

PAPER DETAILS

TITLE: HALKLA ILISKILER ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA: KAMU VE VAKIF ÜNİVERSİTE
HASTANELERİNİN FACEBOOK KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARASTIRMA

AUTHORS: Özlem DUGAN

PAGES: 41-64

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1136256>

Araştırma Makalesi/Research Article

HALKLA İLİŞKİLER ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA: KAMU VE VAKIF ÜNİVERSİTE HASTANELERİNİN FACEBOOK KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

SOCIAL MEDIA AS A PUBLIC RELATIONS TOOL: A RESEARCH ON THE USE OF FACEBOOK OF PUBLIC AND FOUNDATION UNIVERSITY HOSPITALS

Özlem DUĞAN*

*Geliş Tarihi: 27.09.2018
(Received)*

*Kabul Tarihi: 14.05.2020
(Accepted)*

ÖZ: Sağlık alanında birçok bilgiyi bireyler artık internet ortamından öğrenebilmektedir. İnternette öğrenilen bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği bu anlamda önemlidir. Bireylerin doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmasında hastanelerin önemli rolü vardır. Günümüzde kurum ve kuruluşlar hedef kitleleri ile geleneksel iletişim araçlarının yanı sıra sosyal medya araçlarını da kullanarak iletişim kurmaktadır. Sağlık okuryazarlığının artmasına katkı sağlayan hastanelerin hedef kitleleri ile nasıl iletişim kurdukları ve bu iletişimi nasıl sürdürdükleri önem taşımaktadır. Özellikle sağlık alanında hizmet veren kurumların sağlık, hastalık, bilinçli beslenme alanında bilgilendirme amaçlı enformasyonları sosyal medyada paylaşması sağlıklı bir toplum oluşturulması açısından önemlidir. Ayrıca sosyal medya diğer kitle iletişim araçlarına göre hızlı ve düşük maliyetli özelliğiyle halkla ilişkiler uygulamalarına avantaj sağlamaktadır. Bunların yanı sıra, hedef kitlenin düşünceleri hakkında bilgi edinme olanağı sunması kuruluşları sosyal medya araçlarını kullanmaya yönlendirmektedir. Bu bağlamda çalışmanın konusunu kamu ve vakıf üniversitelerine bağlı hastanelerin sosyal medyayı nasıl kullandıkları oluşturmaktadır. Hastanelerin Facebook hesapları içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve ardından elde edilen bilgiler değerlendirilmiştir. Sonuç olarak kamu üniversite hastanelerinin çoğunluğunun sosyal medyayı aktif olarak kullanmadıkları belirlenmiştir. Kullananların ise, daha çok duyuru, hastane çalışmaları, kongre, seminer gibi içerikleri paylaştıkları, vakıf üniversitesi hastanelerinin sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları ve sağlıkla ilgili bilgilendirici içerikleri daha fazla paylaştıkları tespit edilmiştir. Vakıf üniversitesi hastanelerinin Facebook'un çift yönlü iletişim özelliğinden de faydalandığı, kamu üniversite hastanelerinin Facebook'u sadece bilgi paylaşımı amacıyla kullandığı, takipçileri ile iletişim kurmadığı da belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Üniversite Hastaneleri, Facebook

ABSTRACT: Individuals can learn many information about health from the internet now. Accuracy and reliability of information learned on the Internet is important in this sense. Hospitals play an important role in reaching accurate and reliable information on health.

* Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, ozlem.dugan@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9028-7989.

Today, institutions and organizations communicate with their target audiences using traditional means of communication and also social media tools. It is important how hospitals that contribute to the increase of health literacy communicate with their target audience and how they maintain this communication. It is especially important for health institutions to share information on health, disease and conscious nutrition in social media. In addition, social media offers advantages to public relations with its fast and low-cost features compared to other mass media. In addition, opportunity for target audience to obtain information about their thoughts leads organizations to use social media tools. In this context, subject of study is how hospitals using public and private universities use social media. Facebook accounts of the hospitals were analyzed by content analysis method and then the data obtained was evaluated. As a result, it was determined that majority of public university hospitals did not actively use social media. It was determined that those who used it shared more content such as announcements, hospital studies, congresses and seminars, and that foundation university hospitals actively used social media and shared more informative contents about health. It has also been determined that private university hospitals also benefit from Facebook's bidirectional communication, and that public university hospitals only use Facebook to share information and not communicate with their followers.

KeyWords: Public Relations, University Hospitals, Facebook

1. GİRİŞ

Sağlık kuruluşları hedef kitlelerine sağlık ihtiyaçlarını kaliteli ve en düşük maliyetle sunmayı amaçlar. Ancak Zerenler ve Ögüt'e göre (2007: 504) teknolojinin hızlı bir şekilde değişmesi, sağlık sektöründe maliyetlerin artması, hastaların memnuniyetsizliklerinin artması ve daha iyi bakım talep etmeleri sağlık hizmetlerinin daha karmaşık bir yapıya dönüşmesine neden olmuştur. Bu karmaşık yapı içerisinde halkla ilişkilerin çok önemli yeri vardır. Halkla ilişkiler hastanede gerçekleştirdiği çalışmalarla kuruma büyük avantaj sağlamaktadır. Sağlık hizmetinin sunulduğu hedef kitlenin doğru ve güvenilir bilgiye ulaşması, kurumun itibarı, krizin başarılı şekilde yönetilmesi, farkındalık yaratılması açısından halkla ilişkiler hayati bir öneme sahiptir. Halkla ilişkiler bu çalışmaları yaparken hedef kitleye duyurmak amacıyla kitle iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Bu araçlardan yararlanırken hedef kitle ile iletişimi çift yönlü bir şekilde sürdürmek önemlidir. Tarihi süreç içerisinde baktığımızda halkla ilişkilerin tek yönlü iletişim sürecinden çift yönlü bir iletişime doğru değiştiği görülmektedir. Bu süreçte halkla ilişkilerde modeller geliştirilmiştir. Bu modellerden en etkili olanı Grunig ve Hunt tarafından geliştirilen dörtlü halkla ilişkiler modelidir. Bunlar Basın Ajansı/Tanıtım, Kamuyu Bilgilendirme, İki Yönlü Asimetrik ve İki Yönlü Simetrik modeldir (Grunig ve Hunt, 1984: 21). Basın Ajansı modelinde iletişim tek yönlüdür. Amaç propagandadır (Banks, 1996: 11). Kamuyu Bilgilendirme modeli 1920'li yıllara kadar yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Bu modelde amaç kamunun bilgilendirilmesidir (Grunig,

2005: 328). Bu modelde amaç bilginin yayılmasıdır. Halkla ilişkiler çalışanı kurumda bir gazeteci konumundadır. Kurum ile ilgili bilgiler kamuya yansız ve gerçek olarak aktarılır. Bu modelde iletişim tek yönlüdür. Daha çok kurum konuşur ve anlatır (Grunig ve Hunt, 1984: 22). İki Yönlü Asimetrik modelde iletişim göndericiden alıcıya, alıcıdan göndericiye gelen geri bildirimlerle iki yönlüdür. Burada iletişimin gücü göndericinin kabul etmesi için alıcıyı ikna etme niyetine ve alıcının gönderici organizasyonu desteklemesine bağlıdır. İki Yönlü Simetrik modelde, diyalog önemlidir. Kurumun çift yönlü iletişimden etkilenmesi ve buna göre politikasına yön vermesi söz konusudur (Peltekoğlu, 2004: 97). Bu modelin en sonuncusu olarak bilinen ve daha çok günümüzde tercih edilen iki yönlü simetrik modeldir. Çünkü hedef kitle artık çift yönlü iletişim kurabileceği kuruluşları daha önemser hale gelmiştir. Bu bağlamda günümüzde sosyal medya hedef kitlelere ulaşmada önemli bir araçtır. Sosyal medya, sağlıkla ilgili enformasyonunun geniş kitlelere ulaşmasında temel bilgi kaynağını oluşturmaktadır. Bu enformasyonun doğru, güvenilir ve kullanılabilir olması kamu sağlığı açısından önemlidir (Robledo, 2012: 78; Carillo-Larco, 2012: 755; Antheunis, Tate, Nieboer, 2013: 426-431; Fener ve Samur, 2013: 510; Ardiç Çobaner ve Köksoy, 2014: 899; Hülür, 2016:161). Sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerinin, geleneksel medya araçlarıyla yapılan klasik halkla ilişkilerden temel farkı eş zamanlı olarak diyalog odaklı iletişim kurulmasıdır (Pfeiffer ve Koch, 2011: 24; Dilmen, 2012: 144; Aydın, 2017: 321). Bu durum kurumlara büyük avantaj sağlamaktadır. Kamuoyu oluşturmak için hedef kitlelerle stratejik iletişim kurmak üzere harekete geçen halkla ilişkiler, sosyal medya aracılığıyla, hizmet tasarımı ve sunumuna katkı yapmakta, hedef kitlelerinden eleştirilerini ve görüşlerini alabilmekte ve sunulan hizmetlerde farkındalık yaratabilmektedir (Osimo, 2008: 41). Liang ve Scammon'a göre (2011: 322) günümüzde Bakanlıklar, sivil toplum örgütleri gibi organizasyonlar hastalıkları önlenmek, farkındalık oluşturmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Öztürk ve Öymen'e göre (2013: 114) tutum ve davranışları etkilemek, Prasad'a göre (2013: 492) diğer sağlık kurumları ile arasındaki iletişimi arttırmak, kampanya geliştirmek ve projeler üretmek amacıyla sosyal medya araçları tercih edilmektedir. Sosyal medya araçları hızlı, kolay ve masrafsız bir iletişim yöntemi olma özelliği ile kamu kurum ve kuruluşları tarafından halka bilgi ve hizmet sunumunda öncelikli olarak tercih edilen medya araçlarından biridir (Erkek, 2016: 143). Geniş kitlelere ulaşma imkânı sunan sosyal medya, kolay iletişim imkânlarıyla hedef kitleler üzerinde etkin iletişim, aktarım ve anlatım fırsatları sunmaktadır (Kotler, Hermawan ve Iwan, 2011: 22). Kurum imajına da olumlu katkı sağlayan sosyal medya, kurum imajını geliştirmede ve iyileştirmede kullanılabilecek etkili bir unsur olarak görülmektedir (Öztürk, 2013: 107). Sosyal medya ortamları, halkla ilişkiler

