

COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİNDE DİJİTAL HASTANELERİN İNSTAGRAM İLETİŞİMİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

*Hatice Nilay GEMLİK**

*Gülşah ELDEMİR***

*Ali ARSLANOĞLU****

Geliş/Received: 03.11.2020

Kabul/Accepted: 15.12.2020

Öz

Covid-19, Türkiye ve dünyada görülen bulaşıcı bir hastalıktır ve henüz tedavisi bulanamamıştır. Etkisinin küresel olarak artmasıyla birlikte pandemi ilan edilmiştir. Türkiye’de ilk vaka tespit edildikten sonra Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu tarafından, alınması gereken tedbirler açıklanmıştır. Salgın küresel olarak etki etmiştir ve ülkeler gerekli önlemleri almışlardır. Covid-19 ile ilgili tedavi yöntemleri ve aşı çalışmaları devam etmektedir. Bu çalışmada Türkiye’deki dijital hastanelerin sosyal medyadaki Covid-19 içeriklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında, Türkiye’deki özel sağlık kuruluşlarından dijital hastane kapsamındaki beş hastane belirlenmiştir. Hastanelerin 1 Ocak 2020 ve 15 Mayıs 2020 tarihleri arasındaki tüm paylaşımları incelenmiştir. Belirlenen tarih aralığındaki 736 içeriğin Koronavirüs ile ilgili olup olmaması durumu saptanmıştır. Koronavirüs paylaşımlarının en fazla virüse karşı alınabilecek önlemler konusunda yapıldığı belirlenmiştir. Koronavirüs dışındaki paylaşımların en fazla hastanelerin verdikleri sağlık önerileri üzerine olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Koronavirüs, pandemi, dijital hastaneler, Instagram

A QUALITATIVE RESEARCH ON INSTAGRAM COMMUNICATION OF DIGITAL HOSPITALS DURING THE COVID-19 PANDEMIA

Abstract

Covid-19, is a contagious disease in Turkey and in the world and has not yet found the cure. The pandemic has been declared as its influence has increased globally. After detecting the first cases in Turkey by the Board of the Ministry of Health Sciences, it is described measures to be taken. The epidemic has affected globally and countries have taken the necessary measures. Treatment methods and vaccination studies for Covid-19 are ongoing. This study was aimed to investigate the Covidien-19 content in social media, digital hospital in Turkey. In the study, five hospitals were identified under the digital hospital of the private health institutions in Turkey. All posts of the hospitals between January 1, 2020 and May 15, 2020 were examined. Whether the 736 contents in the specified date range are related to the Coronavirus has been determined. It has been determined that coronavirus shares are mostly made about the measures that can be taken against the virus. It has been determined that the posts other than coronavirus are mostly based on the health advice given by the hospitals.

Keywords: Coronavirus, pandemic, digital hospitals, Instagram

1.GİRİŞ

*Prof. Dr. Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, ngemlik@marmara.edu.tr
ORCID ID NUMBER: 0000-0001-5319-4070

** Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, gulsaheldemirr@gmail.com,
ORCID ID NUMBER: 0000-0002-2897-2130

***Dr. Öğr. Üyesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü,
aliarslanoglu18@gmail.com, ORCID ID NUMBER: 0000-0002-4454-0397

Yeni Koronavirüs hastalığı, Çin'in Wuhan Eyaleti'nde solunum yolu sıkıntıları yaşayan bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda tanımlanmış bir virüstür (T.C Sağlık Bakanlığı, 2020).

Hastalığın dünya üzerindeki seyri incelendiğinde, 31 Aralık 2019 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü Çin Ülke Ofisi'ne Wuhan şehrinde nedeni bilinmeyen pnömoni rahatsızlığı bildirilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü bu konuda uzman ekipler oluşturarak çalışmalara başlamıştır. 30 Ocak 2020'de "Pandemi" ilan edilmiştir. 11 Şubat 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü hastalığın ismini Covid-19 olarak duyurmuştur (WHO, 2020). Türkiye'de 11 Mart 2020 tarihinde ilk vaka tespit edilmiştir ve Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu tarafından, alınması gereken tedbirler açıklanmıştır.

Salgın küresel olarak etki etmiş ve her geçen gün hastalanan kişi sayısında ve ölümlerde artış görülmüştür. Bu nedenle tüm ülkeler ciddi önlemler almıştır (Gümüşgöl ve Aydoğan, 2020: 107).

