

Medya Araçlarının Kullanımı ile Hekime Güven Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Saha Araştırması: Isparta İli Örneği

A Field Study on the Relationship Between the Use of Media Tools and Trust to Physicians: The Case of Isparta Province

Ahmet ALKAN^a, Kevser Hüsnâ ÖZYILDIZ^a, Mihriban GÜDER^a, Bilge BALCI^a

^aSüleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Isparta, TÜRKİYE

Bu çalışma, 5. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yönetimi Kongresinde (9-11 Temmuz 2020, Kırşehir) sözlü olarak sunulmuş ve kongre bildiri kitapçığında özet metin olarak basılmıştır.

ÖZET Amaç: Bu çalışmada, medya kullanımı ile hekime güven arasında bir ilişkinin olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. **Gereç ve Yöntemler:** Nicel araştırma yönteminden faydalanılan bu araştırmanın evrenini, Isparta'da bulunan 265.000 kişi oluşturmaktadır. Evrenden, kolay örnekleme yöntemi ile seçilen 429 kişi örnekleme oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri, Yılmaz tarafından oluşturulan "Hasta-Hekim İlişkisinde Güven İletişimi" anketi ve araştırmacılar tarafından oluşturulan medya kullanım anketi ile toplanmış olup; SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. **Bulgular:** Araştırmaya katılanlardan %54,3'ü (233 kişi) kadın, geriye kalanlar ise erkek katılımcılardır. Katılımcılardan %38,7'si (166 kişi) lisans, %22,6'sı (97 kişi) lisansüstü, %11,2'si (48 kişi) ön lisans, %18,6'sı lise, geriye kalanlar ise ortaokul mezunudur. En çok zaman geçirilen medya türü internet (%86,7) olup, internette geçirilen süre günlük 258 dk olarak bulunmuştur. Hekime güven alt boyutlarında en yüksek puanı tıbbi bakıma güven (3,606±0,839) boyutu, en düşük puanı ise etik davranışa güven (2,828±0,951) boyutu almıştır. Katılımcıların televizyonda geçirdikleri süre arttıkça, hekimin tıbbi kararına ve sunduğu tıbbi bakıma güvenlerinin arttığı bulunmuştur. Yine sahip olunan sosyal medya sayısı arttıkça, hekimin tıbbi kararına güven azalmaktadır. **Sonuç:** İnternette geçirilen süre ile hekime güven arasında bir ilişki görülmemiş; katılımcıların televizyonda geçirdikleri süre arttıkça, hekimin tıbbi kararına ve sunduğu tıbbi bakıma güven artış göstermiştir.

ABSTRACT Objective: This study was conducted to investigate whether there is a relationship between media use and trust in physicians. **Material and Methods:** The universe of this research, which is benefited from the quantitative research method, consists of 265,000 people in Isparta. The sample consists of 429 people selected from the universe by convenience sampling method. The data of the study were collected by the "Confidence Communication in Patient-Physician Relationship" questionnaire created by Yılmaz and the media usage questionnaire created by the researchers and analyzed using the SPSS program. **Results:** 54.3% (233 people) of the participants in the study are female and the rest are male. 38.7% (166) of the participants are undergraduate, 22.6% (97 people) are graduate, 11.2% (48 people) are associate degree, 18.6% are high school graduates, and the rest are secondary school graduates. The media type where the most time was spent was found to be the internet (86.7%) and the time spent on the internet was found to be 258 minutes per day. In the subscales of trust in physician, the highest score was in trust in medical care (3.606±0.839) and the lowest score in ethical behavior (2.828±0.951). It was found that as the time the participants spent on television increased, their confidence in the medical decision of the physician and the medical care provided increased. Again, as the number of owned social media increases, trust in the medical decision of the physician decreases. **Conclusion:** There was no relationship between time spent on the internet and trust in physicians. As the time the participants spent on television increased, confidence in the medical decision of the physician and the medical care provided increased.

Anahtar Kelimeler: Hekime güven; medya; sosyal medya ve hekime güven

Keywords: Trust in physician; media; social media and trust in physician

MEDYA

Latince kökenli bir kelime olan medya, en kısa şekliyle yığınsal kitle iletişim araçlarına verilen bir isim-

dir.¹ Medyanın temel işlevleri düşünüldüğünde, en temel görevinin haberdar etme ve haber iletme olduğu söylenilebilir. Medya, bu görevini; yeni medya

Correspondence: Kevser Hüsnâ ÖZYILDIZ

Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Isparta, TÜRKİYE/TURKIYE

E-mail: kevserozyildiz@gmail.com



Peer review under responsibility of Türkiye Klinikleri Journal of Health Sciences.

Received: 20 Jan 2021

Received in revised form: 18 Feb 2021

Accepted: 09 Mar 2021

Available online: 31 Mar 2021

2536-4391 / Copyright © 2022 by Türkiye Klinikleri. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

araçlarından internet ve geleneksel medya olarak nitelendirilen gazete ve televizyon gibi araçlar ile gerçekleştirmektedir.² Yukarıda da değinildiği gibi medya, çeşitli özellikleri bağlamında farklı isimler alabilmektedir. Burada konunun bağlamıyla ilgili olan medya türlerinden geleneksel medya ve yeni medya kısaca açıklanacaktır.

Geleneksel medya, olayları yayın organları aracılığıyla bireylere duyuran, tek yönlü ve geri dönüş alınmayan bir iletişim ortamıdır.³ Klasik iletişim araçlarından olan radyo, televizyon ve yazılı basın, geleneksel medyayı oluşturmaktadır.⁴ Günümüzde geleneksel medya, yerini kendi türevlerini de içinde barındırmakta olan yeni medyaya bırakmıştır.⁵ Yeni medyayı oluşturan internet, sosyal medya, bloglar ve sosyal ağlar, bireylerin sosyal ilişki şekillerini değiştiren ve bu bağlamda toplumsal hayatı yeniden düzenleyen araçlar olarak ön plana çıkmaktadır.⁶ Bireylerin ve toplumun algısını şekillendirerek tüketim davranışları, günlük ilişkiler, iş hayatı gibi alanlarda, kişilerin tutum ve davranışlarını şekillendiren medya; sağlık hizmetlerinin kullanımı, hasta-hekim ilişkisi, hastane veya hekim tercihi ya da hekime olan güven gibi sağlıkla ilgili alanları da etkileyecektir.

