

## Eğitim-Öğretim Kurumlarından Biri Olan Üniversitelerin Basın-Yayın Kurumları İle İlişkisi

Selma GÜLEÇ\*

### ÖZET

Üniversiteler öncelikle eğitim-öğretim hizmeti veren kurumlardır. Bilimsel araştırma ve incelemeleriyle, sağlık, spor, kültürel, sosyal ve ekonomik alanlardaki çalışmalarıyla da topluma hizmet götürmektedirler. Bu tür hizmetlerin hangi koşullarda, ne tür çalışmalarla gerçekleştirildiği halka duyurulabilir. Basın yayın kurumları bu hizmetlerin halka duyurulmasında etkin rol oynamaktadır.

### SUMMARY

*The interrelations of Universities that is one of the institutions of education and instruction with the institutions of press and broadrasting.*

*The fundomental functions of the universities are education and instruction. They englighten the society by means of scientific research and investigations; and the studies in the social, cultural, economic, health and sports fields. It can be announced to the people how and in which conditions these studies were realized. The institutions of press and broadcasting plays an effective role for announcing these servings to people.*

---

\* Dr. , Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Elemanı

## GİRİŞ

Üniversitelerin temel görevi, yüksek düzeyde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık hizmetlerini yerine getirmektir. Bu görevleri de bünyelerinde bulunan fakülte, yüksekokul, enstitü, merkez gibi kurumlarda, öğretim elemanı ve personelle en iyi şekilde yerine getirmeye çalışmaktadırlar.

Üniversiteler ülkeye ve insanlığa hizmet etmek amacıyla kurulmuşlardır. Ülkemizdeki yükseköğretim kurumlarının görevleri kanunla belirlenmiştir. Şöyle ki; ülkenin ihtiyacı olan dallarda ve sayıda insan gücü yetiştirmek, Ülkenin bilimsel, kültürel, sosyal ve ekonomik yönlerden ilerlemesini ve gelişmesini ilgilendiren sorunları araştırma konusu yaparak sonuçlarını toplum yararına sunmak. Sanayi, tarım ve sağlık hizmetleri ile diğer hizmetlerde modernleşmeyi, üretimde artışı sağlayacak çalışma ve programları yapmak ve yapılanlara katılmak. Bununla ilgili kurumlarla işbirliği yaparak, çevre sorunlarına çözüm getirici önerilerde bulunmak, eğitim teknolojisini üretmek, geliştirmek, kullanmak ve yaygınlaştırmaktır<sup>1</sup>.

Üniversitelerin görev ve işlevlerinin, 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanununda yapılan tanımından da açıkça anlaşılacağı gibi, yükseköğretim kurumları, sadece ülkenin ihtiyacı olan alanlarda insan gücü yetiştirmekle kalmayıp, yaptıkları araştırmalarla da ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmesine önemli katkılar getirmektedirler. Üniversitelerin bu hizmetleri istenilen şekilde yerine getirebilmesi için devlet bütçesinden ayrılan kaynaklar dışında halkın desteğini ve güvenini kazanması gerekir. Bu kamu kurum ve kuruluşlarının başarısının ilk koşuludur. Kamu kuruluşlarının toplumda olumlu bir izlenim yaratabilmesi için, üstlendiği hizmeti etkili ve verimli biçimde yürütmesi gerekir. Beklentilerine uygun hizmet politikalarını, hızlı, nitelikli, ucuz ve verimli hizmet üretmek gerçekleştiren bir kamu kuruluşu için toplum doğal olarak olumlu düşünecek, ona güven, sevgi besleyecek ve destek sağlayacaktır<sup>2</sup>. Bu nedenle başarı ile yürütülen bir hizmetin hangi koşullarda, ne tür çalışmalar, yol ve yöntemlerle gerçekleştirildiğinin, halka duyurulması gerekmektedir. Üniversiteler, özellikle araştırmalarda elde edilen ve uygulamaya konulduğu taktirde mühendislikte, sanayide, tarımda vb. alanlarda önemli gelişmeler sağlayacak bilgileri çeşitli yöntemlerle topluma aktarırlar. Kitle iletişim araçları halka bilgi aktarımının istenen etkinlikte gerçekleştirilmesi açısından çeşitli imkanlar sağlar. Ancak bilinçli, sistemli programlar aracılığı ile yapılmayan bilgi aktarımı, kamuoyunun salt tahminlere dayanarak değerlendirmeler yapması dolayısıyla da istenmeyen, beklenmeyen yanlış izlenimlerin ortaya çıkmasına neden olabilir. Devlet tarafından ayrılan bütçenin nasıl harcandığının, çalışmalarından ne tür sonuçlar alındığının topluma duyurulması demokratikleşmiş bir toplum yapısında, her kamu kuruluşunun görevidir. Bunu gerçekleştirmenin en etkili yolu da kitle iletişim araçlarından yararlanılmasıdır. Halkı ilgilendiren çeşitli konuların

<sup>1</sup> Bkz. "2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu" (4.11.1981) md. 12.

