

## SAĞLIK İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI: DÜNYADAKİ VE TÜRKİYE'DEKİ UYGULAMALAR

Başak MENDİ\*

### Özet

Sağlık iletişimi disiplini son yıllarda çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye'de de önem kazanmış, bu kapsamda yapılan çalışmalar ve geliştirilen stratejilere ağırlık verilmiştir. Sağlık iletişimi alanının kapsadığı temel konu başlıklarından biri sağlığın geliştirilmesidir. Özellikle kronik hastalıkların yaygınlaşması ile önemi artan ve disiplinlerarası çalışmayı gerektiren sağlığın geliştirilmesi stratejilerinin planlanmasında ve uygulanmasında iletişim çalışmaları önemli role sahiptir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile bu uygulamaların kapsamı değişmiş, geleneksel yöntemlerin yanında özellikle sosyal medya araçlarının kullanımı artış göstermiştir. Sosyal medyanın bu kapsamda kullanımı, kullanıcıların aktif katılımına olanak vermekte, sağlık iletişimi programları kapsamında toplum sağlığını etkilemek için yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle günümüzde sosyal medyanın toplum üzerindeki etkisini ve sağlığı geliştirme uygulamalarındaki rolünü ve etkililiğini değerlendiren çalışmalar önem taşımaktadır. Bu çalışmada, sağlık iletişimi alanının temelini oluşturan sağlığın geliştirilmesi uygulamalarında ve eylem planlarında sosyal medya kullanımının etkileri ve getirdiği olanaklar, farklı ülkeler ve stratejiler bağlamında tartışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık İletişimi, Sağlığın Geliştirilmesi, Sosyal Medya.

## ROLE OF SOCIAL MEDIA IN HEALTH COMMUNICATION: CURRENT PRACTICES IN THE WORLD AND TURKEY

### Abstract

Health communication discipline has gained importance and health communication studies and strategies have been emphasized in recent years in Turkey. Health promotion is one of the main topics in the field of health communication. Health promotion, which has grown in importance especially with the increase in prevalence of chronic diseases, requires interdisciplinary studies. Communication studies have a crucial role in planning and practising health promotion strategies. With the developments in new communication technologies, use of social media tools in health communication has increased recently. Use of social media enables users active participation and offers new opportunities to improve public

---

\* İstanbul Bilim Üniversitesi, Florence Nightingale Hastanesi Hemşirelik Yüksekokulu, Öğretim Üyesi, Yrd.Doç.Dr.

health outcomes. For this reason, it's essential to carry out studies evaluating the effects of social media on society and the role of social media in health promotion practices. This paper examines the role of social media as an effective tool in health promotion practices and action plans, within the context of different countries and strategies.

**Keywords:** Health Communication, Health Promotion, Social Media.

## I. GİRİŞ

Özellikle dünyada kronik hastalıkların artışı ile ve sağlığın çevresel ve sosyal faktörlerden etkilenmesi konusundaki farkındalığın gelişmesi sonucu sağlığın geliştirilmesi kavramı ortaya çıkmış ve bu doğrultuda stratejiler geliştirilmiştir. Sağlığın geliştirilmesi faaliyetleri kapsamında bireylerin doğru ve güvenilir kaynaklara erişerek, sağlık enformasyonunu doğru kullanması önemli bir faktördür. Bu nedenle günümüzde bilgi okuryazarlığı ve sağlık okuryazarlığı kavramları öne çıkmıştır. İnternetin kullanımı çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye'de de giderek artmakta, bu durumun sağlık üzerinde hem olumlu hem olumsuz etkileri görülebilmektedir. İnternette en çok ele alınan konulardan biri olan sağlık konusunda çok sayıda kaynak yer almaktadır. Ancak bu kaynakların hepsinin güvenilir ve nitelikli bilgi sunduğu söylenemez.

İstatistik Kurumu Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2013 yılı Nisan ayında Türkiye genelinde internet erişim olanağına sahip hanelerin oranı %49,1 iken 2014 yılı Nisan ayında bu oran %60,2 olarak saptanmıştır. İnternet kullanım amaçları dikkate alındığında, 2014 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin %78,8'inin sosyal paylaşım sitelerini kullandığı, %74,2'sinin haber, gazete ya da dergi okuduğu, %67,2'sinin ise mal ve hizmetler hakkında bilgi aradığı saptanmıştır [1]. Bu sonuçlar internet kullanıcılarının en çok sosyal medyayı kullanmak için internete bağlandığını göstermektedir.

İnternet, kullanıcılara gerçek ismini saklama/gizlilik, ihtiyaçlara göre bilgiye ulaşma, etkileşim ve sosyal destek gibi olanaklar sunduğu için sağlık bilgisi arayan kişilerce tercih edilen bir araçtır. Şubat 2014 itibarı ile 3.1 milyardan fazla kişinin (dünya nüfusunun yaklaşık %43'ü) İnterneti kullandığı saptanmıştır [2]. İnternetteki sağlık bilgisi insanların psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığı için, sosyal destekteki açıkları telafi edeceği düşünülmektedir [3]. İnsanların bilgiyi yorumladığı, başkaları tarafından teselli ve destek gördüğü bir süreci ifade eden sosyal destek, sağlıklı yaşam davranışlarını benimsemede önemli role sahiptir [4].

Dünya Sağlık Örgütü sağlığın geliştirilmesi uygulamaları için bazı ilkeler belirlemiştir: (1) Popülasyonu bir bütün olarak ele alır. (2) Sağlığın belirleyicilerine yöneliktir. (3) Farklı ama bütüncü yöntemleri ve yaklaşımları biraraya getirir. (4) Özellikle etkili ve somut kamu katılımını amaçlar. (5) Sağlık uzmanlarının; sağlığın geliştirilmesini besleyen ve kolaylaştıran önemli bir rolü vardır [5]. Sosyal medyanın, mesajları hızlı biçimde kitlelere yayma özelliği ile sağlığın geliştirilmesinde kullanımının avantajları olduğu kabul edilmektedir [6,7]. Özellikle sağlık eğitimi sürecinde eğitilenin pasif konumdan çıkarak 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 [7]. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda gelişen bilişim teknolojilerinin, özellikle de sosyal medyanın bilgiye erişme, paylaşma ve sosyal destek için yeni yöntemler sunma, ilgili paydaşların işbirliği ve katılımını destekleme, kullanıcıların direk katılımını artırma özellikleri ile sağlık bakımında kullanımının iyileştirici potansiyeli olduğunu göstermektedir [8].