çalışanları tarafından kurumsal iletişim mesajlarını yayabildikleri veya kriz yönetimi, etkinlik yönetimi, kamuoyu oluşturma, paydaşlarla işbirliğine girme gibi uygulama alanlarını destekleyebildikleri en yeni iletişim kanalları olarak (Onat, 2010: 104) da kurumlara yeni imkânlar sunmakta, halkla ilişkiler çalışanları kurumları için sosyal medya üzerinden kendi profillerini, sayfalarını ve gruplarını oluşturarak hedef kitleleriyle aktif olarak iletişime geçmektedirler (Waters, Burnett, Lammve Lucas, 2009: 102). Sosyal medya günümüz işletmeleri için hedef kitlelerine ulaşma, etkileşimde bulunma, iletişim kurma, müşteri beklentilerinin tespiti ve müşteri memnuniyetinin sürdürülebilmesi için önemli bir araçtır (Kırcova ve Enginkaya, 2015: 27). Halkla ilişkiler çalışmalarında aktif olarak kullanılabilen sosyal medya sağlık kuruluşlarının hedef kitesine ulaşmasında da önemli bir iletişim aracıdır.

Sağlıkta sosyal medyayı en aktif kullanan kurumlardan birisi Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'dür. Örgütün Facebook hesabı hastalıklarla ilgili uyarılar ve ülkelerin sağlık demografilerini takipçileri ile sürekli güncelleyerek paylaşmaktadır. Kurum ayrıca Twitter ve YouTube ile Instagram platformlarını da aktif şekilde kullanmaktadır (Carleen, 2009: 361-368). Amerika'da 3.371 hastaneden % 99.41'inin Facebook ve Foursquare, % 99.14'ünün Yelp, % 50.82'sinin Twitter hesabının bulunduğu, bu hastanelerden % 50.40'ının her dört sosyal medya aracını da kullandığı, % 1.25'inin sadece bir veya iki sosyal medya aracını kullandığı belirlenmiştir. Ayrıca bu hastanelerden büyük ölçekli olanların, şehir merkezlerinde faaliyet gösterenlerin ve kâr amacı gütmeyenlerin ve eğitim ve araştırma hastanelerinin sosyal medyayı daha aktif kullandıkları belirlenmiştir (Griffis ve diğerleri, 2014). Çin'de en iyi üçüncü basamak hastanelerinin sosyal medya hesaplarının incelendiği çalışmada, daha büyük ve yeni hastanelerin sosyal medyayı benimseme olasılığının daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Zang ve diğerleri, 2018). Sosyal medyanın sağlık kuruluşları ile kişiler arasındaki etkileşimin hızını ve derinliğini değiştirdiğini ifade eden Wong ve diğerleri (2016), ABD'de 47 çocuk hastanesinin sosyal medyayı kullandıklarını, Facebook, Google Plus, YouTube, Pinterest ve Twitter açısından incelemiş ve sosyal medyanın bu hastanelerde aktif olarak kullanılmadığını belirlemişlerdir. Batı Avrupa ülkesinde seçilen 873 hastanesinin sosyal medya kullanımının incelendiği bir başka çalışmada, en popüler sosyal medya aracının Facebook olduğu ve ülkeler arasında hastanelerin sosyal medya araçlarını kullandıklarında farklılıklar olduğu belirlenmiştir (Belt ve diğerleri, 2012). Ayrıca Huang ve Dunbar (2013: 14) tarafından Amerika'daki hastaneler ile ilgili yapılan bir başka çalışmada, 5754 hastanesinin % 21'inin en az bir sosyal medya hesabı, % 12'sinin de Facebook ve Twitter hesabının olduğu bulunmuştur. İlgün ve Uğurluoğlu (2018) tarafından Ankara'da özel hastanelerin

sosyal medya kullanımı üzerine yapılan bir çalışmada 15 sorumlu yönetici ile derinlemesine görüşme yapılmış, en çok Facebook, Twitter ve Instagram kullandıkları, incelenen bütün hastanelerin sağlıklı yaşam hakkında bilgi paylaştıkları tespit edilmiştir. Bunun dışında resmi günler hakkında bilgi paylaşımı % 86.7, kongre, konferans, seminer duyuruları % 80, yeni bölümler, tedavi teknikleri veya doktorlarla ilgili bilgi paylaşımı % 80, hastalarla çevrimiçi iletişim % 60 olarak belirlenmiştir. Çalışmada görüşülen hastane yöneticilerin % 93.3'ü sosyal medyanın hastanenin hasta tarafından tanınmasını artıracaklarını öngörmektedir. Aralık 2014-Temmuz 2015 ayları arasında İstanbul ve Yalova illerinde yapılan araştırmada bireylerin % 75.6'sının hastane tercihinde sosyal medyayı kullandığı sonucuna ulaşılmıştır (Çimen ve diğerleri, 2015: 1203).Yapılan bir başka çalışmada, katılımcıların % 44.3'ü sağlık hizmeti aldıkları kişi ya da kurum hakkındaki memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini sosyal medyada paylaştıklarını ifade etmiştir (Tengilimoğlu, Parıltı ve Yar,2015: 94).Sağlık Bakanlığı'nın sosyal medyada çok yüksek oranda beğeni ve takipçi sayısına ulaşamadığı, ancak stratejik amaç ve hedefleri çerçevesinde hareket ederek sağlık hizmetlerinin sunumu konusunda sosyal medya araçlarını aktif olarak kullandığı ortaya çıkmıştır. Sosyal medya hesaplarını yorumlara açık bir şekilde sunan Bakanlık, olumsuz yorum ve sorulara yanıt vermemiş, elektronik posta yolu ile gelen soru, öneri ve görüşleri cevaplandırmıştır (Erkek, 2016: 149).

Kavuncubaşı ve Kısa (2007: 135) tarafından sosyal medya aracı olarak Facebook'un üniversite hastaneleri tarafından nasıl kullanıldığını ortaya koyan çalışmada, üniversite hastaneleri 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'na bağlı olarak araştırma merkezi olarak kurulmuş ve bu kanuna göre örgütlenmiştir. Ancak üniversite hastanelerinin tek tip örgüt yapısı bulunmamakta ve her üniversitenin kendi işletme yönetmelikleri bulunmaktadır. Üniversite hastaneleri sağlık sektörünün temel hizmet sağlayıcıları olarak üçüncü basamak sağlık hizmetleri sunmanın yanı sıra birinci ve ikinci basamak sağlık hizmetleri de sunmaktadır (Yıldırım, 2013: 25). Tanı ve tedavi hizmetleri sunan üniversite hastaneleri tıp ve sağlık profesyonellerinin eğitimine yönelik çalışmalar da yapmaktadır. Ancak eğitim amaçlı olan üniversite hastaneleri yani tıp fakültelerine bağlı hastaneler, tıpta uzmanlık eğitimi yanında, lisans düzeyinde tıp eğitimini de yürütmektedir. Eğitim hastaneleri hastalıkları tedavi etmekte, daha fazla inceleme ve araştırma yapmakta, diğer hastanelere göre daha ileri teknolojik donanım ve daha fazla yatak kapasitesine sahiptir (Kısa, 2002: 71-72). Üniversite hastaneleri kamu ve vakıf hastaneleri olarak 2 şekilde hizmet vermektedir. YÖK'ün 19.09.2018 tarihli verilerine göre Türkiye'de 129 devlet, 72 vakıf, 5 Vakıf MYO olmak üzere 206 üniversite faaliyet göstermektedir (<https://istatistik.yok.gov.tr/>). 2018 tarihinden

itibaren 92 tıp fakültesi eğitim verirken bunlardan 23'ü vakıf üniversitesine bağlı olarak eğitim vermektedir. 44 kamu üniversitesindeki tıp fakültesinin kendisine ait hastanesi bulunmaktadır (<https://www.basarisiralamalari.com/>). Kamu üniversitelerinin hastaneleri özellikle köklü üniversitelerin kendine ait hastaneleri bulunmaktadır. Vakıf üniversitelerinin bazılarının kendine ait hastanesi varken, bazı üniversitelerin ise bulunmamaktadır. Hastanesi bulunmayan ancak tıp fakültesi açmış olan vakıf üniversiteleri özel hastanelerle işbirliği yapmaktadır. Yükseköğretim Kurulu'nun da görüşü alınarak 2017 yılında resmi gazetede yayımlanan "Vakıf Üniversiteleri İle Özel Hastanelerin İşbirliğine İlişkin Usul ve Esaslar"ı hazırlanmış ve resmi gazetede yayımlanmıştır. Yayımlanan yönetmeliğe göre, "Tıp ve/veya diş hekimliği fakültesi bulunan ancak sağlık uygulama ve araştırma merkezi bulunmayan veya sağlık uygulama ve araştırma merkezinde yeterli kapasite ve eğitim alt yapısını sağlayamayan vakıf üniversiteleri; tıp ve diş hekimliğinde lisans eğitimi, tıp, diş hekimliği ve eczacılıkta uzmanlık eğitimi ile araştırma faaliyetleri için yeterli kapasite ve eğitim altyapısı olan ve fakülteyle aynı ilde bulunan özel hastane ile bütçeleri ayrı olmak şartıyla işbirliği yapabilir. İşbirliği yapılan hastane, üniversite için sağlık uygulama ve araştırma merkezi kabul edilir. Yeterli kapasite ve eğitim alt yapısına sahip sağlık uygulama ve araştırma merkezi bulunan üniversiteler ile özel hastaneler bu usul ve esaslar kapsamında işbirliği yapamazlar. Bir hastane birden fazla üniversite ile işbirliği yapamaz." şeklinde işbirliğinin nasıl uygulanacağı açıklanmıştır (Resmi gazete, 2017).

