



SAĞLIK SEKTÖRÜNDE KAMUOYU YÖNETİMİ

PROF DR SELMA ALTINDIŞ

Sağlık sektöründe kamuoyu nedir?

Toplumun yanı sıra sektörün tüm dinamiklerinin sağlıklı kalmak ve sağlık hizmetleri hakkındaki tutumlarının kanaatlerinin toplamıdır

ya da

Sağlık sektörü üzerindeki ortak yargı ve tutumlardır

Sağlık sektöründe kamuoyunun biçimlendirilmesi ve yönetimi neden gerekli?

Doğru yaşam biçimi, güzel alışkanlıklar, yerinde ve orantılı hizmet kullanımı sayesinde, sağlık harcamalarında tasarruf sağlayabilmek için kamuoyunun yönetimine her geçen gün daha fazla gereksinim duymaktayız.

- Bu yolla elde edilecek tasarruflar ile
 - Kaynakların daha fazla değer üretecek sağlık alanlarına aktarılabilmesi
 - Hizmet üreticileri olan sermayedarların verdiği hizmetin karşılığını alabilmesini sağlamak için kaynak yaratmak,
 -

Ancak;

- Sağlık kalmak ve sağlık hizmetleri hakkında toplumun bütün bireylerin bilgi sahibi olması, doğru davranışı göstermesi mümkün değildir.
 - Çoğu zaman toplumun büyük bir kesimi bu alandaki konuların ve sorunların farkında değildir.
- İşte bu noktada sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi ile istenen;
 - Kamuoyunun sağlıklı kalmak ve sağlık hizmetlerine ilişkin sadece bilgi sahibi olması değil aynı zamanda isten tutum ve davranışları göstermesidir

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetiminin amacı nedir?

- Sağlık sektöründe kamuoyu yönetiminin amacı;

«farklı paydaşların sahip olduğu farklı çıkarları maksimize ederken diğer yandan da toplum refahını yükseltmek üzere hareket etmektir.»

Kamuoyu yönetiminin amacı:

- **Hedef kitle hasta ise** sağlık okuryazarlık düzeyini artırmaktır.
- **Eğer hedef kitle sigorta kuruluşu ise ...**
- **Eğer hedef kitle hizmet sunucularından sağlık profesyonelleri ise**
- **Eğer hedef kitle hizmet sunucularından sermayedarlar ise.....**

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi ile genel olarak amaçlanan ise;

- **Sağlıklı kalmak ve sağlık hizmetlerine ilişkin hizmetlerin ve ürünlerin üretimi, finansı gibi tüm konularda toplumun;**
 - Bilgilendirilmesi
 - Farkındalık yaratılması
 - Doğru davranış değişikliği oluşturulmasıdır.

Sağlık sektöründe etkin bir kamuoyu oluşumunun sağlanması için gereklilikler nelerdir?

Etkin bir kamuoyu oluşumu için:

1. Kamuoyunun oluşum sürecinde, **geniş bir tartışma atmosferine ihtiyaç vardır.**
1. Genel olarak kamuoyunun sağlıklı bir şekilde oluşması için **toplumun bütün kesimlerinin sürece dahil edilmesi gerekir.**
2. Kamuoyu oluşturulurken yapılan fikir alışverişinde akılcı argümanlar ortaya konulmalıdır.
3. Kamuoyunun oluşturulması sürecinde yapılacak faaliyetlerin geniş kitlelerin dikkatini çekmesi ve onlara ulaşması sağlanmalıdır.

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimini etkileyen faktörler nelerdir?

- Genel itibariyle dört şekilde ortaya çıkmaktadır:
 1. Psikolojik faktörler
 2. Sosyal çevre
 3. Kitle iletişim araçları
 4. Yüz yüze yapılan temaslar

Sağlık sektöründe kamuoyu oluşumu ve yönetimini etkileyen faktörler ve kullanımı

1. Psikolojik faktörler

- Bireylerin, iç dünyası, korkuları, bilinçaltıları, hayalleri ve ruh dünyaları onların eylem ve hareketlerini etkilemektedir.
- Kamuoyu oluşturmada bu bireysel unsurlar kullanılabilir.

Sağlık sektöründe oluşumu ve kamuoyu yönetimini etkileyen faktörler ve kullanımı

2. Sosyal çevre

- **İnsanoğlu sosyal bir ortamda yaşar. Sosyalleşme sürecinde de bireyler sosyal ortamdan dışlanmamak için bulundukları çevreye adapte olmaya çalışırlar.**
- Bu uyum süreci de ister istemez bireylerin kanaat ve davranışlarına yansır.

Ancak,

- **Sağlık sektörü özelinde kamuoyunun oluşması ve yönetimi, kendiliğinden gelişen ve kısa bir sürede oluşan bir durum değildir.**
- Topluma hakim pozitif bir kanaatin ve tutumun oluşabilmesi için belirli bir sürenin geçmesi gereklidir.

