

SAĞLIK HİZMETLERİNDE FARKINDALIK YARATMADA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Özge UYSAL ŞAHİN

Doç. Dr. , Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Çanakkale Uygulamalı Bilimler
Yüksekokulu Sağlık Yönetimi Bölümü, e-mail: ozge@comu.edu.tr

ÖZET

Sosyal medya uygulamaları günümüzde insanların hayatlarını her alanda etkilemektedir. Dünyada yaygınlaşarak yoğun bir şekilde kullanılmaya başlayan sosyal medya uygulamaları artan çeşitliliği ile zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın, paylaşım, tartışma ve fikir alışverişinin yapıldığı bir ortam sunmaktadır. Bunların yanında, kişilere ve kurumlara iletişim, tanıtım, hizmet sunumu gibi birçok konuda önemli fırsatlar sağlamaktadır. O yüzden her kurumda, her sektörde ve hatta her konuda sosyal medya uygulamalarına başvurulduğu görülmektedir. Bu bağlamda, insan hayatını en çok etkileyen sektörlerden biri olan sağlık sektöründe sosyal medya uygulamalarına başvurulması özellikle bu sektörde farkındalık yaratma bakımından önem arz etmektedir. Çalışmada da, söz konusu sektörde sosyal medya uygulamalarının önemi, gelinen nokta ve farkındalığı artırmak için yapılması gerekenler konusunda teorik bir inceleme yapıp değerlendirme ve önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Sektörü, Sosyal Medya, Farkındalık



THE ROLE OF SOCIAL MEDIA CREATING AWARENESS IN THE HEALTH SECTOR

ABSTRACT

Social media applications are affecting people's lives in every field today. Social media applications, which have become widespread and widely used in the world, offer an environment of sharing, discussion and exchange of ideas without increasing time and space limitation. In addition, it provides important opportunities for people and institutions in many aspects such as communication, promotion, service delivery. As a result, it seems that social media applications are being applied to every institution, every sector and even every issue. In this context, social media applications in the health sector is especially important in terms of creating awareness in this sector. The study will also include a theoretical review of the social media practices in the sector, the points to be taken to increase awareness, and evaluation and recommendations.

Key Words: *Health Sector, Social Media, Awareness*

1. GİRİŞ

İnternet ve sosyal medyanın gelişimi sağlık sektöründe bazı sıkıntıların aşılmasını sağlamakta ve önemli fırsatlar sunmaktadır. Sağlık hizmetlerinde eğitim, hastalık yönetimi, doktor ve hastalar arasında iletişim ve bilgi paylaşımı gibi pek çok konuda ilerleme sağlanmaktadır. Sosyal bir hak olan sağlığın geliştirilmesi ve korunması için internet ve özellikle de sosyal medya önemli bir alan oluşturmaktadır. Sağlık hizmetlerinin etkili, verimli ve düşük maliyetli sunumu açısından da sağlık iletişiminin doğru kurulması ve yerinde bir sosyal medya stratejisinin oluşturulması gerekmektedir. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde geline son nokta ve kullanımının giderek yaygınlaşması bu durumu kaçınılmaz kılmaktadır.

Bu çalışmada da sağlık hizmetlerinde farkındalığı artırıp hizmetleri geliştirmede sosyal medyanın oynadığı role dikkat çekilmek istenmiştir. İlk olarak, sağlık iletişiminin neyi ifade ettiği ve önemine değinilmiştir. Daha sonra sosyal medya kavramı açıklanarak sosyal medyanın sağlık hizmetleri açısından önemi, sağladığı artılar, negatif yönleri ve neler yapılması gerektiği incelenmiştir. Son olarak konuyla ilgili genel bir değerlendirme yapılarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

2. SAĞLIK İLETİŞİMİ VE SOSYAL MEDYA

Bireylerin, kurumların ve halkın önemli sağlık sorunlarıyla ilgili bilgilendirilmesi, etkilenmesi ve motive edilmesi sanatı ve tekniği olarak sağlık iletişimi; sağlığı geliştirme yaklaşımı ile uyumlu olarak sağlıklı bir yaşam sürebilme, yaşam kalitesinin artırılması ve hastalıkların önlenmesi açısından hayati bir öneme sahiptir (Ardınç Çobaner ve Köksoy, 2014). Sağlık iletişiminin günümüzdeki rolü sağlık enformasyonu paylaşımı sağlamak, bireyi ve toplumu bilgilendirerek etkilemek, davranış değişikliği sağlamak ve hedef kitleyi hareketlendirmek şeklinde ifade edilmektedir (Schiavo, 2007).