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Toplumda bireylerin sağlıklı olarak yaşamaları ve yaşamlarını sağlıklı olarak sürdürebilmeleri için doğru ve güvenilir bilgiye ihtiyaçları vardır. Bireyler bu bilgileri internet ortamından, TV, gazete ve diğer kitle iletişim araçlarından öğrenebilmektedirler. Bu bilgilerin bireylere doğru yöntemlerle öğretilmesi ve ulaştırılması önem taşımaktadır. Toplumda önemli bir konuma sahip olan hastanelerin bireylerin doğru bilgileri öğrenmesinde çok büyük rolü vardır. Özellikle eğitim, araştırma ve uygulama olmak üzere 3 temel unsuru bünyesinde barındıran üniversite hastanelerinin toplum ile iletişim kurması ve bu iletişimi sürdürmesi önemlidir. Çalışma hastanelerin Facebook'u nasıl kullandığını ortaya koyması ve kamu ile vakıf üniversiteleri hastaneleri arasındaki farkı belirlemesi bakımından değer taşımaktadır.

3. YÖNTEM

İçerik analizi internet çalışmalarında yoğun olarak kullanılmaktadır. İnternet ile ilgili yapılan analiz çalışmaları temel olarak altı yönteme dayandırılır. Bunlar niceliksel olanlar, çevrimiçi veya çevrimdışı anket uygulaması, web kullanım bilgisi gibi ölçen laboratuvar deneyleri, arama motorlarının içerik analizinden oluşmakta;

nitel yöntemler çevrimiçi veya çevrimdışı derinlemesine görüşmelerin yapılmasından, dijital etnografi olarak adlandırılabilir katılımlı gözlemin yapılması ile söylem analizi ve tarihsel ve estetik eleştiriden oluşmaktadır (Jensen, 2011: 48). İçerik analizi, araştırmalarda daha çok metin odaklı kullanılmaktadır. Kategorisel analiz tekniği, araştırmada toplanan verilerin, ortak paydada incelenmesine imkân vermekte ve daha önceden oluşturulan gruplar üzerinde analiz yapılmasını ifade etmektedir. Bu teknikte öncelikle veriler toplanır, daha sonra verilere uygun kategoriler oluşturulur ve kategorilerin dağılımı sağlanarak yorumlama işlemi yapılır (Bilgin, 2006: 21). İçerik analizi aynı zamanda araştırma evrenini oluşturan metin yığınından seçilen ve bütünü temsil etme niteliğine sahip bir örneklemin incelenmesi ve içeriğin önceden belirlenen değişkenlerden oluşan bir kategori sistemine göre sınıflandırılması olarak ifade edilebilir (Wimmer ve Dominick, 2007: 19). Bu çalışmada içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Üniversite hastanelerinin sosyal medya araçlarından Facebook kullanım durumları hesapları incelenerek ortaya konulmuştur. Örneklem olarak kamu üniversite hastanelerinin en köklü (kuruluş tarihi itibarıyla) 18 üniversite hastanesi ile vakıf üniversitesi hastanelerinin 18'i çalışmaya dâhil edilmiştir. Kamu üniversitesi hastanelerine eşit oranda da vakıf üniversitesi hastaneleri seçilmiştir. Vakıf üniversitesi hastaneleri seçilirken daha fazla veriye ulaşmak amaçlı Facebook'u aktif olarak kullanan hastaneler tercih edilmiştir. Vakıf üniversitelerinin bazılarının hastanesi olmaması nedeniyle özel hastanelerle işbirliği yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla çalışmada özel hastanelerin Facebook hesabı incelemeye dâhil edilmiştir (Acıbadem M. A. Aydınlar Üniversitesi Atakent Hastanesi, Demiroğlu Bilim Üniversitesi Afiliye Uygulama ve Araştırma Hastanesi, İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Hastanesi, İstinye Üniversitesi (Liv Hospital Bahçeşehir) Hastanesi, KTO Karatay Üniversitesi Medicana Hastanesi). Çalışmada kodlama cetveli oluşturularak elde edilen niceliksel veriler excel programından yararlanılarak değerlendirilmiştir. Çalışma seçilen üniversite hastaneleri ve sosyal medya araçlarından Facebook ile sınırlıdır. Çalışmanın verileri 1 Eylül ile 25 Eylül tarihleri arasında oluşturulmuştur. Söz konusu tarihler arasında 1 yıl boyunca (2018 yılı) üniversite hastanelerinin Facebook hesabından paylaşılan içerikler incelenmiştir. Çalışma bu tarihlerle de sınırlıdır. Hastanelerin Facebook'ta yaptıkları paylaşımların nitel analizini ortaya koyabilmek için literatür taraması sonrası kategori oluşturulmuştur. Kategoride, "Kongre, seminer, kurs, eğitim toplantısı", "Kutlama, Anma ve özle günler mesajı", "Basın haberleri/bültenler", "Hastane ile ilgili paylaşımlar", "Sağlıkla ilgili bilgilendirici paylaşımlar", "Duyuru", "Ameliyatlar" şeklinde sınıflandırma yapılmıştır. Hastanelerin Facebook hesapları, beğeni, takip, katılım tarihi, olumlu ve

olumsuz yorum, paylaşım, soru durumu ve yanıt verme durumu açısından da incelenmiştir.

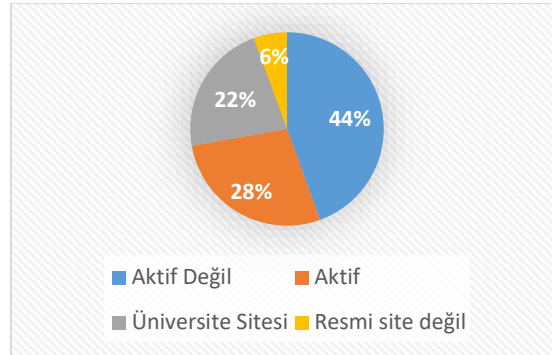
4. BULGULAR

4.1.Kamu Üniversite Hastaneleri

2018 tarihinden itibaren Türkiye’de 92 tıp fakültesi eğitim verirken bunlardan 23’ü vakıf üniversitesine bağlı olarak eğitim vermektedir. 44 kamu üniversitesindeki tıp fakültesinin kendisine ait hastanesi bulunmaktadır (<https://www.basarisiralamalari.com/>). Vakıf üniversitelerinin tıp fakültelerinin bazılarının kendine ait hastanesi varken, bazı üniversitelerin ise bulunmamaktadır. Hastanesi bulunmayan ancak tıp fakültesi açmış olan vakıf üniversiteleri özel hastanelerle işbirliği yapmaktadır.

Kamu üniversite hastanelerinin Facebook kullanım durumunda hastanelerin hesaplarının genellikle aktif olmadığı, aktif olanların sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Bazı hastaneler bağlı oldukları üniversitenin Facebook hesabına yönlendirme yapmaktadır. Bazı hastaneler ise resmi olmayan hesap kullanmaktadır. Türkiye’nin en köklü üniversite hastanelerinin Facebook kullanma durumlarının dağılımı grafik-1’de verilmiştir.

Grafik-1: Facebook Kullanım Durumu



Kamu Üniversite hastanelerinden % 44’ünün (n=8) Facebook hesaplarının aktif olmadığı, % 28’nin (n=5) aktif olduğu, % 22’sinin (n=4) üniversitenin sitesine yönlendirdiği % 6’sının (n=1) resmi hesabı olmadığı belirlenmiştir. Çalışmada aktif olan Facebook hesaplarının içerikleri incelenmiştir.

Tablo 1:Facebook'ta Etkileşimin Dağılımı

	Katılım	Beğeni	Takip	Olumlu yorum	Olumsuz yorum	Paylaşım	Soru	Yanıt
1)Akdeniz Üniv. Hst.	2016	1.932	2.005	26	1	436	1	0
2)Dokuz Eylül Üniv. Arş. Uyg. Hst.	2017	181	198	8	0	3	0	0
3) Erciyes Üniv. Tıp Fak. Hst.	2018	320	325	17	0	86	0	0
4)Gaziantep Üniv. Şahinbey Hst.	2013	2.342	2.346	19	2	118	0	0
5)Hacettepe Üniv. Hst.	2014	4.139	4.188	1	0	27	0	0

Üniversite hastanelerinin Facebook katılım tarihleri en erken Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi'nin 2013 yılında, en geç Erciyes Üniversitesi Hastanesi'nin ise 2018 yılında Facebook hesabı oluşturulmuştur. En fazla beğeni ve takibi Hacettepe Üniversitesi Hastanesi almıştır. Bu hastanenin geçmiş yıllarda Facebook'u aktif olarak kullandığı ancak 2018 yılında ise çok aktif kullanmadığı belirlenmiştir. Paylaşımlarda 436 ile Akdeniz ilk sırada yer alırken, 3 paylaşım ile Dokuz Eylül Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi son sırada olmuştur. Facebook hesabından 1 soru Akdeniz Üniversitesi Hastanesi'ne yöneltilmiş ancak soru yanıtlanmamıştır. Diğer hastanelere ise soru sorulmamıştır.

