

Türkiye’de İntihar Konusuna Yönelik Dijital Arama Eğilimleri: İnfodemiyojik Bir İnceleme

Digital Search Trends on Suicide in Türkiye: An Infodemiological Study

Ali Ceylan¹, Pınar Çiçekoglu Öztürk¹

¹Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

ÖZ

Amaç: İnfodemiyoji, elektronik ortamdaki bilgi akışını ve bunun belirleyicilerini inceleyen bilim dalı olarak sağlık bilişimi içerisinde önemli bir yer edinmiştir. Dijital veri kaynaklarının analizine dayanan bu yaklaşım, halk sağlığına yönelik eğilimlerin izlenmesi ve sağlık politikalarının şekillendirilmesi açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, intihar konusuna ilişkin internet kullanıcılarının arama davranışlarını inceleyerek Türkiye’deki dijital eğilimleri ortaya koymaktır.

Yöntem: Araştırma, infodemiyojik desen kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Veriler, Temmuz 2025 tarihinde “intihar” anahtar kelimesiyle Google Trends üzerinden toplanmıştır. Tarama kapsamında son beş yıla (Temmuz 2020-Temmuz 2025) ait veriler incelenmiş; ülke olarak Türkiye, kategori olarak “tüm kategoriler” ve arama türü olarak “Google Web Arama” seçenekleri tercih edilmiştir.

Bulgular: Türkiye’de 2020 – 2025 yılları arasında “intihar” anahtar kelimesine yönelik dijital arama ilgisi dalgalı bir seyir izlemiştir. Bu durum, toplumda intihar konusuna yönelik sürekli bir merak, kaygı ya da bilgi ihtiyacının varlığına işaret etmektedir. Arama geçmişini incelendiğinde, kullanıcıların yalnızca “intihar” terimini değil, aynı zamanda bu konuyla ilişkili olarak “ölüm”, “intihar yöntemleri” ve “intihar notu” gibi farklı anahtar kelimelerle de arama yaptığı gözlemlenmiştir. Bu bulgu, kullanıcıların yalnızca intihar kavramına değil, bu kavramın farklı yönlerine örneğin uygulama biçimlerine ve geride bırakılan duygusal içeriklere dair bilgi arayışında olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, intihara ilişkin çevrimiçi arama davranışlarının yalnızca tek bir temada açıklanamayacağı; psikolojik, sosyolojik ve eylemsel bileşenleri kapsayan çok yönlü bir merakı yansıttığı söylenebilir.

Sonuç: Bu çalışma, toplumun intihar konusuna yönelik çevrimiçi bilgi arama eğilimlerini ortaya koymaktadır. Arama davranışlarının bilgi edinme amacı mı yoksa damgalanmadan kaçınma isteğiyle mi gerçekleştiğini belirleyebilmek için nitel verilerle desteklenmiş ileri düzey araştırmalara ihtiyaç vardır. Ayrıca, arama verileri üzerinden ruh sağlığı hizmetlerine erişim, toplumsal farkındalık düzeyi ve medya etkileri gibi faktörlerin değerlendirilmesi, toplum temelli ruh sağlığı politikalarının geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Anahtar sözcükler: İntihar, infodemiyoji, Google Trends

ABSTRACT

Objective: Infodemiology, as a scientific field studying information flow in electronic environments and its factors, has gained significant prominence in health informatics. This approach, which analyzes digital data sources, offers valuable insights for tracking public health trends and informing health policies. The goal of this study is to identify digital trends in Turkey by analyzing internet users’ search behavior related to suicide.

Method: The study was conducted using an infodemiological design. Data were collected in July 2025 with the keyword “suicide” through Google Trends. As part of the screening, data from the past five years (July 2020–July 2025) were analyzed. Türkiye was selected as the country, “all categories” as the category, and “Google Web Search” as the search type.

Results: In Türkiye, interest in digital searches for the keyword “suicide” fluctuated between 2020 and 2025. This pattern indicates a consistent curiosity, concern, or need for information about suicide within society. Examining the search history reveals that users search not only for the term “suicide,” but also for related keywords such as “death,” “suicide methods,” and “suicide note.” This suggests that users are seeking information about various aspects of suicide, including methods and emotional content left behind. Therefore, online search behaviors related to suicide reflect a complex curiosity that involves psychological, sociological, and behavioral factors rather than focusing on a single theme.

Conclusion: This study reveals the online information-seeking trends of society regarding suicide. To determine whether search behavior is driven by a desire for information or by a wish to avoid stigma, advanced research supported by qualitative data is needed. Additionally, evaluating factors such as access to mental health services, levels of societal awareness, and media effects through search data can contribute to the development of community-based mental health policies.

Keywords: Suicide, infodemiology, Google Trends

Giriş

Yüksek hızlı internet, güçlü işlemcili bilgisayarlar, mobil ve giyilebilir teknolojiler ile sosyal medya gibi araçlar, günlük yaşamın hemen her alanına girmiştir. Bireyler, dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri etkileşimler aracılığıyla, yaşamlarını sürdürürken aynı zamanda sürekli olarak kendilerine dair veri üretmekte ve bu verileri paylaşmaktadır (Küçükali 2021). Üretilen bu dijital izler yalnızca bireysel davranışları yansıtmakla kalmamakta, aynı zamanda kolektif davranışsal örüntülerin analizine yönelik önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir

(Zheng ve ark. 2025). Her gün artan sayıda araştırma bu veri ve enformasyonları kullanarak epidemiyolojik bilgi üretmektedir (Park ve ark. 2018).

Günümüzde bireyler, sağlıklarını korumak, geliştirmek ya da bir hastalık hakkında bilgi edinmek için sıklıkla interneti tercih etmektedir (Deniz 2020). Bu durum, sağlık bilişimi araştırmalarında dijital veri kaynaklarının önemini artırmıştır (Zheng ve ark. 2025). Bu bağlamda, ilk kez Eysenbach (2009) tarafından tanımlanan infodemioloji, dijital ortamda bilginin dağılımını ve bunun halk sağlığı üzerindeki etkilerini inceleyen bir bilim dalı olarak öne çıkmaktadır (Eysenbach 2009). Infodemiolojik analizler, bireylerin internet arama eğilimlerini, sosyal medya etkileşimlerini ve diğer dijital izlerini inceleyerek sağlıkla ilişkili davranışları, eğilimleri ve risk faktörlerini dolaylı olarak ortaya koymaktadır (Mavragani ve Ochoa 2019, Onur ve ark. 2024). Bu yaklaşım, özellikle bulaşıcı hastalıklar, ruh sağlığı sorunları ve intihar gibi kritik halk sağlığı konularında, erken uyarı sinyalleri sağlaması bakımından önemlidir (Park ve ark. 2018).

