

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

133770

**DEVLET ÜNİVERSİTELERİNDE VE ÖZEL
ÜNİVERSİTELERDE
HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN KARŞI-
LAŞTIRILMASI :GAZİ ÜNİVERSİTESİ VE
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

MASTER TEZİ

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Mehmet KÜÇÜKKURT**

**Hazırlayan
Ayşegül ARSOY**

T 133770

Ankara-2003

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Ayşegül ARSOY'a ait Devlet Üniversitelerinde ve Özel Üniversitelerde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Karşılaştırılması : Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi Örneği adlı çalışma , Jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan... Prof. Dr. Mehmet Kıcıoğlu

M. Kıcıoğlu

Üye... Doç. Dr. Ahmet Çiftçi

A. Çiftçi

Üye... Doç. Cemal Arık

ÖNSÖZ

Halkla ilişkiler konusu, bilimsel literatüre biraz geç girmesine rağmen modern anlamda toplumsal yapı ve iş hayatında giderek yükselen bir grafikte yerini almıştır. Gelecekte oluşturulacak sistemlerde bu bilimin öneminin daha da artacağı kaçınılmaz bir gerçektir.

Günümüzün bir bilim ve teknoloji çağı olduğu hususu göz önünde tutulursa, halkla ilişkilerin önemi ve yerinin daha iyi anlaşılacağı muhakkaktır.

Bu çalışmamız sırasında halkla ilişkiler çalışmalarının mahiyeti, özellikle de Gazi Üniversitesi ile Başkent Üniversitesi'nin halkla ilişkiler çalışmaları karşılaştırılmaya ve iki üniversitenin halkla ilişkiler çalışmaları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmamızdan başarılı bir sonuç alabilmek için çok sayıda değişik kaynak taranmıştır.

Tez çalışmalarım sırasında her türlü görüş ve yardımlarını esirgemeyen Danışmanım Sayın Prof. Dr. Mehmet KÜÇÜKKURT'a içtenlikle teşekkürü borç bilirim.

Ayrıca çalışmalarım sırasında yardım ve desteğini gördüğüm arkadaşım Aşkın ACUR ile kız kardeşim Selma ARSOY'a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
KISALTMALAR CETVELİ.....	vi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ÜNİVERSİTELERDE HALKLA İLİŞKİLER

A. HALKLA İLİŞKİLER.....	5
A. 1. Halkla İlişkilerin Kapsam ve Önemi	7
A. 2. Halkla İlişkilerin Amaçları.....	10
A. 3. Halkla İlişkilerin Araçları.....	11
A. 3. 1. Yazılı ve Basılı Araçları.....	13
A. 3. 1. 1. Gazeteler.....	13
A. 3. 1. 2. Dergiler.....	13
A. 3. 1. 3. Broşürler.....	14
A. 3. 1. 4. Kitaplar.....	15
A. 3. 1. 5. Bültenler.....	15
A. 3. 1. 6. Yıllıklar.....	16
A. 3. 1. 7. Mektuplar.....	16
A. 3. 1. 8. El İlanları.....	16
A. 3. 1. 9. Pankartlar.....	17
A. 3. 1. 10. Afişler.....	17
A. 3. 1. 11. Davetiyeler.....	17

A. 3. 2. Görsel ve İşitsel Araçları.....	18
A. 3. 2. 1. Televizyon.....	18
A. 3. 2. 2. Radyo.....	19
A. 3. 2. 3. Film.....	20
A. 3. 3. Sosyal-Kültürel ve Diğer Araçları.....	20
B. ÜNİVERSİTELERDE HALKLA İLİŞKİLER.....	21
B. 1. Üniversitelerde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Tarihi Gelişimi...	23
B. 2. Üniversitelerde Halkla İlişkilerin Amaçları.....	25
B. 3. Üniversitelerde Halkla İlişkilerin Araçları.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

GAZİ ÜNİVERSİTESİ VE BAŞKENT ÜNİVERSİTESİNDE İÇ VE DIŞ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

A. İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI.....	30
A. 1. Gazi Üniversitesinde İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	32
A. 1. 1. Öğrencilere Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	33
A. 1. 1. 1. Gençlik Şöleni.....	34
A. 1. 1. 2. Öğrenci Kulüp ve Toplulukları.....	34
A. 1. 1. 3. Halk Oyunları.....	35
A. 1. 1. 4. Tiyatro Kulübü.....	35
A. 1. 1. 5. Satranç Kulübü.....	35
A. 1. 1. 6. Türk Sanat ve Türk Halk Müziği Toplulukları.....	35

A. 1. 1. 7. Amerikan Futbol Kulübü.....	36
A. 1. 1. 8. Dağcılık Kolu.....	36
A. 1. 1. 9. Sanat Etkinlikleri.....	36
A. 1. 1. 10. Konferanslar ve Seminerler.....	36
A. 1. 2. Personele Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	42
A. 1. 3. Öğretim Üyelerine Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	44
A. 2. Başkent Üniversitesinde İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	45
A. 2. 1. Öğrencilere Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	46
A. 2. 2. Personele Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	50
A. 2. 3. Öğretim Üyelerine Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	51
A. 3. Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitesinde İç Halkla İlişkiler Çalışmalarının Karşılaştırılması.....	51
B. DIŞ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI	
B. 1. Gazi Üniversitesinde Dış Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	54
B. 1. 1. Basınla Olan İlişkiler.....	56
B. 1. 2. Kamu Kuruluşlarıyla Olan İlişkiler.....	58
B. 1. 3. Öğrenci Velileriyle İlişkiler.....	59
B. 1. 4. Yüksek Öğretim Kurulu ile Olan İlişkiler.....	59
B. 1. 5. Diğer Üniversitelerle Olan İlişkiler.....	61
B. 2. Başkent Üniversitesi'nde Dış Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	62
B. 2. 1. Basınla Olan İlişkiler.....	62
B. 2. 2. Kamu Kuruluşlarıyla Olan İlişkiler.....	63
B. 2. 3. Öğrenci Velileriyle İlişkiler.....	64
B. 2. 4. Yüksek Öğretim Kurulu ile Olan İlişkiler.....	64
B. 2. 5. Diğer Üniversitelerle Olan İlişkiler.....	64
B. 2. 6. Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi'nde Dış Halkla İlişkiler Çalışmalarının Karşılaştırılması	65

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTELERDE İDEAL HALKLA İLİŞKİLER MODELİ

A. Üniversitelerde İdeal Halkla İlişkiler Modeli.....	68
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	72
KAYNAKÇA.....	83
EKLER.....	87
TÜRKÇE ÖZET.....	103
İNGİLİZCE ÖZET.....	104



KISALTMALAR CETVELİ

ABD.	: Amerika Birleşik Devletleri
a.g.e.	: Adı geçen eser
AÖF	: Açık Öğretim Fakültesi
AŞ	: Anonim Şirketi
bkz.	: Bakınız
BYYO	: Basın Yayın Yüksek Okulu
C.	: Cilt
Çev.	: Çeviren
Der.	: Derleyen
Ed.	: Editör
GAYE	: Gazi Acil Yardım Ekibi
GİFİSAK	: Gazi İletişim Fakültesi İletişim Sanat Kolu
Haz.	: Hazırlayan
ISO	: International Standarts Organization
KARYÖN	: Kariyer Yönlendirme Grubu
KAYA	: Kamu Yönetimi Araştırma Projesi
MEHTAP	: Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi
N.	: Numara
s.	: Sayfa
S.	: Sayı
SBF	: Siyasal Bilgiler Fakültesi
TED	: Türk Eğitimciler Derneği
TODAİE	: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü

TL	: Türk Lirası
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
vb.	: Ve benzeri
vs.	: Ve saire
YÖK	: Yüksek Öğretim Kurulu



GİRİŞ

Halkla ilişkiler faaliyetleri kamu kurum ve kuruluşlarında son yıllarda bütün dünyada üzerinde önemle durulması gereken bir husus olmuştur. Halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği kamu ve özel sektör işletmelerinin kendilerinde topluma karşı bilgi verme zorunluluğunu hissetmesi ve ayrıca toplumu kurumlar hakkında bilgi almak, öğrenmek ve değerlendirmek ihtiyacını duymasından kaynaklanmaktadır.

Halkla ilişkiler çalışmalarının temeli halkla ilişkiler çalışması yapılan örgütü, kişiyi, ürünü şeffaflaştırmak yani bunlarla ilgili olarak üzerinde çalışma yapılan objenin muhatabı olduğu tespit edilen kitleyi sürekli olarak bilgilendirmek ve böylece bu kitlenin olumlu tutumlarına sahip olmak esasına dayanır. Örgütler amaçlarını gerçekleştirmek ve varlıklarını sürdürebilmek için çevreleriyle uyum içinde olma ihtiyacı duymaktadırlar. Halkla ilişkiler işte bu amaçlarla ortaya çıkmış bir faaliyet dalıdır.

Üniversiteler ülkenin sosyal, kültürel, ekonomik, bilimsel ve teknolojik kalkınmasında önemli görevleri olan kurumlardır. Üniversite ile iç ve dış hedef kitleleri arasında bilgilendirici, karşılıklı anlayış ve kabulü sağlayıcı bir iletişim gereklidir.

Bu çalışmada ele alınan Başkent Üniversitesi ile Gazi Üniversitesi karşılaştırılarak halkla ilişkiler faaliyetleri incelenmiştir. Kamu ve özel üniversitelere göre halkla ilişkiler faaliyetleri amaç, yöntem ve hedef kitleler esas alınarak ortaya çıkacak olan sonuçlar değerlendirilerek yazılmıştır.

Halkla ilişkiler faaliyetleri, kamu kurum ve kuruluşlarında günümüzde bütün dünyada üzerinde önemle durulması gereken bir husus olmuştur.

Halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği, kamu ve özel sektörde topluma karşı bilgi verme zorunluluğunu hissetmesi ve toplumu kurumlar hakkında bilgi alma, öğrenmek ve değerlendirmek ihtiyacını duymasından kaynaklanmıştır.

Halkla ilişkiler çalışmalarının temeli, halkla ilişkiler çalışması yapılan örgütü, kişiyi, ürünü şeffaf hale getirmektir. Bunlarla ilgili olarak kitleleri bilgilendirmek, tanıtımda bulunmak, bilinçlendirmek ve böylece kitleleri olumlu tutuma sevk etmektir. Örgütler amaçlarını gerçekleştirmek ve varlıklarını sürdürebilmek için çevreleriyle uyum içinde olma ihtiyacı duymaktadırlar. İşte halkla ilişkiler, bu amaçlarla ortaya çıkmış bir faaliyet dalıdır.

Üniversiteler, kültürel, ekonomik, bilimsel ve teknolojik kalkınmasında önemli görevleri olan kurumlardır. Üniversite ile iç ve dış hedef kitleleri arasında bilgilendirici, karşılıklı anlayış ve kabulü sağlayıcı bir iletişim gereklidir.

Bu çalışmada ele alınan Başkent Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi karşılaştırılarak halkla ilişkiler faaliyetlerinin devlet ya da özel kesime göre farklılık gösterip göstermediği ortaya konmaya çalışılmıştır. Amaçları , yöntem ve teknikleri ve hedef kitlelerine göre benzerlik ve farklılıkları ele alınmıştır. Her iki üniversitede yapılan halkla ilişkiler çalışmaları kurum içi ve kurum dışı etkinlikler envanter toplama yöntemi ile ele alınmıştır.

Birinci bölümde; araştırmanın kapsam ve önemi, amaçları ve araçları açıklanmıştır.

İkinci bölümde; Gazi Üniversitesi ile Başkent Üniversitesi'nde iç ve dış halkla ilişkiler çalışmaları öğrenci, personel, öğretim üyeleri, basınla, kamu kuruluşlarıyla olan ilişkiler, öğrenci velileriyle ilişkiler, diğer üniversitelerle olan

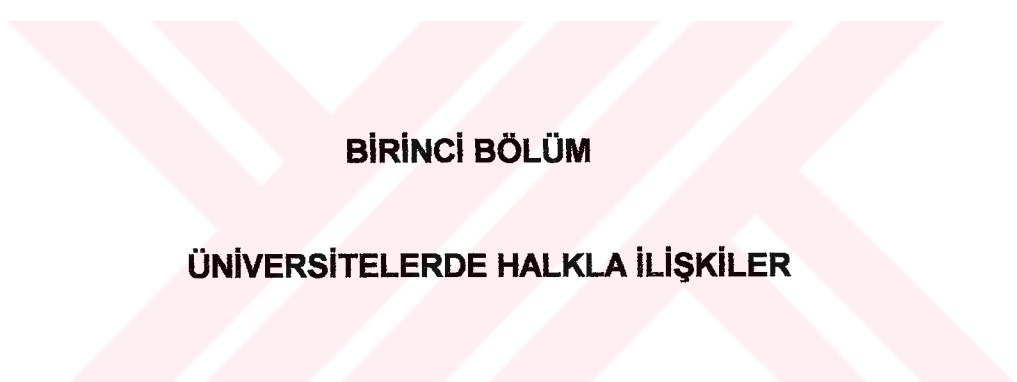
ilişkiler karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Her iki üniversitedeki halkla ilişkiler çalışmaları kurum içi ve kurum dışı faaliyetler dokümanlarla verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise; elde edilen bulgular değerlendirilerek devlet üniversitelerinde ya da özel üniversitelerde bir halkla ilişkiler modeli oluşturularak iyi bir halkla ilişkilerin nasıl olması gerektiği açıklanmış.

Sonuç ve Öneriler kısmında ise; araştırmanın sonuçları verilmiş, eleştiriler yapılmış ve öneriler sunulmuştur.

Çalışmanın son kısmında ise araştırmada yararlanılan kaynakların listesi verilmiştir.

Bu araştırmada; halkla ilişkiler faaliyetlerinin özel üniversite olan Başkent Üniversitesi ile bir devlet üniversitesi olan Gazi Üniversitesi'ndeki benzerlik ve farklılıkları ortaya konarak ele alınmıştır. Halkla ilişkiler faaliyetleri özel üniversitelerde veya devlet üniversitelerinin hangisinde daha iyi uygulandığı, farklılık gösterip göstermediği karşılaştırmalı olarak açıklanmaya çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

ÜNİVERSİTELERDE HALKLA İLİŞKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM

ÜNİVERSİTELERDE HALKLA İLİŞKİLER

A. HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler kavramı, ülkemizde tam olarak anlaşılmış bir kavram değildir. Bu faaliyet alanı, günümüzde giderek yaygınlaşan ve popüleritesi artan bir meslek olmasına rağmen bu kavramdan ne anlamak gerektiği konusunda henüz bir fikir birliğine ulaşılmış değildir. Bunun başlıca sebepleri arasında; halkla ilişkilerin sosyal ilişkilerden doğan bir disiplin oluşu, bu alanla ilgili okul eğitiminin yeni ve kurumsallaşmamış olması ile halkla ilişkilerin sosyal ilişkilerle olan yakın ilgisi olarak ifade edilebilir.⁽¹⁾

Halkla ilişkiler çoğu kere halkı aydınlatma, bir örgüte iyi niyet, destek ve itibar sağlama, halkın zihninde örgüt hakkında olumlu bir izlenim ve lehte bir imaj yaratma faaliyeti olarak tanımlanır. Bugün halkla ilişkiler alanındaki uygulamanın genel yönelimine uygun düşen bu tanımlamanın eksik tarafı, daha çok halkı etkileme ve ona seslenme yönüne ağırlık vermesi, buna karşılık, halkın sesine kulak verme ve ondan etkilenme yönünü taşıdığı önemle orantılı olarak dikkate alınmamasıdır. Aslında halkla ilişkiler, örgütle toplumun karşılıklı çıkarları arasında, iki yönlü bir haberleşme ve bilgi alışverişine dayanarak denge sağlama faaliyetidir. Halkla ilişkiler, kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir. Örgütlerin özellikle kamu kuruluşlarının kamuoyundan etkilenmesi yönetimle ilgili kararları toplumun ihtiyaçlarına daha uygun bir niteliğe kavuşturma rolü bir yana, günümüz dünyasında tarihin

(¹) Hikmet SEÇİM: Halkla İlişkiler, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 1994, s. 2

hiçbir döneminde eşine rastlanmayan bir yoğunluk kazanmış bulunan, halkın yönetime katılma özlemlerine de uygun düşmektedir.⁽²⁾

Toplum içinde yaşamak zorunda olan insan, çevresiyle sürekli ilişkiler içerisinde. İnsanoğlu sırasıyla, ailenin diğer fertleriyle, akrabalarıyla, eğitim aşamasında öğretmeni ve arkadaş çevresiyle, iş hayatı ve sosyal eğlencelerinde, hatta vakit geçirmek için sokakta yaptığı gezinti sırasında bile geçici veya sürekli olarak ilişkiler içerisine girer.⁽³⁾

İnsanın bulunduğu her yerde ve ortamda ilişki vardır. Toplumu da insan unsuru oluşturduğuna göre, bunun doğal bir sonucu olarak da toplum olan her yerde değişik şekillerde ilişkiler vardır. Bahse konu bu ilişkiler toplumun bir nevi vitrini olması ve toplumun gerçek yapısını ortaya koyması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan bu ilişkiler içerisinde en önemlisini hizmet götürülen halk ile hizmeti verenler arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler denildiğinde ilişkide bulunan halktır. Halkın özü ise insandır. ⁽⁴⁾

İnsan ilişkileri içerisine giren ve halkın idareyle olan ilişkilerinin bütün yönlerini kapsayan halkla ilişkiler konusunda ansiklopedilerde, sözlüklerde ve kitaplarda pek çok tanım yapılmıştır. Konunun daha iyi anlaşabilmesine yardımcı olması amacıyla halkla ilişkilerin değişik tanımları yapılacaktır.⁽⁵⁾

Halkla ilişkiler; bir kuruluşu çalışanlara, müşterilere, bağlantılı olduğu kişilere sevdirmek ve saydırma sanatıdır. Halkla ilişkiler, düşüncelerin istenen

(2) Cemal MIHÇIOĞLU: Halkla İlişkiler Nedir?, Der. Fermani Maviş, Halkla İlişkiler, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 1986, s. 14

(3) Necip BİLGE: Hukuk Başlangıcı, Turhan Kitabevi, Ankara, 1983, s. 12-13

(4) İsa KAYAALP: İletişim ve Dil, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1998, s. 1

(5) Nuri TORTOP, Halkla İlişkiler, Yargı Yayınları, Ankara, 1993, s. 4-5

sonuçları yaratması amacıyla çeşitli gruplara ustaca aktarılması, becerikli bir haberleşme oluşumunun gerçekleşmesidir.

Halkla ilişkiler; halkı etkileyen söz, eylem ya da olaydır. Bir başka anlatımla halkla ilişkiler, halkın neyi sevdiğini öğrenip onu daha çok yapmak, neden hoşlanmadığını bilip onu yapmamaktır. Bu yönü ile halkla ilişkilerin yöneticilikle de sıkı bağlantısı vardır.

Britannica Ansiklopedisi'nde halkla ilişkiler "bir kurum veya bir kişinin kamu ile olan ilişkilerinin düzeltilmesi ve yorumu ile ilgili çalışmalardır" şeklinde tarif edilmemektedir.⁽⁶⁾

A. 1. Halkla İlişkilerin Kapsam ve Önemi

Halkla ilişkiler, kamu ya da özel kuruluşun kamu yararına çalışması kadar, yapılanları kamuoyuna duyurması gibi iki aşamalı bir süreci kapsamaktadır. Bu da halkla ilişkilerin, uzun vadeli bir yöneticilik fonksiyonu olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle;

- Halkla ilişkiler, kuruluşun müdüründen, odacısına kadar tüm mensupların uygulaması, izlemesi gereken bir felsefe, bir politika demektir. Bir halkla ilişkiler uzmanı tutarak ona astronomik ücretler vermek bile tek başına bir başarı getirmemektedir. Halkla ilişkiler, bir fabrikada grev olasılığının basına ulaşmasını, kamuoyunun fabrika aleyhinde düşünmesini engellemek için halkla ilişkiler uzmanına emir vermek değildir.⁽⁷⁾

- Halkla ilişkiler; bir kamu kurumunun izlediği hizmet politikasının halkla açıklanması, benimsetilmesi, halkla örgüt çalışmalarının aktarılması,

(⁶) Britannica Ansiklopedisi, 1967, s. 833

(⁷) M. Alaeddin ASNA, Halkla İlişkiler, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara, 1978, s. 8.

toplumda olumlu bir tutum yaratılması, halkın da örgüt hakkında ne düşündüğünün, halkın örgütten ne istediğinin öğrenilmesi ve halkla bütünleşmesi adına yürütülen hizmet ve faaliyetlerdir.⁽⁸⁾

Sonuç olarak; halkla ilişkilerinin, karşılıklı etkileşime dayalı ve çift yönlü bir faaliyet olduğunu söyleyebiliriz.

Halkla ilişkilerin "kurum veya kişinin herkese açık, aleni olan veya öyle olması gereken, gizli olmayan işleri ile ilgili olarak sosyal ve fiziki çevreyle kurdukları ilişkileri" kapsadığı da ifade edilebilir.⁽⁹⁾

Halkla ilişkiler; "enforme etme, ikna etme, uyarılma işlevlerini yerine getiren örgütsel ve yönetsel tavır ve yaklaşım içinde, sürekli, iki yönlü iletişime dayalı, kaynaktan hedefe, hedeften kaynağa bilgi akımı sağlam sürecidir. " ⁽¹⁰⁾

Halkla ilişkileri, bir kurumun toplumla bütünleşme yönünde harcadığı çabaların tümü olarak ele alabiliriz. Başka bir deyişle, özel ya da kamu kuruluşlarının, dolaylı ve dolaysız olarak ilişkide bulunduğu kitlelerinin güven ve desteğini kazanmak üzere giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı ve sonuçta hedef kitlede kuruluşun, kuruluştaki ise hedef kitlenin taleplerine uygun değişimlerin gerçekleşmesine yönelik planlı ve sürekli çabalar olarak ifade edilebilir.

⁽⁸⁾ Selçuk YALÇINDAĞ, "Mahalli İdarelerde Halkla İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, Sayı 3-4, TODAİE Yayınları, Ankara 1968, s. 69

⁽⁹⁾ Mehmet KÜÇÜKKURT, "Halkla İlişkiler Açısından Halk Kavramı", Kurgu Dergisi, Açık Öğretim Fakültesi, İletişim Bilimleri Dergisi, Sayı 5, Eskişehir 1989, s. 269

⁽¹⁰⁾ N. Nisa BAYRAMOĞLU, "Tanıtmada Enformasyonun Rolü", Türkiye Tanıtma Sempozyumu, Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara 1989, s. 100

Kamuoyunun, kitle iletişim araçları kanalıyla bilgilendirilmesi, halkla ilişkilerin çalışma alanına girmektedir. Çeşitli kurum ve kuruluş yöneticilerinin kamuoyunu bilgilendirme, istedikleri mesajları doğru, net ve anlaşılır bir dille kamuoyuna iletme noktasında karşılaştıkları sorunları ortadan kaldırmak için başvurdukları halkla ilişkiler, iletişim olgusu üzerine kurulu bir işletme sistemidir. ⁽¹¹⁾

Halkla ilişkiler uzmanları hedef kitleyi etkileyebilmek için kitle iletişim araçlarını kullanarak halkın seviyesine inip yönetim ile ilgili bilgileri aktarmaya çalışır. Bu ise yönetim ile kamuoyu arasındaki köprünün kuvvetlenmesine neden olur.

Halkla ilişkilerin temel işlevi, bir örgüt ile hangi tür ve hangi düzeyde olursa olsun örgütün başarı ya da başarısızlığının kendilerine bağlı olduğu çeşitli konular (genel olarak çevre-halk) arasında karşılıklı yarara dayalı ilişkileri, objektif iletişim ve araştırmayı kullanarak saptamak, kurmak ve sürdürmektir. ⁽¹²⁾

Halkla ilişkilerin gerekliliği günümüzde yaygın bir kabul görmesine rağmen amacı, işleyişi ve sonuçları üzerinde henüz bir görüş birliğine varılmamıştır. Fakat günümüzde halkla ilişkiler faaliyetleri özel ve kamu kuruluşlarında sıkça görülmektedir.

Yönetimin yetki ve işlevlerinin alan olarak çeşitlenmesi ve genişlemesi halkla ilişkileri zorunlu kılmıştır. Bu gelişmeyle yönetim süreçleri karmaşıklaşmış, karar verme merkezileşmiş, yönetim giderek halktan

⁽¹¹⁾ Suat GEZGİN, "Gönüllü Gazeteciler", Yeni Türkiye Dergisi, Medya Özel Sayısı, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri Yayınları, Ankara 1996, s. 1227

⁽¹²⁾ Muharrem VAROL, "Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları", Orta Kademe Yöneticileri Semineri, TODAİE Yayınları, Ankara 1987, s. 187

uzaklaşmış ve özellikle kamu görevlileri ile halk arasında etkili bir haberleşme gereksinmesi acil bir sorun haline gelmiştir. ⁽¹³⁾

A. 2. Halkla İlişkilerin Amaçları

Halkla ilişkilerde temel amaç; Örgüt-çevre ilişkilerini, örgüt amaçları doğrultusunda şekillendirmek suretiyle, onun verimlilik ve etkinliğini artırmak, varlığını geliştirerek sürdürmesi için uygun ortam yaratmaktır.

Bu temel amacı gerçekleştirmeye yönelik alt amaçlar ekseriyetle benzer nitelikte olmakla beraber değişik araştırmacılarla farklı biçimlerde ayrıntılandırabilmektedir. Halkla ilişkilerin amaçları, daha çok sosyal sorumluluk soyutu ile ilgilidir.

