

# Sağlık iletişiminde internet

## Doç. Dr. Ayla Okay



1991 yılında Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisansını 1994, doktorasını 1998'de aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü "Halkla İlişkiler ve Tanıtım" bölümlerinde yaptı. 1992-2000 yılları arasında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak çalıştı. 2000-2003 yıllarında Akdeniz ve İstanbul üniversitelerinde öğretim üyeliği yaptı. 2003'te "Uygulamalı İletişim" alanından doçent oldu. Halen İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapan Okay'ın kurum kimliği, halkla ilişkiler ve sağlık iletişimi konularında kitapları bulunmaktadır.

İletişim, en basit haliyle bir gönderici tarafından bir mesajın kodlanarak, bir kanal/kanallar üzerinden bir alıcıya iletilmesi ve alıcının da bu mesajı çözümlyerek, dikkate almasıdır. Burada uygulanan bu iletişim süreciyle amaç karşı tarafla etkileşime geçmek, bir bilgi aktarmak veya etkilemeye çalışmaktır.

İletişimi birey doğrudan kendisi de gerçekleştirebilirken (örneğin kişiler arası iletişim), çeşitli araçlar vasıtasıyla

da mesajlar belli gruplara iletilebilmektedir. İletişimin etkin ve başarılı olması için öncelikli olarak engellerin iyi tanınması (örneğin mesajı engelleyen gürültü ortamları) ve bunların bertaraf edilmesi gerekir. Ayrıca iletilecek olan mesajın alıcı tarafından anlaşılır düzeyde olması da önemlidir. Mesajı etkili bir medya aracılığıyla iletmek her zaman için yeterli olmamaktadır. Mesajın anlaşılmasını sağlamak da bir iletişimcinin önemli görevlerinden biridir. Etkili bir iletişimin gerçekleştirilebilmesi için ha-

tırlanması gereken temel kural bu durumda, alıcıya uygun ortam, mesajın anlaşılmasını sağlamak ve en önemlisi de geri bildirim imkânının sağlanmasıdır. İletilen mesaja bir yanıt almak, iletişimin temel amaçlarından biridir. Bu bakımdan gerçek bir iletişim, geri bildirim olmadan gerçekleşemez. Bu yanıt, kişiler arası iletişimde bir göz teması veya tartışma; kitle iletişiminde ise medyaya yönelik alıcının görüşünü o medyaya iletmeye şeklinde gerçekleşebilmektedir.





Google'da "health" kavramı yazıldığında, 17 Mart 2009 tarihi itibarıyla 1 milyar 130 milyon sayfa bulunmakta ve her gün buna yenileri eklenmektedir. Aynı tarihte Türkçe olarak "sağlık" yazıldığında 95 milyon 700 bin sayfa ile karşılaşılmaktadır.

#### İletişimin gruplandırılması

İletişim, farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir. Kişi kimi zaman kendi kendine konuşarak birtakım sorunları çözmeye çalışır. Bu durumda bir iç iletişim gerçekleştirilir. Bazen bir gazeteden bilgi alınırken, bazen de bir toplantıda görüşler paylaşılır. Bu bakımdan iletişimi farklı şekillerde gruplandırmak mümkündür (1). Bu tür bir gruplandırma ve iletişimin gerçekleştirildiği seviyeler Dimbley tarafından yapılmıştır (2).

Buradaki iletişim gruplandırmalarından "kendi kendine iletişim" kişinin adeta içsel konuşmasıdır ve herkesin yaptığı bir faaliyettir. Diğer iletişim uygulamaları da gerçekleştirilen bireyler, gruplar veya iletişim araçları açısından yapılmıştır. Bu iletişim gruplandırmalarından son üçü, yani "kişiler arası iletişim", "gruplar arası iletişim" ve "kitle iletişimi" sağlık iletişimi alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu iletişim gruplandırmaları kimi zaman hasta-hekim arasında gerçekleşen sözlü iletişim olabilirken kimi zaman da çeşitli hasta yakınlarının oluşturduğu gruplar arasındaki iletişim olabilmektedir.

