

SA LIK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİ K İLER ve İLETİ M UYGULAMALARINA GENEL BİR

BAKİ

Sinem SOMUNO LU<sup>1</sup>, Mevlana Celaleddin ERDO AN<sup>2</sup>, Pınar ÖZER<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Uluda Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Görükle Kampusu, Nilüfer/ BURSA.

<sup>2</sup>Uluda Üniversitesi Sağlık Müdürlüğü, Aksaray

<sup>3</sup>Uluda Üniversitesi Sağlık Müdürlüğü Basın ve Halkla İlişkiler Birimi, Aydın

**Özet:**

Halkla İlişkiler ve İletişim alanında yapılan çalışmalar; hem kamu hem de özel sektör kurumları tarafından benimsenmektedir. Bu çalışmalar; kişileri tanımak, desteğini kazanmak amacıyla yürütülmektedir. Sağlık sektörünün bir uzmanla, mesleki beceri, hasta memnuniyeti vb. kendine özgü birtakım özellikleri bulunmaktadır. Günümüzde halkla İlişkilerin ve iletişimin sağlık sektöründe giderek artan oranda önem kazandığı görülmektedir. Bu çalışmada; sağlık sektöründe yürütülen halkla İlişkiler ve iletişim faaliyetlerine ilişkin, sektörde çalışacak olan öğrencilerin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini bir ilde bulunan üniversitesinin tıbbi dokümantasyon ve sekreterlik programına kayıtlı öğrenciler olmuştur. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış ve ankette öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile sağlık sektöründe halkla İlişkiler ve iletişimin önemi, etkili olan iletişim kanalları ve engelleri ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde; öğrencilerin %93,0'ının sağlık sektöründe halkla İlişkilerin %100,0'ı iletişimin önemli olduğunu düşündüğünü, ancak buna karşılık sağlık sektöründe hem halkla İlişkiler (%58,1) hem de iletişime (%51,2) yeterince önem verilmediğini ifade ettikleri görülmektedir. Bunun dışında öğrencilere göre hasta beklentilerinin karşılanması için hasta memnuniyeti araştırmaları yapılmalı (%53,5) ve yüz yüze iletişim benimsenmelidir. Sağlık sektöründeki temel iletişim engeli ise yeterince net verilmeyen mesajlar olarak tanımlanmıştır (%44,2).

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, iletişim, sağlık sektörü, tıbbi dokümantasyon ve sekreterlik öğrencileri.

**AN OVERVIEW OF THE HEALTH SECTOR PUBLIC RELATIONS AND COMMUNICATION PRACTICES**

**Abstract:**

Public relations and communication studies are adopted by both public and private sector institutions. These studies are carried out to identify the people and feel the supports of them. There are a number of unique features of the health sector such as excessive specialization, functional dependency, patient satisfaction, and so on. Today, it is seen that public relations and communication in the health sector increasingly gain importance. In this study, it is aimed that to determine the opinions of the student related with public relations and communication practices. The research population consisted of students of medical documentation and secretarial program. To achieve the objective of the study the questionnaire was used. This questionnaire consisted of some questions related with socio-demographic characteristics of the students, importance of the public relations and communication and also communication channels and barriers. The findings of the research are examined it was found that 93.0% and 100.0% of the students thought that public relations, and communication are important in health sector. But they said that it wasn't given enough attention to public relations (58.1%) and communication (51.2%). Otherwise, according to the students to learn expectations of the patients, patient satisfaction surveys are made (53.5%) and face to face communication should be adopted.

**Key Words:** Public relations, communication, health sector, medical documentation and secretaryship students.

1

<sup>1</sup>20-21 Aralık 2008 tarihleri arasında Uluda Üniversitesi tarafından düzenlenen V.Ulusal Öğrenci Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

SA LIK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİ KİLER ve LET İ MUYGULAMALARINA GENEL BİR BAKI

