

Araştırma Makalesi

**Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Sağlık İlişkisini Konu Alan Lisansüstü Tezlerin
Bibliyometrik Analizi (1992-2022)**

*Bibliometric Analysis Of Graduate Thesis On Public Relations and Health Relations in
Turkey (1992-2022)*

Melis YALÇIN Dr.Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü melis.yalcin@cbu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-6546-4813	Mustafa YALÇIN Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü mustafa.yalcin@ikcu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-1269-4540
---	---

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
08.08.2023	27.11.2023

Öz

Sağlık kurumlarında tüm birimler arasında iletişim süreçlerinin başarılı bir şekilde işleminde halkla ilişkiler çalışmalarının etkisi yadsınamaz bir gerçekliktir. Özellikle sağlık kurumlarının hedef kitleleri ile olan iletişimlerini güçlendirmede, onların zihinlerinde güçlü bir imaj yaratmada halkla ilişkiler çalışmalarının rolü her geçen gün artmaktadır. Son yıllarda sağlık alanının büyük ivme kazanması ve bu bağlamda sağlık kurumlarının büyümesi, halkla ilişkiler çalışmalarının daha fazla öne çıkmasını sağlamıştır. Bu durum akademik alanda da karşılık bularak üzerine çok sayıda makale, kitap ve tez çalışmaları yapılmıştır. Mevcut çalışma ile Türkiye’de yapılan tez çalışmalarındaki eğilimler, bibliyometrik perspektiften ele alınmıştır. Bu çalışmada, halkla ilişkiler ve sağlık ile ilişkili hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezlerini bibliyometrik analiz ile inceleyerek söz konusu kavramlar ile ilgili akademik eğilimlerin ortaya konması amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden tarama modeli ile YÖK’ün ulusal tez arama merkezinden elde edilen 21 lisansüstü tez çalışması analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan tezlerin son on yılda artış gösterdiği, bu tezlerin halkla ilişkiler ve tanıtım anabilim dalı ve ilişkili anabilim dallarında ortaya çıktığı dolayısıyla sağlık ile ilgili anabilim dallarında halkla ilişkiler ile sağlık ilişkisini ele alan lisansüstü tez çalışması yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tezlerin büyük çoğunluğunun yüksek lisans tezlerinden oluştuğu, anahtar kelimeler bağlamında ise “halkla ilişkiler” kavramının öne çıktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, İletişim, Sağlık, Bibliyometrik Analiz, Lisansüstü Çalışmalar

Abstract

The effect of public relations studies in the successful functioning of communication processes between all units in health institutions is an undeniable reality. The role of public relations studies is increasing day by day, especially in strengthening the communication of health institutions with their target audiences and creating a strong image in their minds. In recent years, the great acceleration in the field of health and the growth of health institutions in this context have made public relations studies more prominent. Many articles, books and thesis studies have been conducted on this situation in the academic field. With the current study, the trends in thesis

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Yalçın, M. & Yalçın, M., 2023, Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Sağlık İlişkisini Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (1992-2022), *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(4), 3236-3254.

studies conducted in Turkey are discussed from a bibliometric perspective. In this study, it is aimed to reveal academic trends related to the concepts in question by examining master's and doctoral theses related to public relations and health with bibliometric analysis. With the screening model, which is one of the qualitative research methods, 21 postgraduate thesis studies obtained from the national thesis search center of YÖK were analyzed. As a result of the findings, it was concluded that the theses on the relationship between public relations and health increased in the last ten years, these theses emerged in the department of public relations and publicity and in the departments of relations, therefore, there were no postgraduate thesis studies on the relationship between public relations and health in health-related departments. has been reached. It has been seen that the majority of theses consist of master's theses, and the concept of "public relations" stands out in the context of keywords.

Keywords: Public Relations, Communication, Health, Bibliometric Analysis, Postgraduate Studies

1. Giriş

İnsan hayatını merkeze alan ve insan hayatındaki sağlık sorunlarına çözüm arayan sağlık kurumlarının başarılı bir şekilde işleyişi kuşkusuz hayati önem taşımaktadır. Bu işleyişin kusursuz şekilde yürütülmesinde birçok önemli faktör bulunmaktadır. İletişimin bu faktörlerden biri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İletişim sürecinin kurum içi, kurum dışı tüm paydaş ve hedef kitleler ile verimli bir şekilde gerçekleştirilmesinde halkla ilişkiler büyük görev ve sorumluluk düşmektedir.

Halkla ilişkiler ve bu kapsamda yapılan faaliyetler, sağlık alanındaki işleyişe önemli katkılar sunmaktadır. Halkla ilişkiler, özellikle sağlık hizmeti sunan hastaneler ve sağlık personeli ile hastalar arasında etkin iletişim kanalları inşa ederek güven oluşturmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler uzmanları, şeffaf ve güvene dayalı iletişim stratejileri geliştirebilmektedir. Diğer taraftan halkla ilişkiler, hedef kitlenin sağlık sorunlarına yönelik tedbirler alma, sağlıklı davranışları teşvik etme ve bulaşıcı hastalıkları önleme hususlarında farkındalık yaratacak kampanyalar organize edebilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanları kampanya sürecinde; kurum yazışmaları, basın bülteni oluşturma, fotoğraf, afiş ve broşür gibi görsel iletişim materyalleri oluşturma, medya ile ilişkiler kurma, gerektiğinde kurumun sözcülüğünü üstlenme gibi pek çok görevi etkin bir şekilde yürütmektedir.

Halkla ilişkiler ve sağlık arasındaki ilişkiyi ele alan akademik çalışmaların son yirmi yılda belirgin bir şekilde arttığını söylemek mümkündür. Özellikle bu iki kavram arasındaki ilişkinin kitap, makale ve lisansüstü tezlerde varlık göstermeye başlaması, uzun vadede konuya ilgi göstererek araştırmalar yapacak akademisyenlerin ve lisansüstü öğrencilerin sayısının daha da artmasını sağlayacağını öngörmek mümkündür. Buradan hareketle sağlık ve halkla ilişkiler alanında yapılan lisansüstü tez çalışmalarının bibliyometrik yöntemle analiz edilerek, bu iki kavram arasındaki ilişkiye yönelik mevcut durumun resmedilmesi, genel eğilimlerin ortaya konması ve gelecek çalışmalara yönelik tespitlerin yapılması alan için önemlidir. Bu çalışmada; halkla ilişkilerin sağlık alanı için önemi kapsamlı bir şekilde çerçevelenmiş, halkla ilişkiler faaliyetlerinin sağlık alanına olan katkılarından bahsedilmiş ve bu bağlamda halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini konu alan tez çalışmaları incelenmiştir.

2. Halkla İlişkiler ve Sağlık Alanına İlişkin Kuramsal Çerçeve

Tüm kurumsal yapılar için vazgeçilmez bir meslek alanı olan halkla ilişkiler, kurumlar ve hedef kitleler arasındaki tüm iletişim sürecini programlayarak yönetmektedir. Kamu kurumları ve ticari kurumların yanı sıra sağlık kurumları için de bu durum geçerlidir. Sağlık kurumları açısından halkla ilişkileri tanımlamak gerekirse; iç ve dış paydaşlar, kamuoyu ve medya ile güven ve dürüstlük esasına ilişkiler kurmak, bu bağlamda iyi bir izlenim oluşturmak ve iletişimden kaynaklanan krizleri en aza indirmek için yapılan planlı iletişim çabalarının toplamıdır (Tengilimoğlu, 2001, s. 5). Başarıyla yürütülen halkla ilişkiler programının sağlık kurumlarının hedef kitle memnuniyetine katkı sağlayacağı gibi kurumsal imajın olumlu yönde gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişim süreci içinde dört temel model, ilk kez Gruning ve Hunt tarafından ortaya atılmıştır. Gruning ve Hunt, 19. yüzyıl ortalarındaki basın ajanslarının tam zamanlı halkla ilişkiler faaliyetlerini yürüten ilk uzmanlar olduğunu belirtmiştir. Çift yönlü simetrik model, araştırma esasına dayanmakta ve çift yönlü iletişimin diğer türlerinden faydalanmaktadır. Çift yönlü asimetric modelin tersine simetrik model, araştırmayı hedef kitlenin motivasyon veya ikna sürecinde mesajları oluşturmak yerine anlamayı ve iletişimi kolaylaştırmak amacıyla kullanılmaktadır. Simetrik modelde halkla ilişkilerin temel hedefi ikna etmek değil anlamaktır (Gruning ve Gruning, 2005, s. 309-311). Dört temel halkla ilişkiler modelinin ilk ikisinde tek yönlü ve hedef kitlenin pasif olması söz konusuysa son iki

modelde çift yönlü iletişim ve hedef kitlenin karar süreçlerine aktif olarak dahil olduğu bir süreç olmuştur.

Halkla ilişkilerde mükemmellik konusunda 1985 yılında J.Grunig, Dozier, Ehling, Repper'ın aralarında bulunduğu bir grup araştırmalar gerçekleştirmiştir. Halkla ilişkilerde mükemmellikten söz etmek için bir kurumda halkla ilişkiler görevlilerinin mesleki bilgilerinin ileri düzeyde olması, stratejik düşünebilmesi, üst düzey yönetici ile iletişim açısından uyumlu olması, ihtiyaç duyulduğunda iletişim yöneticisinin görevini yerine getirmesi beklenmektedir. Öte yandan bu görevlilerin, iki yönlü iletişimin özelliklerini dikkate almaları gerekmektedir. J.Grunig, kurumun ve kurum içinde bulunan halkla ilişkiler birimlerinin belirli koşulları sağlaması halinde başarı göstereceğini ve “mükemmel şekilde” çalışacağını ifade etmektedir. Söz konusu faktörleri halkla ilişkiler departmanlarında uygulayan kurumlar, stratejik iletişim yönetimini işlevsel biçimde gerçekleştirebilmektedir (Yılmaz, 2011, s. 42-43). Karşılıklı etkileşim ve dengeyi esas alarak simetrik iletişimin aktif hale getirilmesinde, doğru zamanda doğru hedef kitleye doğru iletişim aracılığıyla ulaşılmasını sağlamada stratejik adım atabilmektedir.