Olumlu yorumu en fazla 26 mesaj ile Akdeniz Üniversite Hastanesi almıştır. Yorumlarda,

"İyi bayramlar, saygı değer hocama selamlar, başarılı ameliyat için tebrikler, iyi ki varsınız, tüm doktorların tıp bayramı kutlu olsun, hastanede temizlik yapanlardan en üst düzeyde görev yapan iyilik meleklerine teşekkür ederim, hematolojide tedavi görüyorum personellerden Allah razı olsun, başarılarınız daim olsun, yeni yılınız kutlu olsun, hayırlı olsun başarılar dilerim, hayırlı olsun, başarılar dilerim, hepsinin emeğine yüreğine sağlık Allah kolaylık versin, gülen yüzün hep gülsün, gönülden teşekkür ederiz, ağzınıza sağlık muhteşem, hastanemiz güzel oldu emek verenlere teşekkürler, hastanemiz çok özel, tedavi gördüğüm süre boyunca bana destek olan hastane çalışanlarına teşekkür ederim, hastane inşallah çok daha iyi olur, onkoloji hastanesi hayırlı olsun, tüp bebek merkezi açılışı için çalışanların hepsinin ellerine yüreğine sağlık." şeklinde yorumlar paylaşılmıştır.

Akdeniz Üniversitesi Hastanesi'ne yapılan 1 olumsuz yorumda hastanedeki sistem nedeniyle mağdur olduğunu doktorun telefon numarasına ulaşamadığını ifade eden bir mesaj paylaşımıdır. Ancak mesaja herhangi bir yanıt verilmemiştir.

Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi'nin hesabında,

"11 yıldan beri çalışıyorum daha başarı belgesini bırakın eline sağlık diyeni duymadım, belki bir gün bize de sıra gelir, ayın personelini tebrik ediyorum, personel

zaten çoğul bir kelimedir. Dolayısıyla personeller ifadesi yanlış olur. Dikkate almanız dileğiyle” şeklinde 2 olumsuz yorum yazılmıştır. Olumlu yorumlar ise, "Mesai arkadaşlarıma başarılar, başarılı ameliyatlar gurur verici, tebrikler, en donanımlı hastane, başarılarınızın devamını dilerim, maşallah, inci gibisiniz, emeğinize sağlık, bahtınız açık olsun, tebrikler, başarılar, işte gizli kahramanlarımız, Rabbim korusun sizleri, güler yüzlü dinamik tüm arkadaşları kutluyorum, gurur kaynağımızsın, hayırlı olsun kardeşim, başarılar dilerim güzel insan, inşallah daha çok yükselirsiniz." şeklindedir.

Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi ile ilgili yazılan olumlu yorumlar,

“Sağlık konusunda ilkleri yaşıyorsunuz, geriatri bilim dalı çalışanlarına teşekkür ederim, hayırlı olsun, canı gönülden kutluyorum, hocamıza vefa göstermeniz mutlu etti bizi, tüm hayırseverlerden Allah razı olsun, hayırseverimizi tebrik ederiz, yolunuz açık olsun, size minnettarız hocam, ellerinize emeğinize sağlık, helal olsun hakkıyla bütün ERÜ nüfusuna binlerce tebrikler, mükemmel bir sonuç, muhteşem bir çaba, Rabbim ellerine güç, kuvvet versin” gibi benzer ifadelerle yer verilmiştir.

Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri ile ilgili olumlu yorum ise tebrik mesajı olarak yazılmıştır.

Dokuz Eylül Üniversitesi Araştırma Uygulama Hastanesi ile ilgili

"Çok teşekkür ediyorum, emeği geçen herkese, Allah yardımcınız olsun, tebrikler, başarılarınız daim olsun, çok teşekkür ederiz, ellerinize sağlık, emeğinize ve yüreğinize sağlık, teşekkürler hocam" şeklindebenzer içerikli olumlu mesajlar paylaşılmıştır.

Tablo 2: Facebook'ta Paylaşılan İçeriklerin Dağılımı

	Akdeniz Üniv. Hst.	Dokuz Eylül Üniv. Hst.	Erciyes Üniv. Hst.	Gaziantep Üniv. Hst.	Hacettepe Üniv. Hst.
1)Kongre, seminer vs.	9	3	10	7	0
2)Kutlama/Anma mesajları	31	7	17	0	0
3)Basın/Bülten haberleri	12	0	0	18	0
4)Hastane ile ilgili paylaşımlar	12	17	36	45	0
5)Sağlıkla ilgili bilgilendirici mesaj	9	0	0	7	0
6)Duyuru	2	2	8	3	1
7)Ameliyat	2	2	2	3	0
Toplam	77	31	73	83	1

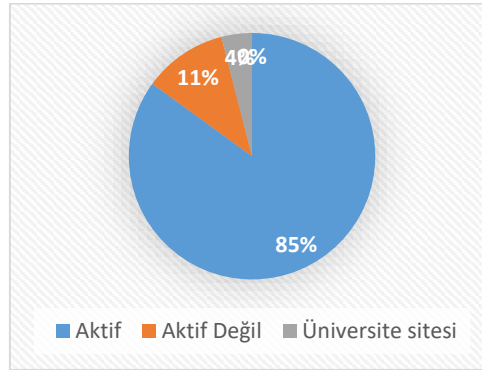
Hastanelerin Facebook hesaplarında paylaştıkları içeriklerin dağılımı hangi konularda daha fazla mesaj paylaştıklarını ortaya koymaktadır. Kongre, seminer, eğitim, kurs, bilimsel toplantı gibi etkinliklerin dağılımında en fazla paylaşımı Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi'nin yaptığı görülmektedir. Özel günler ve haftalar, milli ve dini bayramlar ile anma mesajlarının dağılımında Akdeniz

Üniversite Hastanesi ilk sırayı alırken, bu konuda hiç paylaşımda bulunmayan Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi ile Hacettepe Üniversite Hastanesi olmuştur. Hastane ile ilgili haberlerin yayınlandığı basın haberleri/hastanenin bülteni ile ilgili paylaşımlarda ilk sırayı Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi, ikinci sırayı Akdeniz Üniversitesi Hastanesi almıştır. Diğer hastaneler bu konu ile ilgili paylaşımda bulunmamıştır. Hastane ile ilgili (cihaz alımı, bağış, fiziksel yapılanmalar, etkinlikler, ziyaretler) mesajları en fazla Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi paylaşıırken, sağlıkla ilgili bilgilendirici mesajları en fazla Akdeniz Üniversitesi Hastanesi paylaşıırken, ikinci sırayı Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi almış, diğer hastaneler paylaşımda bulunmamıştır. Hastanede düzenlenen etkinlikler ve diğer konularla ilgili duyuruları en fazla Erciyes Üniversitesi Hastanesi yapmıştır. Hastanenin başarılı ameliyatlarını en fazla Gaziantep Üniversitesi Şahinbey Araştırma ve Uygulama Hastanesi olmuş, Akdeniz Üniversite Hastanesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Hastanesi ve Erciyes Üniversitesi Hastanesi'nde aynı sayıda ameliyat mesajı paylaşıırken, Hacettepe Üniversite Hastanesi paylaşım yapmamıştır.

4.2. Vakıf Üniversite Hastaneleri

Vakıf üniversitesi hastanelerinin Facebook kullanım durumlarında aktif olarak kullanılan hesapların yanı sıra Facebook'u kullanmayan hastanelerin olduğu da belirlenmiştir.

Grafik-2: Facebook Kullanım Durumu



Vakıf üniversite hastanelerinden % 83'ünün (n=15) aktif olduğu, % 11'nin (n=2) aktif olmadığı, % 6'sının (n=1) üniversite web sitesine yönlendirdiği belirlenmiştir.

Tablo 3:Facebook'ta Etkileşimin Dağılımı

	Katılım	Beğeni	Takip	Olumlu yorum	Olumsuz yorum	Paylaşım	Soru	Yanıt
1)Acıbadem M. A. AydınlarÜniv. Atakent Hst.	2010	943.716	940.117	173	1	13.695	61	58
2)Bezm-i AlemÜniv. Dragos Hastanesi	2018	49	54	0	0	5	0	0
3)Biruni Üniv. Hastanesi	2015	22.182	22.336	35	0	360	7	3
4) Demiroğlu Bil.Üniv. Afiliye Uyg.ve Arş. Hst.	2011	99.816	98.917	91	0	2.080	21	18
5)İstanbul Aydın Üniv. VM Medical Park Hst.	2010	223.413	220.486	110	5	11.292	156	150
6)İstanbul MedipolÜniv. Tıp Fak. Hastanesi	2013	642.958	643.937	110	0	3.125	481	154
7)İst.YeniyüzyılÜni. Gaziosmanpaşa Hst.	2010	28.280	28.460	74	0	1.189	7	5
8)İstinye Üniv. (Liv Hospital Bahçeşehir) Hst.	2012	45.160	44.725	29	3	2.539	14	10
9) Koç Üniv. Hastanesi	2014	25.896	26.147	95	0	816	55	30
10)KTO Karatay Üniv. Medicana Hastanesi	2010	109.548	109.726	264	0	5.032	151	142
11)Maltepe Üniv. Tıp Fak. Hastanesi	2013	16.109	16.024	26	0	337	2	1
12)Okan Üniv. Hastanesi	2016	44.309	44.758	289	0	3.099	102	71
13)Sanko Üniv.S.K. Sağ.Uyg. ve Arş. Mrk.	2011	2.704	2.730	52	0	159	0	0
14)TOBB ETÜ Hastanesi	2012	7.203	7.224	275	0	537	9	4
15) Yeditepe Üniv. İhtisas Hastanesi	2015	10.048	10.067	30	0	1.180	0	0

Vakıf üniversite hastanelerinin Facebook'a katılım tarihi en erken 2010 en geç ise 2018 olarak görülmektedir. En fazla beğeni ve takibi Medipol Üniversite Hastanesi alırken en az beğeni ve takibi Facebook'a en geç katılan Bezm-i Alem Üniversitesi Dragos Hastanesi almıştır. Olumlu yorumu en fazla Okan Üniversite Hastanesi alınmıştır. Olumsuz yorumu en fazla İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Hastanesi almıştır. Acıbadem M.A. Aydınlar Üniversitesi Atakent Hastanesi'nin mesajları diğerlerine göre daha fazla paylaşılmıştır. Facebook mesajlarında en fazla soru İstanbul Medipol Üniversitesi Hastanesi'ne yöneltilirken en fazla soruyu yanıtlayan hastane yine aynı hastane olmuştur.