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetiminde hangi araçlar kullanılabilir?

- A. Kültürel Yapı
- B. Hukuki ve yasal ortam
- C. Kitle İletişim Araçları
- D. Sivil Toplum Kuruluşları ve Baskı Grupları
- E. Kamuoyu Araştırmaları

A. Kültürel Yapı

- Kültürel yapı “toplumsal olarak hazırlanan ve başkalarına, topluma yeni gelenlere aşılabilen her çeşit değer, tutum ve davranışların toplamı” dır.
 - Bu doğrultuda;
 - Bir takım kamuoyu spotlarının oluşturulması ve bunların yaygınlaştırılması
 - Sanatçılar ve toplumun değer verdikleri tarafından sürekli işlenmesi,
 -
- gibi uygulamalar kültürel yapı bağlamında kamuoyu oluşumunda ve yönetiminde etkili araçlardır

B. Hukuki ve yasal ortam

- Bunun dışında sektöre ilişkin yasal mevzuatların ve kuralların konuyu destekleyip desteklemediği önemlidir.

Örneğin

- Sevk zincirinin aktif olmasına ilişkin müeyyideler
-

C. Kitle İletişim Araçları

- Bu konuda yapılan araştırmalar “insanların kitle iletişim araçları tarafından manipüle edildiği”ni öne sürmektedir

- Kitle iletişim araçları ile
 - Kamuoyunun bu konudaki tutumunu öğrenme
 - Kamuoyu bilgilendirme ve farkındalık yaratma
 - Davranış değişikliği oluşturma

Kitle iletişim araçlarının kullanımının bazı kısıtları vardır. Bu kısıtlar:

- **Tarafsızlığını kaybedebilmektedir.** Haber yazan, program hazırlayan kitle iletişim çalışanları zaman zaman olayın tarafsız izleyicisi konumundan uzaklaşarak aktif politika yapan bir tarafa dönüşebilmekte ve haberine yorum katabilmektedir.
- Ayrıca bazı iletişim araçları tarafından dikkatleri bilinçli ya da bilinçsiz olarak belirli yönlelere çekilerek **bireylerin yeterli yada doğru bilgiye ulaşması engellenmektedir.**
- **Ticari içeriğe yada yanlış bilgilendirmelere kayılabilmektedir.**
 - Sansasyon yaratma
 - Kendini, kurumu yada yöntemi kamuoyunun gündeme getirme
 - Yeterli inceleme yapmadan yeni gelişen bir olayı diğerlerinden önce verme endişesi

D. Sivil Toplum Kuruluşları ve Baskı Grupları

- İlgili sivil toplum kuruluşlarının nihai hedefi olan sağlık sektöründe ilgili kamuoyunu bilgilendirip, sektörün tüm dinamiklerinde farkındalık yaratarak davranış değişikliği oluşturma amacına hizmet etmektedir.
- Buradaki hassas nokta, baskı gruplarının gerçekten toplum yararına yada refahını geliştirmeye çalışıp çalışmadığıdır.

E. Kamuoyu araştırmaları, epidemiyolojik araştırmalar

- Bu araçlar bize yol haritası sunacak ve rehberlik edecek araçlardır.
 - Toplumun kanaatinin belirlenmesinde kamuoyu araştırmaları
 - Toplumun sağlıkla ilgili çıktılarına ilişkin fotoğrafını çekmek için ise epidemiyolojik araştırmalar kullanılır.

Heath vd.'ne (2005: 300) göre kamuoyu araştırmaları «**en iyi ihtimalle vatandaşların seslerini duyurmaları için bir yol en kötü ihtimalle ise siyasi manipölasyon aracı olabilir.**»



Sonuç olarak, sağlık sektörü özelinde kamuoyu yönetiminde kamuoyunun ilgilendiği, kullandığı ve etkilendiği tüm araçlardan yararlanılmalıdır.

- Dolaylı yoldan kamuoyunu oluşturan psikolojik ve sosyolojik araçlar olarak
 - Konuya ilişkin eğitimler vermek,
 - Motivasyon araçlarından yararlanmak,
 - Aile ve toplumsal kontrol mekanizmalarını kullanmak,
 - Yeni tutum ve algılar geliştirmek verilebilir.
- 2. Doğrudan kamuoyunu oluşturan Medya ve kitle iletişim araçları
 - Medya, özellikle sosyal medya,
 - Baskı ve çıkar grupları,
 - Sivil toplum örgütleri
 - Toplumun önde gelen, takip edilen, örnek alınan, güvenilen, tavsiyeleri dikkate alınan bireylerinin medya yada sosyal medya paylaşımları
- Belirli bir bölgede bazı konularda kamuoyu oluşturmak için
 - Yüz yüze görüşmeler,
 - Evlere ziyaretler,
 - Kahvehane toplantıları
 - O çevre ya da bölgedeki kanaat önderleri (dini yönden saygı ve sevgi duyulan kişiler, köklü ailelerin lideri gibi) vb. araçlar ile toplumu belli bir amaç için mobilize edilebilir.