Stratejik yönetim aracılığıyla iş ilişkilerinde başarılı olan, hedeflerini sağlam temele dayandıran kuruluşlar, mükemmel şirket ve mükemmellik kavramıyla birlikte ele alınmaktadır. Bunun nedeni, kuruluşun kendine bir hedef belirlemişse bu hedefe ulaşmak için stratejisini de belirlemekte, iş ilişkilerini olumlu tutmakta, itibarını elde etmekte ve kurum kimliğini oluşturmaktadır. Bununla birlikte hedefini saptadığı için mali idari işlerini de başarılı biçimde yönetebilmektedir. Dolayısıyla mükemmel bir şirket tanımına erişebilmektedir. Grunig, halkla ilişkiler birimlerinin şirketin olumlu imaj oluşumunda önemli rol oynadığını belirtmektedir (Gülay, 2016, s. 69). Diğer bir ifadeyle mükemmel şirket tanımının temelinde yer alan imaj ve itibar yönetimi sürecinde halkla ilişkiler departmanları, belirleyici işlevleri yerine getirmektedir.

Halkla ilişkiler, sağlık ve tıp kuruluşlarına hedef kitleleriyle son derece güvenilir bir şekilde etkin ve verimli bir şekilde ilgilenme fırsatları sunmaktadır. Halkla ilişkiler, sağlık kurumlarına yardımcı olmak için sinerji içinde çalışarak, sağlık kuruluşlarının hedeflerine ulaşmasında, değişimi teşvik etmede ve pazar payını desteklemede diğer pazarlama iletişimlerini tamamlayabilmektedir. Öte yandan halkla ilişkilerin rolü genişletilebilmektedir: Kurum ve topluluk arasındaki bağlantı, sağlık kuruluşlarına kapsamlı iletişim sağlamada yardımcı olabilecek önemli faydalar da sağlamaktadır. Bu pazarlama iletişimi alanının dikkatli bir şekilde işlevsel hale getirilmesi, sağlık kurumlarının iletişim potansiyellerini fark etmeleriyle birlikte kurumsal amaçlarını gerçekleştirmelerine yardımcı olmaktadır (Elrod & Fortenberry, 2020, s. 7). Sağlık kuruluşlarının amaçlara ulaşmasında etkili olan halkla ilişkiler uygulamaları, yetenekli çalışanları kuruma kazandırılması, motivasyonlarının artırılması, yeteneklerinin geliştirilmesi ve aidiyetlerinin pekiştirilmesi noktasında kurumlara katkı sağlamaktadır.

Halk sağlığı sorunlarına çözüm getirilmesi açısından halkla ilişkiler ve sağlık iletişimi, son yıllarda önemli hale gelen iki kavramdır. Sağlık alanında halkla ilişkiler uygulamalarının önemi yadsınmamaktadır. Sağlığa yönelik doğru bilgilerin hedef kitleye iletilmesinde ve hedef kitlenin ikna edilmesinde, istenen yönde davranış değişikliği geliştirilmesinde halkla ilişkiler uygulamaları kilit rol üstlenmektedir. Hazırlanan sağlık iletişimi kampanyaları, hedef kitleye nasıl ulaşacağını belirleyen bir iletişim yoludur (Çanak, 2015, s. 63). Sağlık iletişimi ve sağlık halkla ilişkileri arasında iki ortak nokta bulunmaktadır. İlk olarak, sağlıkla ilgili bilgilerin iletişim yoluyla paylaşılabileceği veya yayılabileceği için her ikisi de iletişimin önemini vurgulamaktadır. Diğer ortak nokta, iletişimin amacıdır. Her ikisi de iletişimin bir sonucu olarak bireylerin sağlığı üzerinde olumlu etkiler elde etmeyi amaçlamaktadır (Ki ve ark., 2022, s. 2).

Sağlık hizmetlerinde halkla ilişkilere yönelik geleneksel yaklaşımlar, sağlık sistemlerinde meydana gelen değişimle birlikte dönüşüme uğramaktadır. Halkla ilişkiler uygulayıcıları mesleğin yazma, araştırma ve planlama gibi temel faaliyetleri gerçekleştirmeye devam etmektedir. 21. yüzyılda halkla ilişkiler uygulamalarının merkezinde ilişki kurma ve sürdürme yer almaktadır. Sağlıklı uzun vadeli ilişkileri tanımlayan ve tahmin eden iletişim kuralları, sağlık hizmetlerinde halkla ilişkilerde günlük ikili ilişkilerden daha fazla öneme sahiptir. Böylece karşılıklılık, eşitlik, saygı ve güven, sağlık hizmeti, iş ilişkileri bağlamında yenilenmiş bir anlam kazanmaktadır. Hasta ile doktorlar, ilaç firmaları gibi yönetilen sağlık şirketleri, kendilerini benzersiz bir halkla ilişkiler bilmesinin içinde bulmaktadırlar (Hetherington ve ark., 2001, s. 574). Halkla ilişkiler uygulamalarında sağlık kuruluşlarının sürdürülebilir

rekabet avantajı elde etmesinde simetrik iletişim ve güven temelinde ilişkiler inşa etmek esas olmaktadır. Bu durum, sağlık kuruluşlarına yönelik hedef kitlenin olumlu tutumlar geliştirmesine yol açmaktadır.

Sağlık iletişimi, sağlık ve sağlığı ilgilendiren konularda bireylerin, kurumların, toplumların bilgilendirilmesi, farkındalık oluşturulması ve sağlık okuryazarlığının artırılmasıyla birlikte sağlıklı çevrede yaşama hakkının korunması için iletişim strateji ve yöntemlerinin kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır. Sağlık alanında gerçekleştirilen iletişim kampanyaları, kurumun hedef kitlelerini ve kamuyu bilgilendirmeyi, sağlığı kamunun gündemine taşımayı, aynı zamanda farkındalık yaratarak yaşam biçimlerine katkı sağlamayı amaçlamaktadır (Altundal, 2019, s. 53). Sağlık sektöründe müşteri odaklı uygulamalara ve müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Memnuniyet ile ilgili son yıllarda yapılan çalışmalarda sağlık hizmetlerinden duyulan memnuniyet oranında artış olduğu tespit edilmiştir (Büyükdoğan ve ark., 2017, s. 195). Özel bir hastanede yapılan halkla ilişkiler çalışmalarında hastanenin hedef kitlenin görüşleri elektronik bir anket yoluyla bulmaya çalışılmaktadır. İki yönlü simetrik model, üst yönetimin kuruma ve hizmetlere yönelik davranışlarını ve görüşlerini belirlemek amacıyla iç veya dış hedef kitleler, hissedarlar, distribütörler veya ortaklar, kuruluşun çeşitli hedef kitlelerine daha aşina olmasını amaçlamaktadır. Böylece kuruluş ve çeşitli hedef kitleleri arasında karşılıklı bir diyalog oluşmaktadır (Islam & Luqman, 2022, s. 299).

Şirketler, kurumsal itibar ve paydaş ilişkileriyle ilgili yıllık araştırmalar yapabilmekte, iş ve finans yayınları tarafından hazırlanan yıllık yayınlanan listelerde sosyal açıdan sorumlu bir şirket olarak tanınmaya çalışabilmektedirler. Halk sağlığı kuruluşları, itibarın ve paydaş ilişkilerinin tanınmasına yönelik programlar oluşturabilmektedirler. Paydaşlarla etkin iletişim esastır. Söz gelimi, iyi çalışan ilişkileri, herhangi bir kuruluşta olduğu kadar halk sağlığında da önemlidir. İyi bir çalışan morali, herhangi bir kuruluş için optimum çalışan performansı sağlamak ve işe alım ve elde tutmayı etkilemek için kritik öneme sahiptir. Halk sağlığı departmanlarının faaliyet göstermesi gereken ortam sürekli olarak değişmektedir ve halkla ilişkiler çabaları, bu değişikliklere uyum sağlamak zorundadır. Güçlü bir itibar oluşturmak ve sürdürmek ve olumlu paydaş ilişkilerini sürdürmek her geçen gün önemli hale gelmektedir (Springston & Lariscy, 2005, s. 227-239). Kurumun uzun süreçte oluşturduğu bir değer anlamında kullanılan itibar, çalışan ilişkileri bağlamında ele alındığında güçlü bir sosyal sermaye oluşumunda etkili olmaktadır. Aynı zamanda katılıma dayalı kurum kültürünün oluşumunda, kurumsal aidiyetin, kurumsal bağlılığın ve kurumsal vatandaşlık davranışının gelişmesinde aktif rol oynamaktadır.

Hastaneleri rakiplerinden ayırtırmak, toplum ve hastane arasında çift yönlü iletişimi sağlamak, güçlü bir hastane imajı ve kültürü oluşturmaya yardımcı olmak için halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Hastaneye yönelik halkın güveni, geçmişte hastaneye ziyaretler yapıldıysa, geçmiş deneyimler, hastaneyi ziyaret eden kişilerden alınan duyular ve hastane hakkında medyadan alınan geri bildirimlerle oluşturulmaktadır. Halkla ilişkiler, genel kamuoyunu bilgilendirmekte, genel halkın hastaneye güvenmesini sağlamakta ve hastane hakkında olumlu bir imaj oluşturmaktadır. Bu nedenle halkla ilişkiler, hastanenin toplumda itibarlı bir kuruluş olarak algılanmasını kolaylaştırma işlevi görmektedir. Hastaneye sevk edilen hasta ve hasta yakınları, genel olarak rahatsızlık, kaygı, huzursuzluk veya korku duygularıyla strese girmektedir. Burada halkla ilişkiler faaliyetleri, hasta kaygısını azaltan bir faktör olarak hizmet etmektedir (Kırdar, 2007, s. 33-37). Böylelikle bilgi eksikliğini veya yanlış bilgi yayılımını engellemek amacıyla yetkili kişiler tarafından doğru zamanda doğru bilgilendirme yapılarak belirsizliğin giderilmesine katkı sağlamaktadır.