Halkla ilişkiler amaçlarını özetle şöyle sıralamak mümkündür:

- Çevreyi örgüt hakkında aydınlatma ve onun izlediği politika ve çalışmaları benimsetme,
- Örgüt için çevrede iyi niyet ve olumlu bir imaj yaratma,
- Hizmetlerin başarıyla yürütülmesi için halkın destek ve işbirliğini kazanma,
- Doğru ve yerinde karar verebilmek için halkın görüşlerinden yararlanma,

⁽¹³⁾ Birkan UYSAL SEZER, "Halkla İlişkilerde Üst Kademe Yöneticilerinin Rolü ve Önemi", Halkla İlişkiler Semineri, Ankara, 1986, s. 1

- Halk ve örgüt menfaatlerini birleştirme ya da uyumlaştırma,
- Örgüt çevre ilişkisinde işleri kolaylaştırma,
- Örgütün koyduğu kurallara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında aydınlatıcı bilgi verme,
- Çeşitli yollarla saptanan halk eğitimlerini değerlendirerek örgütün uygulamalarında görülen aksaklıkları giderici önlemler getirme,⁽¹⁴⁾
- Kanun ve nizamlara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgiler verme,
- Özel veya kamu yararına cevap vermeye çalışmak ve herkesin kişiliğine hürmet ederek sosyal sorumluluk duygusunu yaratma,
- Halkta yönetime karşı olumlu tavır yaratma,

Konuyu genel olarak ele aldığımızda; halkla ilişkilerin amaçlarını, halkın düşüncelerini öğrenip değerlendirdikten sonra kamuoyunu olumlu yönde etkilemek, olduğu sonucunu çıkarabiliriz. ⁽¹⁵⁾

A. 3. Halkla İlişkilerin Araçları

Halkla ilişkiler, hizmet verenler ile hizmet alanlar ve yeni ilişki kuranlar ile ilişki kurulanlar arasındaki iki yönlü haberleşmeye dayanmaktadır. ⁽¹⁶⁾

⁽¹⁴⁾ Cemal MIHÇIOĞLU, a. g. e, s. 96-98; Nuri TORTOP, a. g. e, s. 10

⁽¹⁵⁾ Işık ÖZKAN, Basım Yayın İşletmeciliği, İzmir 1989, s. 125

⁽¹⁶⁾ Feyyaz GÖLCÜKLÜ, Haberleşme Hukuku, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara 1970, s. 13

Bu durumda haberleşme sisteminin iyi ve düzenli kurulması şarttır. Çünkü halkla ilişkilerin başarısı buna bağlıdır. Halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları oldukça fazladır. (Radyo, Televizyon, Konferans, Afiş, Gazete, Dergi gibi). ⁽¹⁷⁾

Halkla ilişkiler tanımından ve konu ile ilgili olarak yapılan açıklamalardan anlaşılacağı üzere tanıma ve tanıtmaya çalışmalarının temelini iletişim oluşturmaktadır. “İnsanlar iletişim arası bir düşünce ve duygu alışverişidir. ”⁽¹⁸⁾ İletişim, yönetim ile kamuoyunun birbirleri hakkındaki düşüncelerinin anlaşılması amacıyla iki yönlü ve sürekli olarak işletmektedir. Hedef kitlenin özellikleri ile beraber verilmek istenen mesajlar, tespit edildikten sonra sıra onun kamuoyuna en etkili biçimde ulaştırması işlemine gelmektedir ki burada karşımıza kitle iletişim araçları çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları; haberleriyle, yorumlarıyla toplumu yönlendirme gücüne sahiptir. ⁽¹⁹⁾

Koşullara ve belirlenen amaçlara göre halkla ilişkiler uzmanı yazılı ve sözlü her türlü haberleşme aracını kullanabilir. Bunlar basılı araçlar olabileceği gibi göze ve kulağa hitap eden yayım araçları da olabilir. Önemli olan bu araçlardan hangisi kullanılırsa kullanılsın hizmet verilen kitlelere karşı doğruluk ve dürüstlük prensibinin esas alınmasıdır. ⁽²⁰⁾

Halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan araçları şu şekilde sınıflandırabiliriz.

⁽¹⁷⁾ Ahmet Bülent GÖKSEL, Halkla İlişkiler, İzmir 1990, s. 53

⁽¹⁸⁾ Kadir ÖZER, İletişimsizlik Becerisi, Varlık Yayınları, İstanbul 1998, s. 7

⁽¹⁹⁾ Füsün KOCABAŞ, Müge ELDEN ve Nilan YURDAKUL, Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, İletişim Yayınları, İstanbul 1999, s. 49-50

⁽²⁰⁾ İsmail DOĞAN, Sosyoloji, İmaj Yayıncılık, Ankara 1993, s. 21

A. 3. 1. Yazılı ve Basılı Araçlar

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde yazılı ve basılı araçlar, kullanımı ve yaygın olanlardır. Bu araçların kullanımı hemen hemen her türlü halka ilişkiler faaliyetlerinde yer alabilmekte beraber, hangi araç ve araçların kullanılacağı faaliyetin türüne göre farklılık gösterebilmektedir.

Yazılı ve baskı tekniği ile oluşturulan her tür materyali bu gruba dahil etmek mümkündür. Yazılı ve basılı araçları; gazeteler, dergiler, broşürler, el kitapları, pullar, kartvizitler, el ilanları vb. şeklinde sıralamak mümkündür. Bu araçlar, amaçlar doğrultusunda kurum içi ve dışı hedef kitlelere sade ve açık bir anlatımla sunulmalıdır.

Bu gruptaki araçların ayrı ayrı her biri çok önemli olmakla beraber, gazete en çok kullanılanı ve etkinliği en fazla olanıdır. ⁽²¹⁾

A. 3. 1. 1. Gazeteler

Doğuşu XVII. yüzyılda Fransa, İngiltere ve Hollanda'da aynı döneme rastlayan gazeteler halkla ilişkilerin kullandığı araçların başında yer alır. ⁽²²⁾

A. 3. 1. 2. Dergiler

Dergiler; haftalık, on beş günlük ve aylık olarak çıkmaktadır. Belirli gruplara yönelik ayrı dergiler olduğu için, dergiler vasıtasıyla ilgili hedef kitlelere daha etkili ve kapsamlı biçimde ulaşmak mümkündür. ⁽²³⁾

⁽²¹⁾ Güngör ONAL, Halkla İlişkiler, İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, İşletme Fakültesi Yayınları Bursa 1982, s. 55

⁽²²⁾ Yücel ERTEKİN, Halkla İlişkiler, TODAİE Yayınları, Ankara 1986, s. 56

⁽²³⁾ Ahmet ÖZER, "Halkla İlişkiler", İdarecinin Sesi Dergisi, C.5, s. 2, Mart 1991, s. 30

Dergilerde okuyucu kitlesi, gazetelere göre çok daha özeldir. Farklı mesleklere, sektörlere, kadınlara, erkeklere, gençlere, çocuklara veya daha birçok özel gruplara yönelik dergiler bulunmaktadır. Bu özelliği sebebiyle dergiler, özel kitlelere ulaşmada halkla ilişkiler sorumlularına büyük kolaylık sağlar. Duyarlı kitleye ulaşmak için, kurumun yapması gereken o kitleye yönelik olarak çıkan yayını bulmak ve haberin o dergide yayınlanmasını sağlamaktır. Dergiler duyarlı kitle üzerinde gazetelerden daha etkili olabilir. Ancak derginin dezavantajı da belirli periyotlar ile çıkması ve gazete gibi kurumun kontrolü dışında olmasıdır. Dergiler çoğunlukla kurum dışına yöneliktir.⁽²⁴⁾

A. 3. 1. 3. Broşürler

Örgütün ilişkide olduğu kitlelerle olan iletişimde ve onların bilgilendirilmesinde kullanılan yazılı halka ilişkiler araçlarının bir diğeri broşürdür. Kurum tarafından hazırlanması ve bastırılması bakımından içerik ve kapsamı tamamen denetim altındadır.⁽²⁵⁾

Broşürlerde daha çok firmayı tanıtan özlü bilgileri içerir. İşletmenin üretim ve sosyal tesislerinde renkli görüntüler verir. Kuruluşundan bugüne kadar gelişmeler grafik ve tablo üzerinde gösterilir. Çalışan personel sayısı, üretim kapasitesi, ihracat miktarı, sermaye ve ülke ekonomisine katkısı belirtilir. Broşürler kuruluşa yeni gelen ve gezen kişilere, ayrıca firmayı tanımak isteyenlere verilir.⁽²⁶⁾

Broşürler iki şekilde hazırlanabilir: Birincisi genel nitelikte olan ve kuruluşla ilgili bütün halkı ilgilendiren broşürlerdir. İkincisi ise, yalnız bir kısım

⁽²⁴⁾ Gönül BUDAK ve Gülay BUDAK, Halkla İlişkiler Davranışsal Bir Yaklaşım, Beta Basım Yayın Dağıtım AŞ, İstanbul, 1998, s. 145

⁽²⁵⁾ M. Alaeddin ASNA, Halkla İlişkiler, TODAİE Yayınları, Ankara, 1969, s. 100

⁽²⁶⁾ Zeyyat SABUNCUOĞLU, İşletmelerde Halkla İlişkiler, Bursa 1996, s. 101-102

halkı veya özel bazı kişileri, grupları ilgilendiren onlar için özel suretle hazırlanmış broşürlerdir. Genel nitelikte olan broşürlerin amacı, kuruluş hakkında bilgi vermek, amaçları, araçları, faaliyetleri ve güdüler politikayı açıklamak veya bir konu üzerine dikkati çekmek, kuruluş hakkında iyi bir izlenim yaratmaktadır. Özel nitelikte hazırlanan broşürler, çeşitli gruplara yönelir. Örneğin yalnız öğretim üyelerinin veya yalnız öğrencilerin belli bir konu üzerine dikkatini çekmek üzere hazırlanabilir.⁽²⁷⁾

A. 3. 1. 4. Kitaplar

Halkla ilişkiler çalışmalarında etkin bir şekilde kullanılabilen kitaplar, basılı araçlar içinde büyük önem taşır. Örgütlerin halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılabilen bu araç, örgüte ilişkin doğru ve güvenilir bilgiler vermelidir. Kuruluşun tarihçesini, kurucularının hayatlarını anlatmaya veya kuruluşun sunduğu mal ve hizmetlerin tanıtımına yönelik olarak hazırlanabilirler. Bunlardaki bilgilerin anlaşılır olması, düzgün bir anlatımla yazılması gerekli hallerde görsel unsurlarla desteklenmesi gerekir.⁽²⁸⁾

A. 3. 1. 5. Bültenler

Bültenler konuyla ilgili olan kişilerin dikkatlerine sunulan çalışmalardır. Hacim bakımından az sayfalı olup, konuyla ilgili değişik bilgilere yer verebilir. Örneğin; Milli Prodüktivite Merkezinin yayınladığı aylık bültenler hem kurumu tanıtmakta hem de ilgilere dünya ve Türkiye ekonomisinden rakamlarla bilgiler vermektedir. Aynı tür bülteni Ticaret ve Sanayi Odaları birliği de yayınlamaktadır.⁽²⁹⁾

⁽²⁷⁾ Nuri TORTOP, a. g. e, s. 84

⁽²⁸⁾ Demet GÜRÜZ, Halkla İlişkiler Teknikleri, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir 1993, s. 97-98

⁽²⁹⁾ M. Alaeddin ASNA, Halkla İlişkiler, İstanbul 1979, s. 116

A. 3. 1. 6. Yıllıklar

Kurumların bir yıl içinde yapmış oldukları çalışmaları özetleyen bir yayın türüdür. Çoğunlukla resim ve grafiklerle renkli olarak basılan ve yayınlar birer prestij yapımıdır. ⁽³⁰⁾

Kurumla ilgili iç ve dış kişi ve kurumlara yıllık gönderilecek içerisindeki bilgilerin bu kitlelere ulaşması sağlanır. Kurum içerisindeki gelişmeler de yıllıklar aracılığıyla ilgililere anlatılır. Yıllıklar kurumun kontrolü altındadır. Kurum içine ya da kurum dışına yönelik olabilir. Maliyet, kaliteye göre değişir.

A. 3. 1. 7. Mektuplar

Mektuplar pek çok aracın sunmadığı kadar seçicidir. Mektupların en önemli avantajı kişisel ilişkilerde karşı tarafa anlatılmak istenen konu fazla uzun değilse ve kısa süre içerisinde ulaştırılması gerekiyorsa, haberleşme aracı olarak mektuptan yararlanılabilir. Ayrıca mektup sayesinde sıcak ve samimi ilişkiler kurulabilir. Üst kademe yöneticileri tarafından imzalanması muhabata verilen önemi gösterdiğinden, bu hususa dikkat edilmelidir. ⁽³¹⁾

A. 3. 1. 8. El İlanları

El ilanları, bir kurumu tanıtan ve yeni bir uygulamayı duyuran haberlerin yer aldığı uçaktan ya da otomobillerden atılan veya elden dağıtılan, genellikle tek sayfadan oluşan yazılı araçlardır. ⁽³²⁾

⁽³⁰⁾ Güngör ONAL, a.g.e., 60

⁽³¹⁾ M. Alaeddin ASNA, a. g. e, 1979, s. 119

⁽³²⁾ Semra ŞEN ve Meral ÇERÇİ, Halkla İlişkiler, Ankara 1974, s. 38

A. 3. 1. 9. Pankartlar

Pankartlar ise daha çok vitrin, ilan tahtası vb. yerlere konulan ufak boyutlu duyuru kartlarıdır. Pankartlarda büyük puntolu harflerde yazılmış mesajlar kullanılır.⁽³³⁾

Pankartlar kurumun kontrolü altındadır. Hem iç hem de dış hedef kitleye yöneliktir. Maliyeti açısından uygundur, ancak, duyarlı kitlenin tamamına ulaşmama riski söz konusudur.

A. 3. 1. 10. Afişler

Afişler geniş kitlelerle özlü bir takım mesajları iletilmek istenildiğinde kullanılır. Afişlerde resim ön plandadır. Kullanılan kelimeler resimle uyumlu, resmi tamamlayıcı ve onu güçlendirici olmalıdır. Bu yüzden, afişlerde geniş kitlelerin dikkatini çekecek sloganlar yer almalıdır. Son yıllarda, bilbordlar sayesinde afiş kullanma imkanı artmıştır. Şehir hayatının yoğunlaştığı ortamlarda büyük afiş panoları (bilbordlar) sıkça göze çarpmaktadır. Örneğin, halkı bilinçlendirmek ve trafik kazalarına karşı uyarmak için, televizyon ve gazetelerle birlikte bilbordlarda da “içinizdeki trafik canavarını durdurun” şeklinde dikkat çekici bir cümle ve aynı ilginçlikte bir çizim ile halkın trafik kurallarına uyması temin edilmeye çalışılmaktadır.⁽³⁴⁾

A. 3. 1. 11. Davetiyeler

Davetiyeler, kuruluşla ilgili yeni bir faaliyetin duyurulması için kullanılır. Yeni bir yatırımla ilgili temel atma, açılış, yeni bir ürün veya hizmetin

⁽³³⁾ M. Alaeddin ASNA, a.g.e., 1969, s. 105

⁽³⁴⁾ Metin KAZANCI, Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler, Turhan Kitabevi Ankara, 1995, s. 259

tanıtılması için yapılacak faaliyeti duyarlı kitleye duyurma amacıyla kullanılır.⁽³⁵⁾

A. 3. 2. Görsel ve İşitsel Araçlar

Bu tür araçlar göze ve kulağa hitap edebilme özelliğinden dolayı kitle iletişim faaliyetlerinde sıkça kullanılmaktadır. Gelişen teknoloji ile hızlı ve etkili olmanın yollarını arayan insanlar değişen yaşam tarzlarına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Büyük kentlerde çalışan aile fertlerinin günlük yaşam tarzı içten eve, evden işe yoğun bir şekilde devam etmektedir. Dolayısıyla insanların ekonomi, zaman ve sosyal aktivite yönünden zahmet getirmeye bir şekilde günlük gelişmeleri takip etmek istedikleri gözlenmektedir. Bu durumda insanlar; görsel ve işitsel yayın organları olan radyo, televizyon ve film gibi araçları daha çok tercih etmektedirler. ⁽³⁶⁾

Bu araçların yazılı basına oranla belirli bazı üstünlükleri bulunmaktadır. Örneğin radyoyu dinlemek için okur yazar olmaya gerek yoktur. Dolayısıyla herkese yönelebilen bu araçlar özellikle az gelişmiş ülkelerde önemli birer araç durumundadırlar. Ve bu araçların halkla ilişkiler uygulamasındaki etkisi yoğun olmasa bile basına oranla daha yaygındır. ⁽³⁷⁾

A. 3. 2. 1. Televizyon

Televizyon çağdaş toplumların en yaygın ve en etkin kültür üretme aracıdır. Televizyon programcılığı, durumsal ve psikolojik benzerlikleri birbirine uydurarak izleyicileri bir araya getirmemektedir. Bir televizyon programı geniş bir heterojen izleyici kesimine yetecek kadar çok bileşim içerir.

⁽³⁵⁾ Gönül BUDAK ve Gülay BUDAK, a.g.e., s. 146

⁽³⁶⁾ Birkan UYSAL SEZER, a.g.m., 1986, s. 1

⁽³⁷⁾ M. Alaeddin ASNA, Halkla İlişkiler, İstanbul 1979, s. 116

Televizyon medyalar içinde en ağırlıklı yeri işgal etmekte ve iletişim teknolojilerinin demokratikleşme sürecini de hızlandırmaktadır. ⁽³⁸⁾

Televizyon yayınları Türkiye’de büyük küçük herkes için bir deneyim, toplumsallaşmada yeni bir boyuttur. Genç bir nüfusa sahip Türkiye’de yakın bir geçmişi olan televizyonun yeni yetişen kuşaklar üzerinde yeni toplumsal değerlerin benimsenmesi, yeni toplumsal değerlerin oluşturulması yönünden etkisi olacağı kuşkusuzdur. ⁽³⁹⁾

Gazetelerin toplam tirajı, kitabın giderek azalan satışı, film gösteren salonların azlığı, ekonomik nedenler de sözel kültürden görsel-ışitsel televizyon kültürüne geçişi kolaylaştıran, pekiştiren bir işleve sahiptirler. Böylece televizyon, geleneksel iletişim ortamları yanında, radyo ile birlikte, daha çekici olmasına bağlı olarak ondan da önde gelen bir bilgilendirme ve eğlenme aracı olmaktadır. ⁽⁴⁰⁾

A. 3. 2. 2. Radyo

Radyo halkla ilişkiler uygulamalarında çok sık kullanılan etkili araçlardan biridir. Radyonun hemen hemen bütün programlarında bu konuda yararlanmak mümkündür. Haber bültenleri, belgesel programlar, açık oturumlar, röportajlar, hatta kısa anonslar birer halkla ilişkiler programı olabilir.

⁽³⁸⁾ Ebru ÖZGEN, "Halkla İlişkilerde Televizyon ve Televizyon Reklamları", Marmara İletişim Dergisi, Nisan 1994, Sayı 6, s. 48-49

⁽³⁹⁾ Oya TOKGÖZ, Televizyon Reklamlarının Anne-Çocuk İlişkisine Etkileri, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Sayı 501, Ankara, 1982, s. 17

⁽⁴⁰⁾ Merih Z. ZILLIOĞLU, Sinematografik Bilim-Kurgu Yayınlarının Çocukların Dünya Görüşünün Oluşumu Üzerindeki Etkileri, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Sayı 68, Eskişehir, 1986, s. 44-45

Radyoda yapılacak açık oturumlar da kuruluşu tanıtmaya ve kurum görüşlerini açıklama açısından önemli bir fırsattır. Kuruluşun ne yaptığından, ne yapması gerektiğine kadar birçok sorun, bu programlarda yer alabilir ve dinleyicilerle tartışılabilir. Ayrıca bu tartışmalardan çoğu kez kuruluş yararına olumlu sonuçlar ve yankılar da elde edilmektedir. ⁽⁴¹⁾

A. 3. 2. 3. Film

Halkla ilişkiler tanımından ve konu ile ilgili olarak yapılan açıklamalardan anlaşılacağı üzere tanıma ve tanıtmaya çalışmalarının temelini iletişim oluşturmaktadır. "Bilgi üretme, aktarma ve canlandırma süreci, iki sistem arasındaki bilgi alışverişidir. ⁽⁴²⁾

A. 3. 3. Sosyal - Kültürel Faaliyetler ve Diğer Araçları

Kitle iletişim araçlarının yanı sıra kurumların yapısına, işleyişine ve özelliklerine göre faydalandığı sırt takım araçlar da olabilir. Bunlar, sergiler, fuarlar, festivaller, seminerler, spor müsabakaları, toplantılar, önemli günler için posta pulları, özel posta damgaları, telefon görüşmeleri, posta kartları, rozetler, panolar, çeşitli törenler, kişisel mektuplar, geziler, özel yarışmalar ve müzik programları olarak sıralanabilir. ⁽⁴³⁾

Kamuoyunun, kitle iletişim araçları kanalıyla bilgilendirmesi, halkla ilişkilerin çalışma alanına girmektedir. Çeşitli kurum ve kuruluş yöneticilerinin kamuoyunu bilgilendirme, istedikleri mesajları doğru, net ve anlaşılır bir dille kamuoyuna iletme noktasında karşılaştıkları sorunları ortadan kaldırmak için

⁽⁴¹⁾ Metin KAZANCI, a.g.e., s. 260-261

⁽⁴²⁾ Üstün DÖKMEN, Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çalışmaları ve Empati, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1998, s. 19

⁽⁴³⁾ Birkan UYSAL SEZER, "Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları", Orta Kademe Yöneticileri Semineri, TODAİE Yayınları Ankara, 1986, s. 1

başvurdukları halkla ilişkiler, iletişim olgusu üzerine kurulu bir işletme sistemidir.

B. Üniversitelerde Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, Amerika'da ortaya çıkıp oradan tüm dünyaya yayılan bir faaliyettir. Halkla ilişkilerin önemi arttıkça kullanımı daha da yaygınlaşmıştır. Bir hizmet işletmesi olan üniversiteler de halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemini anlamışlar ve bünyelerinde konuyla ilgili departmanlar kurmaya başlamışlardır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin üniversitelerde kullanımı ilk kez Amerika'da görülmektedir. ⁽⁴⁴⁾

Yirminci yüzyılda Amerikan Üniversiteleri, Halkla İlişkiler Derneğinin çabaları sonucu oluşturan Eğitimi Destekleme ve Geliştirme Derneği Amerika Birleşik Devletlerindeki üniversitelerin halkla ilişkilerinin hangi şartlar çerçevesinde geliştireceğini bazı somut kanıtlara dayandırmıştır.

Bu kanıtlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Amerika Birleşik Devletlerindeki üniversitelerin önemini halka ve özel sektöre duyurmak,
2. Üniversitelerden mezun olup hayata atılan güçlerin mezun oldukları kuruma karşı ilgi ve isteklerini devamlı kılmak,
3. Üniversitelerin mevcut hükümetle daima ilişkilerini geliştirmek, mevcut olan ilişkileri kuvvetlendirmek,

⁽⁴⁴⁾ Scott CUTLIP & Allen CENTER, Effective Public Relations, Prentice Hall, New Jersey, 1982, s. 630

4. Üniversitede çalışan tüm personeline üniversite faaliyetleri hakkında devamlı bilgi aktarmak, ⁽⁴⁵⁾

5. Üniversite adına gerek çalışanlara, gerekse öğrencilere iyi bir danışma hizmeti verilmesini temin etmek,

6. Üniversitede sürdürülen eğitimin nitelik ve nicelik açısından daha mükemmel olabilmesini sağlamak amacı ile özel finanssal desteği artırma çalışmalarına hız vermek.

Derneğin hazırlamış olduğu bu esaslar çerçevesinde 1874 yılından itibaren halkla ilişkiler faaliyetlerine büyük bir hızla başlayan Amerika Birleşik Devletlerindeki üniversite sırası ile üniversitenin yıllık faaliyet raporlarını, üniversite yayınlarını tanıtan kitapçıkları, mezunlara yönelik hazırlanmış dergi ve çeşitli amaçlarla mezunlara gönderilen matbu mektuplarla çok geniş kapsamlı bir çalışmaya girmişler ve hazırlama bu dokümanları gerek ülke içi, gerekse ülke dışı konu ile ilgilenen kurumlara göndererek üniversitelerin tanıtım çalışmaları yapılmıştır.

Bütün bunlardan ayrı olarak üniversiteler bünyelerinde çalışan idari ve akademik personel için hazırladıkları radyo ve TV programları, çeşitli amaçlarla kutlamaları ile de bu kesimin üzerinde yoğun bir şekilde faaliyetlerini sürdürmüşlerdir.