İntihar, günümüzde önemli bir küresel halk sağlığı sorunu olup (DSÖ 2025), kişinin ölümle sonuçlanacağını öngörerek gerçekleştirdiği doğrudan ya da dolaylı bir eylem sonucunda yaşamına son vermesi olarak tanımlanmaktadır (Şevik ve ark. 2012). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) verilerine göre her yıl 720.000'den fazla kişi intihar nedeniyle yaşamını yitirmektedir ve bu durum özellikle genç nüfus için kritik bir tehdit oluşturmaktadır (WHO 2025). Türkiye'de ise 2024 yılında 4.460 kişi intihar etmiş ve kaba intihar hızı 2023'te 4,79 iken 2024'te 5,22'ye yükselmiştir (100.000'de) (TÜİK 2025). İntiharın nedeni tek boyutlu olmayıp; sosyal, kültürel, biyolojik, psikolojik ve çevresel faktörlerin yaşam boyunca etkileşimiyle şekillenmektedir (WHO 2025). Ruhsal bozukluklar, toplumsal eşitsizlikler, ekonomik güçlükler ve travmatik deneyimler, intihar davranışını artıran başlıca risk faktörleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, her tamamlanmış intihar vakası, aslında çok daha fazla sayıda intihar girişiminin varlığına işaret etmekte olup, küresel düzeyde bu oranın yaklaşık 20 kat daha fazla olduğu belirtilmektedir (WHO 2025). Son yıllarda yapılan araştırmalar, bireylerin intiharla ilgili bilgi arayışlarını giderek çevrimiçi platformlara taşıdığını ve bu dijital davranışların toplumsal eğilimlere ilişkin önemli ipuçları sunduğunu göstermektedir (Alptekin ve Duyan 2019, Knipe ve ark. 2021).

Günümüz dijital çağında internet, bireylerin bilgiye ve uzmanlığa anında ulaşmasını mümkün kılarak değerli bir kaynak hâline gelmiştir. Bu noktada Google gibi arama motorları, yalnızca birkaç anahtar kelime aracılığıyla devasa bir bilgi kütüphanesini erişilebilir kılmakta ve kullanıcılara içgörü, yönlendirme ve güven duygusu sağlayabilmektedir (Rapuru ve Vellapandian 2025). Ayrıca Google, yapılan aramalara ilişkin zaman, sıklık ve coğrafi konum gibi verileri görsel ve rapor formatında kullanıcılara paylaşmakta; bu verilerin analiz edilmesine imkân tanıyan Google Trends (GT) ise, söz konusu bilgileri kamuya sunan önemli bir platform olarak öne çıkmaktadır (Sak ve Uslu 2023).

Google aramalarının halka açık bir deposu olan GT, sağlıkla ilgili bilgilerin kullanımındaki değişiklikleri değerlendirmek için popüler ve yaygın olarak kullanılan infodemiolojik araçlar arasında yer almaktadır. Örneğin, toplumların aşılama, HIV, COVID-19, epilepsi, ruh sağlığı ve depresyon konularındaki kamu algısı ve beklentilerindeki değişiklikleri araştırmak için kullanılmıştır (Samaras ve ark. 2012, Jena ve ark. 2013, Lin ve ark. 2020, Sahoo ve Sahoo 2022). GT verileri, ruhsal hastalıklara yönelik eğilimlerin izlenmesinde faydalı bir araç olarak değerlendirilebilmektedir. Yapılan bir araştırmada, platformda yer alan çeşitli ruh sağlığıyla ilişkili terimlerin mevsimsel değişimleri ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bu inceleme sonucunda, ruhsal bozukluklarla ilgili yapılan tüm aramaların belirli bir mevsimsel döngü izlediği ortaya konmuştur (Moccia ve ark. 2016, Sak ve Uslu 2023). Ayrıca, çevrimiçi arama davranışlarının izlenmesinin, sağlık hizmeti planlamasında karar vericilere düşük maliyetli ve etkili bir kaynak sağlayabileceği vurgulanmıştır (Sak ve Uslu 2023). Bu bağlamda, özellikle GT verileri, ruh sağlığı ve intihar davranışları gibi hassas konularda toplumun ilgisini ve farkındalığını izlemek için değerli bir araç sunmaktadır. Geleneksel istatistiksel veriler çoğunlukla gecikmeli olarak yayımlandığından, çevrimiçi arama eğilimleri erken uyarı işareti niteliği taşıyabilir. Bu yönüyle GT, ruh sağlığı alanında riskli eğilimlerin önceden belirlenmesine, önleyici müdahalelerin zamanında planlanmasına ve politika geliştirilmesine katkı sağlayabilecek yenilikçi bir yöntem olarak önem kazanmaktadır (Knipe ve ark. 2021).

Türkiye'de intihar olgusunu sosyodemografik, psikolojik ve epidemiyolojik boyutlarıyla inceleyen çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Alptekin ve Duyan 2019, Yıldırım ve ark. 2024, Tabur ve Sonmez 2024, Han Yekdeş ve ark. 2025). Ancak, intihara ilişkin çevrimiçi arama davranışlarını değerlendiren çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu kapsamda Ekinci ve arkadaşlarının (2023) yaptığı çalışma, ulusal intihar oranları ile Google Trends'den elde edilen intiharla ilgili terimler arasındaki olası ilişkiyi değerlendirmeye odaklanmış olup (Ekinci ve ark. 2023), zamansal, mekânsal ve tematik boyutları bütüncül biçimde ele almamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'de intihar konusuna yönelik dijital arama eğilimlerini zamansal, mekânsal ve tematik boyutlarıyla inceleyerek literatüre özgün bir katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda araştırma, aşağıdaki sorulara yanıt aramayı amaçlamaktadır:

1. Türkiye’de “intihar” konusuna yönelik çevrimiçi arama eğilimleri zamansal olarak belirli dönemlerde artış göstermekte midir?
2. Bu arama eğilimleri, Türkiye’nin farklı bölgeleri arasında mekânsal açıdan farklılık göstermekte midir?
3. “İntihar” ile ilişkili kullanılan arama terimleri nasıl bir dağılım sergilemektedir?
4. Çevrimiçi arama davranışlarından elde edilen bulgular, toplumun intihara ilişkin ilgi ve algı örüntülerini ortaya koyma potansiyeline sahip midir?

