



USHAS
USHAS ULUSLARARASI SAĞLIK HİZMETLERİ A.Ş.
USHAS INTERNATIONAL HEALTH SERVICES INC.



Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik Değişikliği Çalıştay Sonuç Raporu

10.06.2025
Ankara

İçindekiler

- Amaç
- Gündem Başlıkları
- Katılımcılar
- Açılış
- Oturumlar

Amaç

Bu çalıştayın temel amacı, sağlık hizmetlerinin tanıtımında etik sınırlar ve yasal çerçevenin netleştirilmesi amacıyla düzenlenmiş olup; çalıştay kapsamında, yönetmelik değişikliklerinin içeriği, uygulamada karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri detaylı biçimde ele alınmıştır.

Katılımcıların katkılarıyla şekillenen oturumlarda; sosyal medya, uluslararası tanıtım, sağlık profesyonellerinin rolü gibi kritik başlıklar değerlendirilmiştir. Ayrıca, sektörün ihtiyaç duyduğu ortak etik ilkelere ve kılavuz önerilerine yönelik değerlendirmelerde bulunma imkanı olmuştur.

Bu süreç, sağlık sektöründe tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin şeffaf, denetlenebilir ve etik ilkelere uygun biçimde yürütülmesini temin etmek; vatandaşların doğru ve güvenilir bilgiye erişimini sağlamak adına büyük önem taşımaktadır. Çalıştayda ortaya konacak görüş ve önerilerin, yönetmeliğin etkin uygulanmasına ve sağlık hizmetlerinin kalitesinin yükseltilmesine katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Gündem Başlıkları

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik İçeriği
- Sağlık Hizmetlerinde Reklam, Tanıtım ve Bilgilendirme Ayrımı
- Tanıtım Faaliyetlerinde Yasaklı Unsurlar
- Denetim Süreçleri
- Dijital Mecralarda Sağlık Hizmetlerinin Tanıtımı
- Yurt Dışı Pazarlara Yönelik İletişim Stratejileri
- Tanıtım Faaliyetlerinde Etik İlkeler ve Şeffaf Denetim Mekanizmaları
- Tanıtım Materyallerinde Etik Sınırlar ve Uygulama Kriterleri

Katılımcılar

- Ahmet Girgin- Alanya Sağlık Turizmi Derneği
- Ali İhsan Öksüz- Güven Sağlık Grubu
- Alice Abdi- EIR Medical Consulting SRL
- Batuhan Konal- Anadolu Sağlık Merkezi Hastanesi
- Deniz Şentop- Acıbadem Sağlık Grubu
- Dr. Ahmet Selvi- Hospitadent/ADİSSAD
- Dr. Ali Haydar Yakut- Lokman Hekim Sağlık Grubu
- Dr. Burak Tuncer- Esteworld Plastik Cerrahi
- Dr. Cengiz GÜL- OHSAD/EMP Health Group
- Dr. Cihangir Çakıcı- Muayenehaneler Derneği
- Dr. Fatih Seyran- Uluslararası Sağlık Turizmi Enstitüsü
- Dr. Genco Çetinkanat- TOBB Uluslararası Sağlık Turizmi Meclisi
- Dr. Güray Ünlü- Muayenehaneler Derneği
- Dr. Gürhan Çelik- Başakşehir Çam ve Sakura Hastanesi
- Dr. Handan İşman Beşe- Anadolu Sağlık Merkezi Hastanesi
- Dr. Köksal Holoğlu- Romatem/THTC
- Dr. Uygur Üstün- OHSAD/Medipol Eğitim ve Sağlık Grubu
- Ebru Taş- Lokman Hekim Sağlık Grubu
- Emre Recep Beşkardeş- New Health Media
- Furkan Çöker- GlobePR
- Gülay Köse Atay- T.C. Sağlık Bakanlığı
- İbrahim Bircan- Lokman Hekim Sağlık Grubu
- Murat Yıldırım- Lokman Hekim Sağlık Grubu
- Onur Gözet- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Ozan Canyurt- YPC Derneği
- Prof. Dr. Dilaver Tengilimoğlu- Atılım Üniversitesi
- Prof. Dr. Haydar Sur- Üsküdar Üniversitesi
- Prof. Dr. Simten Malhan- Başkent Üniversitesi
- Resul Yıldız- T.C. Sağlık Bakanlığı
- Seher Taş- T.C. Sağlık Bakanlığı
- Sevgi Şekerler- Sevamed