Bu faaliyetlerin yanı sıra Amerika Birleşik Devletlerindeki üniversiteler çeşitli amaçlarla tanıtım filmleri hazırlanmaktadır. Bu filmler üniversite

⁽⁴⁵⁾ James B. ORRICK, Halkla İlişkiler, Çev. Oğuz ONARAN, 1, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, 1967, s. 630

tarafından kendi olanakları ile hazırlandığı gibi, özel şirketler tarafından sipariş, üzerine de hazırlanmaktadır. ⁽⁴⁶⁾

B. 1. Üniversitede Halkla İlişkiler Çalışmalarının Tarihi Gelişimi

İnsanın bulunduğu her yerde ve ortamda ilişki vardır. Toplumu da insan unsuru oluşturduğuna göre, bunun doğal bir sonucu olarak da toplum olan her yerde değişik şekillerde ilişkiler vardır. Bahse konu bu ilişkiler toplumun bir nevi vitrini olması ve toplumun gerçek yapısını ortaya koyması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan bu ilişkiler içerisinde en önemlisini hizmet götürülen halk ile hizmeti verenler arasındaki ilişki oluşturmaktadır. ⁽⁴⁷⁾

Ayrıca demokrasi rejiminin yaygınlaşması neticesinde, tüm dünyadaki kamu kuruluşları ve özel kuruluşların halkla ilişkilere yönelmesinde "Halkın sesi, Hakkın sesi" felsefesi etkili olmuştur. ⁽⁴⁸⁾

Çağdaş anlamda ilk halkla ilişkiler departmanı ise 1889 yılında George Westinghouse tarafından, sahibi olduğu elektrik şirketi içinde meydana gelen bir kriz esnasında kurulmuştur. ⁽⁴⁹⁾

A. B. D. 'deki üniversiteler içerisinde ilk kez halkla ilişkiler bürosunu kuran Michigan State Üniversitesi düzenli olarak halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmaktadır. Üniversitenin yıllık faaliyet raporları, üniversite yayınlarını

⁽⁴⁶⁾ James B. ORRICK, aynı yer

⁽⁴⁷⁾ İsa KAYAALP, a. g. e., s. 1

⁽⁴⁸⁾ M.Naci BOSTANCI, Toplum, Kültür ve Siyaset, Vadi Yayınları, Ankara 1995, s. 68

⁽⁴⁹⁾ Betül MARDİN, Halkla İlişkilerin ABD'de Gelişimi ve Avrupa'ya Girişi, I. Polis Halk İşbirliği Sempozyumu, Sayı 1, Emniyet Genel Müdürlüğü Basımevi, Ankara 1987, s. 24

tanıtıcı broşür ve kitapçıklar, lisans ve lisansüstü programlarını tanıtan kataloglar, mezunlara yönelik hazırlanan dergi ve diğer yayınlar, çeşitli amaçlarla mezunlara gönderilen mektup, katalog ve benzeri yayınlar ve bunlardan başka personel için hazırlanan çeşitli yayınlar, değişik amaçlarla hazırlanan posterler, afişler, takvimler, eşantıyon ve broşürler, törenler ve özel günlerdeki kutlamalar, üniversitelerin ziyaretçilere tanıtılma ve gezdirilmesi gibi faaliyetler ve çeşitli amaçlarla hazırlanan tanıtım filmleri ile halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmektedir.⁽⁵⁰⁾

Türk Tarihini incelediğimizde; Türk devletlerince halkla olan ilişkilere verilen büyük önem Cumhuriyet döneminde de devam etmiştir. Ulu Önder Atatürk halkın içine girerek onların tarım, hayvancılık, eğitim, sosyal yaşam gibi konularda sorunlarını dinlemiştir. Bir Devlet Başkanı olarak yapılan bu davranış, halkla inilerek yönetim ile halkın bütünleşmesi açısından son derece önemli olup, bilimsel manadaki halkla ilişkiler faaliyetleri ilerleyen yıllarda karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde halkla ilişkilerin reklam, propaganda gibi kavramlarla uzun süre karıştırılmış olması, halkla ilişkilerin yavaş gelişmesinin en önemli nedenidir.⁽⁵¹⁾

Türkiye’de bilimsel anlamda halkla ilişkiler konusu 1960 ihtilalinden sonra gündeme gelmiştir. 1962 yılında hazırlanan, kısa adı MEHTAP Projesi diye isimlendirilen ve büyük bir değer taşıyan "Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi" nde halkla ilişkiler konusuna yer verilmiştir.

MEHTAP Programında, “devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın ilişki sağlamak zorunludur” denilmektedir. Söz konusu projede gelişmiş ülkelerdeki idarelerin bu ilişkiler bakımından çeşitli mekanizmalar ortaya koyduğu, bunların basında

⁽⁵⁰⁾ Kobre, Sidney, Successful Public Relations for Colleges and Universities, Hasting House, New York, 1974, S. 231

⁽⁵¹⁾ Salim KADIBEŞGİL, Halkla İlişkilerde Temel İlkeler, İzmir, 1986, s. 79

fertleri ve ilgili kuruluşları karardan önce dinlemek, onların istek ve görüşlerini almak ve değerlendirmek için bulunan usuller olduğu belirtilmektedir. ⁽⁵²⁾

B. 2. Üniversitelerde Halkla İlişkilerin Amaçları

Üniversitelerde halkla ilişkiler, ilk kez 1897 yılında Michigan Üniversitesi'nde halkla ilişkiler bürosu kurularak gerçekleştirilmiştir. Bu olay daha sonra, öğrenci sayılarının artması ve gelir kaynaklarının artırılması çabaları nedeniyle Harvard, Columbia, Chicago gibi Üniversiteler izlemiştir.

Üniversite ve bağlı kuruluşların genellikle yasa ile çerçevelenmiş görevlerini belli başlı üç ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar; öğretim, araştırma ve yayındır. Bunlardan yayım hizmeti, yalnızca üniversitelerin yapmış oldukları araştırma sonuçlarını yayınlamak değil, aksine bunları içinde yaşadıkları toplumun yararına kullanmaya imkan sağlayan çok etkili bir faaliyet şeklidir. Halktan kopan ona hizmet götürmeyen sadece bilgi üreten üniversite anlayışı çağdaş dünyada değerini çoktan yitirmiştir.

Günümüzde çağdaş üniversiteleri, sadece eğitim-öğretim yapan, bilgi üreten, ürettiği bilgileri nakleden, araştırmalarda bulunan kurumlar olmaktan çıkmış, faaliyet alanlarını kendi mensuplarının değer yapılarına göre tespit etmekten çıkmış, faaliyet alanlarını kendi mensuplarının değer yapılarına göre tespit etmekten ziyade, faaliyetlerinin türlerini ve alanlarını toplumun ihtiyaç ve beklentileri ile kendilerine tahsis edilen kaynaklara göre tespit eden kurumlar haline gelmişlerdir. Dolayısıyla çağdaş üniversite, toplumun her kesimi ile bütünleşmiş, faaliyetleri itibarıyla topluma karşı olan sorumluluğu ne ölçüde yerine getirdiği denetlenen ve faaliyetleri toplum tarafından yönlendirilen, sahip olduğu her türlü fiziki imkan, tesis, teçhizat, bilgi birikimi ve insan gücünü müteşebbis bir zihniyetle değerlendirerek ek mali kaynak

⁽⁵²⁾ Nuri TORTOP, a. g. e., s. 21

yaratan gelişmiş ve modern işletmecilik teknikleri ile yönetilen, fevkalade karmaşık yapıya sahip bir kurumdur.

Halkla ilişkiler, “örgüt ile ilgili çevreleri (hedef kitleleri) arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı, kabulü ve işbirliğini sağlayıp sürdürmeye yardımcı bir yönetim fonksiyonu” diye tanımlanmıştı. Bu tanımdan hareketle günümüzün çağdaş bir örgüt yapısına sahip olan üniversitelerin de halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duyacağı şüphesizdir. Çünkü her örgütü bir sistem olarak düşünürsek her sistemin bir çevresi olacaktır ve bu çevreden olumlu veya olumsuz yönde etkilenecek veya çevreyi etkileyecektir.

Bununla birlikte üniversiteler, içinde yaşadıkları çevrenin isteklerini karşılamak zorunluluğunda oldukları kadar, kendilerini de topluma anlatma durumundadırlar. Bu nedenle yapıları gereği çevreleri ile ilişkilerini iyi yönde geliştirmek ve kamu desteği sağlanarak amacıyla halkla ilişkilere ihtiyaç duymaktadırlar.

Üniversite ile çevrede bulunan kamu kuruluşları ve vatandaş, bu karşılıklı ilişkiler zincirinin birer halkasını oluşturmaktadırlar. Bu halkaların birinde ortaya çıkacak kopukluk, sistemin etkin şekilde çalışmasını engelleyebilecek nitelikte olduğundan birleştirici, uygulayıcı olma yönünden üniversitelerin görevleri bu alanda büyük ölçüde önemlidir.

Üniversiteler birer hizmet kurumu olarak yaptıkları hizmetleri, sorunlarını ve amaçlarını halka duyurmak ve halkın arzu, istek ve beklentilerini dikkate olarak daha iyi hizmet vermek zorundadır. Günümüzde her kişi ya da kurum, halkla ilişkiler çabası göstermeye mecburdur. Toplum halinde yaşıyor ise, kişi ya da kurumun diğer insanları ve kurumları görmezlikten gelmesi, onların düşüncelerine önem vermemesi düşünülemez. Toplumun gelişmesinde önemli roller oynayan üniversiteler de toplumla bütünleşmek için halkla ilişkiler faaliyetlerine başvururlar.

Üniversitelerin görev ve işlevlerinin, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununda yapılan tanımdan da açıkça anlaşılacağı gibi, yükseköğretim kurumları, sadece ülkenin ihtiyacı olan alanlarda insan gücü yetiştirmekle kalmayıp, yaptıkları araştırmalarla da ülkenin ekonomik, sayısal ve kültürel gelişmesine önemli katkılar getirmektedirler. Üniversiteler bulundukları bölge halkının sosyal ve kültürel yönden gelişimlerine katkıda bulunabilmek amacıyla, farklı alanlarda çok sayıda hizmeti verme çabası içerisine de girmişlerdir. 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 üreterek gerçekleştiren bir kamu kuruluşu için toplum doğal olarak olumlu düşünecek, ona güven, sevgi besleyecek ve destek sağlayacaktır. ⁽⁵³⁾

B. 3. Üniversitelerde Halkla İlişkilerin Araçları

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, radyo ve televizyon, film, video gibi kitle iletişim araçları, sergiler, fuarlar, açılışlar, toplantılar, yarışmalar ve benzeri çabalar halka götürülen hizmetlerin tanıtılmasında etkin rol oynamaktadır. ⁽⁵⁴⁾

Ülkemizdeki üniversitelerimiz haberleşme konusunda iki çeşit araç kullanmaktadır.

⁽⁵³⁾ Selçuk YALÇINDAĞ, a. g. m., s. 143-144

⁽⁵⁴⁾ Birkan UYSAL SEZER, a.g.m., 1986, s. 83

- Kendi Yayın Organları: Dergiler, kitapçıklar, tanıtım broşürleri vb. den oluşmaktadır. Üniversiteler kendi etkinliklerini, eylem ve işlemlerini bu organlar vasıtası ile kamuya yansıtmaya çalışmaktadır.

- Yazılı Basın-Radyo-TV: Üniversitelerde kurulan halkla ilişkiler veya halkla ilişkiler büroları içinde yer alan birimler, üniversite etkinliklerinin basın aracılığı ile halka iletilmesin görev yapmaktadır. ⁽⁵⁵⁾



⁽⁵⁵⁾ Birkan UYSAL SEZER, a.g.m., 1986, s. 1



İKİNCİ BÖLÜM

GAZİ VE BAŞKENT ÜNİVERSİTELERİNDE İÇ VE DIŞ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

İKİNCİ BÖLÜM

GAZİ VE BAŞKENT ÜNİVERSİTELERİNDE İÇ VE DIŞ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

A. İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Örgütün çevreyle iyi ilişki kurabilmesi için önce kendisinin iyi olması gerekir.

Bu yönüyle “iç halkla ilişkiler” hem olumlu bir örgüt ikliminin belirtisi hem de dışa yönelik halkla ilişkiler uygulamasının göstergesidir.

Bir deyiş, “İyi halkla ilişkiler kurumun içinde başlar” der. Kendi içinde iyi ilişkileri olan kurumun dışarıyla da iyi ilişkiler içinde olacağı varsayılır. İçeride önemli sorunlarını çözememiş, kendi personeli ile dargın olan bir kuruluşun çevreyle uyumlu bir halkla ilişkiler programını yürütmesi olanaklı değildir. ⁽⁵⁶⁾

Üniversiteler halkla ilişkiler faaliyetlerini çeşitli isimler altında kurulan bürolar vasıtasıyla yürütmektedir. Bunlar, basın–yayın ve halkla ilişkiler müdürlüğü, halkla ilişkiler şube müdürlüğü , basın ve halkla ilişkiler bürosu , basın ve halkla ilişkiler müdürlüğü , basın müşavirliği olarak sayılabilir. Ancak, konuyla ilgili çeşitli bürolar kurulsa da halkla ilişkilerin, tüm örgütün ortak sorumluluğu dahilinde olan bir konu olduğu unutulmamalıdır.

⁽⁵⁶⁾ Metin KAZANCI, a. g. e., s. 257

Bir kuruluşun örgütlenme planları iletişim sisteminin ilkelerini ortaya koyar. Kimlerin kimlerle ilişki kuracağını , kimlerin kimlerle haberleşeceğini , kimin hangi tür bilgileri toplayacağı ve bu bilgilerin nerde toplanacağını bu planlar gösterir. Resmi yapı içinde oluşan basamaklar yani hiyerarşi , bir açıdan iletişimin hem yönünü hem de hızını belirler. Hiyerarşim yapı içinde iletişim, örgütte aşağıdan yukarıya, yukardan aşağıya olmak üzere iki yönlü olup, en alt düzeyde çalışanla en üst düzeyde çalışan bir genel müdür arasında bağlantı kurar. İçeride önemli sorunlarını çözememiş, kendi personeli ile dargın plan kuruluşun ya da üniversitenin çevreyle uyumlu bir halkla ilişkiler programı yürütmesi mümkün değildir.

İç halkla ilişkilerde kullanılan başlıca araç ve yöntemler şöyle sıralanabilir: Örgüt çalışanlarına yönelik dergiler, iş yerlerinde kara tahta, haberleşme kutusu, eve gönderilen bültenler, yönetimden haberler broşürü, hoparlörle açıklamalar, kuruluş toplantıları, kuruluşun düzenlediği personel gezileri, bölüm buluşmaları, çalışanların iş sonrası buluşmaları, dışa yönelik halkla ilişkiler çalışmalarına personelin katılımı ve bilgilendirilmesi, firmanın yönetimine katılma, ödüllendirmeler, işletmede çalışan herkesin görüşünün alınması yani danışma, şikayet kutuları, iç işleriyle ya da çevreyle ilişkilerde ilgili öneriler, kültürel, sportif faaliyetlerin geliştirilmesi, üst düzey yöneticileri tarafından günlük kısa bilgiler verilmesi, yaş günü yada doğum günü kutlamaları gibi yöntemler bu konuda akla gelenlerdir.

İç halkla ilişkiler uygulamasında böylesine bol olan araç ve yöntemler üniversiteler ele alındığında farklılık ve benzerlik göstermektedir. Genel olarak üniversitelerde kullanılan iç halkla ilişkiler çalışmalarının en başında çeşitli yayınlar yer almaktadır. Dergiler, katalogları broşürler, bültenler, kitapçıklar, çeşitli bilimsel yayınlar, fotoğraf, slayt, film, afişler, davetiyeler, üniversite gazetesi ve dergisi yer almaktadır. Yine üniversite bünyesinde yapılan bilimsel toplantılar konferanslar, seminerler, sempozyumlar, paneller, açikoturumlar, kültür, sanat, bilim, spor ve benzeri programlar mevcuttur, tüm

bu aktiviteler öğrencilere, personele, öğretim üyelerine göre gruplara ayrılarak tek tek araştırılarak yazılacaktır.

A. 1. Gazi Üniversitesinde İç Halkla İlişkiler Çalışmaları (Gazi Üniversitelerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Organizasyonu

2809 Sayılı Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Hakkında 41 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanunla 1982 yılında Gazi Üniversitesi kurulmuştur. Gazi Üniversitesi daha önce Milli Eğitim Bakanlığına bağlı olan bazı yüksekokullar ile Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisine bağlı birimlerin yeniden düzenlenmesi ile bugün 24 Fakülte, 20 Yüksekokul ve 5 Enstitü ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Bunlara yine birer akademik kurum ilave edilecek olursa, faaliyet alanının genişliği daha iyi anlaşılacaktır.

Gazi Üniversitesi etkinlik alanı, fiziki kapasitesi, personel ve öğrenci sayısı itibariyle Türkiye'nin en büyük devlet üniversiteleri arasında yer almaktadır. Ayrıca Üniversitenin Ankara dışında da öğretim kurumları bulunmaktadır. Çorum, Kastamonu; Kırşehir gibi illerde yüksekokul ve fakülte düzeyinde Gazi Üniversitesinin bölümleri yer almaktadır.

Gazi Üniversitesinde, Üniversite Senatosunun 22 Eylül 1987 tarih ve 3 sayılı toplantısında 1987 / 33 numaralı kararla kabul edilen Yönerge çerçevesinde Basın ve Halkla İlişkiler Bürosu kurulmuştur.

Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Bürosu doğrudan Rektörlüğe bağlı olarak çalışmaktadır. Büro yöneticisi ve çalışanları Rektör tarafından, Üniversitede çalışan akademik ve idari personel arasından atanmaktadır. Büro başkanlığını Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü mezunu ve yardımcılığını da yine halkla ilişkiler mezunu iki görevli ile yürütülmektedir. Gazi Üniversitesinde yapılan araştırmalar sonucunda yeterli

miktarda kurum içi halkla ilişkiler çalışmalarına yönelik dokümanlar bulunduğu görülmüştür.

Kurum içinde her türlü duyuru Basın Halkla İlişkiler Müşavirliği tarafından yapılmaktadır. Üniversitenin doğrudan tanıtım faaliyetlerinin başında yayınlar gelmektedir. Basında çıkan Üniversite ile ilgili haberler, basın ve halkla ilişkiler Müşavirliği tarafından izlenilmekte ve desteklenmektedir.

Halkla ilişkiler çalışmaları kurum içi ve kurum dışı olarak iki gruba ayırdığımızda karşımıza aşağıdaki hedef kitleleri çıkmaktadır.

Kurum içi halkla ilişkiler çalışmaları hedef kitleleri ;

- Öğrenciler
- Öğretim üyeleri
- Personel

Kurum dışı halkla ilişkiler çalışmaları hedef kitleleri ;

- Basınla olan ilişkiler
 - Kamu kuruluşlarıyla olan ilişkiler
 - Bakanlıklarla olan ilişkiler
 - Öğrenci velileriyle olan ilişkiler
 - Yüksek Öğrenim Kurulu ile olan ilişkiler
 - Diğer üniversitelerle olan ilişkiler
- şeklinde inceleyebiliriz.

A. 1. 1. Öğrencilere Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Kurum içindeki her türlü öğrencilere yönelik aktiviteler, sosyal hizmetler (mediko-sosyal merkezi, kütüphane hizmetleri, spor olanakları, konserler, yarışmalar, bilimsel konulu panel, konferans, sergi, sempozyum vb.) halkla

ilişkiler müşavirliği ve sağlık kültür spor daire başkanlıklarınca ortaklaşa çok geniş bir alana yayılan iç halkla ilişkiler çalışmaları, fakültelerin kendi bünyelerinde de öğrencilere yönelik olarak organize olmuştur. Bazı etkinlikler basın ve halkla ilişkiler müşavirliği tarafından tertiplenirken yine bazı etkinlikler de fakültelerin kendi bünyesinde organize olmasıyla gerçekleştirilmektedir. Öğrencilere yönelik yapılan tüm etkinlikler gerektiğinde sağlık kültür spor daire başkanlığınca desteklenmekte ve yürütülmektedir. Öğrencilere yönelik organize edilen çalışmalar halkla ilişkiler ve basın müşavirliği tarafından üniversite içinde öğrencilere duyurular yapılmaktadır. Gazi Üniversitesinde öğrencilere yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler (EK-1)'de verilmiştir.

Gazi Üniversitesi'nde öğrencilere yönelik birçok kurum içi bilimsel, sosyal ve kültürel faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetleri genel olarak şu şekilde gruplaşarak açıklamak yararlı olacaktır.

A. 1. 1. 1. Gençlik Şöleni

Gazi Üniversitesi'nde her yıl Mayıs ayı içinde "Gençlik Şöleni" adı altında şenlikler düzenlenmektedir. Resim, fotoğraf, grafik sergileri, konserler, film gösterimi, tiyatro gösterileri, halk oyunları ve defilenin yer aldığı şölende; üniversite gençliği yoğun geçen eğitim-öğretim ılı yorgunluklarını üzerlerinden atarken; sosyal kültürel aktivelerini de sergilime olanağına kavuşurlar.

A. 1. 1. 2. Öğrenci Kulüp ve Toplulukları

Üniversitelerin fakülte ve yüksekokullarında, öğrencilerin ilgi alanlarına göre pek çok öğrenci kulüp ve toplulukları bulunmaktadır. Bu kulüp ve topluluklardan bazıları, mediko-sosyal tarafından desteklenmektedir. Bunlar Türk Sanat ve Türk Halk Müziği, Klasik Dans Toplulukları, Amerikan Futbol, Satranç, Dağcılık, Tiyatro, Havacılık kulüpleri.

A. 1. 1. 3. Halk Oyunları

Gazi Üniversitesi'nde 1982 yılından beri, her yıl fakülte ve yüksekokullar arası Halk oyunları Yarışması düzenlenmekte ve derece alan ekipler, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün düzenlediği üniversiteler arası Halk Oyunları Yarışmasına gönderilmektedir. 1996-97 eğitim-öğretim yılında yapılan yarışmada Gazi Üniversitesi Türkiye birincisi ve Dünya Halk Oyunları yarışmasında ise Dünya üçüncüsü olmuştur.

A. 1. 1. 4. Tiyatro Kulübü

Üniversitenin Tiyatro Kulübünde 12 yıl içerisinde 30 eser sahnelenmiştir. Çeşitli fakülte ve yüksekokullarından üyesi bulunan kulübün sahnelendiği eserler arasında; "Bir Ceza Avukatının Anıları, Fadik Kız ve Brighton Beach Anıları" bulunmaktadır.

A. 1. 1. 5. Satranç Kulübü

Gazi Üniversitesinin çeşitli fakültelerinde gruplar halinde etkinliklerini yürüten Satranç Kulübü, her yıl düzenlenen Üniversitelerarası Satranç Şampiyonalarına katılmakta ve birincilikleri bulunmaktadır.

A. 1. 1. 6. Türk Sanat ve Türk Halk Müziği Toplulukları

Üniversitenin Türk Sanat ve Türk Halk Müziği Toplulukları, belirli zamanlarda TRT bünyesindeki çeşitli radyo ve televizyon programlarına katılmakta ve her yıl 10 Kasım'da "ATATÜRK ORATORYOSU" nu sahnelemektedir.

A. 1. 1. 7. Amerikan Futbol Kulübü

1995-96 Öğretim yılında kurulan ve çalışmalarını sürdüren Amerikan Futbol Kulübü, Ankara'da bulunan üniversitelerle karşılaşmalar yapılmaktadır. Haftada iki gün antrenmanlarını düzenli sürdüren sporcular zaman zaman da gösteri niteliğinde karşılaşmalar düzenlemektedir.

Böylece hem kurum içi hem de kurum dışı halkla ilişkiler çalışmalarına örnek teşkil etmektedir. Bazı sosyal ve kültürel etkinlikler üniversite bünyesinde organize edilir. Organize edilmiş çalışmalar, sportif ve kültürel faaliyetler Gazi üniversitesinin adını üniversite dışına da taşımakta dış halkla ilişkiler çalışmaları olarak ta tanımlanmasını mümkün kılmaktadır.

A. 1. 1. 8. Dağcılık Kolu

Üniversitenin Dağcılık Kolu Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ve Dağcılık Federasyonu tarafından düzenlenen kış tırmanışlarına ve dağ sporlarına her yıl üniversitenin Dağcılık Kolu tarafından çeşitli tırmanışlar organize edilmektedir.

A. 1. 1. 9. Sanat Etkinlikleri

Çeşitli fakülte ve yüksek okulların hazırladıkları eserler, üniversite tarafından toplum beğenisine sunulmaktadır. Açılan sergiler ve yapılan defileler, ulusal ve uluslar arası kuruluşlardan gelen tekliflerle fuarlarda da yer almakta ve Üniversite için gurur kaynağı olmaktadır.

A. 1. 1. 10. Konferanslar ve Seminerler

Gazi Üniversitesi'nin fakülte ve yüksekokullarında düzenlenen panel ve açıkoturumların yanı sıra Rektörlük tarafından da aktiviteler

gerçekleştirilmektedir. Bilgi ve deneyimlerinden yararlanılmak üzere konusunda söz sahibi kişilerle 1995 yılından başlayarak seri konferanslar düzenlenmiştir.

Bunlardan bazıları;

- Dr. Şükrü ELEKDAĞ (Emekli Büyükelçi)
- Francois DOPFFER (Fransa Büyükelçisi)
- Gürer AYKAL (Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası Şefi)
- Hajrudin SOMUN (Bosna-Hersek Büyükelçisi)
- Prof. Dr. Talat HALMAN (New York Üniversitesi Orta Doğu Dilleri Bölüm Başkanı)
- Erdoğan ÖNER (Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürü)
- Susan URDFSKY (ABD Büyükelçiliği Kültür Ateşesi)
- Prof. Dr. Howard A. REED (Connecticut Uni. Öğr. Üyesi)

Halkla ilişkiler sürekli ve sabırlı çalışma isteyen iki yönlü ilişkidir. Sonuçları uzun vadede alınabilen halkla ilişkiler sürekli ve sabırlı çalışma isteyen bir faaliyettir. Temel amacı karşılıklı güven, destek, saygı ve sevgi sağlamak olan halkla ilişkilerden hemen neticeye ulaşmayı beklemek yanıltıcı olabilir. ⁽⁵⁷⁾

Halkla ilişkiler tek yönlü değildir. Halkla ilişkilerde hem yönetim ve hem de halk aktif durumda olabilir. Daha doğrusu karşılıklı etkileşim söz konusudur. ⁽⁵⁸⁾ Halkla ilişkiler yönetimden halkla, halktan da yönetime giden iki yönlü bir ilişkidir.

Bu yönü ile ele aldığımız Halkla ilişkiler çalışmaları "Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesinde" karşımıza çıkmaktadır. Ticaret ve Turizm Eğitim

⁽⁵⁷⁾ Ahmet Bülent GÖKSEL, a. g. e, s. 51

⁽⁵⁸⁾ Nuri TORTOP, a. g. e., s. 24

Fakültesi'nin, öğretmen yetiştiren bir kurum olması dolayısı ile sosyal ve kültürel faaliyetlere ayrıca önem verildiği görülmüştür. Kısa adı KARDEM olan Kariyer Danışmanlık ve Eğitim Merkezinin amacı sektörü öğrencilere ve öğrencileri de sektöre tanıtmaktadır. KARDEM, hizmet ve ticaret sektöründe uygulayıcı ve eğitici olarak sorumluluğa aday öğrencilerin mesleki açıdan daha iyi yetişebilmelerine, sektörü ve fırsatlarını tanıyıp değerlendirmelerine, teorik derslere ilave olarak kişisel açıdan kendilerini geliştirebilmelerine yardımcı olmaktadır. KARDEM'in amacına uygun olarak fakülte bünyesinde, kariyer danışmanlarının belirlediği konularda bir dizi konferans ve seminerler düzenlenmektedir. Sektör temsilcileri ve Milli Eğitim Bakanlığı yetkililerinin de konuşmacı olarak katılımları fakülte tarafından sağlanılmaktadır.