<sup>2</sup> Selçuk Yalçındağ, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, C. 19, S. 1 (Mart 1986), s. 143-144.

bilimsel araştırma, sempozyum, konferans, panel vb. yollarla tartışılarak, alınan kararların basın, radyo-televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla duyurulmasıdır<sup>3</sup>.

Üniversiteler sayılan bu hizmetleri en iyi şekilde yerine getirebilmek amacıyla, Yükseköğretim Kanunu gereğince iş bölümüne yönelmişlerdir. 21 Kasım 1983 tarihli resmi gazetede yayınlanan Yükseköğretim Kurumlarının İdari teşkilatı Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararnamenin 26. maddesinde de görüldüğü gibi bir idari teşkilat oluşturulmuştur. Aynı Kanun Hükmünde Kararnamenin 27. maddesinde, belirtildiği gibi üniversite idari teşkilatının başı genel sekreterdir ve teşkilatın çalışmasından rektöre karşı sorumludur. Üniversite genel sekreterinin aynı kararnamenin 27. maddesinde belirtilen görevleri arasında basın ve halkla ilişkiler hizmetlerinin yürütülmesini sağlamak ve rektörlüğü protokol, ziyaret ve tören işlerini düzenlemek de yer almaktadır.

Bir kurumda halkla ilişkiler faaliyetlerini yürüten birimin kurumun alacağı her karardan haberdar olması gereklidir. Zaman geçirmeden bu kararlara paralel programlar geliştirilmesi söz konusudur. Çevrenin bu kararlara yönelik istek ve beklentilerinin saptanması için basın-yayın organlarına bilgi aktarılır. Böylece iletişim araçlarında yanlış anlamlara meydan vermeyecek haberlerin yayınlanması sağlanır. Bir kurumda halkla ilişkiler herkesin sorumluluğudur. Ancak yürütülen tüm halkla ilişkiler faaliyetlerinin planlı bir şekilde uygulanması ve örgütlenmesi gereklidir. Böylece faaliyetlerin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi sağlanabilir. Bu nedenle birimin doğrudan doğruya üst yöneticilerden birine bağlı olarak faaliyet göstermesi söz konusudur<sup>4</sup>.

## ÜNİVERSİTLERİN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

Halkla ilişkiler "bir kurumun başarısını etkileyen çevrelerle karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini sağlamaya ve sürdürmeye yardımcı olan özel bir yönetim fonksiyonu" dur. Özel bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkiler kapsamına bazı görevler girmektedir. Bu görevler şunlardır<sup>5</sup>.

1. Kurumun başarısında etkili olabilecek kamuoyunun tutum, davranış ve eğilimlerini tespit etmek, incelemek ve yorumlamak,
2. Çevrenin yararını gözetmek üzere yönetimin sorumluluklarını tanımlamak.
3. Kurumun sosyal sorumluluklarını ve çevrenin yararını da dikkate alarak her seviyedeki yöneticilere danışmanlık yapmak,
4. Kurumun çevreyle olan sosyal ilişkilerine yardımcı olmaktır.

Yukarıdaki tanıma bağlı olarak üniversitelerdeki halkla ilişkiler faaliyetleri için bir tanım geliştirebiliriz: "Üniversitenin çevresiyle karşılıklı,

<sup>3</sup> M. Alaeddin Asna, Halkla İlişkiler, İstanbul 1979, s. 116.

<sup>4</sup> Ahmet Bülent Göksel, Halkla İlişkiler, İzmir: Bilgehan Basımevi, 1988, s. 113-114.

<sup>5</sup> Scott M. Cutlip, Allen H. Center ve Glen M. Broom, Effective Public Relations, 6. B., Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall Inc., 1985, s. 4.

faydalı ilişkilerin belirlenmesini ve sürdürülmesini sağlamaya yönelik planlanmış faaliyetler bütünüdür”.