Yöntem

Bu araştırma, infodemiolojik yaklaşımla gerçekleştirilmiş olup retrospektif bir araştırma desenine sahiptir. Bu çalışmada açık erişim imkânı sunan ikincil veriler (Google Trends verileri) kullanıldığı için etik kurul onayı ve kurum izni gerekmemektedir.

Veri Toplama Stratejisi

Bu çalışmada veriler, “Google Trends” aracı (<https://trends.google.com/trends/>) kullanılarak Temmuz 2025 tarihinde toplanmıştır. Tarama işlemi sırasında konum olarak Türkiye, zaman aralığı olarak son beş yıl (Temmuz 2020–Temmuz 2025), kategori olarak “tüm kategoriler” ve platform olarak “Google Web Arama” seçilmiştir. Arama terimi olarak yalnızca “intihar” kelimesi kullanılmıştır. Bunun yanı sıra, Google Trends’in “ilgili sorgular” bölümünde “en alakalı” seçeneği işaretlenerek platform tarafından otomatik olarak sunulan kavramlar (“ölüm”, “intihar yöntemleri”, “intihar notu” vb.) da analiz kapsamına dahil edilmiştir. Bu yöntem, manuel seçim yerine algoritmik önerilere dayanması nedeniyle araştırmacı müdahalesine bağlı önyargıyı azaltmayı ve verilerin daha nesnel biçimde elde edilmesini sağlamaktadır.

Veri Analizi

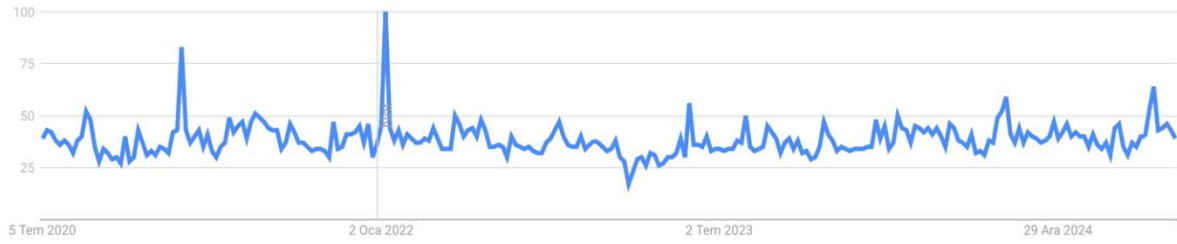
Google Trends verileri, farklı bölgeler ve dönemler arasındaki arama terimi varyasyonlarını karşılaştırmak amacıyla genel arama sayısına göre otomatik olarak normalleştirir. GT, arama hacimlerini 0 ile 100 arasında bir ölçekte sunar; burada 100, ilgili arama teriminin zirve noktasını temsil ederken, 0 değeri ise bu terimle ilgili aramanın hiç yapılmadığı anlamına gelmez, sadece yeterli veri bulunmadığını gösterir (Deyirmenci 2020, Hoşgör ve Hoşgör 2024). Normalizasyon süreci, belirli bir anahtar kelimeye yapılan arama sayısının, aynı dönemde Google’da gerçekleşen toplam arama sayısına oranlanması esasına dayanır. Bu nedenle, yüksek bir değer, mutlak arama sayısının yüksek olduğu anlamına değil, tüm sorgulara göre daha yüksek oranda arama yapıldığını gösterir (Yaşa 2024).

Çalışmada tüm veri analizleri ve grafik oluşturma işlemleri Microsoft Excel programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Google Trends (GT) verileri, bu araştırma kapsamında aşağıdaki üç temel başlık altında sınıflandırılarak değerlendirilmiştir:

1. Zamansal Eğilimler: GT, arama terimlerine ilişkin zamana dayalı değişimleri, haftalık periyotlar halinde sunmaktadır (Yaşa 2024). Bu başlık altında, “intihar” anahtar kelimesine yönelik arama ilgisinin yıllar içerisindeki dalgalanmaları incelenmiştir. Elde edilen veriler, belirli dönemlerdeki artış ya da azalışları ortaya koyarak, zaman içinde oluşan dijital eğilimleri yansıtmaktadır.
2. Konumsal Eğilimler: GT, hem küresel hem de ülke bazında bölgesel arama yoğunluklarını göstermektedir (Yaşa 2024). Bu çalışmada yalnızca Türkiye’ye ait veriler dikkate alınmış; “intihar” terimine yönelik çevrimiçi ilginin ülke genelinde hangi şehirlerde daha yoğunlaştığı analiz edilmiştir. Bu veriler, coğrafi dağılım açısından arama ilgisinin mekânsal örüntülerini ortaya koymaktadır.
3. Bilgi Arama Eğilimleri: GT, kullanıcıların belirli bir terimle birlikte en çok hangi konuları ya da anahtar kelimeleri aradığını, ilgili sorguların popülerlik ve artış oranlarına göre sınıflandırarak sunmaktadır (Yaşa 2024). Bu çalışmada, “intihar” terimini arayan kullanıcıların aynı zamanda ilgilendiği diğer kavramlar incelenmiş ve bu analizde sıralama ölçütü olarak “alaka düzeyi” dikkate alınmıştır. Böylece, intihara yönelik dijital bilgi arayışının tematik çeşitliliği değerlendirilmiştir.

Bulgular

Temmuz 2020-Temmuz 2025 tarihleri arasında Türkiye’de “intihar” terimiyle ilgili Google arama ilgisinin zaman içerisindeki değişimi Şekil 1’de gösterilmiş ve arama ilgisi puanlarına ilişkin istatistikler Tablo 1’de sunulmuştur.



Şekil 1: İntihar terimi zamansal eğilimi

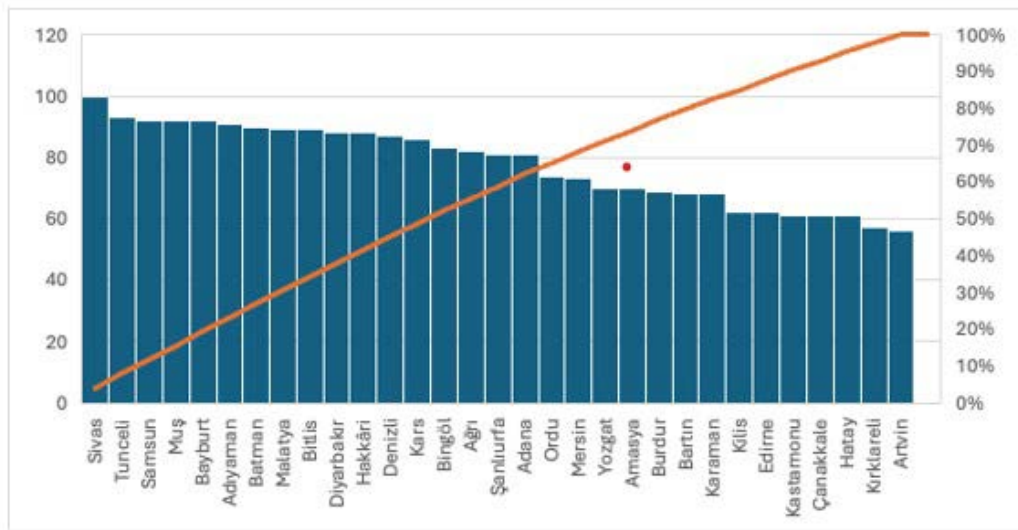
Tablo 1. Google Trends arama ilgisi puanları istatistikleri