Sağlık iletişimi sağlık sonuçlarını doğrudan, olumlu yada olumsuz şekilde etkilemektedir. Doğru kurulamayan sağlık iletişimi, örneğin mesajların doğru bir şekilde iletilmemesi ya da yanlış anlaşılması, tanının yanlış konulması ve hastanın tedavi sürecine dahil olamaması gibi istenmeyen sonuçların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Bu



nedenle sağlık iletişimine verilen önem tüm dünyada artmaktadır (Parrot, 2004; Thomas, 2006). Kişiler sağlık iletişimiyle hayatlarının her alanında ve farklı şekillerde karşı karşıya kalmaktadırlar. Örneğin, bireyler sağlık sigortası paketi seçerken, ilaç prospektüsü okurken ya da bir hekimden sağlık durumu hakkında bilgi alırken sağlık iletişimine gereksinim duymaktadır (Uittenhout, 2012).

Sağlık iletişiminde etkin rol oynayan taraflar; hastalar, hasta yakınları, hekimler, hemşireler ve diğer sağlık personeli gibi gerçek kişiler olabileceği gibi, ilaç şirketleri, sigorta kurumları gibi tüzel kişiler de olabilmektedir (Thomas, 2006). Önceden sağlık iletişimi daha çok hekim hasta arasında gerçekleşmekteyken; günümüzde sosyal medya bu konuda önemli rol oynamaya başlamıştır. Sosyal medya sağlık ile ilgili bilgilerin daha geniş kitlelere yayılmasını sağladığından sağlık iletişiminde tercih edilen bir iletişim aracı haline gelmiştir (Uittenhout, 2012). Böylece, doğru ve erişilebilir sağlık bilgisine ulaşımı kolaylaştırırken, sağlık okuryazarlığı seviyesini arttırmakta, halk sağlığı ile ilgili acil durumlarda etkileşimi hızlandırmakta, kültürel olarak farklı ve zor ulaşılabilecek olan nüfusa erişimi kolaylaştırmakta, halk sağlığı uygulamaları ile toplum sağlığının geliştirilmesinde kolaylıklar sağlamakta ve bireyler arasında sağlık ile ilgili bilgi alış verişini artırarak daha demokratik ve hasta merkezli bir tedavi anlayışının geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır (İlgün ve Uğurluoğlu, 2016).

Günümüzde sosyal medya etkisini her alanda olduğu gibi sağlık hizmetleri alanında da göstermektedir. Sosyal medya aracılığıyla doktor araştırılmakta, hastalık belirtilerine bakılmakta, ilaçların yan etkileri araştırılmakta, hastane sorgulanmakta, forumlarda sağlıkla ilgili çeşitli konular tartışılmakta, doktorlarla anında iletişim kurulmakta, doktor blogları takip edilmekte ve sağlıkla ilgili bilgilendirme videoları paylaşılmaktadır. Sosyal medya hastalar, hastaneler ve sağlık çalışanları arasındaki iletişimi kolaylaştıran etkin bir iletişim aracı haline gelmektedir.

3. SAĞLIK HİZMETLERİNDE FARKINDALIK YARATMADA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Sosyal medya kullanımı tüm dünyada hızla artmıştır. Çoğu zaman birbirinin yerine kullanılsa da sosyal ağ ve sosyal medya kavramlarını birbirinden ayırmak gerekmektedir. Sosyal ağ, aile arkadaş gibi birbirleriyle yakın özelliklere sahip grupları temsil ederken; sosyal medya bu insanların kullanmış oldukları araçları ifade etmektedir (Moorhead vd., 2013). Sosyal medya çok basitçe interneti kullanarak kişiler arası konuşma ve iletişime olanak sağlayan bir ortamdır (Breakenridge, 2009). Kullanıcıların etkileşimi ve katılımı ile değer kazanmış olan web siteleri ve uygulamalardan oluşmaktadır. Kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevrimiçi fotoğraf, video, metin, haber ve bilgi paylaşmasına olanak sağlayan web uygulamalarını kapsamaktadır. Sosyal medya araçları çeşitli yazarlar tarafından genelde wikiler, bloglar, mikrobloglar, içerik ve dosya paylaşım siteleri, mesleki ağlar, podcast, forum, sosyal paylaşım siteleri olarak sınıflandırılmaktadır (Constantinides and Fountain, 2008).