Halkla ilişkiler uygulayıcılarının kullandığı iletişim araçları arasında basın bültenleri, doğru bilgi kaynaklarından birini temsil etmektedir. Basın bültenlerinin kitle iletişim araçları aracılığıyla halk sağlığı gündemini şekillendirme potansiyeli göz önüne alındığında, sağlık kuruluşlarının basın bültenleri önem taşımaktadır. Basın bültenleri, sağlık haberlerinin medya kapsamını çerçevelemek için halkla ilişkiler çabalarını belirlemede önemli bir adım teşkil etmektedir (Park & Reber, 2010, s. 40). Hedef kitlenin bilgilendirilmesinde ve gündem oluşturmada anahtar rol oynayan basın bültenleri, salgın hastalıkların yayılması gibi krizlerin yönetilme sürecinde sağlık kuruluşlarının kullandıkları yazılı iletişim araçları olarak kabul edilmektedir.

Covid-19 vakaları, yaygın yanlış ve dezenformasyonla birleştiğinde, etkili kriz iletişimi, güven ve risk arasındaki kritik ilişkiyi göstermektedir. Kriz iletişiminde güven, kaynak ve kullanılan iletişim kanallarının yanı sıra şeffaflık, güncellik, empati ve netlik gibi iletişimin özelliklerinden

etkilenmektedir. Kriz iletişimi, halk sağlığı, medya haberini kapsayan çeşitli aktörlerin bulunduğu retorik alanda yeniden üretilmekte ve mesajlara yanıt vermektedir. Halk sağlığı ve medya haberlerinin olumlu duyguları artırmak ve güven oluşturmak için yol gösterici ilkeleri, takipçiler arasında tutarlı bir şekilde kullanılması gerekmektedir (MacKay ve ark., 2021, s. 1). Kriz süreçlerinde başarılı olmanın yolu, iletişimi doğru bir şekilde yönetebilmekten geçmektedir. İletişim sürecinde kaynağın mesajı kodlama kabiliyeti ön plana çıkmaktadır. Öte yandan doğru iletişim kanalını kullanarak mesajı hedef kitleye iletme, gelen geri bildirimi dikkate alma, alıcının özellikleri doğrultusunda mesajı iletme ve tutarlı mesajlar verme, kriz iletişimin dayanak noktasını temsil etmektedir. Pandemi dönemlerinde de bu durumun farklı olmadığı görülmektedir. İletişim sürecini organize eden halkla ilişkiler uygulayıcılarının söz konusu süreçte üstlendiği rol yadsınmamaktadır.

Sağlık sektörünün kendi içindeki dinamiklerini göz önüne bulundurmak gerekmektedir. Sektörün ihtiyaçları, zorlukları ve fırsatları dikkate alınarak çalışmaların yürütülmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlık çalışanlarının beklentilerinin karşılanması, sağlıkla ilgili projelerin geliştirilmesi, iletişim profesyonelleriyle işbirliği kurularak sağlık iletişiminin daha etkili hale getirilmesi gerekmektedir.

2001–2021'de halkla ilişkiler dergisinde yayınlanan 162 makale analiz edilerek sağlık ve halkla ilişkiler üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırmada analiz edilen makalelerde araştırma konuları, teorik çerçeveler, metodolojik yaklaşımlar, sağlık sorunları ve sağlık kuruluşu türlerine odaklanılmıştır. İncelenen 20 yıl boyunca sağlık halkla ilişkilerine olan ilgi, ilk dokuz yılda (2009 yılına kadar) istikrarlı bir şekilde artmış, 2015 yılına kadar azalmış, ardından son dönemin sonuna kadar tekrar toparlanmıştır. Bu dalgalı eğilim, sağlık halkla ilişkiler alanının, halkla ilişkiler alanında önemli bir araştırma alanı olarak yerleşme sürecinde olduğunu göstermektedir (Ki ve ark., 2022, s. 9-11). Bu bağlamda sağlık ekseninde yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarının sayısındaki artış, konunun ayrıntılı biçimde farklı yönleriyle ele alınmasını sağlamaktadır.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın Önemi

Sağlık alanında hizmet kalitesini iyileştirmede, sağlık kurumlarının markalaşmasında, hastane personeli ve hasta ve yakınları arasındaki iletişim sürecini yönetmede etkili olan halkla ilişkiler, sağlık alanı için pek çok işleve sahiptir. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi, özel hastane sayılarındaki artış ve buna bağlı rekabet ortamı, hedef kitlelerin sağlık kurumlarından daha şeffaf ve açık olma talepleri halkla ilişkiler çalışmalarını daha da önemli kılmamaktadır. Bundan dolayı alanyazında halkla ilişkiler ve sağlık alanı ile ilişkili kitap, makale ve tez olmak üzere pek çok akademik çalışmaya rastlamak mümkündür. Bunun aksine sözü edilen çalışmaların ortak eğilimlerini, yıllara göre ve araştırma yöntem ve süreçlerini bütünsel olarak ele alan bibliyometrik çalışmaya rastlanılmamıştır.

Son yıllarda alanyazında bibliyometrik araştırmaların sayısının gittikçe arttığı gözlenmektedir (Çalışkan & Kartal, 2021, s. 48); Fakat bununla birlikte, halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan bibliyometrik çalışmalara rastlanılmamıştır. Böylelikle söz konusu çalışmanın, halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan çalışmaların eğilimlerini saptaması bakımından alana katkı sunacağı öngörülmektedir. Özellikle ileride bu alanda akademik çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara, araştırma sürecini planlarken hangi açıdan ve nasıl bir metodoloji ile odaklanması gerektiği hususunda ışık tutacaktır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma tarama yöntemlerinden, betimsel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. Betimsel tarama modelinde temel amaç sonuçların genellenebilirliğini sağlamak için, araştırılan alanda uygun görülen çalışmaları tarama ve analiz etme yöntemidir (Usluel ve ark., 2013, s. 55). Sistemati bir tarama stratejisiyle başlayan betimsel tarama modeli, örnekleme giren her çalışmayı yayın süresi, anahtar kelime, araştırma metodolojisi ve teorik bağlamda belirli araştırma özelliklerine göre kodlamaktadır (King & He, 2005, s. 667). Bu araştırmada da halkla ilişkiler ve sağlık konulu tez çalışmaları, söz konusu değişkenler tarafından ele alındığı için tercih edilmiştir.

Bu araştırmada halkla ilişkilerin uygulama alanları arasında yer alan sağlık ve sağlık iletişimi ile ilgili lisansüstü tezler incelenerek akademik alandaki araştırmaların ve yönelimlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu sebeple halkla ilişkiler ve sağlık konularının birlikte ele alındığı lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Bibliyometrik analiz, büyük hacimli bilimsel verileri keşfetmek ve

analiz etmek için popüler ve detaylı bir yöntemdir (Donthu ve ark., 2021, s. 285). Bibliyometrik analiz, bir disiplinde yer alan gelişmeleri, araştırma eğilimlerini, odaklanan konuları ve bu bağlamda tercih edilen yöntemleri değerlendirmede kolaylık sağlayan bir araç olarak büyük önem taşımaktadır (İnceoğlu, 2014, s. 34). Bibliyometrik analiz, belirli bir disipline ilişkin makro düzeyde akademik verileri nicel ve sistematik bir şekilde ortaya koymaktadır. Bibliyometrik analiz, bir araştırma konusu veya alanının entelektüel yapısının durumunu ve ortaya çıkan eğilimleri sunmak için büyük miktarlarda akademik verileri özetlemektedir (Donthu ve ark., 2021, s. 287). Bibliyometrik analiz, bir alanda tek başlarına bilimsel değer taşıyan çalışmaların bir araya getirilerek yeni bir bilimsel niteliğe ve değere kavuşmasına olanak sağlamaktadır.

Bibliyometrik bir araştırma, alandaki mevcut durumu resmetmeli, mevcut bilgi birikimini yapılandırmalı, literatürün genel eğilimi ve yönelimi hakkında birtakım tespitler yakalamalı, alanyazındaki boşlukları göstererek gelecekteki araştırmalar için yön çizmelidir (Block & Fisch, 2020, s. 311). Bibliyometrik analiz tezlerin ve akademik alandaki diğer çalışma türlerinin analizinde sıklıkla kullanılan en elverişli yöntemlerden biri olarak görülmektedir (Becerikli, 2013, s. 29). Alanyazın incelendiğinde bu konudaki tez üzerinden yürütülen makale çalışma örnekleri tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1: Alanyazında Tez Çalışmaları Üzerinden Yürütülen Bibliyometrik Analiz Örnekleri

Yazar	Yıl	Başlık	Dergi
-Nazan Uçak		Bilimsel İletişimin Zamana ve Disiplinlere Göre Değişimi: Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme	Bilgi Dünyası.
-Sema Yıldırım Becerikli	2013	Türkiye’de Sağlık İletişimi Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Eleştirel Bir Bakış	Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi
-Devendra Kumar Mishra, -Manisha Gawde -Madhu Singh Solanki	2014	A Bibliometric Analysis of the Publications of the Cluster of Excellence Image Knowledge Gestaltung in the Context of Research Assessment	Global Journal of Academic Librarianship
-Çağrı İnceoğlu	2014	Türkiye’de Sinemayı Konu Alan Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme	Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi
-Maria Amélia Leite Ferreira -Alexandra Manuela Nogueira de Andrade Pereira -José Carlos Amado Martins ³ -Maria do Céu Barbieri-Figueiredo	2016	Palliative Care and Nursing in Dissertations And Theses In Portugal: A Bibliometric Study	Rev Esc Enferm USP.
-Angammana, A.M.S. -Jayatissa, L.A	2016	A Bibliometric Study of Postgraduate Theses in Library and Information Science with Special Reference to University of Kelaniya and University of Colombo, Sri Lanka	Journal of the University Librarians’ Association of Sri Lanka
-Dilek Çalışkan	2021	Türkiye’deki Çeviri Konulu Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme (1985-2020)	İstanbul Üniversitesi Çeviribilim Dergisi