Anahtar Kelime	Ortalama±SD	Min.	Maks.	Zirve tarih	Dip tarih
İntihar	35,5±7,43	16	100	09.01.2022	05.02.2023

SD: Standart Sapma; Min.: Minimum; Maks.: Maksimum.

Beş yıllık süreçte, Google Trends verilerine göre Türkiye’de “intihar” anahtar kelimesine yönelik dijital arama ilgisinin dalgalı ancak kesintisiz bir seyir izlediği görülmektedir (Şekil 1). Arama ilgisi genellikle 25 ile 50 puan aralığında yoğunlaşmış olup, ortalaması 35,5±7,43’tür (min.=16; maks.=100). Bu süreçte dönemsel artışlar ve azalışlar dikkati çekmektedir. En yüksek arama ilgisi 9 Ocak 2022 tarihinde kaydedilmiş (100 puan), en düşük arama ilgisi ise 5 Şubat 2023’te görülmüştür (16 puan) (Tablo 1).

Google Trends’de “intihar” terimine yönelik aramaların konumsal dağılımı Şekil 2’de gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, iller arasındaki arama yoğunlukları benzerlik gösterse de bazı bölgelerde görece olarak daha yüksek düzeyde arama ilgisi gözlemlenmiştir. Sivas, Tunceli, Samsun, Muş ve Bayburt, bu terime yönelik en yüksek arama puanlarına sahip iller olarak öne çıkmıştır.



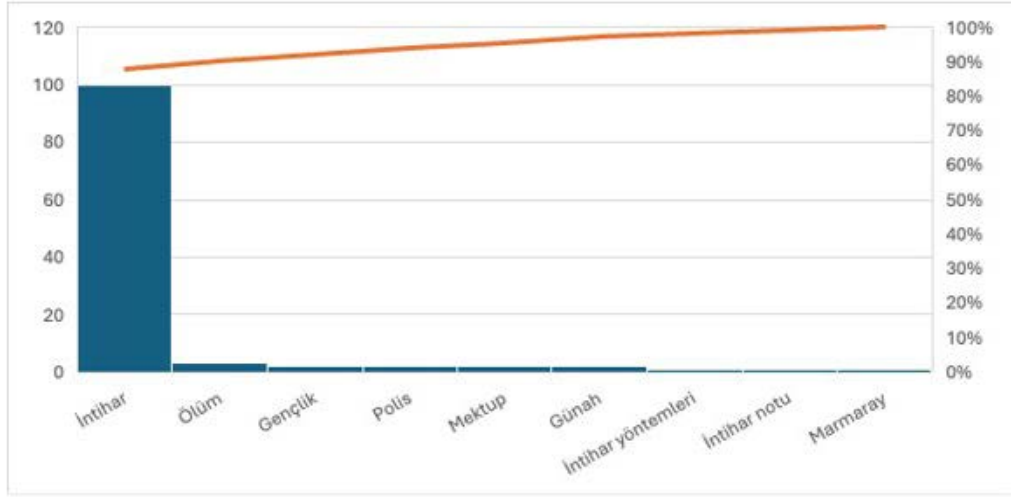
Şekil 2. İntihar terimi konumsal eğilimi.

Google Trends verilerine göre, Türkiye’de Temmuz 2020-Temmuz 2025 tarihleri arasında yapılan “intihar” aramalarıyla birlikte en çok ilişkilendirilen diğer konular da analiz edilmiştir. Bu veriler, kullanıcıların intihar konusunu ararken hangi başlıklara yöneldiğini göstermektedir (Şekil 3).

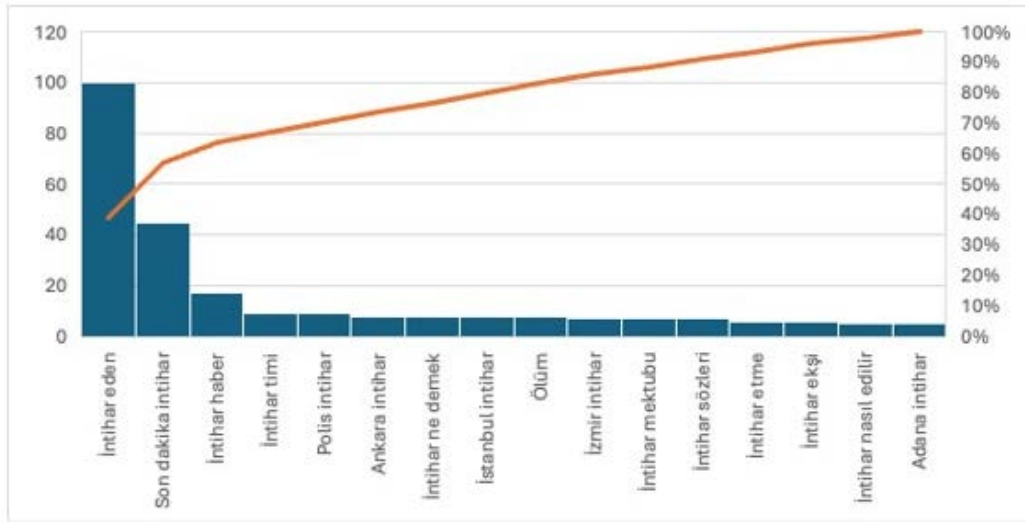
Şekil 3, dijital ilginin büyük ölçüde “intihar” anahtar kelimesi etrafında yoğunlaştığını; buna karşılık detaylı, spesifik veya bağlamsal terimlerin çok daha düşük düzeyde arandığını göstermektedir. “İntihar” kavramıyla ilişkili olarak daha düşük sıklıkta aranan diğer terimler arasında sırasıyla “ölüm”, “gençlik”, “polis”, “mektup”, “günah”, “intihar yöntemleri”, “intihar notu” gibi başlıklar öne çıkmaktadır.