İletişim anlayışı sağlık alanına uygulandığında ise yine aynı temel amaçlarla karşı karşıya olunduğu görülmektedir. Karşıdaki kişi veya gruplar belli bir sağlık konusu, sorunuyla ilgili olarak bilgilendirilmeye ve etkilenmeye çalışılır. Sağlık iletişimi, Amerika Birleşik Devletleri'nde iletişim bilimlerinde 1970'li yıllardan itibaren gelişmeye ve yaygınlaşma başlamış çok yönlü bir iletişim alanı olarak gelişmiştir. Avrupa'da henüz birkaç yıldan beri tartışılırken (3), ülkemizde ise oldukça yenidir. Sağlık iletişimi, "Sağlıkla ilgili bakım sürecine dahil olan ve/veya vatandaş olarak sağlık, hastalık alanında resmi ya da kamusal sağlık politikasıyla ilgili olan; profesyonel hizmet sağlayıcıları veya hastalar/müşteriler olan insanlar arasında bilgi, görüş ve duyguların iletilmesini ve değiş tokuşunu içermektedir (4).

#### Sağlık iletişimi

Sağlık iletişiminin gerçekleştiği farklı düzeyler söz konusudur, bu düzeyler yine farklı araştırmacılar tarafından de-

**Şekil 1: Thomas (5) ve Krep's'e (6) göre sağlık iletişimi düzeyleri**



ğişik bir şekilde gruplandırılmıştır. (Bkz. Şekil 1)

Çeşitli seviyelerde gerçekleştiği görülen sağlık iletişimi, çok çeşitli araçlar sayesinde artık birçok insanı etkileyebilmektedir. Bu araçları, iletişim düzeylerine göre çeşitlendirmek mümkündür. Kimi zaman kişilerin yüz yüze bir sağlık sorunu hakkında bilgilendirilmesi yeteriyken kimi zaman da toplumsal düzeyde kişilere enformasyonları aktırılması gerekmektedir. Bu durumlarda iletişim uzmanları saptanan sorunun niteliğine, yaygınlığına uygun olarak araçları seçmekle yükümlüdürler. Bu araçlar çok geniş bir yelpaze içerisinde yer alabilmektedir. Gerçekleştirilecek olan iletişimin düzeyine göre broşürler, televizyon spotları veya sinema filmleri artık günümüz sağlık iletişimi uygulamalarının vazgeçilmez araçlarıdır (örnek olarak bkz. Tablo 1).

Sağlık iletişimi alanında kullanılabilen araçların çeşitliliğine son yıllarda internet de dahil olmuştur. İnternet artık hem kişilerarası sağlık iletişiminde insanlara çeşitli bilgiler iletebilmekte, hem de sağlık kurumlarının kendilerini duyurmaları bakımında bu kurumlara büyük olanaklar sunmaktadır.

#### İnternetin sağlık iletişimi alanında kullanılması

Yukarıda iletişim kavramını ele alırken iletişimin en önemli noktasının geri bildi-

rim olduğunu, yani iletişime katılan tüm tarafların birbirlerine yanıtlar verebildiğini belirtmiştik. Gerçek bir iletişimin ancak bu şekilde oluşabileceğini söylemiştik. Birçok kitle iletişim aracında böyle bir geri bildirim anında mümkün olmamaktadır. Ancak internet gerçek iletişime geçmek isteyen kişi ve kurumlar için bu olanağı sağlamaktadır.

#### Türkiye’de internet

Türkiye’de internet teknolojisi ilk kez 1987 yılında Ege Üniversitesi’nin öncülüğünde kurulan, Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile gelmiştir. Türkiye, ilk kez 12 Nisan 1993 tarihinde ODTÜ’den Ankara-Washington arasında kiralık hat kurularak yurtdışıyla sağlanan bağlantı sayesinde interneti kullanmaya başlamıştır (7).

