların bilgiye ulaşımında devrim gerçekleştirdiği artık hepimiz tarafından kabul edilen bir gerçektir. Günümüzde çok yaygın kullanılan ve birçok insanı etkileyen sosyal medya; önemli bir sağlık enformasyon kaynağı olup, sağlık eğitimi ve sağlığı geliştirme arasında da önemli bir ilişkisi vardır (Şener ve Samur, 2013: 508). Sosyal medyanın, mesajları hızlı biçimde kitlelere yayma özelliği ile sağlığın geliştirilmesinde kullanımının avantajları olduğu kabul edilmektedir (Moorhead vd., 2013: 85; Şener ve Samur, 2013: 508). Özellikle sağlık eğitimi sürecinde eğitilenin pasif konumdan çıkararak kendi sağlığına ilişkin kararlara aktif olarak katılımı mümkün olmaktadır. Bu doğrultuda sağlık uzmanlarının,

enformasyon aktarımı için geleneksel yöntemlerin yanında sosyal medya araçlarını da etkili kullanması önerilmektedir (Şener ve Samur, 2013: 508). Literatürde 1289 kişi üzerinde yapılan bir çalışmada, hastaların %74'ünün kendileri veya aile bireyler için sağlık ile ilgili bilgilere ulaşmak için interneti kullandığı saptanmıştır. Aynı çalışmada doktorların %63'ünün hastalarına sağlıkla ilgili bir web sitesi önerdiği belirtilmektedir (Schwartz vd., 2006: 39). Sosyal medya teknolojisi sayesinde, bir hastanın araştırdığı bir bilgi, diğer hastaların ve sağlık hizmeti verenlerin birikmiş bilgisiyse harmanlanmakta, sonrasında da evrensel boyutlarda kullanılabilir bir bilgi topluluğu oluşturmaktadır (Soyer, 2012: 9). Kısacası iki yönlü ve eş zamanlı iletişime imkân sağlaması, hızlı ve düşük maliyetli olması internet ve sosyal medyanın başlıca avantajları arasında gösterilebilir (Bakan, 2008: 374).

Hastalar ve sağlık personeli üzerinde yapılan bir araştırmaya göre insanların en çok güvendiği sosyal paylaşımların; hekimlerin, hemşirelerin ve hastanelerin paylaşımları olduğu görülmüştür (<http://boomerangistanbul.com>). Başka bir çalışmada, 3.001 Amerikalı yetişkin ile görüşülmüş ve internet kullanıcılarının %80'inin sosyal medyayı sağlık alanında bilgi edinmek için kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca internet kullanıcılarının %16'sının doktorlar ile ilgili yorumları, %15'inin ise hastanelerle ilgili yorum ve paylaşımları araştırdığı tespit edilmiştir (Fox, 2011: 1). Sağlık iletişimi disiplini son yıllarda tüm dünyada önem kazanmıştır. Amerika Birleşik Devletlerinde “Healthy People 2010” hedefleri kapsamında, ilk kez sağlık iletişimi başlığına yer verilmiş, bu konunun artan önemine vurgu yapılmıştır. 2020 yılında daha sağlıklı bir toplumu hedefleyen “Healthy People 2020” projesi kapsamında geliştirilen başlıklarda ise “Sağlık İletişimi ve Sağlık Bilişim Teknolojileri” konusuna da yer verilmiştir (Healthy People 2020).

Bir hastalık ve bu hastalığın tedavisiyle ilgili farkındalık oluşturulması, toplumun bilgilendirilmesi, insanların doğru davranışları sergilemeleri için güdülenmeleri, sağlık hizmetlerinde etkinliğin artırılması gibi unsurlar sağlık iletişiminin hedeflerini oluşturmaktadır (Koçak ve Bulduklı, 2010: 5). Sosyal medya uygulamaları sağlık konusuna halkla iletişim kurmada fırsatlar sunmakta ve sağlık eşitsizliği konusundaki boşluğun daraltılmasına hizmet etmektedir. Dolayısıyla hasta, hasta yakını ve doktor ilişkisine imkân veren sosyal medya ağlarını da içine alacak

uygun kanallarla bütünleşik bir sağlık iletişimi çalışmasının uygulanması, sağlık alanında bilinç ve farkındalık yaratmada stratejik bir önem taşıyacaktır (Öztürk ve Öymen, 2014: 110). Literatürde, sosyal medyanın sağlık iletişimi uygulamalarında kullanımının özellikle kısa ve uzun vadedeki etkilerini araştıran, çeşitli yöntemlerin kullanıldığı kapsamlı değerlendirme ve derleme çalışmalarına ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır (Moorhead vd., 2013: 85). Diğer taraftan sağlık iletişiminde sosyal medyanın kullanımı ile ilgili Türkiye’de çok az akademik çalışmanın olduğu belirtilmektedir (Yılmaz, 2011: 74). Bu araştırmada amacımız, birinci basamak sağlık hizmeti sunan aile hekimlerinin hayatın her alanında hızla yaygınlaşarak kullanılan internet ve sosyal medya araçlarını kullanımını incelemek ve bu yeni iletişim araçlarını mesleklerini icra ederken “ne kadar?” ve “nasıl?” kullandıklarını belirlemektir.

