

SAĞLIĞI GELİŞTİRİCİ BİR UNSUR OLARAK SOSYAL MEDYA: FACEBOOKTA SAĞLIK*

Emine ŞENER¹, Menevşe SAMUR²

ÖZET

Sosyal medya her alanda kişileri ve kurumları birer birer bünyesine katmaya devam etmekte ve kapsamı günden günde büyümektedir. Optimal sağlık durumunun sağlanması amacıyla, bireylerin yaşam tarzlarını değiştirmelerine yardım eden sağlığın geliştirilmesinde, sosyal medyanın durumu bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Facebook Türkiye’de en fazla etki ve kullanıcıya sahip sosyal bir ağıdır. Çalışmada Facebook’ta en çok izlenen/beğenilen, sağlık bilgileri içeren ilk oniki Türkçe sayfa Ocak 2012 tarihinden itibaren tarama modeli kullanılarak incelenmiş ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; sayfa kurucularına ait bilgilerin bulunmadığı, ticari ürünlerin tanıtımının yapıldığı, bir kısmında kaynak göstermeden bir kısmında ise bir web sitesini kaynak göstererek sağlık bilgisi sunulduğu, daha çok koruyucu sağlık bilgilerinin yer aldığı, bazılarında sağlıkla ilgisiz videoların/fotoğrafların paylaşıldığı görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, sosyal medyanın; sağlığı etkileyen rolünün ciddi bir şekilde ele alınması, informal ve sanal bir ortam olsa da Sağlık Bakanlığı tarafından gerekli denetim mekanizmalarının oluşturulması, sağlıkta bilinçli kullanımına ilişkin eğitimin ve yasal düzenlemenin yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sağlığı Geliştirme, Sağlık Eğitimi, Facebook.

* Bu çalışma 13-15 Eylül 2012 tarihinde Isparta’da yapılan 6. Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresinde **Sözlü Bildiri** olarak sunulmuştur.

¹ Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye Sağlık Yüksekokulu, Hemşirelik Bölümü,

² Araş. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye Sağlık Yüksekokulu, Hemşirelik Bölümü,

İletişim/Corresponding Author: Emine ŞENER

Tel: 0 252 211 13 26 **e-posta:** eminesener@gmail.com

Geliş Tarihi/Received : 02.11.2012

Kabul Tarihi/Accepted: 15.07.2013

SOCIAL MEDIA AS A FACTOR HEALTH PROMOTING: HEALTH ON FACEBOOK

ABSTRACT

Social media continues to add in every field of individuals and institutions one by one and day by day its scope is growing. The subject of the study is "Social Media's role on to improve the state of health which helps individuals to change their lifestyle in order to ensure optimal health condition. Facebook is the way of social networking, has the most user and greatest impact on people in Turkey. This study analyzed that, most popular/watched Turkish twelve pages in facebook that contains health informations from the date of January 2012, using the model of scan and evaluating with the content analysis. As a result of research we found that pages contains; no information about the page's founders, shares advertisements/promotions on commercial products, some of them offers health informations with resources and some of them not, most informations are about preventive health informations, some of them shares the videos/photos which are not about to health. According to these results; the role of social media on the affect of health should considered seriously, although informal and virtual tract; Ministry of Health should establish the necessary control mechanisms/educate on using this system concious and organize legal regulations.

Key Words: Social Media, Health Promotion, Health Education, Facebook.

GİRİŞ

Sağlık enformasyonu, kamu sağlığının hastalıkların önlenmesi yaklaşımında son derece önemli bir ögedir, çünkü bireyler ilgili sağlık enformasyonu ile kendi sağlıklarını güçlendirirler. Tıbbi tedavi ücretlerindeki artış ve diğer faktörler, son yıllarda sağlık hizmetlerinde erken teşhis ve öz yönetimi (self management) önemli kılmıştır. Sağlık enformasyonu, sağlık risklerini önlemede önemli bir malzemedir çünkü sağlık hizmeti sağlayıcılarını ve kamuyu potansiyel sağlık risklerini teşhis ve tedavi teknikleri hakkında, ayrıca sağlık risklerini minimize etmenin en iyi stratejileri konusunda eğitmek için gereklidir (1). Günümüzde çok yaygın kullanılan ve birçok insanı etkileyen sosyal medya önemli bir sağlık enformasyon kaynağı olup, sağlık eğitimi ve sağlığı geliştirme arasında bağımlı bir ilişkisi vardır.

Sosyal medya her alandan kişi ve kurumları birer birer bünyesine katmaktadır. Bu arada hızla gelişen ve kapsamını günden güne kartopu etkisiyle büyüten sosyal medyada bazı sektörler açısından dönüşüm sancıları yaşanmaktadır; bunların başında sağlık sektörü gelmektedir. Sağlık sektörü kendi içerisinde birçok kısıtlayıcı koşullara sahiptir ve sektörün gerek içerik gerekse sosyal medya üzerinden yapacağı pazarlama aktivitelerinde çok sayıda konuya dikkat etmesi gerekmektedir (2). Bu çalışma, sosyal medya araçlarından biri olan “Facebook’ta Sağlık” teması ile alana katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Aşağıda sağlık iletişimi, sağlığı geliştirme ve sosyal medyanın sağlık üzerinde etkilerine ilişkin literatür bilgileri yer almaktadır.