Acıbadem M.A. Aydınlar Üniversitesi Atakent Hastanesi Facebook hesabına 173 olumlu mesaj yazılmıştır. Bu olumlu yorumlar,

"Mutlu seneler, yeni yılınız kutlu olsun, iyi yıllar teşekkürler, sağlık ve huzur, iyi yıllar, sevdiklerinle dolu anlar, yedi sene önce bypass oldum çok memnun oldum, çok güzel

ve çok özel doktorlar var muhteşem hastane, gerçekten çok güzel bir hastane ilgi ve alaka çok güzel, harika bir insan mükemmel bir hekim, Acıbademde hemşireler harikalar yaratıyorlar." şeklinde ifadelerden oluşmaktadır.

Olumsuz yorum, "Acıbadem sigortamız olmasına rağmen çok ciddi paralar alıyorsunuz bizden. Neden geleyim ki bir daha. Seçenek yok siz müşteri kaybetmeye devam edin" şeklinde yazılmıştır.

Biruni Üniversitesi Hastanesi'nin hesabına,

"Biruni'nin personeli her zaman teşekkürü hak ediyor, tebrikler, başarılar, doktorların ilgilerine teşekkür ederim, Biruni ailesine sevgiler, her gittiğimde aynı sevgi, saygı ve kaliteli hizmeti görüyorum Allah yolunuzu açık etsin, sayın hocama üstün başarılar dilerim, hayırlı olsun hocam, işinin ehli harika bir doktor, başarı dilekleriyle kolay gelsin, çok tatlı çok bilgili doktor, mükemmel bir doktor ve güler yüzlü, bütün hizmetlerinden memnunum, harika bir hastane, tıp bayramınız kutlu olsun, ellerinize sağlık, ekibe teşekkürler, güzel bir hastane, güvenilir bir hastane, çok güzel bir proje, emeği geçenlere teşekkürler." şeklinde 35 benzer içerikli olumlu yorum yazılmıştır.

Demiroğlu Bilim Üniversitesi Afiliye Uygulama ve Araştırma Hastanesi ile ilgili 91 olumlu yorum şu şekildedir:

"Hocam sayenizde kalça ve omuz ameliyatlarım çok başarılı sonuçlandı size minnettarım, benim doktorum kendisine çok teşekkür ederim, doktorumuzdan Allah razı olsun ayağına taş değmesin, tavsiye ederim erken teşhisle gerekli tedavim uygulanıyor, bilgi ve uygulamaları izah ettiğiniz için teşekkürler, canım hocam senden Allah razı olsun işinin ehlisin, iyi ki varsınız hocam güler yüzlü doktorum, hasta ve yakınları ile birebir tokalaşan gözlerinin içine bakarak hatırlarını soran mükemmel insan, sağlığıma kavuşmamda emeğini esirgemeyen hocama saygılar sunuyorum, uzun ömürler versin değerli hocamıza, nadide bir insan ve işine aşık bir üstad selamlar ve sevgiler hocam, hocamız tüm övgülere layıktır, hocam başarılarınız daim olsun, başarılarınızı kutlarım, üstün insan üstün doktor, hocamıza sağlıklı uzun ömürler dilerim, iyi ki varsın hocam her şey gönlünce olsun yolun açık olsun, Annem adına binlerce teşekkürler hocam, benim eşimin de doktorudur sağ olsun, ellerinize sağlık doktorlarımızın, doktorumuzun büyük başarısı tebrik ediyorum, ben de ilik nakli oldum çok memnun oldum başarılar dilerim, beni tekrar hayata bağlayan hastane başarılar dilerim, yıllar önce eşimle gitmiştik çok güzel bir hastanedir, açık kalp ameliyatı olduğum hastanedir başarılar dilerim, beni hayata döndürdünüz size minnet borcum var sağ olun, annemin omurga kemiklerini ameliyat ederek hayata bağlayan doktor teşekkür ederim, kızımı iki defa hayata döndürdü ömrünüz uzun olsun hocam, vermiş olduğunuz bilgiler için teşekkürler, bu hastane ve doktorlar ülkemizin gururudur."

İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Hastanesi'nin Facebook hesabında,

"Sağlıklı güzel günler, tebrikler, yeni yıllar, teşekkürler medicalpark, kanser tedavisini burada gördüm çok memnun kaldım her şey için teşekkürler, huzurlu bereketli günler, hocama sonsuz teşekkürler, çok ilgililer, hocam iyi ki varsın, çok güzel bir hastane, faydalı bilgiler için teşekkürler, doktorlardan Allah razı olsun, bana destek olan doktorlara sonsuz teşekkürler, harikasınız, yüreğinize sağlık, kemotarepi servisinden çok memnunuz, hekimler işinde çok uzman, Allah bu hastaneyi yapanlardan razı olsun." şeklinde 110 olumlu mesaj paylaşılmıştır.

İstanbul Aydın Üniversitesi VM Medical Park Hastanesi Facebook hesabına 5 adet olumsuz yorum yazılmıştır. Bu yorumların birincisi,

"Ben hayatımda bu hastane kadar ciddiyetsiz bir hastane görmedim. Çocuk bölümünde 50 çocuk bekliyor ve doktor başka bir bölümde doğumda saatlerdir bekleyen var demek ki marka bu değilmiş." şeklindedir. İkinci olumsuz yorum, *"Bu hastaneler çok ilgisiz, yaşamış olduğum sorunları saygısızlıkları iletmeme rağmen geri dönüş yapmadılar. Bir daha gitmeyeceğim kimseye tavsiye etmiyorum o kadar para verdik sonuç yok."* şeklinde ifade edilmiştir.

Üçüncü olumsuz yorum, *"Antalya şubenizde muayene oldum faturalandırmasını 2 haftadır yaptıramadığım için sigortamdan faydalanamıyorum. Ve ne zaman arasam iletişim numaranızı çözüme kavuşturamıyorum. Herkes birinin üzerine atıyor kurumsallık yok."* şeklinde yazılmıştır. Dördüncü olumsuz yorum, *"Bu hastaneler çok ilgisiz, sorunlarımı ilettim ancak geri dönüş olmadı."* şeklinde paylaşılmıştır. Beşinci olumsuz yorum ise, *"Fiyatı neden söylemiyorsunuz madem paylaşım yapıyorsunuz buradan belli olur ilgi ve alakanız."* şeklindedir.

İstanbul Medipol Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi ile ilgili 110 olumlu yorum paylaşılmıştır. Yorumlar,

"Yeni yılınız hayırlı olsun, tebrikler, verdiğiniz faydalı bilgiler için teşekkürler, yüreğinize sağlık, hocamıza duacıyız, şu anki sağlığımı size borçluyum teşekkürler, başarılarınızın devamı gelsin, mükemmel kalite, ağızınıza sağlık hocam, teşekkür ederiz Medipol grubuna, Rabbim sizleri korusun, ışıığınız hiç sönmesin, iyi ki varsınız, verdiğiniz bilgiler için teşekkür ederiz, doktorlarımızı görmek gurur veriyor, Allah sizi başımızdan eksik etmesin, sağlıklı kalın, bu ülke için çok değerlisiniz hocam, iyi doktorları Rabbim başımızdan eksik etmesin." şeklindedir.

İstanbul Yeniüzyıl Üniversitesi Gaziosmanpaşa Hastanesi Facebook hesabına 74 olumlu yorum yazılmıştır. Yorumlar,

"Hastanenin güler yüzlü çalışanları yüzde yüz bir numara, yeni yılınız kutlu olsun, sonsuz saygılar emeğinize sağlık, hocalarım ellerinize sağlık, tebrikler hocam helal olsun, Allah razı olsun hocalarımızdan, Siz bir harikasınız muhteşem ikili iyi ki varsınız, Hocam size ve ekibinize başarılar dilerim, büyük iş başarmışsınız,

doktorlarımızın ellerine sağlık, ellerinize sağlık, başarılarınız daim olsun, doktorlarımızı camı gönülden tebrik ediyorum." gibi benzer içeriklidir.

İstinye Üniversitesi (Liv Hospital Bahçeşehir) Hastanesi ile ilgili 29 olumlu yorum yazılmıştır. Yorumlar,

