

## HASTANELERDE YÜRÜTÜLEN HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARININ İNCELENMESİ

Dr.Öğr.Üyesi Özlem BAHADIR, Prof.Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ

---

*Correspondance:* Özlem Bahadır, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, ozlembahadir@beun.edu.tr

---

### ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı; hastanelerde halkla ilişkilerin işlevini ve önemini vurgulamak; halkla ilişkiler etkinliklerini bilinçli ve düzenli çabalar haline dönüştürmek isteyen hastanelere katkıda bulunmaktır. Çalışmanın ilk üç bölümünde; “genel anlamda halkla ilişkiler, sağlık kurumlarının özellikleri ve hastanelerde halkla ilişkiler” konuları üzerine bir literatür taraması sunulmaktadır. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise, örnek olarak seçilen Zonguldak Atatürk Devlet Hastanesi’nde yürütülen halkla ilişkiler çalışmaları değerlendirilmiş olup, bu çalışmaların hastane personeli ve hastalar üzerindeki yansımaları incelenmiştir. Hastanedeki bu çalışmalar sırasında; çeşitli anket çalışmalarından ve nitel araştırma yöntemleri içinde sıkça kullanılan yüz yüze görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda hastaların hastanenin tüm uygulamalarından yüksek oranlarda memnun oldukları saptanmıştır. Bununla birlikte, hastane çalışanlarının genel memnuniyet oranlarının hastalara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Hastane çalışanları içinde ise sağlık çalışanlarının, diğer çalışanlara kıyasla, daha az memnuniyet taşıdıkları görülmüştür. Çalışmanın ortaya çıkardığı dikkate değer sonuçlardan biri de, araştırma kapsamındaki hastanede halkla ilişkiler ve iletişim çabalarının neredeyse tümünün hasta ve hasta yakınlarına odaklandığıdır.

Anahtar Kelimeler: Hastane, Halkla ilişkiler, Hasta memnuniyeti

### AN EXAMINATION OF PUBLIC RELATIONS PRACTICES CONDUCTED IN HOSPITALS

#### Abstract

The basic aim of this study is to emphasize the function and importance of public relations in hospitals, and to contribute to the hospital managements willing to actualize conscious and methodical public relations activities. In the first three sections a literature review is presented, in general terms, on the subjects of “public relations, characteristics of health facilities and public relations in hospitals”. In the fourth section, public relations activities in “Zonguldak Atatürk State Hospital”, the case study hospital, are evaluated and the resultant influences on patients as well as hospital staff are analyzed. Various questionnaire techniques including face-to-face interviews,

---

one of the most employed qualitative research method, were performed in the study. The results of the survey revealed that respondent patients were substantially satisfied with hospital activities. Nonetheless, it was determined that the rate of general satisfaction of hospital staff was less than the patients. Among the hospital staff health professionals had a lower rate of satisfaction compared to the others. Another remarkable result of the study was the fact that almost all public relations and communication activities in the subject hospital were focused on the patients and their relatives.

Key Words: Hospital, Public relations, Patient satisfaction

## 1. GİRİŞ

İletişim ve bilgi çağı olarak adlandırılan bugünün dünyasında bir iletişim çabası olarak halkla ilişkilere duyulan ihtiyaç artık tartışılmaz boyutlara ulaşmıştır. Kâr amacı olan ya da olmayan tüm kurum ve kuruluşlar günümüzün karmaşık ilişkiler ağında varlıklarını sürdürebilmek için halkla ilişkilerin yol göstericiliğine ihtiyaç duymaktadır. Temel uğraşı insan sağlığı olan hastane işletmeciliğinde ise halkla ilişkiler ayrı bir önem taşımaktadır. Çok sayıda çalışanıyla, hasta ve hasta yakınlarıyla, tedarikçileriyle ve basımla her gün iletişim halinde olan hastanelerde düzenli yürütülen halkla ilişkiler çabaları, hastane yöneticilerinin işini son derece kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, hastanelerin hedef kitleleriyle sağlıklı, güvenilir ve sürdürülebilir ilişkiler kurabilmesi için halkla ilişkiler faaliyetlerinin planlı ve profesyonel bir şekilde yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Halkla ilişkilerin sağlık kurumları açısından taşıdığı bu önem, kavramın tanımı ve temel işlevlerinin ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