**I. G R**

Günümüzde gerek toplumsal ve ekonomik gerekse teknolojik alanda hızlı değişimlerin ve yoğun bir rekabetin yaşandığı düşünüldüğünde, örgütlerin varlıklarını devam ettirme sürecinde çevresel değişimlere göre gerekli düzenlemeleri yapmaları ve toplumun beklentilerine yanıt vermeleri büyük önem taşımaktadır. Bu faaliyetlerin yürütülmesi sırasında örgütlerin kullandıkları yöntemlerden biri de halkla ilikilerdir (1). Halkla ilikiler genel anlamda; halkı aydınlatmak, bir kuruma yönelik iyi niyet ve itibarı geliştirmek ve hedef kitlenin zihninde kurum hakkında olumlu bir imaj yaratmak için yürütülen faaliyetler bütünü olarak ifade edilmektedir. Bu faaliyetlerin yürütülmesinde; kurum ile toplumun karşılıklı çıkarları açısından çift yönlü bir haberleşme ve bilgi alışverişine dayalı dengenin sağlanması ön plana çıkmaktadır. Bir diğer ifadeye göre de halkla ilikiler, kamuoyunu etkileme ve kamuoyundan etkilenme sürecidir (2).

Halkla ilikilerin bir diğer levi de yönetimin bilme ve tanıma eksiklerini gidermek olarak tanımlanmaktadır ki, bunun temelinde de, toplumun farklı kesimlerinin beklentilerinin yönetim tarafından öğrenilmek istenmesi yatmaktadır. Bu durum halkla ilikiler uygulamalarının bir yönetim süreci olarak ele alınmasını da beraberinde getirmiştir (1).

Halkla ilikiler faaliyetlerinin yürütülmesi sırasında uyulması gereken birtakım temel ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler incelendiğinde;

- Tüm çalışmaların şeffaf olarak yürütülmesinin ve dürüstlük ilkesinin benimsenmesinin,
- çift yönlü bir iletişimin olmasının,
- gerçeklerin yansıtılmasının,
- halkla ilikilerin ayrı bir uzmanlık alanı olarak değerlendirilmesinin ve faaliyetlerin bilimsel temellere oturtulmasının,
- faaliyetlerin süreklilik arz etmesinin,
- mesleki etik kurallara uyulmasının ve
- halkla ilikilerin deşerinin ve amacının tüm çalışanlar tarafından kabul edilmesinin önemli olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır (3).

Sa lık sektöründe faaliyet gösteren kurumlar açısından bakıldığında ise, hedef kitleye ulaşılmasının ve onlarda istenilen deşikliğin yaratılmasının diğer kurumlara nazaran daha büyük önem taşıdığı ve olumlu bir imajın

yaratılması sürecinde planlı şekilde yürütülen iletişim çalışmalarının etkisinin büyük olduğu ifade edilmektedir. Sa lık kurumlarında yürütülen halkla ilikiler faaliyetleri; hastalara ilişkin olarak kamuoyunun bilgilendirilmesinden mücadele etme ve korunma yollarının anlatılmasına, hasta memnuniyetinin sağlanmasından hasta haklarına ilişkin bilgi sahibi olunmasına kadar oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır (4). Bu bilgilere ek olarak, sa lık sektöründe halkla ilikiler uygulamalarını zorunlu kılan bazı nedenlerin varlığından da bahsedilmektedir. Bu nedenler; sa lık sektörünün karmaşık yapısı, uzmanlaşma seviyesinin yüksekliği, yoğun tıbbi terminoloji kullanımı, hedef kitlenin bilgisizliği, yönetimin profesyonelleşmesi vb. etkenlerde sıralanabilmektedir. Ayrıca, sa lık sektörünün hedef kitlesi durumunda olan hasta ve yakınlarının gerek fiziksel ve psikolojik yapılarının gerekse beklentilerinin farklı olması, hastaneye başvuru yapanların sıkıntı, huzursuzluk, endişe, gerginlik vb. duygularıyla yaşaması da sa lık sektörü açısından halkla ilikilerin önemini artıran diğer faktörler arasında yer almaktadır (1).