"İsmi vermeyeceğim birçok hastane ve kurumda tedavi gördük, hepsinden aldığımız cevap, 'Biz bu riski alamayız' oldu. Bu riski alanların farkı bence bizim yaşadığımız acıyı, ednişeyi hissetmeleriydi. Sevgili doktorlarımıza ve tüm ekibe tekrar sonsuz teşekkürler, tüm personel sizleri hiç unutmadım hepinize çok teşekkür ediyorum, başarılar dilerim, harika usta hassasiyet, vermiş olduğunuz hizmetlerden dolayı sonsuz şükranlarımı sunarım, saygıdeğer hocam başarılar dilerim, başarılarınızın devamını dilerim, nice başarılarla sevgiler, başarılı annenin başarılı kızını tebrik ediyorum, muhteşemsiniz hepiniz, yakışıklı doktorumu dinleyeceğim teşekkürler, 2 yaşındaki kızımı kurtardınız elleriniz dert görmesin, Allah huzuru mutluluk versin, elleriniz dert görmesin, Hocam siz Allah'ın bize gönderdiği meleklersiniz, çok başarılı bir cerrah ekibi de mükemmel, hastane 1 numara başarınızın devamını dilerim, işte benim olmazları başaran doktorum, hem doktor hem de çalışanlar çok ilgiliydi Allah razı olsun hepinizden, hastaneden gayet memnunuz, hocalarımız iyi ki hayatımızda varlar, sizin hastaneye ve saygı değer hocalarımıza ve mesai arkadaşlarına büyük bir vefa borcumuz var, doktorumuz mükemmel biri, Rabbim başımızdan eksik etmesin yolunuz açık olsun, teşekkür ederiz bilgileriniz için, muhteşem bir hastane, ekip muhteşem, yardımcı personel muhteşem, hasta bakımı muhteşem, hijyen olağanüstü, en güzel hastane, tüm kalbimizle yanınızdayız başarılar, personel ve saygıdeğer hocalarımız birbirinden değerli, iyi ki varsınız, Dünya güzellerine bizden selam, tebrikler, tebrikler süpersin hoca, hocam tebrikler Allah size sağlıklı uzun ömürler versin versin ki nice hastalara şifa verin, Allah sizler gibi değerli insanları başımızdan eksik etmesin, bravo tebrikler başarıların daim olsun hocam yolun açık olsun, başarılarınız daim olsun hocam tebrikler, böyle doktoların eşi bulunmaz Rabbim ömrünü uzun etsin sağlık afiyet versin, kutlarım guru duyuyoruz sizlerle, helal size hocam inşallah başarılarınız daim olsun, hocam Allah'tan sağlıklı sıhhatli uzun ömür dilerim, hocam tebrik ederim, tebrikler sayın doktor ve ekibine, değerli hocamızı çok tebrik ederim Allah razı olsun böyle bilim adamlarından, biz de çok memnunuz annem sayesinde hayatta iyi ki var başarılarının devamını diliyorum tebrik ediyoruz, muhteşem bir doktor sayesinde sağlığım çok daha iyi, güven ve sevgi veren bir doktor sayesinde hastane ve doktor fobisini yendik."Olumsuz yorumlar ise, "Ne kadar ücret alıyorsunuz önce onu söyleyin ona göre konuşalım, telefon ile ulaşmak çok zor size nedenini açıklar mısınız, beni mahvetti bu kadın kimse bu kadına aldanıp muayene bile olmasın." şeklinde ifade edilmiştir.

Koç Üniversitesi Hastanesi ile ilgili 95 olumlu yorum yazılmış ve yorumlar şu şekilde ifade edilmiştir:

"Çok doğru ağzınıza sağlık, tebrik ederim iyi ki varsınız, çok iyi bir doktor çok ilgili Allah razı olsun, başarılarının devamını diliyoruz, herşey için çok teşekkürler, hakkı ödenmez doktorumuz Allah ömrünüzü uzun eylesin, Allah sizin gibi başarılı faydalı

kardeşlerime uzun ömür versin, yine muhteşemsiniz, çok teşekkürler hocam detaylı açıklamanız için, güzel konuşmalarınız için teşekkürler, mükemmel insan yolun açık olsun en başarılı doktorumuz, iyi ki varsınız hocam Allah yolunuzu açık etsin, Allah başarılarını daim etsin doktorum, doktorumuz çok iyi tam işinin uzmanı, iyi ki sizin gibi doktorlarımızı var, Türkiye'de gerçekten bulunamaz doktorlardan biri, sizin gibi doktorları Allah başımızdan eksik etmesin Allah gücünüzü artırsın yüreği güzle insanlar, doktor bey kızımın kurtarıcısıdır Allah uzun ömür versin, iyi ki varsın hocam başarılar dileriz, emeklerinize sağlık hocam çok güzel bir yayındı, muhteşem doktor harika insan, organ nakilli biri olarak sizleri kutluyorum, başarılı doktorumuzdan çok değerli bilgiler aldık, başarılarınız daim olsun doktorum, sizler gibi yetenekli ve işi bilen yeni cerrahlar yetiştirmeniz temennisiyle, Türkiye için çok değerli bir cerrahıtır kendisi hastasına baktım mükemmeliği mütevazılığı başarıları kelimelerle tarif edilemez, beni hayata bağlayan çok değerli hocam ve tedavime devam ediyorum saygılar, muhteşem doktorlar muhteşem insanlar."

KTO Karatay Üniversitesi Medicana Hastanesi ile ilgili 264 olumlu yorum paylaşılmış ve yorumlar,

"Hastanenin fedakar asil çalışan başarılı dürüst saygıdeğer doktorlarına teşekkür ederim, Türkiye'nin gururu çok başarılılar, teşekkürler sayenizde hayattayım, tüm ekibe teşekkür eder saygılar sunarım, hocam ellerinize sağlık Allahım size sağlıklı uzun ömürler versin, ekibinizden Allah razı olsun, yüreğinize sağlık elleriniz dert görmesin, elleri öpülesi güzel insanlar, emeğinize paha biçilmez, tebrikler hepinize, muhteşem ekip, tek değerli doktorum, iyi ki varsınız, Allah razı olsun yolun açık olsun hep güzel işler yapmayı nasip etsin tebrikler, harika bir doktor Rabbim uzun ömürler versin, candan yürekten tebrik ederek kucak dolusu sevgiler ve selamlar gönderiyorum, ne güzel bir örnek, gurur duyulacak bir evlat, adam ve vatandaşın yolun açık olsun, böyle merhametli doktorlarımız var iyiki varsınız, baş tacımızsınız, tebrikler hastalara moral adına iyi bir iş yapıyorsunuz, sağlığımızı ona borçluyuz teşekkürler, gülen yüzünüz hiç solmasın, hocama yaşamımı borçluyum, ikinci hayatımı bağışlayan canım hocam iyi ki varsınız, kadro çok harika tecrübeli, hastaneyi gezdim çok beğendim herkese tavsiye ederim, tek kelime ile derdine derman arayanlar için muhteşem bir hekim kadrosu ve tedavi araç gereçleri, müşteriye güzel bir hizmet memnun kaldım." şeklindedir.

Maltepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi ile ilgili 26 olumlu yorum,

"Bütün doktorlarımıza çok teşekkür ederim, çok kıymetli bilgiler paylaştınız, başarılı tedaviler değerli hocalarım, iyi ki sizler varsınız hocam başarılar, bravo hocama Allah başarılarını daim etsin, Allah güç kuvvet versin inşallah sizlere, sizinle gurur duyuyoruz, teşekkürler değerli hocam önemli bilgiler paylaştınız, değerli hocalarım iyi ki varsınız, hastalıktan kurtardınız sağlığımı sizlere borçluyum, gülen yüzü sıcaklığı o kadar mükemmel bir doktor ki harika bir doktor, tebrikler başarılar, yolları açık olsun." içeriklerinden oluşan mesajlardır.

Okan Üniversitesi Hastanesi ile ilgili 289 olumlu yorum yazılmış ve yorumlar,

“İyi ki varsınız hocam hepinize saygı sunuyorum, kraslın hocam, ellerine sağlık hocam çok iyiyim sayenizde bypass ameliyatı yaptınız beni, güler yüzlü ve çalışkanlığıyla gönlümüze taht kurdunuz, iyi ki tanımışım sizi başarılar, ağzına sağlık hocam bilgi sahibi olmak çok güzel, böyle güler yüzlü hemşirelere ve de doktorlara ihtiyacımız var, ağzınıza sağlık hocam, hocam bu güzel bilgilendirme için teşekkürler, hocam ağzınıza sağlık, hepsi birbirinden değerli insanlar, hastalığımda yollarımız kesiştiği için çok şanslıyım, hocam çok güzel söylemiş teşekkür ederim, hepiniz mükemmelsiniz hocam, hocam siz bu nesile çok faydalı olacaksınız gelecek nesillere ışık olacaksınız, umut ışığıysınız iyi ki varsınız, hem hastaları tedavi ediyor hem de moral veriyorsunuz ne mutlu size, enerjiniz mükemmel tebrik ederim, sayın doktor harika bir insan ve dosttur, doktorumuz seninle guru duyuyoruz, hocam çok hassas bir jekimsiniz işinizde başarılısınız, kırık belimi ameliyat eden hocama can borçluyum.” gibi benzer içerikli mesajlardır.

Sanko Üniversitesi S.K. Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi ile ilgili 52 olumlu yorum paylaşılmış ve içerikler şu şekildedir:

“Yolun açık olsun değerli hocam, gerçekten dalında mükemmel bir doktor, şansınız bol yolunuz açık olsun, sizi tanıdım hayran kaldım, tebrikler hocam sizlerle guru duyuyoruz, çok tebrik ederim, emek hiçbir zaman boşa gitmez tebrikler, aramıza hoşgeldinzi hocam çok mutluyuz, ağzına ve diline sağlık.”

TOBB ETÜ Hastanesi ile ilgili 275 olumlu benzer içerikli yorum şu şekildedir:

“Doktorcum çok güzel ve doyurucu bir bilgilendirmeydi, hocam emeklerinize sağlık, çok güzel bir açıklama olmuş teşekkürler, verdiğiniz bilgiler için teşekkürler, sayenizde şifa buldum teşekkür ederim, bu önemli bilgi için çok teşekkürler, tebrikler, hocam harikasınız daha iyi yerlere inşallah, tedavide titizlik kaliteli uzman kdarı ile hizmet veriliyor, muhteşemsiniz hepinizi ayrı güzel ve sevgi başarı dolusunuz, çok başarılı bir hastane, ameliyat çok başarılı geçti Allah razı olsun, hocam elinize sağlık, mükemmel bir hastane ve çalışanlarına çok teşekkür ederim, bilgilendirmeleriniz için çok teşekkür ederim, iyi ki varsınız süpersiniz.”

Yeditepe Üniversitesi İhtisas Hastanesi ile ilgili 30 olumlu olarak paylaşılan benzer içerikli mesajlar şu şekildedir:

“Oğlum burada ameliyat oldu hastane hizmetleri ve doktorlarımız son derece mükemmel, ameliyat oldum ve ekibinizden çok memnun kaldım herşey için teşekkür ederim, eşim sizde ameliyat oldu başarılarınız devamını dilerim, Biz de buranın hastasıyız ve çok memnunuz, hocam birtanesiniz, tebrikler iyi ki varsınız.”

