

**SAĞLIK KURULUŞLARINDA
HALKLA İLİŞKİLER
FAALİYETLERİ**



TANIMA


- ✓ Sağlık kuruluşlarında, halkla ilişkiler uygulamalarının ikinci evresini **tanıma çalışmaları** oluşturmakta
- ✓ Halkla ilişkilerin tanıma görevi, **çevredeki değişimleri** ve **beklentileri**, saptayıp, isabetli kararlar almanın ön koşulu gibi görünmekte
- ✓ Tanıma görevi, **çevre ile kurulacak ilişkilerde** yönetsel hafızayı genişletmenin ve halkla ilişkiler çalışmalarına temel teşkil etmenin yanısıra **çevreden etkilenmeyi** de içerir



- ✔ Halktan veya çevreden etkilenme ya da daha uygun bir ifadeyle sağlık kuruluğu yönetiminin **halkı ve hedef kitlesini tanıması ve sorunlarını öğrenmesi** sağlık yöneticilerinin işlerini daha da kolaylaştıracak
- ✔ Bilen, enforme olan yönetimin, tıpkı bilen bir kişi gibi **yanılma olasılığı çok az**



- Bu durumda halkla ilişkiler uygulamalarında yapılması gereken önemli bir iş, **hedef kitle/kitlelerin** tanınması
- Sağlık kuruluşundan hizmet talep eden veya dolaylı olarak hizmetlerinden etkilenen kitlenin **eğitim seviyesi, kültür düzeyi, gelir durumları, mesleki dağılımları, cinsiyetleri, yaşları, yaşam tarzı** vb. açıdan ne gibi bir bileşim oluşturdukları bilinmeli



Yapılması gereken ilk iş, karşımızdaki kitlenin aşağıdaki özelliklerine ilişkin bilgilere ulaşarak hedef kitlenin tanınmasıdır.

Eğitim
seviyesi

Kültür
düzeyi

Mesleki
dağılımları

Gelir
Durumu

Yaşları

Kurumla
ilgili
şikayetleri

Kurumla
ilgili
istekleri



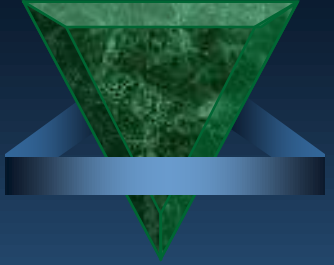
Tanıma Yöntemleri

▼ Danışma

- ▼ Sağlık kuruluşlarının tanıma yöntemleri arasında danışmanın geniş bir uygulama alanı vardır. Danışma, yönetimin halkla ilgili bir konuda karar alması gerektiği durumlarda, **halktan bilgi alması**

▼ Anketler

- ▼ Sağlık kuruluşlarının tanıma faaliyetleri içerisinde anket çalışmaları, daha çok **tüketici anketleri, müşteri tatmin araştırmaları, imaj araştırmaları** vb araştırmalar biçiminde gerçekleşmekte



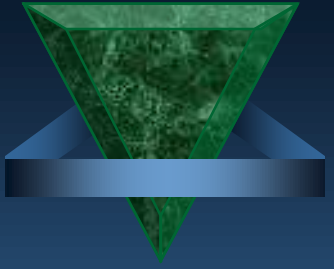
- ✔ Medyayı izleme
- ✔ Medyanın izlenmesi, yönetimlerin çevreden bilgi edinmede kullanıldığı yollardan biri
- ✔ Medyada yer alan halkın istekleri, çoğu zaman medyanın ülke düzeyinde var olan gücünü de arkasına alarak yönetimi etkileme amacına dönük



- ✓ **Halkla yüzyüze ilişki**
- ✓ İstenen nitelikte bir halkla ilişkiler uygulaması, yönetici ile halkın bireysel, yüz yüze ilişkileri ile başlar
- ✓ Yüz yüze ilişkide sorun çözmek temel amaç
- ✓ **Gerek karar öncesi, gerek sonrası halkın düşüncelerini öğrenmesini sağlaması nedeni ile yüz yüze ilişkiler aynı zamanda önemli bir geri besleme kaynağı**