Açılış

T.C. Sağlık Bakan Yardımcısı Sayın Hüseyin Kürşat Kırbıyık, çalıştayın açılışında yaptığı konuşmada, Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin daha etkin hale getirilmesi amacıyla istişare için bir araya gelindiğini ifade etmiştir.

Konuşmasında, sağlık sektörünün insan hayatını doğrudan etkileyen ve hayatın merkezinde yer alan son derece önemli bir alan olduğunu vurgulamıştır. Sektörün, tıpkı dünyadaki birçok alanda olduğu gibi, teknoloji, bilgi sistemleri, tıbbi cihazlar ve ilaçlardaki yeniliklerle hızlı bir şekilde geliştiğini; ayrıca hasta beklentilerinin ve taleplerinin de değiştiğini belirtmiştir.

Sayın Kırbıyık, Cumhurbaşkanımızın liderliğinde Türkiye'nin sağlıkta son 23 yılda büyük ilerlemeler kaydettiğini belirtmiştir. Bugün gelinen noktada, yalnızca sağlık hizmeti sunan değil; aynı zamanda bilgiyi, teknolojiyi üreten, koruyan ve geliştiren yeni bir modelle sağlık sistemini ilerletmek istediklerini ifade etmiştir.

Bu kapsamda, tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin doğru yöntemlerle, adil, denetlenebilir ve şeffaf biçimde yapılmasının önemli olduğunu vurgulamıştır. Düzenleyici metinlerin zaman zaman gözden geçirilmesi gerektiğini, 2023 yılında güncellenmiş olan bu yönetmeliğin sektörün dinamik yapısı nedeniyle yeniden ele alındığını belirtmiştir.

Sayın Kırbıyık, katılımcıların görüş ve katkılarının çok değerli olduğunu dile getirerek ortak akıl ve istişareyle hazırlanacak düzenlemelerin, vatandaşlara daha etkin, verimli ve hızlı hizmet sunulmasına katkı sağlayacağına inandığını da ayrıca vurgulamıştır.

USHAS Genel Müdürü Sayın Behlül Ünver, konuşmasında, küresel sağlık hizmetlerinde yaşanan dönüşüm, dijital iletişim kanallarının artışı ve sağlık turizmine olan ilginin giderek büyümesinin, mevcut yönetmeliklerin güncellenmesini zorunlu kıldığını ifade etmiştir.

Sayın Ünver, değişim sürecinde doğru iletişim stratejilerinin yalnızca kurumlar arasındaki rekabeti değil, aynı zamanda Türkiye'nin sağlık alanındaki uluslararası itibarını doğrudan etkilediğini vurgulamıştır.

USHAS olarak, Türkiye'nin sağlık hizmetlerinde uluslararası bir marka haline gelmesi yönündeki çalışmaları sürdürürken, tanıtım faaliyetlerinin etik, şeffaf ve hasta haklarını gözetten bir şekilde yürütülmesinin büyük önem taşıdığını dile getirmiştir.

Bu çalıştayı, sadece bir yönetmelik değişikliğinden ibaret olmadığını, aynı zamanda sektörün ortak vizyonunun oluşturulduğu bir platform olduğunu belirtmiştir.

Son olarak, sürece katkı veren tüm kurumlara, katılımcılara ve emeği geçenlere teşekkür etmiş; çalıştayı verimli ve yapıcı sonuçlara vesile olmasını temenni etmiştir.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürü Sayın Uzm. Dr. Hasan Basri Velioğlu, konuşmasında, uzun süredir sağlık sektöründeki mevzuatlarla ilgili yoğun bir şekilde çalışmalar yapıldığını belirtmiştir.