Hastalıkla ilgili bilgilerin ortaya çıkmasıyla birlikte, bulaşma riskini azaltmak için gerekli tedbirler ortaya çıkmıştır (Macit ve Macit, 2020: 101). Riskin en aza inmesi için kişisel karantina uygulanması önemli olmaktadır (Eskici, 2020: 125). Toplu yaşam alanları virüsün hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda, sosyal izolasyon, kişisel koruyucu ekipman kullanımı (maske, eldiven vb.) ve sosyal mesafenin korunmasıyla insanların birbiri ile temasının azalması sağlanmaktadır (Deniz ve Evcir Kiraz, 2020: 148).

Dijital hastaneler, her türlü sürecin elektronik olarak yürütüldüğü, kâğıtsız, akıllı hastanelerdir. Tıbbi ve tıbbi olmayan tüm süreçler bilişim sistemleri ile yapılır (Ak, 2010: 2). Elle işlenen uygulamalara gereksinimin kalmadığı, kâğıt kullanılmadan, tüm işlemlerin bilgi sistemleri aracılığıyla yapıp kontrol edildiği, e- sağlık, e-devlet gibi uygulamalar ile bütünleşmiş olan hastanelerdir. Hastane ve hasta ile ilgili verilere her yerden erişim imkânı sunan dijital hastaneler, sağlık personellerinin zaman ve enerjilerini daha az harcamalarını sağlar (Karaağaç, 2019: 25). Bu doğrultuda sağlık hizmetlerinde minimum hatayla, daha güvenilir, daha verimli, daha kaliteli hizmet sunulur (Limon, 2019: 32). Dijital hastane uygulamalarının hastanelerin işleyişine hız kazandırdığı, hizmetin kalitesini arttırdığı, hastane içinde iletişimi güçlendirdiği, olası hataları azalttığı, maliyetleri düşürdüğü, tıbbi, idari ve yasal süreçlerin daha iyi yönetilmesini sağladığı söylenmektedir.

Koronavirüs, yaşam şekillerini etkilemiş ve insanların değişimlerle karşı karşıya gelmelerine neden olmuştur. Hastaneler de pandemiden etkilenmiş ve bu beklenmedik durum karşısında kriz sürecine girmişlerdir. Hizmet sunumlarında, potansiyel hasta grubuyla olan ilişkilerinde değişiklikler yaşamışlardır.

Beklenmedik bir anda ortaya çıkan ve kötü sonuçlar doğurabilen durumlara kriz denir. Kriz zamanlarında kurumun imajının, kuruma olan güvenin ve iletişim içinde bulunulan hedef kitleyle ilişkilerin zedelenmemesi için organizasyonların kriz yönetimi becerilerinin gelişmiş olması gerekmektedir (Kara, 2020: 74). Bu durum iyi yönetildiği takdirde bir fırsata, yapılması gerekli olan çalışmalar yapılmadığında bir zarara yol açabilir (Çetin ve Toprak, 2016: 55). Günümüzde teknolojinin ve iletişim araçlarının gelişmiş olması, zamandan ve mekândan bağımsız olarak iletişimi mümkün kılmaktadır. Bu avantaj kriz sürecinde, organizasyonlar ve hedef kitleler arasındaki iletişimi etkin biçimde sağlamaktadır (Kara, 2020: 72).

Dijitalleşme ile birlikte hayatın her alanında, insan ilişkilerinde, beklentilerde ve davranışlarda önemli değişiklikler yaşanmıştır (Alan vd., 2018: 497). Sosyal medya araçları, hayatın her alanında dijital dönüşümü beraberinde getirmiştir. Sağlık alanında da bu değişimler yaşanmıştır (Darı, 2017: 732).

Sosyal medya, mobil araçlar ve internet aracılığıyla kullanıcıların bilgi ve deneyimlerini paylaştığı sosyal platformlardır. (Eröz ve Doğdubay, 2012: 134). Bu sosyal platformlar, organizasyonların imajını olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Bu sebeple, sosyal medyanın etkili bir şekilde kullanımı kriz iletişiminde kurumların itibarını korumaları açısından önemlidir (Yenice vd., 2018: 15).