Gazi Üniversitesi'nde kurum içi halkla ilişkiler çalışmaları, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesinde olduğu gibi, birçok fakülte ve yüksekokullarda da öğrenciler tarafından organize edilmektedir. Bu fakültelerden bazıları ve yapılan halkla ilişkiler çalışmaları şunlardır :

- İletişim Fakültesinde "Gazinin Sesi Haber Gazetesi", Gazetecilik bölümü öğrencilerinin mesleğe hazırlanmasında katkıda bulunmak için uygulama yapmalarına olanak vermek amacıyla aylık bir yayın organı olarak çıkmaktadır. Gazetecilik bölümü öğretim üyelerinin rehberliğinde bölüm öğrencilerinin çalışmalarının ürünü olan bu yayın organı, araştırma-inceleme ve haber içeriklidir. Yine İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü öğrencileri tarafından aylık olarak çıkarılmakta olan fakülte içindeki gelişmeler ve etkinlikleri duyurmayı amaçlayan bir yayın organı bulunmaktadır. Haber verme ve duyurmaya yönelik bu yayın organı fakültenin öğrencilere yönelik kurum içi halkla ilişkiler etkinliği olarak değerlendirilebilir. "Gazinin Sesi" gazetesine ek olarak, öğrenci toplulukları tarafından çıkarılan Diyalog, Adım Adım gibi dergilerle, İletişim Bülteni isimli bir bülten de yayımlanmaktadır.

Fakültenin eğitimindeki temel amacı radyo, televizyon ve basına eleman yetiştirmek olduğundan, iletişim sektörüyle iş birliği yapması kaçınılmaz bir gereksinimdir. Bunun için başvurulacak en verimli yol staj uygulamasıdır. Bu amaçla her yıl yaz aylarında isteyen her öğrenciye istediği herhangi bir kurumda staj yapma olanağı sağlanmaktadır.

Öğrencilerin sanatsal ve kültürel yönden önemli bir kitle iletişim aracı olan sinema dünyası ile daha yakından ilgilenmelerini sağlamak amacıyla, Fakültede her hafta "Sinema Günleri" adı altında film gösterileri yapılmaktadır. Sinema dersleri kapsamında gösterilen filmlerin yanı sıra her hafta düzenlenen film gösterim programlarıyla okuldaki sinema etkinliklerine yoğunluk ve canlılık kazandırılmaktadır. Gösterim programları kapsamında film festivallerine kısa materyali film yarışması çerçevesinde katılan öğrencilerin yapıtları da yer almaktadır.

Yine İletişim Fakültesi öğrencileri tarafından kurulan GİFİSAK isimli kulüp, her yıl Mayıs ayında Geleneksel Makarna Günü düzenlemektedir. Makarna Günü'ne eski mezunlar da davet edilmekte ve gün, bir şölen havası içinde geçmektedir. GİFİSAK fotoğrafçılık, film, gezi, turizm, tiyatro, folklor, sergi ve söyleşi programları düzenleyerek, yıl içinde çeşitli etkinlikler yapmaktadır. Fakültede ayrıca çeşitli etkinlik alanlarına yönelik GİFİSAK bünyesinde faaliyet gösteren, Adım Adım, Çocuk Hakları Topluluğu, Diyalog Grubu, Grup AS, Grup Mimuz, Grup Seyyah, Grup Z, İletişim Topluluğu, Radyo Kulübü, Sinema grubu gibi topluluklar yer almaktadır.

Mesleki Eğitim Fakültesinde kurum içi halkla ilişkiler çalışmalarına baktığımızda etkinliklerin bölümlere göre şekillendiğini görebiliriz. Fakülte bünyesinde halk oyunları, tiyatro çalışmaları, konferanslar ve konserler gibi etkinlikler yapılmaktadır. Giyim Endüstrisi ve Giyim Sanatları Eğitimi Bölümü öğrencileri, yaptıkları defilelerle ürünleri sunmakta ve uygulamalı Sanatlar Eğitimi ve El Sanatları Eğitimi Bölümü'nün ürünleri dönem sonlarında

sergilenmektedir. Ayrıca “Şairler Günü” gibi kültürel faaliyetler de zaman zaman düzenlenmektedir.

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde kurum içinde öğrencilere yönelik sosyal ve kültürel faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Futbol, basketbol, voleybol, masa tenisi ve satranç turnuvaları, tiyatro çalışmaları, sinema gösterileri, konserler, konferans, panel, sempozyum, seminer vb. bilimsel çalışmalar öğrencilere yönelik olarak yapılmaktadır. Yine mezuniyet töreni ve balo çalışmaları, bahar şenlikleri, dans, folklor, doğa sporları, ülkemizin tarihi ve turistik bölgelerine yapılan geziler fakülte bünyesinde “Kariyer Yönlendirme Grubu” (KARYÖN) iş birliği ile yürütülmektedir. Kariyer Yönlendirme Grubu (KARYÖN), fakülte’deki çeşitli bölümlerdeki öğrenci ve öğretim elemanlarından oluşturulmuş sosyal ve kültürel etkinliklerle bilimsel aktiviteleri tertiplemekte ve öğrenci katılımını sağlamakla görevli bir topluluktur.

Gazi Eğitim Fakültesi’nde de öğrencilere yönelik birçok sosyal ve kültürel faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Fakülte öğrencilerini sosyal ve kültürel açıdan geliştirmek ve öğrencileri ilgi ve yetenekleri doğrultusunda yönlendirmek için öğrenci toplulukları bulunmaktadır. Bu doğrultuda öğrenciler arasında çeşitli spor etkinlikleri, şiir yarışmaları, halk oyunları vb. etkinlikler düzenlenmektedir. Her dönem fakülte ve bölüm bazında tarihi, kültürel ve doğal güzelliklere yönelik olarak geziler düzenlenmektedir. Fakülte de geleneksel olarak her yıl bahar şenlikleri ve açık hava partileri yapılmaktadır.

Fen-Edebiyat Fakültesi’nde, diğer fakültelerde olduğu gibi, sosyal ve kültürel faaliyetlere yer verilmektedir. Öğrencilerin sosyal ve kültürel alanlarda da gelişimlerine katkıda bulunmak amacıyla çeşitli sportif, müzikal, sanatsal, etkinlikler düzenlenmektedir. Derslik girişlerinde öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirmeleri için masa tenisi yer almakta olup, fakülte bahçesinde voleybol, basketbol ve mini futbol sahası bulunmaktadır. Ayrıca paneller söyleşiler, konferanslar, şiir günleri de düzenlenmektedir.

Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi'nde öğrencilere yönelik fakülte bünyesinde etkinlikler mevcuttur. Fakültede öğretim yılı içerisinde eğitim ve öğretime destek olacak nitelikte bazı sosyal ve kültürel etkinlikler de düzenlenmektedir. Bölümler arası futbol, basketbol, voleybol ve masa tenisi turnuvaları yıl boyunca öğrencilerin sportif etkinliklere yoğun ve geniş katılımına olanak vermektedir. Ayrıca halk oyunları ve folklor çalışmaları; satranç, tiyatro, müzik çalışmaları da yapılmaktadır.

Zaman zaman düzenlenen eğitim amaçlı gezilerde sosyal ve kültürel etkinlikler içerisinde önemli bir yer almaktadır. Gençlik Haftası kapsamında fakülte bahçesinde düzenlenen şölene her yıl ilgi artmaktadır.

Ayrıca öğrencilerin yıl boyunca ortaya koydukları ürünler yıl sonunda sergilenmektedir.

Eczacılık Fakültesi'nde müzik kulübü, satranç kulübü ve spor kulübü faaliyetlerini sürdürmektedir. Ayrıca fakülte kafeteryasında her ay öğrenciler tarafından danslı müzik partiler düzenlenmektedir.

Üniversiteler arası spor müsabakalarına tüm branşlarda katılan Gazi Üniversitesi takımlarının eğitim ve sportif faaliyetleri için kullanılan;

- 1 spor salonu,
- 1 tenis sahası
- 1 açık futbol sahası,
- 2 oyun salonu
- 1 aletli jimnastik salonu,
- 1 ritmik jimnastik salonu,
- 1 halk oyunları salonu,
- 1 güreş salonu
- 1 açık hava atletizm tesisi
- 1 futbol tesisi

Kapalı ve açık yüzme havuzu bulunmaktadır. Spor kompleksi inşaatı ise devam etmektedir.

Bu tesisler haricinde fakültelerin kendi bünyelerinde spor salonları bulunmaktadır. Üniversite içinde öğrencilerin katılımlarının sağlandığı basketbol, voleybol, kros, jimnastik, badminton, atletizm, halter, judo, futbol, hentbol, güreş, kayak, tekvando ve masa tenisi dallarında spor çalışmaları sürdürülmekte ve bu dallarda öğrenciler üniversite bünyesinde yarışlar ve turnuvalara katılmaktadır.

Gazi Üniversitesi'nde öğrencilere yönelik kurum içinde hakla ilişkiler çalışmaları sağlık kültür ve spor dairesi bakanlıklarınca ve basın ve halkla ilişkiler müşavirliği işbirliği ile yürütülmektedir. Basın ve halkla ilişkiler müşavirliği öğrencilere yönelik sosyal ve kültürel etkinlikleri duyuru, afişlerle yani kurum içi halkla ilişkiler araçlarını kullanarak çalışmalarını devam ettirmektedir.

A. 1. 2. Personele Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Kuruluş içinde halkla ilişkilerinin, bir başka deyimle kuruluş içi ilişkilerinin iyi anlaşılması ve uygulanmış olması demek, personel ile idare arasında gerçek bir diyalog kurma aracıdır. Bu yolla, işleri niçin yaptıkları, nasıl yapıldığı, hangi amaçla o işin yapıldığı, niçin başka türlü yapılmadığı anlatılmış olur. ⁽⁵⁹⁾

Kendi içinde iyi ilişkileri olan kurumun dışarıyla da iyi ilişkiler içinde olacağı varsayılır. İçeride önemli sorunların çözememiş, kendi personeli ile

⁽⁵⁹⁾ Nuri TORTOP, a. g. e., s. 56

dargın olan bir kuruluşun çevreyle uyumlu bir halkla ilişkiler programı yürütmesi olanaklı değildir. ⁽⁶⁰⁾

Personelin, kuruluşun tüm çalışmaları ve yapısı hakkında genel bir bilgisi olmalıdır. Hatta, belli başlı daire başkanlarının için ve görevlerini bilmelidir. Böylece teşebbüsünün ne olduğu, ne araçla çalıştığı hakkında kuruluş lehinde ön bilgileri verebilecektir.⁽⁶¹⁾ Böyle bir genel çerçeve içinde Gazi Üniversitesi'ni ele aldığımızda personelle ilgili belli başlı şu çalışmalarla sınırlı kalmaktadır:

- Rektör tarafından her yıl idari personele iftar yemeği verilmektedir.
- Bayramlaşma (Rektörün çalışanları makamında kabul ederek bayramlaşması)
- Kurum içinde çalışan personelin çocuklarının eğitim ihtiyacına yanıt vermek amacı ile 0-6 yaş çocuklarının eğitimini kapsayan kreş, yuva, anaokulu gibi kurumların mevcut olması.
- Üniversite bünyesinde gerçekleştirilen konserler personelin de davet edilmesi.

Yalnız personelle ilgili olarak yapılan kurum içi halkla ilişkiler çalışmaları sınırlı bir şekilde yapılmaktadır. Kuruluş içinde çalışan personelin motive edilebilmesi için, kurum içindeki yapılan çalışmalarda doğrudan katılımlarının sağlanması gereklidir. Personelin kurum içinde veya dışında varsa sorunları bunlarla ilgili bir birimin üniversite bünyesinde sonuçlandırılması gereklidir. Böylece sorunlarıyla bire bir yakından ilgilenen bir birimin varlığı, personeli kurum içinde motivasyonunu arttıracaktır.

⁽⁶⁰⁾ Metin KAZANCI, a.g.e., s. 252

⁽⁶¹⁾ Nuri TORTOP, a. g. e., s. 57

Üniversitenin çeşitli fakültelerinde çalışan personelin günümüz teknolojisinin gereğine uygun olarak çeşitli hizmet işi eğitim seminerler düzenlenebilir.

Üniversite içinde Halkla İlişkiler yalnız Halkla İlişkiler bürosunun görev ve sorumluluğu sayılmamalıdır. Bu görev ve sorumluluk üniversitenin çeşitli fakültelerinde çalışan personel tarafından da paylaşılmalıdır. Kuruluş içinde çalışan personelin terfi, spor, doğum, ölüm vb. öğretim elemanlarında olduğu gibi personel içinde kuruluş içindeki “Gazi Haber Bülteninde” de verilebilir. Gazi Üniversitesinde personele yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarına örnekler (EK-2)’de verilmiştir.

A. 1. 3. Öğretim Üyelerine Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Öğretim üyelerine yönelik olarak kurum içinde birçok çalışmalar yer almaktadır. Panel, konferans, sempozyum, kongre, açılış törenleri, sergi vb. katılımlarının sağlanması amacıyla, basın ve halkla ilişkiler müşavirliği tarafından “davetiyeler” öğretim üyelerine gönderilmektedir. Yine kurum içinde her ay yayınlanan “Gazi Üniversitesi Haber Bülteni” öğretim üyelerine gönderilmektedir. Gazi Haber Bülteninde öğretim üyeleriyle ilgili olarak çeşitli fakülte ve bölümlerdeki öğretim üyelerinin atama ve terfilerle ilgili haberler yayınlanarak tüm akademik personele duyurulmaktadır. Yine aynı şekilde öğretim üyelerine verilen “ödüllerde” yer almaktadır. Çeşitli fakültelerle ilgili haberler, güncel olaylar yer almaktadır.

Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği fakülte bünyesinde hazırlanan panel, sempozyum, konferans gibi bilimsel aktivitelerin hazırlanmasında önemli görev ve sorumlulukları üstlenmiştir. Bir bilimsel toplantının gerçekleştirirken salonun hazırlanması, ses ve görüntü düzeni, karşılama, sunuş vb. gerçekleşmesinde hepsini yapmaktadır.

Yalnız öğretim üyelerine yönelik hizmet işi eğitim seminerleri basın ve halkla ilişkiler müşavirliği görev ve sorumluluklarına almamaları olumsuz olarak değerlendirilebilir. Çünkü öğretim üyelerinin çağın gereğine uygun olarak kendilerini sürekli geliştirmeleri ve bilgi, deneyimlerini destekler nitelikte hizmet işi eğitim seminerleri düzenlemeleri ve katılımı sağlamaları gerekir.

Öğretim üyelerini rahatlatmaya yönelik olarak sportif etkinlikler düzenlenebilir. Fakülte bünyesinde sportif tesisler onlar içinde yeniden ele alınarak örneğin spor sahaları, tenis kordu, voleybol sahası vb. öğretim üyelerine günün belirli zamanlarında hizmet vermesi halkla ilişkiler açısından akademik personel arasındaki iletişimi ve bağı güçlendirebilir. Gazi Üniversitesinde akademik personele yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler (EK-3)'te verilmiştir.

A. 2. Başkent Üniversitesinde İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Yüksek Öğretim kurumlarına olan gereksinimi, 1980 yılından beri sağlık alanında çağdaş düzeyde hizmet veren Türkiye Organ Nakli ve Yanık Tedavi Vakfı'nın deneyim ve birikimleriyle birlikte mevcut tesislerinin üniversite bir yapıya dönüştürülmesi kararını oluşturmuştur. 1993 yılı ortalarında Haberal Eğitim Vakfı ile birlikte kurulması kararlaştırılan BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ'nin kuruluş işlemleri başlatılıp kısa sürede tamamlanmıştır. Üniversite 13 Ocak 1994 tarihinde 3961 sayılı kanunla kurulmuştur.

Tüm eğitim-öğretim birimleri, Eskişehir yolu üzerinde Konut Kent karşısında kurulan Bağlıca Kampüsünde yer almaktadır. Üniversite; öğrenci yurtları, sağlık merkezi, sosyal tesisleri, lokal ve kafeteryalar; her bina ve birime yayılmış bilgisayar ağı ve bilgi işlem merkezi; bilgisayar otomasyonu ile donatılmış kütüphanesi, ışık, ses, görüntü yönüyle sıcak derslikleri, ofisleri ve yönetim binasıyla çağdaş bir kampus üniversitesidir. Ankara, Ayaş, Yaprıcak,

İstanbul, İzmir, Adana, Yalova, ve İskenderun'a yayılmış modern hastaneler ve diyaliz merkezleriyle ülkemizin en önemli sorunlarının basında gelen sağlık sorununun çözümüne de katkı sağlamaktadır.

Başkent Üniversitesi'nin bütün bölümlerine Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'nce yapılan sınavlara göre öğrenci alınır. Başkent Üniversitesinde eğitim ücrete tabi olup 2000-2001 öğretim yılında bütün programlarda geçerli olmak üzere yıllık 5000 ABD Doları karşılığı TL'dir. Eğitim ücretinin ilk taksiti kesin kayıt sırasında, ikinci taksit ikinci yarıyıl başında Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası efektif satış kurundan hesaplanarak ödenmektedir.

Üniversitede gelişmiş bilgisayar ünitelerin yer aldığı ortamlarda deneye ve gözleme dayalı meslek derslerinin yanı sıra, sosyal etkinlikler de Halkla ilişkiler ve Tanıtım öğrencileri için oldukça önem taşımaktadır. Bu nedenle mesleki bilgilerin pekiştirilmesi amacıyla bu etkinliklerin bir kısmı, bölümün öğretim üyeleri ve öğrencilerin işbirliği ile gerçekleştirilmektedir.

Üniversitede çeşitli konularda bilimsel seminer, sempozyum ve konferansların düzenlenmesinin yanı sıra öğrencilerin kendi girişimleri ise oluşturdukları çeşitli etkinlik kolları da (Tiyatro, Halk Oyunları, Çeviri, Doğa sporları, İşletme, Bilim kurgu, Atatürkçü Düşünce, Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği Koroları, Spor toplulukları vb.) çalışmalarını sürdürmektedir.

A. 2. 1. Öğrencilere Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Üniversitenin Bağlıca Kampüsünde hizmet veren "Öğrenci Lokali", sosyal ve kültürel etkinlikler için gerekli olanakları sağlamaktadır.

Üniversitede yer alan Rehberlik ve Psikolojik Danışma Merkezi, öğrencilere üniversite yaşamlarında yardımcı olacak oryantasyon programlarını düzenlemektedir.

Üniversite bünyesinde aktif halde çalışmalarını sürdüren İnsan Kaynakları ve Kariyer Yönlendirme Merkezi , kurum içi halkla ilişkiler çalışmalarına iyi bir örnek teşkil etmektedir. Bu merkez, iş çevreleri ile iletişim kurarak öğrencilerle iş verenleri bir araya getiren seminerler düzenlemekte, iş başvurularında gerekli olacak yazışma, özgeçmiş hazırlanması ve iş görüşmeleri ile ilgili olarak öğrencileri bilgilendirmektedir.

Üniversitede beslenme gereksinimleri için 500 kişilik Öğrenci Kafeteryasının yanı sıra, ona binalarda ve yurt binası içinde çeşitli yiyecek-icecek ortamları sağlanmıştır.

Spor merkezinde Basketbol, Voleybol, Futbol, Hentbol, Aerobik ve Masa Tenisi gibi spor etkinlikleri, profesyonel çalıştırıcılarla birlikte sürdürmektedir. Spor salonunda hafta içi 09:00-20:00, hafta sonları 11:00-20:00 saatleri arasında öğrencilerin bireysel ve toplu etkinliklere katılması mümkün olmaktadır.

Ulaşım, şehir merkezinin belirli noktaları ile Bağlıca Kampusu arasında, ücretsiz olarak Üniversite tarafından karşılanmaktadır.

Üniversitenin Bağlıca Kampüsünde hizmete giren Öğrenci Yurtları, tek ve çift kişilik olmak üzere toplam 500 yatak kapasitesine sahiptir. Özellikle 8 yatak özürölüler için düzenlenmiştir.

Bağlıca Kampüsünde kurulmuş olan Öğrenci Sağlık Merkezi, yeterli hekim, ve teknik donanımla sürekli hizmet vermektedir.

Öğrenci Sağlık Merkezinde;

- Hafta sonları dahil olmak üzere 24 saat hizmet verilmektedir.
- Genel ve Dış polikliniğini hizmetler sürdürülür.
- İlk tedavi ve acil müdahalesi yapılan hastalardan ileri teknik ve tedavi gerekenler Başkent Üniversitesi Hastanesi'ne sevk edilir.

Başvuran öğrencilere yazılan reçete bedellerinin %80'i, üniversitenin anlaşmalı olduğu eczaneden alınmak koşulu ile Üniversitece karşılanır.

Üniversite içinde gerçekleştiren tüm etkinlikler, Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı'nca yürütülür. Bahar şenlikleri, konserler, açılış törenleri, yarışmalar vb. her türlü faaliyetler Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Başkanlığı'nca yürütülür.

1 Eylül 1997 tarihinde kurulmuş olan İnsan Kaynakları ve Kariyer Yönlendirme Merkezi'nin amacı, öğrencilerin kariyerleri ile ilgili kararlarında bilinçli hareket etmelerini sağlamak, mezuniyet sonrasında bilgi ve becerilerini en iyi şekilde kullanabilecekleri uygun işlere uygun süre ve koşullarda yerleşmelerine yardımcı olmaktır. Bu amaçla aşağıda özetlenen hizmetleri öğrencilere sunmaktadır.

- Mezun aday öğrenciler ile değişik sektörlerden çeşitli kuruluşları bir araya getiren Tanıtım Toplantıları düzenleyerek, öğrencilerin çeşitli alanlarda iş tanımları, iş hayatı, mesleklerdeki kariyer olanakları ile ilgili bilgi edinmelerini sağlar. Kariyer Günleri adı altında organize edilen bu toplantılarda, iş başvuru ve staj formlarını dağıtmaktadır.

- Ara sınıfta bulunan öğrencilere staj ve gerçek iş deneyimi olanakları sağlar.

- Kariyer Günleri dışında, eleman talebinde bulunan kuruluşlarla mezunlar arasında irtibat kuru.

- Öğrencilerle bireysel görüşmeler yaparak, yetenek ne ilgi alanlarını gözden geçirmelerine yardımcı olur.

- Gerek seminerler, gerekse bireysel görüşmelerle öğrencilere iş arama teknikleri konusunda bilgi verir. Etkin bir özgeçmiş yazma ve başarılı bir mülakat geçirebilme konularında yardımcı olur.

- Mezunlar için iş olanakları araştırır.

- Üniversite işi yarı zamanlı iş olanakları organize eder.

- Başkent Üniversitesi mezunlarının üniversite sonrası yaşamlarında da Başkentli olma gururunu ve kültürünü sürdürüp birbirileri ile yakın ilişki içinde bulunmaları için Mezunlar Günü organizasyonu yapar. İş deneyimi edinme, staj yapma ve istihdam hizmetlerinde önceliği üniversite hastanelerini ve üniversiteye bağlı kuruluşlara vermektedir. Üniversite ve iş dünyası arasındaki işbirliğine katkıda bulunan bu hizmetler hiçbir ücret talep edilmeden yürütülmektedir.

“Başkentin Sesi” adlı dergi ilk kez 1996 yılında öğrenciler tarafından çıkarılmıştır. Gazetecilik topluluğu tarafından çıkarılan bu dergi ara ara çıkarılmaya devam etmektedir. Başkent Üniversitesinde öğrencilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler (EK-4)’te verilmiştir.

Başkent Üniversitesi Öğrenci Toplulukları

1. Atatürkçü Düşünce Topluluğu
2. Gazetecilik Topluluğu
3. Sinema Topluluğu
4. Tiyatro Topluluğu
5. Müzik Topluluğu
6. Satranç Topluluğu
7. Hukuk Topluluğu
8. Roch Kültür Topluluğu
9. Halk Dansları Topluluğu

10. İletişim Topluluğu
11. Çeviri Topluluğu
12. Gezi Topluluğu
13. İşletme Yönetimi ve Araştırma Topluluğu
14. Erozyonla Mücadele ve Ağaçlandırma Topluluğu
15. Kampçılık ve Doğa Sporları Topluluğu
16. TED Ankara Mezunları Topluluğu

Kültür-Sanat Etkinlikleri

1. Türk Halk Müziği Korusu
2. Türk Sanat Müziği Korusu
3. Halk Dansları Topluluğu

Gerek üniversite içi gerekse ve gerekse üniversiteler arası platformda Üniversiteyi temsil eden topluluklar tiyatro, sinema, gezi, konser vb. etkinlikleri planlamaktadır. Tanıtma ve tanışma çayları, konferanslarda bu etkinliklerin içinde yer almaktadır.

A. 2. 2. Personele Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Doğrudan personele yönelik olarak kurum içi halkla ilişkiler çalışmaları olarak bayramlaşma, evlilik, doğum vb. temenni ve dilekler yer almaktadır. Personelin üniversitenin sağlık hizmetlerinden en üst düzeyde istifade etmesi sağlanılmıştır. Başkent Üniversitesinde personele yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler (EK-5)'te verilmiştir.

A. 2. 3. Öğretim Üyelerine Yönelik İç Halkla İlişkiler Çalışmaları

Başkent Üniversitesinde 2000-2001 öğretim yılında 12'si yabancı uyruklu olmak üzere toplam 788 tam zamanlı öğretim elemanı görev yapmaktadır.

Akademik unvanlara göre;

Profesör	: 66
Doçent	: 55
Yar. Doç.	: 80
Öğretim Görevlisi	: 200
Okutman	: 150
Uzman	: 11
Araştırma görevlisi	: 209

Öğretim üyesi başına düşen öğrenci sayısı ise ortalama 5'tir.

Öğrencilere yönelik hazırlanan tüm kültürel ve sanatsal etkinliklere öğretim üyeleri de davet edilmektedir. Başkent Üniversitesinde akademik personele yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarına örnekler (EK-6)'da verilmiştir.

A. 3. Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitesinde İç Halkla İlişkiler Çalışmalarının Karşılaştırılması

Üniversiteler bilindiği gibi hizmet üreten kurumlardır. Bu hizmetlerin topluma ulaştırılmasında zaman zaman sorunlar çıkabilmektedir. Bunun çözümü bazen yasama organlarına, bazen yerel yönetimlere veya diğer kuruluşlara ait olabilir. Üniversitelerin yol, su, elektrik, ulaşım, haberleşme gibi gereksinimlerini karşılayan kurumlara sağlıklı bir şekilde iletişim kurması büyük önem taşıdığı ortaya çıkmıştır.