I. Sağlık İletişimi ve Sağlığı Geliştirme

İletişim araçlarında, özellikle multi-medya ve yeni bilgi teknolojisindeki ilerlemeler sağlık bilgisine erişimi iyileştirmeye devam etmektedir. Bu açıdan, sağlık iletişimi bireylerin ve toplulukların daha fazla yetkilendirilmesi için gittikçe önem kazanan bir unsur olmaktadır. Bireylerin, iyi sağlığı teşvik edecek ve sürdüreceği şekilde bilgiye erişme, bilgiyi anlama ve kullanma becerisi ve motivasyonunu belirleyen bilişsel ve sosyal becerileri olarak tanımlanan sağlık okuryazarlığı iletişim sürecinde üzerinde durulması gereken konudur.

İnsanların sağlık bilgisine erişimini ve bunu etkili bir şekilde kullanma kapasitesini iyileştiren sağlık okuryazarlığı yetkilendirme için çok önemlidir. Sağlık okuryazarlığının zayıf olması, insanların kişisel, sosyal ve kültürel gelişimini sınırlandırarak ve sağlık okuryazarlığına engel olarak kişilerin sağlığını doğrudan etkileyebilir (3). Sağlık iletişimi,

sağlığın geliştirilmesi amacıyla bireyler arasında sağlıkla ilgili olarak oluşan, etkileşim ve işlemlere iletişim kavram ve kuramlarının uygulanmasıdır (4). Çeşitli boyutlarda gerçekleşen sağlık iletişiminin kalitesi, tıbbi başarının derecesini ciddi şekilde etkilemektedir. Amerika'nın önde gelen sağlık kuruluşlarından CDC (Centers for Disease Control and Prevention-Hastalıkları Kontrol ve Önleme Merkezi) sağlık iletişimini "sağlığı geliştirmek, kişilerin ve toplumun sağlıkla ilgili kararları üzerinde etkili olmak ve bilgilendirmek amacıyla iletişim bilimine ilişkin kural ve stratejilerin uygulanması" olarak tanımlamaktadır. Healthy People 2010 sağlık iletişimini, "önemli sağlık sorunları hakkında, kamunun, bireylerin ve kurumların bilgilendirilmesi, etkilenmesi ve harekete geçirilmesi sanat ve tekniği" şeklinde tanımlamaktadır. Buna göre sağlık iletişimi, toplumun içinde yaşayan bireylerin yaşam ve sağlık kalitelerinin artırılması, sağlık bakım politikalarının oluşturularak sağlığın geliştirilmesi, hastalıkların önlenmesi ve hastalıklardan korunması işlevlerini kapsamaktadır. Kısaca sağlık iletişimi, sağlık bilgisinin yaratılması, toplanması ve paylaşılması süreçlerinden oluşmaktadır (5).

Dünya Sağlık Örgütü, 1958 yılında "2000 Yılında Herkes İçin Sağlık" hedeflerine ulaşmak amacıyla 1986 yılında Kanada'nın Ottawa kentinde bir toplantı düzenleyerek sağlığın geliştirilmesi kavramını tanıtmıştır. Bu toplantıda Dünya Sağlık Örgütü sağlığın geliştirilmesini, "insanların kendi sağlıklarını üzerindeki sorumlulukları artırılarak sağlık düzeylerini yükseltme süreci" olarak tanımlamıştır (6). Sağlığın geliştirilmesi yaklaşımında toplum bireylerinin; sağlıklı beslenen, fizyolojik kapasiteleriyle orantılı günlük egzersiz yapan, uyumlu, sosyal, başkalarına yardım eden, dinlenmeye ve rahatlamaya zaman ayıran bireyler olmaları amaçlanmaktadır.

Sağlığı geliştirmede kimi noktalarda birbiriyle kesişen üç öge vardır: Hastalıkların önlenmesi, sağlığın korunması ve sağlık eğitimi (1). Bu çalışmada bu öğelerden "sağlık eğitimi" informal boyutuyla ele alınmıştır. "Bireyin sağlıklı olma koşullarını hazırlayan, sağlıklı olmayı mümkün kılan ve güçlendiren; ya da buna yönelik kolektif bir davranış için aynı etkileri yapan öğrenme yaşantılarının herhangi bir bileşeni" olan sağlık eğitimi pozitif sağlığı geliştirmek için bir iletişim aktivitesidir (1). Sağlık eğitimi mesajları hem formal hem de informal iletişim bağlamında yayılırlar. Formal iletişim bağlamında sağlık hizmeti sağlayan/kullanıcı (tüketici) etkileşimi, sınıf eğitimi, kitle iletişim programları ile sağlık eğitimini sayabiliriz. Sağlık enformasyonu, informal olarak da günlük temaslarla; yani aileyle, arkadaşlarla, çalışma arkadaşlarıyla ve popüler kitle iletişimi yoluyla dolaylı olarak hatta kimi

zaman da ima yoluyla yayılır. Formal ve informal sağlık eğitimi kanallarının birleşimi ile çok geniş sayıda birey, sağlık enformasyonunun sağlanması ve tüketilmesine katılır (1). İnformal sağlık eğitimi, sıklıkla doğruluğu kanıtlanmamış ve hatalı sağlık enformasyonu içerir. Bununla birlikte insanlar informal sağlık eğitimine açıktırlar çünkü enformasyon kaynakları ile genellikle yakın ilişki içindedirler.