Hastaneler sosyal medya, web siteleri, video paylaşım siteleri, mobil uygulamalar ve bloglar aracılığıyla tanıtım yapmaktadırlar. Potansiyel hastalar, hastanelerin dijital kanalları üzerinden hastalık

ve hekim bilgilerine, hastanenin ulaşım bilgilerine ulaşabilmektedir (Demirci ve Uğurluoğlu, 2020: 345). İnsanlar Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi mecralar ile paylaşım yapmaktadırlar (Şener ve Samur, 2013: 512).

Sosyal medya, düşük maliyetli, hızlı ve kolay iletişim, karşılıklı etkileşim, bilginin sınırsız paylaşımı gibi olanakları sağladığı için kurumlar, bu ortamı geniş hedef kitlelerine doğrudan ulaşma aracı olarak görmektedirler (Kara, 2020: 72). Sosyal medya aracılığı ile daha fazla kişiyle, hızlı bir şekilde iletişim kurmak, kamuoyuna güvenilir bilgi vermek önemli hale gelmiştir. (Perry vd., 2003: 207).

Sağlık kuruluşuna gitmeden hekimler ve hastalar arasında online ortamlar aracılığıyla iletişim kurabilmek mümkün hale gelmiştir (Darı, 2017: 755). Hastalar ve hastaneler sosyal medya sayesinde zaman ve maliyet tasarrufu elde ederler. (İlgün ve Uğurluoğlu, 2016: 30). Sosyal medya sayesinde hastanelerin itibarı pozitif olarak korunabilir ve sağlık ihtiyacı hizmetinin satın alımı kolaylaşır. Sunulan hizmetler hakkında bilgi verilmesi, hastanenin tanıtımının yapılması, hastaların tercihlerinin önemsenmesi kurumun sürekliliğini sağlamaktadır (Uçar, 2020: 30).

Türkiye’de dijital hastane kapsamında olan hastaneler, pandemi döneminde sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaya çalışmışlardır. Hastalık ile ilgili tanı, tedavi, korunma yolları, hastanenin aldığı önlemler hakkında videolar ile bilgilendirmeler yapılmıştır. Online hekim görüşmeleri, evde sağlık hizmetleri, uzaktan sağlık hizmetleri alanlarında çalışmalar yapmışlardır. Görüntülü görüşmeler, telekonferans yollarıyla tedavi hizmetlerini gerçekleştirmişlerdir.

2. GEREÇ VE YÖNTEM

2.1.Araştırmanın Türü ve Amacı

Bu araştırma dijital hastanelerin, Covid-19 pandemi sürecini sosyal medya üzerinden nasıl yönettiklerini anlamak amacıyla yapılmış nitel bir araştırmadır.

2.2.Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak doküman-belge incelemesi tekniği kullanılmıştır. Doküman- belge incelemesi tekniği araştırılması hedeflenen olgu ve olgular hakkında bilgileri içeren yazılı veya diğer türdeki tüm materyallerin analizlerini yapmaya yarayan bir nitel araştırma veri toplama tekniğidir. (Sığırı, 2018: 248)

Araştırma verileri 1 Ocak 2020 ve 15 Mayıs 2020 tarihleri arasında Türkiye’de Covid-19 pandemi döneminde dijital hastanelerin Instagram hesaplarında yer alan paylaşımların incelenmesi ile toplanmıştır.

2.3.Verilerin Analizi

Araştırma kapsamındaki paylaşımların incelenmesinde, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, elde edilen verilerin kodlanması yoluyla, kodların altında yatan kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya çalışan bir tekniktir (Sığırı, 2018: 280).

İçerik analizi, verilerin kodlanması, kodlanan verilerin temalarının belirlenmesi, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşamada gerçekleşmiştir (Baltacı, 2019: 377). İncelenen paylaşımlar, ana konusu, içerdiği mesaj, incelenen tarihlerdeki paylaşım durumlarına göre analiz edilmiştir.

Belirlenen tarih aralığındaki paylaşımların hastanelere göre dağılımı aşağıda gösterilmiştir (Tablo 1). Araştırma kapsamında 5 hastanenin 736 paylaşımı incelenmiştir. Bu hastaneler, Acıbadem Sağlık Grubu, Medical Park Hastaneler Grubu, Medilife Sağlık Grubu, Liv Hospital ve Kolan Hospital olarak belirlenmiştir. paylaşımlar hastane isimleri sırasına göre yapılmamıştır. Paylaşımların hastanelere göre dağılımı; A Hastanesi 138 (%18,75), B Hastanesi 121(%16,44), C Hastanesi 244 (%33,15), D Hastanesi 104 (%14,13) ve E Hastanesi 129 (%17,53)şeklindedir.