Üniversiteler sayılan bu hizmetlerin en iyi şekilde yerine getirilmesi amacıyla Yüksek Öğretim Kanunu gereğince, iş bölümüne yönelmişlerdir. 21

Kasım 1983 yılında Resmi Gazete'de yayınlanan Yüksek Öğretim Üst Kuruluşları ile Yüksek Öğretim Kurumlarının İdari Teşkilatları 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 rektörlüğün protokol, ziyaret ve tören işlerini düzenlemek de yer almaktadır.

Tüm bu idari yapı ve işleyiş Başkent Üniversitesi ile Gazi Üniversitesi'nde aynı temel anlayış ve zihniyeti taşımaktadır. Başkent Üniversitesi bir vakıf üniversitesi olarak anayasal bir eğitim kurumudur ve bu kurumun tanımı, Anayasamızın 130. Maddesinin ikinci ve onuncu fıkrasında yapılmıştır.

Anayasamızın 2. fıkrasında şöyle denilmektedir:

“Kanunda gösterilen usul ve esaslara göre, kazanç amacına yönelik olmamak şartı ile vakıflar tarafından, devletin gözetimi ve denetimine tabii yüksek öğretim kurumları kurulabilir”

Anayasamızın 10. fıkrasında da da şöyle denilmektedir:

“Vakıflar tarafından kurulan yükseköğretim kurumları, mali ve idari konuları dışındaki akademik çalışmaları, öğretim elemanlarının sağlanması ve güvenlik yönlerinden, Devlet eliyle kurulan yüksek öğretim kuruları için Anayasada belirtilen hükümlere tabiidir. ”Vakıf üniversiteleri, Anayasal kimliğini tanımlamalarla kazanırken, işlevi de 2547 Sayılı Yüksek Öğretim Yasasına göre belirlenmiştir.

Halkla ilişkiler fonksiyonu sayesinde üniversiteler, bir taraftan topluma üniversite hakkında sürekli ve düzenli bilgi aktararak olumlu bir izlenim oluştururken, diğer taraftan toplumun üniversitelerden beklediği beklenti, dilek ve şikayetleri öğrenebilir ve faaliyetlerini buna göre yeniden düzenleyebilirler. Ancak halkla ilişkiler çalışmalarının, etkili ve daha önceki çalışmalardan istifade etmesi gerekir ve bunun için de iyi bir “ARŞİV”e ihtiyaç duymaktadır. Her iki üniversitede arşiv çalışmalarına yeterince önem verilmediği görülmüştür. Kurum içindeki öğrenci, personel ve akademik personele yönelik bol miktarda kurum içi araçların mevcut olduğu görülmüştür. Ancak devlet üniversitelerinde öğrencilerin ilgili alanlarına göre boş zamanlarını değerlendirmek , yeni ilgi alanları ile birlikte dinlenme ve eğlenme alışkanlığı kazanmalarını sağlamak , güzel sanatlarla ilgili faaliyetleri izlemeleri , çeşitli kulüp ve topluluklara katılmaları maddi imkanlarıyla kısıtlı olduğundan dolayı yeterli katılım olmamaktadır. Başkent Üniversitesinde öğrencilerin böyle bir maddi sıkıntısı olmadığı , öğrencilerin maddi kaygıdan uzak ilgileri doğrultusunda boş zamanlarını değerlendirme etkinliklerine katıldıkları görülmüştür.

Özel ya da devlet olsun, kurum içindeki halkla ilişkiler çalışmaları; öğrenci, personel ve akademik personele yönelik yazılı yada davranışsal olarak gerçekleştirilmektedir. Ancak özel üniversitelerde öğrencilere sunulan imkanlar, boş zamanlarını değerlendirme faaliyetleri daha geniş bir alana yayılmıştır. Yine özel üniversitelerde öğrencilerin barınma yeri olan yurtlar daha konforlu ve en fazla 2-3 kişilik mevcutlar bulunurken devlet üniversitelerinde bulunan öğrenciler en az 4 ve en fazla 16 kişilik odalarda dahi barınmaktadırlar. Buda doğal olarak üniversitenin kendi bünyesinde gerçekleşen halkla ilişkiler çalışmalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Devlet üniversitelerinde öğrencilerin sağlıkla ilgili sorunları olduğunda bunu giderlerini % 80’ini sağlık kültür ve spor daire başkanlığınca karşılanırken % 20’de öğrenci tarafından karşılanmaktadır. Özel

üniversitelerde ise, % 80'lik kısmı rektörlük tarafından karşılanmaktadır. Yine % 20'lik kısmı öğrenci tarafından karşılanmaktadır.

Özel üniversitelerde yurtlar arasında öğrenci velileri ile öğrencinin yurt içindeki davranışları hakkında başarı durumları ile ilgili sıkça bildirimde bulunulurken Devlet üniversitelerinde böyle bir iletişim ancak öğrenci cezayı gerektiren davranışlarda bulunduğu takdirde öğrencinin velisiyle bağlantı kurulmaktadır.

Başkent Üniversitesi'nde aktif halde faaliyet gösteren insan Kaynakları ve kariyer Yönlendirme Merkezi öğrencileri motive etmesi yönünden olumlu değerlendirilirken, aynı amaca yönelik çalışmalar Gazi Üniversitesi'nde yeterli değildir.

B. 1. Gazi Üniversitesi'nde Dış Halkla İlişkiler Çalışmaları

Üniversiteler birer hizmet kurumu olarak yaptıkları hizmetleri, sorunlarını ve amaçlarını halka duyurmak ve halkın arzu, istek ve beklentilerini dikkate alarak daha iyi hizmet vermek durumundadır. Günümüzde her kişi ya da kurumun diğer insanları ve kurumları görmezlikten gelmesi, onların düşüncelerine önem vermemesi düşünülemez. Toplumun gelişmesinde önemli roller oynayan üniversiteler de toplumla bütünleşmek için halkla ilişkiler faaliyetlerine başvururlar. ⁽⁶²⁾

Bu Genel amaç çerçevesinde Gazi Üniversitesinde dış halkla ilişkiler çalışmaları başlığı altında "Tanıtım" çalışmaları ilk sırayı almaktadır. Tanıtım çalışmalarında üniversitenin tanıtım filmi, tanıtım CD'si izletilerek, tanıtım katalogları, broşürler, öğrencilerin ilgisini çekecek materyaller dağıtılarak

⁽⁶²⁾ Scott CUTLIP & Allen CENTER, a.g.e., s.631

3000'e yakın üniversite adayı ile bire bir görüşme yapılarak öğrencilerle iletişim kurulmaktadır.

Şimdi öğrencilere yönelik olarak Gazi Üniversitesinde yapılan dış halkla ilişkiler çalışmalarına değinmek istiyorum.

Gazi Üniversitesinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin en başında "TANITIM" çalışmaları yer almaktadır. Gazi üniversitesinde 12 ayrı fakülteden öğretim elemanları ve araştırma görevlilerinden bir ekip oluşturularak tanıtım faaliyetleri yer almaktadır. Ekip başkanları da ayrıca bağlı bulundukları fakültelerde de kendi ekiplerini oluşturarak dış halka ilişkiler çalışmalarını yürütmektedir. Tanıtım çalışmalarında bu yıl tanıtım ekibi İzmir Saint Joseph Fransız Lisesi'nin organizasyonu ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin katkılarıyla İzmir ve çevresini kapsayan lise ve dershanelerdeki tüm ortaöğretim ve üniversite adaylarına yönelik olarak hazırlanan, IV. Yönlendirme ve Meslekler Forumu 24-25 Şubat 2001 tarihlerinde yapılmıştır.

İzmir Kültür Parkta gerçekleştirilen foruma Gazi Üniversitesi'ni temsilen; Eczacılık Fakültesi'nden Doç. Dr. İsmet Çok, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi'nden Doç. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU, Tıp Fakültesi'nden Yrd. Doç. Dr. Eser ÖZ, Gazi Eğitim Fakültesi'nden Öğr. Gör. Dr. Nuran SAY, Mühendislik-Mimarlık Fakültesi'nden Ars. Gör. Nurçin ÇELİK, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden Arş. Gör. Ede DİLİK, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'nden Basın Müşaviri Uzm. Erol İLHAN, Uzm. Emel YİĞİTTÜRK ve Yusuf GÜNYOL katılmıştır.

İki gün boyunca sürdürülen tanıtım çalışmalarında, her öğretim elemanı bağlı bulundukları fakülte ve branşları tanıtma fırsatı buldu. Tanıtım ekibi, iki ayrı konferansla Üniversiteyi tanıtıcı genel bilgiler vererek, dinleyicilerden gelen soruları yanıtlayarak dış halka ilişkiler çalışmalarına önemli katkıda bulunmuştur.

Bu yıl dördüncüsü yapılan Bilgilendirme, Yönlendirme ve Meslek Tanıtım Formu'na 35 üniversitenin yanı sıra, 100'den fazla meslek temsilcileri, 200'den fazla meslek sahibi katı olarak meslekleri, aldıkları eğitim, eğitim süreleri ile ilgili üniversite adaylarına, öğretmen ve velilere bilgi verilmiştir.

Gazi Üniversitesi ile ilgili bilinmeyenleri anlatmayı veya eksik olan bilgileri tamamlamayı veya eksik olan bilgileri tamamlamayı ve iyi bir tanıtım yaparak üniversitenin varolan kapasitesini ve büyüklüğünü anlatmayı amaç edinen tanıtım ekibi, tüm bu ortak çabalarla üniversitenin dış halkla ilişkiler çalışmalarında köprü görevini üstlenmiş durumdadır. Yine üniversite bünyesinde fakültelerin organize olarak kariyer yönlendirme birimleri iç halka ilişkiler çalışmalarına katkıda bulunurken aynı zamanda dış halkla ilişkiler çalışmalarına da katkıda bulunmaktadır.

B. 1. 1. Basınla Olan İlişkiler

Halkla ilişkilerde en çok yararlanılan kaynak basındır. Her kuruluş yaptıkları çalışmaları, ekonomik başarıları kamuoyuna tanıtarak onun güvenini kazanmak ister. Amaç yalnız tanınma değil, aynı zamanda beğendirme ve onda kuruluşun amaçlarına uygun bir izlenim yaratmaktadır. Basın, kuruluşları en önemli haber kaynağı sayar. Halkla ilişkiler görevlilerinin de mümkün olan ölçüde kuruluşu tanıtmak, basının ihtiyaçlarını karşılamak görevleri nicelik ve nitelik olarak artmaktadır. Gazi Üniversitesi ile ilgili haberlerin basında yansımaları (EK-7)'de verilmiştir.

Kuruluşlarda basın veya halkla ilişkiler görevlilerinin çalıştırılmaları, basının haber alma ihtiyaçlarını karşılamak zorunluluğundan doğmaktadır. Basın ve Halkla İlişkiler görevlisi iki ihtiyacı bağdaştırmak zorundadır. Bir

yandan basının haber alma ihtiyacı, diğer yönden de çalıştığı kuruluşun halkla ilişkiler ihtiyacı. ⁽⁶³⁾

Gazi Üniversitesi'nde basınla olan ilişkilerin en başında "basına duyuru hazırlama" gelmektedir. Üniversite ile ilgili tüm faaliyetler (sportif, kültürel etkinlikler, bilimsel aktiviteler vs.) basına bildirilmektedir. Basında çıkan Üniversite ile ilgili haberler takip edilerek her ay çıkarılmakta olan "Gazi Haber Bülteni'nde" yer verilerek kurum içinde öğretim üyelerine de bildirilmektedir.

2001 Yılı Türk Turizminin Beklentileri Gazi Üniversitesi'nde tartışıldı. Üniversite Rektörlüğü Turizm Haftası etkinlikleri çerçevesinde Türk Tanıtma Vakfı Başkanı Kemal BAYTAŞ'a Fahri Doktora verilmesi töreni ve 2001 yılı Türk Turizminin Beklentileri konulu bir toplantı düzenlendi. Rektörlük, tarihi Mimar Kemaleddin Salonu'nda düzenlenen toplantıya, Turizm Bakanı Erkan MUMCU, Cumhuriyet Gazetesi Ankara Temsilcisi Mustafa BALBAY, Milliyet Gazetesi Başyazarı Güneri CİVAOĞLU, Hürriyet Gazetesi Köşe Yazarı Bekir ÇOŞKUN, Sabah Gazetesi Köşe Yazarı Yavuz DONAT, BRT Televizyonu Ankara temsilcisi Ertan KARASU, Üniversite Rektörü Prof. Dr. Rıza AYHAN ve çok sayıda davetli katıldı.

Gazi Üniversitesi, böyle bir toplantı gerçekleştirmiş ve Türk medyasının önde gelen isimlerini bir araya getirerek Türk Turizmi tartışılmıştır. Bu toplantı da, basında gündeme gelmiştir.

Halkla ilişkilerde bir dış hedef kitle olarak basına doğru, güvenilir, samimi ve açık bilgiler verilmeli, kamuoyunu basın aracılığıyla yanıltmak asla düşünülmemelidir. Basın, nazik bir halkla ve araçtır. Basınla ilişkiler bozulunca, bunu düzeltmek zaman alır. Basınla iyi ilişkiler kurup, geliştirmek isteyen kuruluşlar, basın dilini anlayan yetişmiş, bilgili ve yetenekli kişilerden

⁽⁶³⁾ Nuri TORTOP, a. g. e., s. 60

faaydalanmalıdır. Basınla ilişkilerde hem halkla ilişkiler görevlileri, hem kurum çalışanları ve hem de yöneticiler oldukça dikkatli davranmalıdır. Zira basın mensupları kişi ya da kurumların iletlediği haberleri, gazete, radyo ve televizyonda yayınlamakta özgürdür. Basın ile iyi ilişkileri olmayanların bu imkandan yararlanmaları da zordur. Bu açıdan, basın da halkla ilişkilerde önemli bir dış halk olarak ele alınmalı ve ilişkiler sürekli olarak iyi tutulmalıdır.

B. 1. 2. Kamu Kuruluşlarıyla Olan İlişkiler

Örgütler faaliyetlerini yürütürken kendisinden farklı beklentileri ve çıkarları olan kitlelerle iletişim kurmak zorunda kalır. Bu farklı kitlelerin istek ve ihtiyaçlarının belirlenerek onlarla iyi ilişkiler kurabilmenin yolu halkla ilişkilerden geçmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin faydalı olabilmesi için örgütten birbirinden farklı beklentileri olan her kitlenin isteklerini yerine getirmeye yönelik faaliyetlerde bulunulmak gerekir.

Üniversitelerde kurum dışı faaliyetlerle ilgili olarak kamu kuruluşlarıyla ilişkiler önemlidir. Üniversiteler, teknik ve mesleki okullar, işletmelerin sürekli ve düzenli bir biçimde ilişki kurması halkla ilişkiler açısından gereklidir. Bu amaçla çerçevesinde Gazi Üniversitesi bir çok kamu kuruluşlarıyla sürekli iletişim ağını her geçen gün güçlendirmektedir.

Gazi Üniversitesi'nde kamu kuruluşlarıyla olan ilişkiler çok geniş bir alana yayılmıştır.

Üniversitenin Teknik Eğitim Fakültesi ile Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin ortaklaşa düzenlediği Belediye Teknik Eğitim Kursları'nda 2000-2001 Eğitim-Öğretim Dönemi, 25 Eylül 2000 tarihinde başladı. Üniversitenin Teknik Eğitim Fakültesi'nde, başvuran herkese ücretsiz olarak verilen teknik eğitim kurslarındaki yedi meslek dalında 78 ayrı branşta uzman bir kadro ile eğitim veriliyor. Her üç ayda yaklaşık 3000 kişinin eğitim göreceği

yeni dönemde, meslek dallarının önemli bir bölümünde bilgisayar destekli eğitim verilecek.

Özel ve kamu kurum ve kuruluşlarının yaşama organınca çözülebilecek çeşitli sorunları her zaman vardır. Üniversiteler bilindiği üzere, hizmet veren kurumlardır. Bu hizmetin ilgili kitleye ulaştırılmasında çeşitli nedenlerle zaman zaman aksamalar meydana gelebilir. Bu aksaklıkların çözümü bazen yaşama organlarına bağlı olabilir. Üniversiteler sorunlarına çözüm getirmek amacıyla çeşitli konferanslar, açık oturumlar, seminerler düzenleyerek, bu toplantılara yaşama organından ilgili kişileri davet edebilir. Toplantıya katılan yetkili kişilere verilmek üzere konuyla ilgili broşürler, kitapçıklar ve gazete kupürleri hazırlanabilir. Kurum içinde geziler düzenlenerek sorunların yerinde görülmesi sağlanabilir. ⁽⁶⁴⁾

B. 1. 3. Öğrenci Verileriyle Olan İlişkiler

Gazi Üniversitesi'nde öğrenci velileriyle ilgili olarak herhangi bir faaliyete rastlanılmadı.

B. 1. 4. Yüksek Öğretim Kurumu İle Olan İlişkiler

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 çalışmaktadır.

Üniversiteler ülkeye ve insanlığa hizmet etmek amacıyla kurulmuşlardır. Ülkemizdeki yükseköğretim kurumlarının görevleri kanunla belirlenmiştir. Ülkenin ihtiyacı olan dallarda ve sayıda insan gücü yetiştirmek, ülkenin bilimsel, kültürel, sosyal ve ekonomik yönlerden ilerlemesini ve

⁽⁶⁴⁾ M. Alaeddin Asna, a.g.e., 1978, s. 82

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.

1981 öncesi çıkartılan 1750 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu, Yüksek Öğretimin amaçlarını belirleyememiştir. Bu yüzden de amaç ve görev tanımındaki kargaşalık yüksek yargı organlarını hep meşgul etmiştir. Yüksek Öğretim kuruluşları arasında bütünlüğü sağlamak amacıyla 6 Kasım 1981'de YÖK (Yüksek Öğretim Kurulu) Kanunu çıkartılmıştır.

6 Kasım 1981'de yürürlüğe giren Yüksek Öğretim Kanunu ile yapılan yeni düzenlemelerin hedefleri şöyle özetlenebilir:

- Yüksek öğrenim çağındaki gençlere daha çok öğrenim imkanı sağlamak amacı ile yükseköğretim kurumlarının sayısını arttırmak.
- Yüksek nitelikte ve yeter sayıda öğretim elemanı yetiştirmek için tedbirler almak.
- Eğitim kalitesini yükseltme, araştırmaları sayı ve nitelik yönünden geliştirmek için gerekli çalışmaları yapmak.

2547 Sayılı Kanun öncesinde üniversite içi kurulların sahip oldukları yetkilerin abartılmış olması sonucu yönetici yetkisi sınırlı kalmıştır.

Kamu kuruluşları toplumun bir ihtiyacını gidermekle yükümlü bulunmaktadır. Bu sorumluluk nedeni ile kuruluşlar, kişilerle, gruplarla yada toplumun daha büyük bölümleriyle devamlı ilişkiler içinde bulunmaktadır.

Yüksek Öğretim Kurulu'nun yerine getirdiği fonksiyonları, idari yapısı ve yöneticileri hakkında kamuoyunda özellikle son yıllarda ortaya çıkan tartışmaların olumlu bir havaya bürünmesi gibi konular da göz önüne alındığında halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemi daha da artmaktadır.

Üniversiteler arası koordinasyon işbirliği fırsatları çerçevesinde olmalıdır. YÖK'ün bunu gerçekleştirmesinde ise halkla ilişkilere önemli görevler düzmektedir.

Basın ve Halkla ilişkiler müşavirliği adı altında Yükseköğretim Kurulu Başkanına bağlı olarak çalışan halkla ilişkiler birimi, 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'nda YÖK başkanına bağlı birimler arasında sayılmıştır.

Gazi Üniversitesi'nde faaliyet gösteren Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, YÖK ile sürekli kurum içi yazışmalar şeklinde etkinliklerini sürdürmektedir. Üniversite ile ilgili tüm konferans panel açılış kapanış törenlerinde, üst düzey bürokrat ve bakanların üniversiteyi ziyaret etmelerinde çeşitli bilimsel kongreler de katılım kararının sağlanması amacı ile davetiye gönderilmektedir. Yine aynı zamanda üniversite bünyesinde çalışan personel ve üretim elemanlarının terfi ve diğer durumları ile ilgili yazışmalar yapılmaktadır.

B. 1. 5. Diğer Üniversitelerle İlişkiler

Üniversiteler oranı her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen tüm bilimsel aktiviteler spor ve kültürel etkinlikler yarışmalar üniversiteler arasında bir halka ilişkiler köprüsü kurulmaktadır. Gazi üniversitesinde her yıl gerçekleştirilen bu etkinliklere katılımlarını sağlamak amacı ile Ankara içindeki tüm üniversite rektörlüklerine bunu ve halkla ilişkiler müşavirliğine davetiye göndermektedir.

B. 2. Başkent Üniversitesinde Dış Halkla İlişkiler Çalışmaları

1975 yılı Kasım ayında Dr. Haberal ve arkadaşlarının başlattığı "Transplantasyon", kronik böbrek hastalarına gerçek tedavi kapısını açmış yeniden normal hayat kazanmasını sağlamıştır. Fakat sosyal ve ekonomik problem de ortaya çıkmıştır. O kadar ki, bir çok zorluklar içerisinde gerek akrabalarda ve gerekse de yurt dışından getirtip takılan böbreklerde yeniden normal hayata dönen hastalar bir müddet sonra ilaçları alacak maddi güçleri olmadığı için yeniden eski hasta durumlarına dönmüşlerdir. Bütün bu olayların içinde yaşayan Dr. Haberal kendi imkanları ile bir fon oluşturmuş, yakın akraba ve dostlardan saklamış olduğu maddi ve manevi destekle hastaların ihtiyacını karşılamaya çalışmıştır. Fon gelirinin giderek artması nedeni ile Dr. Haberal ve arkadaşlarının daha kapsamlı bir organizasyona yöneltmiş ve bunun önemi dikkate alınarak bu kuruluşun vakıf olması uygun görülmüştür.

Böylelikle Başkent Üniversitesi dış halkla ilişkiler çalışmalarında kendisini organ nakli "Transplantasyon" dalında sık çevreye adını duyurmuştur. Bunun la ilgili bir çok tıp la ilgili transplantasyon la ilgili broşürleri ağırlık kazanmıştır. Yine diğer üniversitelerin dış halkla ilişkiler çalışmalarında kullandığı tüm araçları kullanarak, özellikle sağlık alanın da Türkiye'de adını duyurmuştur.

B. 2. 1. Basınla Olan İlişkiler

Başkent Üniversitesi'nde basın ve halkla ilişkiler müşavirliği organizasyonunun bir bölümü olan Basın Danışmanı ile yapılan görüşmeler sonucunda şu veriler elde edilmiştir:

- Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 7 kişi ile halkla ilişkiler çalışmaları yürütülmektedir. Grafik hizmetleri, organizasyon ve promosyon ilişkilerini yürüten bu kişiler Sağlık, Kültür ve Spor Dairesi Başkanlığı ile ortaklaşa faaliyetlerini sürdürmektedir. Basın danışmanı her gün günlük olarak

gazetelerde başkent üniversitesi ile ilgili yayınlanan tüm yazıları okuyup değerlendirerek bu haberin kaynağı olan ajanslarla birebir görüşerek yayınlanan yazılar arşive kaldırılmaktadır. Basın danışmanı bilimsel çalışmalarla ilgili afiş, duyuru, davetiyeler, kongre ve bütün diğer organizasyonlarda, aynı zamanda ana bilim dallarının bütün grafik çalışmalarını halkla ilişkiler birimi ile ortaklaşa yürütmektedirler. Yıllık, kılavuz, katalog öğrenciye yönelik tüm aktivitelerle ilgili yayınları halkla ilişkiler birimi ile organize olarak yürütmektedir.

Her yıl Rektörün açılış konuşmalarında bir tür halka hesap verme biçiminde ne yapmış neleri gerçekleştirmişler, ulaşılan sayısal değerlerle planlı olarak gerçekleştirilmiş hedefler konu edilir. Bu konuşmayı her yere ve herkese ulaştırma konusunda yoğun bir çalışmaları olmaktadır. Posta ve internet yoluyla Başkent Üniversitesi ile ilgili bütün haberlerin, yarının bu metne uygun araçlarla basına ulaştırılması veya varsa bir etkinlik araya basının davet edilmesi basın danışmanın görevlerinin en başında gelmektedir. Başkent Üniversitesi ile ilgili haberlerin basında yansımaları (EK-8)'de verilmiştir.

B.2.2. Kamu Kuruluşları ile Olan İlişkiler

Başkent Üniversitesinde Gazi Üniversitesinde olduğu gibi kurum dışı faaliyetlerle ilgili olarak kamu kuruluşları ile sürekli iletişim halindedir. Bu iletişimin birinci hedefi kariyer yönlendirme merkezi ile yapılan görüşmeler sonucunda son sınıf öğrencilerine meslek edindirme , mezun olduktan sonra o dalda istihdam edilmeleri amacıyla yapılmaktadır.

Üniversiteler bilindiği gibi hizmet veren kurumlardır. Bu hizmetlerin kitlelere ulaştırılmasında bazı aksaklıklar oluşabilir. Bu aksaklıkların çözümü için üniversite bünyesinde çeşitli konferanslar , açık oturumlar , seminerler , bilimsel toplantılar düzenleyerek kamu kuruluşlarında çeşitli üst kademedeki görevlileri üniversiteye davet ederek kamu kuruluşlarıyla bağlantı ağını

güçlendirmektedir. Başkent Üniversitesinin de bu ağını her geçen gün kuvvetlendirdiği insan kaynakları ve kariyer yönlendirme merkezinden öğrenilmiştir.

B. 2. 3. Öğrenci Velileriyle Olan İlişkiler

Başkent Üniversitesi'ne öğrenci velileriyle ilgili birebir doğrudan yapılan etkinlikler mevcut değildir. Öğrencilerin mezuniyet törenlerinde ailelerde davet edilerek katılım sağlanmaktadır. Yine öğrenci velilerine okulun eğitim öğretime başlaması nedeniyle açılışa katılmaları amacı ile davet edilmektedir.