2. Yöntem

Tanımlayıcı kesitsel tipteki bu araştırmanın evrenini; Türkiye’de birinci basamakta aile sağlığı merkezlerinde sağlık hizmeti veren hekimler oluşturmaktadır. Türkiye’de Sağlık Bakanlığı verilerine göre 21696 aile hekimi bulunmaktadır (<http://www.saglikistatistikleri.gov.tr>). Toplum sağlığı merkezinde çalışan hekimlerle beraber birinci basamakta çalışan doktor sayısı 25 bin civarındadır. Evren büyüklüğü tablosundan %95 güven aralığı ve 0.03 örneklem hatası ile ulaşılması gereken örneklem sayısı 1023 kişi olarak hesaplandı (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). Verilerin elde edilmesinde online anket tekniği kullanıldı. Literatür taramasından sonra bir anket formu hazırlandı, 30 kişilik pilot gruba uygulandıktan sonra gerekli düzenlemeler yapıldı ve uygulandı. Katılımcılara ankette; birinci bölümde sosyo-demografik veriler, ikinci bölümde ise sosyal medya ve internet kullanım ile ilgili sorular yöneltildi. Tesadüfi örneklem metoduyla e-mail ve akıllı telefon aracılığı ile toplam 1025 kişiye ulaşıldı. Ancak bunlardan sadece 716 kişi çalışmaya katılmayı kabul etti. Çalışmaya aktif olarak aile hekimliği yapanlar ve halen toplum sağlığı merkezinde çalışanlar dahil edilirken, şu anda aktif olarak birinci basamak sağlık kurumunda hizmet vermeyenler çalışmanın dışında bırakıldı. Katılımcılara çalışma ile ilgili bilgi verildikten ve onayları alındıktan sonra anket uygulandı. Verilerin tamamı 2017 yılının Mart ayında toplandı. Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 15.0 paket programı kullanılarak bilgisayara aktarıldı, frekans ve yüzde analizleri yapıldı ve ki-kare testi uygulandı.

3. Bulgular

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-demografik Özellikleri

	Her aile sağlığı merkezinin bir sosyal medya hesabı olmalıdır.		Hastalarınız ile iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz?		Çalıştığınız kurumun bildiğiniz herhangi bir sosyal medya hesabı var mı?	
	Katılıyorrum (%)	Katılmıyorum (%)	Evet (%)	Hayır (%)	Evet (%)	Hayır (%)
ÇALIŞTIĞI KURUM						
Aile Sağlığı Merkezi (n=682)	39,4	60,6	18,8	81,2	20,7	79,3
Toplum Sağlığı Merkezi (n=34)	47,1	52,9	23,5	76,5	52,9	47,1
p*	p>0,05		p>0,05		p<0,001	
MESLEK						
Doktor (n=587)	39,5	60,5	19,4	80,6	23,0	77,0
Uzman Doktor** (n=129)	41,1	58,9	17,1	82,9	18,6	81,4
p*	p>0,05		p>0,05		p>0,05	
CİNSİYET						
Kadın (n=247)	37,7	62,3	21,5	78,5	20,2	79,8
Erkek (n=469)	40,9	59,1	17,7	82,3	23,2	76,8
p*	p>0,05		p>0,05		p>0,05	
MEDENİ DURUM						
Evli (n=568)	40,0	60,0	19,4	80,6	22,5	77,5
Bekar (n=123)	39,8	60,2	17,1	82,9	22,8	77,2
Diğer (n=25)	36,0	64,0	20,0	80,0	12,0	88,0
p*	p>0,05		p>0,05		p>0,05	
KAÇ YILDIR ÇALIŞIYOR						
0-10 yıl (n=249)	39,4	60,6	10,0	90,0	20,9	79,1
11-19 yıl (n=181)	42,5	57,5	24,3	75,7	21,0	79,0
20 yıl ve üzeri (n=286)	38,5	61,5	23,4	76,6	24,1	75,9
p*	p>0,05		p<0,001		p>0,05	
YAŞ						
40 yaş altı (n=300)	40,3	59,7	12,3	87,7	21,0	79,0
40 yaş ve üstü (n=416)	39,4	60,6	23,8	76,2	23,1	76,9
p*	p>0,05		p<0,001		p>0,05	
TOPLAM (n=716)	39,8	60,2	19,0	81,0	22,2	77,8

*: ki-kare kullanılmıştır. **Aile Hekimliği Uzmanı

Çalışmamıza 716 kişi katıldı. Katılımcıların yaş ortalaması 41,13±9,03 (min:24, max:65), mesleki deneyim yıl ortalaması 16,03±9,23 olarak saptandı (min:1, max:36). “Hastalarınız ile iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz?” sorusuna mesleki deneyim yılı 10 yıldan az olanlar ile 10 yıldan daha uzun

süre hekimlik yapanlar arasında istatistiksel fark anlamlı bulundu ($p<0,001$). Mesleki deneyimi az olanların hastalarla iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını daha az kullandığı tespit edildi. Benzer şekilde 40 yaşın altında olanların, 40 yaş ve üstü olanlara göre hastalarla iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını daha az kullandığı tespit edildi ve istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,001$). Araştırmamıza katılan hekimlerinin diğer sosyo-demografik verileri ve ilişkili özellikleri tablo 1 de gösterildi.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya ve İnternet kullanım yüzdeleri

