

**SOSYAL MEDYANIN TÜRKİYE'DEKİ SAĞLIK İLETİŞİMİ UYGULAMALARINA
ETKİSİ: 2015-2025 ARASI LİSANSÜSTÜ TEZLERİN SİSTEMATİK DERLEMESİ**
THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON HEALTH COMMUNICATION PRACTICES IN
TURKIYE: A SYSTEMATIC REVIEW OF POSTGRADUATE THESES BETWEEN 2015
AND 2025

Dr. Öğr. Üyesi Abdülbeşir CEYLAN

Yüksek İhtisas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü,
Ankara/Türkiye

a.besirceylan@gmail.com; https://orcid.org/0000-0002-5416-1497

ÖZET

Bu araştırma, 2015-2025 yılları arasında Türkiye’de sosyal medyanın sağlık iletişimi uygulamalarına etkisini konu alan lisansüstü tezlerin sistematik bir biçimde incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan tezler oluşturmaktadır. Çalışmada, “sosyal medya”, “sağlık iletişimi”, “dijital iletişim”, “sağlık kampanyası”, “kamu spotu”, “halk sağlığı” ve benzeri anahtar kelimeler kullanılarak tarama yapılmıştır. Belirlenen dâhil edilme ve dışlanma kriterleri doğrultusunda ulaşılan 79 tez incelenmiş, kriterlere uygun bulunan 10 tez sistematik derleme kapsamına alınmıştır. İncelenen tezlerde sosyal medyanın sağlık iletişimi bağlamında; bilgi yayma, toplumda farkındalık oluşturma, kriz anlarında kamuoyunu bilgilendirme ve bireylerin sağlık davranışlarını etkileme gibi çeşitli yönlerden ele alındığı görülmüştür. Bu kapsamda, sosyal medya ve sağlık iletişimi ilişkisine odaklanan tezlerin alana önemli katkılar sunduğu; özellikle farklı iletişim stratejilerinin ve sağlık temalarının çeşitli açılardan değerlendirildiği dikkat çekmiştir. Ancak mevcut çalışmaların içerik ve yöntem açısından daha da çeşitlendirilmesinin, alan yazına derinlik kazandıracağı ve sağlık iletişimi alanında sistematik yaklaşımları güçlendireceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sağlık iletişimi, dijital sağlık, halk sağlığı, sistematik derleme, lisansüstü tezler.

ABSTRACT

This study was conducted to systematically examine graduate theses in Turkey from 2015 to 2025 that focus on the impact of social media on health communication practices. The population of the study consists of theses available in the Turkish Higher Education Council (YÖK) National Thesis Center database. The screening was performed using keywords such as “social media,” “health communication,” “digital communication,” “health campaign,” “public service announcement,” “public health,” and related terms. A total of 79 theses meeting the inclusion and exclusion criteria were reviewed, and 10 theses deemed appropriate were included in the systematic review. The analyzed theses revealed that social media, within the context of health communication, was addressed from various perspectives including information dissemination, raising public awareness, informing the public during crises, and influencing individuals’ health behaviors. Accordingly, theses focusing on the relationship between social media and health communication have made significant contributions to the field, particularly by evaluating different communication strategies and health themes from diverse angles. However, it is believed that further diversification in terms of content and methodology of existing studies would deepen the literature and strengthen systematic approaches in the field of health communication.

Keywords: Social media, health communication, digital health, public health, systematic review, graduate theses

1.GİRİŞ

Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması, bireylerin bilgiye erişim yöntemlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Özellikle sosyal medya, geniş kitlelere hızlı, kolay ve düşük maliyetle ulaşabilme imkânı sunması sayesinde yalnızca bireysel tutum ve davranışları değil, aynı zamanda toplumsal eğilimleri de etkileyen güçlü bir iletişim aracı hâline gelmiştir. Temel işlevi bilginin hızlı bir şekilde yayılmasına ve kullanıcıların anlık geri bildirimde bulunabilmesine olanak tanıyan sosyal medya, bireylerin gündelik yaşam pratiklerinden profesyonel iş süreçlerine kadar pek çok alanda etkileşim biçimlerini dönüştürmüştür (Vural vd., 2010: 3350; Carpuro vd., 2014: 2). Akıllı telefon, tablet ve bilgisayarların yaygın kullanımı, insanların zamanlarının önemli bir kısmını dijital ortamda geçirmesine; burada iletişim kurmasına, sosyalleşmesine ve bilgi edinmesine imkân sağlamaktadır. Bu bağlamda, sağlık sektörü de sosyal medya platformlarının sunduğu olanaklardan aktif şekilde yararlanmakta, bu mecralara özgü stratejiler geliştirmektedir (Erarslan, 2016; Tengilimoğlu vd., 2015). Sağlık iletişimi, sağlığın geliştirilmesi amacıyla bireyler arası, kurumlar arası ve kamu ile etkileşimde iletişim kuram ve kavramlarının uygulanması olarak tanımlanmaktadır (Tabak, 2003: 15; Schiavo, 2007: 22). Ayrıca, “önemli sağlık problemleri ile ilgili olarak kamunun, bireylerin ve kurumların bilgilendirilmesi, etkilenmesi ve harekete geçirilmesi sanat ve tekniği” olarak da ifade edilmektedir (Parrott, 2004: 752; Schiavo, 2007: 25). Bu çerçevede sağlık iletişimi uygulamalarının temel hedefi, bireylerin ve toplumun sağlık davranışlarının olumlu yönde geliştirilmesidir. Günümüzde bilgilendirme, tanıtım ve kullanıcılarla etkileşim gibi amaçlarla kullanılan sosyal medya, sağlık mesajlarının iletilmesi ve toplumu arzu edilen sağlık davranışlarına yönlendirme noktasında da önemli bir araç konumundadır.