GÜVEN BAĞLAMINDA HEKİM-HASTA İLİŞKİSİ

Güven, hekimlerin ve hastaların tedavi ve bakım hedeflerini belirlemek ve belirledikleri hedefe ulaşmak için birlikte çalışabilecekleri bir bağlam sağlamaktadır.⁷ Hastanın, hekimin kendisi için en iyi olanı yapacağına inanması ve kendisini ilgilendiren konularda hekimin kararını kabul etmesi konusundaki istekliliği, hekime karşı duyduğu güvenden kaynaklanmaktadır. Hasta ile hekim arasında bir bilgi asimetrisi durumu söz konusudur. Hekim, hasta için kendisi ile ilgili en doğru kararı verecek ve onun iyi olmasını sağlayacak uygulamaları gerçekleştiren kişi konumunda yer almaktadır. Hasta, hekimin tıbbi bilgisini, kendisini iyileştirici olarak kullanmasını beklemektedir ve hekimin tıbbi bilgisine sahip olmadığı için hastanın, hekimi denetlemesi oldukça zordur.⁸ Bundan dolayı da hasta, hekimin kendisi hakkında en iyi kararı vereceği düşüncesiyle hekimine güvenmek durumunda kalmaktadır.

Tıbbi uygulamalardaki başarılar, sadece hekimlerin tıbbi bilgi ve teknik becerilerine değil, aynı za-

manda hekim ve hasta arasındaki ilişkiye de bağlıdır.⁹ Hekim-hasta ilişkisi, hekimin sadece hastanın şikâyet ve sorunlarını dinlemesi değildir. İnsanların kendilerinin sağlık inancı modellerinin gelişiminde; kendi sağlıkları ve sağlıkla ilgili görüşleri, hekimlere bakış açıları ve hekimlerden beklentileri büyük rol oynamaktadır.¹⁰ Çünkü hekim ve hasta arasındaki ilişki, karşılıklı olarak 2 tarafın da birbirini etkilediği ve birbirinden etkilendiği bir süreçtir.¹¹ Bu sürecin, kişiler arası iyi bir ilişki oluşturmak, tedavi ile ilgili kararlar vermek ve bilgi alışverişi sağlamak üzere 3 farklı amacı bulunmaktadır.¹² Hekime karşı algıları etkileyen önemli faktörlerden biri hasta-hekim ilişkisidir. Hasta ile hekim arasındaki ilişki birçok faktörden etkilenmektedir.

Atıcı, hasta ve hekim ilişkisini etkileyen bu faktörleri; hasta-hekim arasında kurulan ilişki modeli, iletişim, hastanın biyopsikososyal açıdan değerlendirilmesi, güven, hekimin ve çağın hastalık kavramı ve tedavi yöntemleri, hekimden kaynaklanan durumlar, hastadan kaynaklanan durumlar, hastalıklardan kaynaklanan durumlar, sağlık sisteminden kaynaklanan durumlar, bilimsel ve teknik gelişim-teknoloji ve tıp etiği olmak üzere toplamda 11 başlık altında toplamıştır.¹³ Bu başlıklardan birisi de görüldüğü üzere güvendir ve genellikle hekim-hasta ilişkisi, hastanın hekimine güvenmesine dayanmaktadır.⁸ Hekimini seven, ona güvenen bir hasta daha memnundur ve hekim-hasta ilişkisi daha niteliklidir.¹⁴ Hastanın, hekime güvenmediği durumlarda, tedavinin yarım kalması veya başarısız sonuçlanması, başka hekimler araması gibi sonuçlar oluşabilmektedir.¹⁵

MEDYA VE HEKİME GÜVEN

Hekime güveni etkileyen faktörler; medyanın etkisi, sosyal çevrenin etkisi, mahremiyetin korunması, hatalı teşhis ve tedavinin yapılabileceği algısı, teşhis ve tedavi sürecinde bilgilendirmenin etkisi, bilgi karmaşıklığının etkisi, hekimin performans ödemesi almak niyetiyle hastaya yaklaşımı, hekimin iletişim becerisi ve hekimin mesleki tecrübesi alt başlıklarında ele alınabilir.¹⁶ Buradan hareketle hekime güven konusunda medyanın etkili bir araç olduğu söylenebilir.

Medya, bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemeyi ve değişiklik oluşturmayı başaran önemli bir

araştırır.¹⁷ Bu değişimden, diğer konular gibi sağlık alanı da etkilenmektedir. Medya sayesinde sağlık alanında da bireylerin ve toplumun algısı yönlendirilmekte ve değiştirilmektedir.¹⁸ Medya araçlarından biri olan televizyon, sağlık programları ve sağlık haberleri sayesinde birçok bireye çok hızlı ulaşabilmektedir. Medya araçlarından edindiği bilgiler, hastanın aldığı ve alacağı hizmetten memnun olmasını zorlaştırabilmektedir. Medyadan edindiği bilgiye daha çok güvenen hastalarda, hekimine karşı duyulan güven olumsuz yönde etkilenmektedir.¹⁹ Bireylerin medyadan edindikleri bilgiler, tercihleri hakkında karar verme süreçlerini, hekime ve sağlık hizmetine olan güven ve memnuniyeti etkilemektedir.²⁰ Yapılan bir çalışmada, bireylerin %45,5'inin sağlık hizmeti almadan önce hekim ve hastane tercihinde sosyal medya üzerinden araştırma yaptıkları ortaya koyulmuştur.²¹ Çevrim içi sağlık bilgisi arama davranışı hastaların bilgilerini destekleyebildiği gibi yanlış bilgilere ulaşma risklerini de beraberinde getirmektedir. Sağlıkla ilgili yanlış bilgiye ulaştıklarında ise hekim ve hasta arasındaki iletişim olumsuz etkilenebilecektir.²² Bireylerin, medya araçlarından edindikleri bilgiler arasında hekimin ve hastanenin olumsuz yönleri, hataları da bulunmaktadır. Medyanın sunduğu bilgilerin bir kısmı sağlık hizmetleri, hastaneler ve hekimler hakkında şüphe ve güvensizlik duygusu oluşturmaktadır.⁷