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Evinizde internet var mı?	Evet	617	86.2
	Hayır	99	13.8
Hangi Sıklıkla İnternete Giriyorsunuz?	Her gün	613	85.6
	Haftada 3-4 gün	79	11.0
	Ayda 3-4 gün ve altı	24	3.4
İnternete Girdiğinizde Ortalama Kaç Saat Zaman Harcıyorsunuz?	1 saatten az	250	34.9
	1-3 saat	328	45.8
	3-5 saat	78	10.9
	5-7 saat ve üstü	60	8.4
Hangi Sıklıkla Sosyal Medya (Facebook, Twitter, Instagram vb) Araçlarını Kullanıyorsunuz?	Her gün	467	65.2
	Haftada 3-4 gün	130	18.2
	Ayda 3-4 gün ve altı	119	16.6
Sosyal Medyada (Facebook, Twitter, Instagram vb) Günde Ortalama Kaç Saat Zaman Harcıyorsunuz?	0	177	24.7
	1-2 saat	438	61.1
	2-3 Saat	62	8.7
	3-4 Saat ve üstü	39	5.5
Akıllı Telefon Kullanıyor musunuz?	Evet	679	94.8
	Hayır	37	5.2
Cep Telefonunuzda İnternet var mı?	Evet	670	93.6
	Hayır	46	6.4
Hastalarınız ile İletişim Kurmak İçin Sosyal Medya Araçlarını Kullanıyor musunuz?	Evet	136	19.0
	Hayır	580	81.0
Çalıştığınız Sağlık Kuruluşunun Bildiğiniz Herhangi Bir Sosyal Medya Hesabı var mı?	Evet	159	22.2
	Hayır	557	77.8
TOPLAM		716	100

“Her aile sağlığı merkezinin bir sosyal medya hesabı olmalıdır.” önermesine katılımcıların %39,8’i (n=285) “katılıyorum” derken; %60,2’si (n=431) katılmadığını ifade etti. Katılımcıların sosyal medya ve internet kullanım yüzdeleri tablo 2 de özetlendi.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya ve İnternet kullanım Özellikleri

	Her aile sağlığı merkezinin bir sosyal medya hesabı olmalıdır.		Hastalarınız ile iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz?		Çalıştığınız kurumun bildiğiniz herhangi bir sosyal medya hesabı var mı?	
	Katılıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Evet (%)	Hayır (%)	Evet (%)	Hayır (%)
EVDE İNTERNET VAR MI?						
Evet (n=617)	40,4	59,6	19,9	80,1	22,2	77,8
Hayır (n=99)	36,4	63,6	13,1	86,9	22,2	77,8
p*	p>0,05		p>0,05		p>0,05	
HANGİ SIKLIKLA İNTERNETE GİRİYORSUNUZ?						
Her gün (n=613)	42,3	57,7	20,9	79,1	23,5	76,5
Haftada üç-dört gün (n=79)	27,8	72,2	8,9	91,1	11,4	88,6
Daha az (n=24)	16,7	83,3	4,2	95,8	25,0	75,0
p*	p<0,05		p<0,05		p=0,049	
İNTERNETE KAÇ SAAT ZAMAN HARCİYORSUNUZ?						
1 saatten az (n=250)	34,8	65,2	13,2	86,8	17,6	82,4
1-3 saat (n=328)	43,6	56,4	20,7	79,3	24,7	75,3
3 saatten fazla (n=138)	39,9	60,1	25,4	74,6	24,6	75,4
p*	p>0,05		p<0,05		p>0,05	
HANGİ SIKLIKLA SOSYAL MEDYAYI KULLANIYORSUNUZ?						
Her gün (n=467)	43,7	56,3	23,8	76,2	24,6	75,4
Haftada 3-4 gün (n=130)	36,9	63,1	15,4	84,6	19,2	80,8
Daha az (n=119)	27,7	72,3	4,2	95,8	16,0	84,0
p*	p<0,05		p<0,001		p>0,05	
SOSYAL MEDYADA ORTALAMA KAÇ SAAT ZAMAN HARCİYORSUNUZ?						
Kullanmıyorum (n=177)	29,4	70,6	9,0	91,0	16,9	83,1
1-2 saat (n=438)	40,6	59,4	19,4	80,6	22,4	77,6
2 saatten fazla (n=101)	54,5	45,5	34,7	65,3	30,7	69,3
p*	p<0,001		p<0,001		p<0,05	
AKILLI TELEFON KULLANIYOR MUSUNUZ?						
Evet (n=679)	40,9	59,1	19,9	80,1	22,4	77,6
Hayır (n=37)	18,9	81,1	2,7	97,3	18,9	81,1
p*	p<0,05		p<0,05		p>0,05	
CEPTE İNTERNETİNİZ VAR MI?						
Evet (n=670)	40,9	59,1	19,7	80,3	22,8	77,2
Hayır (n=46)	23,9	76,1	8,7	91,3	13,0	87,0
p*	p<0,05		p>0,05		p>0,05	
TOPLAM (n=716)	39,8	60,2	19,0	81,0	22,2	77,8

*: ki-kare kullanılmıştır.

“Hastalarınız ile iletişim kurmak, danışmanlık, duyuru vb. amaçlar için sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz?” sorusuna hekimlerin %19 “evet” %81’i “hayır” cevabını verdi. Hekimlerin hastalar ile iletişim için sosyal medya araçlarını çok az kullandığı tespit edildi. Ancak her gün internete giren, her gün sosyal medya hesaplarını kullanan ve günde üç saatten fazla vaktini internette geçirenler ile akıllı telefon kullananların hastalar ile iletişim kurmak için daha fazla oranda internet ve sosyal medyayı kullandığı tespit edilmiş olup bu oran istatistiksel olarak da anlamlı bulundu ($p<0,05$). Katılımcıların sosyal medya ve internet kullanımına dair diğer özellikleri tablo 3 de özetlendi.