Sosyal medya, sağlık pazarlaması profesyonelleri için tüketicilere ulaşma ve hizmet tanıtımı yapma fırsatı sunarken, kullanıcılar açısından hastalıklar hakkında bilgi edinme, tedavi yöntemlerini araştırma, benzer sağlık sorunları yaşayan kişilerden tavsiye alma, sosyal destek sağlama ve hekimlerle doğrudan iletişime geçme gibi çeşitli işlevlere sahiptir (Antheunis, Tates ve Nieboer, 2013: 427; Vural vd., 2010: 3355). Sağlık kurumları ise sosyal medya aracılığıyla kurumsal tanıtım yapmakta, hizmetlerini duyurmakta, bilgilendirme kampanyaları yürütmekte ve sağlıkla ilgili özel günlerde toplumsal farkındalık yaratmaktadır (Temel ve Akıncı, 2016: 29). Ayrıca sosyal medyanın ölçülebilirlik özelliği, sağlık konularındaki algıların, tutumların ve davranışların değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Capurro vd., 2014: 7). Bununla birlikte, sosyal medyada bilginin hızla ve yoğun şekilde paylaşılması, doğruluğun kontrolünü güçleştirmekte ve yanlış bilgilerin yayılma riskini artırmaktadır (Vural vd., 2010: 3360).

Sağlık alanında hatalı veya bilimsel temele dayanmayan bilgilerin paylaşılması, bireylerin yanlış yönlendirilmesine ve olumsuz sağlık sonuçlarına yol açabilmektedir (Şener ve Samur, 2013: 5). Bununla birlikte, sosyal medya platformlarının sunduğu gerçek zamanlı ve çift yönlü iletişim imkânı, hekim-hasta ilişkilerini güçlendirebilmekte; hastalara doktorlar hakkında bilgi edinme, deneyim paylaşma ve hızlı şekilde görüş alma fırsatı tanımaktadır (Denecke ve Nejd, 2009: 1875). Dolayısıyla, sosyal medyanın sağlık iletişimindeki rolü hem fırsatlar hem de riskler barındıran çok boyutlu bir olgudur.

Bu çalışmada, sosyal medyanın Türkiye’deki sağlık iletişimi uygulamalarına etkisi, 2015-2025 yılları arasında hazırlanmış lisansüstü tezler üzerinden sistematik bir derleme ile incelenecektir. Böylece, literatürdeki mevcut eğilimlerin ortaya konulması, sosyal medyanın sağlık iletişimi alanındaki konumunun değerlendirilmesi ve gelecekteki araştırmalar için öneriler geliştirilmesi hedeflenmektedir.

2. MATERYAL METOD

2.1. Araştırmanın Soruları

1. Türkiye'de sosyal medya ve sağlık iletişimi konularında yayımlanmış lisansüstü tezlerin kapsam ve içeriği nasıldır?
2. Bu tezlerde sosyal medyanın sağlık iletişimi uygulamaları hangi yönleriyle ele alınmıştır?

2.2. Araştırmanın Tipi

Bu araştırma, sistematik derleme türünde yapılmış bir çalışmadır.

2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veri tabanında 2015-2025 yılları arasında yayımlanmış sağlık iletişimi alanında lisansüstü düzeyde hazırlanmış toplam 79 tez oluşturmuştur. Araştırmanın örneklemini ise, belirlenen dahil edilme kriterlerini karşılayan 10 tez oluşturmaktadır.

2.4. Araştırmaya Dâhil Edilme Kriterleri

Araştırmaya dâhil edilme kriterleri aşağıda sıralanmıştır:

- Tezlerin 2015-2025 tarihleri arasında yayımlanmış olması,
- Türkiye YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alması,
- Yüksek lisans veya doktora düzeyinde hazırlanmış olması,
- “Sosyal medya”, “sağlık iletişimi”, “dijital sağlık”, “online sağlık iletişimi”, “sağlık kampanyası”, “kamu spotu”, “halk sağlığı iletişimi”, “sağlık okuryazarlığı” gibi anahtar kelimeleri içermesi,
- Tezlerin Türkçe olması ve tam metin erişime açık durumda bulunması.