Tanımdaki ilgili çevreden üniversitenin ilişki içerisinde bulunduğu ve başarısında etkili olabilecek halklar kastedilmektedir. Bu bağlamda üniversitenin ilgili çevresini öğrenciler, öğrenci aileleri, öğretim elemanları, diğer personel, memurlar, bölge ve ülke halkı, basın yayın kurumları, ortaöğretim ve diğer yükseköğretim kurumları, özel ve kamu kurum ve kuruluşları oluşturmaktadır.<sup>6</sup>

Üniversiteyle çevresi arasında bilgilendirici, anlayış ve kabul sağlayıcı bir iletişim sistemi oluşturulabilir. Bu sistemin işleyişini sağlayacak bir halkla ilişkiler programının hazırlanması gerekir. Bu sayede çevreye kurumun yapısını ve işlevlerini anlatmak mümkün olur.<sup>7</sup>

Üniversiteler öncelikle eğitim-öğretim hizmeti veren kurumlardır. Bilimsel araştırma ve incelemeleriyle, sağlık, spor, kültürel, sosyal ve ekonomik alanlardaki çalışmalarıyla da topluma hizmet götürmektedirler. Bu hizmetlerin hangi koşullarda, ne tür çalışmalarla gerçekleştirildiği halka duyurulabilir. Basın yayın kurumları bu hizmetlerin halka duyurulmasına etkin rol oynamaktadır.<sup>8</sup>

## ÜNİVERSİTELERİN BASIN YAYIN KURUMLARIYLA İLİŞKİLERİ

Başarılı bir halkla ilişkiler uygulaması için kitle iletişim araçlarından yararlanılmasının zorunlu olduğu bilinmektedir. Daha az yoğun bir emekle çok geniş bir yığına anında, açıklayıcı, yönlendirici mesajlar yollamak bu araçlarla gerçekleştirilebilir.

Halkla ilişkilerde en çok yararlanan araçların başında basın gelmektedir. Basının temel görevi haber vermektir. Basının topluma bilgi verme, buna karşılık, toplumun çeşitli konulardaki düşüncelerini açıklama işlevi bulunmaktadır.<sup>9</sup> Bu yönüyle basın, halkla ilişkiler için “iletişim süreci”ni sağlayan bir araç olmaktadır.<sup>10</sup>

Basının güveninin kazanılması ve basın nezdinde saygınlık elde edilmesi kurumlar veya kuruluşlar için önem taşımaktadır. Bu nedenle basın, üniversitenin halka tanıtılmasında, gerçekleştirilen faaliyetlerin duyurulmasında yararlanan önemli bir iletişim aracıdır.

6 Philip Lesly, *Lesly's Public Relations Handbook*, 3. B. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall Inc. 1983, s. 312; James S. Norris, *Public Relations*, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall Inc. 12984, s. 243; Cutlip, Center ve Broom, age, s. 646-653.

7 Lesly, age, s. 315.

8 Biriken Uysal, “Yönetmelik liderlik ve Halkla İlişkilere Etkisi”, *Amme İdaresi Dergisi*. C. 18, s.1 (Mart 1985), s. 83.

9 Metin Kazancı, *Halkla İlişkiler: Kurumsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar*, Ankara: Savaş Yayınları, 1982, s.45.

10 M.Salim Kadıbeşegil, *Halkla İlişkilerde Temel İlkeler* İzmir: Tükelmak A. Ş., 1986, s. 127.

Basın kuruluşlarıyla ilişkiler çeşitli şekillerde gerçekleştirilir. Bunlar<sup>11</sup>: Basın bülteni, basın toplantısı, basın turları, küpür derleme, röportaj şeklinde sayılabilir.

### a. Basın Bülteni

Basınla ilişkilerde kullanılan en yaygın yöntemlerden birisi basın bültenleridir. Basın bültenleri açık ve kısa olmalıdır. Bültenin her paragrafı kendi başına bir haber niteliği taşımalıdır. Anlaşılma gücü olan kelimelerden kaçınılmalıdır. Basın bültenini destekleyici dökümanlar hazırlanmalıdır. Resim, fotoğraf gibi. Basın bültenini yazarken metin içerisinde ne, nerede, ne zaman, nasıl, niçin, kim sorularının yanıtları bulunmalıdır.