Tablo 4. Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Hesapları

	Her aile sağlığı Merkezinin bir sosyal medya hesabı olmalıdır.		Hastalarınız ile iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz?		Çalıştığınız kurumun bildiğiniz herhangi bir sosyal medya hesabı var mı?	
	Katılıyorum (n=285)	Katılmıyorum (n=431)	Evet (n=136)	Hayır (n=580)	Evet (n=159)	Hayır (n=557)
FACEBOOK						
Var	83,9	74,9	91,9	75,3	84,3	76,8
Yok	16,1	25,1	8,1	24,7	15,7	23,2
	p<0,05		p<0,001		p<0,05	
TWİTTER						
Var	42,1	28,5	49,3	30,3	63,5	66,8
Yok	57,9	71,5	50,7	69,7	63,5	66,8
	p<0,001		p<0,001		p>0,05	
WHATSAPP						
Var	93,3	86,8	97,8	87,4	91,2	88,9
Yok	6,7	13,2	2,2	12,6	8,8	11,1
	p<0,05		p<0,001		p>0,05	
INSTAGRAM						
Var	47,4	36,9	55,1	37,8	48,4	39,0
Yok	52,6	63,1	44,9	62,2	51,6	61,0
	p<0,05		p<0,001		p<0,05	
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*: sütun yüzdesi verilmiştir. **: ki kare kullanılmıştır

Birinci basamakta çalışan hekimlerin kullandıkları sosyal medya araçlarını incelediğimizde %89,1’i (n=687) WhatsApp, %78,5’i (n=562) Facebook, %40,8’i (n=292) Instagram, %33,7’si (n=241) Twitter kullanırken, %1,8’i (n=13) hiçbir sosyal medya aracını kullanmadığını bildirdi. Hekimlerinin çoğunun birden fazla sosyal

medya hesabı olmasına rağmen bunu hastalar ile iletişim kurmak için kullananların sayısının oldukça az olduğu tespit edildi. Buna rağmen sosyal medyayı kullanan hekimler incelendiğinde; sosyal medya hesapları olan hekimler, olamayanlara göre sosyal medyayı hastalar ile iletişim kurmak için daha yüksek oranda kullanmakta olup istatistiksel olarak da anlamlı bulunmuştur ($p<0,001$). Hekimlerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya hesapları ve ilişkili özellikleri tablo 4'te özetlendi.

4. Tartışma

Sosyal medya artık hayatımızın önemli bir parçası olmuştur. Sosyal medya, hem eğlence hem rahatlama hem de boş zamanlarımızı değerlendirme, mesaj gönderme ya da mesaj alma, gündemi takip etme, bilgiye erişme ve birçok konuda kullanım amacımızı oluşturmakta ve bir araç olarak kullanılmaktadır. Sonuç olarak küreselleşen dünyada internet ve sosyal medya kullanımı hızla artan yaygın bir iletişim ve paylaşım aracıdır. Hayatımızda önemli etkileri olan bu paylaşım ağlarını daha etkili ve daha verimli olarak kullanmak temel esas olmalıdır (Solmaz vd., 2013: 24). Bupa Health Pulse şirketinin 2010 yılında yaptığı araştırma sonuçlarına göre; İngiltere'de kullanıcıların %12'si ve Fransa'da ise %14'ünün interneti sağlık profesyonelleriyle ilgili bilgi edinme amacıyla kullandığı görülürken; bu oran Amerika ve Hindistan'da %36'ya çıkmaktadır. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre sosyal medyanın ve internetin sağlıkla veya sağlık profesyonelleriyle ilgili bilgi edinme konusunda önemli bir alan olduğu, bireylerin yaptıkları araştırmalarda dolaylı olarak hastaneleri de incelediği ve hastanelerle ilgili bilgi de edindiği sonucuna ulaşılmıştır (Mcdaid ve Park, 2010: 1). Hastaların sosyal medya kullanımları ve bu konudaki tercihlerini değerlendirmeye yönelik, Amerika Birleşik Devletleri'nin Güney Utah eyaletinde aile hekimliği kliniklerindeki hastaların katılımı ile gerçekleştirilen bir çalışmanın sonuçları; hastaların %56'sının hekimlerin sosyal medyayı kullanmalarını istediğini göstermiştir. Aynı çalışmada hastaların %83'ünün sosyal medya araçlarından en az birini kullandığı, sağlık uzmanlarının ise randevu ayarlama ve hatırlatma, test sonuçlarını rapor etme, sağlık bilgisi sunma amacıyla ya da soruların yanıtladığı bir forum olarak sosyal medyayı kullanmalarını istedikleri görülmüştür (Fisher ve Clayton, 2012: 100). 2009 yılından 2011 yılına kadar devam eden, 12 Batı Avrupa ülkesindeki 873 hastaneyi kapsayan uzun vadeli bir çalışma sonuçları; YouTube

kullanımının %2'den %20'ye, Facebook kullanımının ise %10'dan %67'ye yükseldiğini göstermiştir (Van de Belt vd., 2012: 61).

İnternetteki sağlık bilgisi insanların psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığı için, sosyal destekteki açıkları telafi edeceği düşünülmektedir (Han vd., 2010: 367). Sağlık sorunu olan bireylerinin %40'ının Facebook ağını sosyal destek amaçlı kullandığı, çevrimiçi alınan bu desteğin sağlıkta öz-etkililik düzeyini arttırdığı görülmüştür (Oh vd., 2013: 2072). Pew Research Center ve American Life Project'in 2012'de Amerika genelindeki 3.014 kişiyle yaptıkları anket sonuçlarına göre; Amerika'da her 3 kişiden biri sağlık durumuyla ilgili bilgi almak için internette araştırma yapmaktadır. Buna göre; katılımcıların %35'i kendilerinin veya bir yakınının sağlık durumuyla ilgili internette ve sosyal medyada araştırma yapmakta ve bu araştırmacıların %77'si çevrimiçi platformlardan edindikleri bilgilere dayanarak kendi kendilerine teşhis koymaktadır. Çevrimiçi teşhis koyanların %46'sı kendi koydukları teşhise dayanarak doktora müracaat etmekte ve bunların %41'inin kendi kendine koyduğu teşhisi doktor onaylamaktadır (Fox ve Duggan, 2013).

