

Sağlık Bilimleri Lisansiyerleri Bakış Açısıyla Sosyal Medyanın Hasta Davranışları Üzerine Etkisi

Serhan Şahinli¹  , Hasan Celal Yamacı¹ 

ÖZET

Amaç: Araştırmanın amacı, sosyal medyanın hasta davranışları üzerinde etkili olup olmadığını, İstanbul'da yer alan bir üniversitenin sağlık bilimleri fakültesi lisans öğrencileri bakış açısı ile değerlendirmek ve sonuçlarını yorumlamaktır.

Yöntem: Araştırmada veri toplama aracı olarak nicel analiz yöntemi tercih edilmiş ve verilere ulaşmada anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu Terkan ve Saygılı'nın 2017 yılındaki "Sosyal Medyada Pazarlamının Gençler Üzerindeki Etkisi" başlıklı çalışmasındaki sorulardan yola çıkılarak oluşturulmuştur. Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde yer alan bir vakıf üniversitesi sağlık bilimleri fakültesi bünyesindeki Beslenme ve Diyetetik, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon, Hemşirelik, İş Sağlığı ve Güvenliği ve Sağlık Yönetimi bölümü okuyan 4. Sınıf 573 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise toplam 221 öğrencidir. Araştırmada, elde edilen veriler SPSS 24.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler, değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, frekans, tanımlayıcı analizler kullanılmıştır. Bu araştırmanın güvenilirliğini test etmek için değişkenlerin tamamına güvenilirlik analizi uygulanmış Cronbach Alpha katsayısı 0,811 olarak hesaplanmıştır.

Bulgular: Araştırmaya katılan lisansiyerlerin bölümlere göre dağılımı incelendiğinde lisansiyerlerin %41'i hemşirelik, %33'ü sağlık yönetimi, %18'i fizyoterapi ve rehabilitasyon, %6'sı beslenme ve diyetetik, %2'si iş sağlığı ve güvenliği bölümlerinden oluşmaktadır. Araştırmanın bulgularına göre sosyal medya paylaşım ağları, hastane bilgilerinin şeffaflaştırılması, hizmet tercinde düzenli takip edilmelidir maddesine lisansiyerlerin %41,6'sı katılıyor, %29'u kısmen katılıyor, %28,4'ü katılmıyor, %20,8'i katılmıyor yanıtını vermiştir. Sosyal paylaşım ağları ile hastalar popüler olan hastanelerden etkilenirler maddesine lisansiyerlerin %44,8'i katılıyor, %26,7'si kesinlikle katılıyor yanıtını vermiştir. Sosyal medya paylaşım ağları ile hastalar popüler olan hastanelerden etkilenirler maddesine lisansiyerlerin %33,5'i katılıyor, %27,1'i kısmen katılıyor yanıtını vermiştir. Sosyal paylaşım ağları, hasta ile hastane arasındaki bağı güçlendirir maddesine lisansiyerlerin %43'ü kısmen katılıyor, %25,8'i katılıyor yanıtını vermiştir. Hastalar, sosyal medya paylaşım ağlarını, hizmet alma sürecinde en önemli bilgi kaynağı olarak görür maddesine lisansiyerlerin %35,7'si kısmen katılıyor, %29'u katılmıyor yanıtını vermiştir. Hastalar, hizmet satın alm öncesinde, sosyal medya paylaşım ağlarına bakar maddesine lisansiyerlerin %33,5'i katılıyor, %29,4'ü kısmen katılıyor yanıtını vermiştir. Sosyal paylaşım ağları, sağlık hizmeti almak için bilgi toplamak amacıyla kullanılır maddesine lisansiyerlerin %33,9'u kısmen katılıyor, %32,6'sı katılıyor yanıtını vermiştir. Sosyal paylaşım ağları ile hastaneler hasta kitlesini artırır maddesine lisansiyerlerin %36,7'si katılıyor, %30,8'i kısmen katılıyor yanıtını vermiştir. Sosyal medya paylaşım ağları hastada, hastane açısından istenilen yönde tutum ve davranış değişikliği oluşturur maddesine lisansiyerlerin %39,4'ü kısmen katılıyor, %25,8'i katılmıyor yanıtını vermiştir.