- Hedef kitleye özgü değişimi ya da mobilizasyonu yaratacak araç ve yöntemler kombinasyonu kullanılmalıdır.
 - Tek başına psikolojik faktörler yada tek başına çevresel faktörler, sadece iletişim araçları yada yüz yüze temaslar yeterli olmayabilir.

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi

- Planlama
- Örgütlenme
- Yöneltilme
- Denetim

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi: Planlama

- Sağlık sektöründe kamuoyu yönetiminde hedef kim? Bir gruplandırmaya gidilmeli
 - Hizmet üreticilerimi?
 - Sağlık profesyonelleri, sermayedarlar
 - Sigorta kurumları mı ?
 - Kamu yada özel sektör mü?
 - İlaç, tıbbi cihaz ve sarf üreticileri mi?
 - Hizmet kullanıcılar mı ?
 - Çocuklar, gençler, yaş almışlar / Kadınlar, erkekler / Kırsal kesim kentsel kesim / Kültürel hassasiyetleri nedir?
- Hedef kitlenin incelikleri, tüm özellikleri belirlenmeli

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi: **Planlama**

- **Hedef kitlenin tüm özellikleri belirlenmeli**

Örneğin hastalar ya da potansiyel hastalar üzerinden planlama işlevini yürütelim

Sağlık hizmetleri konusunda özelde hastalardan genelde kamuoyundan ne istiyoruz;

- Sağlık hizmetini gerçekten ihtiyacı olduğu doğru basamaktan uygun şekilde alması
- Kendilerini sağlıklı tutacak davranış kalıpları geliştirmesi
- Doğru beslenme, aktif-hareketli yaşam, kötü alışkanlıklardan uzak durma...
- Sağlık davranışına ilişkin sorumlulukların bedeli ve yükünün farkında ve bu yükü taşıyan bireyler mi?

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi: Planlama

- **Kamuoyunun bu davranış/tutum sorunları içinde hangisi yada hangilerine ve hangi gruba öncelik verilmeli?**
 - Sağlık okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesi hedef olabilir
 - Sağlıklarını korumada kendi sorumluluklarının farkındalıklarını yükseltme
 - Doğru davranışlar sergilemeye ilişkin teşvik edici yada cezalandırıcı uygulamalar düşünülebilir
 - Tutum ve davranış değişikliği yaratmamanın ekonomik ve sosyal yükünü paylaşma konusunda eylem alma olabilir
- **Kamuoyu yönetiminde hangi araçların kullanılacağı**
 - Kitle iletişim araçları: sosyal medya, youtuberler, sosyal medya- tv video içerikleri
 - Youtube içeriklerinin oluşturulması (kimler aracılığı ile paylaşılacağıının tesbiti)
 - Sinema ve film endüstrisi
 - Tartışma programları,
 - Kamu spotları,
 -

Örneğin

- Ambulansa yol ver
- Randevuna gecikme
- Hasta olmadan önlem al

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi: Planlama

- **Hedef kitlenin oluşturulmak istenen tutum ve davranışta mevcut düzeyleri nedir?**

Sağlıklarına ilişkin tutum ve sorumluluklarında ya da hizmet alım biçimlerinde kamuoyunun

- Dezenformasyon kaynakları neler
- Siberkondria durumları nasıl?
- Kamuoyunda yaygın görülen davranış tutum sorunları neler?
 - I,II, ve III. Basamak sağlık hizmetlerinin kullanımına ilişkin bu paydaş grubunda aksaklıklar neler ?
- Aksaklıklara ilişkin ne gibi çözümler üretelim?

Sağlık sektöründe kamuoyu yönetimi: **Planlama**

- Kamuoyu yönetimi ile ulaşılmak istenen hedef nedir ?
- Ulaşılmak istenen hasta profili yada toplum profili nedir ?
- Bu konuda hangi kurumlar faaliyette bulunacak?
 - Kamu, Özel
 - Kar amacı güden gütmeyen (sivil toplum kuruluşları, dernekler)

sorularının cevapları ince ve titizlikle uzmanların bir araya gelmesi ile oluşturulmalı.

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi: Örgütlenme

- Örgütlenme fonksiyonu plan çerçevesinde tüm kaynaklar harekete geçirilir
- Bu alanda kullanabileceğimiz doğru nitelikteki insan kaynağımızın yetki ve sorumlulukları ortaya konulur.
- Gerekli yasal müeyyideler, kurallar, mevzuatlar ile desteklenir
- Ayırdığımız ekonomik destekler ve maddi kaynakların dağıtımı yapılır
- Alt yapı hazırlıkları tamamlanır.