Bugün halkla ilişkiler kavramı için akademisyenlerin ve uygulayıcıların üzerinde uzlaştığı tek bir tanımından söz etmek pek mümkün değildir. Ancak yapılan pek çok tanıma göz atıldığında dikkati çeken ortak kavramların yer aldığı görülmektedir. 1994 tarihinde kurulan Halkla İlişkiler Danışmanları Derneği Tüzüğü'nün "Meslek İlkeleri" adlı ekinde, "Mesleğin Tanımı" bölümünde şöyle denilmektedir: "*Halkla İlişkiler, kamu ve özel kurum ve kuruluşlarının faaliyetlerini, onların adına tanıtma, açıklama ve geliştirme amacı ile kamunun ve belirli halk kesimlerinin (hedef kitle) bilgilendirilmesi ve bunlardan gelecek tepkilerin değerlendirilmesine dönük yürütülen planlı iletişim çabalarının bütünüdür.*" (UHD, 1998). IPRA – International Public Relations Association (Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği) halkla ilişkileri, "Özel ya da kamu kurum ve kuruluşlarının, ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptığı faaliyetler" olarak tanımlamaktadır (Sabuncuoğlu, 2008). Türkiye'de halkla ilişkilerin gelişmesine önemli katkılarda bulunan Asna, 'dürüstlük ve karşılıklı yarar' kavramları ile halkla ilişkilerin yöneticilik fonksiyonunu ön plana

---

çıkarmaktadır. Asna , halkla ilişkileri “özel ya da tüzel kişilerin belirlenmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yönelten, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön veren, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatı” olarak tanımlamaktadır (Asna, 2006).

Tanımlar bütüncül olarak değerlendirildiğinde halkla ilişkilerin kurum ile hedef kitle arasında karşılıklı anlayış, güven, iş birliği ve olumlu iletişim kurulmasını amaçlayan, planlı ve sürekli iletişim faaliyetlerinden oluşan stratejik bir yönetim süreci olduğu görülmektedir. Bu yönüyle halkla ilişkiler, İletişim Çağı olarak adlandırılan günümüz dünyasında iletişim sorunlarıyla karşılaşmak istemeyen kurumlar ve hatta bireyler açısından vazgeçilmez bir ihtiyaç hâline gelmiştir. Halkla ilişkilerin bireyler, gruplar ve toplum arasında bütünleşme ve uyarlamanın yaşamsal bir aracı olduğunu savunan Edward Bernays’ın dediği gibi; “Halkla ilişkiler, grup ve bireylere, karmaşık dünyamızda artan iletişimle başa çıkma olanağı sağlamaktadır (Akt, Kalender, 1999).

Halkla ilişkiler denildiğinde akla ilk gelen kavramlardan biri hedef kitledir. Çünkü halkla ilişkilerin değeri; organizasyonun ilgili çevresini izleyerek, kendi amaçlarıyla hedef kitesini ortak paydada buluşturarak ve hedef kitesiyle ilişki kurarak organizasyonunun etkinliğine katkıda bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Halkla ilişkiler, farklı hedef kitleleri belirleyerek ve farklı stratejiler gerektiren bu hedef kitlelerle farklı ilişkiler geliştirerek stratejik yönetimde rol alabilir. Halkla ilişkiler uygulayıcılarının strateji ve halkla ilişkiler arasındaki ilişkiyi iyi anlaması, diğer yöneticilerle ortak bir dili kullanmalarına yardımcı olabilmektedir (Ni, 2006).

Modern yönetim anlayışının vazgeçilmezlerinden biri haline gelen halkla ilişkiler, her gün binlerce insanın iletişim kurduğu hastaneler için de ayrı bir önem taşımaktadır. Sağlık kurumları, toplumdaki en önemli görevlerden birini üstlenir. Gerekli eğitimi ve desteği almış halkla ilişkiler uzmanları, sağlık kuruluşlarının bu görevlerini, yani kurumsal amaçlarını yerine getirmelerinde önemli katkılarda bulunabilmektedir.