Sağlık hizmetlerinin tanıtımı ve bilgilendirilmesinin, toplumu doğrudan etkileyen, güven temeline dayalı ve büyük hassasiyet gerektiren bir alan olduğunun altını çizmiştir. Doğru bilgiye erişimin, vatandaşların bilinçli tercihler yapabilmesi için kritik bir öneme sahip olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda, bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerinin etik ve mevzuatla uyumlu bir şekilde yürütülmesinin Sağlık Bakanlığı için büyük bir öncelik taşıdığını belirtmiştir.

Dijital çağın etkisiyle, sağlık sektöründe sosyal medya ve yeni iletişim araçlarının kullanımının hızla arttığına dikkat çekmiştir. Bu durumun, sağlık kuruluşları için hem fırsatlar sunduğunu hem de bazı risk ve belirsizlikleri beraberinde getirdiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda, mevcut, Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in günümüz ihtiyaçlarına ve dijital çağın gereksinimlerine uyum sağlamak amacıyla revize edilmesinin gerekliliğinin altını çizmiştir.

Sayın Velioğlu, bu revizyon sürecinde, tüm paydaşların katkılarının büyük önem taşıdığını ve ortak akıl çerçevesinde yapılan çalışmalarla daha güçlü, uygulanabilir bir mevzuatın oluşturulmasını hedeflediklerini dile getirmiştir. Katılımcılara, sahadaki sorunları en iyi şekilde gözlemleyen kişiler olduklarını dile getirerek, bu çalıştayı sonunda ortaya çıkacak yönetmeliğin, sağlık hizmetlerinde daha verimli, etkin ve doğru bilgilendirmeyi sağlayacak bir yapıya kavuşmasını umduklarını belirtmiştir.

Oturumlar

Oturum öncesinde, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından, mevcut durumda yürürlükte olan Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik kapsamında, sahadaki uygulamalar ve yönetmelik çerçevesinde öne çıkan bazı hususlara ilişkin bilgilendirme yapılmıştır.

Bu kapsamda, yönetmeliğin amacı ve kapsamı, hukuki dayanakları, temel ilke ve prensipleri, ayrıca reklam kavramı, sağlık hizmetlerinde reklam, tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin sınırları ile denetim mekanizmaları hakkında katılımcılara bilgi sunulmuştur.

Bilgilendirme sunumunun ardından, T.C. Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürü Sayın Uzm. Dr. Emrah Ceviz, sağlık alanının kamu ya da özel sektör ayrımı gözetmeksizin bir bütün olduğunu, bu nedenle Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan düzenlemelerin tüm sektör paydaşlarını kapsadığını vurgulamıştır.

Hasta ile hekim arasındaki güven ilişkisinin korunmasının ve haksız rekabetin önlenmesinin esas alındığını belirtmiş; düzenlemelerin bu hassasiyet çerçevesinde şekillendirildiğini ifade etmiştir.

Teknolojinin hızlı değişimi ve dijital mecralardaki dönüşüm nedeniyle, birkaç yıl önce yapılan düzenlemelerin dahi güncel ihtiyaçlara yanıt vermekte yetersiz kalabildiğini dile getirmiştir. Bu nedenle, sahadan geri bildirim alınmasının ve sektörle doğrudan istişarelerde bulunulmasının önemine dikkat çekmiştir.

1. Oturum: Yönetmelik Ne Getiriyor? Ne Anlaşılmalı?

Bu oturum, Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'i değerlendirerek, yönetmelikte güncellenmesi gereken konuları tartışmışlardır.

Gündeme Gelen Konular

1. Hasta Geri Bildirimlerinin Paylaşımı

Mevcut yönetmeliğin 5. maddesinin (f) bendinin gözden geçirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Türkiye'nin sağlık turizmi alanında daha fazla hasta çekebilmesi için, hastaların memnuniyetlerini ve teşekkürlerini paylaşabilmelerine imkan tanınmasının önemli olduğu vurgulanmıştır.