Google Trends verileri kapsamında Temmuz 2020-Temmuz 2025 tarihleri arasında Türkiye’de “intihar” anahtar kelimesiyle birlikte yapılan kullanıcı sorguları incelendiğinde, aramaların yalnızca “intihar” ifadesiyle sınırlı

kalmadığı görülmüştür (Şekil 4). Grafikte yer alan sorgular arasında “İntihar eden”, “Son dakika intihar” ve “İntihar haber” gibi genel bilgilendirme amaçlı ifadelerin yanı sıra; “İntihar treni”, “Polis intihar”, “Ankara intihar”, “İstanbul intihar”, “İzmir intihar” ve “Adana intihar” gibi coğrafi ve olay odaklı ifadeler de öne çıkmaktadır (Şekil 4).



Şekil 3: İntihar terimi ile ilişkili diğer konular



Şekil 4: İntihar terimine ilişkin bilgi arama eğilimi

Tartışma

Bu çalışmanın bulguları, Türkiye’de intihar kavramına yönelik çevrimiçi arama ilgisinin beş yıllık süreçte dalgalı bir seyir izlediğini göstermektedir. Bu durum, ilk araştırma sorusu olan “Türkiye’de intihar konusuna yönelik çevrimiçi arama eğilimleri zamansal olarak belirli dönemlerde artış göstermekte midir?” sorusuna doğrudan yanıt oluşturmaktadır. Zaman zaman gözlenen ani artış ve azalışlar, literatürde toplumsal olaylar, medya yansımaları veya büyük ölçekli felaketlerle ilişkilendirilen eğilimlerle örtüşmektedir (Halford ve ark. 2020, Hung ve ark. 2024). Bununla birlikte, Google Trends verilerinin yalnızca arama ilgisini yansıttığı, nedensellik göstermediği göz önünde bulundurulmalıdır (Tran ve ark. 2017). Bu nedenle, elde edilen sonuçlar intihar davranışlarının doğrudan belirleyicisi olarak değil, halk sağlığı izlemi ve ruh sağlığı alanında erken uyarı mekanizmaları için potansiyel bir gösterge olarak değerlendirilmelidir (Ginsberg ve ark. 2009, Kristoufek ve ark. 2016).

Pandemi süreci, dijital arama eğilimlerindeki değişimlere ilişkin bulgulara dikkat çekici bir örnek sunmaktadır. Özellikle 2020 yılının ikinci yarısından itibaren “intihar” terimine yönelik dijital arama ilgisinde belirgin bir artış gözlenmiştir. Bu artış, COVID-19 pandemisi ile açıklanabilir. Pandemi sürecinde yalnızlık hissinin artması,

ekonomik belirsizlikler, sosyal izolasyon ve yas gibi faktörler, bireylerin ruhsal iyi oluşunu olumsuz etkilemiştir. Hung ve arkadaşları (2024) tarafından Tayvan’da yürütülen bir çalışmada, COVID-19’un ilk yılında yalnızlık düzeylerinin yükseldiği ve bunun intihar riskiyle anlamlı şekilde ilişkili olduğu ortaya konmuştur. Benzer şekilde Hoerger ve arkadaşları (2020), özellikle sosyal destekten yoksun bireylerin psikososyal zorluklarla baş etmekte zorlandığını vurgulamaktadır. Bu bulgular, Halford ve arkadaşları (2020)’nin pandemi döneminde ABD’de artan intihar risk faktörlerini ve bilgi arayışlarını gözlemlediği sonuçlarla da örtüşmektedir. Dolayısıyla, pandemiler yalnızca biyolojik bir sağlık sorunu (yani virüsün yayılması, bedensel hastalık ve ölüm) değil; aynı zamanda sosyal ve ekonomik boyutları olan, ruh sağlığı üzerinde yoğun baskı oluşturan toplumsal krizlerdir (Ahmed 2024).

Araştırma bulguları, ikinci araştırma sorusu olan “Bu arama eğilimleri, Türkiye’nin farklı bölgeleri arasında mekânsal açıdan farklılık göstermekte midir?” sorusuna da yanıt sağlamaktadır. Veriler, arama ilgisinin en yoğun olduğu illerin Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde toplandığını göstermektedir (örn. Sivas, Tunceli, Muş, Bayburt). Bu iller göç, yoksulluk, istihdam sorunları ve genç nüfusta umutsuzluk gibi sosyoekonomik zorluklarla uzun süredir mücadele etmektedir (UNDP 2022). Marmara ve Ege gibi görece gelişmiş bölgelerden yalnızca birkaç ilin üst sıralarda yer alması ise dikkat çekicidir. Bu bulgu, dijital arama eğilimlerinin yalnızca bireysel meraktan ibaret olmayıp aynı zamanda bölgesel ruh sağlığı yükünü ve sosyal kırılma noktaları yansıttığını göstermektedir (Alptekin ve Duyan 2019, Erdem ve ark. 2024, Tabur ve Sonmez 2024, Han Yekdeş ve ark. 2025).

Araştırma bulguları, kullanıcıların yalnızca “intihar” terimini değil; “ölüm”, “intihar yöntemleri”, “intihar notu”, “gençlik”, “polis” ve “günah” gibi çok boyutlu kavramları da aradığını ortaya koymuştur. Bu bulgu, araştırma sorularından üçüncüsünü karşılamakta olup, söz konusu çeşitlilik intihar olgusuna yönelik dijital ilginin dini, etik, toplumsal ve planlı intihar davranışı boyutlarını da kapsadığını göstermektedir (Bragazzi 2013, Tana ve ark. 2018). Özellikle “intihar yöntemleri” ve “intihar notu” gibi hassas terimlerin aranması, intihar riski taşıyan bireylerin çevrimiçi ortamlarda yardım çağrısı niteliğinde dijital izler bırakabileceğine işaret etmektedir (McCarthy 2010, Mavragani ve Ochoa 2019). Ayrıca, “Marmaray” ve “polis intihar” gibi olay veya mekân odaklı aramaların medyada geniş yankı uyandıran vakalarla eş zamanlı olması, çevrimiçi aramaların medya etkisiyle şekillendiğini göstermektedir (Çetin 2023, Cumhuriyet 2025). Bu bulgular, intihar haberlerinin sunumunda dikkatli olunması gerektiğini vurgulayan Sisask ve Värnik (2012) ve Lazer ve arkadaşları (2014)’nin sonuçlarıyla uyumludur.