Günümüzde kitle iletişim ve yeni medya araçlarının, bireyleri ve toplumu en fazla etkileyen iletişim ve etkileşim kanalları olduğu bir gerçektir. Medya üzerinden sağlık hakkında bilgiye erişim gün gittikçe yaygınlaşmakta ve toplum tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu durum, hekim ve hasta ilişkisini, en önemlisi de bireylerin hekime güven duygusunu etkilemektedir. Tüm bu sebeplerden hareketle bu çalışmada da medyanın, hekime güvene etkisi incelenecektir.

GEREÇ VE YÖNTEMLER

YÖNTEM

Bu çalışmada, medya kullanımı ile hekime güven arasında bir ilişkinin olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma, nicel araştırma deseni ile kurgulanmıştır. Bu araştırmanın evrenini, Isparta'da bulunan 265.000 kişi oluşturmaktadır. Evrenden,

kolay örnekleme yöntemi ile seçilen 429 kişi örneklemini oluşturmaktadır.

Araştırmada, Yılmaz tarafından oluşturulan "Hasta-Hekim İlişkisinde Güven İletişimi" anketi ve araştırmacılar tarafından oluşturulan medya kullanım anketi kullanılmıştır.²³ Veriler, SPSS programıyla analiz edilmiştir. Yapılan analizler ile ortalama, standart sapma ve yüzdelere hesaplanmıştır. Ayrıca anketin boyutlandırılabilmesi için açılımlı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenebilmesi için çarpıklık (tıbbi karara güven -0,397; etik davranışa güven -0,073; tıbbi bakıma güven -0,402) ve basıklık (tıbbi karara güven 0,219; etik davranışa güven -0,626; tıbbi bakıma güven -0,123) değerlerine bakılmıştır. Veriler normal dağıldığından dolayı 2'li karşılaştırmalar için independent sample t-testi, 3 ve daha fazla karşılaştırmalar için one-way ANOVA testi yapılmıştır. Medya kullanımı ile hekime güven arasındaki ilişkinin incelenebilmesi için de korelasyon analizi yapılmıştır. Bu çalışma için Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Etik Kurulundan 3 no.lu, 9.3.2020 tarihli "etik kurul onayı" alınmıştır. Çalışmanın amacı ve yöntemi açıklandıktan sonra katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır. Çalışma, Helsinki Deklarasyonu Prensipleri'ne uygun olarak yapılmıştır.

BULGULAR

Tablo 1'de de görüldüğü üzere katılımcıların yarısından fazlası (%54,3) kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan 252 (%58,7) katılımcının bekâr, 177 (%41,3) katılımcının evli olduğu görülmektedir. En fazla katılımcının 25-34 (%40,1) yaş aralığında olduğu; katılımcıların eğitim seviyeleri incelendiğinde 38 (%8,9) katılımcının ortaöğretim, 80 (%18,6) katılımcının lise, 48 (%11,2) katılımcının ön lisans, 166 (%38,7) katılımcının lisans, 97 (22,6) katılımcının lisansüstü eğitiminin olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumu incelendiğinde 147 (%39,8) katılımcının 2.350 ve altında gelire sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcıların en çok zaman geçirdiği mecranın %86,7 oranıyla internet olduğu ve sağlıkla ilgili bilgi konusunda en çok başvurulan platformun arama motorları (%45,3) olduğu görülmektedir.

Aktif olarak kullanılan sosyal medya hesaplarına bakıldığında ilk sırada 391 katılımcı ile WhatsApp

TABLO 1: Katılımcıların demografik özellikleri ve bazı değişkenler.

Değişkenler	Frekans	%
Cinsiyet		
Erkek	196	45,7
Kadın	233	54,3
Medeni durum		
Bekâr	252	58,7
Evlü	177	41,3
Yaş		
18-24	131	30,5
25-34	172	40,1
35+	126	29,4
Eğitim durumu		
Ortaöğretim	38	8,9
Lise	80	18,6
Ön lisans	48	11,2
Lisans	166	38,7
Lisansüstü	97	22,6
Gelir*		
0-2.350	147	39,8
2.351-4.000	125	33,9
4.001+	97	26,3
En çok zaman geçirilen medya türü		
Televizyon	57	13,3
Basılı gazete	0	0,0
İnternet	372	86,7
En çok internete girilen araç**		
Telefon	382	89,5
Bilgisayar	41	9,6
Tablet	4	0,9
Diğer	0	0,0
Sağlıkla ilgili en çok başvurulan platform***		
Facebook	22	5,2
Twitter	7	1,6
Instagram	14	3,3
LinkedIn	2	0,5
YouTube	84	19,7
Bloglar	104	24,4
Arama motorları	193	45,3
İnternette araştırarak gidilen hekimden memnuniyet****		
Memnun	147	34,3
Memnun değil	40	9,3
İnternette araştırma yapmamış	241	56,3
Toplam	429	100,0
Aktif olarak kullanılan sosyal medya hesapları		
Facebook	203	14,893
Twitter	146	10,711
Instagram	321	23,550
LinkedIn	26	1,907
YouTube	261	19,148
WhatsApp	391	28,686
Diğer platformlar#	15	1,105

TABLO 1: Katılımcıların demografik özellikleri ve bazı değişkenler (devamı).