II. Sosyal Medya-Facebook ve Sağlık

Sosyal medya, özellikle toplumun davranışlarını etkilemesi bakımından önemlidir. Öte yandan sosyal medya diğer insanların davranışlarını etkilemede birtakım avantajlara sahiptir. Özellikle kullanıcı için çok hızlı elde edilen geri bildirimler buna örnek olarak gösterilebilir. Ancak bu avantajları açık bir şekilde belirtmek oldukça zordur. Bu durum sosyal medyanın etkisinden ve gelişiminden ileri gelmektedir. Öte yandan sosyal medyanın çok hızlı yayılması onun takibini ve kontrolünü zorlaştırmaktadır (7).

Sosyal medya konusuna girildiğinde, ilk karşılaşılan kavramlardan biri web 2.0'dır. 2004'te kullanılmaya başlanan bu terim, toplumsal iletişim sitelerini, wikileri, iletişim araçlarını, kısacası internet kullanıcılarının ortaklaşa yarattığı sistem için kullanılır. Web 2.0 aynı zamanda; teknolojiyi, ikinci nesil web tabanlı araç ve servisleri ve toplu kullanılan çevrimiçi platformları ifade eder (7). Web 2.0; kullanıcı ve web sitesi arasında etkileşim sağlarken, sosyal medya kişilerin çevrimiçi (online) mecrayı kullanarak konuştukları, ortak ilgileri olan kişilerin bir araya gelerek düşüncelerini, yorumlarını ve görüşlerini paylaştıkları bir alandır. Web 2.0 kavramı altında tanımlanan ikinci nesil internet hizmetlerini ise bloglar, mikrobloglar, Youtube gibi video paylaşım siteleri, fotoğraf paylaşım siteleri, Facebook, Twitter, Myspace gibi sosyal ağlar oluşturmaktadır (2). Sosyal ağlar günlük hayatımızın niteliğini artırmaktadır. Profesyonel ve sosyal hayat, sosyal ağlar aracılığıyla gittikçe daha fazla rapor edilir, araştırılır, paylaşılır ve öğrenilir olmaktadır (7).

Yakın bir gelecekte yeni kuşak internet sitelerinde daha çok akıl göreceğiz. Web 3.0 ve web 4.0 kısa bir süre sonra yaşantımıza girecek ve sağlık alanında devrim yaratan gelişmelerle karşılaşacağız. İnternet gelecekte daha da etkileşimli olacak. Çünkü sadece siteler ve kişiler arası değil, internete bağlı olan ve bağlanacak tüm cihazlar, insanlar, sektörler, servisler arasında etkileşim sağlanacak. Böylece ortaya çıkan çok daha akıllı, hızlı ve entegre sistem, yaşamımızı birçok alanda kolaylaştıracak. İnternete erişimin kolaylaşması, yaygınlaşması ve ucuzlamasıyla daha çok sayıda insan internetten ve internet aracılığı ile

ulaşabileceği medikal bilgi ve sağlık hizmetinden yararlanabilecek. Üniversite, kamu kurum ve kuruluşları da bu alanda kaçınılmaz olarak yer alacaklar. İnternet tıp alanında, klinik çalışmalar, Araştırma-Geliştirme ve hasta iletişimde şu an sınırlarını tanımlayamayacağımız yeni bir boyut açılıyor. Bugün düşünülmesi gereken ise gerek teknoloji, gerekse regülasyonlar açısından bu gelişime ne kadar hazırlıklı olduğumuz ve bilginin doğruluğunu nasıl sağlayacağımızdır (2).

Son birkaç yıl içinde, Facebook, YouTube, Twitter ve diğer sosyal medya araçlarının sağlık mesajları yaymak için kullanımı önemli derecede artmıştır ve yükseliş trendi devam etmektedir (8, 9). Sosyal medyanın, sağlık hizmetleri ve hastaların bilgiye ulaşımında devrim gerçekleştirdiği artık hepimiz tarafından kabul edilen bir gerçektir. Sosyal medya araçları kullanarak, sağlık mesajlarına erişimi genişletmek, katılımı teşvik etmek ve inandırıcı, bilime dayalı paylaşımları artırmak önemli bir konu haline gelmiştir.

Facebook, insanların başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir sosyal paylaşım web sitesidir. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi, 2006 sınıfı öğrencisi, Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuştu. Daha sonra Boston civarındaki okulları da içine kapsayan Facebook, iki ay içerisinde Ivy Ligi okullarının tamamını kapsadı. İlk sene içerisinde de; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okullar Facebook'ta mevcuttu. Üyeler önceleri sadece söz konusu okulun e-posta adresiyle (.edu, .ac, .uk, vb.) üye olabiliyordu. Daha sonrasında da ağ içine liseler ve bazı büyük şirketler de katıldı. 11 Eylül 2006 tarihinde ise Facebook tüm e-mail adreslerine, bazı yaş sınırlandırmalarıyla açıldı. Kullanıcılar diledikleri ağlara; liseleri, çalışma yerleri ya da yaşadığı yerler itibarıyla katılım gösterebilmektedirler (10,11).