Sistematik derleme, klasik derleme türünde yazılmış tezler ile erişim kısıtlaması bulunan çalışmalar inceleme kapsamı dışında bırakılmıştır.

2.5. Literatür Taraması

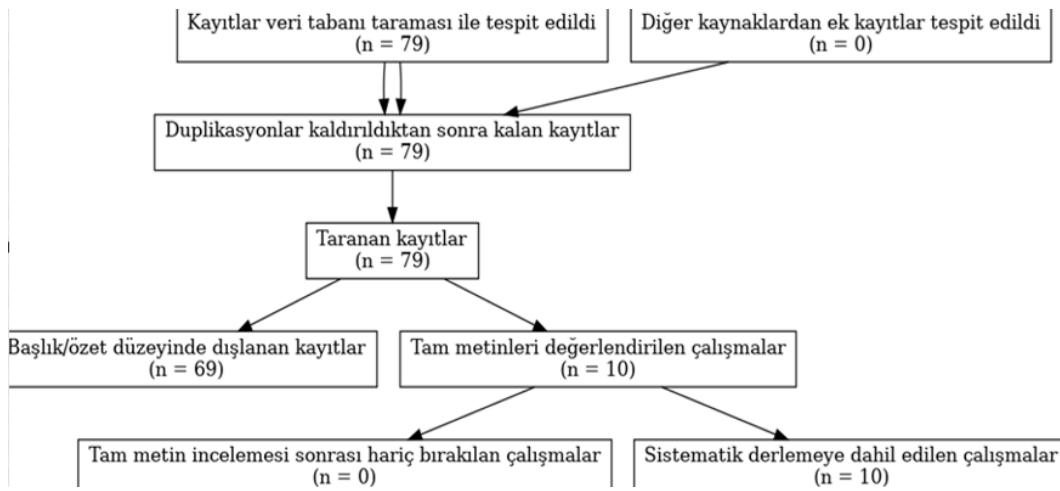
Literatür taraması YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Taramada kullanılan anahtar kelimeler şunlardır: “sosyal medya”, “sağlık iletişimi”, “dijital iletişim”, “sağlık kampanyası”, “kamu spotu”, “sağlık okuryazarlığı”, “internet tabanlı sağlık iletişimi”, “online sağlık”.

2.6. Veri Toplama Araçları

İncelenen tezler, araştırmacı tarafından geliştirilen veri özetleme formu kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu form kapsamında; tezin adı, yılı, yazarı, üniversite ve enstitüsü, çalışma amacı, yöntemi, örneklem bilgileri, anahtar kelimeleri, kullanılan veri toplama araçları ve ulaşılan temel sonuçlar analiz edilmiştir (Tablo 1-2).

Araştırma süreci, PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) Bildirimi kontrol listesine uygun olarak yürütülmüş ve tez seçme süreci PRISMA akış diyagramı ile gösterilmiştir (Şekil 1).

Şekil 1. Prizma Akış Diyagramı



2.7. Verilerin Analizi

Araştırmada 2015-2025 yılları arasında Türkiye Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan sosyal medyanın sağlık iletişimi uygulamalarına etkisini konu alan lisansüstü tezler sistematik derleme yöntemiyle incelenmiştir. Veriler, tanımlayıcı analizler kullanılarak sayı ve yüzde dağılımları şeklinde değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde, dâhil edilen tezlerin sayısal özellikleri ve tematik içerikleri ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir.

2.8. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma sadece Türkiye Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan lisansüstü tezlerle sınırlandırılmıştır. Bu nedenle, yurtdışı kaynaklar veya ulusal alanda yayımlanmış diğer akademik çalışmalar araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Ayrıca, yalnızca erişime açık olan tezler incelenmiş olup, erişime kapalı veya tamamlanmamış çalışmalar analiz dışı tutulmuştur.

2.9. Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmada kullanılan tüm tezler, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veri tabanından, yazarların veri tabanına erişim ve yayın izni verdiği kayıtlar üzerinden temin edilmiştir. Bu nedenle, etik açıdan ek bir izin gerekmemiştir. Çalışmada kullanılan tüm veriler kamuya açık kaynaklardan elde edilmiştir ve araştırma sürecinde herhangi bir etik ihlal söz konusu değildir.