Basın bültenleri kurum veya kuruluşun mesajlarını hedef kitleye sundukları, basın görevlileri ile halkla ilişkiler görevlileri arasındaki bir iletişim aracıdır. Basın bültenleri aracılığı ile kurum veya kuruluşa ilişkin haberler kamuoyuna sunulmakta ve hedef kitleler yapılan çalışmalar hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Bültenin taşıdığı içerik, basın-yayın organlarında ve toplumda saygınlık kazanılmasını ve istenilen etkinin yaratılmasını sağlamaktadır<sup>12</sup>.

Basın bültenleri halkla ilişkiler faaliyetlerinde en çok başvurulan yöntemler arasındadır. Basın bültenleri aracılığı ile hazırlanan üniversiteye ait haberler, halkın üniversitenin faaliyetlerinden haberdar olmasını sağlamaktadır. Basın bülteni halkla ilişkiler bürosu ile basın arasında bir iletişim aracıdır<sup>13</sup>.

Basın bülteninin iyi zamanlama yapılarak basına gönderilmesi önemli bir adımdır. Basın bültenine ek olarak haberi destekleyici resim, fotoğraf vb. dökümanlar da basına verilebilir<sup>14</sup>. Bülten açık ve kısa olmalıdır. Basın bültenleri taşıdığı içerik oranında "saygınlık" kazandırır. Haber değeri olmayan kurum ile ilgili yazı ve fotoğrafın her gün basına ulaştırılmasının getireceği fazla bir yarar yoktur. Diğer taraftan radyo ve televizyonun özellikle televizyonun kamuoyu yaratma gücüne sahip olduğu bilinmektedir. Televizyon tanıtım amaçlı halkla ilişkiler çalışmalarında güçlü bir iletişim aracıdır<sup>15</sup>. Üniversiteler ülkenin dört bir yanından gelen öğrencilere eğitim veren kurumlar oldukları için özellikle televizyon etkili olmaktadır. Üniversitenin kuruluş yıldönümleri, açılış törenleri, gerçekleştirilen bilimsel faaliyetler, yarışma, sergi, tiyatro, konser, resital vb. etkinliklerin basın bültenleri ile duyurulması yanında TV'de görüntülü olarak yer alması için (fotoğraf, video kaseti, resim vb.) çalışılır.

<sup>11</sup> Zeyyat Sabuncuoğlu, İşletmelerde Halkla İlişkiler Bursa: Rota Ofset, 1992, s. 94.

<sup>12</sup> Demet Gürüz, Halkla İlişkiler Teknikleri, İzmir: Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları: 1, 1993, s. 61.

<sup>13</sup> Oya Tokgöz, "Gazetecilik-Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rölü ve Önemi", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara: Ankara Üni. Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, Türkiye Orta Doğu Amme İdaresi Ens. Yayınları, 1988, s. 143.

<sup>14</sup> Nuri Tortop, Halkla İlişkiler, Ankara: İlk-San Matbaası Ltd. Şti., 1986, s. 62.

<sup>15</sup> Sidney Kobre, Successful Public Relations for Colleges and Universities, New York: 1974, s. 266.

## **b. Basın Toplantısı**

Basın toplantıları da basın bültenleri gibi yaygın bir basınla ilişkiler yöntemidir. Konunun önemi basın bülteni ile yansıtılamayacak durumlarda halkla ilişkiler birimi tarafından basın toplantısı düzenlenebilir<sup>16</sup>. Kurumu ilgilendiren önemli haberlerin (kutlama programı gibi) aktarılmasında basın toplantılarından yararlanılabilir.

Kitle iletişim araçlarına basın bülteni ile yansıtılamayacak önemli haberlerin aktarılmasında kullanılır. Basın toplantısı düzenlenirken belirli kurallara uymak gerekir. Şöyle ki, basın toplantısının yapılacağı yer ve zaman önem taşımaktadır. Toplantının yapılacağı yer basın mensuplarının kolay ulaşabileceği bir yer olmalıdır. Seçilen gün ve saatte önemli başka bir olayın olması basın mensuplarının katılımının etkileyebilir.

Basın toplantısının yapılacağı salonun düzeni gazetecilerin rahat hareket edebilmesine olanak sağlamalıdır. Çünkü gazeteciler, fotoğraf çekmek, ses almak, telefon etmek, faks çekmek isteyebilirler. Basın toplantısında dağıtılacak rapor, grafik, özet nitelikteki bilgi ve belgeler önceden hazırlanmalıdır.

Basın mensupları zamanla yarıştığı için toplantı belirtilen saatler arasında gerçekleştirilmeli, toplantı daveti en az iki hafta önceden yapılmalı, en az iki gün öncede toplantının yeri ve zamanı hatırlatılmalıdır. Toplantı ile ilgili haberler gazetelerden takip edilerek derlenmeli ve basın mensuplarına teşekkür edilmelidir.