2. Teknolojik Cihazların Tanıtımı

Mevcut yönetmeliğin 5. Maddesinin (g) bendinin gözden geçirilmesi gerektiği, örnek olarak ise sağlık hizmeti sunumunda kullanılan teknolojik cihazların tanıtımı gündeme getirilmiştir.

Sağlık kuruluşlarının bu alana ciddi yatırımlar yaptığı, bu nedenle yeni teknolojilerin hasta bilgilendirmesi amacıyla tanıtılmasının hem kurumlar hem de hastalar açısından önemli olduğu vurgulanmıştır.

Ek olarak, cihazların tanıtımının yapılırken bilimsel olarak başarıları kanıtlanmış ifadeler kullanarak yapılması gerektiği yönünde de görüş belirtilmiştir.

3. Özellikli Alanların Tanıtımı

Mevcut yönetmeliğin 5. maddesinin (d) ve (ğ) bendinde arasında çelişki olduğu, genel sağlık kontrolü ve sağlık taramasının da koruyucu ve geliştirici hizmet olduğu belirtilmiştir. (ğ) bendinde “yönlendirme yapılamaz” ifadesinin gözden geçirilmesi gerektiği dile getirilmiştir. Özellikli alanların daha etkin bir şekilde duyurulmasının önemine dikkat çekilmiş ve bu hususun ilgili maddeye dahil edilmesi önerilmiştir.

4. Takviye Gıdalara Yönelik Reklamlar

Takviye gıdalara ilişkin yapılan reklamların, sınırlarının belirlenmesi ile ilgili açık bir maddenin eklenmesi gerektiği yönünde öneriler dile getirilmiştir.

5. Reklam Yasağı ve Sınırları

Sağlık alanında reklamın tamamen yasaklanmasının tüketicinin bilgi edinme hakkını kısıtlayacağı vurgulanmıştır. Reklamların, ehil kişiler tarafından yanıltıcı ve aldatıcı olmaması şartıyla ve etkin ceza yaptırımlarıyla kısmen serbest bırakılmasının yararlı olacağı belirtilmiştir. Ayrıca, reklamların çerçevesinin net sınırlarla ayrılması gerektiği ifade edilerek reklam çeşitliliğinden bahsedilmiştir.

Ek olarak, tanıtım faaliyetleri yürütülürken ülkemizin yalnızca medikal turizm alanında değil; termal turizm, spa & wellness ve sağlıklı yaşam gibi diğer sağlık turizmi alanlarında da tanıtılmasının önemi vurgulanmıştır.

6. Denetim Süreçleri

Sağlık hizmetlerinde denetimlerin sıklaştırılması gerektiği, böylece sektördeki güvenilirliğin artacağı ifade edilmiştir. Katılımcılar, bu denetimlerin sağlık hizmet kalitesini artıracaklarını ve uluslararası hasta güvenliğini destekleyeceğini belirtmişlerdir. Ayrıca, denetim süreçlerinin daha şeffaf hale getirilmesi gerektiği önerilmiştir.

7. Öncesi – Sonrası Görsellerinin Uygun Formatta Dijital Mecralarda Paylaşılması

Etik kurallar çerçevesinde ülkemizin sağlık hizmetleri tanıtımında öncesi – sonrası görsellerinin paylaşımının önemine değinilmiştir. Ardından, ihlal sınırlarının belirlenerek denetimin ve ceza tutarlılığının eşit olması vurgulanmıştır.

8. İhtiyaç Kavramının Üzerinde Durulması

Nihai amacın talep değil ihtiyaç olduğu, ihtiyacı olmayan hastanın yönlendirilmesinin doğru olmadığı vurgulanmıştır. Bu kavrama ilişkin yönetmeliğe madde eklenmesine dair görüş bildirilmiştir. İhtiyaçlarını fark etmeyen bireyler için farkına varılmayan ihtiyacın ortaya konulmasının önemine değinilmiştir.