Tüm sektörlerde olduğu gibi, sağlık kuruluşlarında da halkla ilişkiler çabalarının temel amacı, kuruluşla hedef kitesi arasında karşılıklı iletişime dayalı sağlıklı bir iletişimin kurulması ve hedef kitlenin kuruluşa güven duymasının sağlanmasıdır. Halkla ilişkilerin sağlık kuruluşlarında iki ana işlevi vardır: Birincisi üst yönetime danışmanlık etmek, ikincisi ise kurumu hedef kitesiyle birleştiren iletişim programları oluşturmaktır. İletişim programları oluşturma rolü, halkla ilişkilerin tanımında da yer alan karşılıklı yarar ilişkisi oluşturma rolüyle de uyum göstermektedir (Ristino, 2008).

---

Bugün hastanelerde halkla ilişkiler etkinliklerine giderek daha fazla önem verilmektedir. Önceleri yalnızca hastalar hastanelerin hedef kitlesi olarak kabul edilirken, günümüzde sağlık hizmeti sürecine katılan tüm bireyler hedef kitle kapsamında değerlendirilmektedir. Bu durum, hastanelerde yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarında farklı araç ve yöntemlerden yararlanılmasını gerekli kılmaktadır. Çok sayıda çalışanı, hasta ve hasta yakınları, tedarikçileri ve basınla sürekli iletişim hâlinde olan hastanelerde düzenli yürütülen halkla ilişkiler çalışmaları, hastane yöneticilerinin işini önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır. Ancak ülkemizde, özellikle kamu hastanelerinde, planlı ve düzenli halkla ilişkiler etkinliklerine yeterince rastlanmamaktadır. Oysa devlet hastaneleri, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de halkla ilişkilerin yol göstericiliğine pek çok kurumdan daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Ülkemiz hastanelerindeki bu eksiklikten hareketle hazırlanan bu tezin temel amacı; hastanelerde halkla ilişkiler etkinliklerinin yerini, işlevini ve önemini ortaya koymak, ayrıca bu etkinlikleri bilinçli ve sistemli uygulamalara dönüştürmek isteyen hastanelere katkı sağlamaktır. Bu doğrultuda, Zonguldak Atatürk Devlet Hastanesi örneğinde yürütülen halkla ilişkiler uygulamaları değerlendirilmiş; söz konusu uygulamaların hastane yöneticileri, çalışanlar ve hastalar üzerindeki etkileri incelenmiştir.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1 Araştırmanın Metodolojisi**

#### **2.1.1 Anketler**

Çalışma kapsamında Zonguldak Atatürk Devlet Hastanesi'nden hizmet alan hastalara ve bu hastanenin çalışanlarına yönelik olarak iki ayrı anket çalışması yapılmıştır. Bu anketler, literatürde konuyla ilgili olarak daha önce gerçekleştirilmiş pek çok anket uygulamasının araştırmacı tarafından taranması ve değerlendirilmesinin ardından düzenlenmiştir.

Hastalara yönelik uygulanan anket çalışmasında; hastanedeki halkla ilişkiler ve iletişim çabalarının yeterliliği ve bu çabaların yansımalarının sorgulanması amaçlanmıştır. Anketler yüz yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır.

Hastane çalışanlarına yönelik ankette ise Zonguldak Atatürk Devlet Hastanesi'nde uygulanan kurum içi halkla ilişkiler çalışmalarının yeterliliğinin ve personelin hastanelerde halkla ilişkilerin yeri ve önemine ilişkin düşüncelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

---

### 2.1.2 Hastane Başhekimi ile Görüşme

Görüşme, sosyal bilimlerde ve özellikle de sosyolojide en sık kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir. Görüşme yoluyla deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar, zihinsel algılar ve tepkiler gibi gözlenemeyeni anlamaya çalışılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, Önceden belirlenmiş ve yazılı hale getirilmiş sorulara yanıt alınarak, hastane başhekimi ile yüz yüze bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmede; hastanede halkla ilişkiler alanına dâhil olabilecek çalışmalar ve hastane yönetiminin hastanelerde halkla ilişkiler konusuna bakış açısı değerlendirilmiştir. Görüşmeden elde edilen bulgulara göre hastanede bağımsız bir halkla ilişkiler biriminin bulunmadığı ve dışarıdan danışmanlık desteği alınmadığı belirlenmiştir. Halkla ilişkiler faaliyetleri yönetim ve hasta hakları birimi aracılığıyla yürütülmüş, görevli yöneticilerin bu konuda özel bir eğitim almadığı ifade edilmiştir. Kurumda gazete, web sitesi, broşür, toplantı ve basın bülteni gibi iletişim araçlarından yararlandığı, ancak herhangi bir kriz planının bulunmadığı görülmüştür.