-Erdoğan Kartal			
-Süleyman Akkaşoğlu -Ceyhun Akyol -Şevki Ulama -Burhanettin Zengin	2019	Tarım Turizmine Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies
-Mahmut Barakazı -Gökhan Kuzucanlı	2022	Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on the Relationship Between Communication and Tourism	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
-Saadet Sağtaş -Saadet Ercoşkun	2022	YÖK Ulusal Tez Merkezine Kayıtlı E-Ticaret Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi	Journal of Awareness

Tablo 1’de yer alan makalelerde araştırmaya dahil edilen tezler üzerinden yapılan bibliyometrik analiz bulgularında; tezlerin yayın türü, üniversitelere ve yıllara göre dağılımı, tezlerde kullanılan araştırma metodolojisi, anabilim dalı, anahtar kelime, danışman unvanı ve tezlerin sayfa sayı dağılımlarına yer verilmiştir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda halkla ilişkiler ve sağlık ile ilişkili lisansüstü tez çalışmalarının genel özelliklerini saptamak için bibliyometrik analizin yapısına uygun olarak şu sorulara yanıt aranmıştır (Akkaşoğlu ve ark., 2019, s. 1195):

1. Halkla İlişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan tezlerin yüksek lisans ve doktora tez sayısı nasıl dağılmıştır?
2. İlgili tezler hangi üniversiteler bünyesinde hazırlanmıştır?
3. Tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
4. Tezlerin sayfa sayısı kaçtır?
5. Tezlerdeki danışmanların akademik unvanlarına göre dağılımı ne şekildedir?
6. Tezlerin anabilim dallarına göre nasıl dağılmıştır?
7. Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerin kullanılan araştırma yöntemleri ne şekildedir?
8. Tezlerde yapılan araştırmalar hangi tür kurumlar üzerinde yürütülmüştür?
9. Tezlerde hangi anahtar kelimeler kullanılmıştır?
10. Tezlerde elde edilen bulgular ne şekildedir?
11. Tezlere yapılan atıfların yıllara göre dağılımı nasıldır?

3.3. Veri Toplama Araçları

Halkla ilişkiler ve sağlık konularında gerçekleştirilen lisansüstü tezlerini inceleyebilmek için YÖK Tez Merkezi veri tabanında yer alan “*Gelişmiş Arama*” seçeneğinde “Halkla İlişkiler ve Sağlık” anahtar sözcüğü ile tarama yapılmıştır. Araştırma YÖK Ulusal Tez Merkezi’nin <https://tez.yok.gov.tr> internet adresinden 10.01.2023 tarihinde elden tezleri kapsamaktadır. Araştırmanın evreni YÖK Ulusal Tez Merkezi’de taranan yüksek lisans ve doktora düzeyindeki tezlerden oluşmaktadır. Örneklem ise ilgili alanda ilk çalışmanın yapıldığı 1992 ile 2022 yılları arasındaki erişim izni bulunan tüm tezleri kapsamaktadır. Bu çalışmada tüm evreni araştırmaya dahil etme imkanı olduğundan dolayı herhangi bir örneklem seçiminde bulunulmamıştır.

Tarama neticesinde 21 lisansüstü tez çalışmasına ulaşılmıştır. Söz konusu tezlerin 20’si yüksek lisans, 1’i ise doktora düzeyindedir. Bu tezlerin 19’u erişime açıkken 2’si erişime kapalıdır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, bibliyometrik yöntemle bağlı kalınarak yüzde ve frekans değerleri belirlenmiştir. Frekansların ve yüzdeliklerin hesaplanmasında Microsoft Office Excel programından faydalanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Sınırlılığı

Halkla İlişkiler ve sağlık ile ilgili akademik çalışmaların sadece tez çalışmaları üzerinden incelenmesi, diğer makale, kitap ve tebliğ türü çalışmaların araştırma dışı tutulması araştırmanın sınırlılığıdır.

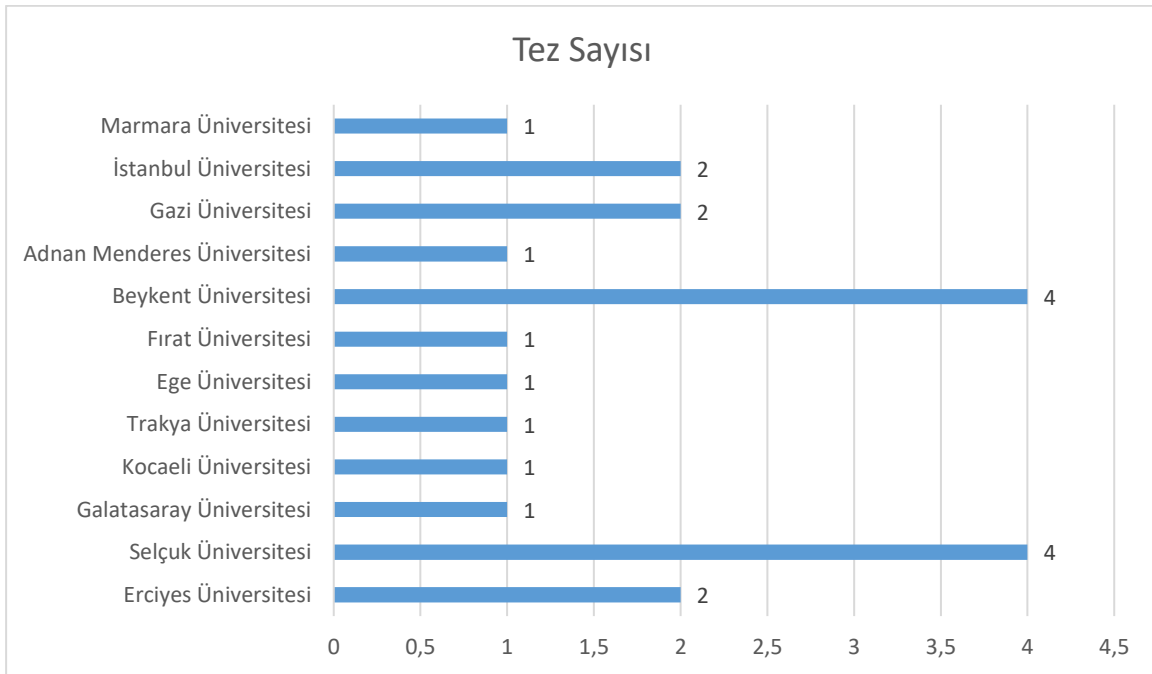
Araştırma örnekleminin izinli tezler ile sınırlı kalması, dolayısıyla erişime kapalı olan tezlere erişilememesi, diğer önemli bir sınırlılıktır. Başka bir sınırlılık ise araştırma örneklemine 10. 01. 2023 tarihinde ve bu tarih öncesinde yüklenen tezleri içermesi dolayısıyla bu tarihten sonra eklenen tezleri kapsam dışında bırakılmış olmasıdır.

Bibliyometrik araştırmalarda Web of Science ve Scopus gibi veri tabanlarından taranan akademik çalışmalarda, Vosviewer ve R-studio programları aracılığı ile anahtar kelimelerin ve atıfların toplam bağlantı gücüne, yazar bağlantılarına ve kelime ağaçlarına yer verilebilmektedir. YÖK Ulusal Tez Merkezi'nden elde edilen tezlerin dosya formatı, söz konusu programlar ile uyumlu çalışmadığı için atıf ve anahtar kelimelerin toplam bağlantı güçlerine, yazarlar arası bağlantılara ve kelime ağacına bu çalışmada yer verilememiştir.

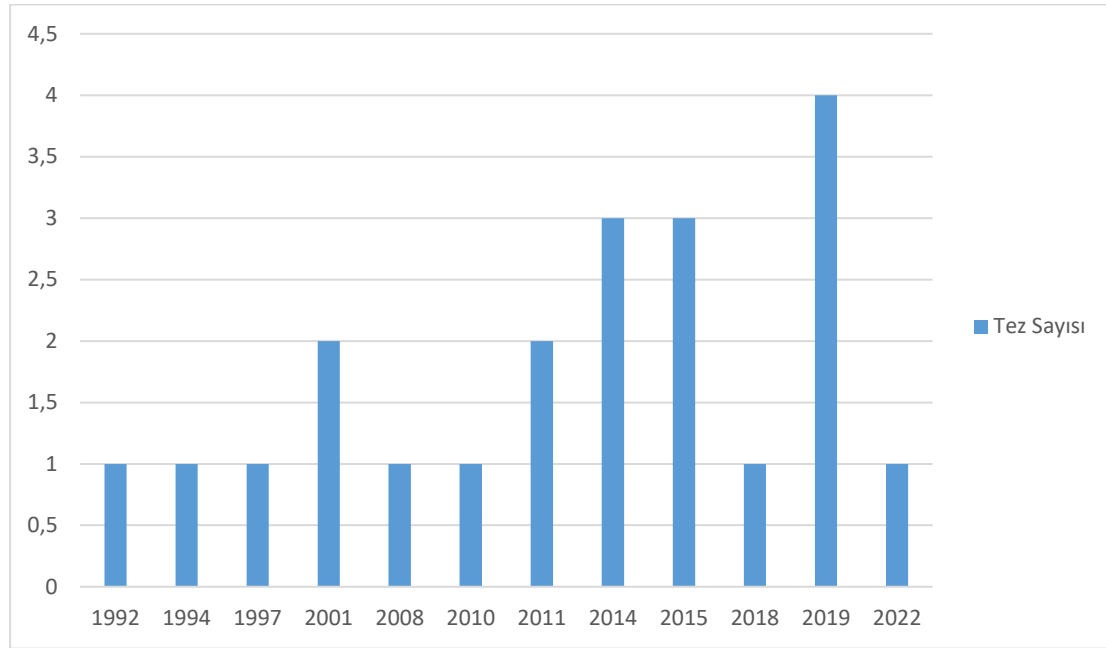
3.4. Araştırma Bulguları

Türkiye’de 1992 ile 2022 arasında halkla ilişkiler ve sağlık ile ilgili toplamda 20’si yüksek lisans, 1’i ise doktora düzeyinde olmak üzere toplam 21 tez çalışması yapılmıştır. 20 yıllık süre zarfında yılda ortalama 1,05 halkla ilişkiler ile sağlık alanını ele alan tez tamamlanmıştır. Bu tezlerin yıllara dağılımı yıldan yıla değişiklik göstermektedir.