İnsanların algılarını yönetmede ustaca kullanılan bu paylaşım siteleri ve medya araçları, formal olmayan yollardan insanların düşüncelerini etkilemekte, informal yoldan bilgi edinmelerini sağlamaktadır. İnfomal yollardan paylaşılan bu tür bilgiler, videolar, fotoğraflar, hızla artmakta işin boyutu seçim kampanyalarına ve halk üzerinde bir etki uyandırmaya kadar uzanabilmektedir. Bu tür araçları kullananların sayılarının hiç de azımsanmayacak derecede olduğunu, söyleyebiliriz (12). Bu çalışma, informal düzeyde süren bu iletişim ve eğitim sürecini bilimsel bir temele dayandırması açısından önem arz etmektedir. Ritterband ve Tate'nin (13) "The Science of Internet Interventions" adlı makalelerinde de belirttikleri gibi; *"sağlığı geliştirmede -internet uygulamalarında- bilimsel bir temel olmadan, sadece alanda debelenip duracağız"*.

MATERYAL VE METOT

Bu araştırmada sosyal bilimlerde son yıllarda yaygın olarak kullanılan ve genel kabul gören nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Tarama modelinde, betimsel bir nitelik taşımakta olan araştırmada doküman incelemesi/analizi kullanılmıştır. Doküman incelenmesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Geleneksel olarak doküman incelenmesi, tarihçilerin, antropologların ve dilbilimcilerin kullandığı bir yöntem olarak bilinir. Oysa sosyologlar ve psikologlar da doküman incelemesi kullanarak önemli kurumların gelişmesine imza atmıştır (14). Dokümanlar, nitel araştırmalarda etkili bir şekilde kullanılması gereken önemli bir kaynaklardır. Bu tür araştırmalarda, araştırmacı, ihtiyacı olan veriyi, gözlem veya görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edebilir. Bu anlamda doküman incelenmesi, araştırmaya, zaman ve para tasarrufu anlamında katkıda bulunacaktır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın genel amacı, optimal sağlık durumunun sağlanması amacıyla, bireylerin yaşam tarzlarını değiştirmelerine yardım eden sağlığın geliştirilmesinde, sosyal medyanın durumunu vurgulamaktır. Araştırmada, yaygın olarak kullanılan Facebook Türkçe sayfalarında, sağlık olgusunun mevcut durumunu ortaya çıkarmak ve sağlığı geliştirici bir unsur olan sosyal medyanın ülkemizde etkinliğini artırıcı öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde aşağıdaki konulara açıklık getirilmeye çalışılacaktır. En fazla beğeni/izlem sayısına sahip Facebook sayfasının;

- Facebook'a katılım tarihi, beğeni sayısı,
 - Kurucusunun belirtilip belirtilmediği,
 - Kurucusunun sağlık ile ilgili bir mesleğe/kurumsal kimliğe sahip olup olmadığı
 - Paylaşımlarda kaynak gösterip gösterilmediği,
 - Gösterilen kaynakların bilimsel/sağlık bakanlığı onaylı olup olmadığı
 - Paylaşımlarda en çok hangi tür öğenin kullanıldığı (resim, video, metin vb.)
 - Paylaşılan öğelerin içeriklerinin neler olduğu,
 - Paylaşımların en çok sağlığın hangi boyutu ile ilgili olduğu,
 - Paylaşımların sağlık dışı öğe ve bilgiler içerip içermediği,
 - İlaç veya benzeri ticari markaların tanıtımının yapılıp yapılmadığı
- incelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Türkiye, toplam internet kullanıcısının (30.5 milyon, Eylül 2011 (11)) %72'sinin erişim gösterdiği bir sosyal paylaşım sitesi olan Facebook'un, dünyada en popüler olduğu ülkedir (15). Bu çalışmada, Türkiye'de en fazla etki ve kullanıcıya sahip olan Facebook'ta sağlığın incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, veri toplama kısmında verilen anahtar kelimeler ile Facebook sayfasında tarama yapılmış ve sağlık ile ilgili kurum, kuruluş, sendika ve sağlık çalışanlarına yönelik sayfalar Haziran 2012 tarihi itibarıyla (107 adet) örneklem dışı tutularak, sağlık, güzellik, beslenme, spor, sağlık ürünleri ve haberlerini içeren ve adında sağlık geçen sayfalar (62 adet) incelenmiştir. Araştırma betimsel nitelikte bir çalışma olduğundan evreni temsil yeteneği ve sayfaların beğenileri de dikkate alınarak bir sıralama yapılmış ve en çok beğeni/izlem sayısına sahip ilk 12 Türkçe sayfa Ocak 2012-Haziran 2012 tarihlerinde, nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme kullanılarak, biçim ve içerik yönünden incelenmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada hangi doküman önemli olduğu ve veri kaynağı olarak kullanabileceği araştırma problemi ile yakından ilgilidir. Bu araştırmada, temel problem, sosyal medyanın sağlığı geliştirici rolüne Türkiye'de Facebook'un katkısının resmini ortaya koymaktır. Bu amaçla tercih edilen ilgili sayfada, analiz birimi olarak sözcük seçilmiş ve arama motorunda (Facebook search engine) “sağlık” “sağlığı geliştirme”, “sağlık eğitimi” “sağlık bilgisi” “sağlık bakanlığı” anahtar kelimeleri ile arama yapılmıştır. Ancak “sağlığı geliştirme”, sağlık eğitimi” anahtar kelimelerine ilişkin bulunan sonuçlar beğeni ve sayfa sayısı çok az (10 adet beğeni) olduğundan dolayı dikkate alınmamış sadece “sağlık” ve “sağlık bilgisi” anahtar kelimeleri sonucu gelen beğeni ve izlenme sayısı en fazla olan ilk oniki sayfa incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırma amacı doğrultusunda hazırlanan soru formu ile veriler toplanmıştır.

Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi

Araştırmada veriler, hazırlanan veri toplama formuna araştırmacılar tarafından, ilgili sayfalar ay/gün sınıflandırılması yapılarak incelenip kaydedilmiştir. Facebook istatistikleri ve sayfa içerikleri öylesine hızlı değişmektedir ki 2012 rakamlarının bile kısa sürede eskimiş hale geleceğini öngörmek zor değildir. Bu çalışmada 1 Ocak-12 Haziran 2012 tarihleri

arasındaki içerikler incelenmiştir. Elde edilen veriler, frekans, yüzde kullanılarak tablo ve grafik şeklinde gösterilmiştir.

BULGULAR

Araştırmada, ilgili sayfalarda, analiz birimi olarak sözcük seçilmiş ve “sağlık” “sağlığı geliştirme”, “sağlık eğitimi” “sağlık bilgisi” “Sağlık Bakanlığı” anahtar kelimeleri ile arama yapılmıştır. “Sağlık Bakanlığı” araması sonucunda: Sağlık Bakanlığı adıyla 3.846 beğenme (Haziran 2012), Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı adıyla 4.612 beğenme, sayısına sahip iki sayfa yer almakta ancak içerik bulunmamaktadır. Herhangi bir kullanıcı tarafından oluşturulmuş rastgele bir sayfa veya ilgi alanı (common interest) özelliği taşımaktadır. Ancak çalışmanın kongrede sunumu sonrası, Ekim 2012 tarihinde Sağlık Bakanlığı Resmi Facebook sayfası açmıştır.

Biçim ve İçerik Analizine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırma kapsamında yer alan sayfaların biçim ve içerik analizine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 1. İncelenen Sayfalara İlişkin Genel Bilgilerin Dağılımı

İncelenen Sayfalar	Katılım Tarihi	Beğeni Sayısı
Sağlık	07.07.2010	120.289
Sağlıklı Yaşam	01.03.2012	96.360
Her gün 1 Tıp ve Sağlık Bilgisi	11.05.2010	78.751
Yararlı Sağlık Bilgileri	02.07.2011	73.060
Sağlıklı Yaşam İçin Her gün 1 Bilgi	20.08.2010	56.385
Sağlık ve Güzellik	25.02.2011	54.664
Sağlık	25.03.2011	54.451
Hemen Sağlık	10.06.2011	48.027
Doğadan Gelen Sağlık	14.02.2010	47.456
Her gün 1 Yeni Sağlık Bilgisi	2010	38.334
Sağlığım Her şeyden Önemlidir Diyenler	12.04.2010	33.824
Bodybuilding Fitness Pilates Sağlıklı Yaşam	15.09.2009	25.878

Tablo 1 incelendiğinde, araştırma evrenindeki en çok beğeni/izlem sayısına sahip ilk 12 sayfanın tamamının 2010 ve sonrasında kurulduğu görülmektedir. Araştırma sürecinde örneklem kapsamına alınmayan diğer 50 sayfanın, beğeni sayısının dikkat çekici bir şekilde ani düşüş gösterdiği belirlenmiştir. Sayfaların kurucusunun belirtilip belirtilmediğine bakıldığında, 12 sayfanın sadece 5’inde kurucusunun belirtildiği ve sağlık sektöründe/sağlık mesleğinde yer aldığı belirlenmiştir.

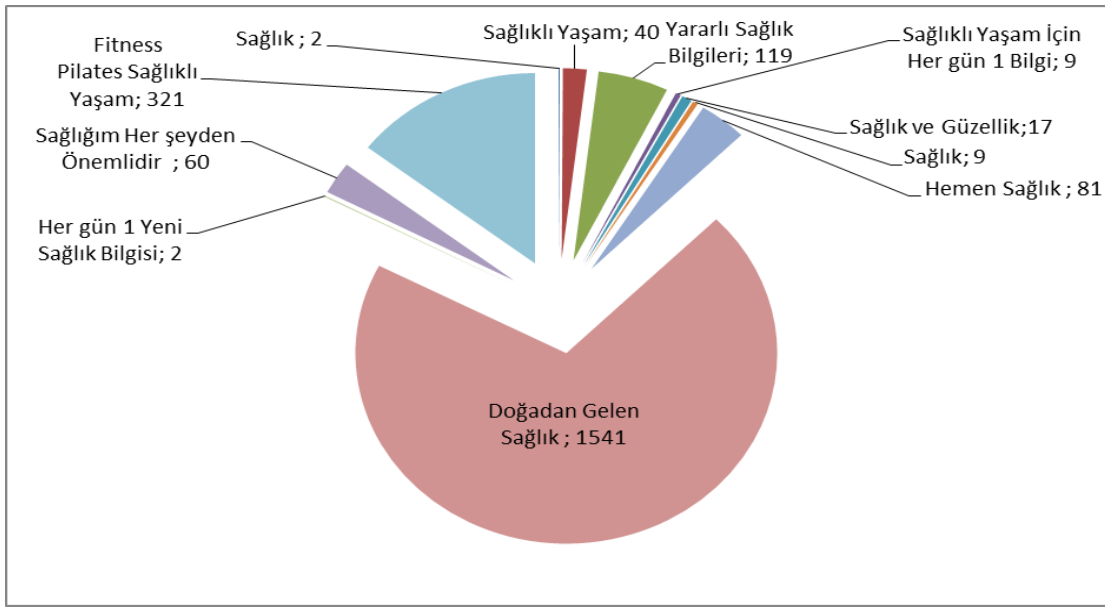
Tablo 2. İncelenen Sayfalarda Yayınlanan İçeriklerin Kaynak Gösteriminin Dağılımı