Hasta ve hasta yakınlarının görüşlerini almak amacıyla dilek-şikâyet kutuları, anketler, yüz yüze görüşmeler ve hasta hakları birimi değerlendirmelerinin kullanıldığı belirtilmiştir. Ayrıca teşekkür ve şikâyetlerin düzenli olarak incelenip yanıtladığı aktarılmıştır. Halkla ilişkiler çalışmalarının temel hedef kitlesinin hasta ve hasta yakınları olduğu, temel amacın ise hasta memnuniyetini artırmak olduğu vurgulanmıştır. Bunun yanında, hastanelerde halkla ilişkilere yeterli önemin verilmediği ve uygulamaların çoğunlukla mevzuatla sınırlı kaldığı ifade edilmiştir.

### 2.2 Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışmaya katılan hastalar, araştırma hakkında bilgi verildikten sonra araştırmaya katılmayı kabul edenler arasından basit rasgele olarak seçilmiştir. Katılımcıların anket sorularına verdiği yanıtlar frekans dağılımları ile tablolar halinde sunulmuş, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı Ki-kare Testi kullanılarak analiz edilmiş ve analiz sonuçları %95 güven aralığında değerlendirilerek “ $p < 0.05$ ” değeri istatistiksel olarak anlamlı farklılık kabul edilmiştir. Hastaların memnuniyetlerine yönelik sorularda çok memnunum, memnunum, beklentimin altında, memnun değilim ve fikrim yok şeklinde sunulan yanıt seçenekleri, analizler öncesinde memnunum (çok memnunum ve memnunum), fikrim yok ve memnun değilim (beklentimin altında ve memnun değilim) şeklinde gruplandırılmıştır.

---

Çalışmaya katılan hastane çalışanları için, araştırma hakkında bilgi verildikten sonra araştırmaya katılmayı kabul edenler arasında ünvanlarına göre tabakalandırma yapılmış, çalışanlar; hekim, hemşire-ebe, idari memur, sağlık memuru, teknik personel ve diğer (biyolog, laboratuvar teknikerleri, odyometri teknikeri, tıbbi sekreter, sosyal çalışmacı, tıbbi teknoloji, biyokimya uzmanı, eczacı, fizyoterapist, diyetisyen, bakteriyolog uzmanı vs...) olarak altı alt gruba ayrılmış, daha sonra her tabakadan basit rasgele seçim uygulanmıştır. Hastanede temizlik, yemek, taşıma gibi hizmetler için özel şirket çalışanı olarak tanımlanan 617 kişi çalışma kapsamına alınmamış, araştırma sadece kadrolu çalışanlar göz önüne alınarak planlanmıştır. Katılımcıların anket sorularına verdiği yanıtlar, kesinlikle katılmıyorum 1, katılmıyorum 2, fikrim yok 3, katılıyorum 4, kesinlikle katılıyorum 5 puan kabul edilerek değerlendirilmiş, ortanca ve “ortalama  $\pm$  standart sapma” değerleri ile tablolar halinde sunulmuş, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı Kruskal-Wallis Varyans Analizi Testi kullanılarak analiz edilmiş ve analiz sonuçları %95 güven aralığında değerlendirilerek “ $p<0.05$ ” değeri istatistiksel olarak anlamlı farklılık kabul edilmiştir. Hastane çalışanlarının düşüncelerine yönelik frekans dağılımı tablolarının oluşturulmasında yanıtlar, katılmıyorum (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) fikrim yok ve katılıyorum (katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum) şeklinde üç gruba dönüştürülerek sunulmuştur.

### **3.BULGULAR**

Hastalara yönelik olarak yapılan anket çalışmasının ilk 10 sorusunda hastaların demografik özellikleri sorgulanmıştır. Bu sorulara verilen yanıtların ışığında elde edilen araştırmaya katılan hastaların tanımlayıcı özellikleri Tablo 1’de verilmiştir.