Türkiye İstatistik Kurumu’nun ilk kez 2005 yılında gerçekleştirdiği “girişimlerde bilişim teknolojileri kullanımı” araştırmasına göre girişimlerin büyüklüğü ile internet erişimi arasında paralellik olduğu ortaya konmuştur. Buna göre 2005 yılı Ocak ayında girişimlerin yüzde 87,76’sı bilgisayar kullanmaktaydı. Yüzde 80,43’ünün ise internet erişimi mevcuttu (8). Girişimlerde bilgisayar kullanım ve internet erişimine sahiplik oranları 2007 yılı Ocak ayında yüzde 88.7 ve yüzde 85.4 iken, bu oranlar 2008 yılı Ocak ayında sırasıyla yüzde 90.6 ve 89.2’ye yükselmiştir (9).

İnternet, sağlık alanında birçok yararlar sunmaktadır. Birey belli bir hastalık hakkındaki bilgiyi artık doğrudan doğruya online olarak uzmanından alma ve çeşitli hekimleri bu ortamda daha yakından tanıma imkânına sahip olmaktadır. İnternet sayesinde belli bir kitlenin elinde olan birtakım bilgililer artık tüm kullanıcılar için eşit olarak bulunabilir hale gelmiştir.

Kuruluşların interneti kullanım oranı artık oldukça artmışken haneler için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. TÜİK’in 2008 yılı Nisan ayı içerisinde gerçekleştirdiği Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre hanelerin sadece yüzde 24,5’i internete erişim imkânına sahiptir (10)(bkz. Grafik 1). Bu veriler ışığında evlerden internet bağlantılarının Türkiye’de halen çok da yeterli seviye-

**Tablo 1: AIDS için örnek olabilecek iletişim biçimleri, araçları, süreçleri**

Konu: “AIDS’den Korunma ve AIDS hastalığına yakalananların bulaştırma yöntemleri”

	Kişiler arası iletişim	Grup İletişimi	Kitle İletişimi
Gönderici	Hekim	Hekim	AIDS İle Savaş Derneği
Mesaj	AIDS dikkat edilmesi gereken bir hastalıktır		
Kodlama	Sözcükler	Sözcükler/basılı malzeme	Görsel-işitsel hale getirme
Kanal	Konuşma	Konuşma/broşür	Sinema filmi
			
Alıcı	Evlilik dışı, aktif cinsel yaşamı olanlar	Üniversite öğrencileri	Tüm halk
Kod Çözümleme	Dinleme	Dinleme / Okuma	İzleme-dinleme
Yanıt	“Korunmaya daha fazla önem vermeliyim”	“AIDS tokalaşmayla bulaşmaz”	“AIDS çok kötü bir hastalık, uyuşturucu kullanmamalıyım, korumasız ilişkiye girmemeliyim”
Geri bildirim	Prezervatif satın alma	AIDS olan kişilerden korkmadan, aktif iletişime geçebilme	AIDS hastalarına yardımcı olmak için derneğe başvurma
Gürültü	“Hekimle konuşurken, dışarıda bir arabanın alarmının ötmeye başlaması”	“Grup içerisinde tartışırken, birisinin cep telefonunun çalmaya başlaması”	“DVD’de filmi izlerken, komşuların oturmaya gelmesi”



de olmadığı, ancak kurumsal düzeyde üst seviyede olduğu görülmektedir.

#### **İnternetin sağlık iletişimi alanına sundukları**

Karşılıklı etkileşime açık bir araç olan internet, sağlık iletişimi alanı için beraberinde birçok fırsat getirmektedir. Bunlar hekimlerin hastalara sundukları online bilgiden çeşitli sivil toplum kuruluşlarının belli sağlık sorunlarını bu ortamda tartışmasına, hastaların belli bir siteden ameliyat görüntülerini izleyebilme ya da hekimlerin internet üzerinden bir konferansa katılmalarına kadar genişleyebilmektedir. İletişim kavramı çok geniş bir alanı içerdiği için, tüm bu yukarıda saydığımız olanakları ve hatta daha da fazlasını internetle birlikte gerçekleştirmek mümkündür.