Web 2.0 ve sosyal medyanın sağlıkta kullanımını ele alan çalışmaların sayısı artsa da, özellikle kronik hastalıkların yönetiminde sosyal medya kullanımını kesin olarak açıklamak kolay değildir [9]. 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 [6]. Bu çalışmada, ilgili anahtar kelimeler kullanılarak bilimsel veritabanlarında literatür taraması yapılmış, arama motoru aracılığıyla Türkiye'deki ve dünyadaki sağlık iletişim kampanyaları incelenmiş, sağlık iletişimi mesajlarının iletilmesinde sosyal medya kullanıldığı projeler ve etkileri farklı ülkeler ve stratejiler bağlamında ele alınmıştır.

## II. SAĞLIK İLETİŞİMİ VE SAĞLIĞIN GELİŞTİRİLMESİ UYGULAMALARI

Sağlık iletişimi disiplini son yıllarda tüm dünyada önem kazanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) "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. Bu başlık altında hasta ile sağlık personeli arasındaki iletişimi güçlendirmeye yönelik hedeflerin yanında; internet kullanan bireylerin sayısını arttırma (Madde 6), sağlık ile ilgili kaliteli web sitelerinin oranını arttırma (Madde 8), sağlı enformasyonuna kolay eriştiğini ifade eden çevrimiçi sağlık enformasyonu arayan bireylerin oranını arttırma (Madde 9) ve toplum sağlığını korumaya yönelik kriz ve acil risk mesajlarının oranını arttırma (Madde 12) hedefleri yer almaktadır [10]. Sağlık iletişimi alanı, iletişim sürecini anlamada ve insan davranışlarını değiştirmede teori ve uygulamayı birleştirmektedir. Sağlık iletişimi bilim dalının, hastalıkların önlenmesi, sağlığın ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi uygulamalarında önemli rolü bulunmaktadır. Bu kapsamdaki girişim çabalarını gözlemlenen çıktılar ile ilişkilendirmek için yenilikçi metodolojik ve istatistiksel teknikler kullanılması önerilmektedir [11].

Sağlık, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından "fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan tam bir iyilik hali" olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım sağlığın fiziksel özelliklerin ötesinde sosyal değişkenlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Sağlığın fiziksel unsurlar dışında sosyal ve davranışsal faktörlerden de etkilendiğinin kabul edilmesi ile sağlık iletişimi disiplini önem kazanmıştır. Sağlık İletişimi, ABD'nin önde gelen kuruluşlarından Hastalıkların Kontrolü ve

Önleme Merkezleri (Centers for Disease Control and Prevention – CDC) tarafından “sağlığı geliştirmek, kişilerin ve toplumun sağlıkla ilgili kararları üzerinde etkili olmak ve bilgilendirmek için iletişim stratejilerinin incelenmesi ve kullanımı” olarak tanımlanmıştır. Sağlık iletişimi toplumda bireylerin sağlığının ve yaşam kalitelerinin iyileştirilmesi, ulusal ve evrensel sağlık programlarının hazırlanması ve sağlık politikalarının düzenlenmesi olmak üzere büyük bir alanı kapsamaktadır. Temel olarak sağlık hizmetlerinin tanınması, sağlıkla ilgili doğru bilgilerin yayılması, sağlık davranışlarının geliştirilmesi ve sağlık ile ilgili tutumların değiştirilmesi hedeflerini içerir [5]. Sağlık İletişimi alanı sağlık okuryazarlığı, risk iletişimi, tıbbi karar verme, hasta merkezli iletişim, kültürel ve dil ile ilgili engellerin aşılması gibi birçok konuyu kapsayan geniş bir alandır [12].

Sağlık iletişimi uygulamalarında temel amaç bireyin sağlık davranışının sağlığını iyileştirecek/geliştirecek şekilde değiştirilmesi ile toplum sağlığının geliştirilmesidir. Sağlık konuları ile ilgili olarak iletişim araçları kullanıldığında, bireyin istenilen hareket yönünde güdülenmesi, mevcut sağlık bilgisinin ve tutumunun pekiştirilmesi, sağlık hizmetlerinden etkili yararlanılması ve hizmet kalitesinin arttırılması mümkün olabilmektedir [13]. Sağlık iletişimi alanında yapılan araştırmalar temelde yedi başlık altında toplanabilir [14]:

- Sağlıkla ilgili kavramlar ve mesajlar ile ilgili olarak insanların tutumları, inançları, duyguları
- Sağlık çalışanı ile hasta arasındaki iletişim
- Sağlık kurumlarındaki enformasyon akışı, yönetim ile çalışan arasındaki iletişim
- Sağlık ve hastalık ile ilgili olarak farklı kültürlerdeki farklı anlayış ve inançlar
- Toplumun büyük kesiminde davranış değişikliği sağlamak için sağlık mesajlarının ve kampanyaların geliştirilmesi
- Sağlık ile ilgili özel konuları anlamamızda kitle iletişim araçlarının rolü
- Sağlık enformasyonunun dağıtılması, benzer sağlık sorunları olan kişilerin iletişim kurması ve hastalar ile olan iletişimin güçlendirilmesinde yeni iletişim teknolojilerinin rolü

Sosyal psikoloji davranış modelleri ve iletişim disiplinindeki yaklaşımlar temel alınarak sağlık iletişimde bazı yaklaşımlar belirlenmiş, modeller geliştirilmiştir. Retorik Model söylem ve metinlerin ikna edici biçimde sağlık iletişimde kullanılması üzerine kurulu iken Semiyotik Model işaretler aracılığıyla sağlık mesajlarının dikkat uyandıracak şekilde iletilmesini konu almaktadır. Fenomenolojik Model ise bireyin subjektif deneyimlerinin çevresi ile olan etkileşimi sonucu ortaya çıktığını ve deneyimlerin gözlenmesi gerektiğini savunur. Gündelik yakın ilişkiler kapsamında çevresel etkilere odaklanan Sibernetik Model, duyguların yanında görünmeyen yönleri de sağlık iletişimi kapsamında ele alınan Sosyo-psikolojik Model ve bireyin içinde yaşadığı toplumun ve kültürel unsurların göz önünde bulundurulmasını savunan Sosyo-kültürel Model de diğer sağlık iletişimi modellerindedir [13].