Türkiye'de de internet kullanımı her geçen yıl artarak daha fazla önem kazanmaktadır. Türkiye'de 2009 yılı içerisinde gerçekleştirilen "Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması" sonuçlarına göre hanelerin %30,0'ı internet erişimine sahip iken bu oran 2016 yılında %76,3'e yükselmiştir (<http://www.tuik.gov.tr>). 2006 yılında Türkiye'de internet abone sayısı 3 milyon iken, 2016 yılında bu sayı 55 milyona ulaşmıştır (<http://www.tuik.gov.tr>). Bizim araştırmamızda evde internet kullananların oranı %86,2 olarak saptandı. Bu oran her ne kadar Türkiye ortalamasından yüksek ise de, araştırma evreninin eğitim düzeyi ve sosyo-kültürel yapısı göz önünde bulundurulduğunda halen geliştirilmeye açık bir alan olduğu söylenebilir.

Amerika'da doktorlar arasında yapılan bir araştırmada; hekimlerin %87'si sosyal ağları kişisel amaçlı olarak kullanırken, %67'sinin mesleki amaçlar için kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca doktorların %48'i hastalar ile iletişim için e-mail kullandığını belirtmiştir. Aynı çalışmada İnternet bazlı iletişim teknolojilerini kullanan hekimlerin dağılımına bakıldığında; %34,8 ile aile hekimleri ilk sırada, %22,3 ile dahiliye doktorları ikinci sırada ve %14,3 ile pediatriistler üçüncü sırada gelmektedir

(Cooper vd., 2012: 960). 2011'de Amerika'da onkologlar ve aile hekimlerinin incelendiği diğerk bir araştırmada; katılımcıların %24.1'i sosyal medyayı günlük tarama veya araştırma yapmak için kullanırken, %14.2'si günlük olarak sosyal medya aracılığıyla yeni bilgiler paylaştığını belirtilmiştir. Katılımcıların %57,9'u sosyal medyanın hastalara daha etkili bir şekilde bakım yapmalarını sağladığını, %60,0'ı sundukları hasta bakımının kalitesini artırdığını ifade etmiştir. Katılımcılardan aylık olarak sosyal medya kullananların oranı %70'den fazla olduğu saptanmıştır (McGowan vd., 2012: 117). Sağlıkla ilgili bilgi ve iletişim için internet ve sosyal medya kullanımı ile ilgili Hollanda nüfusunun tercihlerinin incelendiği bir araştırmada; internetin sağlıkla ilgili bilgi için bir numaralı kaynak olduğu (%82.7) ve Hollanda nüfusunun yaklaşık dörtte biri bir sağlık uzmanıyla sosyal medya (%25.4) aracılığıyla iletişim kurmayı tercih ettiği tespit edilmiştir (Van de Belt vd., 2013: 220). Brezilya'da yapılan bir araştırma ise, tüm katılımcıların %86'sı için internetin sağlıkla ilgili bilgilerin ana kaynağı olduğunu tespit etmiştir (Moretti vd. 2012: 650).

Sağlıkta reklamın yasak olması, sınırlı olarak izin verilen tanıtım çalışmaları ile ilgili giderlerin yksekligi, büyük kitlelere ulaşabilmenin zorluğu gibi nedenlerden dolayı da sosyal medyanın hastanelere fırsatlar sunduğu söylenebilir. imen ve arkadaşlarının 2015 yılında yaptığı araştırma sonuçları sosyal medyayı kullanan bireylerin büyük bir kısmının (%75,6) sosyal medyayı hastane tercihinde de kullandığını göstermiştir. Ankara'da yapılan bir araştırmaya katılan bireylerin %29,9'u hekim seçiminde sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu oran bazen kullanırım diyenler ilave edildiğinde %52,4'e yükselmektedir. Diş hekim ve hastane seçiminde ise sosyal medyayı kullanım oranı sırasıyla %22 ve %29,4 olarak tespit edilmiştir (Tengilimoğlu vd., 2015: 76). Türkiye istatistik kurumunun yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre; kişisel amaçlarla internete giren bireyler arasında sağlıkla ilgili bilgi arayanların oranı 2011 yılında %54,1 iken 2013 yılında artarak %59,6 değerine yükselmiştir. 2016 yılında internet kullanan erkeklerin %60,6'sı, kadınların %73,2'si, genelde de kullanıcıların %65,9'u interneti sağlıkla ilgili bilgi aramak için (yaralanma, hastalık, beslenme vb) kullandığı belirlenmiştir. Daha genel bir ifadeyle, internete giren her 10 kişiden yaklaşık 7'sinin sağlıkla ilgili bilgi almak için interneti kullandığı tahmin edilmiştir.