Grafik 1: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı



Grafik 1’de halkla ilişkiler ve sağlık alanı ile ilgili lisansüstü çalışmaların en fazla Beykent üniversitesi (4) ve Selçuk Üniversitesinde (4) yapıldığı görülmüştür. Bu üniversiteleri 2 şer tez çalışması ile İstanbul, Gazi ve Erciyes Üniversiteleri takip etmektedir. Marmara, Adnan Menderes, Fırat, Ege, Trakya, Kocaeli ve Galatasaray Üniversiteleri 1’er lisansüstü tez ile şekil içerisinde yer almaktadır. Beykent üniversitesinde (4) dışında diğer tüm tezlerin devlet üniversitelerinde (17) yapıldığı görülmüştür.

Grafik 2: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 2’de halkla ilişkiler ve sağlık ile ilgili tezlerin yıllara göre dağılımı yer almaktadır. Buna göre halkla ilişkiler ve sağlık konularını ele alan tezlerin en fazla 2019 yılında (4) yazılmıştır. Diğer taraftan sırasıyla 2014 ve 2015 yılında 3, 2001 ve 2011 yılında 2, 1992, 1994, 1997, 2008, 2010, 2018 ve 2022 yıllarında 1 tez yazıldığı görülmüştür.

Tablo 2: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konulu Tezlerin Sayfa Sayıları

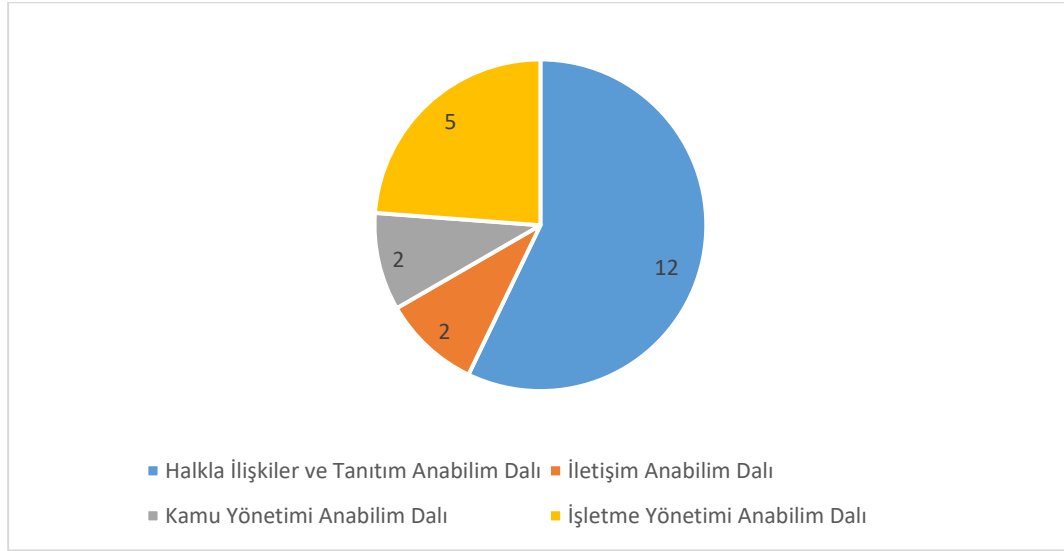
Sayfa Sayısı	YL	DR	Toplam	%
100 ve altı	7	-	7	33,33
101 - 200	10	1	11	52,38
201 - 300	3	-	3	14,28
401 ve üzeri	-	-	-	
Toplam	20	1	21	100

Tablo 2’de doktora ve yüksek lisans tezlerinin sayfa aralığı yer almaktadır. Konu ile ilgili olarak tezlerin % 52,38’inin 101-200 sayfa aralığında olduğu görülmüştür. Tezlerin % 33,33’ünün ise 100 ve altı sayfa aralığında yüzde 14,28’inin ise 201 ve 300 sayfa aralığında olduğu saptanmıştır. Söz konusu tezlerin en uzun olanı 280 sayfa en kısa olanın ise 70 sayfa olduğu saptanmıştır.

Tablo 3: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tez Danışmanlarının Akademik Unvanlarına Göre Dağılımı

Danışman Unvanları	Sıklık	Yüzde
Prof. Dr.	9	42’85
Doç. Dr.	6	28,57
Dr. Öğr. Üyesi/Yrd. Doç. Dr.	6	28,57
Toplam	21	100

Tablo 5’de tezlere danışmanlık yapan öğretim üyelerinin unvanları yer almaktadır. Bu dağılıma göre tez danışmanlarının % 42’85’inin Profesör Doktor unvanına, % 28,57’sinin Doçent Doktor, % 28’57’sinin Doktor Öğretim Üyesi/Yrd. Doç. Dr. unvanına sahip olduğu görülmüştür.

Grafik 3: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı

Grafik 3'te halkla ilişkiler ve sağlık alanı ile ilgili tezlerin anabilim dağılımları yer almaktadır. Bu bağlamda tezlerin büyük çoğunluğu (% 57,1) Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda yazılmıştır. Bunu sırasıyla İşletme Yönetimi (% 23,8), İletişim (% 9,5) ve Kamu Yönetimi (% 9,5) Anabilim Dalı takip etmektedir. Halkla ilişkiler ve sağlık konusunu ele alan çalışmaların sağlık ile ilgili anabilim dallarında olmadığı görülmüştür.

Tablo 4: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerin Yöntem İçeriğine İlişkin Bulgular

İçerik	Kategori	Sıklık	Yüzde
Yöntemin Varlığı	Evet-	18	94,74
	Hayır	1	5,26
Kullanılan Yöntem	Nicel	10	55,55
	Nitel	6	33,33
	Karma	2	11,11
Veri Toplama Tekniği	Anket	9	47,36
	Görüşme-Mülakat	4	21,05
	Doküman İnceleme	3	15,78
	Karma	3	15,78
Veri Analiz Tekniği	Söylem Analizi-	1	5,26
	Göstergebilimsel Analiz-	1	5,26
	Betimsel Analiz-	1	5,26
	İçerik Analizi-	1	5,26
	SPSS Analizi	9	47,36
	Belirtilmemiş	6	31,57
Evren Tarifi	Var	16	84,21
	Yok	3	15,79

Örneklem Büyüklüğü	Hesaplanmış	11	57,89
	Hesaplanmamış	8	42,11
Örnekleme Yöntemi	Belirtilmiş	6	31,57
	Belirtilmemiş	13	68,43
Temas Yöntemi	Yüz yüze	14	73,68
	E-posta-	1	5,26
	Karma	-	-
	Yok	4	21,05

Tablo 4'te tezlerin yöntem içeriğine ilişkin bulgular incelenmiştir. 2 tez erişime kapalı olduğu için 19 tezin yöntem içeriğine yer verilmiştir. Tezlerin 1'inde (% 5,26) yöntem kısmına yer verilmediği buna karşılık 18 (% 94,74) lisansüstü tez yöntem kısmına yer verilmiştir. Halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan tezlerin % 55,55'inde nicel, % 33,33'ünde nitel, % 11,11'inde ise karma yöntemin kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Söz konusu 19 lisansüstü tez çalışmasının 9'unda anket, 4'ünde görüşme-mülakat, 3'ünde doküman inceleme, 3 tez çalışmasında karma yöntem veri toplama sürecinde kullanılmıştır. Verilerin analiz sürecinde 9 SPSS analizi, 1 söylem analizi, 1 göstergebilimsel analiz, 1 betimsel analiz, 1 içerik analizine yer verilmiştir. Buna karşın 6 lisansüstü tez çalışmasında veri analiz yönteminin belirtilmediği görülmüştür. Lisansüstü tezlerin 16'sında evren tarifi yapılırken 3'ünde evren tarifi yapılmıştır. Bunun yanında tezlerin 11'inde örneklem büyüklüğü hesaplanırken 8'inde örneklem büyüklüğü hesaplanmamıştır. Tezlerin 6'sında örneklem yöntemine yer verilirken 13'ünde örneklem yöntemine yer verilmemiştir. Örneklem grubu ile temas etme sürecinde tezlerin % 73'ünde yüz yüze, % 5,26'sında e-posta ile temas edilmiştir. Buna karşın tezlerin % 21,01'inde örneklem ile temas kurulmamıştır.