2. Oturum: Uygulamada Karşılaşılan Güçlükler ve Tereddütler

Bu oturumda, sağlık sektöründe reklam, tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinde sektörde karşılaşılan sorunlar ve belirsizlikler üzerine tartışmalar gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, sahada yaşadıkları zorlukları örneklerle paylaşmışlardır.

Gündeme Gelen Konular

1. Saha Sorunlarının Gözlemlenmesi

Sağlık sektöründe merdiven altı çalışanlarla profesyonel hizmet sunanları ayırt etmenin önemli olduğunu; bu nedenle denetimde yer alan komisyondaki kişilerin, üniversitelerin ilgili bölümlerinde eğitim alarak saha içindeki sorunları doğru bir şekilde gözlemlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Ek olarak, il komisyonundaki doktor sayısının artırılmasına yönelik talep bildirilmiştir.

2. Dijital Platformlarda Ruhsatsız Kurumlara Reklam Yasağı

Merdiven altı olarak adlandırılan ruhsatsız kurumların, Google aramalarında ve dijital reklamlarda kolayca görünürlük kazandığı ifade edilmiştir. Bu nedenle, Google ve Meta gibi platformlarda yalnızca ruhsatlı kurumlara yönelik danışmanlık verilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, HealthTürkiye platformuna kayıtlı kurumların bu dijital platformlarda ön plana çıkarılması gerektiği yönünde görüş bildirilmiştir.

Ülke içinde kayıt dışı kurumların reklam verebilmesinin, kurumsal ve profesyonel yapıları olumsuz etkilediği; yurt dışında Türkiye'nin sağlık alanındaki itibarına zarar verdiği dile getirilmiştir. Bununla birlikte, reklam faaliyetlerinde sosyal medyanın ayrı ve özel bir şekilde ele alınması gerektiği görüşü de paylaşılmıştır.

3. Kurumların Web Sitesindeki İçeriklerin Tüm Dillerde Aynı Olması

Sağlık kuruluşlarının web sitelerinde yer alan bilgilerin farklı dillerde tutarlı ve eşdeğer içerikle sunulmasının önemine dikkat çekilmiştir. Yabancı dilde sunulan içeriklerin, Türkçe versiyonuyla aynı doğrulukta ve kapsamda olması gerektiği, aksi halde yanıltıcı algılar oluşturabileceği vurgulanmıştır.

4. Tedavi Konusunda Yapılan Bilgilendirmeler

Sağlıkta tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri yapılırken, yalnızca belirli bir tedavi yöntemine odaklanılarak diğer seçeneklerinin göz ardı edilmesinin, hastaları yanıltabileceği ifade edilmiştir.

5. Tanıtım Alanlarının Ayrıştırılması

Yurt dışındaki sağlık tanıtım faaliyetlerinin, yurt içindeki sağlık tanıtımlarından farklı bir yaklaşımla ele alınması gerektiği vurgulanmıştır. Katılımcılar, uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamak için yurt dışı tanıtımlarında daha esnek ve özgür bir yaklaşım benimsenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Ayrıca, ülkemizdeki sağlık hizmetlerinin tanıtımı ve bilgilendirilmesi ile sağlık turizmi ve turistlerin sağlığına yönelik yapılan tanıtım faaliyetlerinin birbirinden ayrı alanlar olduğu vurgulanmıştır. Reklam kısıtlamaları nedeniyle, rakip ülkelerin Türkiye'den daha fazla hasta çektiği de dikkat çekilen önemli bir husus olmuştur.

6. Hasta Memnuniyeti ve Geri Bildirimi

Hasta memnuniyetine yönelik olarak bir geri bildirim (memnuniyet) linki oluşturulması gerektiği vurgulanmıştır. Bu çalışmanın tüm paydaşların katkısıyla hazırlanmasının önemi belirtilmiştir.