Tablo 4: Facebook'ta Paylaşılan İçeriklerin Dağılımı

	Kongre, seminer v.s.	Kutlama mesajları	Basın haberleri	Hastane ile ilgili etkinlikler	Sağlıkla ilgili bilgilendirici	Duyuru	Ameliyat	Toplam
1)Acıbadem M.A. A.Üniv. Atakent Hst.	5	28	11	27	263	68	5	407

2)Bezm_i Alem Üniv.	0	3	0	5	2	4	0	14
Dragos Hst.								
3)Biruni Üniv. Hst.	0	60	17	10	71	39	1	198
4) Demiroğlu Bil. Üniv.	2	31	8	30	102	4	3	180
A.Uyg.ve Arş. Hst.								
5)İst.Aydın Üniv.VM	0	24	0	3	160	13	0	200
Medical Park Hst.								
6)İst. Medipol Üniv. Tıp	9	62	49	37	264	107	3	531
Fak. Hst.								
7)İst.Yeniyüzyıl Üniv	4	47	16	22	191	44	10	334
Gz.osmanpaşa Hst.								
8)İstinye Üniv. (Liv	40	39	20	37	168	112	7	423
Hsptl. Bahçeşehir) Hst.								
9)Koç Üniv. Hst.	5	25	10	15	79	19	0	153
10)KTO Karatay Üniv.	7	40	22	35	189	27	0	320
Medicana Hst.								
11)Maltepe Üniv. Tıp	2	65	8	2	20	10	1	108
Fak. Hst.								
12)Okan Üniv. Hst.	8	46	32	44	264	108	0	502
13)SankoÜniv.S.K.Sağ.	5	15	0	18	5	21	1	65
Uyg.Arş.Mrk.								
14)TOBB ETÜ Hst.	5	13	2	8	74	82	0	184
15)Yeditepe Üniv.	13	21	0	8	34	12	4	92
İhtisas Hst.								

Kamu üniversite hastanelerinde olduğu gibi vakıf üniversite hastanelerinin Facebook hesaplarında paylaştıkları içeriklerin dağılımı hangi konularda daha fazla mesaj paylaştıklarını ortaya koymaktadır. Kongre, seminer, eğitim, kurs, bilimsel toplantı gibi etkinliklerin dağılımında en fazla paylaşımı İstinye Üniversitesi (Liv Hsptl. Bahçeşehir) Hastanesi yapmıştır. Özel günler ve haftalar, milli ve dini bayramlar ile anma mesajlarının dağılımında Maltepe Üniversitesi Hastanesi ilk sırada yer almıştır. Hastane ile ilgili medyada yayınlanan haberleri en fazla Medipol Üniversitesi Hastanesi paylaşıırken, hastane ile ilgili (cihaz alımı, bağış, fiziksel yapılanmalar, etkinlikler, ziyaretler) mesajları en fazla Okan Üniversite Hastanesi paylaşmıştır. Sağlıkla ilgili bilgilendirici mesajlara en fazla Medipol Üniversitesi Hastanesi ve Okan Üniversite Hastanesi yer vermiştir. Hastanenin düzenlediği etkinlik ve diğer konularla ilgili duyuruları en fazla İstinye Üniversitesi (Liv Hospital Bahçeşehir) Hastanesi yaparken yine aynı hastane başarılı ameliyat mesajlarını paylaşmakta ilk sırada yer almıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hastaneler bireylerin hastalık durumunda başvurdıkları vazgeçilmez kurumlardır. Sağlık hizmeti sektöründe faaliyet gösteren kurumların temel amacı hasta insanların hastaneden memnun ayrılmalarıdır. Bu memnuniyet durumunu hastanenin birçok faktörü etkiler. Bireylerin hastalık ile ilgili yeteri kadar bilgilendirilmesinden güvenlik görevlisinin davranışlarına kadar hasta memnuniyetini etkileyen birçok faktör vardır. Sağlık kuruluşların iyi yönetilmesi, tanıtımlarının yeteri kadar yapılması, halkla ilişkiler birimlerinin etkin olarak çalışması, personelin hasta ile kurduğu iletişim, hastanenin fiziksel özellikleri gibi birçok faktör hastanenin itibarını doğrudan etkileyen faktörlerdir. Bu faktörler arasında hastanenin hedef kitlesi ile kurduğu iletişimin şekli de önemlidir. Günümüz iletişim çağında hastanelerin sosyal medya kullanım durumları, ortaya koydukları sosyal medya kullanım stratejisini ortaya koymaktadır. Kurum itibarına katkı sağlamak, hasta ve yakınları ile sağlıklı iletişim kurabilmek, tanıtımını doğru mecralarda yapmak açısından sosyal medya önemli bir araç olarak görülmektedir. Eğitim, araştırma ve sağlık hizmeti açısından toplumda önemli bir kurum olarak dikkat çeken üniversite hastanelerinin sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanmaları beklenmektedir. Ancak yapılan çalışmada kamu hastanelerinin sosyal medyayı aktif olarak kullanmadıkları ortaya çıkmıştır. Kamu üniversite hastanelerinin hedef kitleleri ile sosyal medyada etkileşime girmedikleri, takipçilerin kuruma soru da sormadıkları görülürken, vakıf üniversitesi hastanelerine takipçilerin soru yönelttiği ve kurum tarafından soruların yanıtladığı (tablo 3) belirlenmiştir. Tablo 3'te görüldüğü gibi Bezm_i Alem Üniversitesi Dragos Hastanesi, Sanko Üniversitesi S.K. Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi, Yeditepe Üniversitesi İhtisas Hastanesi hariç diğer hastanelerin hedef kitlenin sorularına yanıt verdiği ve hedef kitle ile iletişime geçmek istediği görülmektedir.

Özellikle vakıf üniversitesi hastanelerinin sağlık ile ilgili hedef kitleyi bilgilendirici mesajlara daha fazla yer vermesi hedef kitlede olumlu etki yaratmış, yorumlarda olumlu bir faaliyet olarak algılanmış ve ifade edilmiştir. Yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Instagram'ın sağlık iletişimi bağlamında özel hastaneler tarafından kullanımı üzerine yapılan çalışmada, hastanelerin sağlığa ilişkin enfomasyona ve toplumsal açıdan önemli görülen günlere ilişkin mesaj paylaşımında daha fazla bulundukları belirlenmiştir (Kara, 2017: 19). Lorcu ve Demir tarafından yapılan bir başka çalışmada Webometriks sıralamasına göre Türkiye'deki hastanelerin sosyal medya kullanım düzeyleri araştırılmış, Belt ve diğerleri (2012) ve Griffis ve diğerleri (2014) araştırmasından da ortaya çıktığı gibi hastanelerin en fazla Facebook kullandıkları ancak yetersiz düzeyde kullandıkları ortaya konulmuştur (Lorcu ve Demir, 2017).

Başarılı ameliyatlar ve hastane ile ilgili olumlu gelişmelere hedef kitle olumlu yorumlar yazarak, çalışmalardan dolayı memnuniyetlerini dile getirmişlerdir. Ancak vakıf üniversitesi hastanelerinin sağlık hizmetlerinin ücretini yüksek olması olumsuz olarak algılanmış ve Facebook hesaplarında takipçiler tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca vakıf üniversitesi hastanelerine yönelik olumlu yorumların fazla, olumsuz yorumların ise sayıca az olması dikkat çekmektedir.

Hedef kitlenin sorularına anında yanıt vermek ve merak edilen soruları yanıtlamak interaktif iletişim açısından önemlidir. Ayrıca hedef kitlenin hizmetten memnun olması açısından da önemli görülmektedir. Ancak kamu üniversitesi hastanelerinde soru sorulmadığı haliyle yanıtta olmadığı görülmüşken, vakıf üniversitesi hastanelerinin iletişim bilgilerinin paylaşarak doğrudan görüşme talep ettikleri ortaya konulmuştur. Oysa sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik ve avantaj çift taraflı iletişime imkân sağlayan (Read, 2012) stratejik bir yönetim aracı olmasıdır. Hilliard'ın Texas Üniversitesi'ne bağlı MD Anderson Kanseri Merkezi'nde yaptığı çalışmada, kanser hastalarının, hasta yakınlarının ve doktorların birbirlerini anlama konusunda sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandıkları belirlenmiştir. Bu sonucun hastaların tedavi boyunca motivasyonlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (2012: 30). Özellikle sağlığı geliştirici bilgilerin paylaşılması, doktorların sosyal medyayı aktif şekilde kullanması, hastaların moral ve motivasyonlarını artırıcı etkinliklerin duyurulması, sağlıkla ilgili kampanyaların anlatılması gibi konularda hedef kitle ile doğrudan iletişim kurulması kurumlara büyük avantaj sağlayacak stratejik bir yönetim anlayışıdır. Sağlık hizmeti veren kurumlar, sosyal medya özelinde ise Facebook aracılığıyla hastalarına ulaşabilir, sağlık okuryazarlığı düzeyini artırabilir, sağlıkla ilgili farkındalık oluşturabilirler.

Hastanelerin başarı hikâyelerini takipçileriyle paylaşmaları, uzmanlık alanlarıyla ilgili farkındalık oluşturmaları, hedef kitlenin doğru bilgiye zamanında ulaşmalarını sağlamaları, hastanenin hasta iletişimini artırması, sağlıkla ilgili önemli bilgileri hedef kitleye kısa sürede ulaştırması (Fener ve Çimen, 2016: 845; Tosyalı ve Sütçü, 2016: 20) için sosyal medyayı aktif olarak kullanmaları, sosyal medya stratejisi belirleyerek içerikler oluşturmaları ve bu alanda ekip kurarak sosyal medyayı yönetmeleri gerekmektedir. Bu çalışma hastanelerin sayısının sınırlı olması ve Facebook hesabından elde edilen bilgilerle sınırlıdır. Sosyal medya araçlarından sadece Facebook hesaplarının incelenmesi çalışmanın bir başka sınırlılığıdır. Bu çalışmanın dışında hastanelerin sosyal medya hesapları örneğin Twitter, Instagram gibi hesapları da incelenerek karşılaştırma yapılabilir ve kamu ile vakıf hastaneleri arasındaki farklar veya benzerlikler ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

Antheunis L. Marjolijn, Tates Kiek ve E. Nieboer Theodoor, "Patients' and Health Professionals' use of Social Media in Health Care: Motives, Barriers and Expectations." *Patient Education and Counseling*, 92 (3), 426-431, 2013.