Tablo 5: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerde Yapılan Kamu Hastaneleri, Sağlık Bakanlığı, Özel Hastanelere Yönelik Yapılan Araştırmalar

Kurum	Sıklık	Yüzde
Kamu Hastaneleri	7	36,8
Özel Hastaneler	9	57,3
Sağlık Bakanlığı	3	15,7

Tablo 5'te görüldüğü üzere halkla ilişkiler ve sağlık ile ilişkili tezlerin hangi tür kurumlar üzerinde ele alındığına bakılmıştır. Bu bağlamda halkla ilişkiler ve sağlık ile ilgili tezlerin araştırmaları % 57,3'ü özel hastaneler, % 36'8'i kamu hastaneleri, % 15,7'si ise sağlık bakanlığı üzerinden yürütülmüştür.

Tablo 6: Halkla İlişkiler ve Sağlık Konusundaki Tezlerde En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelime	Sıklık	Yüzde
Sağlık iletişimi	2	6,06
Halkla ilişkiler	17	51,51
İletişim	1	3,03
Hastaneler	4	12,12
Sağlık kuruluşları	5	15,15
T.C. Sağlık bakanlığı	2	6,06
Hastanelerde halkla ilişkiler	2	6,06
Toplam	33	100

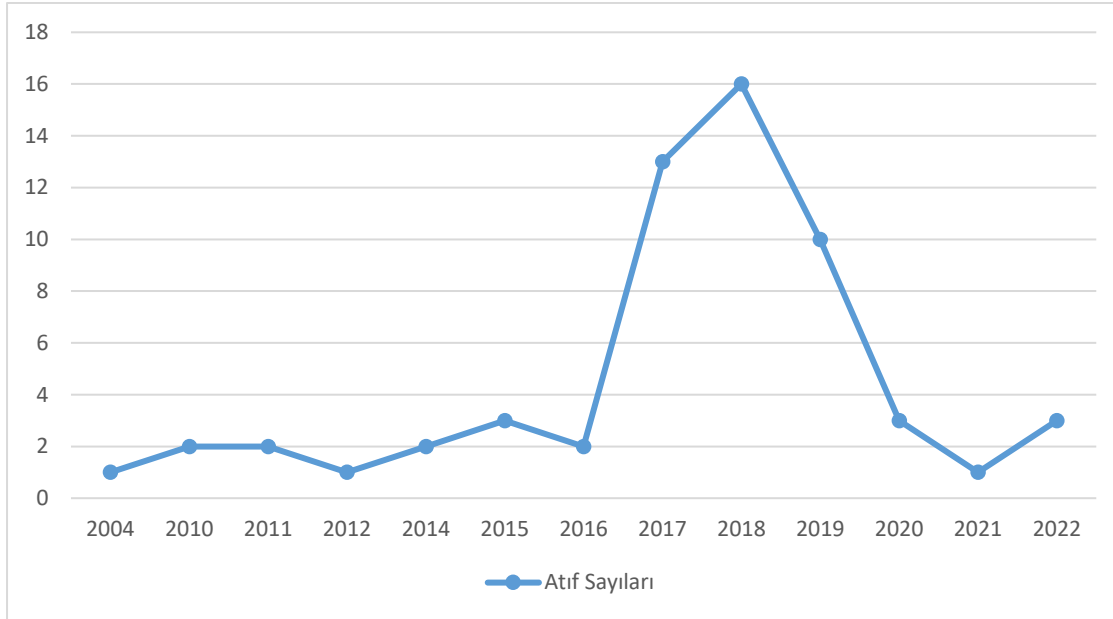
Araştırma kapsamında tez çalışmalarında yer alan anahtar kelimeler ve sayıları incelenmiştir. Bu kapsamda en fazla halkla ilişkiler (% 51,51) kavramının anahtar kelime olarak belirlendiği görülmüştür. Halkla İlişkiler kavramını sırasıyla Sağlık Kuruluşları (% 15,15), Hastaneler, Sağlık İletişimi (% 12,12), Sağlık Bakanlığı (% 6,06), Hastanelerde halkla ilişkiler (% 6,06) ve iletişim (% 3,03) kavramları anahtar kelime olarak belirlendiği saptanmıştır.

Tablo 7: Sağlık ve Halkla İlişkileri Konu Alan Lisansüstü Tez Bulguları

Yazar	Tez Türü	Bulgu
Çanak (2015)	Yüksek Lisans	Sağlık iletişimi kampanyalarında, genellikle tek yönlü bir model olan kamuoyunu bilgilendirme modeli tercih edilmiştir. Yayınlanan kamu spotlarında, halkın hastalıklar konusunda bilgi sahibi olması ve önlem alması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Çanak, 2015, s. 64)
Uludağ (2001)	Yüksek Lisans	Halkla ilişkiler stratejileri geliştirildiğinde vatandaş ile sağlık personeli arasındaki sorunların çözüleceği sonucuna ulaşılmıştır (Uludağ, 2001, s. 201).
Özeke (2022)	Yüksek Lisans	Covid – 19 krizinde Türkiye’nin yaptığı uluslararası yardımların, ulus markalama açısından başarılı bir adım olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Özeke, 2022, s. 140).
Altundal (2019)	Yüksek Lisans	Hastanelerin vatandaşların memnuniyetlerinin sağlanması, çalışanlarının kurum içi iletişim süreçlerinin doğru yönetmesi ve olumlu kurum imajının oluşturulması için halkla ilişkiler faaliyetlerini ve buna bağlı olarak etkinliklerini artırmaları gerekmektedir (Altundal, 2019, s. 96)
Öçal (2019)	Yüksek Lisans	Hastane çalışanlarının, kurum için sorunlarda halkla ilişkiler biriminin yeterince etkin olmadığı bu sebeple de bu birimin kurum içi sorunlarda daha fazla yetkilendirilmesi gerektiği ve diğer birimlerle daha koordineli çalışmasını gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Öçal, 2019, s. 114-115).
Tatlıcıoğlu (2019)	Yüksek Lisans	T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından yürütülen sigara bağımlılığı temalı kamu spotlarının dikkat çekicilik düzeylerinin yüksek olduğu fakat gösterilen hasta hikayelerinin hedef kitle nezdinde inandırıcı bulunmadığı tespit edilmiştir (Tatlıcıoğlu, 2019, s. 107).
Akbıyık (2019)	Yüksek Lisans	Sağlık kurumlarında olumlu imaj oluşturmak için yapılan halkla ilişkiler faaliyetleri kişilerin hastane tercihlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Akbıyık, 2019, s. 127).
Albay (2018)	Yüksek Lisans	Hastane tercihinde halkla ilişkiler uygulamalarının önemli bir etkiye sahip olduğu, diğer taraftan özel hastanenin üniversite hastanesine kıyasla daha profesyonel bir halkla ilişkiler faaliyeti yürüttüğü saptanmıştır (Albay, 2018, s. 113-114).
Erdoğan (2015)	Yüksek Lisans	Katılımcılar için hastane tercihinde hastanenin fiziksel imkanlarının ve hizmet politikalarının halkla ilişkiler uygulamalarına kıyasla daha önemli görüldüğü saptanmıştır. Bunun yanında hasta memnuniyetin artması için kapsamlı şekilde halkla ilişkiler uygulamalarının stratejik ve sürekli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Erdoğan, 2015, s. 151-153).
Bakır (2015)	Yüksek Lisans	Hastanelerde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri hem kurum içi hem de kurum dışı hedef kitle ile olan iletişimde başarıyı belirleyen önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Bakır, s. 2015: 74).

Taşdelen (2014)	Yüksek Lisans	Sağlık alanında artan rekabet ortamında sağlık kuruluşlarının varlığını etkin bir şekilde sürdürebilmesi için tanıtım ve tanıma faaliyetleri büyük önem taşımaktadır (Taşdelen, 2014, s. 137).
Özdemir (2014)	Yüksek Lisans	Halkla ilişkiler kapsamında Özel hastanelerin geleneksel ve dijital medya araçlarını kamu hastanelerine kıyasla daha etkin kullandıkları görülmüştür. Diğer taraftan halkla ilişkiler biriminin olması gerektiği şekilde tepe yöneticiye bağlı olmadığı saptanmıştır (Özdemir, 2014, s. 83-85).
Özer (2014)	Yüksek Lisans	Halkla ilişkiler faaliyetleri ile iş doyumu arasında anlamlı ve doğrusal bir ilişkinin olduğu görülmüştür. İç halkla ilişkiler faaliyetlerinin iş doyumunu arttırdığı saptanmıştır (Özer, 2014: 247).
Yılmaz (2011)	Yüksek Lisans	Kayseri’de yürütülen araştırmada hastane web sitelerinin hepsinde farklı unsurlarda eksiklikler olduğu, özellikle dijital ortamdaki iletişim çalışmalarına daha fazla özen gösterilmesi gerektiği belirlenmiştir (Yılmaz, 2011, s. 121).
Akkaya (2011)	Yüksek Lisans	Özel hastanelerde halkla ilişkiler biriminin zaman içerisinde kendisini yenileyen, hiyerarşik düzen içerisinde kamu hastanelerine kıyasla daha özgür kararlar alabilmesi ve bu kararları uygulaması özel hastanelerin her geçen gün sağlık sektöründe söz sahibi olmasında büyük önem taşımaktadır (Akkaya, 2011, s. 78).
Canpolat (2010)	Yüksek Lisans	Halkla ilişkiler çalışmalarının tek yönlü ve tek birime bağlı bir süreç olmadığı, halkla ilişkiler çalışmalarının önemi ile ilgili tüm hastane personelinin eğitilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Canpolat, 2010, s. 82).
Selvi (2008)	Yüksek Lisans	Bursa Osmangazi Tıp Merkezinde yapılan araştırmada hastalar açısından yürütülen halkla ilişkiler uygulamalarının önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında bu hastalar, söz konusu hastaneden memnun kalarak bu hastaneyi gerek duyulduğunda tekrar tercih edeceklerini ve başka kişilere de tavsiyede bulunacaklarını belirtmiştir (Selvi, 2008, s. 119).
Demirel (1997)	Yüksek Lisans	Manisa SSK hastanesinde halkla ilişkiler bilinmediği ve gereken önemin verilmediği, Özel sağlık hastanesinde ise kısmen de olsa halkla ilişkilerin kurumsal faaliyet olarak kabul edildiği ve bu konuda çalışmaların yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Sefercioğlu, 1997, s. 89).
Karatepe (1992)	Doktora	Sağlık bakanlığı üzerinde yürütülen çalışmada, bakanlık çalışanları büyük oranda hastaların eleştirilerinden faydalanılması gerektiğini savunmuştur. Diğer taraftan çalışanların büyük bir oranı bakanlığın halkla ilişkiler çalışmalarının yeterli olmadığını savunmuştur (Karatepe,1992, s. 139-144).