B. 2. 4. Yüksek Öğretim Kurulu İle Olan İlişkiler

Üniversiteler halkla ilişkiler faaliyetleri ile hem iç hem de dış hedef kitlelere ulaşmayı amaçlamaktadır. Toplum ve üniversite bütünleşmesini sağlamak, üniversitenin faaliyetlerini duyurmak, basın yayın kuruluşlarıyla iyi ilişkiler kurmak, özel sektörden, şahıslardan ya da kamudan üniversite içi fon sağlamak için dış halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu genel amaçlar çerçevesinde Başkent Üniversitesinde diğer üniversiteler gibi YÖK ile sürekli iletişim halindedir. Üniversitedeki akademik personel (öğretim üyeleri, öğretim elemanları, uzmanlar vb.) durumları ile ilgili yazışmalar mevcuttur.

B. 2. 5. Diğer Üniversitelerle Olan İlişkiler

Başkent Üniversitesi de Gazi Üniversitesinde olduğu gibi birçok devlet üniversiteleri ve özel üniversitelerle sürekli iletişim halindedir. Gazi Üniversitesinde de aynı amaca hizmet eden Sağlık, Kültür ve Spor Dairesi başkanlığınca öğrencilerin beden ve ruh sağlığını korumak , hasta olanları tedavi etmek veya ettirmek, barınma , çalışma , dinlenme ve ilgi alanları-na göre boş zamanlarını değerlendirmeleri ve yeni ilgi alanları kazanma-larına imkan sağlanmaktadır. Ayrıca Başkanlığa bağlı olarak çalışan spor merkezi

Sağlık Bilimleri Fakültesi bünyesinde yer alan Spor Bilimleri Bölümü ile birlikte , öğrencilerin spor aktivitelerini gerçekleştirmelerine yardımcı olurken bu alandaki çalışmaları yaygınlaştırmak amacıyla yurt içinde ve yurt dışında yarışmalara katılımı sağlayarak üniversitelerarası köprü görevini yerine getirmektedir.

B. 2. 6. Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi'ndeki Dış Halkla İlişkiler Çalışmalarının Karşılaştırılması

Çok geniş bir alana yayılan halkla ilişkiler çalışmalarını, Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi'nde tek tek ele aldığımızda benzer ve farklı yönlerin olduğu gözlenmiştir.

- Her iki üniversitenin dış çevresinde basın, kamu kuruluşları, öğrenci velileri, YÖK ve diğer üniversitelerle olan ilişkileri, halkla ilişkiler etkinlikleri açısından ele aldığımızda benzer ve farklı yönlerin olduğu gözlenmiştir. Çünkü her iki üniversite de halkla ilişkiler faaliyetleri çok geniş bir alana yayılmıştır.

- Yine her iki üniversite de; basına duyuru hazırlama, bilgi verme ve alma, halkla ilişkiler çalışmalarının başında yer almaktadır. Halkla ilişkiler fonksiyonu sayesinde her iki üniversite; topluma, üniversite hakkında sürekli ve düzenli bilgi aktarmak suretiyle olumlu bir izlenim oluştururken, diğer taraftan toplumun üniversiteden beklenti, dilek ve şikayetleri öğrenebilir ve faaliyetlerini buna göre yeniden düzenleyebilirler. Örneğin;

- Dış halkla ilişkilerde en çok yararlanılan araçların en başında basın gelmektedir. Basının topluma bilgi verme, buna karşılık toplumun çeşitli konulardaki düşüncelerini açıklama işlevi bulunmaktadır. ⁽⁶⁵⁾

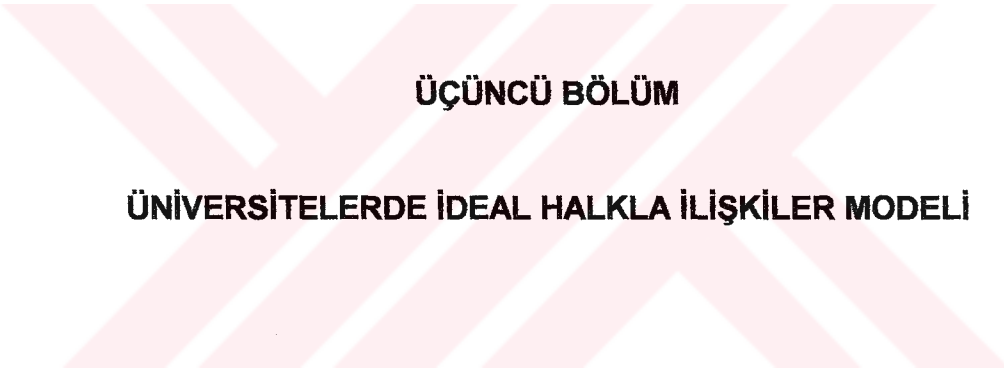
- Başkent Üniversitesi, dış halkla ilişkiler çalışmalarında, basında sık sık yer almaktadır. Örneğin; Başkent Üniversitesi, sağlık ve eğitim alanında ISO 9001 Kalite Belgesini almaya hak kazanan ilk üniversitedir.

⁽⁶⁵⁾ Metin KAZANCI, a. g. e., s. 45

Özellikle kurucusu Prof. Dr. Mehmet HABERAL'ın katılımıyla üniversitenin sağlık hizmetleri ile özdeşleşmiş olan organ bağış kampanyasını yoğun bir şekilde sürdürülmektedir. Bununla ilgili basında birçok haber yer almıştır. Basında Başkent Üniversitesi ile ilgili haberlerden örnekler (EK-2) dedir.

- Her iki üniversite de çeşitli bilimsel, kültürel etkinlikler, basında sık sık yer verilerek her iki üniversitenin tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

- Yine her iki üniversite de mevcut olan İletişim Fakülte'lerinin dış halka ilişkiler çalışmalarına katkıda bulunacak aktif bir şekilde faaliyet gösteren çalışmalarına rastlanılmamıştır. Oysa ki İletişim Fakülte'lerinin kurum içindeki bazı etkinlikleri ve çalışmaları, üniversite dışında da göstermeleri ve böyle bir amaç edinmeleri, bir sorumluluk ve görev anlayışı olarak yer alması gerekmektedir. Bu açıdan her iki üniversitenin dış etkinliklerde aktif olarak görev almaları ve halkla ilişkiler çalışmalarını zenginleştirmeleri gerekmektedir. Böylece hem Üniversitenin çalışmaları dışa yansımış olacak ve hem de araştırma ve inceleme yapacak kimselere, daha iyi olanak sağlanmış olacaktır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTELERDE İDEAL HALKLA İLİŞKİLER MODELİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTELERDE İDEAL HALKLA İLİŞKİLER MODELİ

Halkla ilişkiler; bir kamu kurumunun izlediği hizmet politikasının halka açıklanması, benimsetilmesi, halka örgüt çalışmalarının aktarılması, toplumda olumlu bir tutum yaratılması, halkın da örgüt hakkında ne düşündüğünün, halkın örgütten ne istediğinin öğrenilmesi ve halkla bütünleşmesi adına yürütülen hizmet ve faaliyetlerdir.⁽⁶⁶⁾ Sonuç olarak; halkla ilişkilerin, karşılıklı etkileşime dayalı ve çift yönlü bir faaliyet olduğunu söyleyebiliriz.

Halkla ilişkiler; özel ya da tüzel kişilerin belirlenmiş hedef kitlelerle güvene dayalı dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, bunun neticesinde de karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabalarını içeren bir yöneticilik sanatıdır.⁽⁶⁷⁾

Geniş anlamda halkla ilişkiler, kurumun toplumla bütünleşme yönünde harcadığı çabaların tamamı olarak tanımlanabilir.

Kurumların ilişki içinde bulunduğu hedef kitleleri farklı kesimlerden oluşur. Buna paralel olarak da halk kesimi farklılıklar gösterir. Örneğin; bir hükümet için halk, ülkede yaşayan tüm insanlar, bir dernek için üyeler, bir gazete için okuyucular, bir spor kulübü için de taraftarlar hedef kitleyi teşkil eder.⁽⁶⁸⁾

Halkla ilişkilerin en belirgin özelliği, iki yönlü bir iletişim olmasıdır. Sistemli ve bilinçli yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarında da ilk yapılacak şey, kuruluştan halka, halktan da kuruluşa bilgi akımını sağlamaktır.⁽⁶⁹⁾

⁽⁶⁶⁾ Selçuk YALÇINDAĞ: a.g.m., 1968, s. 69

⁽⁶⁷⁾ M. Alaeddin ASNA: Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi, Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü- Türkiye İş Bankası A.Ş. Vakfı Yayınları, 1988, s. 34

⁽⁶⁸⁾ Zeyyat SABUNCUOĞLU: a.g.e., s. 3

⁽⁶⁹⁾ Selçuk YALÇINDAĞ: "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Halkla İlişkiler Sempozyumu - 87, Ankara, 1987, s. 57

Halkla ilişkiler; "organizasyon ile ilgili çevreleri arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini sağlayıp sürdürmeye yardımcı bir yönetim fonksiyonudur"⁽⁷⁰⁾ şeklinde de tanımlanmaktadır. Söz konusu bu fonksiyon, kamuoyu ile ilgili bilgilerin yönetime verilmesi, yönetimin de kamuya karşı olan sorumluluklarının belirlenmesi, ayrıca çevrede meydana gelen gelişmeler ve değişiklikler hakkında yönetimin bilgilendirilmesi görevlerini içine alır.

Halkla ilişkiler ile ilgili tanım geliştirme çabaları konuya duyarlı kişi ve kuruluşlar tarafından her dönemde sürdürülmüştür. Örneğin; 1982 Kasım'ında Amerikan Halkla İlişkiler Birliği'nin 35. Ulusal Konferansı'nda ideal bir halkla ilişkiler fonksiyonu⁽⁷¹⁾

1. İşletme (organizasyon) yönetimince yürütülen planlı ve sürekli bir programdır.
2. Organizasyon ile iç ve dış çevreleri arasındaki ilişkilerle ilgilidir.
3. Organizasyonun iç ve dış çevrelerini oluşturan kişi ve kurumların tutum ve davranışlarını izler.
4. Örgütsel politikaların ve faaliyetlerin çeşitli çevreler üzerindeki etkilerini analiz eder.
5. Kamu yararı ile organizasyonun çıkarlarını dengelemek üzere bu örgütsel faaliyetleri ve politikaları gözden geçirir.
6. Organizasyon ile ilgili çevrelerine karşılıklı olarak yarar sağlayacak yeni politikaların oluşturulması konusunda yönetime danışmanlık yapar.
7. Organizasyon ile ilgili çevreleri arasında karşılıklı etkileşimi sağlayıp sürdürür.
8. Organizasyonların iç ve dış çevrelerinde organizasyon lehine tutum ve davranış değişikliği yaratmaya çalışır.

⁽⁷⁰⁾ Hikmet SEÇİM: a.g.e., s. 4

⁽⁷¹⁾ Hikmet SEÇİM: aynı yer

9. Organizasyon ile ilgili çevreler arasında, yeni yapıcı ilişkiler geliştirir, şeklinde açıklanmıştır.

İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü'nün Kasım 1987'de yaptığı tanım ise; "Halkla ilişkiler, organizasyon ile ilgili çevreleri arasında karşılıklı iyi niyet ve anlayışı sağlayıp sürdürmeye yönelik planlı sürekli çabalardır"⁽⁷²⁾ şeklindedir.

Bütün bu tanımların odak noktası insanlardır. İnsanların beklentisi, ihtiyaç ve arzularına cevap bulmaktır. Gerçekleştirilen etkinliklerle insanlara bilgi vermek, ikna etmek, etkilemek ve insanlara yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerde onların rızasını kazanmak halkla ilişkilerin en önemli amacıdır.

Yapılan bu tanımlara göre halkla ilişkilerin temel özelliklerini oluşturan hususlar⁽⁷³⁾

1. İki yönlü ilişki kurmak,
2. Esas olanın doğru bilgi, iyi niyet ve dürüst hareket olması,
3. Gerçekleri açıklama yoluyla ikna ederek inandırıcı olmak,
4. Sabırlı çalışmak,
5. Yaygın sorumluluk,
6. Fikir tartışmalarına daima açık olmak,
7. Süreklilik,
8. Olumlu imaj yaratmak,
9. Yanıltıcı olmamak,
10. Yıkıcı olmamak, şeklinde belirtilebilir.

⁽⁷²⁾ Hikmet SEÇİM: aynı yer

⁽⁷³⁾ Zeyyat SABUNCUOĞLU: a.g.e., s. 25, 39-42

Halkla İlişkilerin her aşamasında dürüst davranmak, araştırma ve değerlendirmede, mesajların ve programların hazırlanmasında, planların uygulanmasında objektif ve gerçekçi bir yaklaşımda bulunmak, çalışmaların başarısını artırır. Kamuoyunun inanç, güven, işbirliği ve desteğinin kazanılması halka doğru bilgi vermekle orantılıdır. Esasen, halkla ilişkilerin reklam ve propagandadan en ayırıcı niteliği, insanlara doğru bilgi vermede objektif ve gerçekçi olmasıdır.

Üniversitelerde ideal halkla ilişkileri düşündüğümüz zaman, üniversite kendi tanıtımını yaparken aynı zamanda topluma şeffaf bir görüntü vermelidir. Bu doğrultuda akademik personel, insanlara yarar sağlayıcı ve yön verici bilgiler vermeli. Örneğin; Ziraat Fakültelerinde Ziraat Fakültesi hocalarının başkanlığında köy uygulamaları yapılabilir ve ziraat mühendislerine yeni teknoloji hakkında bilgi verilebilir. Burada halkla ilişkilerle ilgili iki husus ön plana çıkmaktadır: Bilgi ulaştırma ve teknolojinin yeni ürünlerini tanıtmak.

Yine üniversitelerde halkla ilişkiler görevlileri, doğrudan doğruya öğrencilerle ve halkla ilişki içinde olmalıdır. Bu iletişimi kurarken, halkla ilişkiler araçlarını, amaçları doğrultusunda kullanmalıdırlar.

Üniversitelerde akademik personele teknolojinin gereği olarak sürekli hizmet içi eğitim kursları düzenlenmeli, özellikle de üniversitelerin İletişim Fakülteleri aktif olarak halkla ilişkiler çalışmalarını yönlendirici bir unsur olmalıdırlar.

Üniversiteler halkla ilişkiler araçlarını genel amaçlarına uygun olarak kamu ve özel kuruluşlarla, özellikle de basınla olan ilişkilerini en iyi bir şekilde yürütmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Halkla ilişkiler çalışmaları, çağımıza özgü bir uygulamadır. Gerçi kimi uzmanlar halkla ilişkiler uygulamasının başlangıcını eski çağlara kadar götürürlerse de, onun düzenli, planlı ve en önemlisi belirli bir amaca yönelik bir çalışma olarak ortaya çıkması çağımızda gerçekleşmiştir.

Halkla ilişkiler çalışmalarının çağımızda ortaya çıkmasının nedeni, gerek kamu kesimi ve gerekse özel kesim kuruluşlarının çevre ile düzenli ilişki kurmaya zorlanmalarıdır

Halkla ilişkiler çalışmalarının temelinde; iletişim yatar. Her halkla ilişkiler olayı, aynı zamanda bir iletişim olayıdır. Bu nedenle de halkla ilişkiler uygulamasını anlamaya çalışmak, önce iletişimi anlamayı gerektirir.

Halkla ilişkiler çalışmalarının, İletişim Fakültelerinin Programları içerisinde yer alması, rastlantı değildir. Halkla ilişkiler çalışmalarının İletişim Fakültelerine aidiyeti, onun temelinde yatan olayın bir iletişim olayı olmasının doğal sonucudur.

Özetlersek; halkla ilişkile iki yönlü bir ilişkiye dayalı bir iletişim süreci üzerine oturur. Halkla ilişkiler en iyi yapanlar, normal olarak bu disiplinin eğitimini almış olanlar, halkla ilişkiler eğitimi görmüş olanlardır. Halkla ilişkiler sadece halkla ilişkiler biriminde çalışanların değil, tüm kurum personelin sorumluluk alanına girer. O, her kesin görevidir. Daha yumuşak bir deyimle; kurumun tüm çalışanları, halkla ilişkiler alanında sorumlulukları bulunduğu farkında olarak, en iyi yapanlar, normal olarak bu disiplinin eğitimini almış olanlar, halkla ilişkiler eğitimi görmüş olanlardır. Halkla ilişkiler sadece halkla ilişkiler biriminde çalışanların değil, tüm kurum personelin sorumluluk alanına girer. O, her kesin görevidir. Daha yumuşak bir deyimle; kurumun tüm çalışanları, halkla ilişkiler alanında sorumlulukları bulunduğu farkında olarak, eylem ve işlemden bulunmak zorundadır. Ancak örgütleyici ve

düzenleyici ünite, kurumun halkla ilişkiler birimidir. Daha doğrusu bu misyon, halkla ilişkiler birimlerinin asli görevidir.

Halkla ilişkileri yürüten kişi ya da ekibin konularında yapabilecekleri çalışmalar değişik açılardan olmak üzere beş temel gruba ayrılmaktadır. Bunlar:

a. Kuruluşun çevresini oluşturan vatandaş, müşteri ya da kullanıcı gibi adlarla anılan kişilerle yüz yüze ilişkilerde örgütün olumlu bir tutum içinde olmasını sağlamak, bu konuda çalışmalar yapmak;

b. Yığın iletişim araçları ile ilişkiler kurmak ve kuruluşla ilgili haberlerin bu araçlarda yer almasını temin etmek;

c. Kurulustan çevreye doğru çıkan değişik nitelikteki haberlerin birbirleriyle uyumunu sağlamak ve ortaya çıkabilecek çelişkileri önlemek veya en aza indirmek;

d. Kuruluşun içinde herkese hoş gelen ve içinde bulunmaktan mutluluk veya gurur duyabilecekleri bir örgüt iklimi yaratabilmek için yapılan çalışmalara aktif olarak katılmak, içeride çalışanlarla karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurup bu yönde belidi bir anlayışı geliştirmek;

e. Çevre ile kuruluş arasında haberleşme politika ve programlarını saptayarak bunların gerçekleşmesi için tüm yöneticilerle işbirliği yapmak ve üst makamlara öneri götürmektir.

Halkla ilişkiler faaliyetinin özünde haberleşme ve kitle iletişim olayı yatar. Ancak çalışmalar sadece bununla sınırlı değildir, olmamalıdır. Yukarıda özet niteliğinde sıraladığımız önerilerde başarılı olmak için halkla ilişkiler olayını, çevreyle haberleşme olayının ötesine taşımak gerekmektedir. Çünkü yalnızca iletişim konusuyla kendisini sınırlayan bir uygulamanın başarısı da kuşkusuz sınırlı olacaktır. Halkla ilişkilerdeki yaratıcılık her kümeyi, her olayı kuruluş yararına sonuç verecek biçimde aksiyona çekebilmelidir. Bu konuda herhangi bir ölçüt de yoktur. En küçük bir olay bile yansımaları açısından çok

önemli bir olay haline gelebilir. İşte halkla ilişkiler çalışması bunu başaran çalışmadır. Buradaki tek sınırlama ahlaki, etik sınırlarının dışına çıkılmaması, doğru ve gerçek olaylar üzerine çalışmaların oturtulabilmesidir.

Halkla ilişkiler konusunda ortaya birçok aksaklık çıkmaktadır. Birçok engel söz konusudur. Bu da kuşkusuz normaldir. Her çalışma mutlaka belirli engellerle karşılaşır. Halkla ilişkiler konusunda engelleyici rol oynayan aksaklıkları şöyle sıralayabiliriz: Yapılan hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından yetersiz olduğu yerlerde iyi, başarılı bu- halkla ilişkiler uygulaması ya mümkün değil ya da çok zordur. İş sahiplerine, tüm yönetilen kategorilerine eşit işlem yapılması zorunludur. Aşırı formalizmden kaçınmalı, yönetim eylem ve işlemlerinde olabildiğince açık olmalıdır. Saydamlık ve açıklık halkla ilişkilerin aslında amaçladığı, varmak istediği bir hedeftir. Böyle bir ortam sağlandığında halkla ilişkileri yürütmek kolaylaşacak, hatta bazı durumlarda halkla ilişkiler kendiliğinden yürüyen bir işlev olacaktır. Gizliliğin olmadığı yönetim modellerinde halkla ilişkiler çok değişik sorunlarla uğraşmakta, daha doğrusu halkla ilişkilerin uğraşı alanı bir üst düzeye yükselmektedir. Sözgelimi; açık yönetim modellerinde bilme-tanım eksikliğinin yol açtığı sorunlar hafiflemeaktadır. Bu yönde halkla ilişkiler birimlerinden çözüm bekleyen sorunlar da ister istemez en aza inmektedir.

Halkla ilişkiler çalışmalarının, belirli bir plandan uzak ve rast gele yürütülmesinden vazgeçilip "bilgilendirici ve tedavi edici halkla ilişkiler" çalışmalarının artırılmasına yer verilmelidir. Örneğin; basın bürolarının, halkla ilişkiler çalışmalarında her şeye rağmen önemli bir yeri vardır. Çünkü tedavi edici ve kamuoyundaki yanlış anlamayı düzeltici nitelikte de olsa yaptıkları çalışma önemlidir.

Uygulamalı bir sosyal ve davranışsal bilim olan halkla ilişkiler;

1. Yönetimin içinde yer aldığı çevrenin tutum ve davranışlarını ölçer, değerlendirir ve yorumlar,

2. Yönetimin plan, politika, personel ve yaptığı üretimin kamuca anlaşılması ve benimsenmesi için yönetimin amaçlarının saptanmasına yardım eder,

3. Hedef kitlelerin gereksinmelerini, amaçları ve ilgilileri ile örgüt amaçlarının denkleştirilmesini sağlar,

4. Kamuca benimsenme ve anlaşılmayı sağlamak için program r, uygulamalar ve değerlendirir.

Bu açıdan halkla ilişkiler, çağımızın kamu yönetimi ve diğer kuruluşlar için bir zorunluluk ve görev sayılmaktadır. Bunun nedeni iki noktada toplanabilir: Birincisi, halkı bilgi sahibi etme istek ve zorunluluğunun artmış olmasıdır, ikincisi ise, kamu otoriteleri ve diğer kuruluşlar için yöneticilerle sıkı ilişkiler kurmak gereğinin duyulmasıdır. Bugünün vatandaşı geçmiş yıllardan daha çok yönetim hakkında bilgi sahibi olmakta ve yönetimle ilgilenmektedir.

Siyasal, ekonomik ve toplumsal koşullardaki değişim ve gelişmeler önce kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamalarını zorunlu hale getirmiştir. Şimdilerde kamu yönetiminin hemen hemen tüm kurumlarında uygulanan halkla ilişkiler denildiğinde ilk akla gelen, biçimsel olarak alınabilecek önlemler ve ilişkiyi kolaylaştırmaya yönelik aracı birimlerdir. Nitekim kamu örgütlerinde varolan halkla ilişkiler birimlerini bu açıdan değerlendirmek yanlış olmayacaktır.

Gerçekte halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik çalışmaların, kuruluş içinde yapılan bir birim kanalıyla yürütülmesi durumunda, hizmetin en iyi biçimde yerine getirilmesi ve öngörülen amaçların gerçekleştirilmesi büyük ölçüde, ilgili birimin örgüt içindeki yerinin iyi saptanmasına bağlı bulunmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler birimlerinin, kurumun örgütsel politikalarını yönlendiren üst yönetici ile her an kolayca ilişki içinde bulunabilecek bir konumda olması kaçınılmazdır.

Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamasının, yöneten ve yönetilen düzeylerinde gereği gibi yerleşip işlediğini söylemek pek mümkün

değildir. Üst yönetici ile olan iletişim eksikliğinin bu hususa etki eden önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Ancak bununla birlikte, Türk kamu kesimindeki halkla ilişkiler uygulaması genel anlamda kurumlaşmış bir görünüm sergilemektedir.

Halkla ilişkiler birimleri, yönetimin çalışmaları konusunda halkı aydınlatma ve yönetilenlerin tepkilerini değerlendirerek ilgili makamlara sunma yoluyla yönetim politikalarını ve uygulamalarının yönlendirilmesinde aracılık etmek biçiminde ortaya çıkmasına rağmen uygulamada, söz konusu birimlerin bu görevi gerçekleştirmekten oldukça uzak oldukları görülmektedir.

Çünkü halkla ilişkiler program ve uygulaması kamu kuruluşlarında genel çerçevede belirli bir temel anlayışa oturtulamamış ve uygulama ilkeleri aradan geçen zamana karşın netlik kazanamamıştır. Türk kamu örgütleri açısından bu sonucu doğuran başlıca etkenler şöyle sıralanabilir:

1. Personelin halkla ilişkiler konusunda gerekli bilgiye sahip olmaması,
2. Yetişmiş uzman personel eksikliği,
3. Kamu yönetiminin geleneklerine bağlılığı ve yönetimde açıklık ilkesinin gereği gibi işlememesi,
4. Personelin kendi görevi ile ilgili gerekli bilgi ve becerilere sahip olmaması,
5. Halkın eğitim düzeyinin düşüklüğü ve yönetime katılma isteğinin zayıf olması,
6. Halkın kamu örgütleriyle ilişkilerinde aracı kullanma girişimleri,
7. Kamu yönetiminde katı mevzuat kurallarının uygulanması çerçevesinde oluşan kırtasiyeciliğin artması,
8. Halkın sorunlarını yönetime gerektiği şekilde anlatamaması,

9. Yöneticilerinin halkla ilişkiler konusundaki bilgi ve beceri eksiklikleri, ilkesiz yaklaşımları,

10. Kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler birimleri ve diğer birimler arasındaki iletişim kopukluğu ve koordinasyon eksikliğinin olması,

11. Halkın, devlet ve devlet hizmetlerine karşı güvensizliğinin olması,

12. Personelin halkla ilişkiler ve insan ilişkileri konusunda yetersiz olması ve örgüt tarafından halkla ilişkilerin öneminin anlaşılamaması.

Bütün bu etkenlerin bir sonucu olarak bazı kamu örgütlerinde halkla ilişkiler birimleri tanıtma ve tanımaya yönelik etkinlikler göstermelerine rağmen bunların çoğunluğu, daha çok vatandaşların örgütle olan günlük ilişkilerini iyileştirmeye dönük bir işleve bürünmüşler ve kurumdan çok, kurum üst yöneticisinin tanıtılmasına yönelmişlerdir .