Vatandaşlar sağlıkla ilgili konularda internet ve sosyal medyaya bu kadar yüksek oranlarda rağbet göstermelerine karşın; bizim çalışmamızda “hastalar ile iletişim kurmak, sorularını yanıtlamak, danışmanlık, duyuru vb. amaçlar için” sosyal medya araçlarını kullanan hekimlerin oranı %19,0 olarak düşük tespit edildi. Nitekim yapılan başka bir araştırmada hekimlerin %13,6’sı her gün, %36,4’sı ise haftada en az bir hastasının internetten elde ettiği bilgiyi kendisiyle tartışmak istediğini belirtmektedir (Zülfikar, 2014: 46). Hekimlerin sosyal medya kullanım amaçlarını inceleyen diğer bir araştırmada; sosyal medyaya katılmanın başlıca nedenleri şöyle sıralanmış: Meslektaşlarla bağlantılı kalmak, daha geniş toplulukla ilişki kurmak ve iletişim kurmak, bilgi paylaşmak, tıp eğitimi devam ettirmek, kıyaslama yapmak ve markalaşmak. Hekimler tarafından sosyal medyayı benimseme konusundaki başlıca zorluklar da şunlardı: gizlilik, aktif katılım eksikliği, zaman, güven eksikliği, işyeri kabul ve desteği ve bilgi anarşisi (Panahi vd., 2016: 99).

Aralık 2012 yılı raporuna göre Facebook 1.06 milyar kullanıcıya ulaşmışken (Number of Facebook Users), Temmuz 2017 yılı raporuna göre dünyada her ay 2 milyar kullanıcı Facebook’a bağlanmakta ve yeni iletişim ağları inşa etmektedir (<https://investor.fb.com>). Ege üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerinden oluşan 350 kişilik bir grup üzerinde yapılan araştırmada katılımcıların dörtte üçünden fazlası (%85,9) sosyal ağları kullanırken; %82,4’ünün sosyal ağlar içerisinde en fazla Facebook’u kullandığı saptanmıştır (Vural ve Bat, 2010: 3348). Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerinden oluşan 500 kişilik bir evrende yapılan araştırmada da katılımcıların en çok kullandıkları sosyal paylaşım ağı %79,0 oranında Facebook olmuştur. Katılımcıların sosyal medyayı kullanım düzeyleri ise %97,6 olarak belirlenmiştir (Solmaz vd., 2013: 24).

1889’da kurulan tedavi ve araştırma merkezi Mayo Kliniğinin Sosyal Medya Merkezi yöneticisi Lee Aase 2014’te yazdığı makalesinde, sağlık sektörü çalışanlarının sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaları gerektiğini vurgulayarak bunun aynı zamanda bir sorumluluk ve profesyonel meslek hayatının kaçınılmaz bir parçası olduğunu belirtmektedir. Araştırmamızda katılımcıların %78,5’inin (n=562) Facebook kullandığı tespit edildi. Her gün sosyal medya ağlarını kullanan hekimlerin oranı %65,2 iken, katılımcıların %75,3’ü günde en az bir saat ve daha fazla vaktini

sosyal medyada harcadığını belirtti. Literatürde yapılan araştırmalarda katılımcıların hemen her gün sosyal ağları kullanmaları sonucuna bağlı olarak günde ortalama 1-3 saat arasında sosyal ağlarda zaman harcadıkları görülmektedir (Solmaz vd., 2013: 24; Vural ve Bat, 2010: 3348). Her gün internete girenlerin oranı ise %67,4 olarak saptanmış (Vural ve Bat, 2010: 3348). Bizim araştırmamızda her gün internete giren hekimlerin oranı %85,6 olarak saptandı. İnternette günde ortalama 1-3 saat geçiren hekimlerin oranı %45,8 olup, %19,3'ü ise günde 3 saatten daha fazla bir süreyi internette harcadığını belirtti.

İnternet ve sosyal medya araçları; geri bildirim, arşiv, erişim, gerçek zamanlı gözlem ve ölçüm kolaylığı gibi özellikleri sayesinde kurumsal itibar yaratmada ve ölçmede en uygun araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Kıyat ve Sütçü, 2013: 19). Griffis ve arkadaşlarının 2014'te yaptığı araştırmada; Amerika'da faaliyet gösteren 3.371 hastaneden 3.351'inin (%99,41) Facebook ve Foursquare, 3.342'sinin (%99,14) Yelp, 1.713'ünün (%50,82) Twitter hesabının bulunduğunu; bu hastanelerden 1.699'unun (%50,40) her dört sosyal medya aracını da kullanırken, 42'sinin (%1,25) sadece bir veya iki sosyal medya aracını kullandığını ve bu kuruluşlardan; büyük ölçekli olanlar, şehir merkezlerinde faaliyet gösterenler ve kâr amacı gütmeyenler ile eğitim ve araştırma hastanelerinin sosyal medya araçlarını daha aktif kullandıklarını belirtmektedir. Araştırmamızda “çalıştığınız sağlık kuruluşunun bildiğiniz herhangi bir sosyal medya hesabı var mı?” sorusuna katılımcıların sadece %22,2'si evet cevabını vermiştir.