Sonuç: Sosyal medya iletişim alanında olduğu gibi sağlık alanında da büyük ölçüde değişim yaşanmasına sebep olmuştur. Sağlıklı kişiler, hastalar ve sağlık uzmanları tarafından sağlık ile ilgili konular hakkında iletişim sağlamak için kullanılan sosyal medya, sağlık alanına farklı bir boyut kazandırmıştır. Araştırma sonucunda lisansiyerler, hastaların sosyal medya aracılığı ile popüler olan hastanelerden yüksek düzeyde etkilendiği ve hastanelerin sosyal medyayı kullanarak hasta kitlesini artırdığı algılandığıdır. Bununla birlikte hastaların sosyal paylaşım ağlarını hastane ile ilgili bilgi toplamak amacıyla kullandığı ve verilen sağlık hizmetlerini düzenli olarak takip ettikleri görülmüştür. Lisansiyerlere göre sosyal medya paylaşım ağlarının hastada, hastane açısından istenilen yönde tutum ve davranış değişikliği oluşturduğu yüksek derecede belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Hasta Davranışları, Lisansiyer

The Effect Of Social Media On Patients' Behaviors From The Perspective Of Health Sciences Licensors

ABSTRACT

Aim: The aim of the study is to evaluate whether social media has an impact on patients' behaviors from the perspective of undergraduate students of the health sciences faculty of a university in Istanbul and to interpret the results.

Method: In this research, the quantitative analysis method was preferred as a data collection tool and the questionnaire method was used to collect the data. The questionnaire used in the study was formed from the questions of Terkan and Saygılı's study titled Etk The Impact of Marketing on Social Media on Young People in 2017. The universe of the research consists of 573 undergraduate students studying in the Department of Nutrition and Dietetics, Physiotherapy and Rehabilitation, Nursing, Occupational Health and Safety and Health Management in a Faculty of Health Sciences at a university located in Istanbul. The sample of the study is 221 students in total. In the study, the data obtained were analyzed using the SPSS 24.0 program. Descriptive statistical methods, frequency and descriptive analyzes were used in the evaluation of the data. In order to test the reliability of this study, reliability analysis was applied to all variables and the Cronbach Alpha coefficient was calculated as 0.811.

Findings: When the distribution of the licensees participating in the study is examined according to departments, 41% of the licensees are nursing, 33% health management, 18% physiotherapy and rehabilitation, 6% nutrition and dietetics, 2% occupational health and safety. According to the findings of the study, 37.6% of the licensors partially agree and 25.8% agree that the social media sharing networks provide important information to the patients by making the hospital information transparent. 41.6% of the licensors agree and 29% partially agree that social sharing networks should be followed regularly by service preference. 44.8% of the licensors agree and 26.7% totally agree that social networks and services provide access to a large mass of patients. With social media sharing networks, 33.5% of the licensors agree and 27.1% partially agree that the patients are affected by the popular hospitals. 43% of the licensors partially agree and 25.8% agree that the social networks strengthen the connection between the patient and the hospital. Patients considered sharing social media networks as the most important source of information in the process of receiving services and 35.7% of the licensors partially agreed and 29% disagreed. Before the service purchase, 33.5% of the licensors agree and 29.4% partially agree with the article ar Look at social media sharing networks Hast. Moreover, social networks are being used to collect information for health care, 33.9% of the licensors partially agree and 32.6% agree. 36.7% of the licensors agree and 30.8% partially agree with the article r Hospitals increase the patient mass ile with social networks. 39.4% of the licensors partially agree and 25.8% agree that social media sharing networks create attitude and behavior changes in the desired direction for the patient.

Results: As in the field of social media communication, health has also led to significant changes. Social media, used by healthy people, patients and health professionals to communicate on health-related issues, has brought a different dimension to the field of health. As a result of the research, licensors perceive that patients are highly affected by the popular hospitals through social media and that hospitals increase the mass of patients by using social media. However, they believe that the patients use their social networks to gather information about the hospital and they regularly monitor the health services provided. According to the licensors, it is highly stated that social media sharing networks create attitude and behavior changes in the desired direction for the patient.