Hastaların hastanede ilk olarak iletişim kurdukları hastane çalışanının farklı değişkenler dikkate alındığında sadece hastaların sahip oldukları sosyal güvence yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır ( $p=0.023$ ). Hastaların hiçbiri hastaneye başvuruları sırasında ilk olarak iletişim kurdukları hastane çalışanı olarak hekimleri belirtmemiştir. Bu durum, hastane başvuruları sırasında bireylerin doğrudan muayene ya da kontrol birimlerine ulaşmadan önce yerine getirmeleri gereken bürokratik işlemlerin bir sonucu olarak değerlendirilebilir ve beklendiği bir durumu ifade etmektedir.

Hastaların en rahat iletişim kurduğu hastane personelini inceleyen soruda değişkenler dikkate alındığında, hastaların sahip oldukları çocuk sayısı ( $p=0.033$ ), eğitim durumları ( $p=0.008$ ), sosyal güvence ( $p=0.032$ ) ve gelirleri ( $p=0.024$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık belirlenmiştir. Çalışmada, sağlık hizmetlerine yönelik memnuniyetin oluşmasında ağırlıklı bir

---

role sahip olan hasta-hekim ilişkisi dikkate alındığında, ilkokul ve altı eğitimlilerin hekimle ilişki kurmakta rahat olmadığı, buna karşılık yüksek gelire sahip grupta hekimle daha rahat ilişki kurulduğunun ifade edilmesi dikkat çekicidir. Bu durum, bireylerin eğitim, meslek, gelir düzeyi, vb. etmenlerin etkisiyle şekillenen sosyal statülerinin onlara verdiği sosyal rahatlık ya da çekinceler ile ilgili olabilir.

Hastaların en zor iletişim kurduğu hastane personelini inceleyen soruda değişkenler dikkate alındığında, hastaların eğitim durumları ( $p=0.018$ ), meslekleri ( $p=0.011$ ) ve gelir düzeyleri ( $p=0.039$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık belirlenmiştir. Hastalar, hastanede en zor iletişim kurdukları personelin ağırlıklı olarak hekim, hemşire-ebe, sağlık teknisyeni ve danışma-yönlendirme birimi çalışanları dışında kalan “diğer çalışanlar” olduğunu ifade etmişlerdir.

Hastaların hastanedeki uygulamalar hakkında yeterince tanıtım ve bilgilendirme yapılmasına yönelik düşüncelerinin incelendiği soruda, değişkenler dikkate alındığında hastaların eğitim durumları ( $p=0.001$ ), meslekleri ( $p=0.001$ ) ve gelir düzeyleri ( $p=0.001$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır. Hastaların önemli çoğunluğu hastanedeki uygulamalarla ilgili tanıtım ve bilgilendirmenin yeterli olduğunu düşünmekle beraber, yüksek eğitilmiş ve yüksek gelirli hastalarda yeterli bulma oranının düşük olması dikkat çekicidir. Bu durum, söz konusu grupların tanıtım ve bilgilendirme çalışmalarına yönelik beklentilerinin daha yüksek olabileceğini düşündürmektedir.

Hastaların hastaneyi başkalarına tavsiye edip etmediklerini sorgulayan soruda değişkenler dikkate alındığında hastaların eğitim durumları ( $p=0.002$ ) ve meslekleri ( $p=0.045$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür. Hasta kabul personelinin davranışlarıyla ilgili soruda değişkenler dikkate alındığında sadece hastaların sosyal güvenceleri ( $p=0.001$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür. Danışma-Yönlendirme birimindeki bilgilendirme ile ilgili düşünceleri ile ilgili soruda farklı değişkenler dikkate alındığında hastaların mesleği ( $p=0.012$ ), sosyal güvenceleri ( $p=0.001$ ) ve gelirleri ( $p=0.026$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür.

Ankete katılanların hastane doktorlarının genel yaklaşımlarına yönelik memnuniyetlerinin farklı değişkenlere göre dağılımı dikkate alındığında hastaların gelirleri ( $p=0.005$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür. Katılımcıların Hemşire ve diğer sağlık personelinin yaklaşımlarıyla ilgili düşünceleri ile ilgili soruda değişkenler dikkate alındığında hastaların sadece eğitim durumları ( $p=0.010$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık

---

belirlenmiştir. Katılımcıların hastanede bir sorun yaşamaları durumunda şikâyetlerini bildirmek için hangi bölümü tercih ettiklerinin farklı değişkenlere göre dağılımı dikkate alındığında hastaların eğitimleri ( $p=0.001$ ), mesleği ( $p=0.002$ ) ve gelirleri ( $p=0.001$ ) yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür.