Ayrıca, teşekkür ifadelerinin kullanılmasına yönelik daha fazla serbestlik tanınması talep edilmiştir. Öte yandan, teşekkür ifadelerinin tek başına bir reklam unsuru olacak şekilde dijital mecralarda paylaşılmasının doğru olmadığı görüşü de belirtilmiştir.

7. Sektöre Yönelik Tanıtım ve Pazarlama Eğitimi Düzenlenmesi

Tanıtım ve pazarlama alanlarında sektör paydaşlarına yönelik eğitim verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Katılımcılar, bu konuda bilgi eksikliği yaşayanların eğitim almasının önemini vurgulamışlardır. Eğitim programlarının, sağlık sektöründeki profesyonellerin bilgi ve becerilerini artıracakı düşünülmektedir.

8. Reklam ve Tanıtım Uygulamalarında Sponsorlu Paylaşımlar

Kaliteli ve başarılı hizmetlerin sponsorlu içeriklerle öne çıkarılmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Ancak sosyal medya fenomeni aracılığıyla, özellikle indirim ya da benzeri bir maddi karşılıkla yapılan tanıtımların uygun olmadığı ve bu tür yöntemlerden kaçınılması gerektiği ifade edilmiştir.

3. Oturum: Daha Net, Daha Etik: Ortak İlkeler Mümkün mü?

Bu oturumda, sağlık sektöründe ortak etik ilkelerin belirlenmesi üzerinde konuşulmuştur. Katılımcılar, sağlık turizminin gelişimi için etik kuralların oluşturulmasının önemine dikkat çekmişlerdir.

Gündeme Gelen Konular

1. Etik Sınırların Belirlenmesi

Tanıtım faaliyetlerinin etik kurallara uyumlu olması gerektiği özellikle vurgulanmıştır. Katılımcılar, sağlık hizmetlerinin tanıtımında etik ilkelerin belirlenmesinin önemine dikkat çekmişlerdir.

Tüm paydaşların uyması gereken ortak etik ilkelerin oluşturulması gerektiği vurgulanmıştır. Bu ilkelerin, sağlık hizmetleri sunumunda güvenilirliği artıracaklarını belirtmişlerdir.

2. Tanıtım Faaliyetlerinde Tıpta Belirsizliğin Göz Ardı Edilmemesi

Tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri yapılırken, tüketiciye ortada bir belirsizlik olduğuna dair bilgilendirme yapmanın gerektiği, çok kesin teminatlar sunan tanıtımların tehlikeli olabileceği ifade edilmiştir. Tıpta belirsizlik konusunun doğru bir şekilde yansıtılmasının önemli olduğu vurgulanmıştır.

Kapanış Oturumu

Sonuçların Değerlendirilmesi

Katılımcılar, sağlık sektöründe ortak hareket etmenin önemine dikkat çekmişlerdir. Ortak görüşlerin, sağlık sektöründeki gelişmelere yön vereceği düşünülmektedir.

T.C. Sağlık Bakanlığı ile T.C. Ticaret Bakanlığı'nın ile ön açıcı rol oynaması gerektiği ifade edilmiştir. Katılımcılar, devletin sağlık turizmi alanındaki düzenlemeleri desteklemesi gerektiğini belirterek, ülkemizi diğer ülkeler nezdinde rekabet gücünü artıracak politikalar geliştirmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Kamu ve özel sektör arasında ayırım yapılmadan, her iki tarafın da reklam yapabilmesi gerektiği yönünde görüşler bildirilmiştir. Katılımcılar, kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesinin sektöre büyük katkı sağlayacağını belirtmişlerdir.

Sosyal medya platformlarının özellikle yurt dışı pazarlara yönelik çalışmalarda etkin şekilde kullanıldığı belirtilmiştir. Bu kapsamda, reklam kavramının doğrudan kullanılmasından kaçınılması gerektiği; mevcut durumu değil, olması gerekeni vurgulayan bir bilgilendirme dilinin benimsenmesinin daha doğru olacağı ifade edilmiştir.

Çalıştaydan Fotoğraflar