3.BULGULAR

Bu sistematik derleme çalışması kapsamında, 2019-2025 yılları arasında Türkiye’de sağlık iletişimi ve sosyal medya alanlarını birlikte ele alan lisansüstü tezler incelenmiştir. Ü

2015-2025 yılları arasında incelenen 79 tezde sağlık iletişimi ana teması öne çıkmakta olup, en sık çalışılan konular COVID-19 ve pandemi sürecinde sağlık iletişimi (15’ten fazla tez), sosyal medya ve dijital platformlar (12-14 tez), sağlık okuryazarlığı (8-10 tez), kamu spotları ve kampanya analizleri (7-8 tez), kültürlerarası iletişim ve göçmen sağlığı (5-6 tez) ile hekim-hasta iletişimi (yaklaşık 5 tez) olarak belirlenmiştir. Başlangıçta, Türkiye Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi veri tabanında sosyal medya ve sağlık iletişimi temalarını içeren toplam 79 tez tespit edilmiş; ancak yalnızca her iki temayı kapsamlı biçimde ele alan 10 tez sistematik derleme kapsamına dâhil edilmiştir. Bu 10 çalışmanın 8’i yüksek lisans, 2’si doktora tezidir. Yıllara göre dağılım analizinde, seçilen tezlerin en fazla 2021 (n=3) ve 2022 (n=3) yıllarında yayımlandığı; diğer yıllarda ise birer ya da iki tez yer aldığı görülmüştür (Tablo 1).

Tez Sırası	Tez Tipi	Yazar Soyadı, Yıl	Tez Adı	Tez Amacı	Tez Araştırma Tipi	Ölçüm Araçları	Tez Sonucu
Tez,1	YL	Koşar, 2022	COVID-19 döneminde stratejik sağlık iletişiminin değerlendirilmesi: Türkiye’de sağlık kurumlarının Twitter kullanımı üzerine bir araştırma	Bu çalışma, Türkiye’deki en çok takipçiye sahip 10 sağlık kurumunun COVID-19 sürecinde Twitter üzerinden yürüttükleri sağlık iletişimi stratejilerini ve paylaşımlarının içerik özelliklerini incelemeyi amaçlamaktadır.	Araştırma, nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı içerik analizidir. Twitter paylaşımları 1 Ocak-1 Nisan 2022 tarihleri arasında geriye dönük olarak incelenmiştir.	Veri toplama aracı olarak, sağlık kurumlarının Twitter paylaşımları önceden belirlenen kategorilere göre kodlanmış ve frekans analizine tabi tutulmuştur. COVID-19 içerikleri alt başlıklara ayrılarak nitel ve nicel olarak değerlendirilmiştir.	Türkiye’de sağlık kurumları, Covid-19 döneminde Twitter’da bilgilendirici ve stratejik paylaşımlar yapmış, halkın bilinçlenmesine katkı sağlamıştır.
Tez 2	YL	Elbüken, 2022	Türkiye’de Covid-19 Salgını Sırasında Stratejik Sağlık İletişimi: Sağlık Bakanlığı’nın Sosyal Medya Kullanımı	Covid-19 sürecinde Sağlık Bakanlığı’nın Instagram paylaşımlarını inceleyerek sağlık iletişimi stratejilerini ortaya koymak.	Araştırma, nitel içerik analizi yöntemini kullanarak Sağlık Bakanlığı’nın sosyal medya paylaşımlarını stratejik sağlık iletişimi çerçevesinde değerlendiren betimsel bir çalışmadır.	Araştırmada Sağlık Bakanlığı’nın resmi Instagram hesabındaki Covid-19 dönemine ait paylaşımlar veri kaynağı olarak kullanılmış ve bu paylaşımlar sağlık iletişimi stratejileri kapsamında kategorize edilip analiz edilmiştir.	Sağlık Bakanlığı’nın Covid-19 sürecindeki Instagram paylaşımları, bilgilendirici ve ikna edici sağlık iletişimi stratejileri üzerine kuruludur ve halkı etkili şekilde bilgilendirmektedir.
Tez, 3	YL	Erdoğan, 2021	Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımı: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı’nın pandemi döneminde Twitter kullanımı	Bu çalışma, Covid-19 pandemi sürecinde Sağlık Bakanlığı’nın Twitter üzerinden yürüttüğü sağlık	Nitel içerik analizi yöntemiyle sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen sağlık iletişimi uygulamalarını inceleyen betimsel	Sağlık Bakanlığı’nın 11 Mart 2020 - 20 Kasım 2020 tarihleri arasında Twitter hesabından yaptığı paylaşımlar içerik analizi ile	Sağlık Bakanlığı, Twitter üzerinden Yeniliklerin Yayılması Kuramı çerçevesinde pandemi ile ilgili yoğun ve bilgilendirici iletişim kurmuş, sosyal medyayı etkin bir kriz iletişimi aracı olarak kullanmıştır.