İletim de halkla ilikilerin temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmekte, etkili bir halkla ilikiler çalışmasının yürütülmesinde çift yönlü iletişimi açık iletişim kanallarının varlığına vurgu yapılmaktadır (1, 5, 6). Bu açıdan bakıldığında iletişim; duygu, düşünce, bilgi ve becerilerin paylaşılması ve en az iki kişiyle gerçekleşen bir etkileşim süreci olarak tanımlanmaktadır (1, 5). Etkili bir iletişimin gerçekleşmesinde, verilen mesajların hedef kitle tarafından bozulmadan anlaşılması önem kazanmakta, hangi mesajın kime ve hangi araçlar ile verileceği saptanmakta ve geribildirim alınmasına bağlı olarak süreç tamamlanmaktadır (7). Bu bağlamda unutulmaması gereken husus, halkla ilikiler çalışmalarının ancak verimli bir şekilde iletişim süreci sayesinde başarıya ulaşmasının mümkün olabileceğidir (6). Aksi takdirde iletişim sürecinde yaşanan aksaklıkların sonucunda, gerginliğin oluşması ve çatışmanın yaşanması kaçınılmaz olacaktır (5).

Sa lık sektörü açısından bakıldığında da iletişimin önemi ortaya çıkmakta, gerek sa lık sektöründe çalışanların gerekse hastaların beklentilerinin öğrenilmesi için çalışanlar ile hastaların arasında çift

yönlü bir iletişim kurulmasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir (4, 8). Hedef kitlenin de ellerine özen gösterilmesi, sağlık hizmetlerine ilişkin farkındalık yaratılması, sağlıklı yaşam biçiminin yaygınlaştırılması ve toplumda davranış değişikliğinin oluşturulması sürecinde etkin bir iletişimin kurulmasının önemli olduğu düşünülmektedir, bu gelişmelerin uzun dönemde olumlu kurum imajının oluşmasına da katkı sağlayacağına yer verilmektedir (4).

Bu düşüncelerden hareketle; hazırlanan çalışmada mezuniyet sonrası sağlık sektöründe görev yapacak olan öğrencilerin bakış açısına göre halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetlerinin değerlendirilmesi istenmiştir.

## 2. YÖNTEM

Sağlık sektörünün kendine has özellikleri göz önüne alındığında, halkla ilişkiler ve iletişim uygulamalarının büyük önem taşıdığı görülmektedir. Yapılan çalışmada mezuniyet sonrası sektörde görev alacak öğrencilerin sağlık sektöründe halkla ilişkiler ve iletişim uygulamalarına ilişkin bakış açılarının saptanması ve önerilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

## 3. BULGULAR

**Tablo 1: Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı (n=43)**

DE KENLER	Sayı	%
<b>Ya Grubu</b>		
18-20 yaş arası	23	53,5
21 yaş ve üstü	20	46,5
<b>Cinsiyet</b>		
Kız	33	76,7
Erkek	10	23,3
<b>Dönemi</b>		
1.Dönem	22	51,2
3.Dönem	21	48,8
<b>Aylık Harcama Miktarı (TL)</b>		
100 TL	2	4,6
101-200 TL	19	44,2
201 TL ve üstü	22	51,2
<b>Öğrenim Durumu</b>		
Sağlık Meslek Lisesi	5	11,6
Düz Lise	24	55,8
Anadolu Lisesi	3	7,0
Diğer (yabancı dil, süper lise vb.)	11	25,6
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Tablo 1 incelendiğinde; öğrencilerin %53,5'inin 18-20 yaş grubunda yer aldığı, %76,7'sinin kız öğrencilerden oluştuğu, %51,2'sinin 1. dönem öğrencisi olduğu ve aylık harcama miktarının 201 TL ve üzerinde yer aldığı, %55,8'inin de düz lise mezunu olduğu görülmektedir.

Araştırmanın evrenini Zonguldak ilinde yer alan Bülent Ecevit Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Programı'nda 2008 yılı itibarı ile eğitim gören I. ve II. sınıf öğrencileri (n=43) oluşturmaktadır. Araştırma için gerekli izinlerin alınmasından sonra, örneklem seçilmemiştir, evrenin tümüne ulaşılması hedeflenmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılan literatür incelemesi sonucunda araştırmacılar tarafından geliştirilen anket kullanılmıştır, ankette öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine, sağlık sektöründe halkla ilişkiler ve iletişim uygulamalarının önemine, hastalar, sağlık personeli ve üstlerle kurulacak iletişiminde etkili olan iletişim kanallarına ve iletişim engellerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda ulaşılan veriler SPSS 13.0 istatistik programına aktarılmıştır ve bulguların analizinde frekans ve yüzde gibi tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır.