Değişkenler	Frekans	%
Medya ile ortalama geçirilen süre (günlük)	Dakika	
Televizyon	129,69	
İnternet	258,43	
Sosyal medya platformlarında ortalama geçirilen süre (günlük)	Dakika	
Facebook	66,38	
Twitter	67,02	
Instagram	102,83	
LinkedIn	23,08	
YouTube	89,61	
WhatsApp	99,16	
Diğer platformlar#	131,5	
Sosyal medya platformlarını ortalama kullanma sıklığı	Günde x kez	
Facebook	6	
Twitter	6	
Instagram	10	
LinkedIn	2	
YouTube	6	
WhatsApp	23	
Diğer platformlar#	8	

*Kayıp Veri: 60; **Kayıp Veri: 2; ***Kayıp Veri: 3; ****Kayıp Veri: 1; #Diğer platformlarda Letgo, Google, Tinder, Bundle, Reddit, Popski, Metaliz, Ekşi Sözlük, Onedio, TikTok ve haber siteleri yer almaktadır.

(%28,686) görülmektedir. Katılımcıların günlük ortalama olarak medya türleriyle geçirdikleri süreler bakıldığında en çok 258,43 dk ile internet yer almaktadır. Sosyal medya platformlarında günlük ortalama geçirilen süreye bakıldığında 102,83 dk ile Instagram başı çekmektedir.

Tablo 2’de örneklem büyüklüğünün yeterliliği, faktör analizine uygunluk ve değişkenler arasındaki korelasyonun anlamlılığı için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi değerine bakılmıştır. KMO değeri 0,941 olarak belirlenmiştir. KMO değerine göre seçilen örneklem büyüklüğünün analiz için yeterli olduğu görülmektedir. Bartlett testi incelendiğinde ise değişkenler arasındaki korelasyonun $p < 0,000$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda maddeler “**Tıbbi Karara Güven**” (açıkladığı varyans 22,642), “**Etik Davranışa Güven**” (açıkladığı varyans 19,296) ve “**Tıbbi Bakıma Güven**” (açıkladığı varyans 13,147) olmak üzere 3 faktöre ayrılmıştır. Bu 3 faktörde açıklanan toplam varyans %55,085 olarak bulunmuştur.

TABLO 2: Faktör analizi.

	Faktör yükü
Faktör 1: Tıbbi karara güven	
1. Hekimler, hastaların ihtiyaç duyduğu her türlü bakım için her ne gerekiyorsa yaparlar.	0,625
2. Hekimlerin tıbbi kararları genellikle doğrudur.	0,676
3. Hekimler, son derece dikkatli ve titizdir.	0,694
4. Hangi tedavinin en iyi olduğu konusunda hekimlerin kararları güvenilirlidir.	0,676
5. Bir hekim asla hastası için yanlış ilaç vermez.	0,641
6. Hekimler, hastalara tüm değişik tedavi seçeneklerini söylemek konusunda tamamen dürüsttür.	0,613
7. Hekimler, hastaların hassas tıbbi bilgilerini, konuyla ilgisi olmayan kişilerle paylaşmazlar.	0,603
8. Hekimler, her zaman kendi bilgi ve gayretlerinin en iyisini hastaları için kullanırlar.	0,601
11. Ben hekimime güvenirim ve her zaman onun tavsiyelerini yerine getirmeye çalışırım.	0,556
12. Eğer hekimim bana bir şey söylese, o doğrudur.	0,560
Faktör 2: Etik davranışa güven	
9. Hekimler, hastalarının durumu para ödemeye elvermese bile onlara bakacak kadar iyilikseverlerdir.	0,557
13. Hekimimin kararına güvenirim ve başka bir hekime başvurmam.	0,708
14. Eğer tedavim hakkında bir yanlışlık yapılırsa, hekimimin bana söyleyeceğine güvenirim.	0,759
15. Hekimim, sağlığım için gerekli harcamaları en azda tutmaya özen gösterir.	0,730
16. Hekimim, sağlığımı benim kadar çok önemser.	0,609
17. Eğer tedavimde bir hata yapılırsa, hekimim benden onu gizlemez.	0,730
Faktör 3: Tıbbi bakıma güven	
18. Hekimim, ihtiyaç duyduğunda beni hastaneye yatırır.	0,720
19. Hekimim, sosyal güvencem masrafları karşılamasa da uygun tıbbi kararlar verir.	0,592
20. Hekimim, fiyatı ne olursa olsun zorunlu tıbbi test ve prosedürleri yapar.	0,769
21. Hekimim, bana yüksek kaliteli tıbbi bakımı sunar.	0,540

Kaiser-Meyer-Olkin: 0,941; Bartlett testi: 3813,448; $p < 0,000$.

Tıbbi karara güven boyutunun Cronbach alfası 0,882; etik davranışa güven boyutunun Cronbach alfası 0,854 bulunarak, yüksek seviyede güvenilir ve tıbbi bakıma güven boyutunun Cronbach alfası 0,746 bulunarak oldukça güvenilir olduğu bulunmuştur (Tablo 3).

KATILIMCILARIN BOYUTLARDAN ALDIKLARI PUANLARIN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI

Tıbbi karara güven boyutunda ($t=2,221$; $p=0,027$) en çok zaman geçirilen medya türü açısından (televizyonda geçirilen sürenin daha fazla olmasından kaynaklı) istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur.