				iletişimi süreçlerini ve içeriklerini analiz etmeyi amaçlamaktadır.	araştırmadır.	değerlendirilmiştir.	
Tez, 4	DR	Korkmaz, 2025	Sağlık iletişimi perspektifinden sosyal medya içeriklerinin tutumları etkileme potansiyeli: Aşı karşıtlığı örnekleme	Bu çalışma, Türkiye’de aşı karşıtlığı tutumunun sosyal medya ortamında nasıl oluştuğunu, sağlık iletişimi ve diagnostik emperyalizm perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır.	Yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla veri toplayan, nitel araştırma yöntemine dayalı betimsel ve yorumlayıcı (hermeneutik) çalışmadır.	Türkiye’de aşı karşıtı bireylerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler ve elde edilen verilerin yorumsama (hermeneutik) yöntemi ile analizi.	Aşı karşıtlığı, sosyal medya ortamında diagnostik emperyalizmle ilişkilenen anlatılar çerçevesinde şekillenmekte; bireylerin aşı olmama kararlarında sosyal medyanın etkisi belirleyici olmaktadır.
Tez, 5	YL	Öztürk, 2020	Sağlığın geliştirilmesinde sağlık iletişimi ve sosyal medya kanallarının rolü	Bu çalışma, sosyal medya kullanımının İstanbul’da bir devlet hastanesinde nasıl gerçekleştiğini ve özel sağlık gruplarıyla karşılaştırmasını incelemeyi amaçlamaktadır.	Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen, içerik analizine dayalı karşılaştırmalı bir çalışmadır.	İstanbul’daki devlet hastanesinin sosyal medya hesaplarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi ve literatür taraması	Sosyal medya sağlık iletişimde önemli bir rol oynamakta olup, kamu ve özel sağlık kurumlarında geliştirilmesi ve kapsamlı değerlendirilmesi gereken bir alandır.
Tez, 6	DR	Işık, 2019	Sağlık İletişiminde Dijital İletişim Kanallarının Kullanımı: Sektör Aktörlerinin Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi	Bu çalışma, sağlık sektöründeki aktörlerin sosyal medya kullanım düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır.	Nitel araştırma; derinlemesine mülakat ve rastgele örneklem yöntemiyle yürütülmüştür.	Seçilen hastanelerin sosyal medya kullanımını incelemek için derinlemesine mülakatlar uygulanmıştır. Mülakatlar, hastanelerde sosyal medya yönetimi ve	Hastaneler, dijitalleşmenin artmasıyla sosyal medya kullanımını artırmış ve bu amaçla özel birimler kurmuştur. Dijital iletişim araçları sağlık iletişimde önemli bir yer tutmaya devam edecektir.

						sağlık iletişimi süreçlerinde görevli ilgili birim çalışanlarıyla yapılmıştır.	
Tez, 7	YL	Gönüllü, 2019	Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı Ve Sağlık Kurumu Örneklerinin İncelenmesi	Bu çalışma, kamu ve özel sağlık kurumlarının sosyal medyayı sağlık iletişiminde nasıl kullandığını incelemeyi amaçlamaktadır.	Araştırma, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.	Veriler, sosyal medya ve sağlık iletişimi alanında uzman kişilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatlar aracılığıyla toplanmıştır.	Araştırma bulguları, sağlık kurumlarının sosyal medyayı çift yönlü iletişim aracı olarak etkin kullandığını göstermektedir. Uzman görüşleri doğrultusunda, sosyal medya sağlık iletişimi alanında önemli fırsatlar sunmakla birlikte, bu iletişim sürecinde bazı iyileştirmelere ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Tez,8	DR	Doğanyığıt, 2022	Sağlık İletişiminde Web 2.0 ve Çevrimiçi Sosyal Destek: Facebook'ta Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Kanser Hastaları Grubu Üzerine Bir Araştırma	Bu çalışma, kanser hastalarının Facebook platformundaki çevrimiçi sosyal destek gruplarında sağlık iletişimi bağlamında elde etmek istedikleri doyumları Kullanımlar Doyumlar yaklaşımı çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır.	Araştırma nitel yöntemle gerçekleştirilmiştir.	Kanser hastalarının Facebook'taki çevrimiçi sosyal destek gruplarındaki katılım biçimleri ve doyumları, Kullanımlar Doyumlar yaklaşımı temel alınarak değerlendirilmiştir.	Kanser hastaları, çevrimiçi sosyal destek gruplarında öncelikle duygu, bilgi ve manevi destek aramakta, katılımları genellikle pasif izleyici şeklindedir. Doyumlar demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.
Tez,9	YL	Yılmaz, 2021	Sağlık İletişiminde Uygulanan Dijital Pazarlama Stratejileri: Nadir Hastalıklar Üzerine Bir İnceleme	Bu çalışma, nadir hastalıklar alanında dijital pazarlama stratejilerinin sağlık iletişimindeki etkilerini	Araştırma, nitel yöntemlerle derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak yürütülmüştür.	Çalışmada, farklı ilaç firmalarında görev yapan 8 katılımcı ile yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakatlar analiz edilmiştir.	Nadir hastalıklarda dijital pazarlama stratejilerinin kullanımında bilgi eksikliği ve düzenleyici belirsizlikler sorun oluşturmakla birlikte, bu stratejiler hasta farkındalığını artırmak ve hasta-hekim iletişimini geliştirmek açısından avantajlar sağlamaktadır.