## SA LIK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİ KİLER ve İLETİ MİN MUYGULAMALARINA GENEL BİR BAKI

Tablo 2: Ö rencilerin Sa lık Sektöründe Halkla İli kiler ve İleti İmin Önemine Yönelik Görü lerinin Da ılımı (n=43)

DE KENLER	Sayı	%
<b>Sa lık Sektöründe Halkla İli kilerin Önemli Oldu unu Dü üneler</b>		
Evet	40	93,0
Hayır	3	7,0
<b>Sa lık Sektöründe Halkla İli kilere Önem Verildi İni Dü üneler</b>		
Evet	2	4,7
Hayır	25	58,1
Kararsız	16	37,2
<b>Sa lık Sektöründe İleti İmin Önemli Oldu unu Dü üneler</b>		
Evet	43	100,0
<b>Sa lık Sektöründe İleti İme Önem Verildi İni Dü üneler</b>		
Evet	5	11,6
Hayır	22	51,2
Kararsız	16	37,2
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Tablo 2’de ö rencilerin sa lık sektöründe halkla ili kiler ve ileti İmin önemine yönelik görü lerinin da ılımı yer almaktadır. Bulgular incelendi inde; ö rencilerin %93,0’ı sa lık sektöründe halkla ili kilerin önemli oldu unu dü ünlemekle birlikte, sa lık sektöründe halkla ili kilere yeterince önem verildi İni dü ünelerin oranı %4,7 olarak belirlenmektedir. Ö rencilerin %100,0’ı sa lık sektöründe ileti İmin önemli oldu unu ifade ederken, %51,2’si ise bu sektörde ileti İme yeterince önem verilmedi İne dikkat çekmektedir.

Tablo 3: Ö rencilerin Sa lık Sektöründe Kullanılan İleti İm Kanallarının Etkinli İne Yönelik Görü lerinin Da ılımı (n=43)

DE KENLER	Sayı	%
<b>Hastalarla Kurulacak Olan İleti İm</b>		
Yüz yüze İleti İm	42	97,7
Yazılı İleti İm	1	2,3
<b>Personel Arasında Kurulacak Olan İleti İm</b>		
Yüz yüze İleti İm	19	44,2
Telefonla İleti İm	6	14,0
Yazılı İleti İm	2	4,6
Toplantı	16	37,2
<b>Üstlerle Kurulacak Olan İleti İm</b>		
Yüz yüze İleti İm	27	62,8
Yazılı İleti İm	5	11,6
Toplantı	11	25,6
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3’de ö rencilerin sa lık sektöründe kullanılan İleti İm kanallarının etkinli İne yönelik görü lerine yer verilmi tir. Buna göre ö rencilerin %97,7’si hastalarla, %44,2’si personelle, %62,8’i de üstlerle kurulacak olan İleti İmde yüz yüze İleti İmin daha etkin olaca İna İret etmi tir.

Tablo 4: Ö rencilerin Hastaların Beklentilerini Ö renmede Etkili Olan Yöntemin Belirlenmesine Yönelik Görü lerinin Da ılımı (n=43)

HASTALARIN BEKLENTİLERİNİ Ö RENMEDE ETKİLİ OLAN YÖNTEM	Sayı	%
Dilek ve İstek kutuları	6	14,0
Hasta memnuniyeti ara tırmaları	23	53,5
Yazılı dilekçeler	3	7,0
Hasta tarafından yapılan sözel İstekler	9	20,9
Hasta hakları biriminin aktif çalı İması	2	4,6
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Ö rencilerin hastaların beklentilerini ö renmede etkili olan yöntemin belirlenmesine yönelik görü lerinin da ılımına bakıldı İnda ise; en etkili yöntem olarak %53,5 ile hasta memnuniyeti ara tırmalarının ön plana çıktı İı, bunu %20,9 ile

hasta tarafından yapılan sözel isteklerin izledi i, üçüncü olarak da %14,0 ile dilek ve istek kutularının geldi i görülmektedir.