Elde edilen sonuçlar, araştırma sorularından dördüncüsünü karşılamakta ve çevrimiçi arama davranışlarının toplumun intihara ilişkin ilgi ve algı örüntülerini ortaya koyma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bulgular, intihar konusuna yönelik çevrimiçi ilgide sürekliliğin hiçbir zaman sıfıra düşmediğini ortaya koymakta; bu da intihar olgusunun dijital ortamda sürekli bir toplumsal ruh sağlığı göstergesi haline geldiğine işaret etmektedir (Barros ve ark. 2019, Lee 2020). Özellikle kriz dönemlerinde veya medya yansımalarının yoğun olduğu zamanlarda artış gösteren aramalar, toplumsal kaygı ve merak örüntülerini dolaylı biçimde yansıtmaktadır.

Bu çalışma, Türkiye’de intihar konusuna yönelik çevrimiçi arama eğilimlerinin zamansal, mekânsal ve kavramsal olarak çeşitlilik gösterdiğini ve toplumun intihara ilişkin dijital ilgisinin çok boyutlu bir yansımasını ortaya koymaktadır. Bulgular, dijital arama verilerinin halk sağlığı izlemi ve erken uyarı sistemlerinde tamamlayıcı bir gösterge olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir. Google Trends verilerinin nedensellik kurmak için tek başına yeterli olmadığı, ancak resmi istatistikler geciktğinde halk sağlığı izlemi için tamamlayıcı bir gösterge olarak değerlendirilebileceği unutulmamalıdır (Ginsberg ve ark. 2009, Kristoufek ve ark. 2016, Tran ve ark. 2017).

Gelecek araştırmalarda, zaman serisi analizi, coğrafi bilgi sistemleri tabanlı mekânsal analizler, verilerin yapay zekâ tabanlı erken uyarı modellerine entegrasyonu ve karma yöntemler kullanılabilir. Bu yöntemlerle, çevrimiçi arama eğilimlerinin resmi istatistikler, klinik veriler ve sosyoekonomik göstergelerle bütünleştirilmesi, kriz dönemleri ve medyanın etkisi altında ortaya çıkan arama davranışlarının ayrıntılı incelenmesi, ayrıca farklı demografik ve bölgesel gruplarda gözlenen davranış örüntülerinin analiz edilmesi önerilmektedir.

Bu araştırma, infodemiolojik desenle yürütülmüş bir çalışma olması nedeniyle bazı sınırlılıklar içermektedir. En temel sınırlılık, çalışmanın yalnızca Türkiye sınırları içindeki arama eğilimlerini kapsaması ve aramaları gerçekleştiren bireylerin yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, herhangi bir ruhsal hastalık tanısı alıp almadığı ya da daha önce intihar girişiminde bulunup bulunmadığı gibi demografik ve klinik özelliklerinin bilinmemesidir. Bu nedenle veriler, yalnızca toplumsal düzeyde dijital eğilimleri yansıtmakta; bireysel özelliklere dair çıkarımlarda bulunulmasına imkân vermemektedir. Ayrıca, her ne kadar Google en yaygın kullanılan arama motoru olsa da diğer platformlarda (örneğin Bing, Yahoo gibi) gerçekleştirilen sorgulara erişilememesi, çalışmanın genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Bu durum, arama hacmi ve eğilimlerinin grafiksel analizinde

sapmalara yol açabileceği gibi, dijital ilginin kapsamını da daraltabilir. Bunun yanı sıra, bu çalışmada kullanılan analizler betimsel düzeyde kalmış; dalgalanmaların istatistiksel anlamlılığı ya da arama eğilimleri ile intihar oranları arasındaki korelasyon test edilmemiştir. Dolayısıyla, verilerden doğrudan nedensel çıkarımlar yapılması mümkün değildir. İnternetteki arama hacimleri ile gerçek intihar davranışları arasındaki ilişkinin her zaman doğrusal olmayabileceği göz önünde bulundurulmalı; bu nedenle Google Trends verileri yalnızca toplumsal ilgi ve farkındalığın dolaylı bir göstergesi olarak değerlendirilmelidir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, resmi istatistiklerle karşılaştırmalı zaman serisi ve korelasyon analizlerinin yapılması bu sınırlılığı aşmaya katkı sağlayacaktır.

Bu çerçevede, intihar davranışlarını doğrudan ölçemeyen arama verileri, özellikle resmi istatistiklerin geciktiği durumlarda, toplumsal ruhsal kırılma düzeylerini tahmin etmek için alternatif ve tamamlayıcı bir gösterge aracı olarak kullanılabilir (Ginsberg ve ark. 2009, Kristoufek ve ark. 2016). Ancak, Tran ve arkadaşlarının (2017) vurguladığı gibi, bu tür verilerin analizinde kültürel bağlam ve metodolojik sınırlılıklar mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (Tran ve ark. 2017).

Sonuç

Bu çalışmada elde edilen bulgular, Türkiye’de “intihar” terimine yönelik çevrimiçi aramaların son beş yıllık dönemde (Temmuz 2020- Temmuz 2025) dalgalı fakat süreklilik gösteren bir dijital farkındalığı yansıttığını ortaya koymaktadır. Google Trends verileri doğrultusunda ulaşılan bu sonuç, literatürdeki önceki araştırmalarla paralellik göstermektedir (Yang ve ark. 2011, Kristoufek ve ark. 2016, Barros ve ark. 2019, Lee 2020). COVID-19 pandemi sürecinin, depremler gibi büyük felaketlerin, mevsimsel değişimlerin, medyada yankı uyandıran olaylarının ve toplumsal ilgede yaşanan değişimlerin, ayrıca kullanıcıların yaşadığı bölge, psikososyal durum, dini inanç ve etik değerler gibi faktörlerin dijital arama davranışlarını etkilediğini göstermektedir (Brownstein ve ark. 2009, Ayers ve ark. 2013, Aslan 2023).