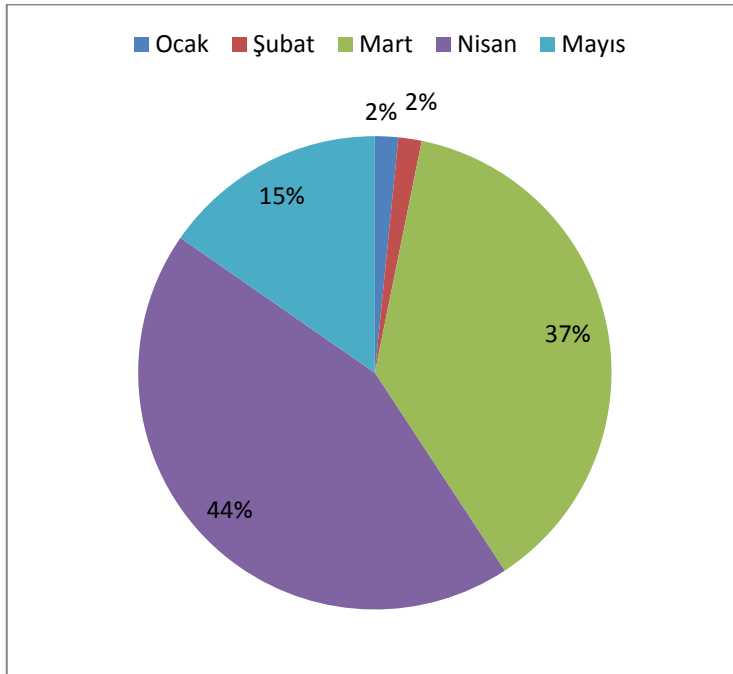
Tablo 1.Paylaşımların Hastanelere Göre Dağılımı

Hastane Adı	Paylaşım Sayısı	Yüzde (%)
A	138	18,75
B	121	16,44
C	244	33,15
D	104	14,13
E	129	17,53

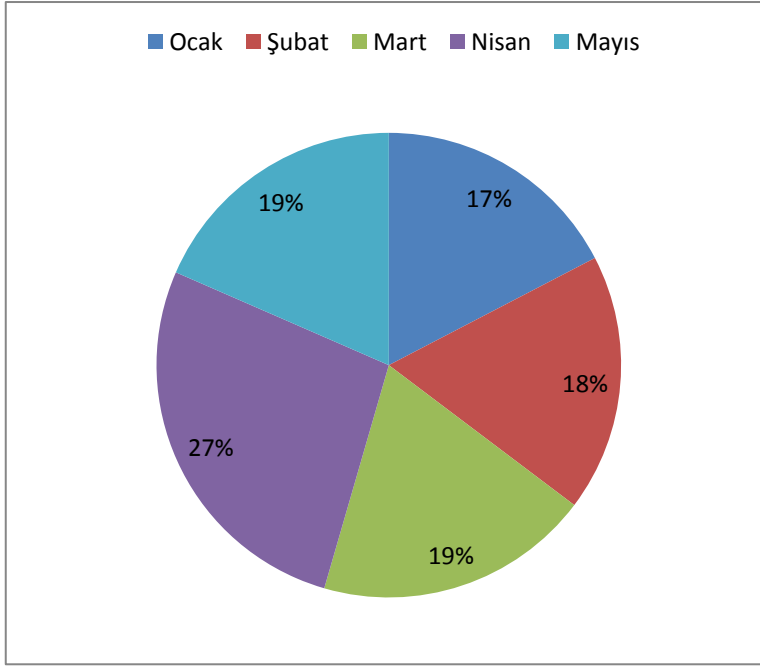
3. BULGULAR

Yapılan bu taramalar sonucunda, araştırma kapsamında toplamda 736 paylaşım incelenmiştir. Bu paylaşımların % 25,68'i Covid-19 ile doğrudan ilgili, % 74,32'si Covid-19 dışında yapılan paylaşımlardır. Covid-19 ile ilgili paylaşımlar Ocak ayında %1,59, Şubat ayında %1,59, Mart ayında %37,57, Nisan ayında %43,91 ve Mayıs ayında %15,34 oranındadır (Şekil 1).