Sağlık iletişimi uygulamalarında öncelikleri ve endişeleri ölçmek adına yayımlanan ilgili araştırmalardan faydalanılması önerilmektedir. Bu kapsamda “The Cochrane Consumers and Communication Review Group” (Cochrane Tüketiciler ve İletişim Değerlendirme Grubu) kayıtlı 6728 çalışmayı kullanarak bir değerlendirme yapmış, girişimleri altı grup kullanarak kodlamıştır. İncelenen çalışmalardan üçte ikisinden fazlasında tüketiciler ile olan iletişim girişimlerinin (ilaç kullanımı ile ilgili açıklamalar vb.) ele alındığı görülmüştür. Diğer çalışmaların çoğunda ise sağlık çalışanı ile hastalar arasındaki iletişim (karar desteği vb.) ele alınmıştır. Daha az oranda çalışmada tüketiciden sağlık çalışanına olan iletişim, tüketiciler arasındaki iletişim ve sağlık bakım sağlayıcısına başka bir kaynaktan olan iletişim (iletişim eğitimi vb.) üzerinde çalışılmıştır. Bu çalışmalar sağlık iletişiminde planlama ve strateji belirleme için büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda İngiltere’deki çevrimiçi ulusal grip salgını hizmeti örnek verilebilir. Bu uygulama ile bireylerin semptomlarını değerlendirmelerine ve antiviral ilaç talep etmelerine yardımcı olmaktadır [15].

Sağlığın geliştirilmesi, DSÖ tarafından, bireylerin kendi sağlıkları üzerindeki kontrollerini artırmasını sağlayarak sağlık durumlarını geliştirme süreci olarak tanımlanmıştır. Sağlığı geliştirme stratejileri bireysel sağlık davranışları yanında sosyal ve çevresel girişimlere de odaklanmaktadır [16]. Kanada Ottawa’da 1986 yılında gerçekleştirilen Birinci Sağlığın Geliştirilmesi konferansı ile sağlığın geliştirilmesi kavramının önemi artmıştır. Toplum bireylerinin sağlıklarını korumalarını ve sürdürmelerini, hastalık risklerini azaltmalarını ve kronik hastalıklarını yönetmelerini sağlayan sağlığın geliştirilmesi stratejilerinde beş ana prensip mevcuttur: (1) Sağlığın geliştirilmesi toplumdaki mevcut şartlara bağlıdır. (2) Sağlığın geliştirilmesi DSÖ’nün sağlık tanımının üç boyutunu bütünlemektedir. (3) Sağlığın geliştirilmesi hükümetlerin sağlık alanındaki sorumluluklarını destekler. (4) Sağlığın geliştirilmesi sağlığı toplum adına savunur. (5) Sağlık hizmetlerine katılımı arttırmak sağlığın geliştirilmesinin esas unsurudur [17].

Özellikle sağlık çalışanı ile hasta arasındaki iletişimin sağlığın geliştirilmesine olan etkisini değerlendirmeye yönelik çalışmalara son yıllarda ağırlık verilmiştir. Bu etkiyi anlamada yol gösterici olması adına Street Jr. (2013) tarafından bir model geliştirilmiştir (Şekil 1) [18].

Hasta memnuniyetine yönelik iletişim davranışları açık ve anlaşılır bir dil kullanma, empati ve samimiyet gösterme, sözsüz iletişimi etkili kullanma, dinleme ve saygı gibi temel becerileri kapsamaktadır. Sağlığın geliştirilmesi girişimleri kapsamında sağlık enformasyonunun hastaya/toplumla iletilmesi ve davranış değişikliğine ikna/uyum için gelişmiş iletişim becerileri ile etkili iletişim yöntemleri ve kanallarının kullanımı büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda yol gösterici olarak önerilen sağlık iletişimi davranışları benimsenmelidir [19].

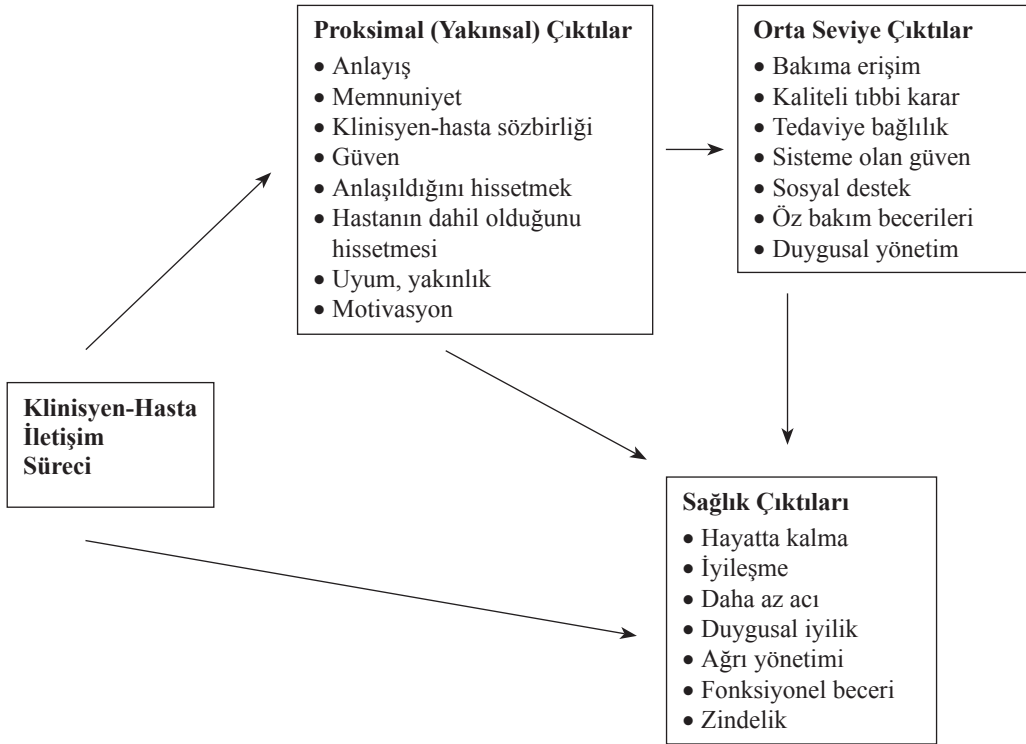
Günümüzde toplum sağlığını tehdit eden unsurlardan çoğu insanların yaşam tarzlarından kaynaklanmaktadır. Davranış nedenli hastalıkların oranında endişe verici bir artış olması sonucu insan davranışlarını değiştirmeye yönelik etkili stratejiler geliştirilmesi önem kazanmıştır. Bu da toplumun, sağlığın geliştirilmesi kapsamında verilen tavsiyeler ile ilgili farkındalığını ve bu tavsiyelere uyumunu arttırmak ile mümkün olmaktadır. İnsanları davranış değişikliğine

ikna etmek için hedeflenen kitleye ulaşan, konuya uygun, kesin ve eksiksiz, erişilebilir ve anlaşılır enformasyon içeren mesajlar sunulması gerekir [20].

