



2020 / Vol:6, Issue:23 / pp.219-235

RESEARCH ARTICLE

Arrival Date : 01.12.2019

Published Date : 24.02.2020

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.249>

Reference : Çakır, M. (2020). "Basın Bülteni Yazma Uygulamaları Üzerinden Halkla İlişkiler Öğrencilerinin Mesleki İletişim Yetkinliklerine Dair Bir Değerlendirme", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(23): 219-235.

# BASIN BÜLTENİ YAZMA UYGULAMALARI ÜZERİNDEN HALKLA İLİŞKİLER ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ İLETİŞİM YETKİNLİKLERİNE DAİR BİR DEĞERLENDİRME

## An Evaluation On Public Relations Students 'Professional Communication Competencies Through Pool Bulletin Writing Practice

**Öğr. Gör. Dr. Meral ÇAKIR**

Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kocaeli/Türkiye

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7411-1294>



### ÖZET

Araştırmalara göre kitle iletişim araçlarında yayımlanan haberlerin yaklaşık yüzde 60'ı basın bülteni kaynaklıdır. Ancak yine araştırmalara göre kitle iletişim araçlarında haber olarak yayımlanması amacıyla gönderilen basın bültenlerinin neredeyse sadece yüzde 10'u haber olarak değerlendirilmektedir. Bu veriler iyi basın bülteni yazmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada halkla ilişkilerde en çok kullanılan iletişim araçlarından basın bülteni yazma konusunda dikkat edilmesi gereken ilkelere yer verilmekte ve basın bülteni yazma uygulamaları üzerinden halkla ilişkiler öğrencilerinin mesleki iletişim yetkinlikleri irdelenmektedir.

Çalışmada basın bülteni hakkında bilgi verilmekte, basın bültenlerinin haber olarak değerlendirilebilmesi için hangi niteliklere sahip olması gerektiği belirtilmektedir. Konuyla ilgili araştırmaların bulguları da basın bültenlerinin değerlendirilmesinde haber niteliği taşımaları ve haber yazım kurallarına uygun olmalarının önemini göstermektedir.

Çalışmanın son bölümünde halkla ilişkiler öğrencilerin basın bülteni yazma uygulamalarında gözlenen sorunlar üzerinde durulmaktadır. Halkla ilişkiler öğrencilerinin basın bülteni yazmalarında gözlenen ve mesleki iletişim yetkinlikleriyle ilgili sorunlar şöyle sıralanmaktadır: Konuyu yanlış ve eksik anlama, gündemi, gelişmeleri izlememe, bilgiyi kullanmama, sorgulamama, kendi bakış açıları ya da duygularıyla değerlendirme, kaynağı belirtmeme, verilerin geçerliliğini sorgulamama, haber değerini ve hedef kitlenin ilgisini dikkate almama, çevreye ilgisizlik, araştırma ve öğrenmekten kaçınma, konuyu gerçekte olduğundan farklı anlatma, dilbilgisi ve haber yazım kurallarına özen göstermeme.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, basın bülteni, kitle iletişim araçları, haber değeri.

### ABSTRACT

According to reasearches, only the 60 percent of the news that are being published in mass media are press bulletin rooted. Yet, again according to the researches, only about the 10 percent press bulletins that are sent in order to be published as news on massmedia are considered as news. These data prove the importance of writing good press bulletins. In this work, the principles that must be paid attention to when writing about press bulletin, one of the most used communication means in public relations is included and the professional communication competence of the public relation students through the execution of press bulletin writing is examined.

This work is informative about press bulletin, and it states what qualities press bulletins must have to be considered as news. The discoveries of the researches on the subject also show the importance of press bulletins having news quality and complying with the news writing rules in the evaluation of press bulletins.

In the last part of this study, the high incidence problems in public relation students' press bulleting writing practices are stressed. The problems observed in public relations students' press release and their professional communication competencies are listed as followed: Understanding the subject incorrectly and incompletely, not following the agenda, developments, not using the information, not questioning, evaluating with their own perspectives or feelings, not stating the source, not questioning the validity of the data, ignoring the news value and the interest of the target audience, indifference to the environment, avoiding research and learning, not to pay attention to different narration, grammar and news writing rules.