Grafik 4: Sağlık ve Halkla İlişkileri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Aldığı Atıfların Yıllara Göre Dağılımı



Grafik 4’de Sağlık ve halkla ilişkileri konu alan tezlerin aldığı atıfların dağılımına yer verilmiştir. Tezlere toplamda yapılan atıf sayısı 56’dır. Yıllara göre bakıldığında 16 atıf ile en fazla atıf 2018 yılında verildiği görülmüştür. 2018 yılını, 13 atıf ile 2017 yılı, 10 atıf ile 2019 yılı takip etmiştir. Atıfların dağılımına bakıldığında en fazla 2016 ve 2020 yılları arasında önemli bir artışın olduğu görülmüştür. Diğer taraftan Özer (2014) tarafından yapılan çalışma 14 atıf ile en fazla atıf alan çalışma olmuştur. Özer’i 12 atıf ile Selvi’nin (2008) çalışması takip etmiştir. Bunun yanında bazı tez çalışmalarının hiç atıf almadığı görülmüştür.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada Türkiye’de 1992-2022 yılları arasında halkla ilişkiler ve sağlık ile ilişkili tamamlanmış lisansüstü tez çalışmaları, bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Bu noktadan hareketle halkla ilişkiler ve sağlık ile ilişkili tez çalışmalarının genel özellikleri ve yönelimleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda halka ilişkiler ve sağlık ile ilişkili tezlerin sayısında son on yılda artış görüldüğü, tezlerin yarısından fazlasının 2014 yılında ve sonrasındaki yıllarda yazılmış olmasından anlaşılmaktadır. Bu durum ülkemizdeki kamu ve özel hastane sayılarının artması ve bu doğrultuda özellikle özel hastanelerin iletişim çalışmalarını önemsemesi ile açıklanabilmektedir. Bunun yanında Beykent üniversitesi dışında yazılan tüm tezlerin devlet üniversitelerinde yazıldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan tezlerin daha çok yüksek lisans alanında yapıldığı, doktora düzeyinde yapılan çalışmanın çok az olduğu söylenebilmektedir.

Araştırma neticesinde yayınlanan tezlerin yarısından fazlasının 100-201 sayfa aralığında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen önemli bulgulardan biri de tez çalışmalarının en fazla Profesör Doktor unvanlı öğretim üyelerinin danışmanlığında hazırlandığı görülmüştür. Bu tez çalışmalarının çoğunlukla Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı’nda hazırlandığı, sağlık alanında yer alan anabilim dallarında ise halkla ilişkiler ve sağlık ilişkisini ele alan tez çalışmasını yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, halkla ilişkiler alanının ve bu alandaki akademisyenlerin farklı disiplinleri kapsayan çalışmalara önem vermesi ile açıklanabilmektedir. Bu alandaki tezlerin çoğunlukla özel hastaneler üzerinden yürütülmesi ise özel hastane sayılarının sürekli olarak artması ve bununla birlikte ortaya çıkan rekabet ve hedef kitlelerle olan iletişim çalışmalarının artmasıyla ilişkilendirilmektedir. Devlet hastanelerinden farklı olarak kar amacı güden özel hastaneler, hasta

memnuniyetini ve hastane imajını daha fazla dikkate almakta ve bu bağlamda halkla ilişkiler faaliyetlerine daha fazla önem vermektedir.

Araştırma kapsamında yer alan tezler, yöntem açısından ele alınmıştır. Tez çalışmalarında veri toplama teknikleri, veri analizi, evren ve örneklem süreçlerinin belirtilmesi, tezlerin güvenilirliği açısından büyük önem taşımaktadır (Becerikli, 2013, s. 32). Bu bağlamda tez çalışmalarının 1'i hariç diğerlerin tamamında araştırma yönteminin yer aldığı görülmüştür. Sözü edilen yöntemlerde çoğunlukla nicel araştırma yöntemine yer verildiği, bununla beraber nitel ve karma araştırma yöntemlerine de yer verilmiştir. Tezlerin veri toplama sürecinde ise nicel araştırmanın daha sık olmasından dolayı anket çalışmasının daha sık kullanıldığı saptanmıştır. Anketin yanı sıra görüşme ve doküman inceleme de veri toplama sürecinde tercih edilmiştir. Elde edilen verilerin çoğunlukla SPSS programı üzerinden analiz edildiği, tezlerin yaklaşık % 32'sinde analiz tekniğine yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Tezlerin büyük çoğunluğunda evren ve örneklem tarifine, örneklem büyüklüklerine yer verilmiştir. Fakat tezlerin çoğunluğunda örneklem seçiminde kullanılan yöntemin açıklanmaması araştırmaların güvenilirliğini sorgulanabilir hale getirmektedir. Diğer taraftan bu tezlerin büyük çoğunluğu kuramsal bir bağlamı olmayan indirgemeci bir yöntemle çalışılmıştır. Bu durum Becerikli (2013) tarafından yapılan "Türkiye'de Sağlık İletişimi Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Eleştirel Bir Bakış" makale çalışmasının sonucu ile uyumludur. Sağlık iletişimi ile ilgili tezleri bibliyometrik olarak ele alan bu çalışmada, tezlerin büyük çoğunluğunun ekonomi-politik perspektiften yoksun konuyu ele alış biçimi olarak indirgemeci bir yaklaşımla çalışıldığı ifade edilmiştir. Diğer taraftan çalışmaların büyük çoğunluğu tek bir araştırma yöntemiyle yürütülmüştür. Bu durum araştırmaların daha geniş ve eksiksiz biçimde ele alınmasına engel olabildiği gibi tam ve kesin bilgiye ulaşmada güvenilirlik problemi yaratabilmektedir (Baki & Gökçek, 2012, s. 3). Bu sebeple halkla ilişkiler ve sağlık ile ilgili yapılacak araştırmalarda karma yöntemin tercih edilmesi ve çalışmaların kuramsal perspektif ile ele alınması önerilmektedir.

Tezlerin araştırma bulgularında ise sağlık kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin yeterince etkin yürütüldüğünde tüm hedef kitleler ile yaşanan iletişim problemlerinin çözüleceği, bu noktadan hareketle halkla ilişkilerin sağlık kurumlarında daha etkin bir pozisyonda olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan halkla ilişkiler, sağlık çalışanlarının iş doyumunu artırmada ve kamu spotları ile hedef kitleler üzerinde farkındalık yaratmada önemli rol oynadığı görülmüştür. Tezlere yapılan atıflara bakıldığında en çok atfı Özer (2014) tarafından yapılan tez çalışması almıştır. Tezlerin atfı alması konuya olan ilgiyi ve çalışmanın etki düzeyini yansıtmaktadır. Toplam atfı sayısı, tezlerin etkisinin olduğunu gösterse de bu etkinin yüksek seviye olmadığı söylenebilmektedir.

Bu araştırma, Türkiye'de hazırlanmış lisansüstü tezlerle sınırlıdır. Uluslararası düzeyde yapılmış lisansüstü tezler araştırılarak konu derinleştirilebilir. Ayrıca WEB of Science, SCOPUS ve ULAKBİM veri tabanlarındaki bilimsel makalelerin bibliyometrik açıdan incelenmesiyle anlamlı ve genellenebilir sonuçlara ulaşılabilecektir.

Kaynaklar

- Akbıyık, H. (2019). *Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kurumsal İmaj Üzerindeki Rolü: Sağlık Kurumları Üzerine Bir Saha Araştırması* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Akkaya, E. (2011). *Özel Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler* (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Albay, A. (2018). *Elazığ İli Kamu ve Özel Hastaneleri Örnekleriyle Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler Uygulamaları* (Yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Altundal, S. (2019). *Kocaeli Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinde Yürütülen Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Memnuniyet Düzeyine Etkisi Örneği* (Yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Akkaşoğlu, S., Akyol C., Ulama, Ş., & Zengin B. (2019). Tarım Turizmine Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*,7(2), 1193-1218.