Bir uygulamanın sosyal medya olarak tanımlanabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Mayfield (2008) sosyal medyanın taşıması gereken özellikleri şöyle vurgulamıştır:

- *Katılım*: Sosyal medya herkesin katılımını ve geribildirim sürecini içermelidir.



- *Açıklık*: Tüm sosyal medya servisleri herkes tarafından erişilebilirdir. Çok nadir durumlarda erişim engeli bulunmaktadır.
- *İletişim*: Geleneksel medyada tek yönlü bir iletişim kurulurken, sosyal medya kişilerin çift taraflı olarak iletişim kurmalarını sağlamaktadır.
- *Toplum*: Sosyal medya fotoğraf topluluğu gibi küçük toplulukların hızlı bir şekilde oluşturulmasını sağlamaktadır.
- *Bağlantı*: Sosyal medya linklerle farklı multimedya içeriklerinin paylaşımına olanak tanır.

Söz konusu niteliklere sahip sosyal medya araçları giderek her sektörde etkili birer araç haline gelmişlerdir. Bu sektörlerden biri de sağlık sektörüdür. Sosyal medya sağlık hizmetlerinin planlanmasında, sunumunda, tanıtımında, pazarlanmasında ve daha pek çok alanda kullanılmaya başlamıştır. Geleneksel anlamda, sağlık sektöründe iletişim doktor ile hasta arasında gerçek zamanlı yüz yüze gerçekleşmekte iken; sosyal medyanın sağlık alanında öne çıkmasıyla bu zorunluluk ortadan kalkmıştır. Günümüzde artık bireyler doktorla yüz yüze gelmeden de sosyal medya aracılığıyla bilgi alış verişinde bulunabilmektedirler (Britnell, 2011). Sağlık sektöründe sosyal medya kullanımı hem kullanıcılar (hastalar) hem de sunucular (sağlık kurumları ve sağlık profesyonelleri) açısından artmaktadır. Sosyal medya, sağlık hizmetleri için önemli bir iletişim kanalı haline gelmektedir. İhtiyaçlara en iyi şekilde cevap vermeye çalışan sağlık kurumları ve sağlık personeli tarafından giderek daha çok kullanılmaya başlarken, hastalar için de daha fazla tercih edilir duruma gelmektedir.

Sağlık kurumlarında sosyal medyanın kullanım nedenleri farklılık göstermektedir. Sosyal medya sağlık alanında tıp ve hasta eğitimini sağlamak, hasta ile sağlık profesyonelleri arasındaki etkileşimi artırmak, sağlık ekipleri arasında işbirliğini sağlamak, sağlık kampanyalarını duyurmak, bilgi paylaşımında bulunmak, pazarlamayı artırmak, hasta uyumunu sağlamak ve hastalara danışmanlık yapmak için kullanılmaktadır. Bunun yanında halk ile politika yapıcılar arasında da etkileşimi artırmaktadır. Böylece sağlık eğitimi, sağlığın teşviki ve bireylerin sağlık sistemiyle ilgili yaşadıkları sorunların azaltılması imkan sağlamış olur (İlgin ve Uğurluoğlu, 2016).