Çalışanlara yönelik olarak düzenlenen anket çalışmasında katılımcıların cinsiyet, yaş, kurumda çalışma süresi ve unvanlarını içeren demografik özellikleri sorgulandıktan sonra çeşitli değişkenlerden oluşan sorulara geçilmiştir. Araştırmaya katılan hastane çalışanlarının ortalama yaş ve mesleki deneyimleri açısından tanımlayıcı özellikleri Tablo 2’de verilmiştir.

Katılımcıların hasta ve hasta yakınları ile yeterli iletişim kurabilmelerine yönelik düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmemiştir ( $p=0.058$ ); hastanenin halkla ilişkiler faaliyetleri ile ilgili düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ( $p=0.187$ ).

Ankete katılan çalışanların hastanenin halka karşı dürüstlüğü ile ilgili düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmiştir ( $p=0.001$ ) Hastanenin halka yönelik bilgilendirmelerde açık sözlü ve dürüst olmadığına yönelik düşünce hekimler, hemşire-ebeler ve sağlık teknisyenleri arasında daha yaygındır. Bu durum, hastanelerde görev yapan çok sayıda meslek grubu içerisinde, sağlık çalışanlarının genele yönelik eleştirel bakış açılarının daha geniş olmasından ve bu yöndeki düşüncelerini daha rahat/çekincesiz biçimde dile getirebilmelerinden kaynaklanabilir.

Araştırma kapsamındaki çalışanların hastanenin imajı üzerine görüşleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmıştır ( $p=0.001$ ) Hastane çalışanlarının genel olarak hastanenin saygın ve güvenilir bir imajı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Çalışanların hasta ve hasta yakınlarının memnuniyeti ile ilgili düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark belirlenmiştir ( $p=0.021$ ). Benzer şekilde araştırmaya katılan çalışanların hastane içindeki iletişim ile ilgili düşünceleriyle unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmıştır ( $p=0.041$ ). Hastane yönetiminin gerekli bilgileri çalışanlarla paylaşması durumuna yönelik düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir ( $p=0.043$ ).

Katılımcıların çalışanlara kendilerini geliştirmede yeterli olanakların tanınıp tanınmadığı ile ilgili düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmiştir ( $p=0.017$ ). Sağlık grubu çalışanlarının diğer çalışanlara göre daha olumsuz görüşler

---

taşıdığı belirlenmiştir. Katılımcıların bir hastanenin tercih edilmesinde toplumdaki imajının önemi hakkındaki düşünceleri yönünden unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmıştır ( $p=0.001$ ). Bu soruya verilen yanıtlardan hastane personelinin yüksek oranda kurumun tercih edilmesinde hastanenin toplumdaki imajının önem taşıdığına inandığı anlaşılmaktadır.

Katılımcıların hastanede çalışıyor olmaktan mutlu olup olmadıkları ile ilgili düşünceleriyle unvan grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark belirlenmiştir ( $p=0.004$ ). “Bu hastanede çalışıyor olmaktan mutluyum”, yargısına verilen yanıtlar incelendiğinde, sağlık çalışanlarının idari, teknik ve diğer çalışanlara göre daha düşük oranlarda olumlu düşünce taşıdığı dikkati çekmektedir.

#### 4. SONUÇ

İnsan yaşamının başladığı ve bittiği kurumlar olarak nitelendirebileceğimiz hastaneler açısından halkla ilişkiler etkinlikleri, tahmin edilebileceği gibi, tüm diğer organizasyonlardan daha ayrı bir yere sahiptir. Çünkü hedef kitleleri ile arasında güven duygusunu ve iyi ilişkileri geliştirmeden toplum sağlığı ile ilgili kurumlar, buldukları toplumun sağlığını geliştirmede ve korumadaki yüksek potansiyellerini ortaya koyamazlar. Günümüzde toplum sağlığına verilen önemle birlikte, bu misyonu başarmak için sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler uzmanlarına duyulan ihtiyaç da gün geçtikçe artmaktadır. Güncel literatür, sağlık kurumlarında etkili iletişim ve halkla ilişkiler uygulamalarının kurumsal güven ve hizmet kalitesi üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Zerfass et al., 2020).