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi: **Yöneltme**

- **Yöneltme fonksiyonu plan çerçevesinde ilgili kişilerin rolü ve sorumlulukları doğrultusunda eyleme geçilmesidir.**
- Bireylerin belirlediğimiz üç temel sonucu (bilgilenme, farkındalık davranış değişikliği) üretmesi için
 - Güçlü bir liderlikle ,
 - Doğru motivasyon araçlarının,
 - Teşvik edici ve cezalandırıcı mekanizmalar kullanarak
 - Doğru ve etkili iletişim ile kamuoyunun doğru davranışa yönlendirilmesi mümkündür.

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi: Yöneltilme

- Motivasyon/Teşvik sistemlerine örnekler
 - Kurallara uyan, kendi ve toplum sağlığına önem veren insan profillerini öne çıkarma
Örn:
 - I. basamağı tercih edene II. basamak randevuda öncelik
 - Acil sağlık hizmetlerini gereksiz meşgul etmeyenlere farklı teşvikler düşünülebilir
 - Özellikle kamuoyunda önemli sorunlara ilişkin bir teşvik mekanizması hazırlanabilir.

Bu konuda ciddi bir beyin fırtınası ile öncelikli sorunlara yönelik bize özgü teşvik sistemleri

- Proje çağrılarının yapılması,
 - Aşı tereddüdünü gideren bir proje çağrısı,
 - Salgın hastalıklardan korunmaya yönelik uyum arttırılmasına ilişkin proje çağrısı
 -

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi: **Yöneltme**

İletişim

- **Doğru mesajın, doğru yolla, doğru kişilere açık bir şekilde ulaşması hedefi ve gayretiyle iletişim çabaları gösterilmelidir.**
 - Açık, anlaşılır, uygulanabilir, net, mesajlar üretmek gerekir.
 - Tüm iletişim kanallarının ve biçimlerinin kullanımı önerilebilir.
 - Klasik iletişim araçları yanı sıra yeni direk ve dolaylı iletişim araçları kullanılmalıdır

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi: **Yöneltme**

- Ortak akıl ürünü fikir ve tutumları içeren mesajlar, kamuoyunu yönetmek üzere çeşitli yollarla hayata geçirilebilir.
 - Örneğin:
 - Gösteri
 - Yürüyüş
 - Basın toplantısı
 - Tartışma programları
 - Kamu spotları
 - Film sinema senaryo içeriklerine yerleştirilmesi
 - Sosyal medya
 - **Sosyal pazarlama...**

Sosyal pazarlama

- *“Hedef kitleye olduğu kadar topluma da faydalı olabilecek davranışları içeren değer yaratma sürecine, pazarlama tekniklerinin ve ilkelerinin uygulanmasıdır” .*
- **Sosyal pazarlama, toplumun davranışlarını iyi yönde etkilemek ve/veya değiştirmek için çalışan bir disiplindir.**
 - Sigara kullanımının önlenmesi,
 - Kronik hastalıklar,
 - Sağlık hizmetlerinin doğru ve orantılı kullanımı,
 - Aşılamalar,
 - Sağlıklı beslenme,
 - Diş sağlığı

Sosyal pazarlama

Kotler'e göre sosyal pazarlamacılar dört davranışı etkilemeye çalışırlar:

- Yeni bir davranışın kazanılması (*accept*),
- Kötü bir davranışın başlamadan ret edilmesi (*reject*),
- Alışlagelen bir davranışın modifiye edilmesi (*modify*),
- Alışılmış bir davranışın terk edilmesi (*abandon*).

Kotler'in deyimıyla "mal veya hizmetlerin satışını yapan ticari sektör gibi sosyal pazarlamacılar da davranışları satmaktadır".

Sosyal pazarlama

- **Sosyal pazarlamada hedef, insanları doğru bir davranışa ikna etmektir.**
- Sağlık alanında sosyal pazarlama, sağlık hizmeti veren kurumların kurumsal pazarlamalarıyla karıştırılmamalıdır.
 - Bir hastanenin daha çok hastane başvurusu oluşturmak için yaptığı pazarlama, sosyal pazarlamadan ziyade ticari pazarlama konseptine yöneliktir.

Sağlık Sektöründe Kamuoyu Yönetimi: **Denetim**

- Önemli bir maliyet ve zaman gerektirir. Ancak planlama varsa denetlemede olmalıdır.
- Çok çeşitli denetim mekanizmaları geliştirilebilir.

Sonuç olarak,

- Sağlıklı kalmak ve sağlık hizmetlerine ilişkin bilgilerin düzenli, doğru ve etki yaratacak bir şekilde topluma aktarımı ve bu konuda kurumların ve bireylerin proaktif çalışması gerekliliği yadsınamaz bir gerçektir.