				incelemeyi amaçlamaktadır.			
Tez,10	YL	Satılmış, 2022	Sağlık iletişimde kriz yönetimi: Pandemi döneminde özel hastanelerin sosyal medya kullanım pratikleri	Bu çalışma, COVID-19 pandemi döneminde Türkiye’de özel hastanelerin sosyal medya platformlarını sağlık iletişimi kapsamında nasıl kullandıklarını, amaç ve stratejilerini belirlemeyi amaçlamaktadır.	Araştırma, nitel ve nicel özellikler taşıyan içerik analizi yöntemine dayalı tanımlayıcı bir çalışmadır.	Araştırmada, 2020 yılında Capital Dergisi tarafından Türkiye’nin en iyi 500 şirketi arasında yer alan özel hastanelerin resmi Facebook, Twitter ve Instagram hesaplarından paylaşılan içerikler analiz edilmiştir.	Pandemi sürecinde özel hastaneler, sosyal medya hesaplarında halkı bilgilendirme, farkındalık yaratma ve kriz yönetimi amacıyla çeşitli stratejiler kullanmış; ancak kontrolsüz bilgi paylaşımının risklerine karşı dikkatli olunması gerektiği görülmüştür

Seçilen tezlerin ana temaları incelendiğinde, sağlık iletişimi bağlamında sosyal medya kullanımının özellikle pandemi dönemi iletişim stratejileri, kriz yönetimi, halkın bilgilendirilmesi ve davranış değişikliği yaratma süreçlerinde ön plana çıktığı gözlenmiştir. Ayrıca, sağlık kurumlarının sosyal medya platformlarında yürüttükleri bilgilendirici ve stratejik iletişim faaliyetleri, hasta-hekim etkileşiminin dijital mecralara taşınması, aşı karışıklığı gibi toplumsal sağlık sorunlarının sosyal medya üzerindeki yansımaları da çalışmalarda ele alınmıştır.

Araştırma yöntemleri açısından, bu 10 tezde nitel (n=5) ve karma yöntem (n=3) çalışmalara ağırlık verildiği; nicel yöntemle gerçekleştirilen çalışmaların ise daha sınırlı sayıda olduğu (n=2) belirlenmiştir. Nitel yaklaşımlarda içerik analizi, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve doküman incelemeleri kullanılırken; nicel çalışmalarda anket ve çeşitli ölçme araçlarıyla veri toplanmıştır.

Veri toplama araçları arasında, sosyal medya içerik analizi, Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği, Hasta Sağlığı İletişimi Ölçeği, İletişim Becerileri Ölçeği gibi standart ölçme araçları ile özgün geliştirilen anket ve görüşme formları yer almaktadır. Örneklem grupları ise ağırlıklı olarak sağlık çalışanları, sosyal medya kullanıcıları, sağlık iletişimi uzmanları ve genel toplum bireylerinden oluşmaktadır.

Araştırma sonuçları, sosyal medyanın sağlık iletişimi süreçlerinde etkileşim, hız ve erişilebilirlik açılarından güçlü bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi döneminde sosyal medyanın kriz iletişimde aktif rol oynadığı, sağlık kurumlarının ve bakanlıkların bu mecralar aracılığıyla etkili bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmaları yürüttüğü vurgulanmıştır. Buna karşın, sosyal medyada hızla yayılan yanlış bilgi ve dezenformasyonun sağlık iletişimi açısından önemli bir risk oluşturduğu da çalışmalarda sıkça dile getirilmiştir.

Sonuç olarak, seçilen tezler sosyal medya ve sağlık iletişimi alanında önemli katkılar sağlamakla birlikte, farklı yöntem ve örneklem gruplarının kullanıldığı daha geniş çaplı çalışmaların alanın derinleştirilmesine katkı sunacağı düşünülmektedir.

4.TARTIŞMA

Bu çalışma, 2019-2025 yılları arasında Türkiye Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayımlanmış sağlık iletişimi alanındaki lisansüstü tezlerin sistematik derleme yöntemiyle incelenmesini amaçlamıştır. Araştırma kapsamında, sosyal medya kullanımının sağlık iletişimindeki rolü, pandemi dönemindeki kriz iletişimi stratejileri, dijital pazarlama uygulamaları ve çevrimiçi sosyal destek mekanizmaları gibi farklı temalar çerçevesinde ele alınan tezler değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, sağlık iletişimde sosyal medyanın yalnızca bilgilendirme aracı olarak değil, aynı zamanda kriz yönetimi ve toplumsal farkındalık yaratma bağlamında da önemli bir mecra olduğunu ortaya koymaktadır. COVID-19 pandemisi sürecinde sağlık kurumlarının Twitter, Instagram ve Facebook gibi sosyal medya platformlarını etkin biçimde kullanarak halkı bilinçlendirme ve kriz iletişimi faaliyetlerini sürdürdükleri saptanmıştır (Koşar, 2022; Elbüken, 2022; Erdoğan, 2021; Satılmış, 2022). Bununla birlikte, sosyal medyanın hızlı bilgi yayma özelliğinin kontrolsüz ve doğrulanmamış bilgi akışına zemin hazırladığı ve bu durumun sağlık iletişimde riskler oluşturduğu vurgulanmıştır. Bu nedenle, sağlık iletişimde sosyal medya kullanımı ile ilgili stratejik ve kontrol mekanizmalarının geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Ayrıca, dijital pazarlama stratejilerinin nadir hastalıklar alanında hasta farkındalığını artırmada ve hasta-hekim iletişimini güçlendirmede önemli katkılar sağladığı belirlenmiştir (Yılmaz, 2021). Ancak, dijital pazarlama faaliyetlerinde bilgi eksikliği, düzenleyici belirsizlikler ve firmaların