✓ LOBİCİLİK

- ✓ Kurumsal tanıtımın ve kamuoyunu etkileme gücünün bir örneği de lobicilik
- ✓ Çoğu zaman ülkelerarası boyut kazanarak kamusal kararların etkilenmesi şekline dönüşür
- ✓ Yakın zamana kadar ülkemizde lobicilik **halkla ilişkiler kapsamında görülmeyen, ahlak ve kanun dışı bir faaliyet olarak kabul edilmekteydi**
- ✓ Fakat son yıllarda, günlük basınımızdan da izleneceği üzere, lobi faaliyetleri ülkemizde de genel kabul görmeye başlamış, hatta yalnızca bu alanda faaliyet gösteren şirketler kurulmaya başlanmıştır
- ✓ Lobicilik, **kamu yönetiminde yasa yapıcı ya da karar verici konumunda olan kişilerin bilgilendirme ve etkileme çabaları olarak tanımlanabilir**
- ✓ Lobiciliğin bir başka tanımı da kişilerin ya da çıkar gruplarının siyasal karar alma süreçlerini etkilemek amacıyla başvurdukları özel girişimler



- ✔ Ancak halkla ilişkilerden ayrılan yönü, lobiciliğin çoğu kez bir siyasi amacı bulunması ve bu doğrultuda bir etkileme aracı olarak kullanılması
- ✔ Oysa halkla ilişkilerde daha çok ülkenin değil kurumların sosyal ve ekonomik çıkarları gözetilir.



▼ Türkiye’de lobicilik benzeri çalışmalar, “baskı grupları” olarak algılanmakta

▼ Baskı grupları arasında sivil toplum örgütlerinin etkinliği giderek artmakta

▼ Lobiciliğin ülkemizde yasal bir dayanağı yok

▼ Tamamen özel yeteneklere ve konulara göre gerçekleştirilmekte

▼ Türkiye’de bazı sağlık kuruluşu yöneticilerinin hastane veya üniversitelerine devlet bütçesinden ayrılan kaynakları artırmak veya yatırım teşvikleri almak amacıyla gerek mecliste gerekse hükümette ilgili üst yöneticileri etkilemek amacıyla lobicilik faaliyetlerini yürüttükleri görülmekte

DERSTE YARARLANILABİLECEK KAYNAKLAR

Dilaver Tengilimođlu, Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler. Gazi Kitabevi, 2001, Ankara

Dilaver Tengilimođlu, Yüksel Öztürk, İşletmelerde Halkla İlişkiler, 2008, Seçkin Kitabevi, Ankara.

Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar, Editör: Rasime Ayhan Yılmaz, 2011 , Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, Eskiřehir.

Mehmet Akif Özer, Halkla İlişkiler Dersleri, 2009, Adalet Yayınları, Ankara.

Zeyyad Sabuncuođlu, İşletmelerde Halkla İlişkiler, 2010, Alfa Aktüel, Bursa.

Rıdvan Karalar, Halkla İlişkiler, 1994, Metin Ofset, Eskiřehir.

Halkla İlişkiler, Editör: Haluk Gürgen, 2006, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, Eskiřehir.

Nuri Tortop, Halkla İlişkilere Giriř, 2009, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.



DERSTE YARARLANILABİLECEK KAYNAKLAR

M. Sezai Türk, Ahmet Güven, Yeni Başlayanlar İçin Halkla İlişkiler, Stratejik Halkla İlişkiler, 2007, Gazi Kitabevi, Ankara.

Abdullah Özkan, Halkla İlişkiler Yönetimi, 2009 Sosyal Yayınlar, İstanbul.

Ümit Arklan, Halkla İlişkiler ve Bilgi Edinme Hakkı-Türk Kamu Yönetimi Açısından Bir Yaklaşım, 2009, Literatürk, İstanbul.

Metin Kazancı, 1999, Halkla İlişkiler, Turhan Kitabevi, Ankara.

Yeşim Kalyon, Halkla İlişkiler, 2007, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.