Sosyal medya, hastalara doktorlar, hemşireler ve diğer hastalarla kolaylıkla etkileşimde bulunma fırsatı sunmaktadır. Blog siteler hastalara görüşlerini ifade etme ve hasta deneyimlerini paylaşma imkanı vermektedir. Bunlar sıklıkla hastalara belirli bir doktor, hastane veya prosedür hakkında büyük bir bilgi kaynağı ile sağlamaktadır. Twitter, hastaların gerçek zamanlı olarak etkileşimde bulunmasına ve koşullar ve deneyimleri tartışmasına olanak tanır. Tartışma için doğru bir araç ve bu tartışmalar hasta katılımını arttırmaktadır. Hastalar bu tartışmalara katıldığında, hastalık sürecinden daha fazla haberdar olmakta, yaşam tarzı değişiklikleri yapma olasılıkları artmakta ve ilaçlara daha uyum göstermektedirler. Twitter sohbetleri, "sanal destek grupları" yaratmanın harika bir yoludur ve bunlar, benzer tıbbi problemleri olan hastaları bir araya getirip iyileşme fırsatı yaratmaktadır (Belbey, 2016). Hastalar diğer hastaların duygularına ve sıkıntılarına dahil olarak hem onlara destek olma, hem kendi dertlerini hafifletme ve kimi zaman farklı çözümler bulma şansına sahip olmaktadır. Bunun yanında, Patients Likeme, CaringBridge org., Diabetesmine.com, ACOR.org gibi çok sayıda hasta topluluklarına ait siteler, sosyal medyada hastalara iletişim ve hastalıkları ile ilgili detaylı bilgi edinme imkanı sunmaktadır (Kayabalı, 2011). Ayrıca, doktorlar ve sağlık kurumları tarafından açılan Facebook, Twitter gibi sosyal medya hesapları açılmakta burada hem hastalara çeşitli konular hakkında bilgi verilmekte, bazı duyurular yapılmakta ve sorulara cevap verilmektedir. Bunlar yanında, YouTube gibi video



paylaşım siteleri yoluyla da özellikle hastalara çeşitli konular hakkında bilgilendirici videolar paylaşılmaktadır. Wiki'ler, forumlar ise sağlıkla ilgili çeşitli bilgi paylaşımlarına ve etkileşime imkan veren sosyal medya uygulamalarıdır.

Hastaneler için en başarılı sayılabilecek örnek, ABD'deki MayoClinic'tir. Hastane başhekiminin blogu, hastaların MayoClinic ile ilgili görüşlerini ve tedavi süreçlerinde neler yaşadıklarını anlatabilmelerini sağlayan bir platform şeklinde planlanmış. Site bir blog, sağlıkta sosyal medya kullanmaya çalışan insanlar için kaynaklar, sosyal medyada danışmanlık ve koçluk ve sağlıkta sosyal medya araçlarını benimsemekle ilgilenen kişiler ve kuruluşlar için eğitim fırsatları içeriyor. Hastane ayrıca Twitter ve Facebook sayfalarıyla da erişim kanalları oluşturmuştur. Bu kanallar hastalar için kontrollü bir bilgi edinme/paylaşma alanı sağlamakta ve kurumun imajına da ciddi katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bazı doktorlar kendi tanıtım ve iletişim stratejileri doğrultusunda kapsamlı sağlık wiki sayfaları oluşturmuşlardır. Medpedia.com, AskDrWiki.com gibi bazı wiki sayfaları üniversiteler tarafından desteklenmektedir. Hastalar bu sayfalarda birçok hastalık ile ilgili bilgi alabildikleri gibi, bu bilgiye uzmanına sorma şeklinde de ulaşabilmektedirler (Kayabalı, 2011).

Burada önemli olan nokta sosyal medya uygulamalarının taşıdığı riskleri ve zorlukları tespit etmek ve gerekli önlemleri almaktır. Aksi takdirde sağlık hizmetlerinde hem hastalar hem de kurum ve sağlık personeli için gerekli katkıları sağlama olasılığı azalmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya uygulamalarının sağlık hizmeti sunanlar ve bu hizmetlerden yararlananlar ile genel olarak bu hizmet açısından potansiyel riskleri ve zararları şöyle ifade edilebilir (İlgün ve Uğurluoğlu, 2016; Tomes, 2013):

- Sosyal medyadan elde edilen bilgilerin güvenilirliği ve karmaşıklığı
- Hasta mahremiyeti ve gizliliğinin ihmal edilmesi
- Hekimler ve sağlık kurumlarıyla ilgili yanlış bilgilerin yer alması
- Sahtecilik ve dolandırıcılık ihtimali
- Kurum içinde sosyal medya kullanımının bazı harcama kalemlerini arttırması
- Doktorların hastalarla ile online etkileşime geçme oranının hala düşük olması
- Olumsuz sağlık sonuçlarının ortaya çıkması
- Olumsuz sağlık davranışlarının ortaya çıkması
- Profesyonel imajın sarsılması
- Sağlık kurumlarında çalışanlarla ilgili bilgilerin çalışan onayı alınmadan sosyal medyada yayınlanması
- Sağlık kalitesiyle ilgili endişeler
- Online olarak hizmet veren hekimlerin lisansları hakkında bilgi bulunmaması