Her ne kadar bu birimler, yönetimin ilişkide bulunduğu toplum kesimlerinin istek, dilek ve beklentilerini belirleme ve bunları değerlendirerek kuruluşun ilgili birimlerine iletme gibi bir görevi üstlenmesine rağmen bu görev kamu örgütlerinin hemen hemen hepsinde gereği önce önemsenmeyerek tanıtma işlevi ön plana çıkarılmıştır. Söz konusu birimler yöneten ile yönetilenler arasındaki aracı rollerini gereği gibi dengele yememiştir. Nitekim bunun bir sonucu olarak da Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulaması, yönetim ile halk arasında ortaya çıkan uyumsuzlukları gidermekten çok toplumsal sorunların sonuçlarına yönetileni inandırma amacına yönelik bir görev üstlenmiştir.

Halkla ilişkilere dönük hizmetler çoğu kamu kuruluşunda yalnız bir anlam kazanarak, gelişme gösterebilmesinin ilk şartı, yönetimin kendisini halkın hizmetinde bir iletişim kanalı olarak görebilmesidir. Hizmet eden ve hizmet edilen anlayışı, gerek hizmetlerden yararlanan hedef kitlenin ve

gerekse de yönetici ve görevlilerin halkla ilişkiler sorumluluklarını birlikte yüklenmelerini gerektirmektedir.

Bu nedenle öncelikle toplumda anlayışın değişmesi, kurumsal düzenlemelerin ve personel durumun düzeltilmesi ve bu hizmetlere gereken önemin verilmesi gerekmektedir.

Bilindiği gibi, özel kesimin doğmasında, var olmasında ve varlığını sürdürmesinde bir tek amaç belirleyicidir: kâr elde etmek ve bu kârlılığı sürdürmek. Bu amacın yok olması ya da biçim değiştirmesi işletmenin sonu demektir. Örneğin;

Özel Üniversitelerin ticari anlamda önemli bir kazanç kapısı açtığı ortaya çıkınca, büyük holdingler birer birer vakıflar kurup, kendi üniversitelerini açmak için harekete geçtiler. Bugün Türkiye'de 18 Vakıf Üniversitesi eğitim veriyor. Gerek kampüs olanakları, gerek eğilim metotları açısından devlet üniversitelerinden büyük farklılıklar gösteren bu üniversitelerde çocuklarını okutmak isteyen aileler, yılda 3 bin dolar ile 12 bin dolar arasındaki okul ücretini gözden çıkarmak zorunda. Otelleri aratmayacak yurtlar, teknolojinin tüm olanaklarının kullanıldığı eğitim binaları ve hepsinden önemlisi de üniversitelerin arkalarındaki holding desteği nedeniyle sağlanan kariyer imkanı, aileleri bu zorlu yolculuğa çıkmaya zorluyor. Üniversiteler arasındaki yoğun rekabet, bu sektörde de birtakım müşteri odaklı stratejiler geliştirilmesine yol açıyor. Artık bu sektörde de markalanma süreci başlamış durumda. Ve bu "marka üniversiteler", büyük holdinglerde mezunlarına iş garantisi vermek gibi iddialı hizmetler de sunuyorlar. Bu arada, bu üniversiteler arasındaki, en ünlü öğretim elemanını kapma yarışını da göz ardı etmemek gerekiyor. Her öğretim yılının son aylarında, üniversiteler, özellikle son sınıf öğrencilerini şirketlerin insan kaynakları departmanlarıyla tanıştırmak için kariyer günleri düzenliyor. Özel üniversiteler, kariyer imkanı oluşturma yanı sıra, yurtdışında master eğitimi sağlamak için de, yurtdışındaki üniversitelerle işbirliği içine giriyor.

Bu çerçevede Devlet Üniversitelerinin ise, kazanç elde etmek ve kazancı artırmaya yönelik bir çalışması olmayıp gelecekte kendisine yararlı birer yurttaş yetiştirmeyi ve yetiştirdiği kişilere, hem yeni istihdam olanakları sağlamayı hedefliyor ve hem de onları toplumun güvencesi haline getirmeye çalışıyor. Devlet Üniversitelerinden birisi olan Gazi Üniversitesi de, bu amacı hedefliyor. İşte devlet üniversiteleri ile özel üniversiteler arasındaki belki de en belirgin farklılığın bu olduğu ortaya çıkmaktadır.

Temellerini 1926 yılında Atatürk tarafından atılan ve onun ismini alan ve bugün öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısı açısından dünya ortalamasını yakalayan ve az sayıdaki üniversiteden birisi olan Gazi Üniversitesi, ulusal ve uluslar arası bilime ve kültüre kazandırdığı eserler ve katkılarla dikkatleri çekmektedir.

Araştırma konumuz olan Gazi Üniversitesi ile Başkent Üniversitesi de, kurum içi ve kurum dışı faaliyetlerde öğrencilerle ilgili sportif ve kültürel etkinlikler hemen hemen birbirine benzer özellikler göstermektedir. Örneğin; basketbol, voleybol, hentbol, futbol ve tenis müsabakaları her iki üniversite de, üniversite bünyesinde ve Üniversiteler arası gerçekleştirilen müsabakalardandır.

Her iki üniversite de, kurum dışı faaliyetlerde ise; basına duyuru verme, kurum dışı faaliyetler içerisinde yer almaktadır. Üniversite ile ilgili bütün haberler, açılış-kapanış törenleri, rektörün konuşması, üniversiteyi ünlü iş adamlarının ve kişilerin ziyaret etmeleri, bilimsel toplantılar vb. hususlar, üniversitenin, "Halka İlişkiler ve Basın Müşavirliği" tarafından basına duyurulmaktadır.

Ayrıca her iki üniversitenin, İletişim Fakülteleri, kurum dışı faaliyetlerini, "Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü" tarafından yapılan tanıtım faaliyetleri, sosyal sorumluluk anlayışı ile kabullenmeleri gerekmektedir. İletişim Fakültelerinin, Halkla İlişkiler Bölümü, aktif olarak diğer bölümlere örnek oluşturacak şekilde etkin bir "Halka İlişkiler Örgütü" kurmalıdır. Bu alanda

alışan akademik personelin, İletişim Fakülteleri olarak daha aktif bir şekilde örgütlenmesi gerekmektedir. Örneğın; bu akademik personelin, her iki üniversitenin tanıtımı ile ilgili olarak; duyurular, haber bültenler, ilanlar, davetiyeler hazırlanması gibi hususlarda daha etkin görevler ve sorumluluklar alabilirler.

Yine her iki üniversite de yapılan kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler çalışmalarında envanter toplanırken, belgelere ulaşmada zorluklar ve sıkıntılar çekilmiştir. Arşivlerde yeterli belgelere ulaşmamıştır. Belgelerin olmaması, halkla ilişkiler çalışmaklarının örgütlenmesinde büyük bir eksiklik olarak gözlenmiştir. Geçmiş yıllardaki halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılan öğrenci ve personele yönelik belge ve dokümanların gelecek çalışmalarda da etkin olarak değerlendirilebilmesi açısından bu tür çalışmalar arşivde saklanmalıdır. Ayrıca her iki üniversitede Arşiv Bölümü'nün kurulması ve Arşiv Bölümü mezunlarının bu bölüme alınarak bunların, hem halkla ilişkiler alanında aktif olarak çalışmaları sağlanmış olacak ve hem de öğrenci ve akademik personelin çalışmalarında katkı sağlayabilecektir.

Halkla ilişkiler çalışmalarında, ister özel üniversite olsun ya da ister devlet üniversitesi olsun, genel olarak çok bariz bir farklılığa rastlanılmamıştır. Örneğın; her iki üniversite de öğrenci, personel, akademik personel, basın, kamu kuruluşları, YÖK, diğer üniversitelerle olan ilişkiler temelde benzer faaliyetlerle yapılmaktadır. Yalnız Gazi Üniversitesi'nin, kalabalık öğrenci ve personele sahip olması nedeniyle halkla ilişkiler faaliyeti, Başkent Üniversitesi'ne göre daha aktiftir. Halkla ilişkiler araçları bakımından zenginlik göstermektedir. Başkent Üniversitesi ise, henüz yerleşik bir üniversite olmaması sebebiyle halkla ilişkiler çalışmaları, Gazi Üniversitesi'ne göre çeşitlilik arz etmemektedir.

Başkent Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin barındıkları yurtlar ile Gazi Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin barındıkları yurtlar kıyaslandığında

ortaya çok önemli farklar çıkmaktadır. Örneğin; Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü'nde hizmet veren öğrenci yurtları tek ve çift kişilik olmak üzere toplam 500 yatak kapasitesine sahipken, Gazi Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin barındıkları yurtların odaları 6 ile 12 kişilik odalar şeklindedir.

Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü'nde kurulmuş olan Öğrenci Sağlık Merkezi'nin hafta sonları da dahil olmak üzere 24 saat hizmet verdiği tespit edilirken, Gazi Üniversitesinde okuyan öğrencilerin böyle bir imkana sahip olmadıkları gözlemlenmiştir. Dolayısıyla da bu alanda öğrencilere sunulan imkanların, Özel Üniversitelerde daha üst seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Her iki üniversite de yapılan araştırmalar sonucunda halka ilişkiler alanında çalışan personelin, özellikle de Başkent Üniversitesi'nde, alanının uzmanı olmayan kişilerin Halka İlişkiler Bölümü'nde çalıştığı tespit edilmiştir. Gazi Üniversitesi'nde ise, bu işin uzmanı olan kişilerin çalıştığı gözlenmiştir. Bu nedenle de Basın ve Halka İlişkiler Müşavirliği'nde çalışan personelin, bu alanda uzman olan kişiler olması gerektiği gözlemlenmiştir.

Her iki üniversitenin de, hem kendini ve hem de yaptığı çalışmalarını tanıtmada kullanabileceği araçlardan biri de; kendi girişimleriyle ve kendi sorumlulukları altında yayınladığı basılı araçlara daha fazla yer vermelidir.

Yine yapılan çalışmaları, günümüzde, iletişim araçlarının başında gelen görsel ve işitsel yayınlardan fazladan yararlanmalı, hatta işitsel ve görsel yayınların akademik personel gözetiminde açılmasına çalışılmalıdır.

Özetle; üniversitelerde halkla ilişkiler, ne bir fantazi, ne bir zorlama ne de yasal bir buyruktur. Halkla ilişkiler, başka temel sistemler üzerine oturan ve iyi uygulandığı zaman olumlu sonuçlar veren bir çalışmadır. Hem kamu ve hem de özel üniversiteler, halkla ilişkileri, önemli bir misyon olarak gördüğü takdirde, bu alanda gelişmeler sağlanabilir. Yalnız böyle bir düzeye

ulaşabilmek için de, hem yöneticilerin, hem akademik personelin, hem halkla ilişkilerde görevli personelin ve hem de toplumun her kesimi, halkla ilişkileri, devlet üniversitelerinde ve özel üniversitelerde uygulanması ve gelişmesi için çalışması gerekmektedir. Bugün bu düzeye vardığımız tartışmalıdır. Ülkemizde halkla ilişkiler konusunda, hem devlet ve özel niversiteleri yeterli çabayı göstermiyor ve hem de insanların bu hizmete talebi sınırlı olduğu gözlenmektedir. Böyle olunca da halkla ilişkiler çalışmalarında önemli kısıtlılıklar olacağı, eksikliklerle karşılaşılacağı açıktır. Kırk yıldır az ya da çok halkla ilişkiler konularıyla uğraşılmasına karşın hem ülke ve hem de niversiteler açısından aldığımız yol pek sevindirici değildir. Ama yine de bu konuda ülkemizin önemli gelişmeler ve atılımlar yaşadığını, halkla ilişkiler açısından bizi güzel bir gelecek beklediğini, mesleğe yönelik yoğun talebin bunun en kesin göstergelerinden biri olduğu ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- ASNA, M. Alaeddin
1988 **Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi**, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü – Türkiye İş Bankası A.Ş. Yayınları
- ASNA, M. Alaeddin
1978 **Halkla İlişkiler**, Ankara: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları
- ASNA, M. Alaeddin
1969 **Halkla İlişkiler**, Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları
- ASNA, M. Alaeddin
1979 **Halkla İlişkiler**, İstanbul
- BAYRAMOĞLU, N. Nisa
1989 "Tanıtmada Enformasyonun Rolü", **Türkiye Tanıtma Müdürlüğü Sempozyumu**, Ankara: Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Yayınları
- BİLGE, Necip
1983 **Hukuk Başlangıcı**, Ankara: Turhan Kitabevi
- Britannica Ansiklopedisi**
1967 XVIII
- BOSTANCI, M. Naci
1995 **Toplum, Kültür ve Siyaset**, Ankara: Vadi Yayınları
- BUDAK, Gönül ve BUDAK, Gülay,
1995 **Halkla İlişkiler Davranışsal Bir Yaklaşım**, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım AŞ
- CUTLIP, Scott & CENTER, Allen,
1982 **Effective Public Relations**, Prentice Hall, New Jersey
- DOĞAN, İsmail
1993 **Sosyoloji**, Ankara: İmaj Yayıncılık
- DÖKMEN, Üstün
1998 **Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çalışmaları ve Empati**, İstanbul: Sistem Yayıncılık

ERTEKİN, Yücel

1986 **Halkla İlişkiler**, Ankara: TODAİE Yayınları

GEZGİN, Suat

1996 "Gönüllü Gazeteciler", **Yeni Türkiye Dergisi**, Medya Özel Sayısı, 12, Ankara: Yeni Türkiye Medya Hizmetleri Yayını

GÖKSEL, Ahmet Bülent

1990 **Halkla İlişkiler**, İzmir

GÖLCÜKLÜ, Feyyaz

1970 **Haberleşme Hukuku**, Ankara: S.B.F. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları

GÜRÜZ, Demet

1994 **Halkla ilişkiler Teknikleri**, İzmir: Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları

KADIBEŞGİL, Salim

1986 **Halkla İlişkilerde Temel İlkeler**, İzmir

KAYAALP, İsa

1998 **İletişim ve Dil**, Ankara: Türk Diyanet Vakfı Yayınları

KAZANCI, Metin

1995 **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**, Ankara: Turhan Kitabevi

KOBRE, Sidney

1974 **Successful Public Relations for Colleges and Universities**, New York: Hasting House

KOCABAŞ, Füsün, ELDEN Müge ve YURDAKUL Nilan

1999 **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İstanbul: İletişim Yayınları

KÜÇÜKKURT, Mehmet

1989 "Halkla İlişkiler Açısından Halk Kavramı," **Kurgu Dergisi**, Eskişehir, AÖF İletişim Bilimleri Dergisi, 5

MARDİN, Betül

1987 "Halkla İlişkilerin ABD'de Gelişimi ve Avrupa'ya Girişi", I. **Polis- Halk İşbirliği Sempozyumu**, 1, Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü Basımevi

MIHÇIOĞLU, Cemal

1986 "Halkla İlişkiler Nedir?", Der. Fermani Maviş, **Halkla İlişkiler**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları Açık Öğretim Fakültesi Yayınları

ONAL, Güngör

1982 **Halkla İlişkiler**, Bursa: İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi İşletme Fakültesi Yayınları

ORRICK, James B.

1967 **Halkla İlişkiler**, Çev. Oğuz ONARAN, 1, Ankara: Ankara Üniversitesi BYYO Yayınları

ÖZER, Ahmet

1991 "Halkla İlişkiler", **İdarecinin Sesi Dergisi**, C. 5, S. 2, Mart

ÖZER, Kadir

1998 **İletişimsizlik Becerisi**, İstanbul: Varlık Yayınları

ÖZGEN, Ebru

1986 "Halkla İlişkilerde Televizyon ve Televizyon Reklamları", **Marmara İletişim Dergisi**, S. 6, Nisan 1994

ÖZKAN, Işık

1989 **Basım Yayın İşletmeciliği**, İzmir

SABUNCUOĞLU, Zeyyat

1992 **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Bursa: Rota Ofset

SEÇİM, Hikmet

1998 **Halkla İlişkiler**, 9, Eskişehir: Edit. Ayhan Hakan, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları

ŞEN, Semra ve ÇERÇİ, Meral

1974 **Halkla İlişkiler**, Ankara

TOKGÖZ, Oya

1986 **Televizyon Reklamlarının Anne-Çocuk İlişisine Etkileri**, Ankara: Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları

TORTOP, Nuri

1993 **Halkla İlişkiler**, Ankara: Yargı Yayınları

UYSAL SEZER, Birkan

1986 "Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları", **Orta Kademe Yöneticileri Semineri**, Ankara: TODAİE Yayınları

UYSAL SEZER, Birkan

1986 "Halkla İlişkilerde Üst Kademe Yöneticilerin Rolü ve Önemi", **Halkla İlişkiler Semineri**, Ankara: TODAİE Yayınları

VAROL Muharrem

1987 "Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları", **Orta Kademe Yöneticileri Semineri**, Ankara: TODAİE Yayınları

YALÇINDAĞ, Selçuk

1968 "Mahalli İdarelerde Halkla İlişkiler", **Amme İdaresi Dergisi**, 3-4, Ankara: TODAİE Yayınları

YALÇINDAĞ, Selçuk

1987 "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", **Halka İlişkiler Sempozyumu – 87**, Ankara: TODAİE Yayınları

ZILLIOĞLU, Merih Z.

1986 **Sinematografik Bilim-Kurgu Yayınlarının Çocukların Dünya Görüşünün Oluşumu Üzerindeki Etkileri**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları

EKLER

EK	Sayfa
1. GAZİ ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRENCİLERE YÖNELİK İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER.....	91
2. GAZİ ÜNİVERSİTESİ'NDE PERSONELE YÖNELİK İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER	95
3 .GAZİ ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRETİM ÜYELERİNE YÖNELİK İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA ÖRNEKLER	96
4. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRENCİLERE YÖNELİK İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER.....	98
5. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ'NDE PERSONELE YÖNELİK İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA ÖRNEKLER.....	100
6. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİNDE AKADEMİK PERSONELE YÖNELİK İÇ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER.....	101
7.GAZİ ÜNİVERSİTESİ İLE İLGİLİ HABERLERİN BASINDA YANSIMALARI.....	102
8. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ İLE İLGİLİ HABERLERİN BASINDA YANSIMALARI	103



T.C.
BAŞBAKANLIK
GENÇLİK VE SPÖR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
VE
GAZİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ



19. GENÇLİK HAFTASI AÇILIŞ KONSERİ

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
GAZİ EĞİTİM FAKÜLTESİ
MÜZİK ÖĞRETMENLİĞİ ANABİLİM DALI
ÖĞRENCİ ORKESTRA VE KOROSU

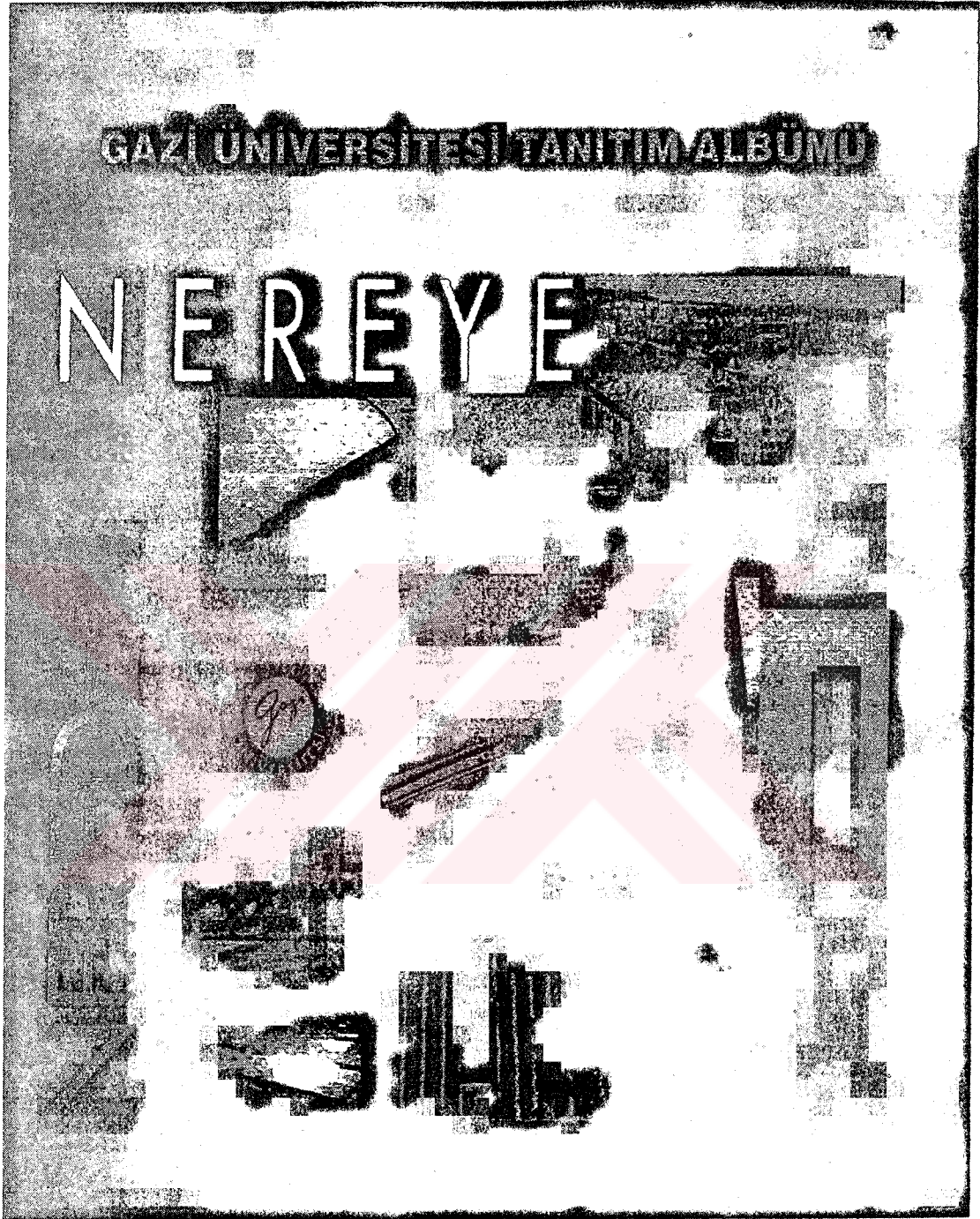
Yöneten : Yakup Kıvrak

Koro Şefleri : Doç.Dr. Meral Töreyin - Öğr.Grv. Serap Yükrük

15 Mayıs 2001
Saat: 20.00

CSO Devlet Konser Salonu

EK-1 Gazi Üniversitesi'nde öğrencilere yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler



EK-1 devam

Özel Üniversitesi Bülteni

TANITIM EKİBİ ÜNİVERSİTEMİZİ BAŞARIYLA TEMSİL ETTİ



İzmir Özel Saint Joseph Fransız Lisesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen III. Bilgilendirme, Yönlendirme ve Meslek Tanıtım Forumu, 4-5 Mart 2000 tarihleri arasında İzmir'de yapıldı.

Katılımcı da gerçekleştiren organizasyona Üniversitemiz temsilci olarak Fakültesinden Doç. Dr. İsmet TOK, Eğitim Fakültesinden Ar. Gör. Nuriye SAY, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden Doç. Dr. Cem KILIÇ, Mühendislik Fakültesinden Ar. Gör. Nuriye TOK, Tarih ve Tarih Eğitimi Fakültesinden Ar. Gör. Murat TUNA, İktisadi ve İktisadi Bilimler Fakültesinden Doç. Dr. LEMAN ve Doç. Dr. Emel KILIÇ katıldılar.

Katılımlı boyunca süren tanıtım faaliyetlerinde her öğretim elemanı kendi bulunduğu fakülte ve branşında tanıtım faaliyetlerinde yerini aldı.

Tanıtım ekibi ayrıca, iki ayrı konferansla üniversiteyi tanıttı, genel bilgiler vererek, dinleyicilerden gelen soruları yanıtladı.

III. Bilgilendirme, Yönlendirme ve Meslek Tanıtım Forumuna, 35'in üzerinde Üniversitemiz yanı sıra, 100'den fazla meslek temsilcisi, 200'den fazla meslek sahibi katılarak meslekleri, aldıkları eğitim, eğitim süreleri ile ilgili Üniversite adaylarına öğretmen ve velilere bilgi verdiler.

İki gün süren İzmir ve çevresini kapsayan işa ve dershanelerdeki öğrencilere ve Üniversite adaylarına yönelik olarak hazırlanan organizasyona öğrenciler büyük ilgi gösterdi.

Tanıtım çalışmalarında Üniversitemiz tanıtım filmi ve tanıtım CD'si izletilerek Türkçe ve İngilizce tanıtım katalogları, tanıtıcı broşürler ve dergiler dağıtılarak yaklaşık 2500 üniversite adayı ile birebir görüşme yapıldı. Yapılan görüşmeler sonucunda öğrencilerin 135'ini Üniversitemizi ilk üç tercihleri arasında seçtikleri ve Üniversitemiz hakkındaki ayrıntı bilgilere sahip olmaları beklenmektedir.



Gazi Üniversitesi Bülteni

ELMADAG-DAGEVİ SOSYAL TESİSİMİZ HİZMETE AÇILDI

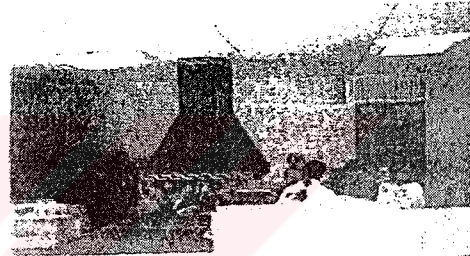


Elmadag-Dagevi Sosyal Tesisimiz, konuklara, öğrencilere ve sosyal Daire Başkanlığınca yapılan ziyaretlerde, soğuk içecekler ve sıcak içecekler ikram edildi.

Sosyal Tesisimiz ve Elmadag Dagevi ile ilgili olarak, öğrencilerimiz ve personelimizin, Elmadag-Dagevi Sosyal Tesisimizde, sıcak içecekler, sıcak içecekler, sıcak içecekler ve sıcak içecekler ikram edildi.

Elmadag-Dagevi Sosyal Tesisimiz, konuklara, öğrencilere ve sosyal Daire Başkanlığınca yapılan ziyaretlerde, soğuk içecekler ve sıcak içecekler ikram edildi.

