

SAĞLIK HİZMETLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Yrd. Doç. Dr. Perihan ŞENEL TEKİN

Bilgi ve iletişim çağının yaşandığı günümüzde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi toplum ile iletişim içinde bulunmalarına bağlıdır.

Sağlık kuruluşlarının da artan rekabet ortamında ve sürekli değişimin yaşandığı bir çevrede varlıklarını sürdürebilmeleri için kamuoyunun desteğini kazanmak zorundadır.

Bir sağlık kuruluğu olan hastanelerin sundukları hizmetlerin niteliği ve niceliği yanında imajı da önemli bir konu haline gelmiştir.

Kurumsal imajın yaratılmasında ve toplum desteğinin sağlanmasıda oynadığı rol nedeni ile sağlık kuruluşlarında halkla ilişkilere verilen önem artmıştır.

Halkla İlişkiler;

İngilizce'de "public relations",

Britannica Ansiklopedisine göre; kişinin ya da kurumun halkla ilişkisini geliştirme ve anlama yolundaki çabalarıdır.

Uluslar arası halkla ilişkiler birliğine göre; özel ya da kamu kurum ve kuruluşunun ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptığı faaliyetler olarak tanımlanmaktadır.

Geniş anlamda halkla ilişkiler;

Yönetenle, yönetilen, mal veya hizmet üreten kamu ve özel kuruluşlarla hedef kitle arasındaki ilişkilerden beklenen olumlu sonucun alınması için harcanan iletişim ağırlıklı çabaların tümüdür.

Halkla ilişkiler

Yönetim fonksiyonu

İletişim aracı

Kamuoyunu etkileme aracı

Halkla ilişkiler uygulayıcıları stratejilerini belirlerken şu üç konuyu göz önünde bulundurmalıdır:

Kamuoyundaki işletme hakkındaki olumlu görüşlerin korunması,

İşletme hakkında kamuoyunda hiçbir görüş yoksa, kamuoyunun oluşturulması,

İşletme hakkındaki düşmanca veya olumsuz görüşlerin daha olumlu hale getirilmesi ve en azından etkisiz hale dönüştürülmesidir.

HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

DÜNYADA HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

HALKLA İLİŞKİLER

İnsanların toplum olarak yaşamaya başlamasından itibaren var olmuştur.

Mısır, Mezopotamya ve İran'da bulunan tarihi kalıntılar o d6nemin y6neticilerini, yapılan hizmetleri halka tanıtmaya yarayan halkla ilişkiler faaliyetleri olduğunu g6stermektedir.

Roma ve Eski Yunan'da halkın katıldığı "forum"lar yapılmıŐtır.

Matbaa (1440) ile birlikte kitle iletişim araçları kullanılmaya başlanmıŐtır.

19. yy sonlarına doğru 6zellikle ABD'de hızlı geliŐme g6stermiŐtir.

ABD'de halkla ilişkilerin gelişimini 3 safhaya ayrılmaktadır¹:

Manüplasyon Dönemi (Manipulation),

Bilgilendirme Dönemi (Information),

İki yönlü etki ve anlayış dönemi (Mutual influence and understanding).

Halkla İlişkiler;

İngiltere’de 1912’de seçim kampanyalarında kullanılmış, 1932’de de ilk kez telaffuz edilmiştir,

1948’de halkla ilişkiler enstitüsü kurulmuş,

Kanada’da 1940,

Fransa’da 1946,

Hollanda’da 1948,

Norveç’te 1949’da başlamıştır.

Türkiye'de Halkla İlişkiler

- Göktürklerin Orhun Yazıtları
- Selçuklu Dönemi Nizam-l Mülk'n "Siyasetnamesi",
- Anadolu Selçuklu Dönemi'nde hükümdarlar belirli günlerde halkın sorunlarını dinlerlerdi.
- Osmanlı döneminde zaferler tüm dünyaya duyurulurdu.
- Fatih döneminde yabancı sanatçılar ülkeye davet edilirdi.
- Cuma günleri halkla söyleşiler düzenlenirdi.

Cumhuriyet döneminde enformasyon ve tanıtım konusunda ilk adımı Atatürk atmıştır.

1920’de Anadolu Ajansı kurulmuştur.

1920’de şimdiki Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün temelleri atılmıştır.

1935’de I. Basın Kurultayı toplanmıştır.

Modern anlamda ilk halkla ilişkiler birimlerinden birisi Devlet Planlama Teşkilatı’nda Koordinasyon Dairesine bağlı kurulan “Yayın ve Temsil Şubesi”dir.

1984’de bakanlıkların kuruluş ve görev esaslarını yeniden düzenleyen 202 sayılı KHK bakanlıklarda “Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği” kurulması öngörülmüştür.

Türkiye’de özel sektörde halkla ilişkilerin yer alması 1960’lı yılların sonlarına rastlamaktadır.

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi ise ilk kez 1966’da Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gazetecilik Yüksek Okulu’nda halkla ilişkiler derslerinin okutulması olmuştur.

Bugün 15 adet Basın Yayın Yüksek Okulu İletişim Fakültesi adı altında eğitim vermektedir.

Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler

Sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler;

Tarihi hekim-hasta ilişkisinin başlangıcına dayanmaktadır.

Çağdaş anlamda halkla ilişkilerin temeli 25-30 yıl öncesine dayanmaktadır.

Önceleri sadece hastane içi iletişim sosyal faaliyetler ve gönüllü organizasyonlarla sınırlıyken,

Günümüzde hastane ile ilişkisi olan her kesi kapsamına almıştır.

Sağlık Hizmetlerinde son yıllarda halkla ilişkiler;

Davranış değişikliği üzerine odaklanmıştır.

İmaj, kamuoyu oluşturma, satış ve pazarlama birimlerine katkı halkla ilişkilerin diğer önemli işlevleridir.