ANOVA testi ile yapılan karşılaştırmalarda, eğitim açısından tıbbi karara güven boyutunda ($F=6,948$; $p=0,000$ fark eğitim seviyesi ortaöğretim olanların puanının lise ve ön lisans olanlardan yüksek olmasından kaynaklanmaktadır), tıbbi bakıma güven boyutunda ($F=3,689$; $p=0,006$ fark eğitim seviyesi ortaöğretim olanların puanının ön lisans ve üstü eğitime sahip olanlardan daha yüksek olmasında kaynaklı) ve etik davranışa güven boyutunda ($F=4,053$; $p=0,003$ fark eğitim seviyesi ortaöğretim olanların puanının lisansüstü eğitime sahip olanlardan daha yüksek olmasında kaynaklı) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Diğer değişkenler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

TABLO 3: Boyutların ifade sayıları, ortalamaları, standart sapmaları ve Cronbach alfa değerleri.

Boyutlar	İfade sayıları	\bar{X}	SS	α
Tıbbi karara güven	10	3,540	0,753	0,882
Etik davranışa güven	6	2,828	0,951	0,854
Tıbbi bakıma güven	4	3,606	0,839	0,746

SS: Standart sapma.

MEDYA GEÇİRİLEN SÜRE İLE TIBBİ KARARA, ETİK DAVRANIŞA VE TIBBİ BAKIMA GÜVEN BOYUTLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Televizyonda geçirilen süreyle tıbbi karara güven ($r=0,152$; $p=0,010$) ve tıbbi bakıma güven ($r=0,136$; $p=0,021$); Facebook'ta geçirilen süre ile etik davranışa güven ($r=0,156$; $p=0,026$) arasında pozitif; sahip olunan sosyal medya sayısı ile tıbbi karara güven ($r=-0,130$; $p=0,007$) arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yine yaş ile tıbbi karara güven ($r=0,106$; $p=0,028$) ve tıbbi bakıma güven ($r=0,122$; $p=0,011$) arasında pozitif; eğitim seviyesi ile tüm boyutlar (tıbbi karara güven $r=-0,184$, $p=0,000$; etik davranışa güven $r=-0,131$, $p=0,007$; tıbbi bakıma güven $r=-0,172$, $p=0,000$) arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

TARTIŞMA

Katılımcıların en çok zaman geçirdiği mecranın %86,7 oranıyla internet olduğu, basılı gazetenin ise zaman geçirilen medya türleri arasında yer almadığı görülmektedir. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması'na göre internet kullanım oranının 2020 yılında %79,0 olduğu ve bireylerin %90,7'sinin evlerinden internete erişim imkânlarının olduğu ortaya çıkmıştır.²⁴ Türkiye İstatistik Kurumu Yazılı Medya İstatistikleri'ne göre gazete ve dergi sayısı, 2019 yılında 2018 yılına göre %8,0 azalma göstermiştir. Bireyler, gazete ve dergileri basılı okumak yerine internet ortamında okumayı tercih etmektedirler.²⁵ Katılımcıların en çok zaman geçirdikleri medya türü internettir. Katılımcıların yaklaşık 4,5 saatlerini internette ve 2 saatlerini televizyon başında geçirdikleri görülmektedir. 2020 Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporu da araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Rapora göre Türkiye'de internet kullanıcıları internette 7,5 saat, sosyal medyada ve televizyon başında 3 saat vakit geçirmektedir. Raporun internet kullanımı istatistiklerine bakıldığında mobil telefon kullanımının artış gösterdiği; bilgisayar, tablet ve diğer araçların kullanımında ciddi bir azalış olduğu görülmektedir.²⁶ Türkiye İstatistik Kurumu, Tüketici Fiyat Endeksi raporuna göre Türkiye'de son 1 yılda bilgisayar fiyatları yüzde 80,7 yükselmiştir.²⁷ Akıllı telefonların, telefonun temel amacı iletişim

kurma işlevinin yanında bilgisayar ve tabletin yapabileceği işlevlerin birçoğunun yapabildiği göz önüne alındığında, bireylerin birçok cihaza yatırım yapmaktansa çoğunlukla sadece telefon almayı tercih etmeleri anlamlı görünmektedir. Akıllı telefonların internete girmede en çok tercih edilmesindeki nedenlerden bir diğerinin taşınması ve kullanımın daha rahat olması şeklinde ifade edilebilir. Araştırmanın katılımcılarının büyük bir çoğunluğu (%89,5) da en çok internete girdikleri aracın telefon olduğunu ifade etmektedirler.

Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, toplumun iletişim teknolojilerine ilgisinin artması sosyal medyanın gücünü artırarak, sosyalleşme kavramına yeni bir boyut getirmektedir.²⁸ 2020 Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporu'na göre mobil cihazlarda geçirilen süre ortalama 4 saattir, bu sürenin 3 saati sosyal medyada geçirilmektedir.²⁶ Bireyler giderek sosyal medya kullanımını artırmakta ve gerçekliği, sanal gerçeklik üzerinden yaşamaktadır. Katılımcıların aktif olarak kullandıkları sosyal medya hesaplarının ise sırasıyla WhatsApp, Instagram ve YouTube olduğu görülmektedir. 2020 Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporu'nda en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarının sırasıyla YouTube, Instagram ve WhatsApp olduğu, en çok indirilen uygulamanın ise WhatsApp olduğu ortaya çıkmıştır.²⁶ Bu sonuçlar, çalışmayı büyük ölçüde destekler niteliktedir.