Sayfalar	Paylaşım Sayısı	Kaynak Gösterilen Paylaşım Sayısı	Bilimsel, Bakanlık Onaylı
Sağlık	5	0	0
Sağlıklı Yaşam	41	1	0
Her gün 1 Tıp ve Sağlık Bilgisi Yararlı Sağlık Bilgileri	Paylaşım bulunmamaktadır.		
Sağlıklı Yaşam İçin Her gün 1 Bilgi	9	5	4
Sağlık ve Güzellik	20	3	3
Sağlık	9	0	0
Hemen Sağlık	89	82	82
Doğadan Gelen Sağlık	1655	685	620
Her gün 1 Yeni Sağlık Bilgisi	2	0	2
Sağlığım Her şeyden önemlidir Diyenler	60	30	30
Bodybuilding Fitness Pilates Sağlıklı	353	220	220
TOPLAM	2362	1137	1072

Tablo 2’de de görüldüğü gibi, araştırma kapsamında yer alan sayfalardan en fazla paylaşımın “Doğadan Gelen Sağlık” adlı sayfa olduğu ve sayfada daha çok alternatif tıp diye adlandırılan bilgiler yer almaktadır. Ancak her gün bir bitkinin faydasının anlatıldığı sayfada kaynak gösterimi ve bilimsel verilerle destekleme oranı çok düşüktür. Takip eden sayfa ise, 353 paylaşım ile vücut geliştirme ve sağlık yaşam ve beslenmeye ait bilgilerin paylaşıldığı bir sayfadır. Bu sayfanın kaynak gösterme sayısı ise 220’dir. En fazla beğeniye sahip olan sayfa ise 2012 yılı itibariyle sadece 5 paylaşımında bulunmuştur. Paylaşımların %48,13’ünde kaynak

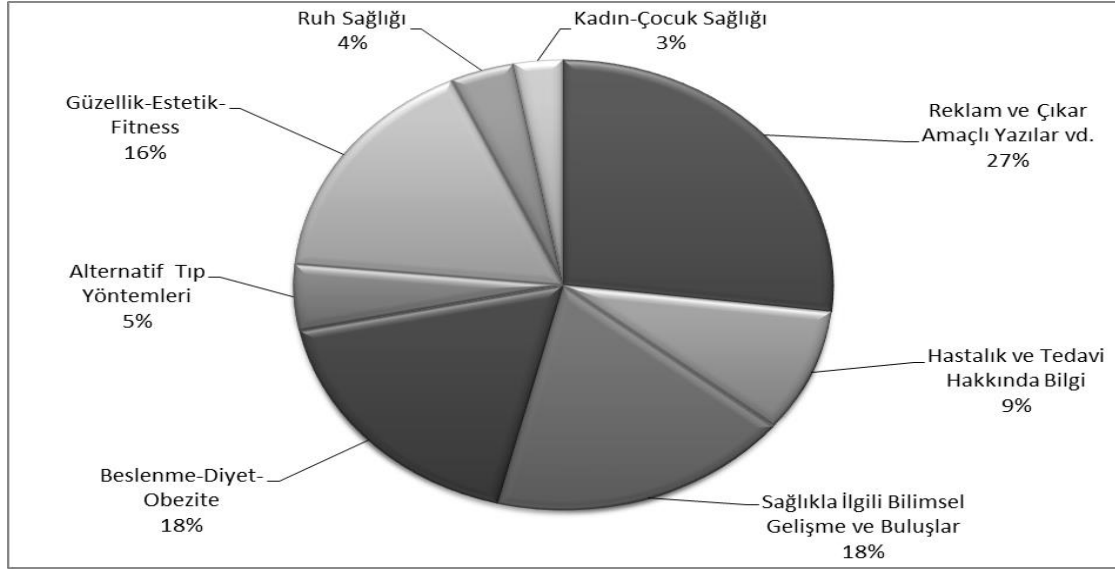
belirtildiği, %51,86'sında ise kaynak belirtilmediği tespit edilmiştir. Gösterilen kaynakların çoğunluğu bilimsel ve bakanlık onaylı olduğu belirlenmiştir.

Grafik 1'de ilgili sayfalarda yer alan paylaşımlarda resim, fotoğraf kullanımı verilmiştir. Toplamda 2201 adet fotoğraf, 29 adet video paylaşımı bulunmaktadır. En fazla paylaşıma sahip olan sayfada video paylaşımı sadece 15'tir. Her gün 1 tıp ve Sağlık Bilgisi sayfasının 2012 yılında paylaşımı bulunmamaktadır.



Grafik 1: Paylaşımlarda Resim Kullanımına İlişkin Dağılım

Grafik 2'de sayfalarda yer alan paylaşımların kategorileri verilmiştir. Bu sınıflandırma sayfalar incelendikten sonra oluşturulmuştur. Paylaşımların %27'si herhangi bir ürün (zayıflama, güzellik-estetik, bitki özlü ürünler), kişi ya da kurumu tanıtmaya amaçlıdır. %18 kısımda ise, sağlıkla ilgili bilimsel gelişme ve buluşlar, beslenme, diyet ve obezite içerikli paylaşımlar yer almaktadır. Güzellik ve estetik konulu içerik paylaşım oranı ise, %16'dır.