### III. SAĞLIK İLETİŞİMİ VE SOSYAL MEDYA

2014 Haziran ayındaki verilere göre Türkiye nüfusunun %56.7'si, yani 46.282.850 kişi İnternete bağlanmaktadır. Ayrıca 2012 Aralık verilerine göre, Facebook kullanım oranları incelendiğinde, Türkiye'nin 53 Avrupa ülkesi içerisinde, Birleşik Krallık'tan sonra ikinci sırada yer aldığı görülmektedir [2].

Katılımcı internet (participative internet) olarak bilinen sosyal medya çok kapsamlı İnternet-tabanlı iletişimi ve araçları kapsamaktadır. Bu araçlar farklı coğrafi konumlardaki çok sayıda insana kolay ve uygun maliyetli erişim olanağı sunmaktadır. [21, 22]. Etkileşimi ve ortak içerik paylaşım olanaklarını geliştiren "Web 2.0 sosyal medya" araçları akıllı telefonlar ve tablet



Şekil 1. Gelişmiş sağlık çıktıları için iletişim yolu modeli

bilgisayarlar aracılığıyla yerden bağımsız olarak da kullanılabilir. Kullanıcının geliştirdiği içeriği paylaşmasına olanak sağlayan çevrimiçi uygulamalar olarak tanımlanabilen sosyal medya beş kategori altında incelenebilir: (1) ortak çalışmaya dayalı projeler (Wikipedia vb.) (2) blog ve mikrobloglar (Blogger, Twitter vb.) (3) içerik topluluğu (Youtube vb.) (5) sosyal ağ siteleri (Facebook vb.) ve (5) sanal oyunlar veya sosyal ortamlar [23].

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ile sağlık bilgisinin yayılmasında da yeni bir dönem başlamıştır. Önceki yıllarda, sağlık kampanyalarında mesajların iletilmesi için radyo, televizyon ve basılı iletişim araçları kullanılırken, günümüzde bu klasik yöntemlerin daha fazla kitleye erişimde yetersiz olduğu düşünülmektedir. Özellikle sosyal medya, kullanıcıların kelime, resim, video gibi farklı formatlardaki dijital içeriği üretmesi, paylaşması, bu içerikle ilgili yorum yapması için kolay ve uygun maliyetli fırsatlar sunan bir iletişim kanalı olarak önem kazanmıştır [24]. Hekimler blog veya sosyal ağ sitelerini kullanarak hastaları, meslektaşları ve toplum ile güvenilir sağlık bilgisi paylaşabilir, araştırma sonuçlarını veya sağlık ile ilgili güncel olayları aktarabilirler [25].

Sağlıkta sosyal medyanın kullanımı toplum ile iletişim kurmada büyük fırsatlar sunarak sağlık eşitsizliği konusundaki boşluğun daraltılmasına da hizmet etmektedir [26]. Ayrıca sağlık uzmanlarının birbirleri ile görüş ve bilgi paylaşımı da sosyal medya araçlarının kullanımı ile kolaylaşmıştır. Hekimlerin birbirleri ile bilgi ve deneyimlerini paylaşmasını sağlamak amacıyla, yalnızca hekimlerin üye olabildiği Sermo, Doximity ve QuantiaMD gibi sosyal ağlar geliştirilmiştir. Bu ağlar aracılığıyla hekimler zorlu ve karmaşık durumlarda birbirlerinden görüş alabilmektedirler. Doktor Kevin Pho sosyal medyanın sağlıkta artan kullanımına yönelik olarak “Sosyal medya geleceğimizdir, daha da önemlisi, hastalarımızın gelecekte olacağı yerdir” cümlesini kullanmıştır [27]. Hastaların sosyal medyayı kullanmalarını ve bu konudaki tercihlerini değerlendirmeye yönelik, Amerika Birleşik Devletleri'nin Güney Utah eyaletindeki 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 [28].

Sosyal medya, sağlık ve davranış değişikliği konularında iletişim ve ortaklık kurulmasına olanak vermekte, bu durum sağlık eğitimi adına da kolaylıklar sağlamaktadır. Sosyal medya kullanımı ile sağlanan sosyal desteğin bireylerin sağlık ve esenlik durumlarına olumlu etkisi bulunmaktadır [29]. Sağlık sorunu olan bireylerinin %40'ının Facebook ağını sosyal destek amaçlı kullandığı, çevrimiçi alınan bu desteğin sağlıkta öz-etkililik düzeyini arttırdığı görülmüştür [30]. Ancak sosyal medyanın sağlıkta bir faydası olmadığını belirten çalışmalar da mevcuttur. Bu kapsamdaki bir çalışmada [31] sosyal medya kullanımının fiziksel aktivite düzeyini arttırmadığı saptanmıştır.

Moorhead ve arkadaşları (2013) tarafından yapılan sistematik derleme çalışmasının sonuçlarına göre, incelenen 98 araştırma, sosyal medyanın diyabet, grip, ruh sağlığı gibi konularda sağlık bilgisini paylaşmaya, yorum yapmaya, tartışmaya olanak veren bir ortam sağladığını göstermiştir. Çalışmalarda en çok ele alınan araçların ise Facebook, Bloglar, Twitter ve Youtube olduğu saptanmıştır. Ayrıca bazı araştırmalar bireylerin sosyal medya ile etkileşimlerinin sağlık ile ilgili davranış ve tutumları hakkında enformasyon sağladığını ortaya koymuştur [32, 33]. Sosyal medyadan alınan veriler aynı zamanda riskli davranışları izlemek ve hastalık salgınlarını tahmin etmek için potansiyel epidemiyolojik kaynak oluşturmaktadır [34]. Grip konusundaki bir grup araştırmacının gripin yayılmasındaki eğilimleri belirlemek için Twitter verilerini kullanımı buna örnek olarak gösterilebilir [35].