deneyim yetersizliği gibi sorunların engelleyici faktör olduğu saptanmıştır. Kanser hastalarının çevrimiçi sosyal destek gruplarındaki katılım biçimleri ve beklentileri, Kullanımlar Doyumlar yaklaşımı temelinde incelenmiş olup, katılımcıların genellikle pasif izleyici konumunda oldukları ve öncelikle duygu, bilgi ve manevi destek aradıkları tespit edilmiştir (Doğanyigit, 2022). Bunun yanında, sosyal medyanın sağlık iletişiminde çift yönlü iletişim kanalı olarak benimsenmesi, hastanelerde özel dijital iletişim birimlerinin kurulmasını teşvik etmiş ve dijitalleşmenin sağlık iletişimini dönüştürdüğü gözlemlenmiştir (Işık, 2019; Gönüllü, 2019). Sosyal medya ortamında oluşan aşırı karşıtlığı gibi olumsuz tutumların sağlık iletişimi perspektifinden incelenmesi ise halen gelişmekte olan bir alan olarak ortaya çıkmaktadır (Korkmaz, 2025).

Tezlerin metodolojik yapısına bakıldığında, ağırlıklı olarak nitel araştırma yöntemlerinin ve içerik analizlerinin tercih edildiği, bu durumun alanın doğası gereği derinlemesine ve bağlamsal analizlere imkan sağladığı görülmektedir. İncelenen tezlerin büyük çoğunluğunun yüksek lisans düzeyinde ve 2019 sonrası tarihli olması, Türkiye’de sağlık iletişimi alanındaki sosyal medya ve dijital platform odaklı araştırmaların son yıllarda artış gösterdiğini göstermektedir. Bu bulgu, Ardahan ve Özsoy’un (2015) yüksek lisans tezlerinin doktora tezlerinden daha fazla olduğu yönündeki tespitlerini destekler niteliktedir. Ancak, sağlık iletişiminde sosyal medyanın sunduğu potansiyelin ve karşılaşılan zorlukların derinlemesine ve kapsamlı biçimde incelendiği, uygulamaya dönük, stratejik araştırmaların sayısının halen sınırlı olduğu görülmektedir. Bu da alanın gelişimi için metodolojik çeşitlilik ve disiplinler arası yaklaşımlar geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medyanın sağlık iletişiminde artan önemi göz önünde bulundurulduğunda, bu alanda yürütülecek araştırmaların hem sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmaya hem de toplum sağlığına katkı sağlamaya yönelik olması kritik bir ihtiyaçtır. Pandemi, nadir hastalıklar ve kriz iletişimi gibi güncel ve özel alanlarda sosyal medya kullanımıyla ilgili çalışmaların çoğaltılması; sağlık iletişimi politikalarının oluşturulması, sağlık çalışanlarının ve toplumun dijital sağlık okuryazarlığının artırılması açısından büyük önem taşımaktadır.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Sistematik derlemeye dâhil edilen tezlerin sonuçları incelendiğinde;

- COVID-19 pandemi sürecinde sağlık kurumları ve özel hastanelerin sosyal medya platformlarını bilgilendirme, farkındalık oluşturma ve kriz yönetimi amacıyla etkin kullandıkları, ancak kontrolsüz bilgi paylaşımının risklerine karşı dikkatli olunması gerektiği,
- Sağlık Bakanlığı ve diğer resmi kurumların sosyal medyada stratejik, ikna edici ve kriz iletişimi odaklı paylaşımlar yaparak halkın bilinçlenmesine katkı sağladığı,
- Dijital pazarlama stratejilerinin özellikle nadir hastalıklar alanında hasta farkındalığını artırmak ve hasta-hekim iletişimini geliştirmek açısından önemli avantajlar sunduğu, ancak bilgi eksikliği ve düzenleyici belirsizliklerin bu stratejilerin etkinliğini sınırladığı,
- Sosyal medya kullanımının sağlık iletişiminde çift yönlü ve katılımcı iletişimi desteklemesine rağmen, sağlık sektöründe dijitalleşmenin artmasıyla bu alanda profesyonel birimler kurulması ve kapsamlı yönetim stratejilerinin geliştirilmesi gerekliliği,
- Sosyal medyanın özellikle aşırı karşıtlığı gibi olumsuz tutumların oluşmasında da etkili olduğu ve bu durumun sağlık iletişiminde yeni yaklaşımların geliştirilmesini zorunlu kıldığı bulgularına ulaşılmıştır.