Basın toplantısı düzenlerken basın kuruluşları arasında ayırım yapmadan, toplantıya davet edilmelidir. Toplantının basında yer alması onun başarısını göstermektedir.

Basın mensuplarıyla olan ilişkileri sıkılaştırmak amacıyla kokteyller düzenlenebilir. Böyle bir organizasyon için mutlaka bir haber unsurunun gündemde olması gibi bir zorunluluk yoktur. Üniversitedeki bir yıldönümü veya basın camiasında gerçekleşen mutlu bir olaya katkı sağlamak amacıyla basın kokteylleri düzenlenebilir. Üniversite yöneticileri ve öğretim üyeleri ile basın mensuplarının birbirlerini yakından tanımaları sağlanır. Gazeteciler üniversitede yapılan çalışmalar ve faaliyetler hakkında yetkili ağızlardan bilgi almak fırsatını elde ederler.

## **c. Basın Turları**

Basın mensuplarına kurumu tanıtmak amacıyla düzenlenir. Pahalı bir faaliyet türüdür. Ancak organizasyonun tanıtılmasında önemi çok büyüktür.

Basın turları belli bir program çerçevesinde gerçekleştirilir. Bir günlük düzenlenebileceği gibi bir hafta da sürebilir. Gezi programı önceden ayrıntılı bir şekilde hazırlanarak basın mensuplarına ulaştırılmalıdır.

Basın mensuplarına tur sırasında bilgi verecek yöneticilerin belirlenmesi, gerekli ikram ve dağıtılacak dökümanların hazırlanmasının yanısıra daktilo makinası, telefon, teleks, faks gibi araçlarında hazırlanması gerekir.

---

<sup>16</sup> Kadıbeşgil, age, s. 149

İşletmelerin tanıtılması, yeni teknolojik gelişmelerin yerinde sergilenmesi gibi amaçlarla basın turları düzenlenebilir. Basın turu sırasında, turun amaçları ile ilgili gerekli dökümanlar, ayrıntılı ve yazılı biçimde tüm katılımcılara verilmelidir. Halkla ilişkiler görevlisi tarafından düzenlenen bu gezilerde bilgilerin doğru olarak aktarılmasının yanında, basın mensuplarına kurumu tanıtan kişinin anlatım yeteneği, sesi, gazetecilerle kurduğu ilişkilerde etken olmaktadır.

Basın mensuplarına kurumu gezdirme (basın turları) üniversitenin tanıtılmasında diğer bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. Üniversite kampüsünde yapılacak basın turları gelişmelerin basın tarafından yakından takip edilmesi açısından önemlidir. Kampüse gelen basın mensuplarına, kurumu gezdirmek için araç verilmesi, tur sırasında gerekli ikramın yapılması, gezilen yerlerde kendileri ile ilgilenecek ve bilgi verecek kişilerin bulundurulması, dağıtılacak yazılı malzeme ve diğer organizasyon hazırlıkları basın turunun gerçekleşmesinden önce tamamlanmalıdır.

#### **d. Küpür Derleme**

Halkla ilişkiler görevlilerinin basını dikkatle izleyerek, kurum hakkında çıkan haberleri değerlendirmesi gerekir. Bu amaçla halkla ilişkiler görevlileri gazetelerde çıkan haber, röportaj, fotoğraf, yazı, karikatür gibi materyallerin makaslanarak arşivlenmesini sağlar. Bu işleme küpür derleme diyoruz.

Derlenen küpürler, daha sonra kurum için bir belge niteliği taşır. Küpür derleme çalışmaları yapılırken, doğrudan üniversiteye ait basında çıkan haberlere yer verilebileceği gibi kurumla doğrudan ilgisi olmayan konularda da derleme çalışmaları yapılabilir. Küpür derleme çalışmalarında da günümüzde bilgisayardan yararlanılmaya başlanmıştır.

#### **e. Röportaj**

Güncel bir konuda, belli bir okuyucu kitlesi için hazırlanan, kolay okunabilen, resimlerle desteklenmiş, hazırlayanın kendi görüşleri ile birleştirilerek yazılan yazılardır.

Basında bir kurum veya kuruluş yöneticisi ile yapılmış bir röportaj, organizasyonun amacı ve politikalarının hedef kitleye yansıtılması açısından büyük önem taşır. Yayınlanan röportajın etkili olabilmesi için seçilen yayın organı önemlidir. Röportajı yapan kişinin de yorumda aşırıya kaçmaması gerekir.