#### IV. SAĞLIĞIN GELİŞTİRİLMESİNDE SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI

Sosyal ağ siteleri, büyük kitlelere ulaşma potansiyeli ve etkileşimli yapısı ile sağlığı geliştirme girişimlerini iletilmesi adına özgün ortamlar sunmaktadır. Günümüzde geleneksel kaynaklar yerine çevrimiçi kaynaklarda sağlık enformasyonu arayan kişilerin sayısının artış gösterdiği görülmektedir. “Pew Research Center” 2013 verilerine göre ABD’deki yetişkinlerin %35’i kendileri ya da bir başkasının sağlık sorunun çözebilmek için en az bir kere interneti kullanmıştır. İnternet kullanıcılarının %72’si ise bir önceki yıl içinde herhangi bir sağlık konusu ile ilgili bilgi aramak için interneti kullandığını belirtmiştir [36].

Sosyal medyanın bireylerin bağlanabilirliğini arttırdığı ve kullanıcıların direk katılımına olanak verdiği gözlenmektedir. Bu olanaklar sağlık iletişimi programları kapsamında toplum sağlığını etkilemek için yeni fırsatlar yaratmada önem taşımaktadır. Bunun için sosyal medyanın toplum üzerindeki etkisi ve farklı çeşitlerdeki sosyal medya kullanıcılarının özellikleri bilinmesi gereken temel konulardandır [37].

Sosyal medyanın sağlığın geliştirilmesinden kullanımını değerlendirmek adına gençlere yönelik, sigara kullanımının meme kanserindeki risk faktörlerinden biri olduğu konusunda farkındalık yaratmak adına Youtube aracılığıyla videolar yayınlanmıştır. Soru formu ile gençlerin tutumunun ve videoları sosyal platformlarda paylaşım durumlarının incelendiği çalışmada erkek ve kızlardan oluşan katılımcılardan olumlu yanıtlar alınmış, videoları sosyal platformlarda paylaştıkları gözlenmiştir [24]. Gençlere yönelik sağlık mesajları oluşturmada hedef kitleyi aktif olarak dahil edecek stratejiler belirlemek önem taşımakta [38], bu gibi çalışmalar ve projelerin artırılmasında yarar olduğu görülmektedir.

Sosyal ağ olarak nitelendirdiğimiz dijital platformlar günümüzde, sağlık konularında farkındalık yaratmak ve hastalıklardan korunma konusunda bilgi yaymak amaçlı kullanılmaktadır. 1970’li yıllarda geliştirilen *sosyal pazarlama* uygulamaları sosyal konular ve sağlık konularında tutum ve davranışları değiştirmek ve farkındalık yaratmak amacıyla fikirlerin, sorunların ve uygulamaların tanıtımında pazarlama yöntemlerinden faydalanılmasını ifade etmektedir. Sosyal medyanın gelişimi ile sosyal pazarlama uygulamaları da farklı bir boyut kazanmıştır [39].



Sağlığın geliştirilmesi ve sağlık eğitimi amacıyla kullanılan farklı sosyal medya araçları ve örnekleri Korda ve Itani'nin (2013) çalışmasından uyarlanarak Tablo 1'de gösterilmiştir [21].

**Tablo 1.** Sağlığın Geliştirilmesi ve Sağlık Eğitiminde Kullanılan Sosyal Medya Araçları

Araç	Tanım/Kullanım	Örnekler
Bloglar	Yazarın istediği alanda yazabildiği, yorum alabildiği ve paylaşımlar yapabildiği çevrimiçi günlüklerdir.	www2.mdanderson.org/ cancerwise/
RSS (Rich Site Summary) beslemeleri	Kullanıcıların abone olarak çevrimiçi yazı, video vb. güncellemeleri almalarını sağlar.	Mayoclinic.com, cancer.org
e-Oyunlar	İnternet ve mobil teknolojiler aracılığıyla oynanan interaktif oyunlardır.	CDC.gov, healthgamesresearch.org (Robert Wood Johnson Foundation) gibi sitelerde e-oyunlar geliştirilmiştir.
Mesaj panoları	Kullanıcıların mesaj ve soru göndererek cevaplar alabildiği senkronize ve asenkronize platformlardır.	Everydayhealth.com
Mikrobloglar	Uzunluk kısıtlaması olan bloglardır.	Twitter, Tumblr
Kısa mesaj servisleri	Mobil telefonlar aracılığıyla kısa mesajlar gönderilerek yapılan uygulamalardır.	Text4baby
Sosyal ağ siteleri (genel)	Kullanıcıların çevrimiçi topluluklar oluşturarak mesajlar göndermesini ve içerik paylaşmasını sağlayan araçlardır.	Facebook, MySpace, LinkedIn
Sosyal ağ siteleri (sağlığa özel)	Kullanıcıların birbirleri ile sağlık konularında çevrimiçi olarak bilgi ve deneyimlerini paylaşmasını sağlayan ortamlardır.	dLife.com, stickK.com
Video paylaşımı	Kullanıcılar paylaşım ve yorum yapılması için videolar oluşturarak video dosyalarını yüklerler.	Youtube.com'da yer alan sağlık ile ilgili kanallar
Wikiler	Farklı kullanıcıların içerik oluşturarak göndermesine izin veren ortamlardır.	Wikihealth.com

Amerika Birleşik Devletleri'nde geliştirilen "The Heart Truth" kampanyası dijital ortamların sosyal pazarlamada kullanımına kapsamlı bir örnek olarak verilebilir. Kampanyanın amacı kadınlarda sayısı artan ve ölüm sebepleri arasında ilk sıralarda yer alan kalp hastalıkları ile ilgili kadınların farkındalığını arttırarak, bireysel olarak risklerini belirlemelerini sağlamak ve doktor ile görüşmeleri konusunda cesaretlendirmektir. Kampanya stratejileri geliştirilirken davranış modelleri dikkate alınmış, kalp hastalıklarının yalnızca erkekler için değil kadınlar için de önem teşkil ettiğini vurgulamak adına kırmızı elbise sembol olarak kullanılmıştır. Kampanya kapsamında öncelikle en aktif ve etkin bloglar belirlenip, bu bloglarda kampanyanın duyurulması sağlanmış, 2010 yılında 66 blogda konuya yer verildiği görülmüştür. Oluşturulan Twitter hesabının Şubat 2011 yılında kullanıcı sayısı 3000'i aşmış, kadınları ve "blogger"ları biraraya getiren sosyal aktiviteler ve konferanslar düzenlenmiş; bu toplantılar sırasında Twitter'ın kullanımı sağlanmış ve çok sayıda twit atıldığı saptanmıştır. Bu uygulamalar dışında Facebook hesabı oluşturulmuş, Flickr aktif olarak kullanılmış, kampanya ile bağlantısı olmayan kullanıcılar tarafından 144 video YouTube'a yüklenmiştir. 2000 yılında kadınların yalnızca %34'ü kalp hastalıklarının başta gelen ölüm nedenlerinden biri olduğunun farkındayken, 2006 yılında ABD'deki kadınların yarısından fazlasının bu durumun farkında olduğu saptanmıştır [39].