Hastaların kitle iletişim araçlarından elde ettikleri sağlık bilgilerinden etkilendikleri bilinen bir husustur. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması neticesinde, hastalar bu araçlarda gördükleri sağlık bilgilerini kendilerine uygulamaya çalışmışlardır. İnternetin ortaya çıkması ve sağlıkla ilgili sunabildiği bilgiler yaygınlaştıkça, ilgili kişiler sadece kitle iletişim araçlarının kendilerine sundukları bilgilerle tatmin olmamaya ve hastalıklarla, sağlık sorunlarıyla ilgili internette daha detaylı araştırmalar yapmaya başlamışlardır. Artık her hasta hekimin kendisine koyduğu teşhisi detaylı olarak bu mecrada araştırma olanağına sahip olmuştur.

Dünyanın en yaygın kullanılan arama motorlarından biri olan Google'da sağlık konusunda ilgili olarak çocuk sağlığın-

dan sağlık tarihine, bu alandaki konferanslardan emzirmeye kadar çok çeşitli 46 kategori bulunmakta ve bunların da toplam 81 bin 768 alt başlığı mevcuttur. Yine Google arama motoruna "health" kavramı yazıldığında, 17 Mart 2009 tarihi itibarıyla 1 milyar 130 milyon sayfa bulunmakta ve her gün buna yenileri eklenmektedir. Aynı tarihte Türkçe olarak "sağlık" yazıldığında 95 milyon 700 bin sayfa ile karşılaşılmaktadır.

Bu tanınmış arama motoru artık hastalara, sağlık sorunları, ilaçları ve tedavi yöntemleriyle ilgili olarak tüm verileri kendilerine ait bir sitede kaydetme olanağını dahi sunmaktadır. Bu şekilde hastaların sağlık sorunlarıyla ilgili daha detaylı bilgiye ulaşmasını ve hangi kurumdan, hekimden hangi sağlık önerilerini ve ilaçlarını aldığını kaydederek başka bir hekime gittiğinde bunları kolayca aktarabilme olanağını sağlamaktadır.

Sağlık iletişimi ve internet ilişkisine bakıldığında, sağlık hizmeti sağlayan profesyonellerin 1980'den sonra tıbbi veya sağlıkla ilgili konuları Medline, Gratefil Med ve benzer elektronik veri tabanları üzerinden araştırma imkânına sahip olmaları, bu alandaki ilk temas olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan Frotsch'a göre akademik tıbbi merkezlerin, web'de yer alan ilk sağlık kurumları olması şaşırtıcı değildir. Çünkü bunların temel amaçları eğitim ve araştırmaydı (12). Web'in sağlık alanındaki yaygın olarak kullanılmasının başlangıcını akademik alan oluşturmuştur. Werner'e göre sağlık ürünleri üreten kuruluşlar, sağlık hizmeti sağlayan kurumlar ve ilaç firmaları, akademik alanın dışında interneti yaygın olarak,

Avantajlarının yanı sıra, internetin denetimsiz bir ortam olmasından dolayı dileyen herkes bu tür bilgileri web ortamına aktarabilmekte ve kişileri kolayca yanlış yönlere sevk edebilmektedir. Bu duruma getirilebilecek olan temel çözüm, sağlık alanındaki sitelere "güvenilir" olduğunu gösterebilecekleri bir sertifika vermek olabilir. Bu tür bir sertifika olan "Hon Code", "Health On The Net" vakfı tarafından dünyanın birçok ülkesindeki güvenilir sağlık bilgileri sunan sitelerine verilmektedir.

daha çok ticari amaçlı olarak kullanan ilk kuruluşlardır (13).

İnternetin en önemli özelliği, çok geniş bir kitleye ulaşması bakımından etkili bir kitle iletişim aracı olmasıdır. Aynı zamanda da diğer kitle iletişim araçla-

rının gerçekleştirmediği "interaktivite" olanağına sahip olmasıdır. İnteraktivite kavramı Liu ve Shrum tarafından "iki veya daha fazla iletişim tarafının, iletişim aracını ve mesajlar bakımından birbirini etkileme derecesi ayrıca bu etkilemenin ne kadar uyumlu olduğunun derecesi" şeklinde tanımlanmıştır (14). Bu araştırmacılar interaktivitenin üç boyutundan bahsetmektedirler. Bu boyutlar aktif kontrol, iki yönlü iletişim ve bu iletişimin senkronize olmasıdır. Sağlık, web ve interaktivite kavramları bir araya getirildiğinde ise ön plana çıkan üç boyut söz konusudur. Bu boyutlar şunlardır (15):