Dijital arama yoğunluğunun yerel düzeyde farklılık göstermesi, bölgesel ve hedefe yönelik müdahale stratejilerinin gerekliliğine işaret etmektedir. Bu kapsamda, sosyoekonomik açıdan dezavantajlı bölgelerde ruh sağlığı hizmetlerinin erişilebilirliği artırılmalı; mobil psikolojik destek ekipleri, çevrimiçi danışmanlık hizmetleri ve intihar önleme hatları gibi araçlarla müdahale kapasitesi güçlendirilmelidir. Özellikle genç nüfusun yoğunlukta olduğu bölgelerde; ilkokuldan lise düzeyine kadar psikolojik dayanıklılık, stres ve kriz yönetimi eğitimleri verilmeli, gençlerin sık kullandığı sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları üzerinde intihar riskini fark eden yapay zekâ tabanlı uyarı sistemleri kurulmalı, arama sırasında online psikolojik destek hatları veya e-danışmanlık bağlantıları otomatik olarak sunulmalı, okullarda ve üniversitelerde akran destek grupları oluşturularak gençlerin güvenli ortamda deneyim paylaşımı yapmaları sağlanmalı, gençlerin takip ettiği dijital platformlarda intihar önleme, ruh sağlığı farkındalığı ve yardım kaynakları hakkında bilgilendirici içerikler paylaşılması önerilmektedir. Ayrıca bu çalışma, Google Trends gibi dijital veri kaynaklarının, intihar eğilimlerini ve toplumsal ruh sağlığına ilişkin göstergeleri anlamada potansiyel bir izleme aracı olarak kullanılabileceğini ortaya koymuştur. Bu doğrultuda, çevrimiçi arama davranışlarının halk sağlığı izlem sistemlerine entegre edilmesi önerilmektedir. Özellikle intihar, depresyon ve anksiyete gibi yüksek riskli temalara yönelik dijital arama hacmindeki ani artışlar, sağlık otoriteleri tarafından erken uyarı sinyali olarak değerlendirilerek, bu dönemlerde psikososyal destek hizmetlerinin artırılması sağlanmalıdır.

İntiharla ilişkili olarak sıkça aranan “intihar yöntemleri”, “intihar notu” ve “ölüm” gibi hassas terimler dikkate alındığında, dijital platformların içerik filtreleme ve yönlendirme sistemleri yeniden gözden geçirilmelidir. Bu tür aramalar sırasında kullanıcıları doğrudan psikolojik destek ve yardım kaynaklarına yönlendirecek algoritmaların geliştirilmesi, halk sağlığı açısından önemli bir müdahale fırsatı sunmaktadır. Bu bağlamda, arama motorları ve sosyal medya platformları ile kamu kurumları arasında iş birliğini sağlayacak protokollerin oluşturulması önerilebilir. Arama davranışları üzerinde medya etkisinin belirleyici rolü göz önünde bulundurularak, medya kuruluşlarına yönelik etik yayın ilkelerinin güncellenmesi de önem taşımaktadır. İntihar haberlerinin sansasyonel değil, bilinçli ve önleyici mesajlar içerecek şekilde sunulması hem kamuoyunda farkındalığı artırabilir hem de olası tetikleyici etkilerin önüne geçebilir.

Sonuç olarak, Türkiye’de intihar davranışları ve çevrimiçi bilgi arama eğilimlerine ilişkin daha fazla disiplinler arası araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlık bilimleri, psikoloji, sosyoloji ve veri bilimi gibi alanların iş birliğiyle yürütülecek çalışmalar, dijital epidemiyoloji alanında daha sağlam ve uygulanabilir göstergeler üretilmesini sağlayacaktır. Ayrıca, bireylerin çevrimiçi arama davranışlarının ardındaki motivasyonları daha derinlemesine anlamak amacıyla, nitel görüşmelerle desteklenen karma araştırma desenlerinin kullanılması önerilmektedir.

Kaynaklar

- Ahmed Z (2024) Loneliness and suicidal behaviors: A fresh mental health concern in post COVID-19 pandemic period. In: Determinants of Loneliness (Ed. Z Ahmed):9. London, Intech Open.
- Alptekin K, Duyan V (2019) What was the distribution of suicide rates by socio-demographic factors between 2007 and 2016 in Turkey? *Journal of Psychiatric Nursing*, 10:270-276.
- Aslan A (2023) Afetler ve göç: Kahramanmaraş depremleri. *İzmir Katip Çelebi Üniv Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 8:787-789.
- Ayers JW, Althouse BM, Allem JP, Rosenquist JN, Ford DE (2013) Seasonality in seeking mental health information. *Am J Prev Med*, 44:520-525.
- Barros JM, Melia R, Francis K, Bogue J, O'Sullivan M, Young K et al. (2019) The validity of Google Trends search volumes for behavioral forecasting of national suicide rates in Ireland. *Int J Environ Res Public Health*, 16:3201.
- Bragazzi NL (2013) Infodemiology and infoveillance of multiple sclerosis in Italy. *Mult Scler Int*, 2013:924029.
- Brownstein JS, Freifeld CC, Madoff LC (2009) Digital disease detection-harnessing the web for public health surveillance. *N Engl J Med*, 360:2153-2157.
- Cumhuriyet (2025) Marmaray'da intihar! Açıklama geldi. <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/marmaray-da-intihar-aciklama-geldi-2411747> (Accessed 04.08.2025).
- Çetin B (2023) Werther etkisi yaklaşımı ve Türkiye'de intihar haberlerinin dijital gazetecilik bağlamında değerlendirilmesi. *Turkish Studies Social Sciences*, 18:393-416.
- Deniz S (2020) Bireylerin e-sağlık okuryazarlığı ve siberkondri düzeylerinin incelenmesi. *İnsan ve İnsan*, 7:84-96.
- Deyirmenci B (2020) Pazarlama harcamaları ile Google Trends hacmi arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi: Turkcell örneği (Doktora tezi). İstanbul, İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Ekinci O, Gencay FB, Koyuncu AN, Soy FN, Çetin O, Yüce F et al. (2023) Assessment of the relationship between Google Trends search data and national suicide rates in Türkiye. *Annals of Medical Research*, 30:767-773.
- Erdem M, Kesgin B, Zengin O (2024) İntihar riski olan bireylerde varoluşsal analiz ve logoterapinin etkililiği. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 35:445-465.
- Eysenbach G (2009) Infodemiology and infoveillance: Framework for an emerging set of public health informatics methods to analyze search, communication and publication behavior on the internet. *J Med Internet Res*, 11:e11.
- Ginsberg J, Mohebbi MH, Patel RS, Brammer L, Smolinski MS, Brilliant L (2009) Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*, 457:1012-1014.
- Halford EA, Lake AM, Gould MS (2020) Google searches for suicide and suicide risk factors in the early stages of the COVID-19 pandemic. *PLoS One*, 15:e0236777.
- Han Yekdeş D, Çağlayan M, Yekdeş AC, Takir Stewart S, Selçuk EG, Çelikkalp U et al. (2025) Trends and socio-demographic determinants of suicide-related mortality in Türkiye: An epidemiological study from 2009 to 2022. *Int J Soc Psychiatry*, 71:188-198.
- Hoerger M, Alonzi S, Perry LM, Voss HM, Easwar S, Gerhart JI (2020) Impact of the COVID-19 pandemic on mental health: Real-time surveillance using Google Trends. *Psychol Trauma*, 12:567-568.
- Hoşgör HK, Hoşgör DG (2024) Sağlık alanında Google trendler analizinin kullanıldığı araştırmalar üzerine bir inceleme. *Journal of Academic Value Studies*, 10:72-90.
- Hung WC, Wu CY, Lee MB, Chan CT, Chen CY (2024) Loneliness and suicide risks in the general population before and during first year COVID 19 in Taiwan. *J Formos Med Assoc*, 123:510-516.
- Jena AB, Karaca-Mandic P, Weaver L, Seabury SA (2013) Predicting new diagnoses of HIV infection using internet search engine data. *Clin Infect Dis*, 56:1352-1353.
- Kim K, Kim J, Jung S, Kim HW, Kim HS, Son E et al. (2025) Global prevalence of seasonal affective disorder by latitude: A systematic review and meta-analysis. *J Affect Disord*, 390:119807.
- Knipe D, Gunnell D, Evans H, John A, Fancourt D (2021) Is Google Trends a useful tool for tracking mental and social distress during a public health emergency? a time-series analysis. *J Affect Disord*, 294:737-744.
- Kristoufek L, Moat HS, Preis T (2016) Estimating suicide occurrence statistics using Google Trends. *EPJ Data Sci*, 5:32.
- Küçükali H (2021) İnfodemioloji, dijital epidemioloji ve teleepidemioloji. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü*, 59:40-41.
- Lazer D, Kennedy R, King G, Vespignani A (2014) The parable of Google flu: Traps in big data analysis. *Science*, 343:1203-1205.
- Lee JY (2020) Search trends preceding increases in suicide: A cross-correlation study of monthly Google search volume and suicide rate using transfer function models. *J Affect Disord*, 262:155-164.
- Lin YH, Chiang TW, Lin YL (2020) Increased internet searches for insomnia as a sensitive indicator for global mental health during the COVID-19 pandemic: Multinational longitudinal study. *J Med Internet Res*, 22:e22181.
- Mavragani A, Ochoa G (2019) Google Trends in infodemiology and infoveillance: Methodology framework. *JMIR Public Health Surveill*, 5:e13439.
- McCarthy MJ (2010) Internet monitoring of suicide risk in the population. *J Affect Disord*, 122:277-279.