Keywords: Social Media, Patient Behavior, Licensor

¹İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi,
Sağlık Yönetimi, İstanbul, Türkiye

Serhan ŞAHİNLİ, Arş. Gör.
Hasan Celal YAMAK, Lis. Öğr.

İletişim: Serhan Şahinli
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Sağlık
Yönetimi, İstanbul, Türkiye
Te: +905456796371
E-Posta: srhn.sahinli@gmail.com

Gönderilme Tarihi : 15 Kasım 2019
Revizyon Tarihi : 20 Ocak 2020
Kabul Tarihi : 22 Ocak 2020



Terim olarak sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünüdür (1). Sosyal medya; ilişki kurma, güven oluşturma, farklı kişilere ulaşma ve o kişilerle etkileşim içinde kalmada iletişim ve bilişim teknolojilerinin bir arada kullanılmasıyla olmaktadır. Artık teknolojinin gelişmesiyle birlikte yaşamın tüm alanlarına kaynaklık eden sosyal medya kullanıcılarının sayısı zamanla artış göstermektedir (2).

Günümüzde bilişim teknolojisindeki gelişmeler ile sağlık bilgisinin insanlara ulaşmasında da yeni bir süreç başlamıştır. Geçmiş yıllarda, sağlık kampanyalarında mesajların iletilmesi için radyo, televizyon ve basılı iletişim araçları kullanılırken, günümüzde ise bu yöntemlerin büyük kitlelere ulaşabilmede yetersiz olduğu görülmektedir. 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 (3). Sağlık hizmetleri alanında sosyal medyanın aktif bir şekilde kullanılması kâr paylarını artırmak isteyen hastaneler ve ilaç firmaları açısından kullanımını zorunlu hale getirmektedir. Sağlık iyilik halinde bozulma olan bireyler geçmişte yakınları aracılığıyla tavsiye alırken günümüzde ise karar verme mekanizmasında etkili olan birinci faktör internet ve sosyal medyadır. Bununla birlikte sağlık sektöründeki paydaşlar, sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır.

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 (4). Sağlık sorunu olan bireylerinin %40'ının Facebook ağını sosyal destek amaçlı kullandığı, çevrimiçi alınan bu desteğin sağlıkta öz-etkililik düzeyini arttırdığı görülmüştür. Ancak sosyal medyanın sağlıkta bir faydası olmadığını belirten çalışmalar da mevcuttur. Bu kapsamdaki bir çalışmada sosyal medya kullanımının fiziksel aktivite düzeyini arttırmadığı saptanmıştır (5).

Toplumun sağlık ile ilgili konular hakkında bilinçlendirilmesi, hasta bakım hizmetlerinin iyileştirilmesi, sağlık bakım hizmetlerinde kalitenin yükseltilmesi, hastalık ve salgın olaylarının önceden sezilmesi ve toplumsal sağlığın geliştirilmesi gibi çoğu konu internet ve sosyal medya yardımı ile daha hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirilmektedir (6). Aynı zamanda sosyal medya alanları sağlık

kurumlarının; imaj yönetimi, tutundurma ve hasta ilişkileri yönetimi gibi faaliyetleri için de yeni fırsatlar oluşturmaktadır (7).

Gereç ve Yöntem

Araştırmanın Amacı

Sosyal medya ile hastaların davranışlarının ilişkisini ve hastalar için sosyal medyanın ne kadar etkili olduğu, sosyal medyayı kullanım düzeylerinin neler olduğu, sosyal medyayı ne şekilde kullandıkları ve sosyal medyayı kullanma alışkanlıklarının hareket ve davranışlarını sağlık bilimleri fakültesi lisans öğrencileri bakış açısı ile değerlendirmek üzere yapılması amaçlanmıştır.

Araştırmanın Önemi

Hayatın her alanında bilgilendirme ve yönlendirme açısından önemli ve etkin bir güç haline gelen medya, teknolojinin de hızlı gelişimiyle her zaman ve her yerde rahatlıkla insana ulaşabilmektedir. Sanal ortamda yer alan herkese, kuruluş, marka veya ürün hakkında bilgi aktararak doğrudan pazarlama ve doğrudan satış imkanı sunan sosyal medya özellikle gençler üzerinde etkin durumdadır (8).