- Bakır, N. K. (2015). *Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler Uygulamaları* (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Becerikli, S. Y. (2013). Türkiye’de Sağlık İletişimi Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Eleştirel Bir Bakış. *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 12(2), 25-36.
- Block J. H., & Fisch C. (2020). Eight Tips and Questions For Your Bibliographic Study in Business and Management Research. *Management Review Quarterly*, 70(3), 307-312.
- Büyükdogan, B., Gedik, H., Dereli, Y., & Tanyeli, Ö. (2017). The Impact of Service Quality and Public Relations On Patient Satisfaction in Hospitals. *Electronic Journal of Social Sciences*, 16(60), 186-197.
- Çalışkan, D., & Kartal, E. (2021). Türkiye’deki Çeviri Konulu Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme (1985-2020). *İstanbul Üniversitesi Çeviribilim Dergisi*, 15, 35-73.
- Canpolat, S. (2010). *Sağlık Hizmetlerinde Halkla İlişkiler Uygulamaları* (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çanak, T. (2015). *Sağlık İletişiminde Kullanılan Kamu Spotlarının Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi: Sağlık Bakanlığı Örneği* (Yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Demirel, M. (1997). *Hastanelerde Halkla İlişkiler, Manisa SSK Hastanesi ve İzmir Özel Sağlık Hastanesi Örneği* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee D., Pandey N., & Lim, W. M. (2021). How to Conduct A Bibliometric Analysis: An Overview And Guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Elrod, J. K., & Fortenberry, J. L. (2020). Public Relations in Health and Medicine: Using Publicity and Other Unpaid Promotional Methods to Engage Audiences. *BMC Health Services Research*, 20(1), 1-7.
- Erdoğan, R. (2015). *Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler: Hastane Tercihinde Halkla İlişkilerin Rolü Üzerine Bir Saha Araştırması* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Gruning, J. & Gruning, L. (2008). *Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri* (E. Özsayar, Çev.). Editör: James Gruning, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Rota Yayınları: İstanbul.
- Gülay, B. (2016). *Halkla İlişkilerde Mükemmellik Yaklaşımı ve İşletme Stratejilerindeki Rolü (Tav Havalimanları Örneği)*. (Doktora Tezi) Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hetherington, L.T., Ekachai, D., & Parkinson, M. G. (2001). Handbook of Public Relations. R. Heath (Ed). Public Relations in the Health Care Industry (ss.571-578). Sage Publications.
- Islam, K. R., & Luqman, Y. (2022). Public Relations in Diponegoro National Hospital From The Excellence Theory Perspective. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, 6(3), 296-300.
- İnceoğlu, Ç. (2014). Türkiye’de Sinemayı Konu Alan Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 31-50.
- Karatepe, S. (1992). *Halkla İlişkiler: Sağlık Bakanlığı’nda Bir Uygulama* (Yayımlanmamış Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ki, E. J., Kang, D., & Huang, M. (2022). The State of Health Public Relations: A Content Analysis of Published Articles in Seven Communication Journals From 2001 to 2021. *Public Relations Review*, 48, 1-14.
- King, W. R. ve He, J. (2005). Understanding the role and methods of meta-analysis in IS research. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 665-686.

- Kirdar, Y. (2007).. D. Health Marketing Quarterly. Tengilimoğlu & M. Yeşiltaş (Ed.), *The Role of Public Relations for Image Creating in Health Services: A Sample Patient Satisfaction Survey* (ss. 33-53). The Haworth Press.
- MacKay, M., Colangeli, T., Gillis, D., McWhirter, J., & Papadopoulos, A. (2021). Examining Social Media Crisis Communication During Early COVID-19 from Public Health and News Media for Quality, Content, and Corresponding Public Sentiment. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(18), 1-14.
- Öçal, S. (2019). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Trakya Üniversitesi Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi Örneği* (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Özer, B.C. (2014). *Hastanelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Sağlık Personelinin İş Doyumuna Etkisi* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özdemir, A. (2014). *Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler Uygulamaları (Antalya İli Üniversite, Kamu ve Özel Hastane Örneği)* (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özeke, B. F. (2022). *Uluslararası Halkla İlişkiler Bağlamında Sağlık Diplomasisi Faaliyetlerinin Ulus Markalama Stratejisine Etkisi: Türkiye Cumhuriyeti'nin COVID-19 Pandemisi Sürecinde Yaptığı Dış Yardımlar Örneği* (Yüksek lisans tezi). Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Park, H., & Reber, B. (2010). Using Public Relations to Promote Health: A Framing Analysis of Public Relations Strategies Among Health Associations. *Journal of Health Communication*, 15, 39-54.
- Selvi, S. (2008). *Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler ve Hasta Memnuniyetine Etkisi Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Springston, J.K., & Lariscy, R.A.W. (2005). Public Relations Effectiveness in Public Health Institutions. *Journal of Health and Human Services Administration*. 28(2). 282-322.
- Taşdelen, M. (2014). *Özel Sağlık Kuruluşlarında İç ve Dış Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma* (Yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Tatlıcıoğlu, Y. O. (2019). *Sigara Bağımlılığının Azaltılmasında Halkla İlişkilerin Rolü: T.C. Sağlık Bakanlığı Tarafından Yürütülen Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Yönelik Bir Araştırma* (Yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tengilimoğlu, D. (2001). *Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Uludağ, A. (2001). *Sağlık Hizmetlerinde Halkla İlişkiler: Vatandaş-Sağlık Personeli İletişimi* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Usluel, Y. K., Avcı, Ü., Kurtoglu, M., & Uslu, N. (2013). Yeniliklerin Benimsenmesi Sürecinde Rol Oynayan Değişkenlerin Betimsel Tarama Yöntemiyle incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(1), 53-71
- Yılmaz, B. (2011). *Mükemmel Halkla İlişkiler Yaklaşımı Açısından Türkiye'deki Kalkınma Ajanslarının Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Baka Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yılmaz, S. (2011). *Özel Sağlık Kuruluşlarında Bir Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak İnternet Kullanımı: Kayseri Örneği Üzerine Bir Çalışma* (Yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Research Article

**Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Sağlık İlişkisini Konu Alan Lisansüstü Tezlerin
Bibliyometrik Analizi (1992-2022)**

*Bibliometric Analysis Of Graduate Thesis On Public Relations and Health Relations in
Turkey (1992-2022)*

Melis YALÇIN Dr.Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü melis.yalcin@cbu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-6546-4813	Mustafa YALÇIN Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü mustafa.yalcin@ikcu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-1269-4540
--	--

Extensive Summary

The successful functioning of health institutions, which put human life at the center and seek solutions to health problems in human life, is undoubtedly of vital importance. There are many important factors in the flawless execution of this operation. It would not be wrong to say that communication is one of these factors. Public relations has great duties and responsibilities in the efficient realization of the communication process with all internal and external stakeholders and target groups.

Public relations, which is an indispensable professional field for all corporate structures, manages the entire communication process between institutions and target audiences by programming. This is true for public institutions and commercial institutions as well as health institutions. To define public relations in terms of health institutions; It is the sum of planned communication efforts made to establish relations with internal and external stakeholders, the public and the media on the basis of trust and honesty, to create a good impression in this context and to minimize the crises arising from communication.

Public relations offers healthcare and medical organizations opportunities to engage with their target audiences effectively and efficiently in a highly reliable manner. By working in synergy to assist healthcare organizations, public relations can complement other marketing communications in helping healthcare organizations achieve their goals, drive change, and support market share. On the other hand, the role of public relations can be expanded: The link between the institution and the community also provides important benefits that can assist healthcare organizations in providing comprehensive communication. The careful functionalization of this field of marketing communication helps healthcare institutions realize their communication potential and realize their corporate goals.

They need public relations activities to differentiate hospitals from their competitors, to provide two-way communication between the community and the hospital, and to help create a strong hospital image and culture. Public trust in the hospital is built upon past experience, if there have been visits to the hospital in the past, hearings from people who have visited the hospital, and feedback from the media about the hospital. Public relations is to inform the general public, to make the general public trust the hospital and to create a positive image about the hospital. For this reason, public relations functions to facilitate the perception of the hospital as a reputable institution in the society.

In this research, it is aimed to determine the researches and trends in the academic field by examining the postgraduate theses related to health and health communication, which are among the application areas of public relations. For this reason, bibliometric analysis of postgraduate theses in which public relations and health issues are discussed together was made.

In order to examine the postgraduate theses on public relations and health, a search was made with the keyword "Public Relations and Health" in the "Advanced Search" option in the YÖK (Council of Higher Education) Thesis Center database. The research includes theses in hand on 10.01.2023 from the internet address of YÖK National Thesis Center <https://tez.yok.gov.tr>. As a result of the search, 21 postgraduate thesis studies were reached. 20 of these theses are at master's level and 1 of them is at doctorate level. While 19 of these theses are open to access, 2 of them are inaccessible. In this study, no sample selection was made, as it was possible to include the entire universe in the study. The limitation of the research is that academic studies on Public Relations and health are only examined through thesis studies and other articles, books and papers are excluded from the research. Another important limitation is that the research sample is limited to authorized theses, so that the theses that are closed to access cannot be accessed. In line with the purpose of the study, answers to the following questions were sought to determine the general characteristics of public relations and health-related postgraduate thesis studies:

- How is the number of master's and doctoral theses distributed among the theses dealing with the relationship between public relations and health?
- In which universities were the relevant theses prepared?
- What is the distribution of theses by years?
- How many pages are in the theses?
- What is the distribution of advisors in theses according to their academic titles?
- How are the theses distributed according to the departments?
- What are the research methods used in the Theses on Public Relations and Health?
- What kind of institutions were the researches conducted in the theses conducted on?
- Which keywords were used in the theses?
- What are the findings obtained in the theses?

As a result of the research, it is understood that the number of theses related to public relations and health has increased in the last ten years, since more than half of the theses were written in 2014 and the following years. This situation can be explained by the increase in the number of public and private hospitals in our country and in this direction, especially private hospitals attach importance to communication studies. In addition, it is seen that all theses written outside of Beykent University were written in state universities. It can be said that the theses on the relationship between public relations and health are mostly made in the master's field, and there are very few studies at the doctoral level.

It was concluded that the thesis studies were mostly prepared in the Department of Public Relations and Publicity, while the thesis study on the relationship between public relations and health was not carried out in the departments in the field of health. This can be explained by the fact that the field of public relations and academics in this field attach importance to studies covering different disciplines. The fact that the theses in this field are mostly carried out on private hospitals is associated with the continuous increase in the number of private hospitals and the increase in communication efforts with the target audiences. In this context, it was seen that the research method was included in all of the thesis studies, except for one. In the aforementioned methods, mostly quantitative research methods are included, however, qualitative and mixed research methods are also included. In the data collection process of the theses, it was determined that the questionnaire study was used more frequently due to the fact that quantitative research was more frequent. In addition to the questionnaire, interview and document review were also preferred in the data collection process.

This research is limited to postgraduate theses prepared in Turkey. The subject can be deepened by researching postgraduate theses made at international level. In addition, meaningful and generalizable results will be obtained by bibliometric examination of scientific articles in WEB of Science, SCOPUS and ULAKBİM databases.