- Moccia M, Palladino R, Falco A, Saccà F (2016) Google Trends: New evidence for seasonality of multiple sclerosis. *J Neurol Neurosurg Psychiatry*, 87:1028-1029.
- Onur B, Demirtaş HB, Gülmez A (2024) Sağlık trendlerinin belirlenmesinde dijital platformlardan elde edilen verilerin rolü. *Journal of Medical Sciences*, 5:178-179.
- Park HA, Jung H, On J, Park SK, Kang H (2018) Digital intervention to recognise and manage early warning signs of relapse in schizophrenia (EMPOWER). *Healthc Inform Res*, 24:253-262.
- Rapuru R, Vellapandian C (2025) Exploring infodemiology: Unraveling the intricate relationships among stress, headaches, migraines, and suicide through Google Trends analysis. *Front Big Data*, 7:1365417.
- Sahoo S, Sahoo S (2022) An infodemiological study of worldwide Google search volumes for major depressive disorder and persistent depressive disorder. *J Affect Disord Rep*, 7:100277.
- Sak FG, Uslu E (2023) Google trend verileri kapsamında infodemiyojik bir çalışma: Şizofreniye ilişkin bilgi arama eğilimi. *Abant Sağlık Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 3:23-31.
- Samaras L, García-Barriocanal E, Sicilia MA (2012) Syndromic surveillance models using web data: The case of scarlet fever in the UK. *Inform Health Soc Care*, 37:106-124.
- Sisask M, Värnik A (2012) Media roles in suicide prevention: A systematic review. *Int J Environ Res Public Health*, 9:123-138.
- Soreni N, Cameron DH, Streiner DL, Rowa K, McCabe RE (2019) Seasonality patterns of Internet searches on mental health: Exploratory infodemiology study. *JMIR Ment Health*, 6:e12974.
- Şevik AE, Özcan H, Uysal E (2012) İntihar girişimlerinin incelenmesi: Risk faktörleri ve takip. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 15:218-225.
- Tabur A, Sönmez FT (2024) Turkish suicide patterns: Longitudinal analysis of suicide trends in Türkiye (2000-2022). *Medicine Science*, 13:911-920.
- Tana JC, Kettunen J, Eirola E, Paakkonen H (2018) Diurnal variations of depression-related health information seeking: Case study in Finland using Google Trends data. *JMIR Ment Health*, 5:e43.
- Tran US, Andel R, Niederkrotenthaler T, Till B, Ajdacic-Gross V, Voracek M et al. (2017) Low validity of Google Trends for behavioral forecasting of national suicide rates. *PLoS One*, 12:e0183149
- TÜİK (2025) Türkiye İstatistik Kurumu intihar istatistikleri. <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=intihar&dil=1> (Accessed 02.10.2025).
- UNDP (2022) Human Development Report 2022: Uncertain Times, Unsettled Lives-Shaping Our Future in a Transforming World. New York, United Nations Development Programme.
- WHO (2025) Suicide Worldwide in 2025: Global Health Estimates. Geneva, World Health Organization.
- Yang AC, Tsai SJ, Huang NE, Peng CK (2011) Association of internet search trends with suicide death in Taipei City, Taiwan, 2004-2009. *J Affect Disord*, 132:179-184.
- Yaşa H (2024) İnternet haber siteleriyle ilişkili kullanıcı arama sorgularının keşfi: Google Trends. *Ordu Univ Sosyal Bil Enst Sosyal Bil Arastirmalari Derg*, 14:1386-1403.
- Yıldırım MS, Akçan R, Gül NNA (2024) University student suicides in Türkiye: Insights from two decades of media reports. *Health Sciences Quarterly*, 4:305-315.
- Zheng X, Wang Z, Guo J, Xu Z, Zhang Z (2025) Diverse behavior clustering of students on campus with macroscopic multi-source digital data. *Sci Rep*, 15:15763.

Yazarların Katkıları: Çalışmaya önemli bir bilimsel katkı sağlandığı ve makalenin hazırlanmasında veya gözden geçirilmesinde yardımcı olunduğu tüm yazar(lar) tarafından beyan edilmiştir.

Danışman Değerlendirmesi: Dış bağımsız

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Finansal Destek: Bu çalışma için finansal destek alındığı beyan edilmemiştir.

Authors Contributions: The author(s) have declared that they have made a significant scientific contribution to the study and have assisted in the preparation or revision of the manuscript

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: No conflict of interest was declared.

Financial Disclosure: No financial support was declared for this study.