Hastalara yönelik anket çalışması genel olarak değerlendirildiğinde hastaların hastanenin tüm uygulamalarından yüksek oranlarda memnun oldukları saptanmıştır. Buradan yola çıkarak, hastanenin halkla ilişkiler ve iletişim çabalarında başarılı olduğu sonucuna ulaşılabilir. Ancak Türk toplumunun ekonomik ve sosyal yapısı göz önüne alındığında kamu hastanesine başvuranların beklenti düzeylerinin oldukça düşük olduğu da araştırmacılar tarafından gözlemlenmiş ve dikkate değer bulunmuştur. Modern sağlık iletişimi araştırmaları, hasta memnuniyetinin yalnızca hizmet kalitesinden değil, aynı zamanda beklenti yönetiminden de etkilendiğini vurgulamaktadır (Thomas & Meyrick, 2019).

Çalışmanın dikkate değer sonuçlarından biri, aynı sağlık kurumundan yararlanan hastaların memnuniyet düzeyinin hastane çalışanlarına oranla daha yüksek olması; hastane çalışanları arasında ise idari personelin memnuniyet düzeyinin sağlık çalışanlarından daha yüksek

---

çıkmasıdır. Bu durum, kurum içi iletişimin ve çalışan deneyiminin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koyan çalışmalarla paralellik göstermektedir (Men & Bowen, 2017).

Sağlık gündemine 80’li yıllarda giren ve 90’lı yıllarda yaygın biçimde uygulamaya konulan sağlık reformları, Dünya Bankası ve IMF gibi uluslararası sermaye kuruluşları tarafından geliştirilen ve ısrarlı biçimde savunularak yaygınlaştırılan ekonomi politikalarının sağlık politikalarına yönelik yansımaları ifade etmektedir. Özünde tüm sektörlerin serbest piyasa koşullarına açılmasını hedefleyen politikaların sağlık alanına özel önermelerinden biri de, kamunun yükünün azaltılması, kısıtlı kaynakların verimli kullanımı, artan maliyetlerin kontrol altına alınması gibi söylemlerle kurgulanan ve gerçekte kârlılığı hedefleyen “hastanelerin işletmeleştirilmesi”dir. Bu süreç, sağlık hizmetlerinde kurumsal dönüşüm ve yeni yönetim yaklaşımlarının önem kazandığını gösteren çalışmalarda da ele alınmaktadır (Araç ve Koç,2023, 2025; Buchanan & Huczynski, 2019).

Halkla ilişkilerin tüm çabası insan davranışları, tepkileri ve geri bildirimleri ile ilgilidir ve halkla ilişkiler çabaları bir kurum ya da kuruluşun tüm hedef kitleleriyle olan iletişimini kapsamalıdır. Araştırma kapsamındaki hastanede ise halkla ilişkiler ve iletişim çabalarının neredeyse tümünün hasta ve hasta yakınlarına odaklandığı göze çarpmaktadır. Güncel halkla ilişkiler yaklaşımları ise kurumların yalnızca dış değil, iç hedef kitleleri de kapsayan bütüncül bir iletişim stratejisi yürütmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Waters & Bortree, 2021).

Bu yönde atılacak ilk adım, hastanenin tepe yönetimine doğrudan bağlı bağımsız bir halkla ilişkiler bölümünün kurulmasıdır. Böyle büyük ve dağınık bir hedef kitleye sahip olan ve toplumsal ilgiyi sürekli hisseden sağlık kuruluşlarının olumlu bir itibar edinmesi oldukça zordur. Ancak kazanılmış itibarın kaybedilmesi ise çok kolaydır. Bunun doğal sonucu olarak diyebiliriz ki, halkla ilişkilere en çok ihtiyaç duyan kuruluşların başında hastaneler gelmektedir. Bu bağlamda, kurumsal iletişimin tüm hedef kitleleri kapsayacak şekilde bütüncül bir yapıya kavuşturulması, sağlık kurumlarının etkinliği ve sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Kurumsal iletişim ve sağlıkta itibar yönetimi alanındaki güncel çalışmalar da bu yaklaşımı desteklemektedir (Cornelissen, 2020).