Sosyal medyanın sağlık alanında kullanımına başka bir örnek olarak Mayo Clinic uygulamaları gösterilebilir. 2010 yılında Sosyal Medya Sağlık Ağı'nı (Social Media Health Network) geliştiren Mayo Clinic, en kaliteli ve doğru sağlık bilgisini alma ve sağlık uzmanları ile iletişim kurma amacıyla sosyal medya araçlarının kullanımı konusunda toplumu yönlendirmeyi, eğitim vermeyi ve bu doğrultuda eğitici ve bilgilendirici kaynaklar sunmayı amaçlamıştır [40].

Ülkemizde kalp sağlığı konusunda yapılan iletişim çalışmaları incelendiğinde kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetleri öne çıkmaktadır. Öztürk ve Öymen tarafından yapılan bir çalışmada, Türkiye'de de önemli bir sağlık sorunu olarak görülen ancak gerekli tedbir ve bilinçlendirme çalışmaları yapılması halinde "önlenebilir" olduğu ifade edilen kalp sağlığı konusundaki iletişim çalışmalarında bu kuruluşların Facebook ve Twitter ağlarını ne kadar etkin kullandıkları incelenmiştir. İçerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonuçlarında, incelenen kuruluşların hedef kitle ayağının sürece dahil edilmesinde önemli eksikliklerin olduğu, sosyal medya kanallarını etkileşimli olarak, etkili bir şekilde kullanamadıkları belirtilmiştir [26].

2013 yılında Facebook sayfalarında sağlık olgusunun mevcut durumunu ortaya çıkarmak amacıyla yapılan, en çok beğeni/izlem sayısına sahip ilk 12 sayfayı kapsayan bir çalışmanın sonuçları; en fazla paylaşımın yapıldığı sayfada daha çok bitkilerin faydalarına ait bilgilerin yer aldığı, paylaşımın yarısından fazlasında kaynak belirtilmediği, paylaşımın çoğunda resim ya da fotoğraf yer alırken video paylaşma oranının düşük olduğu, paylaşımın önemli bir kısmının 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 paylaşıldığını göstermiştir [7].

Sosyal medyada en çok ele alınan konulardan biri de beslenmedir. Beslenme uzmanları hedefledikleri programların kapsamını genişletmek için sosyal medya araçlarından

faaydalanmaktadırlar. Tobey and Manore (2014) sebze ve meyve tüketimini artırmak amaçlı planlanan “Food Hero” sosyal pazarlama kampanyası deneyimi sonucu geliştirilen, beslenme programları kapsamında sosyal medyanın kullanımına yönelik, uygulama odaklı bes öneri sunmuşlardır: ihtiyaç değerlendirmesi yapılması (hedef kitleden veri toplayarak bilgi gereksinimlerinin belirlenmesi), sosyal medya sitelerinin seçilmesi(hedef kitlenin kullanımını doğrultusunda tercih edilecek sosyal medya araçlarına karar verilmesi), bir plan oluşturulması (teoriye dayalı bir uygulama planı yapılması), sosyal medya ekibinin entegrasyonunun sağlanması (kampanyada çalışan ekip üyelerinin uyum içinde planlı çalışması) ve sosyal medya ölçüm verisinin düzenli olarak toplanması izlenmesi ve kullanılması (kullanıcıların demografik özelliklerini ve ihtiyaçlarını anlamak, projeyi güncel tutmak için sosyal medya ölçüm verilerinden yararlanılması) [41].

Sosyal medya araçları sosyal olaylar, artan tehditler, salgın hastalıklar gibi konularla ilgili gerçek zamanlı bilgi keşfi için de kullanılabilir. Örneğin Twitter kullanıcılarının gerçek zamanlı twit içerikleri, depremleri saptamak ve uyarı sağlamak [42], Haiti depremi gibi doğal afetler sonrası gıda, su ve tıbbi ihtiyaçları belirlemek [43], grip gibi hastalıklarda oluşan sendromik özellikleri takip etmek [44] ve bulaşıcı hastalıklarla ilgili twitleri almak [45] amacıyla kullanılabilir.

## V. TARTIŞMA VE SONUÇ

Sosyal medya iletişim sürecinde olduğu gibi sağlık bakımında da bir dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur. Sağlıklı toplum bireyleri, hastalar ve sağlık uzmanları tarafından sağlık konuları hakkında iletişim kurmak için kullanılan sosyal medya sağlık alanına yeni bir boyut getirmiştir. Kullanıcılar arasında işbirliğine olanak veren sosyal medya sağlık çıktılarını geliştirmek adına önemli bir araç olarak görülmektedir. Sağlık iletişimde sosyal medya kullanımının bir çok faydası bulunmakta ancak paylaşılan bilginin kalite ve güvenilirlik açısından izlenmesi, kullanıcıların mahremiyetinin korunması gerekmektedir [25, 6].

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 [46]. Sosyal medya araçları hekimlere ve tıp öğrencilerine daha hızlı ve daha çok kişiye ulaşabilecekleri ortamlar sağlamakta, toplum sağlığına yönelik mesajların geniş çapta yayılması ve diğer sağlık iletişimi faaliyetleri için fırsatlar sunmaktadır. Ancak sosyal ağlar hekim-hasta iletişimine yeni bir boyut getirdiğinden bu kapsamda hekimlerin göz önünde bulundurması gereken konular vardır. Bu kapsamda rehber oluşturması adına Amerikan Tıp Derneği (American Medical Association) rehber niteliğinde öneriler yayınlamıştır [47].

Sosyal medyanın sağlık alanında kullanımının getirdiği avantajları şu şekilde özetlemek mümkündür [48]:

Sağlık uzmanları kendileri ile benzer klinik ve araştırma alanlarına ilgi duyan diğer uzmanlar ile bağlantı kurabilirler (Twitter kullanan eğitimciler “#Tıpegitimi” gibi ortak bir etiketi takip ederek diğer akademisyenlere ulaşabilirler).

Sağlık uzmanlarının meslektaşlarına veya topluma enformasyon aktarabileceği bir ortam sağlanır (Mayo Clinic Facebook ve Twitter aracılığıyla kronik ağrı yönetimi, kanser teşhisi ile baş etme, zayıflama stratejileri gibi konularda eğitici bilgiler paylaşmaktadır).