Sağlık kurumlarının sosyal medya ve dijital pazarlama stratejilerini, bilimsel doğruluk ve etik kurallar çerçevesinde planlamaları önemlidir. Nadir hastalıklar gibi hassas konularda düzenleyici kuralların netleştirilmesi ve firma çalışanlarının bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Aşı karışıklığı gibi olumsuz sosyal medya etkilerine karşı etkili iletişim stratejileri geliştirilmelidir. Sağlık iletişimi profesyonellerine dijital platform kullanımı konusunda eğitimler verilmeli ve hasta-hekim-kurum arasında açık, güvenilir iletişim sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- 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. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2013.06.020>
- Ardahan, M., & Özsoy, S. (2015). Türkiye'de hemşirelik araştırmalarındaki eğilimler: Yüksek lisans ve doktora tezleri üzerine bir çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(4), 516-534.
- Capurro, D., Cole, K., Echavarria, M. I., Joe, J., Neogi, T., & Turner, A. M. (2014). The use of social networking sites for public health practice and research: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 16(3), e79. <https://doi.org/10.2196/jmir.2679>, 1-14
- Denecke, K., & Nejd, W. (2009). How valuable is medical social media data? Content analysis of the medical web. *Information Sciences*, 179(12), 1870-1880. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2009.01.025>
- Doğanyigit, S. Ö. (2021). *Sağlık iletişimde Web 2.0 ve çevrimiçi sosyal destek: Facebook'ta kullanımlar doyumlar yaklaşımı bağlamında kanser hastaları grubu üzerine bir araştırma* [Doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Elbüken, N. B. (2022). *Strategic health communication during COVID-19 outbreak in Turkey: Social media use of Turkish Ministry of Health* [Yüksek lisans tezi]. Yaşar Üniversitesi.
- Erarslan, S. O. (2016). *Stratejik pazarlama kararlarında sosyal medya uygulamalarının etkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma* [Doktora tezi]. Okan Üniversitesi.
- Erdoğan, B. S. (2021). *Use of social media in health communication: The Twitter use of the Turkish Ministry of Health during the pandemic* [Yüksek lisans tezi]. Yeditepe Üniversitesi.
- Gönüllü, K. K. (2019). *Sağlık iletişimde sosyal medya kullanımı ve sağlık kurumu örneklerinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi.
- Işık, T. (2019). *Sağlık iletişimde dijital iletişim kanallarının kullanımı: Sektör aktörlerinin sosyal medya hesaplarının incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Korkmaz, İ. (2025). *Sağlık iletişimi perspektifinden sosyal medya içeriklerinin tutumları etkileme potansiyeli: Aşı karışıklığı örnekleme* [Doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Koşar, Ö. (2022). *Evaluation of strategic health communication in the COVID-19 era: A study on Twitter usage of health institutions in Turkey* [Yüksek lisans tezi]. Yaşar Üniversitesi.
- Öztürk, C. (2020). *Sağlığın geliştirilmesinde sağlık iletişiminin ve sosyal medya kanallarının rolü* [Yüksek lisans tezi]. Medipol Üniversitesi.

- Parrott, R. (2004). Emphasizing communication in health communication. *Journal of Communication*, 54(4), 751-787. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02653.x>
- Satılmış, N. (2022). *Sağlık iletişiminde kriz yönetimi: Pandemi döneminde özel hastanelerin sosyal medya kullanım pratikleri* [Yüksek lisans tezi, 60 s., Anadolu Üniversitesi].
- Schiavo, R. (2007). *Health communication: From theory to practice*. Jossey-Bass.
- Şener, E., & Samur, M. (2013). Sağlığı geliştirici bir unsur olarak sosyal medya: Facebook’da sağlık. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-15.
- Tabak, R. S. (2003). *Sağlık iletişim* (2. baskı). Literatur Yayınları.
- Temel, K., & Akıncı, F. (2016). Sağlık hizmetleri pazarlamasında reklam ve sosyal medyanın rolü. *Hastane Öncesi Dergisi*, 1(2), 27-37.
- Tengilimoğlu, E., Parıltı, N., & Yar, C. E. (2015). Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyi: Ankara ili örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 76-96.
- Vural, A., Beril, Z., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Yılmaz, M. (2021). *Sağlık iletişiminde uygulanan dijital pazarlama stratejileri: Nadir hastalıklar üzerine bir inceleme* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Araştırmanın Etik Yönü

YÖK Ulusal Tez Merkezi veri giriş formunu yazarlar onaylayarak Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan lisansüstü tezlerin açık erişimine izin vermektedir. Erişime izin verilen tezler veri tabanında incelenmiştir.

Yazar Katkı Oranı

Fikir/Kavram: A.C; Tasarım: A.C ; Veri toplama: A.C; Veri işleme: A.C; Analiz ve/veya yorum: A.C; Kaynak tarama: A.C ; Makalenin yazımı: A.C ; Eleştirel İnceleme: A.C

Çıkar Çatışması

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Finansal Destek

Herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.