Grafik 2: Paylaşımların Sınıflandırılmasına İlişkin Dağılım

İlk beş sayfadaki paylaşımların diğer kişiler tarafından paylaşılması sayısı ise ortalama 798'dir. Yaklaşık 798 kişi buralarda yer alan paylaşımları kendi sayfalarında paylaşıp diğer kullanıcılarında görmesini sağlamaktadır. Böylece bilginin aktarımı katlanarak devam etmektedir.

TARTIŞMA

Sağlığı geliştirmede -internet uygulamalarında- bilimsel bir temel oluşturma sürecine katkıda bulunma çabasıyla Facebook'ta sağlık konusunda yapılan bu çalışmada, araştırma kapsamına alınan sayfaların, 2010 yılından sonra kurulması dikkat çekici bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Bu durumun, 2010 yılı sonrası Facebook'a katılım oranının artmasıyla ilgili olduğu düşünülmektedir. Köseoğlu'nun çalışmasında da belirtildiği gibi , Facebook sosyal ağı 2010 yılı itibariyle 18 Avrupa ülkesinin 15'inde bir numaralı sosyal ağ sitesi haline gelmiştir. Türkiye'nin konumu gereği bu tablodan etkilendiği söylenebilir (16).

Araştırmada, son altı ayda ilgili sayfalarda 2362 adet paylaşımın yapıldığı, yapılan paylaşımın %73.12'si sağlığı ilgilendiren konulardır. Ancak yapılan paylaşımların %51,86'sında kaynak belirtilmediği tespit edilmiştir. Etkileşim ve diğer kullanıcılar ile içerik paylaşmak ve öğrenmek için her gün milyonlarca kişi tarafından kullanılan bu aracın sağlık alanında/sağlığı geliştirmede kullanımı bilimsel bir alt yapı oluşturma çabası açısından özellikle dikkate alınmasının gereken bir husustur.

Araştırmada, sayfaların ortalamasının altında paylaşım yaptığı ve sayfaların sürekliliğinin olmadığı, beğeni sayıları yüksek olsa da izlenirliğinin düşük olduğu gözlenmiştir. Facebookta ortalama bir kullanıcı her ay 90 adet içerik oluşturmakta ve aktif kullanıcıların % 50'si herhangi bir gün sitede oturum açmaktadır (9). Sistemde her ay 30 milyardan fazla içerik (web linki, haber, blog postası, not ve fotoğraf albümü) paylaşılmaktadır (16). Bu sayfaların sağlığı geliştirmede bir araç olarak kullanımının, resmi ve/veya profesyonel bir sayfa olmadığı takdirde etkili olmayacağını düşündürmektedir.

Araştırmada, ilgili sayfalarda sağlıkla ilgili gelişmeler, hızlı ve etkili olduğu iddia edilen bilgiler, beslenme, obezite ve diyet en fazla paylaşım yapılan konulardır. Bu sonucu, gerek dünya gerekse Türkiye nüfusunun beslenme ve yaşam şeklinin değişmesine bağlı olarak gelişen tablonun bir yansıması olarak görmek mümkündür. Araştırmada, kadın ve çocuk sağlığı ile ilgili bilgilerin oranının (%3) diğer konulara göre düşük olduğu bulunmuştur. Facebook'un Şubat 2012'de yaptığı açıklamada, 845 milyon kullanıcıdan 800 milyonu kadındır (11). Bu rakamdan hareketle, ilgili sayfaların kadın sağlığını geliştirme yönünde etkin olarak kullanılmadığını görmekteyiz.

Araştırmada, ilgili sayfalardaki paylaşımların %27'si herhangi bir ürün, kişi ya da kurumu tanıtmaya/reklam amaçlıdır. Paylaşımlar sınıflandırıldığında en yüksek oranın reklam ve çıkar amaçlı paylaşımlara ait olması ciddi önlemler alınmasını gerekli kılacak bulgulardan biridir. Zayıflama, güzellik, kozmetik ve bitki özlü ürünlerin tanıtımının yapılmasının yasal kontrolleri güçleştirdiği söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireyin yaşam tarzını değiştirmesine yardım eden sağlığın geliştirilmesinde, sosyal medyanın rolünü vurgulamak ve yaygın olarak kullanılan Facebook sayfalarında sağlık olgusunun mevcut durumunu ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu çalışmada sonuç olarak; en çok beğeni/izlem sayısına sahip ilk 12 sayfanın tamamının 2010 ve sonrasında kurulduğu, sayfaların kurucu belirtme durumunun düşük olduğu, en fazla paylaşımın yapıldığı sayfada daha çok bitkilerin faydalarına ait bilgilerin yer aldığı, paylaşımların yarısından fazlasında kaynak belirtilmediği, paylaşımların tamamına yakınında resim ya da fotoğraf yer alırken video paylaşım oranının düşük olduğu, paylaşımların önemli bir kısmı herhangi bir ürün ya da kişi ya da kurumu tanıtmaya amaçlı olduğu, sağlıkla ilgili en fazla sağlıktaki gelişmeler ile beslenme ve obezite ile ilgili bilgilerin paylaşıldığı, güzellik ve estetiğin ise onu takip ettiği,