Covid-19 dışında yapılan paylaşımlar Ocak ayında %17,37, Şubat ayında %17,92, Mart ayında %19,20, Nisan ayında %27,06 ve Mayıs ayında %18,46 oranındadır (Şekil 2).



Şekil 1. Covid-19 Paylaşımlarının Aylara Göre Dağılımı

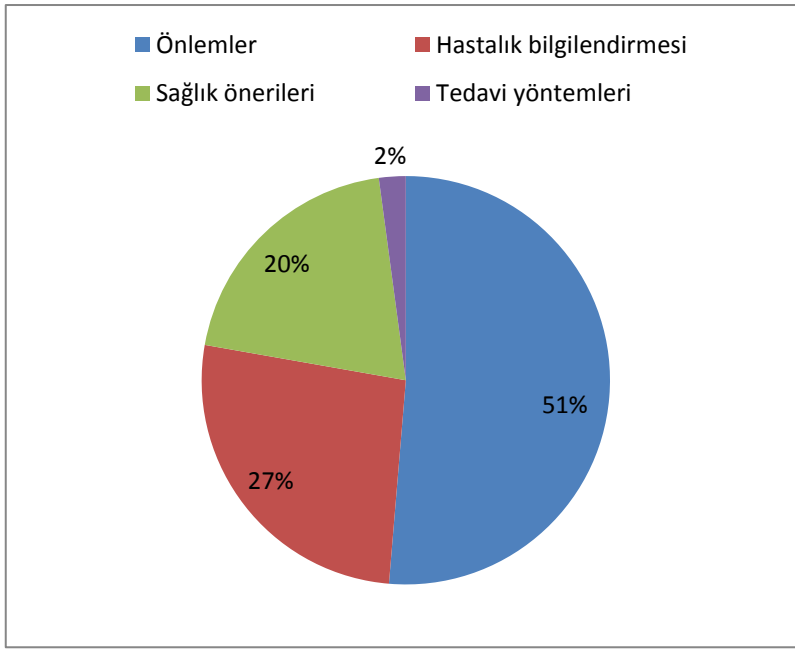


Şekil 2. Covid-19 Dışı Paylaşımların Aylara Göre Dağılımı

Covid-19 ile ilgili doğrudan paylaşımların içerdiği mesajlara göre dağılımları Şekil 3'de gösterilmiştir. Buna göre, %51,32 oranında en fazla paylaşım, Covid-19 hastalığına karşı alınması gereken önlemler konusunda yapılmıştır. Bu paylaşımları takiben sırasıyla, %26,45 oranında Covid-19 hastalığı ile ilgili bilgilendirme paylaşımları, %20,11 oranında koronavirüs sürecine yönelik sağlık önerileri paylaşımları, %2,12 oranında Covid-19 tedavi yöntemleri paylaşımları yapılmıştır.

Paylaşımların verdiği mesajlara ilişkin bazı içeriklere örnekler aşağıda yer verilmiştir.

- Tıbbi yüz maskesi kullanımının önemi (önlem)
- Doğru el yıkama önerileri (önlem)
- Bağışıklığı güçlendirme yolları (önlem)
- Sosyal mesafe kuralları (önlem)
- Kronik hastalığı olanların yapması gerekenler (önlem)
- Koronavirüs nedir, belirtileri nelerdir? (Hastalık bilgilendirmesi)
- Risk grupları kimlerdir? (Hastalık bilgilendirmesi)
- Koronavirüs sürecinin psikolojik etkileri (Hastalık bilgilendirmesi)
- Evde yapılabilecek egzersizler (Sağlık önerileri)
- Plazma ve antikor çalışmaları (Tedavi yöntemleri)



Şekil 3. Covid-19 Paylaşımlarının İçerdiği Mesaja Göre Dağılımları

Covid-19 ile doğrudan ilgili olmayan paylaşımların içerdiği mesajlara göre dağılımları Tablo 2’de verilmiştir. Bu kapsamda hastanelerin tanıtım, eğitim gibi amaçlarla yaptıkları 547 paylaşımın %38,94’ü sağlık önerilerini, %26,33’ü hastanelerin sundukları sağlık hizmetlerini, %14,07’si önemli gün mesajlarını, %6,22 ‘si hastanelerin kendi içinde yapmış oldukları düzenlemeleri, %2,38’i kültürel etkinlikleri, %4,02’si yapılan sağlık eğitimlerini ve %8,04’ü diğer çeşitli paylaşımları kapsamaktadır.