SONUÇ

Sonuç olarak internet ve sosyal medya ağlarının kullanımı dünya ile paralel olarak ülkemizde de hızla yaygınlaşmaktadır. Bu kullanım farklı toplum katmanlarında olduğu gibi birinci basamakta hizmet veren hekimler tarafından da yüksek oranlarda rağbet görmektedir. Nitekim çalışmamıza katılan hekimlerin %85,6'sı her gün internete girdiğini ifade etmektedir. Ancak bu rağbet mesleki alana ve sağlık alanına yeterince yansıtılmamaktadır. Çünkü katılımcıların sadece %19,0'ı “hastalar ile iletişim kurmak, danışmanlık, duyuru vb amaçlar için” sosyal medyayı kullandığını belirtmektedir. Özellikle güvenilir sağlık bilgisine ulaşmanın zor olduğu internet ortamında sağlık uzmanları tarafından sosyal ağlar aracılığı ile sağlık bilgisi

sunulması önem taşımaktadır. Ülkemizde sosyal medyanın sağlık iletişimde kullanımının etkilerini değerlendiren ve kullanım önerileri sunan daha fazla çalışma gerçekleştirilmesi, sağlık ile ilgili kuruluşların bu kapsamda stratejiler geliştirerek farklı uygulamalar planlaması faydalı olacaktır (Mendi, 2015: 275). Çünkü yaptığımız literatür taramasında Türkiye’de özellikle hekimler arasında bu konuda yapılan çalışmalar oldukça azınlıktadır. Dolayısıyla internet ve sosyal medyanın hekimler tarafından sağlık alanında kullanımı ile ilgili daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Bu konuda yapılacak geniş ölçekli araştırmalar ile gerek vatandaşların sağlık alanındaki ihtiyaç ve beklentileri tespit edilebileceği gibi, gerekse hekimlerin kullanım alışkanlıkları ve bu konudaki geliştirilmeye açık yönleri daha sağlıklı bir şekilde bilimsel ve objektif veriler ışığında ortaya konulabilir. Sağlık kuruluşlarının sosyal medya hesapları geliştirilerek yaygınlaştırılabilir ve bu alanda da daha etkili bir iletişim ağı tesis edilebilir.

Türkiye’de birinci basamakta çalışan ortalama 25 bin hekim olduğu düşünüldüğünde araştırmamıza katılım hedeflediğimiz oranın altında kalmıştır. Bu çalışmamızın bir kısıtlılığı olup, araştırmanın sonuçları Türkiye’de çalışan bütün hekimlere genellenemez. Bunun için çok merkezli ve daha büyük ölçekli çalışmalara ihtiyaç vardır. Ayrıca online anket tekniği kullanılması da kısıtlılıklardan biridir. Yüz yüze anket uygulamak karşı tarafın verdiği yanıtların içtenlik ve samimiyet derecesini artırabilir.

KAYNAKÇA

- AASE, Lee (2014). The Case for Social Media in Professionalism. Mayo Clinic Social Media Network, <https://socialmedia.mayoclinic.org/2014/08/19/the-case-for-social-media-in-professionalism/>, Erişim Tarihi: 18.02.2018.
- BAKAN, Ömer (2008). Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet, Ed. Ahmet Kalender-Mehmet Fidan, Halkla İlişkiler, Konya, Tablet Yayınları, s.373-389.
- BOOMERANG, İstanbul. “Sosyal Medya Sağlık Sektörünü Nasıl Etkiliyor?” <http://boomerangistanbul.com/sosyal-medya-saglik-sektorunu-nasil-etkiliyor/>, Erişim Tarihi: 27.10.2017.
- COOPER, Crystale Purvis; GELB, Cynthia A; RİM, Sun Hee; HAWKINS, Nikki A; RODRİGUEZ, Juan L; POLONEC, Lindsey (2012). “Physicians who use

- social media and other internet-based communication Technologies”, J Am Med Inform Assoc, 19, p.960-964.
- ÇİMEN, Mesut; ÇİZMECİ, Esra; DENİZ, Serkan; ERKOÇ, Beyza (2015). “Hastane Tercihinde Sosyal Medyanın Kullanımı”, The Journal of International Social Research, 8 (41), s.1203-1210.
- FISHER, Jennifer; CLAYTON, Margaret (2012). “Who Gives A Tweet: Assessing Patients’ Interest İn The Use of Social Media for Health Care”, Worldviews on Evidence-Based Nursing, 9 (2), p.100-108.
- FOX, Susannah (2011). The Social Life of Health Information. Pew Internet & American Life Project. p.1-6.
- FOX, Susannah; DUGGAN, Maeve (2013). Pew Research Center-Health Online 2013. <http://www.pewinternet.org/2013/01/15/health-online-2013/>, Erişim Tarihi: 18.02.2018.
- GRİFFİS, Heather M; KİLARU, Austin S; WERNER, Rachel M; ASCH, David A; HERSHEY, John C; HİLL, Shawndra; HA, Yoonhee P; SELLERS, Allison; MAHONEY, Kevin; MERCHANT, Raina M. (2014). “Use of Social Media Across US Hospitals: Descriptive Analysis of Adoption and Utilization”, Journal of Medical Internet Research, 16 (11), p.264-270.
- HAN, Jeong Yeob; WİSE, Meg; KİM, Eunkyung; PİNGREE, Ray; HAWKİNS, Robert P; PİNGREE, Suzanne; MCTAVİSH, Fiona; GUSTAFSON, David H (2010). “Factors Associated With Use Of Interactive Cancer Communication System: An Application of The Comprehensive Model of Information Seeking”, Journal of Computer-Mediated Communication, 15, p.367-388.
- Healthy People 2020 Topics & Objectives <https://healthypeople.gov/2010/hp2020/Objectives/TopicAreas.aspx>, Erişim Tarihi: 17.02.2018.
- INVESTOR RELATIONS (2012). “Number of Facebook Users”, <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?Release>, Erişim Tarihi: 27.10.2017.
- INVESTOR RELATIONS (2017). Here's how Facebook is saying "Thank You" to a community of 2 billion people. <https://investor.fb.com/investor-news/default.aspx>, Erişim Tarihi: 27.10.2017.