**Key words:** Public relations, press bulletin, mass media, news value.

## 1. GİRİŞ

Gerçek ve tüzel kişilerin kendilerini ifade etmelerinin önemli araçlarından biri olan basın bültenleri haber medyasının da temel girdilerinden biridir. Haber yazım kurallarına uygun, doğru ve eksiksiz yazılmış bir basın bülteni doğru zamanda, uygun yöntemlerle, doğru seçilmiş medya kuruluşlarına ve birimlerine iletilindiğinde haberlerde yer bulma olasılığı yükselmekte böylelikle kişi ve kurumların ilgili çevrelerine vermek istedikleri mesajlar hem güvenilirlik oranı yüksek hem de ekonomik bir şekilde iletilebilmektedir. Nitelikli basın bültenleri haber medyası için de hem zaman, emek, bütçe tasarrufu hem de içerik zenginliği açısından önemli bir girdi oluşturmaktadır.

Basın bülteni yazmak halkla ilişkiler profesyonellerinin temel mesleki niteliklerinden birisidir. Ön lisans veya lisans düzeyinde öğrenim görmüş halkla ilişkiler bölümü mezunlarının bu niteliği kazanmış olmaları beklenmektedir. Basın bülteni/haber yazmak uygulamalı ve uzun süreye yayılan bir eğitimi gerektirmektedir. Uygulamalı olmalıdır çünkü bir şeyi tanımlayabilmek, nasıl olması, nasıl yapılması gerektiğini tarif edebilmekle gerçekleştirebilmek çok farklıdır. Tıpkı futbol maçını izlerken son derece isabetli yorumlar yapan, taktik ve stratejileri; oyuncuların, teknik direktörlerin, hakemlerin performansını eleştiren futbol taraftarlarının sahaya çıkıp aynı performansta oynayamayacağı gibi. Uzun süreye yayılmalıdır çünkü haber kural ve tekniklerine uygun anlatım yetkinliğinin kazanılması farklı türdeki içerikler için yapılan uygulamaların fazlalığı ile doğrudan ilgilidir.

Halkla ilişkilerci basın bültenine konu olan durum veya olayın önemi, haber değeri ve toplum yararı hakkında değerlendirme yapabilmeli ve aralarında bağ kurabilmelidir. Basın bülteni yazmak, haber yazmada olduğu gibi gündemi iyi takip etmeyi (hem sektörde hem genel çevrede hem ülkede hem de dünyadaki gelişmeleri) gerektirmektedir. İyi hazırlanmış basın bültenleri hazırlayan kişi ve/veya kurumun itibarı dolayısıyla medya profesyonelleriyle ilişkilerinin olumlu bir izlenimle sürmesi açısından da önem taşımaktadır. Haber yazım kurallarına ve tekniklerine uygun bir basın bülteninin temel olarak haber değeri taşıması, yeterli, doğru, objektif içeriğe sahip olması, dilbilgisi kurallarına uygun sade ve net bir anlatıma sahip olması, yorum değil bilgi içermesi gerekmektedir. Gazetecilik deneyimine sahip halkla ilişkiler uygulayıcılarının sayısı az değildir ve bunda haber yazma, haber medyasının işleyişini bilme ve bu sektörde ilişkilere sahip olmaları önemli bir etkidir.

İyi bir basın bülteninin haber değeri taşıması, haber yazı tekniklerine ve etik değerlere uygun olması, net, özlü, eksiksiz ve objektif bilgileri içermesi gerekmektedir. Böylelikle gazeteci tarafından metnin haber yazım kural ve tekniklerine uygun olarak yeniden düzenlenmesi ve/veya muğlak noktaların aydınlatılması için yeniden araştırılması yüzünden ortaya çıkacak zaman kaybının ve verilmek istenen mesajın farklılaştırılmasının önüne geçilmesi amaçlanmaktadır. En önemlisi de bu yeterlilikleri taşımayan bir basın bülteninin haber olarak değerlendirmeye hiç alınmaması olasılığıdır.