Sosyal Tesisimiz ve Elmadag Dagevi ile ilgili olarak, öğrencilerimiz ve personelimizin, Elmadag-Dagevi Sosyal Tesisimizde, sıcak içecekler, sıcak içecekler, sıcak içecekler ve sıcak içecekler ikram edildi.



Gazi Üniversitesi Bülteni

REKTÖRLÜĞÜMÜZCE ÖĞRETİM ELEMANLARINA GAP İNCELEME ARAŞTIRMA GEZİŞİ DÜZENLENDİ

"Yeni Bir Dünya", "Yeni Bir Türkiye" sloganları ile ülkemizin son bu kışında gündeminde olan Güney Doğu Anadolu Projesi (GAP), bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel yapısını değiştirmek, aynı zamanda sulama alanları sayesinde tarımsal üretimi kat kat arttıracak, kentleşme ile birlikte tarıma dayalı sanayilerin ve tarım teknolojisi hizmet sektörlerinin gelişeceği, bölgede kişi başına gelirin ikiye katlanacağı ülkemizin çağdaş ve ulusal kalkınma amacı sayılan bu büyük projeyi, ülkemizi seven ve sahip çıkan her Türk vatandaşı gibi, Gazi

15 Mayıs 1997, Perşembe sabahı Şanlıurfa Valisi, Şahabettin HARPUT, Harran Üniversitesi Rektörü, Prof. Dr. Mahmut SERİ ve DSI GAP Bölge Müdürü Emal GÜLŞİKAN'ın nezaket ziyaretleri ile başlayan üç günlük program, tarihi 2000 yıl öncesine dayanan hatta "Müze Şehir" olarak da anılan "Peygamberler şehri" Şanlıurfa ilimizde yapılan Şehir turu ile devam etti. İlk olarak görülen, M.S. 9.yüzyılda yapılmış Şanlıurfa Kalesi ve Kalemnin etrafını çevreleyen surlar, duvarlar ve burç kuleleri günümüzde kadar uzanan ve

Ek-2 Gazi Üniversitesinde personele yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler



Gazi Üniversitesi

**Gazi Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Rıza AYHAN**

*30 Kasım 2000 tarihinde Rektörlük
Merkez Kafeterya'da verilecek iftar
yemeğini onurlandırmanızı diler.*

Tarih : 30 Kasım 2000

Yer : Rektörlük Merkez Kafeterya

Oturum Başkanı

Dr. Yılmaz KARAKÖYUNLU
(İstanbul Milletvekili)

Konusmacılar

Suat İLHAN
(Emekli Orgeneral)

Gündüz AKTAN
(Emekli Büyükelçi)

Doc. Dr. Ümit ÖZDAĞ
(G.Ü. İ.İ.B.F.-Öğretim Üyesi)

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ
PROF.DR. RIZA AYHAN**

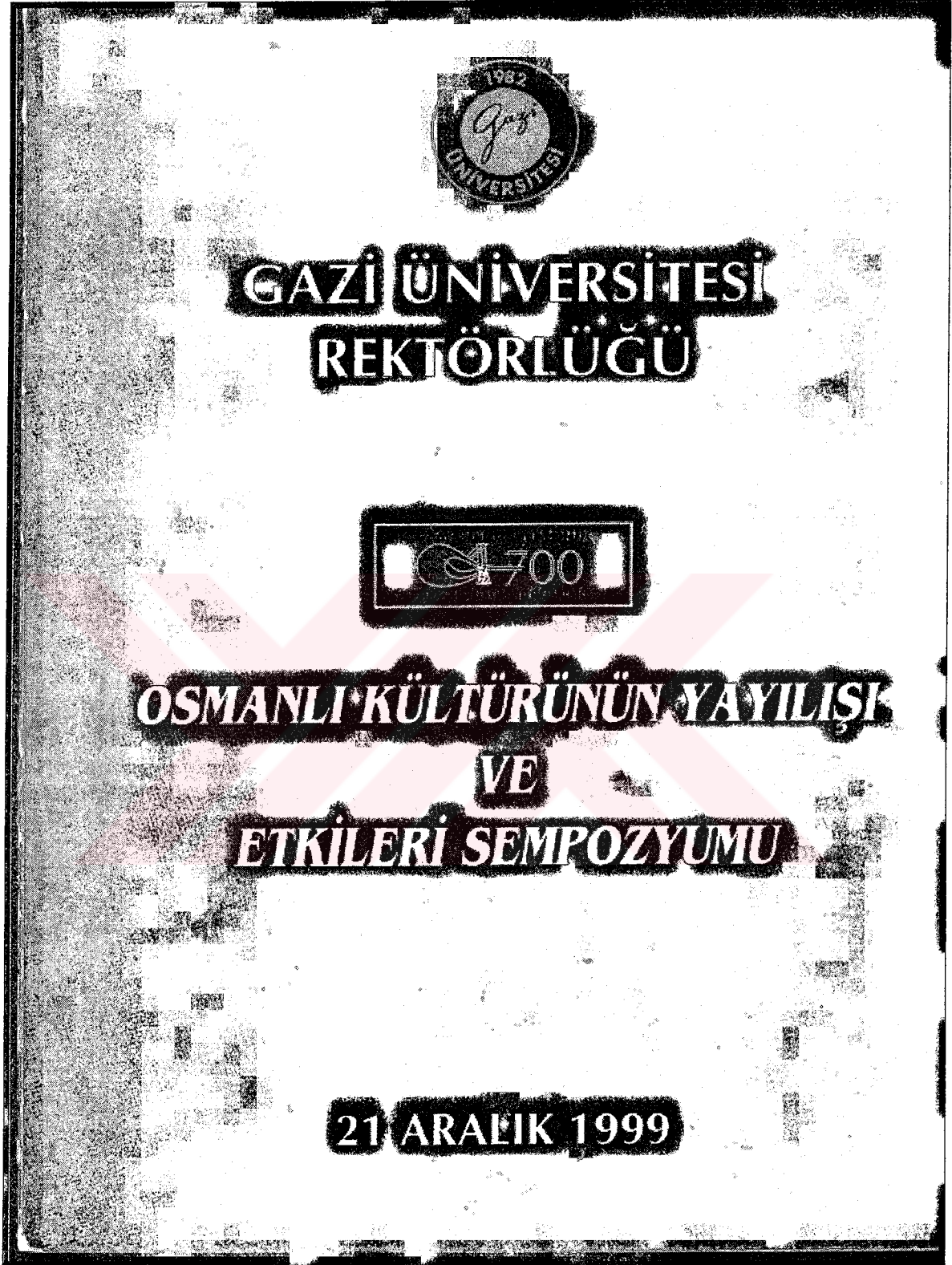
**"2010'LU YILLARDA TÜRKİYE
Fırsatlar ve Seçenekler"
konulu paneli
onurlandırmanızı diler.**

Tarih : 31 Ekim 2000 - Salı

Saat : 14.00

**Yer : Rektörlük Mimar Kemaleddin Salonu
(Teknikokullar)**

**EK-3 Gazi Üniversitesinde personele yönelik iç halkla ilişkiler
çalışmalarından örnekler**





BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ



OKUL YÜZME TAKIMI KURULUYOR

***İlgilenen öğrencilerin Spor
Merkezi'ne başvurmaları
duyurulur.***

Gün:30.10.2000 Pazartesi

Saat:16:30

Yer:Spor Merkezi

SPOR MERKEZİ

Sadi GÜR
Başkent Kültür ve Spor D. Bşk.
25.10.2000

EK-4 Başkent Üniversitesinde öğrencilere yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler



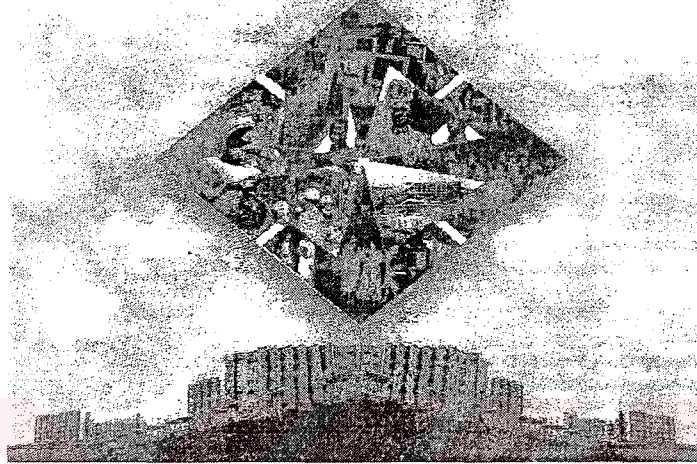
BAŞKENT'İN SESİ



Yıl = 2 Sayı: 6 Mayıs 1999

Ayık Öğrenci Gazetesi

BAŞKENT'İN SESİNDE BU AY



Başkent Üniversitesi Gazetecilik Topluluğu olarak 1998-99 Öğretim Yılı'nın son sayısında yine sizlerle buluşuyoruz.

Bundan önce çıkardığımız 5 sayıda sizlerle düşüncelerimizi ve duygularımızı paylaştık. Sizlerin destekleri ve fikirleriyle dahada güç kazandık. Serгіlaşmışımız zorluklar bizlere tecrübe kazandırdı. Daha iyisini yapmamız için bizi teşvik etti.

Yine sizlerin karşısında çok daha içerikli, renkli ve ilginç hakkında daha detaylı haberler bulabileceğiniz bir gazete ile çıkacağız.

Bu konuda sizlerin de desteği ve katkılarıyla tüm bunları başarabiliyoruz. Gazetecilik Topluluğu olarak bu toplulukta yapmak istediğiniz herşey için sonuna kadar sizlerle birlikteyiz.

Gelecek sene görüşmek üzere hepinize iyi tatiller!

*Gazetecilik
Topluluğu*

Bizden Size...

Röportaj
Çevre
Sinema, Tiyatro, Kitap
Eğlence Köşesi
Tartık's Pe Tükkan
Hafta Sonu Anıları
Sürüşlerimiz
Sağlık Köşesi
Spor
Keşke



TS-EN-ISO 9001
KALİTE SİSTEM BELGESİ

BAŞKENT'İN SESİ

EK-4 devam

DUYURU

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ MENSUPLARI
(Öğrenci, Akademik ve İdari Personel)

KAMPUS GİRİŞİ VE OTO PARK
KULLANIMI İÇİN ÖZEL VASITALAR
"PUL" UYGULAMASI
BAŞLATILACAKTIR.

VASITA SAHİPLERİNİN 01 MART 1999
TARİHİNE KADAR GÜVENLİK
BİRİMİNE BAŞVURMALARI
GEREKMEKTEDİR.

Güvenlik Birimi

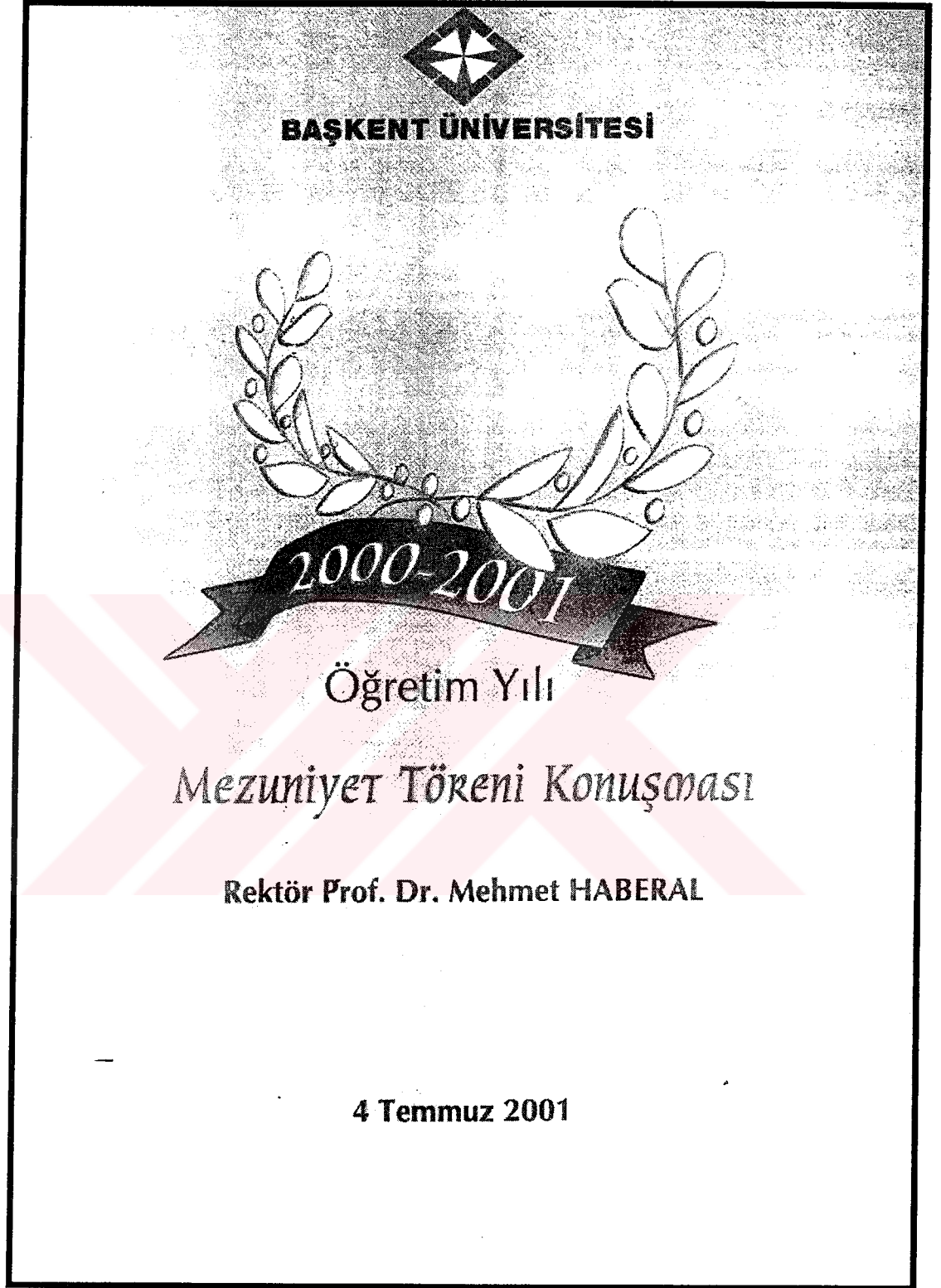
Erdogan BAL

Bahri GÜLER

YER: REKTÖRLÜK DANIŞMA

Sadi GÜR
Baskent Üniversitesi

EK-5 Başkent Üniversitesinde personele yönelik iç halkla ilişkiler
çalışmalarından bir örnek



EK-6 Başkent Üniversitesinde akademik personele yönelik iç halkla ilişkiler çalışmalarından örnekler

Gazi'nin bir GAYE'si var

Gazi Üniversitesi öğrencileri, Gazi Üniversitesi Arama Yardım Ekibi (GAYE), adı verdikleri 40 kişilik bir ekiple, olası bir doğal afete karşı hazırlanıyor.

● Selim KUYUL
ANKARA ZAMAN

1 7 Ağustos ve 12 Kasım depremlerinde, ilk müdahale yeteneğiyle birleştiren GAYE, olası bir doğal afete karşı hazırlanıyor. GAYE, Gazi Üniversitesi öğrencileri tarafından, Çankırı ve merkez ilçelerde meydana gelen deprem sonrası ortaya konduğu başarılı çalışmaların dolayısıyla Vali Halil Ulusoy'un övgü ve teşekkürüyle.

Gazi Üniversitesi öğrencileri, Gazi Üniversitesi Arama Yardım Ekibi (GAYE), adı verdikleri 40 kişilik bir ekiple, olası bir doğal afete karşı hazırlanıyor. GAYE, Gazi Üniversitesi öğrencileri tarafından, Çankırı ve merkez ilçelerde meydana gelen deprem sonrası ortaya konduğu başarılı çalışmaların dolayısıyla Vali Halil Ulusoy'un övgü ve teşekkürüyle.

Bayanlar daha ilgili

Kadınların daha da güçlendirilmek isteyen GAYE, sivil savunma seminerleri düzenleyerek, ekip arkadaşlarının bilgilendiriyor. Dün, Denirivollan 2. Bölge Müdürlüğü Sivil Savunma Uzmanı Necati Toprak ve Gazi Üniversitesi Sivil Savunma Uzmanı Ramazan Çetiz tarafından verilen seminere katılan öğrenciler arasında, bayan öğrencilerin seminerde daha fazla ilgi olduğunu gözledik. Seminerde öğrencilere, Deprem öncesi ve sonrası yapılması gereken ilk müdahalelerin yanında, nakiller, ambulans ve tıbbi ekipmanların karşı alınması gereken tedbirler ve lojistik konular da ele alındı.



GAYE'nin Başkanı Halil Sarı, a- na amaçlarını, "17 Ağustos ve 12 Ka- sin depremlerinden sonra öğrenciler olarak, biz de bu işleri yapabiliyoruz. Yılda çıkararak GAYE'yi kurduk. Çi- derek büyüyünüz" dedi.

Erdemli insan
Akıllı, belimli öğrencisi Naciye (Akyazı, erdemli bir kızlık kuzusu)

ki böyle kurulmuş bünyesinde yer almasını belirterek şöyle konuştu: "Ö- kuyup adan olmaları çok, erdemli olmaları gerekiyor düşünüyorum. Bu- nun için GAYE bünyesinde yer alını. Yardıma ihtiyacı olan her yere ekip o- larak gönderiyor. TEMA, ağaçları pa- lanması için, bu ekibe ihtiyacı oldu- ğunu bize söylediklerinde, ekip olarak gitmek ve ağaçları dikmek. Görevim- zi sadece acil yardımlar olarak görmiyo- ruz." Sivil Öğretmenliği bölümünde okuyan Gökül Erdemli ise depreme- lerini şöyle dile getirdi: "Bizim te- a macımız araması kuramı değil. Pro- fesyonel değiliz. Ancak kurtarma ekibi- lerinin arkasında onlara iyi bir yardım- cı oluyoruz. Organizasyonu sağlıyo- ruz. İlk müdahalelerde yeterli ekip- amaçlıyoruz."

EK-7 Gazi Üniversitesi ile ilgili haberlerin basında yansımaları

Başkent Hastanesi'nde anlamlı buluşma

TÜRKİYE'DE ilk kez gerçekleştirilen canlı akrabalar arası kısmi karaciğer nakli

Hürriyet

19.05.1996

BAŞKENT HASTANESİ'NDE ANLAMLI BULUŞMA

TÜRKİYE'de ilk kez gerçekleştirilen canlı akrabalar arası kısmi karaciğer nakli ile anne ve babalarının karaciğeriyle yaşayan çocuklar Ankara Başkent Üniversitesi Hastanesi'nde buluştu.

Avrupa ve Türkiye'de canlı akrabalar arası kısmi karaciğer nakli, ilk kez Prof. Dr. Mehmet Haberal ve ekibince 15 Mart 1990'da gerçekleştirilmişti. Aynı kaderi paylaşan İlker Kamacı 5.5 yaşında. Bundan 1.5 ay önce annesinin karaciğerinin üçte biri alınarak İlker'e takıldı. Erkan Erdoğan ise 4 yaşında. Annesinin karaciğerinin bir bölümü alınarak Erkan'a takıldı. Mustafa Ateşgöl ise 9 yaşında Wilson sirozu denilen hastalığı nedeniyle ameliyat oldu. Şu anda 14 yaşında olan Mustafa, normal yaşamını rahatlıkla sürdürüyor. Ali Özseri ise 12 gün önce ameliyat oldu. 7 yaşındaki küçük Ali, babasının verdiği karaciğeriyle hızla sağlığına kavuşuyor.

EK-8 Başkent Üniversitesi ile ilgili haberlerin basında yansımaları

Haberal ve ekibinin büyük başarısı

ANKARA/MİLLİYET
Başkent Üniversitesi Başhekim Prof. Dr. Mehmet Haberal 3 Kasım 1975'ten bu yana ekibi ile 1001 böbrek nak-

lini başarı ile gerçekleştirdi. Aradan geçen 19 yılda Prof. Dr. Haberal ve ekibinin gerçekleştirdiği 1001 böbrek naklinin 321'i Hacettepe Hastanesi'nde, 683'ü eski adıyla Türkiye Organ Nakli ve Yanık Tedavi Vakfı, yeni adıyla Başkent Üniversitesi Hastanesi'nde başarıyla gerçekleştirildi.

Milliyet

23.04.1994

HABERAL VE EKİBİNİN BÜYÜK BAŞARISI

ANKARA/MİLLİYET

Başkent Üniversitesi Başhekim Prof. Dr. Mehmet Haberal 3 Kasım 1975'ten bu yana ekibi ile 1001 böbrek naklini başarı ile gerçekleştirdi. Aradan geçen 19 yılda Prof. Dr. Haberal ve ekibinin gerçekleştirdiği 1001 böbrek naklinin 321'i Hacettepe Hastanesi'nde, 683'ü eski adıyla Türkiye Organ Nakli ve Yanık Tedavi Vakfı, yeni adıyla Başkent Üniversitesi Hastanesi'nde başarıyla gerçekleştirildi.

Haberal, 235'i kadavradan, 769'u da canlıdan alınan böbreklerin, 248 kadın ve 766 erkeğe başarı ile nakledildiğini belirterek, "Artık Başkent Üniversitesi olarak böbrek ve karaciğer nakillerini rutin bir tedavi şekli olarak görüp bu konuda ekibimle ülke dışına taşan başarıları araştırmacı bir anlayışla Başkent Üniversitesi bünyesinde topladık ve halkımıza sunuyoruz" dedi.

Haberal, amaçlarının organ bağışının vatandaşlar arasında yayılıp daha çok transplantasyon ile daha çok canı tekrar hayata sağlıklı döndürülebilmek olduğunu da sözlerine ekledi.

EK-8 devam

ÖZET

Üniversiteler , kültürel, ekonomik , bilimsel ve teknolojik kalkınmada önemli görevleri olan kurumlardır. Üniversite ile iç ve dış hedef kitleleri arasında bilgilendirici , karşılıklı anlayışa dayalı ve kabulü sağlayıcı bir iletişim gereklidir.

Halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği kamu ve özel sektörün topluma bilgi verme zorunluluğunu hissetmesi ve toplumun kurumlar hakkında bilgi alma , öğrenmek ve değerlendirmek ihtiyacını duymasından kaynaklanmıştır.

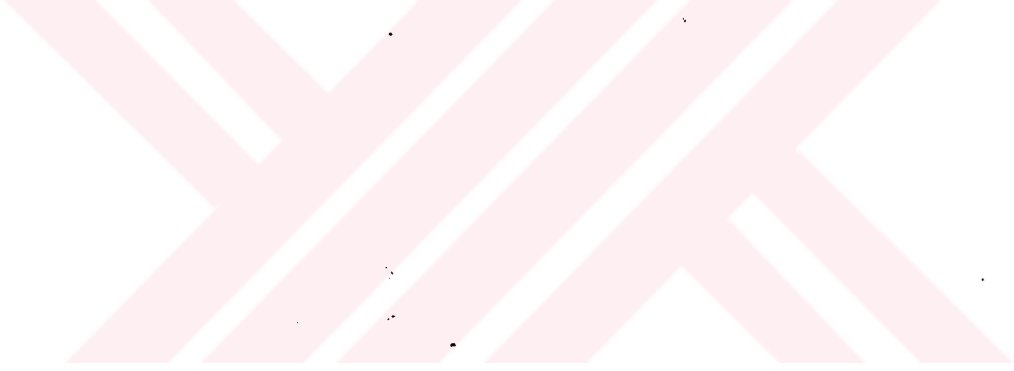
Devlet üniversitelerinde ve özel üniversitelerde halkla ilişkiler çalışmalarını karşılıklı incelediğimizde etkinliklerin hemen hemen birbirine benzediği ortaya çıkmıştır. Ancak devlet üniversitelerinde amaç kazanç elde etmek ve kazancı artırmaya yönelik değilde kendisine yararlı birer yurttaş yetiştirmeyi hedeflemektedir.

Bilindiği gibi , özel kesimin doğmasında , var olmasında ve varlığını sürdürmesinde bir tek amaç belirleyicidir; kar elde etmek ve bu karlılığı sürdürmek. Özel üniversitelerin ticari anlamda önemli bir kazanç kapısı açtığı ortaya çıkınca , büyük holdingler birer birer vakıflar kurup , kendi üniversitelerini açmak için harekete geçtiler.

Halkla ilişkiler çalışmalarında , ister özel üniversite olsun, ister devlet üniversitesi olsun genel olarak çok bariz bir farklılığa raslanılmamıştır. Her iki üniversitede öğrenci , personel , akademik personel , basın , kamu kuruluşları , YÖK , diğer üniversitelerle olan ilişkiler temelde benzer faaliyetlerle yapılmaktadır. Gazi Üniversitesi'nin kalabalık bir öğrenci

ve personele sahip olmasından dolayı halkla ilişkiler faaliyetleri Başkent üniversitesine göre daha fazla çeşitlilik göstermektedir.

Devlet üniversitesi ya da özel üniversite olsun her kesimden ; öğrencisinden personeline kadar herkesin sosyal sorumluluk anlayışının kabullenerek halkla ilişkiler çalışmalarında aktif rolünü benimsemesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.



ABSTRACT

Universities are foundations that have important duties in cultural, economical , scientific and technological development. There must be an informing , tolerant , agreeable relation between universities and their interior and exterior target groups ,

The importance and the necessity of public relations is a result of state and special foundations's obligation of informing public , and the public's need of getting knowledge and criticizing about foundations.

When comparatively examining state and special universities's public relations activities , it is occurred that both sides's activities are mostly the same. However , state universities's is not to get profit but to grow up useful citizens.

As known, in reason of existence and survival of special foundations, one object is important; making profit and keeping profitting. As special universities showed that they are important fields on making profit , big firms started to establish pious foundations in order to to found their universities.

There concluded that there is not important difference between state and special universities's public relations activities. In both universities's relations with students , personnel, teachers , media , state foundations , YÖK and other universities are basically similar. But because of having large numbers of students and staff , Gazi University's public relations activities varies more than Başkent University's

It is occurred that in both state and special universities , everybody , from students to staff, must be active in public relations activities , also accepting social responsibilities.