Söz konusu bu riskler minimum düzeye indirilebilmesi önemlidir. O yüzden hem kurumların bu konuda gerekli önemleri alıp ilgili adımları atması hem de hasta ve sağlık personelinin sosyal medya kullanım konusunda dikkatli olması gerekmektedir. Bu sağlanabilirse, sağlık hizmetini talep eden ve sağlık hizmeti sunanlar için yer ve zaman kısıtlaması olmadan kolaylıkla etkileşime geçilebilecek, doğru ve sağlıklı bilgilere ulaşıp sağlık hizmetlerinde daha iyiye ulaşılacaktır. Tüm bunlar da toplum sağlığının iyileşmesine katkıda bulunacaktır.

Halkın ihtiyaç ve beklentilerinin takip edilip karşılanabilmesi sosyal medya ortamlarında onlardan gelen yorumların dikkate alınması ile sağlanabilir. Ayrıca, sosyal medya araçları sadece kurum dışı iletişim için değil, kurum içi iletişim için de kullanılarak



kurumların personel yönetimini desteklemektedir. Sosyal medya sitelerinde sağlık personelinin önemli gün ve haftalarının kutlanması, onların nöbette olduğu günlerde, bayramlarda ya da diğer önemli günlerinde yanında olduğunu hissettirmesi, onların bu anlara ilişkin fotoğraf ve yorumlarını paylaşarak yorgunluklarını azaltmaya çalışması personelin motivasyonunu artırmaktadır. Bunun dışında, görevleri bazı konularda vatandaşı bilgilendirmek ve bilinçlendirmek olan kamu kurumları için sosyal medya ortamları büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Zira sosyal medyada yürütülen bir kampanya ya da başlatılan bir etkinlik ile kimi zaman yüzlerce kişiye aynı anda ulaşılmakta ve eğitim verilebilmektedir. Bu sayede kurum hem eğitim maliyetini düşürmekte hem de daha fazla sayıda kişiye ulaşarak eğitimleri etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirmektedir (Erkek, 2016). Sosyal medya kurum için itibar yönetimi bakımından da önemlidir. Bir şirketin veya kurumun, bir organizasyon hakkında kötü haberler veya söylentiler yayılırken bu konuya hızla ve geniş kitlelere ulaşacak şekilde açıklık getirmesi gerekmektedir. Özellikle olaylar sırasında sosyal medyanın kullanılması, söylentilere hızla son verebilir ve bilginin iyi ve hızlı bir şekilde paylaşılmasını sağlayabilir.

Wilson 2009'a göre işletmenin sosyal ağlarla ilgili 5 temel kaygısı vardır. Bunlar arasında personel verimliliğindeki kayıp, umumi bir ortamda personelin veri sızdırması, şirketin itibarının zarar görmesi, siber dolandırıcılar tarafından aldatılma ve yenilenmeyen şifrelerden ötürü işletme bilgisine açık erişim sayılabilir (Wilson, 2009). Tüm bunlara rağmen, sağladığı yararlar risklere göre daha fazla olduğu iddia edilebilir. Sosyal Medya sadece sağlık kurumları açısından değil sağlık personeli ve genel olarak sağlık hizmetleri için de önemli yararlar sağlamaktadır. Sosyal medyanın sağlık sektörü için sağladığı faydalar şöyledir (İlgün ve Uğurluoğlu, 2016):

- Sağlık kurumları ve hastalar açısından maliyetlerin azaltılması
- Doktorlar arası işbirliğinin artırılması
- Doktor hasta arasındaki etkileşimin artırılması
- Hastalar arasındaki etkileşimi artırarak hastaların daha doğru tercihler yapmasını kolaylaştırması
- Geniş coğrafyalara ve kitlelere erişimin sağlanması
- Yeni hizmet fırsatlarının artırılması
- Yeni tedavi tekniklerinin araştırılması ve öğrenilmesi
- Sağlık bilgilerine erişimin kolaylaşması
- Sağlık hizmetlerine erişimin artırılması
- Doktora başvurmadan önce doktor ve sağlık kurumları hakkında bilgi sahibi olmanın sağlanması
- Zaman tasarrufu sağlanması
- Sağlık sorunlarının daha hızlı giderilmesi
- Sağlık bakım kalitesinin artırılması ve sağlık sonuçlarının iyileştirilmesi
- Toplumun sağlık statüsünün yükseltilmesi
- Sağlık iletişiminin artırılması
- Sağlık kurumları ve hekimler açısından tanınırlığın artmasıdır.