İletişim teknolojilerinin artması ile birlikte sosyal medyanın kullanım alanı da genişlemektedir. Bu nedenle sosyal medya sağlık hizmeti kullanıcıları tarafından çok ilgi gören bir alan haline gelmiştir. Sosyal medya aracılığıyla hastaların herhangi bir hizmet veya bilgiyi edinmesi daha kolay ve hızlı şekilde olabilmektedir. Hastaların hem hekim hem de hastane seçimindeki davranışlarını etkileyen sosyal medyanın, gelecekte sağlık sektöründe görev alacak öğrenciler tarafından nasıl algılandığı ve bakış açılarının değerlendirilmesi önem arz etmektedir (9).

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde yer alan bir vakıf üniversitesi sağlık bilimleri fakültesi bünyesindeki Beslenme ve Diyetetik, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon, Hemşirelik, İş Sağlığı ve Güvenliği ve Sağlık Yönetimi bölümü okuyan 4. Sınıf 573 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise toplam 221 öğrencidir.

Veri Toplama Aracı

Çalışmada veri toplama aracı olarak nicel analiz yöntemi tercih edilmiş ve verilere ulaşmada anket yöntemi kullanılmıştır.

Anket Formu: Anket formu şu bölümlerden oluşmaktadır:

Sosyal medyanın hasta davranışları üzerinde etkisi anketi: Araştırmada kullanılan anket formu Terkan ve Saygılı'nın 2017 yılındaki "Sosyal Medyada Pazarlamanın Gençler Üzerindeki Etkisi" başlıklı çalışmasındaki anket formundan yola çıkılarak oluşturulmuştur.

Sosyo-Demografik Değişkenler: Bu bölüm cinsiyet, yaş, bölüm, günlük internet kullanım süresi ve günlük sosyal medya kullanım süresi olmak üzere toplam 5 sorudan oluşmaktadır.

Veri Toplama Şekli: Katılımcılara anket formları araştırmacının kendisi tarafından sağlık bilimleri öğretim üyelerine iletilmiş ve 7 gün sonra yine aynı kişilerden teslim alınmıştır. Araştırma anketi 05.03.2019 - 12.03.2019 tarihleri arasında elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada, elde edilen veriler SPSS 24.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler, değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, frekans, tanımlayıcı analizler kullanılmıştır.

Verilerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Bu araştırmanın güvenilirliğini test etmek için değişkenlerin tamamına güvenilirlik analizi uygulanmış ve hiçbir değişkenin silinmesine gerek kalmadan Cronbach Alpha katsayısı 0,811 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırmada yapılan ölçeğin geçerliliğini incelemek amacıyla geçerlilik analizi yapılmıştır. Verilerin yapılan analiz sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü 0.882 olarak bulunmuş ve yüksek ölçüde geçerli olduğunu göstermiştir.

Bulgular

Bu bölümde araştırma probleminin çözümü için araştırmaya katılan sağlık bilimleri lisansiyerlerinden, anket aracılığıyla toplanan veriler ve bu verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır.

Tanımlayıcı Bilgilere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan lisansiyerlerin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde, 167'si (%75,6) kadın, 54'ü (%24,4) erkek olmak üzere toplam 221 kişidir.

Yaşa göre dağılımı incelendiğinde lisansiyerlerin 135'i (%61) 18-21 yaş, 86'sı (%39) 21-31 yaş aralığındadır.

Lisansiyerlerin bölümlere göre dağılımı incelendiğinde 91'i (%41,1) hemşirelik, 72'si (%32,5) sağlık yönetimi, 39'u (%17,6) fizyoterapi ve rehabilitasyon, 14'ü (%6,3)

beslenme ve diyetetik, 5'i (%2,5) iş sağlığı ve güvenliği bölümlerinden oluşmaktadır.

Günlük İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan lisansiyerlerin günlük internet kullanım süresine göre dağılımı incelendiğinde, lisansiyerlerin 13'ü (%5,9) 0-1 saat, 76'sı (%34,4) 2-3 saat, 70'i (%31,7) 4-5 saat, 62'si (%28,1) 5 ve üzeri saat internet kullanmaktadır.