İnternetin, sağlık bilgisi içeren web siteleri, sağlık sunucularının kurumsal web sitelerine erişim, sağlık ürünlerine erişim, sağlık profesyonellerine erişim, çevrim içi sağlık destek gruplarıyla etkileşim imkânı, sağlık sunucuları hakkında bilgi alma imkânları, hastalık araştırma gibi sağlık açısından da yaygın kullanım alanı bulunmaktadır. Bu alanların sürekli erişilebilir olması ve çoğunun ücretsiz olması nedeniyle internet, bireyler için sağlık alanında bir bilgi kaynağına dönüşmektedir.²⁹ Eysenbach ve Kohler, yaptıkları çalışma sonucunda, dünya genelinde internet üzerindeki tüm aramaların yaklaşık %4,5'inin sağlıkla ilgili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.³⁰ 2020 Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporu'nda 16-64 yaş arasındaki mobil kullanıcıların aylık mobil uy-

gulama kullanımlarına göre %28'lik bir kesimin sosyal medyayı sağlık için kullandığı görülmektedir. Katılımcıların sağlıkla ilgili bilgi almak için en çok başvurdukları platformun Google arama motorları ve bloglar olduğu tespit edilmiştir.²⁶ Bloglar sayesinde bireyler, diğer hastaların görüşlerine tek tek değil toplu bir şekilde ulaşabilmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde sağlık araştırmalarında sosyal medyadan daha çok blogların ve Google arama motorlarının yüksek çıkması anlamlı olmaktadır.

Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyini araştıran Tengilimoğlu ve ark., hastaların %44,3'ünün sağlık hizmeti aldıkları kişi veya kurum hakkındaki memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini sosyal medyada paylaştıklarını ifade etmiştir.²¹ Bu durumun, hem olumlu hem olumsuz yönleri bulunmaktadır. Diğer bireylerin, hekim hakkında olumlu görüşlerini ve memnuniyetlerini okuyarak giden bireylerde, hekime karşı daha çabuk güven oluşabilmekte, fakat diğer bireylerin hekim hakkındaki olumsuz görüşlerini ve memnuniyetsizliklerini okumak hekime karşı güveni zedelemekte, ön yargı oluşturabilmekte ve bireyleri başka hekim aramaya yönlendirebilmektedir. Katılımcılar arasında internette hekimini araştırarak giden 187 katılımcıdan 147'sinin memnun; 40'ının memnun olmamasında, bu durumun etkili olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların yaklaşık yarısının, internette hekimleri hakkında araştırma yapmadıkları görülmektedir. Buradan hareketle günümüzde sözel iletişimin yerini korumaya devam ettiği, insanların birbirlerine tavsiyelerinin etkili olduğu söylenebilir. Tengilimoğlu ve ark. tarafından yapılan çalışmada da bireylerin sağlık hizmeti almadan önce hekim/hastane seçiminde sosyal medyanın yanında aile, akraba, arkadaş, komşu gibi gerçek kişilerden bilgi ve tavsiye alındığına dair bulgular da bu çalışmanın sonuçlarını destekler niteliktedir.²¹

İnsanlar günlük faaliyetlerinin yanında çeşitli nedenlerle geleneksel ve yeni medya araçlarıyla vakit geçirmektedir. Bu çalışmada da televizyonda zaman geçiren katılımcılar, internette zaman geçirenlere göre tıbbi karara güven boyutuna daha fazla katılım göstermiştir. Geleneksel medya araçlarından televizyon; sağlık programları ve sağlık haberleri ile topluma sağlık hakkında bilgiler aktarmaktadır. Bireyler, izledikleri programlardan çabuk etkilenebilmekte, ekranda gör-

dükleri kişilere çok çabuk güvenebilmektedir. İnternet üzerinden araştırma yapıldığı zaman çok yanlış bilgilere ulaşma ihtimaliyle beraber daha gerçekçi bilgilere ulaşabilmekte ve ulaşılan bilgiler arasında karşılaştırma yapılabilmektedir. Fakat bu karşılaştırmayı televizyonda yapmak pek fazla mümkün olmamaktadır. Bu durum, televizyonda daha fazla vakit geçiren bireylerin tıbbi karara güvene daha fazla katılım göstermesinin gerekçesi olarak ifade edilebilir.

Tıbbi karara güven, tıbbi bakıma güven ve etik davranışa güven boyutuna eğitim seviyesi ortaöğretim olan katılımcılar daha fazla katılım gösterirken, eğitim seviyesi yükseldikçe boyutlara katılımın azaldığı tespit edilmiştir. Literatürdeki çalışmalar da bu sonucu destekler niteliktedir.^{16,31}

Televizyonda geçirilen süre ile tıbbi karara güven ve tıbbi bakıma güven boyutu arasında pozitif yönlü ilişki görülmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun (RTÜK) 2018 yılında yaptığı televizyon izleme eğilimleri araştırmasına göre haber ve bilgi almak amacıyla televizyon izlemenin yaş grupları arttıkça yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır.³² Hem bu çalışmanın hem de literatürdeki çalışma sonuçlarına göre yaşın artmasıyla hekime güvenin de arttığı görülmektedir.^{31,33} RTÜK'ün çalışmasından hareketle yaş ilerledikçe televizyon izleme oranlarının da arttığı göz önünde bulundurulursa tıbbi karara ve tıbbi bakıma güvenlerinin bu nedenle daha yüksek olduğu yorumu yapılabilir.

Ertong'un yaptığı çalışmada, medya ve güvenin negatif yönde bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Hekimlerin dürüstlüğü ve güvenilirliğinde, hastaların medyadan olumsuz yönde etkilendiği ifade edilmektedir.³⁴ Çalışmamızda, katılımcıların sahip oldukları sosyal medya hesabı sayısı ile tıbbi karara güven boyutu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya hesap sayıları arttıkça, hekimlerin tıbbi kararlarına güvenlerinin düştüğü ifade edilebilir. Ayrıca çalışma sonucuna göre katılımcıların Facebook'ta geçirdikleri süre arttıkça hekimin etik davranışına güveni de artış göstermektedir.