Üniversite ile basın-yayın kurumları arasındaki karşılıklı anlayışı geliştirmek amacıyla zaman zaman bu kurumlar ziyaret edilir<sup>17</sup>. Bu ziyaretin bir başka amacı da, basın-yayın organlarının yapısını ve işleyişini daha iyi tanıyarak buna göre basınla ilişkiler programı hazırlamaktır. Sadece üniversitenin bulunduğu şehirdeki basın kuruluşları değil diğer basın-yayın organları da ziyaret edilerek dostluklar geliştirilebilir.

---

<sup>17</sup> Kobre, age, s. 266.

## SONUÇ

Örgütlerin faaliyetleriyle ilgili olarak, geniş halk kitlelerine, halkla ilişkiler amaçlı mesajların gönderilmesinde kullandıkları yazılı araçların başında gazete ve dergiler gelmektedir. Mesajların gönderilmesinde kurum tarafından çıkarılan gazete ve dergilerden yararlanılacağı gibi, ulusal ve yerel basından da yararlanılmaktadır. Basınla kuruluş geliştirilecek ilişkilerde açık sözlülük ve dürüstlükten ayrılmamak gerekir. Basınla iyi ilişkiler kurmak isteyen kurum ve kuruluşlar, basının dilini anlayan, yetişmiş, bilgili ve kabiliyetli halkla ilişkiler görevlerinden başlıcaları, kurum ile ilgili haberlerin basına süratle, doğru ve bol şekilde kamasını sağlamaktır. Bu nedenle üniversitelerin bünyelerinde mutlaka doğrudan Rektöre bağlı olarak çalışan bir halkla ilişkiler departmanına ihtiyaç vardır. Bu departman içinde basınla ilişkilerden sorumlu bir görevlinin yer alması gerekir. Çünkü basın, üniversitelerin yapmış olduğu ve yapacağı faaliyetlerin hedef kitlelere duyurulmasında önemli bir araç niteliğindedir.

Basın için en önemli kavram "haber" sözcüğünde toplanır. Haber niteliğinde olan bir konu halkın ilgisini çekmeye hazırdır. Zamanında basına iletilmeyen bir konu değerini yitirir<sup>18</sup>.

## KAYNAKLAR

1. ASNA, M. Alaeddin. Halkla İlişkiler, İstanbul: İ.İ.T.İ.A., Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı Yayınları, 1979.
2. CUTLIP, Scott M., Allen H. Center, Glen M.Broom. Effective Public Relations, 6.B., Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall Inc., 1985.
3. ERTEKİN Yücel. Halkla İlişkiler 2. B., Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Ens. Yayınları, 1986.
4. GÖKSEL, Ahmet Bülent. Halkla İlişkiler, İzmir: Bilgehan basımevi, 1988.
5. GÜRÜZ, Demet. Halkla İlişkiler Tenkikleri, İzmir: Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları: 1, 1993.
6. KADIBEŞEGİL, M. Salim. Halkla İlişkilerde Temel İlkeler İzmir: Tükelmak A. Ş., 1986.
7. KAZANCI, Metin. Halkla İlişkiler: Kurumsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar, Ankara: Savaş Yayınları, 1982.
8. KOBRE, Sindney. Successful Public Relations for Colleges and Universities New York. 1974.
9. LESLY, Philip. Lesly's Public Relations Handbook. 3. B., Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall Inc., 1983.

---

<sup>18</sup> Yücel Ertekin, Halkla İlişkiler 2. B. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Ens. Yayınları, 1986, s. 51.



10. NORRIS, James S. Public Relations, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall Inc., 1984.
11. SABUNCUOĞLU, Zeyyat. İşletmelerde Halkla İlişkiler Bursa: Rota Otset, 1992.
12. TOKGÖZ, Oya. "Gazetecilik-Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara: Ankara Üni. Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, Türkiye Orta Doğu Amme İdaresi Ens. Yayınları, 1988.
13. TORTOP, Nuri. Halkla İlişkiler, Ankara: İlk-San Matbaası Ltd. Şti., 1986.
14. UYSAL, Birkan. "Yönetmel Liderlik ve Halkla İlişkilere Etkisi", Amme İdaresi Dergisi, C. 18, S.1, (Mart 1995).
15. YALÇINDAĞ, Selçuk. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, C. 19, S.1 (Mart 1986).