- KIYAT, Banu Dayanç; SÜTÇÜ, Cem Sefa (2013). Research on Measuring Perceptions of Reputation in the Health Sector through Social Media. B. Baybars-Hawks, & O. Samast. New Challenges, New Opportunities: Interdisciplinary Perspectives on Reputation Management, Ankara: Pozitif Matbaacılık, s.19-28.
- KOÇAK, Abdullah; BULDUKLU, Yasin (2010). “Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6 (3), s.5-17.
- MCDAID, David; PARK, A-la (2010). Bupa health pulse 2010 research: online health: Untangling the web. s.1-32.
- MCGOWAN, Brian S; WASKO, Molly; VARTABEDİAN, Bryan Steven; MİLLER, Robert S; FREİHERR, Desirae D; ABDOLRASULNİA, Maziar (2012). “Understanding the Factors That Influence the Adoption and Meaningful Use of Social Media by Physicians to Share Medical Information”, J Med Internet Res, 14 (5), p.117-121.
- MENDİ, Başak (2015). “Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Kullanımı: Dünyadaki Ve Türkiye’deki Uygulamalar”, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 11 (44), s.275-290.
- MOORHEAD, S Anne; HAZLETT, Diane E; HARRİSON, Laura ; CARROLL, Jennifer K; IRWİN, Anthea; HOVİNG, Ciska (2013). “A New Dimension of Health Care: Systematic Review of the Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication”, Journal of Medical Internet Research, 15 (4), p.85-100.
- MORETTI, Felipe Azevedo; OLIVEIRA, Vanessa Elias de; SILVA, Edina Mariko Koga da (2012). “Access to health information on the internet: a public health issue?”, Revista da Associação Médica Brasileira, 58 (6), p.650-658.
- OH, Hyun Jung; LAUCKNER, Carolyn; BOEHMER, Jan; FEWİNS-BLİSS, Ryan; Lİ, Kang (2013). “Facebooking forhealth: An examination into the solicitation and effects of health-related social support on social networking sites”, Computers in Human Behavior, 29 (5), p.2072-2080.
- ÖZTÜRK, R. Gülay ve ÖYMEN, Gözde (2014). “Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Stratejik Önemi: Türkiye’de Kalp Sağlığı İle İlgili Kâr Amacı

- Gütmeyen Kuruluşlar Üzerine Bir Değerlendirme”, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, s.110-132.
- PANAHI, Sirous; WATSON, Jason; PARTRIDGE, Helen (2016). “Social media and physicians: exploring the benefits and challenges”, Health informatics journal, 22 (2), p.99-112.
- SAĞLIK BAKANLIĞI; (2005). T.C Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2015, 143 http://www.saglikistatistikleri.gov.tr/dosyalar/SIY_2015.pdf, Erişim Tarihi: 05.04.2017.
- SCHWARTZ, Kendra L; ROE, Thomas; NORTHRUP, Justin; MEZA, James; SEIFELDIN, Raouf; NEALE, Anne Victoria (2006). “Family Medicine Patients’ Use of the Internet for Health Information: A Metro Net Study”, JABFM, 19 (1), p.39-45.
- SOLMAZ, Başak; TEKİN, Gökhan; HERZEM, Züleyha; DEMİR, Muhammed (2013). “İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama”, Selçuk İletişim, 7 (4), s.24-32.
- SOYER, Adam (2012). “Social Media in Healthcare: A Primer for Orthopaedic Surgeons”, American Academy of Orthopedic Surgeons, s.9-12.
- ŞENER, Emine ve SAMUR, Menevşe (2013). “Sağlığı Geliştirici Bir Unsur Olarak Sosyal Medya: Facebookta Sağlık”, Gümüşhane University Journal of Health Sciences, 2 (4), s.508-523.
- TENGİLİMOĞLU, Emre; PARILTI, Nurettin; YAR, Cemre Eda (2015). “Hastane Ve Hekim Seçiminde Sosyal Medyanın Kullanım Düzeyi: Ankara İli Örneği”, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (2), s.76-96.
- TOSYALI, Hikmet; SÜTÇÜ, Cem Sefa (2016). “Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri”, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3 (2), s.3-22.
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (2016). Sabit telefon, cep telefonu ve internet abone sayısı. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> Erişim Tarihi: 27.10.2017.
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU; (2016). İstatistiksel Tablolar Ve Dinamik Sorgulama. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 Erişim Tarihi: 27.10.2017.

- VAN DE BELT, Tom H; BERBEN, Sivera AA; SAMSOM Melvin; ENGELEN, Lucien J; SCHOONHOVEN Lisette (2012).” Use of social media by western European hospitals: longitudinal study”, Journal of Medical Internet Research, 14 (3), s.61-75.
- VAN DE BELT, Tom H; ENGELEN, Lucien J; BERBEN, Sivera AA; TEERENSTRA, Steven; SAMSOM Melvin; SCHOONHOVEN Lisette (2013). ”Internet and Social Media For Health-Related Information and Communication in Health Care: Preferences of the Dutch General Population”, J Med Internet Res, 15 (10), p.220-239.
- VURAL, Z.Beril Akıncı ve BAT, Mikail (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal of Yaşar University, 20 (5), s.3348-3382.
- YAZICIOĞLU, Yahşi ve ERDOĞAN, Samiye (2004). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- YILMAZ, Elgiz (2011). Doktorumun Hastasıyım.com, İstanbul: Mavna Yayınları
- ZÜLFİKAR, Haluk (2014). “Hastaların İnternet Kullanımı ve Elektronik Ortamdaki Sağlık Bilgilerine Erişim Davranışları”, F.N. Hem. Derg, 22 (1), s.46-52.