Bu çalışmada, lisans düzeyinde halkla ilişkiler öğrenimi gören öğrencilerin basın bülteni yazma çalışmaları konuyu doğru anlama, doğrulama (teyit), haber yazma kural ve tekniklerine, dilbilgisi kurallarına uygun metinleştirme becerileri üzerinden irdelenerek mesleki iletişim yetkinlikleri değerlendirilmektedir. Sık yapılan ve göz ardı edilemeyecek hataların belirtildiği çalışma basit gözlem tekniğine dayanmaktadır.

## 2. BASIN BÜLTENİ

Basın bültenleri, gerçek veya tüzel kişilerin ilgili çevrelerine mesaj vermek, gelişmeleri aktarmak, “etkinliklerini, stratejilerini, düşüncelerini, olağan-olağanüstü konu veya gelişmeleri içeren, haber değeri taşıyan ve medya ile kamuoyuna duyurulmak üzere hazırlanan” (Arslan, 2020: 223) metinlerdir. Basın bültenleri yayınlanmaya hazır enformasyon sunan dokümanlardır ve örgütlerin kendileri ve faaliyetleri hakkında olumlu kanaat oluşmasına katkıda bulunmakta (Erdoğan, 2006: 320), basın bülteni aracılığıyla kurum kendi bakış açısı ve kendi perspektifinden hedef kitlesine etkili bir şekilde mesajlarını verebilmektedir (Budak, 2015: 98).

Halkla ilişkilerde en sık kullanılan metin türlerinden olan basın bültenleri haber medyasının da temel kaynaklarından birini oluşturmaktadır<sup>1</sup>. Geleneksel medyada yer alan haberlerin yarısından fazlası basın

<sup>1</sup> İki grup arasındaki ortak paydanın “bilgi” olduğunu belirten Kaur ve Shaari’de (2006, s. 9-10) uygulayıcıların, medyaya bilgi sunarak duyurum işlevini yerine getirdiğini; gazetecilerin ise haber materyali sağlamak için uygulayıcılara başvurduklarını belirtmektedir. Taylor’da (2009, s. 24) uygulayıcılar

bültenlerinden üretilmekte, dijital ortamda da basın bültenleri haberler için önemli bir kaynak oluşturmaktadır<sup>2</sup>. Araştırmalara göre medyada yer alan haberlerin yüzde 60'ı basın bültenlerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin 1979'da bir sanayi kuruluşu hakkında beş farklı gazetede yayınlanan haberleri inceleyen Baerns yayınlanan basın bültenleri ile haberlerin analizini yaparak haberlerin üçte ikisinin basın bültenlerinden kaynaklandığını belirlemiştir (Oktay, 2002: 104). Baerns'in 1991'de yaptığı bir başka araştırmada da aynı sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Ancak ABD'de yapılan araştırmalar medyaya iletilen basın bültenlerinin neredeyse sadece yüzde 10'unun yayınlanabildiğini ortaya koymaktadır<sup>3</sup>. İngiltere'de bu oran'ın yüzde 20-30 civarında olduğu; bültenlerin kullanılmamasının başlıca nedenlerinin reklam izlenimi uyandırması, uzun olması ve geç ulaştırılması olduğu (Peltekoğlu, 2001: 191) belirtilmektedir. Ülkemizde medyanın basın bültenlerini kullanma oranlarına ilişkin bir araştırma da ilginç veriler sunmaktadır. Budak'ın (2015) araştırmasına göre Türkiye'de iki yaygın gazetenin ekonomi servislerine iki hafta içinde gelen basın bültenlerinin yayınlanma oranı yüzde 6,5'tir. İki gazetenin ekonomi servislerine iki hafta içinde gelen toplam 1209 basın bülteninin yalnız 78 tanesi yayınlanmıştır. Diğerlerinin yayınlanmama nedenleri ise şöyle sıralanmaktadır: Yüzde 41,4'ü reklam içerdiği, yüzde 3,3'ü haber değeri taşımadığı için, yüzde 16,6'sı ekonomiyle ilgili olmadığı için, yüzde 12,2'si sayfada yer olmadığı için, yüzde 2,8'i metnin, yüzde 2,2'si fotoğrafın iyi olmaması nedeniyle ve yüzde 1,5'i de diğer nedenlerle yayınlanmamıştır (Budak, 2015: 61-162).