- Gerçek zamanlı görüşme: İnteraktif iletişimin iki yönlü ve tepki içermesi gerektiğini önermektedir.
- Bağlantı durumu: Bireylerin kendi online izlemeleri üzerinde yüksek bir kontrole sahip olduğunu ve ihtiyaç duydukları enformasyonları yönetebileceği bilgisine dayanır.
- Gecikmenin olmaması: Bu boyut, kullanıcıların online işlemler için ihtiyaç duydukları hızı içermektedir.

Bu üç boyutun, Liu ve Shrum tarafından ortaya konan boyutlardan farklı yönü başlangıçta gecikmenin olmaması ile senkronize olması olarak gözükse dahi, içerik olarak her iki boyutun da birbirinden farklı olmadığı ifade edilebilir. Bu üç boyut bir araya geldiğinde, kişi sağlık ile ilgili konularda interneti ideal bir biçimde kullanabilmektedir. Kişi sağlık konusunda internet üzerin-

den bir hekim arayıp hekimler arasından tercih yapabilir ve teknik olarak mümkünse, online olarak o hekimle görüşebilir. Bu uygulama sağlık iletişiminde internetin kullanılmasının sadece bir yönünü oluşturmaktadır. İnternetin sağlık iletişimi alanında kullanılmasının olanakları oldukça fazladır.

Hastaların her geçen gün daha da bilinçlenmesi, beraberinde daha fazla bilgi arama ihtiyacını da getirmektedir. Bu bilgi ihtiyacını anında karşılamayabilen en önemli araçlardan biri artık internettir. 1998 yılında USA Today'de yayınlanan bir araştırmaya göre tüketicilerin internette aradıkları temel sağlık bilgileri ve oranları Tablo 2'deki şekildedir (16).

Bu tür bilgilerin arandığı siteler ise farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Web sitelerinden bazıları özellikle bir hastalık hakkında bilgi vermeye yönelik olarak tasarlanmışken bazıları sağlıklı yaşam hakkında önerilerde bulunmaktadır. İletişim açısından siteleri genel olarak bir gruptandırmaya tabii tutulduğunda aşağıdaki sınıflandırmaları yapmak mümkündür

#### Bireysel düzeyde internetin sağlık iletişimi alanında kullanılması

Bunlara örnek olarak hekimlerin oluşturduğu web siteleri; hasta yakınlarının oluşturduğu web siteleri veya sağlıkla ilgili bloglar gösterilebilir.

Pek çok hekim artık internet üzerinden kendisini hastalarına veya potansiyel hastalarına tanıtmaya çalışmakta, aynı

zamanda kendi web sitesi üzerinden uzmanlık alanıyla ilgili verileri de iletmeye çalışmaktadır. Ülkemizde de artık pek çok hekim bu tür bir uygulamadan yararlanmaktadır. Bunun yanı sıra birçok hekim de çatısı altında toplayıp üyelerine sağlık hizmeti sunmaya çalışan çeşitli oluşumlar da söz konusudur. Bu tür sitelerin kimi gerçekten de hedef kitleleriyle etkileşim imkânını sunarken (örneğin hekimlerin belli bir zaman diliminde online olarak hastaların sorularını yanıtlaması; gelen e-mailleri en kısa zamanda yanıtlaması), bazıları da sadece tanıtım amaçlı olarak hazırlanmıştır. İnternet üzerinden verilen reklamlardan yararlanmak isteyen bazı kişi ve kurumlar da bu sistemi sadece bu amaçla kurmaktadır.