Lisansiyerlerin günlük sosyal medya kullanım süresine göre dağılımı incelendiğinde 36'sı (%16,3) 0-1 saat, 105'i (%47,5) 2-3 saat, 47'si (%21,3) 4-5 saat, 33'ü (%14,9) 5 ve üzeri saat sosyal medya kullanmaktadır.

Anket Maddelerine İlişkin Bulgular

Araştırmada sosyal medyanın hasta davranışı üzerine etkisinin lisansiyerlerin bakış açısına göre değerlendirilmesi Tablo 1'de gösterilmiştir. Tablo 1'deki verilere göre "Sosyal medya paylaşım ağları, hastane bilgilerinin şeffaf hale gelmesini sağlayıp hastalara önemli bilgiler sunmaktadır" maddesine lisansiyerlerin 83'ü (%37,6) kısmen katılıyorum ve 57'si (%25,8) katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal paylaşım ağları, hizmet tercihinde düzenli takip edilmelidir" maddesine lisansiyerlerin 92'si (%41,6) katılıyorum ve 64'ü (%29) kısmen katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal paylaşım ağları ile hizmet ve servisler geniş bir hasta kitlesine ulaşabilmeyi sağlar" maddesine lisansiyerlerin 99'u (%44,8) katılıyorum ve 59'u (%26,7) kesinlikle katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal medya paylaşım ağları ile hastalar popüler olan hastanelerden etkilenirler" maddesine lisansiyerlerin 74'ü (%33,5) katılıyorum ve 60'ı (27,1) kısmen katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal paylaşım ağları, hasta ile hastane arasındaki bağı güçlendirir" maddesine lisansiyerlerin 95'i (%43) kısmen katılıyorum ve 57'si (%25,8) katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Hastalar, sosyal medya paylaşım ağlarını, hizmet alma sürecinde en önemli bilgi kaynağı olarak görür" maddesine lisansiyerlerin 79'u (%35,7) kısmen katılıyorum ve 64'ü (%29) katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Hastalar, hizmet satın alım öncesinde, sosyal medya paylaşım ağlarına bakar" maddesine lisansiyerlerin 74'ü (%33,5) katılıyorum ve 65'i (%29,4) kısmen katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal paylaşım ağları, sağlık hizmeti almak için bilgi toplamak amacıyla kullanılır" maddesine lisansiyerlerin 75'i (%33,9) kısmen katılıyorum ve 72'si (%32,6) katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal paylaşım ağları ile hastaneler hasta kitlesini artırır" maddesine lisansiyerlerin 81'i (%36,7) katılıyorum ve 68'i (%30,8) kısmen katılıyorum yanıtlarını vermiştir. "Sosyal medya paylaşım ağları hastada, hastane açısından istenilen yönde tutum ve davranış değişikliği oluşturur" görüşüne lisansiyerlerin 87'si (39,4) kısmen katılıyorum ve 57'si (%25,8) katılıyorum yanıtlarını vermiştir.

Tablo 1. Anket Maddelerine İlişkin Bulgular					
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Sosyal medya paylaşım ağları, hastane bilgilerinin şeffaf hale gelmesini sağlayıp hastalara önemli bilgiler sunmaktadır.	15 (%6.8)	36 (%16.3)	83 (%37.6)	57 (%25.8)	30 (%13.6)
2. Sosyal paylaşım ağları, hizmet tercihinde düzenli takip edilmelidir.	12 (%5.4)	10 (%4.5)	64 (%29)	92 (%41.6)	43 (%19.5)
3. Sosyal paylaşım ağları ile, hizmet ve servisler geniş bir hasta kitlesine ulaşabilmeyi sağlar.	8 (%3.6)	11 (%5)	44 (%19.9)	99 (%44.8)	59 (%26.7)
4. Sosyal medya paylaşım ağları ile hastalar popüler olan hastanelerden etkilenirler.	8 (%3.6)	17 (%7.7)	60 (%27.1)	74 (%33.5)	62 (%28.1)
5. Sosyal paylaşım ağları, hasta ile hastane arasındaki bağı güçlendirir.	9 (%4.1)	44 (%19.9)	95 (%43)	57 (%25.8)	16 (%7.2)
6. Hastalar, sosyal medya paylaşım ağlarını, hizmet alma sürecinde en önemli bilgi kaynağı olarak görür.	11 (%5)	64 (%29)	79 (35.7)	47 (%21.3)	20 (%9)
7. Hastalar, hizmet satın alım öncesinde, sosyal medya paylaşım ağlarına bakar.	9 (%4.1)	38 (%17.2)	65 (%29.4)	74 (%33.5)	35 (%15.8)
8. Sosyal paylaşım ağları, sağlık hizmeti almak için bilgi toplamak amacıyla kullanılır.	10 (%4.5)	36 (%16.3)	75 (%33.9)	72 (%32.6)	28 (%12.7)
9. Sosyal paylaşım ağları ile hastaneler hasta kitlesini artırır.	7 (%3.2)	21 (%9.5)	68 (%30.8)	81 (%36.7)	44 (%19.9)
10. Sosyal medya paylaşım ağları hastada, hastane açısından istenilen yönde tutum ve davranış değişikliği oluşturur.	11 (%5)	34 (%15.4)	87 (%39.4)	57 (%25.8)	32 (%14.5)