Bu faydaları gerçekleştirebilmek için gerekli adımları atmak gerekmektedir. Bu adımların başında ise sağlık kurumu için doğru bir sosyal medya birimi ve yöneticisi atamaktır. Sosyal medya stratejisinin oluşturulup uygulanması için sosyal medya yöneticisi gereklidir. Özellikle önünde birçok seçeneği olan hastalar ve hasta çekmeye çalışan sağlık



kurumları için uzman bir sosyal medya yöneticisi tarafından oluşturulmuş bir sosyal medya stratejisine ihtiyaç vardır. Bu aynı zamanda bilgi paylaşımının ve etkileşimin güvenilir ve etkin olmasını da sağlar. Ayrıca, sosyal medya paylaşımlarında hastaların mahremiyetine yönelik paylaşımlarda bulunulmaması önem arz etmektedir. Kurum ve başta doktor olmak üzere sağlık personeli tarafından yapılan paylaşımların doğru bilgiyi zamanında ve doğru kanallarla çok sayıda kitleye ulaşacak şekilde verilmesi gerekmektedir. Bununla beraber, devlet de dolandırma amaçlı, sahte ve yanıltıcı mesajlar veren web uygulamalarıyla mücadele etmelidir. Çare ve umut arayışındaki hastalar da bu konuda dikkatli olmalıdır. Resmi kurum ve sağlık profesyonellerine ait olduklarını bildikleri sosyal medya hesaplarına, oradaki bilgi paylaşımına itibar etmeli, forum ve bloglar yoluyla iletişime geçmeyi tercih ettiklerinde dikkatli olmalıdırlar.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde gelinen son nokta, hayatımızın her alanını etkilemektedir. Bu alanlardan belki en önemlisi sağlık hizmetleridir. Özellikle hızla yaygınlaşan web 2.0 uygulamaları ve sosyal medya araçları hem sağlık kurumları ve sağlık profesyonelleri hem de hastalar bakımından sağlık hizmetleri açısından farklı amaç ve şekillerde kullanılmaktadır. Sağlık kurumları veya doktorlar için facebook, twitter gibi uygulamaları kullanmama tercihi giderek azalmaktadır. Bunlar hayatımızın neredeyse vazgeçilmez bir parçası haline gelirken, kurum ve doktorlar için duyuru, bilgi paylaşımı, tanıtım ve etkileşim için birer gereklilik boyutuna geçmektedir. Hastalar içinse doktor ve kurum tercihlerini belirleme, bazı sağlık konularıyla ilgili bilgi sahibi olma, soru işaretlerini giderme, deneyimlerini paylaşma, online sağlık hizmetleri alma gibi farklı amaçlarla sosyal medya araçları giderek kullanılmaktadır.

Sosyal medya konusunda bu gelişimin artarak devam edeceği düşünüldüğünde sağlık alanında sağlık kuruluşları ve sağlık profesyonelleri için sosyal medya kullanımındaki gelecek eğilimlerin nasıl olacağı merak konusudur. Öncelikle, uzman sağlık topluluklarının yerini, çevrimiçi ağların alacağı beklenmektedir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, sağlık ve rekreasyon alanlarını paydaşlarını eğitmek ve sağlıkla ilgili kampanyalar konusunda harekete geçirmek için kullanacaklardır. Halk sağlığı örgütleri, halka hızlı şekilde ulaşmak ve hastalık salgınları, aşı duyuruları karantinalar, boşaltma ve politika tartışmaları hakkında uyarı yapmak için sosyal ağları giderek daha çok kullanacaklardır. Hastaneler, hastaların tedavi seçeneklerini anlamalarına, kriz yönetimine girmelerine ve geribildirim almalarına yardımcı olmak için sosyal medya kullanacaktır İlaç ve biyoteknoloji şirketleri doktor ağındaki hekim verilerini bir şekilde ele geçirebilecektir. Tıbbi şirketler, doktorları kendi ürünleri üzerinde sosyal ağlar kullanarak eğitebilecektir Sağlık şirketleri, ihtiyaçlarını karşılamak ve değer sunmak için müşteri etkileşimlerinde kullanmada sosyal medya bilgisini entegre etmek adına gittikçe daha proaktif bir yaklaşım benimseyecektir (Innovatemedtc, 2017).