Katılımcıların yaşı ile boyutlar arasındaki ilişkiye bakıldığında; tıbbi karara güven ve tıbbi bakıma güven boyutları ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki görülmekte, etik davranışa güven boyutuyla bir ilişki

görülmemektedir. Literatürde de yaş arttıkça hekime güvenin arttığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır.^{31,33} Karsavuran ve ark. tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların, hekimlerinin son derece dikkatli ve titiz oldukları, hekimlerine güvendikleri ve tavsiyelerini yerine getirdikleri, tedavilerinde yanlışlık yapıldığında hekimlerinin söyleyeceğine, hekimlerinin kararlarına güvendikleri ve başka bir hekime başvurmadıkları, hekimlerinin yüksek kaliteli tıbbi bakım sundukları gibi ifadelerle katılma dereceleri ile yaşları arasında bir ilişki görülmektedir. Elli beş yaş ve üstündeki katılımcıların, hekimlerine güven puanları daha yüksekken, 26-35 yaş arasındaki katılımcıların güven puanları daha düşük bulunmuştur.³¹ Yaşlı bireylerin, diğer bireylere göre daha ağırbaşlı, uyumlu, uysal ve saygılı olmalarından dolayı hekime güvenlerinin daha yüksek olabileceği ifade edilmektedir.²³

Katılımcıların eğitim seviyeleri ile boyutlar arasındaki ilişkiye bakıldığında; 3 boyutla da negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi arttıkça, hekime güvenin düştüğü görülmektedir. Anderson ve Dedrick'in yaptıkları çalışmada, eğitim seviyesi daha düşük olan katılımcıların; Karsavuran ve ark. tarafından yapılan çalışmada, ilkökul seviyesinde yer alan katılımcıların hekime güvenlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.^{31,33} Cirhinlioğlu'na göre eğitim seviyeleri yükseldikçe, hekime güvenin düşmesinin nedenleri arasında eğitim seviyeleri arttıkça hastaların daha fazla şey öğrenmek istemeleri, daha fazla bireysel haklarını aramaları ve daha fazla şeyi sorgulamaları yer alabilir.³⁵

SONUÇ

Medya kullanımı ile hekime duyulan güven arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada, internette geçirilen süre ile hekime güven arasında bir ilişki görülmemiş, katılımcıların televizyonda geçirdikleri süre arttıkça hekimin tıbbi kararına ve sunduğu tıbbi bakıma güven artış göstermiştir. Yine sahip olunan

sosyal medya sayısı arttıkça hekimin tıbbi kararına güven azalmış, Facebook'ta geçirilen süre arttıkça hekimin etik davranışına güven de artmıştır. Katılımcıların yaşı arttıkça, tıbbi karara ve tıbbi bakıma duydukları güven artış göstermiştir. Ayrıca katılımcıların eğitim seviyeleri yükseldikçe hekimin tıbbi kararına, etik davranışına ve tıbbi bakımına güvenleri azalmıştır. Yani genel olarak eğitim seviyesi arttıkça, hekime duyulan güvende azalma görülmüştür. Hekime duyulan güven, hasta bireylerin hekimlerinin tavsiyelerine uymasında ve hasta memnuniyetinin sağlanmasında, özellikle etkili bir hasta-hekim iletişiminin oluşturulmasında önem arz etmektedir. Medyanın hekime duyulan güveni, hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileyebileceği düşünülerek, medyada sunulan programların ve sosyal medya platformlarının bu minvalde denetlenmesi ve hem geleneksel hem de yeni medya araçlarının hekimlere güveni artıracak kamu spotlarıyla zenginleştirilmesi önem arz etmektedir.

Finansal Kaynak

Bu çalışma sırasında, yapılan araştırma konusu ile ilgili doğrudan bağlantısı bulunan herhangi bir ilaç firmasından, tıbbi alet, gereç ve malzeme sağlayan ve/veya üreten bir firma veya herhangi bir ticari firmadan, çalışmanın değerlendirme sürecinde, çalışma ile ilgili verilecek kararı olumsuz etkileyebilecek maddi ve/veya manevi herhangi bir destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması

Bu çalışma ile ilgili olarak yazarların ve/veya aile bireylerinin çıkar çatışması potansiyeli olabilecek bilimsel ve tıbbi komite üyeliği veya üyeleri ile ilişkisi, danışmanlık, bilirkişilik, herhangi bir firmada çalışma durumu, hissedarlık ve benzer durumları yoktur.

Yazar Katkıları

Fikir/Kavram: Ahmet Alkan; **Tasarım:** Ahmet Alkan; **Denetleme/Danışmanlık:** Ahmet Alkan; **Veri Toplama ve/veya İşleme:** Mihriban Güder, Bilge Balcı, Kevser Hüsnâ Özyıldız; **Analiz ve/veya Yorum:** Ahmet Alkan, Mihriban Güder; **Kaynak Taraması:** Kevser Hüsnâ Özyıldız, Bilge Balcı, Mihriban Güder; **Makalenin Yazımı:** Kevser Hüsnâ Özyıldız, Mihriban Güder, Bilge Balcı, Ahmet Alkan; **Eleştirel İnceleme:** Ahmet Alkan.