Paylaşımların verdiği mesajlara ilişkin bazı içeriklere örnekler aşağıda yer verilmiştir.

- Sağlıklı Ramazan Menüleri (Sağlık önerileri)
- Çocuklarda Kronik Sağlık Sorunlarının Takibi (Sağlık önerileri)
- Online Hekim Görüşmesi Uygulamaları ve Evde Sağlık (Sunulan sağlık hizmetleri)
- Online Diyet ve Online Terapi uygulamaları (Sunulan sağlık hizmetleri)
- Hekim Söyleşileri (Sağlık eğitimleri)
- Gebelik Okulu (Sağlık eğitimleri)
- Tıp Bayramı, Hemşireler Haftası, Dünya Kanser Günü (Önemli gün mesajları)
- Ziyaretçi saatlerinde değişiklikler Hastane içi düzenleme)
- Hastanede alınan tedbirler ve sağlık hizmetlerinin devamlılığı (Hastane içi düzenleme)
- Mumyalanmış çiçek atölyesi (Kültürel etkinlikler)
- Taziye mesajları, iyileşen hasta haberleri, yenidoğan haberleri (Çeşitli paylaşımlar)

Tablo 2. Covid-19 Dışı Paylaşımların İçerdiği Mesaja Göre Dağılımları

Kategori	Paylaşım Sayısı	Yüzde (%)
Sağlık Önerileri	213	38,94
Sunulan Sağlık Hizmetleri	144	26,33
Önemli Gün Mesajları	77	14,07
Hastane İçi Düzenleme	34	6,22
Kültürel Etkinlikler	13	2,38
Sağlık Eğitimleri	22	4,02
Çeşitli Paylaşımlar	44	8,04

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, 1 Ocak 2020 ve 15 Mayıs 2020 tarihleri arasında Türkiye’de Covid-19 pandemi döneminde dijital hastanelerin Instagram hesaplarında yer alan paylaşımların incelenmesi amaçlanmıştır. Paylaşımlar, ana konusu, içerdiği mesaj, incelenen tarihlerdeki paylaşım durumlarına göre analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öne çıkan bulgular ve bunlara yönelik öneriler şu şekilde özetlenebilir:

Yapılan içerik analizi sonucunda Instagram paylaşımlarının Ocak, Şubat, Mart, Nisan ve Mayıs aylarındaki paylaşımları incelenmiştir. Bu aylarda Koronavirüs ile ilgili paylaşımların diğer paylaşımlara göre daha az yapıldığı görülmüştür. Koronavirüs paylaşımları incelendiğinde, Türkiye’de 11 Mart’ta görülen ilk Covid-19 vakasından önce hastanelerin bu hastalığın ne olduğunu, ilk olarak nerede görüldüğünü, belirtilerinin ne olduğunu, korunma yollarını ve alınabilecek tedbirleri paylaştıkları görülmektedir. Ocak ve Şubat ayında diğer aylara göre daha az oranlarda Koronavirüs ile ilgili paylaşımlar yapılmıştır. Bu aylarda daha çok, sağlık bilgilendirmeleri, hastaneyi tanıtıcı bilgilendirmeler, önemli gün mesajları verilmiştir. Vakaların Türkiye’de artmasıyla beraber hastaneler de paylaşımlarını bu yönde arttırmışlardır. Bu kapsamda en çok paylaşım Nisan ayında olmuştur. Koronavirüs paylaşımları içerisinde en çok üzerinde durulan konu, hastalığa karşı alınabilecek önlemler hakkında olmuştur.

Koronavirüs paylaşımlarının içerdikleri mesajlar dört farklı kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler arasında en çok paylaşım Koronavirüs önlemleri kapsamında yapılmıştır. Bunu, hastalık ile ilgili bilgilendirmeler, sağlık önerileri ve tedavi yöntemleri izlemiştir. Önlemler kapsamında, tıbbi maskenin doğru bir şekilde kullanımı, doğru el yıkamanın nasıl olduğu, dışarıda alınabilecek önlemlerin neler olduğu, bağışıklık sisteminin nasıl güçlendirileceği hakkında paylaşımlar yapılmıştır. Türkiye’de yaşanan Pandeminin ve karantinanın ne olduğu hakkında bilgiler verilmiş ve bu sürecin psikolojik etkileri, çocuklar üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur. Hastalık ve dünyada yaşanan salgın süreci ile ilgili yapılan bu paylaşımlar, hastalık ile ilgili farkındalığı arttırmıştır. İnsanların yoğun bir şekilde kullandıkları sosyal medya üzerinden, her gün yapılan paylaşımlar aracılığıyla hastalığa dair bilinçlenme sağlanmıştır.