Hastaların sosyal medya kullanımı konusunda dikkatli olması gerekmektedir. Sahtekârlık, dolandırıcılık, bilgileri ele geçirme ve yanıltıcı bilgi edinme gibi pek çok riskle karşı karşıya kalabilirler. O yüzden tercih ettikleri sosyal medya kanallarına özen göstermeli, bilgilerin doğruluğu ve etkileşim kurdukları kişi ya da kurumların güvenilirliğini sorgulamalıdırlar. Yanlış ilaç kullanımından ölen, destek grupları adı altında dolandırılan ve sahte hesaplarla kandırılan birçok insana rastlanmaktadır.



Tüm risklerine rağmen, sosyal medya uygulamaları sağlık hizmeti içinde yer alan her aktör için çok sayıda kolaylığı beraberinde getirmektedir. Hastalar kimi zaman doktora gitme ihtiyacı duymadan bazı sağlık bilgilerine ulaşma, ya da online destek alma, tecrübelerini ve merak ettiklerini başka insanlarla paylaşma gibi imkanlara kavuşmaktadır. Sağlık sunucuları açısından da tanıtım yapma, bilgi verme, daha çok insana ulaşım hizmet imkanlarını çeşitlendirme, maliyetlerini azaltma gibi çok sayıda artıyı beraberinde getirmektedir.



KAYNAKÇA

- ARDIÇ ÇOBANER, A. ve KÖKSOY, S., 2014, Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı: Twitter’da Sağlık Mesajları, *Akademik Bilişim’14 - XVI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 5 - 7 Şubat 2014 Mersin Üniversitesi.
- BELBEY, J., 2016, Is Social Media The Future of Healthcare?, *Forbes*, <https://www.forbes.com/sites/joannabelbey/2016/01/31/is-social-media-the-future-of-healthcare/#25d5ebdc522d> (Erişim Tarihi: 02.09.2017)
- BREAKENRIDGE, D., 2009, *PR2.0 New Media, New Tools, New Audiences*. New Jersey: FT Press.
- BRITNELL, M., 2011, *Increasing Importance of Social Media in Healthcare*, KPMG International Business Media Inc.
- CONSTANTINIDES, E. and FOUNTAIN, S., 2008. Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues, *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3): 231-244.
- ERKEK, S., 2016, Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 141-150
- INNOVATEMEDTC, 2017, *Social media in healthcare*. <https://innovatedmedtec.com/digital-health/health-social-media-in-healthcare> (Erişim Tarihi: 21.10.2017)
- İLGÜN, G. ve UĞURLUOĞLU, Ö., 2016, Sağlık Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı, Yararları ve Riskleri, IS, GUC” Industrial Relations and Human Resources Journal /Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 18 (3): 24-48
- KAYABALI, K., 2011, İnternet ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık, İKÜ Dergisi, 25. Sayı, <http://www.ptms.com.tr/ptms/article/89/> (Erişim Tarihi: 22.09.2017)
- MAYFIELD, A., 2008. *What is Social Media*. e-Book By Antony Mayfield From iCrossing.
- MOORHEAD, S. A., HAZLETT, D. E., HARRİSON, L., CARROLL, J. K., IRWIN, A. ve HOVING, C., 2013, A New Dimension of Health Care: Systematic Review of The Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication. *JMed Internet Res*, 15(4): 85-105.
- PARROTT, R., 2004, Emphasizing “Communication” in Health Communication, *Journal of Communication*, 54(4): 751-787.
- SCHIAVO, R., 2007, *Health Communication From Theory to Practice*, San Francisco:Jossey-Bass.
- THOMAS, R. K., 2006, *Health Communication*, United States of America: Springer Science
- TOMES, C., 2013, *Social media in health care: benefits, harms and the need for good quality evidence*, <http://www.thelifestyleelf.net/social-media-in-health-care-benefits-harms-and-the-need-for-good-quality-evidence/> (Erişim Tarihi: 02.09.2017).
- UITTENHOUT, H., 2012, *The Use and Effect of Social Media in Health Communication About Common Head Lice*. Netherlands, University of Twente.



JOURNAL OF AWARENESS

WILSON, J., 2009. Social networking: The Business Case, *Engineering & Technology*, (4) 10: 54-56.