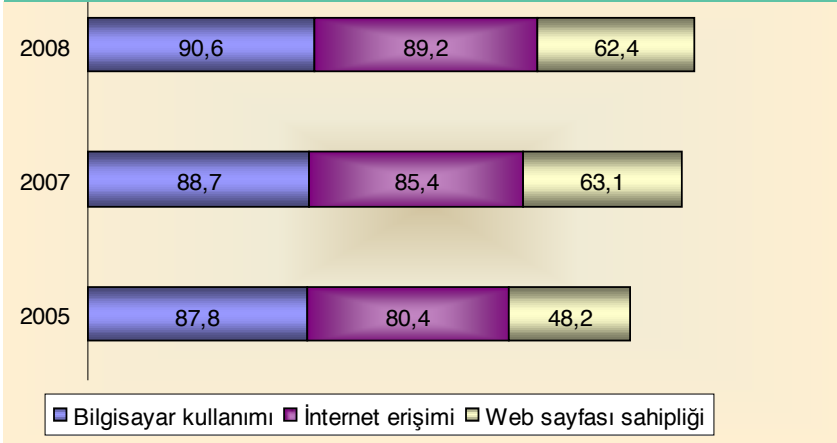
Bu tür siteler oluşturmak, bazı kişilerin zihninde "Acaba internet, hekimin yerini mi alıyor?" sorusunu beraberinde getirirse dahi, böyle bir şeyin olması şimdilik söz konusu değil. Lee'ye göre hastaların internet ortamında yaptıkları ön araştırmaların ardından hekime gitmeleri görüşmelerinin daha verimli geçmesine neden olmaktadır (17). Bu durumun Türkiye için geçerliliği ise henüz saptanmamıştır. Temelde hekim-hasta ilişkisinin ataerkil bir yapıya dayandığı Türkiye'de hekimler ellerindeki bilgi gücünü henüz çok fazla hastaya aktarmaya açık gözükmemektedirler. Bunun yanı sıra hazırlanan web sitelerinde sunulan bilgilerin güvenilirliği de sorgulanması gereken bir başka husus olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireysel anlamda internetin sağlık iletişiminde kullanılmasına yönelik bir diğer uygulama olarak hazırlanan blogları örnek vermemiz mümkündür. Sağlık alanında faaliyet gösteren hekimler veya bir sağlık sorunu yaşamış olan hastalar, bu tür bloglar aracılığıyla bilgilerini diğer ilgili kişilerle paylaşma çabası içerisine girmektedirler.

#### Kurumsal düzeyde internetin sağlık iletişimi alanında kullanılması

Kurumsal düzeyde internetin sağlık iletişimi alanında kullanılmasına; sağlık hizmeti sunan kurumların web siteleri; sağlık alanında faaliyet gösteren sağlık kurumları dışındaki kurumların web siteleri (Sivil Toplum Kuruluşları, ilaç firmaları vs.) veya sağlıkla ilgili bilimsel veri tabanları örnek olarak gösterilebilir. Bu tür siteleri de yine kendi içerisinde ticari amaç güden ve gütmeyen olarak ayırmak mümkündür. Özel hastaneler, tıpkı hekimlerde olduğu gibi hizmetleri ve faaliyet alanları hakkında hastalara ve potansiyel ilgililere bilgi vermek amacıyla web sitelerini oluşturabilmektedir. Bunun yanı sıra ticari bir amaç gütmeyen çeşitli dernekler veya sivil toplum kuruluşları da internetten sağlık iletişimi

**Grafik: 2005, 2007 ve 2008 yıllarında Türkiye'de bilgisayar kullanımı, internet erişimi ve web sayfası sahipliği.**



**Tablo 2: Tüketicilerin internette aradıkları temel sağlık bilgileri**

Bir hastalığı araştıranlar	62,1
Fitness ve beslenmeyle ilgili bilgi arayanlar	20,0
İlaç ve etkileşimleriyle ilgili bilgi arayanlar	11,6
Bir hekim veya hastane arayanlar	3,7
Online tıbbi destek arayan gruplar	2,3

amaçlı olarak yararlanabilmektedirler.