KAYNAKLAR

- Bülbül AR. Genel Gazetecilik Bilgileri. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayınları; 2000.
- Yurduğül Y, Zinderen İE. Yeni medyada haber dili (Ayşe Paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması) [News language in the new media (a comparison of traditional media and internet communication on the case of Ayşe Paşalı)]. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication. 2012;2(3):81-91. [Crossref]
- Sanlav Ü. Sosyal Medya Savaşları. 1. Baskı. İstanbul: Hayat Yayınları; 2014.
- Babacan EM. Sosyal Medya ve Gençlik. 1. Baskı. İstanbul: Bir Yayıncılık; 2017.
- Bulunmaz B. Yeni medya eski medyaya karşı: Savaşı kim kazandı ya da kim kazanacak? [New media vs. old media: who won the war or who will win?]. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi. 2014;4(7):22-9. [Link]
- Çambay OS. Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: kuramsal bir değerlendirme [New media as a tool of socialization: a theoretical review]. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2015;5(2):237-47. [Crossref]
- Mechanic D. Changing medical organization and the erosion of trust. Milbank Q. 1996;74(2):171-89. [Crossref] [PubMed]
- Oğuz YN. Klinik uygulamada hekim-hasta ilişkisi [Physician-patient relationship in clinical practice]. Türkiye Klinikleri J Med Ethics. 1995;3(2):59-65. [Link]
- Morgan M. The doctor-patient relationship. In: Scambler G, ed. Sociology as Applied to Medicine. 6th ed. London: Saunders Elsevier Limited; 2008. p.55-70. [Link]
- Yağbasan M, Çakar F. Doktor-hasta ilişkisinde dile ve davranışa dayalı iletişimsel sorunları belirlemeye yönelik bir alan araştırması [A field study to determine communicative problems based on language and behavior in the doctor-patient relationship]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2005;15:609-29. [Link]
- Atilla G, Oksay A, Erdem R. Hekim-hasta iletişimi üzerine nitel bir ön çalışma [A qualitative pre-study on the physician-patient communication]. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 2012;43:23-37. [Link]
- Ong LM, de Haes JC, Hoos AM, Lammes FB. Doctor-patient communication: a review of the literature. Soc Sci Med. 1995;40(7):903-18. [Crossref] [PubMed]
- Atıcı E. Hasta-hekim ilişkisini etkileyen unsurlar [Factors affecting patient-physician relationship]. Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi. 2007;33(2):91-6. [Link]
- Hocutt MA. Relationship dissolution model: antecedents of relationship commitment and the likelihood of dissolving a relationship. International Journal of Service Industry Management. 1998;9(2):189-200. [Crossref]
- Gültekin E. Etik açıdan doğru hekim-hasta iletişimi nasıl olmalıdır? [How should be a doctor-patient communication in ethical aspect?]. Türkiye Klinikleri J Med Ethics. 2016;24(3):111-5. [Crossref]
- Gülcemal E, Keklik B. Hastaların hekimlere duydukları güveni etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma: Isparta ili örneği [An investigation on factors affecting the confidence of patients to physicians: a research in Isparta]. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2016;8(14):64-87. [Crossref]
- Demirel SD. Geleneksel Medya'dan Yeni Medya'ya: İletişimin değişen boyutu. Örs F, editör. Medya Etik: Medya-İletişim-Etik 1. Baskı. Bursa: Sentez Yayıncılık; 2016. p.86-90. [Link]
- Bilişli Y. İnternet sağlık haberlerinde tıbbileştirimin inşası: sağlık haber söylemine eleştirel bir bakış [The construction of medicalization in internet health news: a critical view of health news discourse]. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2019;8(4):3608-29. [Crossref]
- Erer S. Kitle iletişim araçları ve tıp etiği [Mass media and medical ethics]. Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi. 2013;3(3):24-8. [Link]
- Tosyalı H, Sütçü C. Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki etkileri [Effects of social media usage on individuals in terms of health communication]. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 2016;3(2):3-22. [Link]
- Tengilimoğlu E, Parıltı N, Yar CE. Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyi: Ankara ili örneği [Social media usage level in the choice of hospital and doctors: Ankara case study]. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2015;17(2):76-96. [Link]
- Langford AT, Roberts T, Gupta J, Orellana KT, Loeb S. Impact of the internet on patient-physician communication. Eur Urol Focus. 2020;6(3):440-4. [Crossref] [PubMed]
- Yılmaz AA. "Hasta - hekim ilişkisinde güven iletişimi" Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi Kadın Hastalıkları ve Doğum Anabilim Dalı Tüp Bebek Ünitesinde bir uygulama [Yüksek Lisans Tezi]. Antalya: Akdeniz Üniversitesi; 2005. Erişim tarihi: 18.1.2021. Erişim linki: [Link]
- Türkiye İstatistik Kurumu. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2020. Erişim tarihi: 12.1.2021. Erişim linki: [Link]
- Türkiye İstatistik Kurumu. Yazılı Medya İstatistikleri, 2019. Erişim tarihi: 12.1.2021. Erişim linki: [Link]
- Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporu. 2020. Erişim linki: Erişim tarihi: 18.1.2021. [Link]
- Türkiye İstatistik Kurumu. Tüketici Fiyat Endeksi, Aralık 2020. Erişim tarihi: 13.1.2021. Erişim linki: [Link]
- Vural ZBA, Bat M. Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma [Social media as a new communication environment: a research on Ege University Faculty of Communication]. Journal of Yaşar University. 2010;20(5):3348-82. [Link]
- Yılmaz E. Türkiye'de hastaların internette tıbbi enformasyon arama davranışlarının doktor-hasta iletişimine etkileri [The impact of patients' medical information seeking behaviours on the internet on doctor-patient communication in Turkey]. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. 2013;93-108. [Link]
- Eysenbach G, Kohler Ch. What is the prevalence of health-related searches on the World Wide Web? Qualitative and quantitative analysis of search engine queries on the internet. AMIA Annu Symp Proc. 2003;2003:225-9. [PubMed] [PMC]
- Karsavuran S, Kaya S, Akturan S. Hasta-hekim iletişiminde güven: bir genel cerrahi polikliniği örneği [Trust in patient-physician communication: a survey in a general surgery polyclinic]. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi. 2011;14(2):185-212. [Link]
- RTÜK. Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2018. Erişim tarihi: 11.1.2021. Erişim linki: [Link]
- Anderson LA, Dedrick RF. Development of the Trust in Physician scale: a measure to assess interpersonal trust in patient-physician relationships. Psychol Rep. 1990;67(3 Pt 2):1091-100. [Crossref] [PubMed]
- Ertong G. Sağlık sisteminde hekim hasta ilişkisi ve güven unsuru [Doktora Tezi]. Ankara: Ankara Üniversitesi; 2011. Erişim tarihi: 18.1.2021. Erişim linki: [Link]
- Cirihlioğlu Z. Sağlık Sosyolojisi. 5. Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık; 2015.