daha çok zayıflama, bitki özlü olduğu iddia edilen ürünler ve güzellik-kozmetik ürünlerinin reklamının yer aldığı belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda sağlığı geliştirmede önemli bir yeri olan Facebook'un informal rolünün etkinleştirilmesi amacıyla aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Sağlık Bakanlığı tarafından yapılacak taramalar sonucunda “iyi uygulamalar” çalışması ile ilgili web sayfaları ve Facebook sayfaları ödüllendirilebilir. Şartlar Sağlık Bakanlığı, alanın uzmanı ve akademisyenlerden oluşturulan çalışma ekibiyle belirlenebilir. Rutin aralıklarla kamuya açık ödüllendirme gerçekleştirilebilir. Böylece sosyal medya, görünmeyen denetlenmeyen medya olmaktan çıkarılmış olacaktır.

- Sağlık Bakanlığı bünyesinde yer alan sağlığı geliştirme ve teşvik konusunda çalışmalar yapan birimlerde, alanın uzmanlarınca Facebook ve diğer sosyal medya araçlarının kontrol ve denetiminin yapılması sağlanabilir. Böylece, paylaşılan bilgilerin güvenilirliği, doğruluğu ve bilimselliği filtre edilerek kullanıcıya ulaştırılmış olacaktır.

- Sağlık Bakanlığı tarafından, sosyal medya kullanıcılarının “sağlık okuryazarlığını” artırıcı çalışmalar yapılabilir.

- Sağlık Bakanlığı tarafından, gerek sağlık çalışanları gerekse sosyal medya kullanıcıları için, sağlıkta sosyal medya rehberi/kullanım kılavuzu hazırlanabilir.

- Bu çalışmada, sağlık olgusunun sadece sağlığı geliştirme boyutu ele alınarak inceleme yapılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda sağlık kurum ve kuruluşları ile diğer sağlık organizasyonlarının sosyal medya uygulamaları incelenebilir.

- Facebook'ta sağlık ürünlerinin reklamına ilişkin düzenlemelerin uygulanır olup olmadığı kontrol edilmelidir.

- Benzer çalışmalar diğer sosyal medya araçları üzerinde yapılabilir (twitter vb.)

Sağlığın geliştirilmesi ve bireylerin/hastaların güçlendirilmesinde bir araç olarak sosyal medyanın mesajları hızlı şekilde kitlelere yayma bakımından sağladığı avantaj şüphe götürmez. Ayrıca sosyal medyada sağlık eğitimi sürecinde, eğitilenin pasif konumundan, kendi sağlıklarına ilişkin kararlara aktif olarak katıldıkları bir konuma geçmeye başlamasındaki rolü artık tartışmasız kabul görmektedir. Geleneksel yöntemlerden sıyrılarak enformasyonun aktarımında hızlı olan bu aracı etkin kullanmak sağlık profesyonellerinin kaçınılmaz rolü olmalıdır.

KAYNAKLAR

1. Çınarlı İ, Sağlık İletişimi ve Medya, Nobel Yayın Dağıtım. 1. Baskı. Ankara - 2008. ss: 25–28
2. Kayabalı K, İnternet Ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık. İyi Klinik Uygulamalar Dergisi (İKU) 2011; 25: 14–20.
3. T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlıkın Teşviki ve Geliştirilmesi Sözlüğü, Bakanlık Yayın No: 814, ISBN: 978–975–590–361–3, Ankara - 2011. ss: 10
4. Tabak R S, Sağlık İletişimi. 2. Baskı. Literatür Yayınları. İstanbul - 2003. ss: 29
5. Bulduklı Y, Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programları Ve İzleyicileri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2010; 24: 75–85.
6. Sözen C, Sağlık Eğitimi, Palme Yayıncılık, Ankara - 2003. ss.62
7. Vural A, Beril Z, Bat M. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yasar University 2010; 20 (5): 3348-3382.
8. Apatu E J I, Alperin M, Miner, K R Wiljer, D, A Drive Through Web 2.0: An Exploration Of Driving Safety Promotion On Facebook Health Promotion Practice, <http://hpp.sagepub.com>, Erişim Tarihi: 12.06.2012
9. Centers For Disease Control And Prevention (CDC, 2012), The Health Communicator's Social Media Toolkit, s. 36, www.cdc.gov/socialmedia,
10. Gupta Y.P, The Effect Of Social Networking Sites On The Personal Lives Of The People (<http://www.scribd.com>, 2012)
11. Facebook, (<http://tr.wikipedia.org>, 2012)
12. Erdem R, Akkaş E, Çelik R, Bardak N, İnfomal Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Paylaşım Siteleri: Facebook Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma. 9th International Conference On Knowledge, Economy & Management Proceedings; Jun 23-25 2011, Sarajevo-Bosnia & Herzegovina. 2011. p 4
13. Ritterband L M, Tate Deborah F, The Science Of Internet Interventions. Annals of Behavioral Medicine 2009; 38 (1): 1–3.
14. Yıldırım A, Şimşek H, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 8. Basım, Seçkin Yayıncılık, Ankara - 2011. ss:187

15. Bekarođlu Ő B, Doktor-Hasta İlişkilerinde Sosyal Medya Kullanımı. Akademik Araştırmalar Dergisi 2011; 49: 139–159.

16. Köseoğlu Ö, Sosyal Ađ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. Selçuk İletişim 2012; 7 (2): 58–81.