**Tablo 5: Ö rencilerin Sa lık Sektöründe Halkla li kiler Faaliyetlerinde En Çok Sorun Ya anan Sürece Yönelik Görü lerinin Da ılımı (n=43)**

<b>EN ÇOK SORUN YA ANAN SÜRECE YÖNEL K GÖRÜ LER</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Muayene ve te his a amasında	8	18,6
Kliniklerde	3	7,0
Acilde	6	14,0
Hastalar tarafından yapılan sözel istekler sırasında	7	16,2
Hasta kabulde	16	37,2
Tüm süreçlerde	3	7,0
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Tablo 5’de ö rencilerin sa lık sektöründe halkla ili kiler faaliyetlerinde en çok sorun ya anan sürece yönelik görü lerinin da ılımı yer almaktadır. Buna göre ö rencilerin %37,2’si hasta kabulde, %18,6’sı muayene ve te his a amasında, %16,2’si de hastalar tarafından yapılan sözel isteklerin iletilmesi sırasında sorun ya andı na dikkat çekmektedir.

**Tablo 6: Ö rencilerin Sa lık Sektöründe Kar ıla ılan İleti im Engellerine Yönelik Görü lerinin Da ılımı (n=43)**

<b>LET M ENGELLER NE YÖNEL K GÖRÜ LER</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Kayna ın alıcıyı iyi tanımaması	4	9,3
Mesajın yeterince açık verilmemesi	19	44,2
Alıcının önyargılı davranması	5	11,6
Alıcının iyi dinleme becerisine sahip olmaması	10	23,3
Alıcının konuya ilgisiz olması	2	4,7
Tümü	3	7,0
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Tablo 6’da ö rencilerin sa lık sektöründe kar ıla ılan ileti im engellerinin neler oldu una yönelik görü lerinin da ılımına bakıldı ında; mesajın yeterince açık verilmemesinin (%44,2), alıcının iyi dinleme becerisine sahip olmamasının (%23,3) ve alıcının önyargılı davranmasının (%11,6) ba lıca ileti im engelleri arasında yer aldı ı görülmektedir.

**Tablo 7: Ö rencilerin Sa lık Sektöründe İleti im ve Halkla li kiler Alanında Ya anan Sorunların Çözümüne li kin Önerilerinin Da ılımı (n=43)**

<b>ÖNER LER</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
İleti im sorunlarının ortadan kaldırılması için önlemlerin alınması	9	20,9
Çalı anlar ve hastalar arasında ileti imin geli tirilmesine yönelik giri imlerde bulunulması	18	41,9
Halkla ili kiler ve ileti im konularında çalı ma yapan ki ilerin uzmanla ması	10	23,2
Etkili ileti im için halkın e itimine önem verilmesi	3	7,0
Hastaları anlayabilmek için empati yapılması	3	7,0
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

Tablo 7’de ö rencilerin sa lık sektöründe ileti im ve halkla ili kiler alanında ya anan sorunların çözümüne ili kin önerilerinin da ılımı yer almaktadır (4). Buna göre ö rencilerin %41,9’u gerek çalı anlar gerekse hastalar arasında ileti imin geli tirilmesine yönelik giri imlerde bulunulmasının, %23,2’si halkla ili kiler ve ileti im konusunda çalı ma yapan uzman personelin artmasının, %20,9’u da ileti im sorunlarının kaldırılması için önlemler alınmasının gereklili ine dikkat çekmi tir.

SA LIK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİ KİLER ve İLETİ M UYGULAMALARINA GENEL BİR BAKI

**5. TARTI MA**

Ara tırmanın bulguları incelendi inde; ö rencilerin sa lık sektöründe hem halkla ili kilerin hem de ileti imin önemli oldu unu dü ündükleri, ancak mevcut uygulamalar açısından her iki konuya da yeterince önem verilmedi i noktasında birle tikleri görülmektedir. Yurdakul ve ark. tarafından zmir'de 5 ayrı özel hastanede yapılan bir çalı maya göre de; çalı anların, sa lık sektöründe ileti ime verilen önemin giderek arttı nı dü ündükleri ve halkla ili kileri önemli bir i letme i levi olarak algıladıkları ortaya çıkmaktadır (4).