İnternet artık devletin sağlık iletişimi için de vazgeçilmez bir araçtır ve bu şekilde de olmalıdır. Sağlık bakanlıkları, web sitelerini hastaların güvenilir bilgileri rahatlıkla edinebileceği birer kaynak haline getirmelidir. Bu tür başarılı bir siteye örnek olarak Amerika'da sağlık bakanlığının çeşitli sağlık konularıyla ilgili bilgilerin edinilebileceği [www.healthfinder.gov](http://www.healthfinder.gov) isimli siteyi vermek mümkündür.

Bu tür güvenilir siteler, hastaların yanlış ve güvenilmez bilgiler edinmesini engellemek amacıyla ülkemizde de yaygın hale getirilmelidir.

Yukarıda belirttiğimiz şekillerde kullanılan internetin kimi zaman bizi farklı şekillerde de "yakalamaya" çalıştığını ifade etmemiz mümkün. Örneğin belli bir hastalık hakkında arama motorlarında bilgi aradıktan sonra, bulunan siteye girildiğinde o hastalık hakkında bilginin yanı sıra, belli bir tedavi yönteminin veya hekimin de önerilebileceğini görmekteyiz. Bu ise birçok hususta internetin ticari amaçlı olarak kullanıldığını tüketiciye, hastaya tekrar tekrar göstermektedir.

Bu tür uygulamaların yanı sıra, internet üzerinden yapılan online görüşmeler veya "Second Life" gibi çeşitli online oyunlara sağlık kurumlarının, hekimlerin dahil olması da sağlık iletişimi açısından değerlendirilebilecek diğer hususlardır.

## Sonuç

İletişim kavramının kendisi çok geniş bir alanı kapsadığı için, sağlık iletişimi alanı da pek çok uygulamayı içermektedir. Bu uygulamalar bireysel düzeyde hekim-hasta iletişimi olarak görülebilen kampanya aşamasında bütün bir toplumu harekete geçirmek de sağlık iletişimi çerçevesinde düşünülebilecek uygulamalardır.

Sağlık iletişiminde kullanılacak olan araçlar da çok çeşitlidir. Kimi zaman, hazırlanan bir broşür kişileri bilgilendirmek için yeterli olurken kimi zaman da hedef kitlenin eğitim düzeyine göre yüz yüze iletişime geçmek daha yararlı olabilmektedir. Yani sağlık iletişimi konusunun alanı ne kadar genişse, bu amaç için kullanılacak olan araç ve yöntemler de o kadar fazladır.

İnternet, sağlık iletişimi alanında gün geçtikçe yaygınlaşan bir araçtır. Pek çok gelişmiş ülkede bu mecra hastalar tarafından bilgi almak ve karşılıklı etkileşime geçmek için kullanılmaktadır. İletişim kavramının kendisi de bu tür bir etkileşimi esas olarak görmektedir. Evlerde internet kullanımının henüz yete-

rince gelişmediği ancak kurumsal düzeyde kullanımının yüksek olduğu ülkemizde pek çok kişi ve kuruluş interneti hedef kitleleriyle iletişime geçme amacından ziyade, "etkileme" amacıyla kullanılmaktadır.

İnternet sağlık hizmeti sunan kişi ve kurumlar için iyi bir "tanıtım" ortamı oluştururken çeşitli sivil toplum kuruluşları ve dernekler içinse hastaların sorunlarını dile getirebildikleri platformlar haline gelmektedir.

İnternet sıklıkla modernleşen toplumda "yalnızlaşan bireylerin" ilişkilerini artırmak için kullanılan bir araç olarak gösterilse dahi, sağlık alanında birçok yararlar sunmaktadır. Birey belli bir hastalık hakkındaki bilgiyi artık doğrudan doğruya online olarak uzmanından alma ve çeşitli hekimleri bu ortamda daha yakından tanıma imkânına sahip olmaktadır. Hekimin yayınlarını ve çalışma alanını internet ortamında araştırıp kendisine uygunluğunu sorgulayabilmektedir. Aynı uygulamayı sağlık kurumları açısından da gerçekleştirebilmek olanağına sahiptir. İnternet sayesinde belli bir kitlenin elinde olan birtakım bilgiler artık tüm kullanıcılar için eşit olarak bulunulabilir hale gelmiştir.