Ardıç Çobaner Aslıhan ve Köksoy Sümbüle, Sağlık Alanında Sosyal Medyanın Kullanımı: Twitter'da Sağlık Mesajları, Akademik Bilişim 14-XVI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 5-7 Şubat 2014 Mersin Üniversitesi, 899-906, 2014.

Aydın Ali Fikret, "Sosyal Medya Kullanımı ve Kurumsal Markalaşma: Vodafone Örneği." *Global Media Journal TR Edition*, 8(15), 320-345, 2017.

Banks Kathleen Fearn, *Crisis Communications: A Casebook Approach*, Lawrance Erlbaum Associates Publishers, New Jersey 1996.

Belt, Tom H. Van de, Berben, Sivera A. A., Samsom, Melvin, Engelen, JLPG Lucien ve Schoonhoven, Lisette, "Use of Social Media by Western European Hospitals: Longitudinal Study." *Journal of Medical Internet Research*, 14(3), e61, 2012.

Bilgin Nuri, *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*, Siyasal Kitabevi, Ankara 2006.

Carleen Hawn, "Take Two Aspirin and Tweet me in the Morning." *Health Affairs*, 28, 361-368, 2009.

Carillo-Larco, M. Rodrigo, "Social Networks and Public Health: Use of Twitter by Ministries of Health." *Public Health*, 57, 755–756, 2012.

Çimen Mesut, Çizmeci Esra, Deniz Serkan ve Erkoç Beyza, "Hastane Tercihinde Sosyal Medya Kullanımı." *Journal of International Social Research*, 8(41), 1203–1210, 2015.

Dilmen Necmi Emel, Sosyal Paylaşım Ağlarının Reklam ve Pazarlama Disiplinleri İçerisinde Kullanımı. Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.). *Sosyal Medya Akademi*, Beta Basım Yayım İstanbul, 129-154, 2012.

Erkek Seyida, "Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 141-150, 2016.

Fener Esra ve Çimen Mesut, "Hastane ve Hekim Tercihinde Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Bir Araştırma." *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 836-846, 2016.

Griffis, M. Heather, Kilaru, S. Austin, Werner, M. Rachel, Asch, A. David, Hershey, C. John, Hill, Shawndra, Ha, P. Yoonhee, Sellers, Allison, Mahoney, B. Kevin, Merchant, M. Raina, "Use of Social Media Across US Hospitals: Descriptive Analysis of Adoption and Utilization. *Journal of Medical Internet Research (JMIR)*, 16(11), e264, 2014.

Grunig James E. ve Grunig Larissa E., *Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri*, (Editör: E.James Gruning), Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, (s.307-348), Rota Yayınları, İstanbul 2005.

Grunig, E. James ve Hunt, Todd, *Managing Public Relations*, Wadsworth/Thompson Learning, Newyork 1984.

Hilliard Carissa, "Social Media for Healthcare: A Content Analysis of MD Anderson's Facebook Presence and its Contribution to Cancer Support Systems." *The Elon Journal of Graduate Research in Communications*, 3(1), 23-32, 2012.

Huang Edgar ve Dunbar L. Christina, "Connecting to Patients Via Social Media: A Hype or a Reality?" *Journal of MedicalMarketing*, 13(1), 14-23, 2013.

Hülür A. Banu, "Sağlık İletişimi, Medya ve Etik: Bir Sağlık HaberininAnalizi." *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 155-178, 2016.

<https://www.facebook.com/istinyeuniversitehastanesi/>

<https://www.facebook.com/medicanasaglik/>

<https://www.facebook.com/Maltepehastanesi/>

<https://www.facebook.com/OkanHastanesi/>

<https://www.facebook.com/sankotip>

<https://www.facebook.com/TOBBetuhastanesi/>

<https://www.facebook.com/yeditepeunihst/>

<https://www.facebook.com/akdenizUnvHastanesi>

<https://www.facebook.com/deuhastanem/>

<https://www.facebook.com/eruhastanelerikurumsal/>

<https://www.facebook.com/hacettepehuh>

<https://www.facebook.com/acibademsaglik>

<https://www.facebook.com/bvudragos>

<https://www.facebook.com/BiruniHastanesi/>

<https://www.facebook.com/MedicalParkHG/>

<https://www.facebook.com/grupflorence/>

<https://www.facebook.com/MedipolSaglik>

<https://www.facebook.com/gophastanesi>

<https://www.facebook.com/KocUniversitesiHastanesi>

<https://www.facebook.com/gaunhastaneleri>

<https://www.facebook.com/grupflorence/>

İlgün, Gülnur ve Uğurluoğlu, Özgür, "How Turkish Private Hospitals use Social Media: A Qualitative Study." *Journal of Social Service Research*, 2018.

Jensen Klaus Bruhn, "New Media, Old Methods-Internet Methodologies and the Online/offline Divide." MiaConsalvo ve Charles Ess (eds) *The Handbook of Internet Studies*, Wiley- Blackwell, Malden, MA, 43-58, 2011.

Kara Tolga, "Instagram'ın Sağlık İletişimi Bağlamında Kullanımı: Özel Hastaneler Üzerine Bir İnceleme." *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), Bahar, 7-22, 2017.

Kavuncubaşı Şahin ve Kısa Adnan, *Sağlık Kurumları Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2007.

Kırcova İbrahim ve Enginkaya Ebru, *Sosyal Medya Pazarlama*, Beta Yayınları, İstanbul 2015.

Kısa Adnan, *Sağlık Kurumları Yönetimi*(Ed. Uzkesici N.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2002.

Kotler Philip, Hermawan Kartajaya ve IwanSetiawan, *Marketing 3.0*, Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul 2011.

Liang Bo veScammon L.Debra, "E-word of Mouth on Social NetworkingSites: AnOpportunity for Tailored Health Communication." *Journal of Consumer Behavior*, 2011.

Lorcu Fatma ve Demir Şeyhmus, "Webometriks Sıralamasındaki Hastanelerin Sosyal Medya Kullanımı." *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(2), 278-291, 2017.

Onat Ferah, "Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal MedyaKullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme." *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 31, 103-122, 2010.

Osimo David, *Web 2,0 in Government: Whyand How*, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, Luxemburg 2008.

Öztürk Mesude, *Sosyal Medyada Halkla İlişkiler*, Zeynep Özata (Ed.), Sosyal Medya, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2013.

Öztürk Gülay ve Öymen Gözde, "Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının StratejikÖnemi: Türkiye'de Kalp Sağlığı ile İlgili Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Üzerine Bir Değerlendirme." *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Özel Sayı3*, 109-132, 2013.

Peltekoğlu Filiz Balta, *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Yayınları, İstanbul 2004.

Pfeiffer Thomas ve Koch Bastian, *Social Media: wieSie mit Twitter, Facebook undCo*, Pearson DeutschlandGmbH, IhrenKundennaherkommen 2011.

Prasad Bobby, "Social Media, Healthcare and Social Networking." *Gastrointestinal Endoscopy*, 77(3), 492-495, 2013.

Read D.L, "Social Media Policy Development in a Healthcare Organization." <http://onlinemj.luc.edu/documents/READ.pdf>, 09.09.2018, 2012.

Robledo Daniel, "Integrative Use of Social Media in Health Communication." *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(4), 77-95, 2012.

Fener Emine ve Samur Menevşe, "Sağlığı Geliştirici Bir Unsurlar Olarak Sosyal Medya: Facebookta Sağlık.", *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(4), 508-523, 2013.

Tengilimoğlu Emre, Parıltı Nurettin ve Yar Cemre Eda, "Hastane ve Hekim Seçiminde Sosyal Medyanın Kullanım Düzeyi: Ankara İli Örneği." *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 76-96, 2015.

Tosyalı Hikmet ve Sütçü Cem Sefa, "Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri." *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 3-22, 2016.

Yıldırım Hasan Hüseyin, *Türkiye Sağlık Sistemi: Sağlıkta Dönüşüm Programı Değerlendirme Raporu*. Sağlık-Sen Yayınlar, Ankara 2013.

Zhang Wei, Deng Zhaohua, Evans Richard, Xiang Fei, Ye Qing ve Zeng Runxi, "Social Media Landscape of the Tertiary Referral Hospitals in China: Observational Descriptive Study." *Journal of Medical Internet Research*, 20(8), e249, 2018.

Zerenler Muammer ve Öğüt Adem, "Sağlık Sektöründe Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Hastane Tercih Nedenleri Araştırması: Konya Örneği." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 501-519, 2007.

Waters D. Richard, Burnett Emily, Lamm Anna, ve Lucas Jessica, "Engaging Stakeholders Through Social Networking: How Nonprofit Organizations are Using Facebook." *Public Relations Review*, 35(2), 102-106, 2009.

Wimmer, D. Roger ve Dominick, R. Joseph, *İçerik çözümlemesi, Medya Metinlerini Çözümlemek*, Ed: G.Ş. Atabek, Ü. Atabek, Siyasal Kitabevi, Ankara 2007.

Wong A. Charlene, Ostapovich Gabrielle, Golinkoff Emily Kramer, Griffis Heather, Asch A. David ve Merchant M. Raina, "How U.S. Children's Hospitals Use Social Media: A Mixed Methods Study." *Healthcare*, 4(1), 15-21, 2016.

<https://istatistik.yok.gov.tr/>

<https://www.basarisiralamalari.com/3-universitede-daha-tip-fakultesi-kuruldu/>.

Resmi gazete, <http://ohsad.org/vakif-universiteleri-ile-ozel-hastanelerin-isbirligi-usul-ve-esaslari/>