Bloglar ve mikrobloglar klinisyenlerin düşüncelerini kamusal alanda paylaşmaları için ortam sağlar (“Mothers in Medicine” isimli blogda çocuğu olan kadın hekimler deneyimlerini paylaşmaktadırlar).

Sosyal medya sağlık hizmetlerinin kapsamını klinik dışına genişletebilir (Los Angeles “University of California” Facebook grup kullanımının yüksek riskli gruplar arasında HIV testi yaptıranların oranını arttırdığını göstermiştir.).

Korda ve Itani (2013) tarafından yapılan bir derleme çalışmasının sonuçlarına göre sağlığın geliştirilmesinde sosyal medyanın kullanımında dikkate alınması gereken önemli konular sekiz başlık altında toplanmıştır: (1) Hedef kitlenin demografik özellikleri, teknolojik tercihleri ve ihtiyaçlarının belirlenmesi (2) Sosyal medya eğilimlerinin takip edilmesi (3) Kullanıcı katkılı içeriklerin tercih edilmesi (4) Birden fazla araç kullanarak çok yönlü stratejiler geliştirilmesi (5) Sosyal ve davranışsal değişim modellerinden faydalanarak teoriye dayanan girişimlerde bulunulması (6) Girişimlerin değerlendirilmesi (7) Web sitesi ziyaretçileri, sayfa görüntülenmesi, belirli aktiviteler için harcanan zaman gibi konularda ölçümler yapılarak girişimlerin etkilerinin ölçülmesi (8) Sosyal medya uygulamalarının etkililiğinin saptanması için ulusal düzeyde ölçeklendirmeler yapılması [21].

Kronik hastalıkları olan bireylerin ihtiyaçları zamana ve hastalığın seyrine göre değişiklik gösterdiğinden, bireysel yönetimde çeşitli uygulamalara ihtiyaç duymaktadırlar [49]. Enformasyon, destek ve tüm yönetim ihtiyaçlarının uyarlanabilir olması önem taşımaktadır. Bu anlamda sosyal medya kronik hastalıkları olan bireylerin bireysel yönetim davranışını uyarlama becerisi kazanmasını sağlayabilmektedir [9].

Farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda sosyal medya kullanımının sağlık iletişimindeki rolü ve etkilerinin farklı açılardan ele alındığı görülmektedir. Çalışmalar çoğunlukla sosyal medya araçlarının kullanımı ile sağlık davranışlarının olumlu yönde değiştirilebileceğini, sağlık eğitimi ve hastalıkların önlenmesi adına avantajlar sağlanabileceğini belirtmektedir. Bu kapsamda, farklı sağlık konularında, sosyal medya kullanımı ile desteklenen topluma yönelik uygulamaların dikkat çektiği ve girişimlerin etkili olduğu gözlenmiştir. Özellikle güvenilir sağlık bilgisine ulaşmanın zor olduğu İnternet ortamında sağlık uzmanları tarafından sosyal ağlar aracılığı ile sağlık bilgisi sunulması önem taşımaktadır. Ülkemizde sosyal medyanın sağlık iletişiminde kullanımının etkilerini değerlendiren ve kullanım önerileri sunan daha fazla çalışma gerçekleştirilmesi, sağlık ile ilgili kuruluşların bu kapsamda stratejiler geliştirerek farklı uygulamalar planlaması faydalı olacaktır.

## Yararlanılan Kaynaklar

- Türkiye İstatistik Kurumu, Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı, Mart 03, 2015, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028).
- Internet World Stats, Mart 03, 2015, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- Han, J. Y., Wise, M., Kim, E., Pingree, R., Hawkins, R. P., Pingree, S., et al. (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, 367–388.
- McKinley, C. J. & Wright, P. J. (2014). Informational social support and online health information seeking: Examining the association between factors contributing to healthy eating behavior. *Computers in Human Behavior*, 37, 107-116.
- Çınarlı, İ. (2008). Sağlık İletişimi ve Medya. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [1] Moorhead, S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J. K., Irwin, A. & Hoving, C. (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).
- [2] Şener, E. & Samur, M. (2013). Sağlığı geliştirici bir unsur olarak sosyal medya: Facebookta Sağlık. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (4), 508-523.
- [3] Antheunis, M.L., Tates, K. & Nieboer, T. E. (2013). Patients' and health professionals' use of social media in health care: Motives, barriers and expectations. *Patient Education and Counseling*, 92 (3), 426-431.
- [4] Merolli, M., Gray, K. & Martin-Sanchez, F. (2013). Health outcomes and related effects of using social media in chronic disease management: A literature review and analysis of affordances. *Journal of Biomedical Informatics*, 46 (6), 957-969.
- Healthy People 2020 Topics & Objectives, Şubat 04, 2015 <https://www.healthypeople.gov/2020/topicsobjectives2020/default>.
- Rimal, R. N. & Lapinski, M. K. (2009). Why health communication is important in public health, Şubat 06, 2015, <http://www.who.int/bulletin/volumes/87/4/08-056713/en/>.
- Vanderbilt, Center for Effective Health Communication, Şubat 09, 2015, <https://medicine-andpublichealth.vanderbilt.edu/pehc/>.
- [5] Koçak, A. & Bulduklu, Y. (2010). Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları. *Selçuk İletişim*, 6 (3), 5-17.
- [6] Wright, K. B., Sparks, L. & O'Hair, H. D. (2013). Health Communication in the 21st Century. UK: Wiley-Blackwell.