Koronavirüs ile ilgili Türkiye’de ilaç ve aşı çalışmaları hala devam etmektedir. Hastaneler tedavi yöntemleri hakkında çok az bir oranda paylaşım yapmışlardır. Paylaşımların büyük bir çoğunluğu hastalık hakkında alınabilecek önlemler ve hastanelerin kendi bünyelerinde aldıkları

tedbirler hakkında olmuştur. Etkin bir tedavi yönteminin bulunmamasından dolayı hastaneler sağlık hizmetlerinin nasıl sunulabileceği doğrultusunda girişimlerde bulunmuşlardır. Bu kapsamda Online hekim görüşmeleri, Videoklinik uygulaması, Online Psikoterapi, Online Diyetisyen, Evde Sağlık Hizmetleri, Evde Takip Programları, iyileşen hasta haberleri konularında hem sağlık hizmetlerini tanıtıcı hem de sağlık ihtiyacının ertelenemez olması üzerine paylaşımlar yapmışlardır.

Paylaşımların beğeni sayıları incelendiğinde, önemli gün mesajlarında, taziye haberlerinde, Koronavirüs hakkında bilgilendirici paylaşımlarda beğeni sayılarının, hastanenin kendini tanıtıcı ve sunulan sağlık hizmetlerinin tanıtımının yapıldığı paylaşımlara göre daha fazla olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak Koronavirüs paylaşımlarında korunma yolları ve alınabilecek önlem bilgilerinin daha yoğunlukta paylaşıldığı görülmüştür. Türkiye’de ilk vaka görülmeden önce Koronavirüs hakkında bilgilendirmelerin, belirtilerinin ne olduğu, korunma yolları konusunda yeterli paylaşım olmadığı görülmüştür. Türkiye’de vakaların artmasıyla birlikte paylaşımların da bu yönde arttığı görülmüştür fakat Covid-19’un Türkiye’de ve dünyadaki son durumunun ne olduğu hakkında, vaka bilgileri konusunda, yapılan çalışmalar konusunda yeterli bilgi verilmemiştir. Tanı ve teşhis işlemlerinin nasıl yapıldığı hakkında da bilgilendirmelerde bulunulmamıştır. Hastaneler en çok paylaşımlarını Koronavirüsle doğrudan ilgili olmayan, hastanelerinin sağlık hizmetlerinin neler olduğu, bu sürecin uzaktan nasıl işleyebileceği ve hastanenin almış olduğu tedbirler kapsamında güvenilir oldukları konularında yapmışlardır.

Paylaşımların beğeni ve izlenme sayıları incelendiğinde, hastanenin verdiği hizmetler doğrultusunda kendini tanıtıcı içeriklerinin daha az sayıda beğenildiği görülmüştür. Hastalık konusunda motive edici, sağlık çalışanlarına destek içeren, hastalıktan nasıl korunabileceğine dair içerikler daha fazla beğenilmiştir. Örneğin, bağışıklık sistemini koruma yolları için tüketilebilecek besinlerin ne olduğu hakkında yapılan bilgilendirmeler, takipçiler tarafından önemsenmiştir. Günümüzde insanların bilgiye erişimi kolaylaşmıştır. Bilgiye ulaşmada önemli bir araç haline gelen sosyal medya, yaşanan bu kriz döneminde etkin olarak kullanılmıştır. İnsanların bu dönemde en güvendikleri hesaplar, salgınla birebir mücadele içinde olan hastane sosyal medya hesaplarıdır. Hastaneler, sağlığın ertelenemez oluşu özelliğini hatırlatarak, insanların online ve direkt hastaneden hizmet almalarına dair hatırlatmalarda bulunmuşlardır. Yine önemli bir sorumluluğu yerine getirerek, “evde kal” uyarılarına dikkat çekmişlerdir.