---

## 5.KAYNAKÇA

- Araç, S., & Koç, E. S. (2023). Sağlık Kurumlarında Kalite Ve Akreditasyon. *International Anatolia Academic Online Journal Health Sciences*, 9(3), 210-224.
- Araç, S., & Koç, E. S. (2025). Akredite Ve Akredite Olmayan Hastanelerin Yönetim, Kalite Ve Kurumsal Eğitim Yapılarının Karşılaştırmalı Analizi. *International Anatolia Academic Online Journal Health Sciences*, 11(2), 737-755.
- Asna, A. (2006). Kuramda ve uygulamada halkla ilişkiler. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Buchanan, D. A., & Huczynski, A. (2019). *Organizational behaviour*. Pearson.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice*. Sage.
- Kalender, A. (1999). Türkiye’de halkla ilişkilerin mekleşmesi: Sorunlar ve çözüm önerileri. *Selçuk İletişim Dergisi*, 1(1), 25.
- Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in internal communication management*. Business Expert Press.
- Ni, L. (2006). Relationships as organizational resources: Examining public relations impact through its connection with organizational strategies. *Public Relations Review*, 32.
- Ristino, R. J. (2008). Communicating with external publics: Managing public opinion and behavior. *Health Marketing Quarterly*, 24(3-4), 55-80.
- Sabuncuoğlu, Z. (2008). *İşletmelerde halkla ilişkiler* (9. baskı). Bursa: Alfa Aktüel.
- Thomas, R. K., & Meyrick, J. (2019). Patient satisfaction in healthcare. *Health Communication Journal*.
- Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği. (1998). *Halkla ilişkilerde meslek ahlakı* (Altın Kitap Serisi No. 1). İstanbul: Rota Yayınları.
- Waters, R. D., & Bortree, D. S. (2021). *Public relations theory and practice*. *Public Relations Review*.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2020). *Public relations and communication management*. *European Journal of Communication*.

## Tablolar

**Tablo 1**

**Araştırmaya katılan hastaların tanımlayıcı özellikleri.**

Cinsiyet (n=219)	Sayı	%
Kadın	114	52.1
Erkek	105	47.9
<b>Medeni durum (n=219)</b>		
Evli	169	77.2
Bekar	50	22.8
<b>Çocuk durumu (n=219)</b>		
Çocuğu yok	67	30.6
Çocuğu var	152	69.4
<b>Eğitim (n=219)</b>		
İlkokul ve altı	63	28.8
Ortaokul ve lise	126	57.5
Üniversite ve üstü	30	13.7
<b>Meslek (n=219)</b>		
İşsiz	17	7.8
Memur	15	6.8
İşçi	50	22.8
Serbest meslek	14	6.4
Emekli	35	16.0
Öğrenci	19	8.7
Ev hanımı	69	31.5
<b>Sosyal güvence (n=219)</b>		
Yok	6	2.7
Emekli sandığı	17	7.8
SSK	169	77.2
Bağ-Kur	15	6.8
Yeşil kart	12	5.5
<b>Gelir düzeyi (n=214)</b>		
<500 TL	40	18.7
500-750 TL	43	20.1
751-1000 TL	67	31.3
>1000 TL	64	29.9
<b>Başvuru sayısı (n=219)</b>		
1 kez	9	4.1
>1 kez	210	95.9

**Tablo 2**

**Araştırmaya katılan çalışanların tanımlayıcı zellikleri.**

Unvan	Yaş		Mesleki Deneyim	
	Ort $\pm$ SS	Min-Maks	Ort $\pm$ SS	Min-Maks
Hekim	38.0 $\pm$ 6.6	25-56	5.3 $\pm$ 4.5	0-22
Hemşire-Ebe	31.4 $\pm$ 6.2	19-49	5.4 $\pm$ 5.2	0-25
Sağlık Memuru	32.4 $\pm$ 6.5	25-44	5.9 $\pm$ 5.9	0-19
İdari Memur	40.8 $\pm$ 7.4	23-57	14.2 $\pm$ 10.3	1-39
Teknik Personel	30.9 $\pm$ 9.0	22-59	5.3 $\pm$ 10.4	0-36
Diğer	30.6 $\pm$ 6.9	23-45	3.5 $\pm$ 4.2	0-12