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sosyal medya iletişim alanında olduğu gibi sağlık alanında da büyük ölçüde değişim yaşanmasına neden olmuştur. Sağlıklı kişiler, hastalar ve sağlık uzmanları tarafından sağlık ile ilgili konular hakkında iletişim sağlamak için kullanılan sosyal medya, sağlık alanına farklı bir boyut kazandırmıştır. Bununla birlikte sosyal medya, sağlık ve davranış değişikliği konularında iletişim ve ortaklık kurulmasına olanak vermektedir. Sosyal medyanın hasta davranışları üzerine sağlık bilimleri lisansiyerleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan bu çalışmada sosyal medyanın sağlık bilimleri lisansiyerleri tarafından ne kadar kullanıldığı, hastaların sağlık hizmeti alma öncesi ve sonrası etkisinin neler olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Hasta tutum ve davranışlarının sosyal medya bağlamında ele alındığı bu çalışma, yeni hasta çekme ve hasta için güven oluşturma faaliyetlerinde hastanelerin de hangi konulara yönelmesi gerektiğini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Tosyalı (2016) tarafından yapılan bir anket çalışmasının sonuçlarına göre hastanelerin sosyal medyada görünür olmalarının ve hasta ilişkilerinde sosyal medyayı aktif olarak kullanmalarının; hasta memnuniyetinin ve hastane imajının artması, ayrıca hastaların hastaneye yönelik olumlu tutum geliştirmeleri ve güvenlerinin artması şeklinde geri dönüşleri olacağı belirtilmiştir. Hastanenin sosyal medya-

da yürüteceği iletişim faaliyetleri, özellikle sadakat üzerinde doğrudan etkili olan güven ve tutum faktörleri üzerinde fazlasıyla etkili olduğu ifade edilmiştir. Doğrudan satın alma şeklinde geri dönüşü olmasa da, hastaneye yönelik olumlu tutumların artması; toplumsal beğeni ve memnuniyetin artmasını, hastalar arasında hastanenin tavsiye edilme oranının yükselmesini ve hastanenin kendi kitlesini oluşturmasını sağlayacak ve hastanenin toplum tarafından algılanan imajını da olumlu şekilde etkilediği belirtilmiştir. Kötü imaja sahip bir hastane için hastaların olumlu yönde tutum geliştirmeleri ve güven duymaları sağlanamayacağı gibi tutum ve güvenin olmadığı bir durumda da hasta sadakatinin olmayacağı sonucuna varılmıştır.

Sayın (10) tarafından 2017 yılında yapılan bir anket çalışmasının sonucunda ise firmaların tüketiciler olarak üniversite öğrencilerinin satın alma kararlarında etkili olabilmeleri için sosyal medyayı kullanım alanlarını geliştirmelerini, akıllı telefon uygulamalarının öğrenciler arasında daha yoğun olarak kullanıldığı için bu alanlarda pazarlama ve reklam faaliyetlerini artırılması gerektiği ifade edilmiştir. Çalışmanın diğer bir sonucunda ise işletmelerin kullandıkları web sitelerini sosyal medya araçları yoluyla daha aktif ve hızlı şekilde cevap verecek nitelikte tasarlaması ve tüketiciler tarafından gelen istek ve şikâyetleri sosyal medya araçları ile değerlendirip karşılayabilmesi gerektiği belirtilmiştir. İşletmeler tarafından sağlanan mal ve hizmetlerin sosyal medya araçları tarafından tüketicilere ulaşacak şekilde sunulması gerektiği ve bunların tüketicilerin

algılarını ve beğenilerini etkileyecek sosyal medya platformlarını tespit ederek belirlemeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.