Bu değerlendirmelere dayalı olarak;

- Etkin bir şekilde kullanılan sosyal medya sayesinde, hasta yükünün azaltılması ve bulaşma riskinin kontrol altında olması için aciliyetine göre hangi durumlarda hastaneye başvurmak gerektiği hakkında paylaşımlar yapılmalıdır.
- Bu hizmetleri kullananların memnuniyetleri, bilgi güvenliğinin ve kişisel verilerin nasıl korunduğu hakkında geri dönüşler yapılmalıdır.
- Vakaların birebir ilgilenildiği yer olan hastanelerde, sağlık çalışanlarının yaşadıkları zorluklar, hastaların sağlık durumlarının ciddiyeti, salgının sağlık sistemine olumsuz etkileri hakkında caydırıcı içerikler paylaşarak, sürecin daha iyi anlaşılması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ak, B. (2010). “Tıp bilişiminde mobilite uygulamaları”, XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 1-7 Şubat, Muğla.
- Alan, A.K., Kabadayı, E.T. ve Erişke, T. (2018). “İletişimin yeni yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması.” Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 17(66): 493-504
- Baltacı, A. (2019). “Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?” Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED), 5(2): 368-388
- Çetin, M. ve Toprak, Y.E. (2016). “Kriz İletişimi ve Sosyal Medya: Emisyon Krizinde Volkswagen’in Facebook Kullanımı.” Selçuk İletişim, 9(3): 54-68

- Darı, A.B. (2017). "Sosyal Medya ve Sağlık." 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(18): 759-786
- Demirci, Ş. ve Uğurluoğlu, Ö. (2020). "Dijital Pazarlama Kanalları: Özel Sağlık Kuruluşlarına Yönelik Bir İnceleme." Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute, 39: 339-351
- Deniz, P.Ö. ve Evcı Kiraz, E.D. (2020). "COVID-19 Pandemi Sürecinde Şehir Sağlığı Çalışmaları." JBioTechnol and Strategic Health Research, 2020;1(Özel Sayı): 147-151
- Eröz, S. ve Doğdubay M. (2012). "Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi." Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27(1), 133-157
- Eskici, G. (2020). "COVID-19 Pandemisi: Karantina İçin Beslenme Önerileri." Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi, Ocak 2020; 25(Ek Sayı 1): 124 - 129
- Gümüşgöl, O. ve Aydoğan, R. (2020). "Yeni Tip Koronavirüs-Covid 19 Kaynaklı Evde Geçirilen Boş Zaman." Spor Eğitim Dergisi, 4(1): 107-114
- İlgün, G. ve Uğurluoğlu, Ö. (2016). "Sağlık Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı, Yararları ve Riskleri." "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 18(3): 24-48
- Kara, T. (2020). "Sosyal Medyada Kriz İletişimi: Futbol Taraftarlığı Perspektifi." İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 12(1): 71-82
- Karaağaç, M. (2019). *Dijital Hastane Sistemlerinin Hemşirelerin Zihinsel İş Yükü ve Tıbbi Hataya Eğilimlerine Etkisi*. Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Limon, S. (2019). "Hastanelerdeki Tıbbi Dokümanların Geleneksel Ortamdan Elektronik Ortama Dönüşümü." SOSGÜZ, 1(1): 30-39
- Macit, A. ve Macit, D. (2020). "Türk Sivil Havacılık Sektöründe Covid-19 Pandemisinin Yönetimi." ASEAD, 7(4): 100-116
- Perry, DC., Taylor, M. ve Doerfel M. (2003). "Internet-based Communication İncrisis Management." Management Communication Quarterly, 17(2): 206-232
- Sığrı, Ü. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım.
- Şener, E. ve Samur, M. (2013). "Sağlığı Geliştirici Bir Unsur Olarak Sosyal Medya: Facebook'ta Sağlık." Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(4): 508-523
- T.C. Sağlık Bakanlığı, (2020), "Covid-19 Rehberi", https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/covid-19-rehberi/COVID-19_REHBERI_GENEL_BILGILER_EPIDEMIOLOJI_VE_TANI.pdf (Erişim Tarihi: 25.05.2020)
- Uçar, T. (2020). "Hastane Tercihinde Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Bir Araştırma." *Journal of Healthcare Management and Leadership*, (1): 28-42
- Yenice, A., Pirtini, S. ve Ataman, G. (2018). "Sosyal Medyada Kriz Yönetimi ve Kurum İtibarı ile İlişkisi Üzerine Bir Model Uygulaması." Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3): 1-20
- WHO, (2020), "Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report – 22", https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200211-sitrep-22-ncov.pdf?sfvrsn=fb6d49b1_2, (Erişim Tarihi: 25.05.2020).