Bu tür avantajlarının yanı sıra, internetin denetimsiz bir ortam olmasından dolayı dileyen herkes bu tür bilgileri web ortamına aktarabilmekte ve kişileri kolayca yanlış yönlere sevk edebilmektedir. Bu duruma getirilebilecek olan temel çözüm belki ülkemizdeki sağlık alanındaki sitelere bir denetim mekanizması getirmeye çalışmak ve bu denetim mekanizmasının neticesinde bu sitelere "güvenilir" olduğunu gösterebilecekleri bir sertifika vermek olabilir. Bu tür bir sertifika olan "Hon Code", "Health On The Net" vakfı tarafından dünyanın birçok ülkesindeki güvenilir sağlık bilgileri sunan sitelerine verilmektedir.

İnternetin sağlık iletişimi alanına getirebileceği pek çok potansiyel mevcuttur. Bu potansiyel, Türkiye gibi genç nüfusun çoğunlukta bulunduğu bir ülke için daha da büyüktür. Ancak burada da "sağlık okur-yazarlığı" konusunun da desteklenmesi, unutulmaması gereken bir husustur. Sağlıkla ilgili duyulan, okunulan her bilgiyi kendine uygulamak ve sağlıkla ilgili iletilen mesajları gerekli bir biçimde süzebilme bilgisine sahip olmak gerçekten de önemlidir. Bu açıdan da bu tür verileri değerlendirebilecek olan eğitimlerin geniş kitlelere iletilmesi gerekmektedir. Bu tür eğitimlerin, bilinçlendirme programlarının neticesinde klasik medya veya internetten sağlıkla ilgili bilgi alan kişiler, bu bilgileri belli bir değerlendirme yaptık-

tan sonra içselleştirebileceklerdir.

## Kaynaklar

1) Ayla Okay *Sağlık İletişimi Temel Kavramlar ve Prensipler*, İstanbul: MediaCat Kitapları, 2009, s. 57

2) Richard Dimbley, Graeme Burton. *More Than Words : An Introduction to Communication*, Florence, KY: Routledge, 1998, ss.7-8.

3) Joan K. Bleicher, Claudia Lampert „Gesundheit und Krankheit als Themen der Medien- und Kommunikationswissenschaft“, *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 51.Jg., 2003, s.348.

4) Oskar Weinig, Albert Leissner, Wolfgang Wegener, Reinhold K. Ballmann, R., *Gesundheitskommunikation im Öffentlichen Gesundheitswesen Bewältigung von Risiken und Krisen*, Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2004, s.91.

5) Richard K. Thomas, *Health Communication*, New York: Springer Science+Business Media Inc., 2006, s.3.

6) Gary L.Kreps, "Trends and Directions in Health Communication Research", *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 51, 3-4, 2003, s.355.

7) <http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2005/04/14/ekonomi/ekonomi7.html>

8) <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=275>

9) [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=60&ust\\_id=2](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=60&ust_id=2)

10) <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=2055>

11) <http://www.google.com/intl/tr/health/tour/index.html>

12) Edward Fotsch, "Finding opportunities in the chaotic online world", *Healthcare Financial Management*, July, (50) 7, 1996, s.24.

13) Sally J. McMillan, "Health Communication and the Internet: Relations Between Interactive Characteristics of the Medium and Site Creators, Content, and Purpose", *Health Communication*, (4) 11, 1999. s.376.

14) Yuping Liu, L.J. Shrum, "What is Interactivity and Is It Always Such a Good Thing? Implications of Denifinition, Person, and Situation for the Influence of Intercativity on Advertising Effectiveness", *Journal of Advertising*, Volume XXXI, Number 4, Winter, 2002 s.54.

15) W. Macias, Sally J. McMillan, *The Return of the House Call: The Role of Internet Based Interactivity in Bringin Health Information Home to Older Adults*, *Health Communication*, 23, 2008, s.36.

16) National Research Conucil Staff, *Networking Health: Prescriptions for the Internet*, Washington, DC., USA: National Academies Press, 2000, s.61

17) C.J.Lee, " Does the Internet Displace Health Professionals?", *Journal of Health Communication*, 13, 2008, s.451.