İncelenen çalışmalarda sosyal medyanın, hem sağlık alanında hasta ilişkileri ve hastanenin imajını geliştirmesini sağlamaya yönelik hem de tüketicinin satın alma önce ve sonrasına etkisi incelenmiş ve sonuçları belirtilmiştir. Yapılan bu çalışmada ise hastanın sağlık hizmeti alma öncesi ve sonrası hastanelerin hasta ilişkilerini iyi yönetip, sosyal medyanın hastanın tutum ve davranışında ne kadar etkili olduğu sağlık bilimleri lisansiyerleri bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada lisansiyerlerin algılarına göre hastaların sosyal medya aracılığı ile popüler olan hastanelerden yüksek düzeyde etkilendiği ve hastanelerin sosyal medyayı kullanarak hasta kitlesini artırdığı ifade edilmiştir. Ayrıca hastaların sosyal paylaşım ağlarını hastane ile ilgili bilgi toplamak amacı ile kullandığı ve verilen sağlık hizmetlerini düzenli olarak takip ettikleri algısında dırlar. Lisansiyerler sosyal medya paylaşım ağlarının hastane, hastane açısından istenilen yönde tutum ve davranış değişikliği oluşturduğu algısında dırlar.

Hastalar günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte yeni iletişim araçları kullanmaktadır. Bu durum dikkate alınarak sağlık hizmeti sunan kurumların; kendi alanlarında karşılaştıkları vakalar hakkında toplumu bilgilendirmek, sağlık hakkında faydalı bilgilerin insanlara ulaşmasını sağlamak ve kurumun başarılarını sosyal medya aracılığı ile paylaşmak gibi farklı yönlerle sosyal medyayı daha aktif bir şekilde kullanarak hastanın ilgisini çekmeye ve hastanın kararını etkilemeye çalışmalıdır. Bununla birlikte kuruma yeni hastalar çekmek için sosyal medyada etkili ve farklı stratejiler uygulanmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Boyd D. American teen sociality in networked publics. Doktora Tezi. University of Berkeley. 2008.
2. Olgun B. Sosyal medya ve tüketici davranışları. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. 2014.
3. Bottorff J, Struik L, Bissell L, Graham L, Stevens R, ve Richardson C. G. A social media approach to inform youth about breast cancer and smoking: an exploratory descriptive study. *Collegian*. 2014; 21: 159-168. <https://doi.org/10.1016/j.colegn.2014.04.002>
4. Vollum M. J. The potential for social media use in k-12 physical and health education. *Computers in Human Behavior*, 2014; 35: 560-564.
5. Oh H, Lauckner J, Boehmer C, Fewins-Bliss J, ve Li K. Facebooking for health: an examination into the solicitation and effects of health-related social support on social networking sites. *Computers In Human Behavior*. 2013; 29: 2072-2080. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.017>
6. Koçak A. ve Bulduklü Y. Sağlık iletişimi: yaşlıların televizyonda yayınlanan sağlık programlarını izleme motivasyonları, *Selçuk İletişim*. 2010: 6(3): 5-17.

7. Tosyalı H. Sosyal medyanın hasta sadakati üzerine etkisi: sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı. 2016.
8. Terkan R. ve Saygılı N. Sosyal medyada pazarlamanın gençler üzerindeki etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2017: 10(51); 1153-1159. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.506940>
9. Ardiç Çobaner, ve Köksoy S. Sağlık alanında sosyal medyanın kullanımı: twitter'da sağlık mesajları. *Akademik Bilişim*, 14. Akademik Bilişim Konferans Bildirileri, Mersin Üniversitesi. 2014.
10. Sayın A. Sosyal medyanın tüketici davranışları etkileri üzerine üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 2017: 5(46); 450-451. <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.12302>