- Hill, S. (2009). Directions in health communication, Ocak 28, 2014, <http://www.who.int/bulletin/volumes/87/9/09-070680/en/#>
- World Health Organization, Health Promotion, Mart 12, 2015, [http://www.who.int/topics/health\\_promotion/en/](http://www.who.int/topics/health_promotion/en/).
- [7] Yardım, N., Gögen, S. & Mollahaliloğlu, S. (2009). Sağlıkın Geliştirilmesi (Health Promotion): Dünyada ve Türkiye’de Mevcut Durum, *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 72, 29-35.
- [8] Street Jr., R. L. (2013). How clinician-patient communication contributes to health improvement: Modeling pathways from talk to outcome. *Patient Education and Counseling*, 92 (3), 286-291.
- [9] Gremigni, P., Sommaruga, M. & Peltenburg, M. (2008). Validation of the Health Care Communication Questionnaire (HCCQ) to measure outpatients’ experience of communication with hospital staff. *Patient Education and Counseling*, 71, 57-64.
- [10] Ludolph, R. & Schulz, P. J. (2015). Does regulatory fit lead to more effective health communication? A systematic review. *Social Science & Medicine*, 128, 142-150.
- [11] Korda, H. & Itani, Z. (2013). Harnessing social media for health promotion and behavior change. *Health Promotion Practice*, 14 (1), 15-23.
- Jones, S., & Fox, S. (2009). Generations online in 2009. Washington,DC: Pew Internet & American Life Project, Mart 02, 2015, <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/Generations-Online-in-2009.aspx>.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Bottorff, J. L., Struik, L. L., Bissell, L. J. L., Graham, R., Stevens, J. & Richardson, C. G. (2014). A social media approach to inform youth about breast cancer and smoking: An exploratory descriptive study. *Collegian*, 21, 159-168.
- Chretien, K. C. & Kind, T. (2013). Social media as a tool in medicine. *Circulation*, 127, 1413-1421.
- Öztürk, G. & Öymen, G. (2013). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Stratejik Önemi: Türkiye’de Kalp Sağlığı ile İlgili Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Özel Sayı 3, 109-131.
- Prasad, B. (2013). Social media, health care, and social networking. *Gastrointestinal Endoscopy*, 77 (3), 492-495.
- Fisher, J. & Clayton, M. (2012). Who gives a tweet: Assessing Patients’ Interest in the Use of Social Media for Health Care. *Worldviews on Evidence-Based Nursing*, Second Quarter, 100-108.

- Vollum, M. J. (2014). The potential for social media use in K-12 physical and health education. *Computers in Human Behavior*, 35, 560-564.
- [12] Oh, H. J., Lauckner, C., Boehmer, J., Fewins-Bliss, R., & Li, K. (2013). Facebooking for health: An examination into the solicitation and effects of health-related social support on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 29 (5), 2072–2080.
- [13] Cavallo, D. N., Tate, D. F., Ries, A. V., Brown, J. D., DeVellis, R. F. & Ammerman, A. S. (2012). A Social Media-Based Physical Activity Intervention A Randomized Controlled Trial. *American Journal of Preventive Medicine*, 43 (5), 527-532.
- [14] Myslin, M., Zhu, S. H., Chapman, W., Conway, M. (2013). Using Twitter to examine smoking behavior and perceptions of emerging tobacco products. *Journal of Medical Internet Research*, 15, e174.
- [15] Young, S., Dutta, D. & Dommetty, G. (2009). Extrapolating psychological insights from Facebook profiles: a study of religion and relationship status. *CyberPsychology and Behavior*, 12, 347–350.
- [16] Young, S. D. (2014). Behavioral insights on big data: using social media for predicting biomedical outcomes. *Science & Society*, 22 (11), 601-602.
- [17] Broniatowski, D.A., Paul, M. J., Dredze, M. (2013). National and local influenza surveillance through Twitter: an analysis of the 2012–2013 influenza epidemic. *PLoS ONE*, 8 (12), e83672.
- [18] Pew Research Center, Health Fact Sheet, Şubat 05, 2015, <http://www.pewinternet.org/fact-sheets/health-fact-sheet/>.
- [19] Chou, W. S., Hunt, Y. M., Beckjord, E. B., Moser, R. P. & Hesse, B. W. (2009). Social Media Use in the United States: Implications for Health Communication. *Journal of Medical Internet Research*, 11 (4).
- [20] Krieger, J. L., Coveleski, S., Hecht, M. L., Miller-Day, M., Graham, J.W., Pettigrew, J., et al. (2013). From kids, through kids, to kids: Examining the social influence strategies used by adolescents to promote prevention among peers. *Health Communication*, 28, 683-695.
- [21] Taubenheim, A. M., Long, T., Wayman, J., Temple, S., McDonough, S. & Duncan, A. (2012). Using Social Media To Enhance Health Communication Campaigns. Seth M. Noar and Nancy Grant Harrington (Edited by), *eHealth Applications Promising Strategies for Behavior Change* (205-220) UK: Routledge.
- [22] Mayo Clinic, Social Media Health Network, Mart 12, 2015, <http://network.socialmedia.mayoclinic.org/>.
- [23] Tobey, L. N. & Manore, M. M. (2014). Social Media and Nutrition Education: The Food Hero Experience, *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 46 (2), 128-133.

- [24] Sakaki, T., Okazaki, M. & Matsuo, Y. (2010). Earthquake shakes twitter users: real-time event detection by social sensors, 19th International Conference on World Wide Web, WWW '10, 2010, 851–60.
- [25] Caragea C., McNeese N., Jaiswal A., Traylor G., Kim H., Mitra P., et al. (2011). Classifying text messages for the Haiti earthquake, 8th international conference on information systems for crisis response and management (ISCRAM2011).
- [26] Collier N. & Doan S. Syndromic classification of twitter messages. CoRR abs/1110.3094.
- [27] Lopes, L., Zamite, J., Tavares, B., Couto, F., Silva, F. & Silva, M. Automated social network epidemic data collector, INForum informatics symposium, Lisboa, 2009.
- [28] Van de Belt, T.H., Berben, S.A.A., Samsom, M., Engelen, L.J.L.P.G & Schoonhoven, L. (2012). Use of social media by western european hospitals: longitudinal study. *Journal of Medical Internet Research*, 14, 3.
- American Medical Association, Opinion 9.124 – Professionalism in the Use of Social Media, Mart 02, 2015, <http://www.ama-assn.org/ama/pub/physician-resources/medical-ethics/code-medical-ethics/opinion9124.page>.
- [29] Colbert, J. A. & Lehmann, L. S. (2014). Partnering with patients to realize the benefits of social media. *American Journal of Obstetrics and Gynecology* (Article in Press).
- [30] van Uden-Kraan, C.F., Drossaert, C.H., Taal, E., Seyde, I. E.R. & van de Laar, M.A. (2009). Participation in online patient support groups endorses patients'empowerment. *Patient Educ Couns*, 74, 61–9.



**Başak MENDİ** – basak.mendi@istanbulbilim.edu.tr

She was born in Istanbul in 1982. She began her professional career as a lecturer in Istanbul Bilim University in 2007. She received a PhD degree in Information Technologies from Marmara University in 2012. She is current employed by Istanbul Bilim University as Assistant Professor. Her main research interests include Health Communication, Health Information Technology, Mobile Health Applications.



Copyright of Journal of Marmara University Social Sciences Institute / Öneri is the property of Marmara University, Institute of Social Sciences and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.