Ara tırma sonucunda ula ılan bir di er sonuç da; ö rencilerin, hastalar, personel ve üstlerle kurulacak olan ileti imde en etkili ileti im yöntemi olarak yüz yüze ileti im yöntemini benimsedikleri ve hastaların beklentilerinin belirlenmesinde de hasta memnuniyeti ara tırmalarının etkili olaca na inandıkları yönündedir. Ö renciler mesajların yeterince açık olarak verilmemesini bir ileti im engeli olarak gördüklerini ifade etmi lerdir. Bununla birlikte ö renciler, ileti imin geli tirilmesine yönelik olarak alınacak önlemlerin, çalı anlar ve hastalar arasında ya anan sorunların

- Halkla ili kiler çalı malarına ve ileti im uygulamalarına gereken önem verilmeli,
- gerek hastaların gerekse çalı anların beklentileri de erlendirilmeli ve bu çerçevede beklentilerin kar ılanmasına yönelik gereken önlemler alınmalı,
- ileti imin önündeki engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik düzenlemeler yapılmalı,
- halkla ili kiler ve ileti im konularında uzman olan çalı anların uygulamalarından yararlanılmalı,
- çalı anların empati yetene i geli tirilmeli,
- hasta ile kurulacak olan ileti imde anla ılacak bir dil kullanılmasına özen gösterilmeli,
- yüksek düzeyde tıbbi terminoloji kullanmaktan kaçınılmalı ve
- çalı anlar ve hastalar konu ile ilgili olarak bilinçlendirilmelidir.

ortadan kaldırılması sürecine katkı sa layaca nı dü ündüklerini de belirtmi lerdir. Yurdakul ve ark. tarafından yapılan ara tırmanın bulgularına bakıldı nda da; halkla ili kiler alanında yapılan çalı maların kurumun ba arısını etkiledi i ortaya çıkmaktadır (4). Bununla birlikte; hasta memnuniyetinin sa lanması, hastaların istek ve beklentilerinin kar ılanması, ileti imin iyile tirilmesi, çalı anların personele yönelik davranı larının incelenmesi, yüz yüze görü melerin yapılması vb. faaliyetlerin de halkla ili kiler birimleri tarafından yürütülen önemli faaliyetler arasında sayılaca na ili kin bulgulara ula ılmı tır.

**6. SONUÇ**

Ara tırma sonucunda elde edilen bulgular çerçevesinde, sa lık sektöründe hedef kitlenin beklentilerinin kar ılanması, sa lık davranı larında istendik ölçüde davranı de i ikli inin yaratılması, sa lık bakım kalitesinin yükseltilmesi ve halkla ili kiler ile ileti im faaliyetlerinin kendinden beklenen faydayı sa laması vb. amaçların gerçekleştirilmesi gerekti i dü ünüldü ünde, a a ıdaki önerilerin geli tirilmesinin uygun olaca ı öngörülmektedir. Buna göre;

**7. KAYNAKLAR**

1. Tengilimo lu, D. (2001). *Sa lık Kurulu larında Halkla li kiler*. Gazi Kitabevi, Ankara, 3-29.
2. Mıhıo lu, C. *Halkla ili kiler nedir?* [dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/487/5710.pdf](http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/487/5710.pdf) (Son Eri im: 18 Eylöl 2012).
3. Alikılıç, Ö., Onat F. (2007). *Bir halkla ili kiler aracı olarak kurumsal bloglar*. *Journal of Ya ar University*, 2(8):899-927.
4. Yurdakul, N.B., Co kun, G., Öksüz, B. (2007). *Hastanelerde halkla ili kiler: izmir ili özel hastaneler örnekleminde halkla ili kiler birimlerinin yapı-i lev ve uygulamalarına yönelik bir ara tırma*, *Eski ehir Osmangazi Üniversitesi BF Dergisi*, 2(1):31-46.
5. Sever, S. *Dil ve ileti im (etkili yazılı ve sözlü anlatım)* [dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/482/5655.pdf](http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/482/5655.pdf) (Son Eri im: 20 Eylöl 2012).
6. Yılmaz, E. (1996). *Kütüphanelikte halkla ili kiler ve kitle ileti im araçları*. Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara,31-32.
7. Etkili leti im [www.okan.edu.tr/UserFiles/sayfa/file/etkili-iletisim-22-09.pdf](http://www.okan.edu.tr/UserFiles/sayfa/file/etkili-iletisim-22-09.pdf) (Son Eri im:08 Kasım 2012).
8. Erbaydar, T. (2003). *Halk sa lı ı açısından sa lık ileti imi*. *C.Ü. Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4):45-