Akbulut'un yaptığı araştırma da konuyla ilgili farklı bir değerlendirme yapmaya olanak vermektedir. Akbulut (2016: 1), Türkiye'nin önde gelen beş kuruluşunun 2013 yılında yayınladığı basın bültenleri ve ulusal medyada yer alan haberleri içerik analizi ile karşılaştırarak basın bültenlerinin ulusal basında haber olarak ne şekilde kullanıldığını araştırmıştır. Gazetelerde bu kuruluşlarla ilgili yayınlanan ve halkla ilişkiler kaynaklı olan haberler içinde en çok basın bültenlerinin yer aldığını belirlemiştir. Aşağıdaki tabloda Akbulut'un araştırmasına göre beş kuruluşun ulusal basında yer alan haberlerinin hangi halkla ilişkiler etkinliğinden kaynaklandığı görülmektedir.

Tablo1. Halkla İlişkiler Faaliyetleri ile İlgili Çıkan Haberlerin Kaynağına Göre Dağılımı

Kuruluş	Halkla İlişkiler Faaliyetleri ile ilgili Haber Adeti	Basın Bülteni Kaynaklı Haberler	Sponsorluk Haberleri	Kuruluş Sözcüsü Açıklamaları	Diğer
Aygaz	96	%42	%36	%22	%0
Henkel	83	%87	%2	%11	%0
Pınar	56	%71	%4	%16	%9
Altınbaş	79	%68,35	%0	%16,46	%15,19
Colin's	71	%66,2	%0	%18,3	%15,5

Kaynak: Akbulut, 2016: 16

Özbey'in (2010) yaptığı araştırma ise medya profesyonellerinin konuya ilişkin yaklaşımını göstermesi açısından önem taşımaktadır. Araştırmaya göre haberciler hangi çalışma biçimleri ile ya da hangi çalışmalar aracılığıyla karşılaşıyorsunuz sorusuna en yüksek oranda "basın bültenleriyle" karşılığını vermiştir (Özbey, 2010: 81). Halkla ilişkiler uzmanlarıyla çalışma süreçlerinde yaşadıkları sıkıntıların başında ise kendilerine ulaşan içeriklerin haber değeri taşınamaması gelmektedir. Araştırmaya katılanların verdikleri yanıtlar basın bülteni yayınlanma olasılığını düşüren nedenleri de gösteren niteliktedir:

- Sunulan bilgilerin haber içeriğinin zayıf olması
- Sunulan bilgilerin cümle yapısının bozuk olması
- Konuların kısa, net ve açık ifadelerle açıklanmaması

ile gazeteciler arasındaki temel ilişkinin, medyanın haber içeriği üretmek için bilgiye olan ihtiyacı ile uygulayıcıların haber olma beklentisi ile medyaya bilgi sunma isteği arasında kurulduğunu dile getirmektedir. Bu noktada, halkla ilişkiler ve medya arasındaki iş birliğini "geleneksel değişim teorisi"yle açıklayan Larsson (2009, s. 145) ise bir aktörün medyada yer bulma ihtiyacının diğer aktörün haber malzemesi bulma ihtiyacını karşıladığını dolayısıyla karşılıklı olarak birbirlerine bağlı olan aktörlerin ilişkide ortak bir fayda geliştirdiklerini dile getirmektedir. (Kılınç ve Baycu, 2018: 243)

<sup>2</sup> "Sallot ve Johnson (2006, s. 154) tarafından yapılan bir araştırmaya katılan gazeteciler Amerika'daki medya içeriğinin %44'ünün halkla ilişkiler kaynaklı olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir." (Kılınç ve Baycu, 2018: 243). Yapılan bir araştırmaya göre New York Times ve Washington Post gazetelerinin içeriklerinin yaklaşık yüzde 60'ı halkla ilişkilerin çabalarıyla oluşmaktadır (Çöklü, 1999: 163)

<sup>3</sup> "Halkla ilişkilerin en gelişmiş biçimiyle uygulandığı ABD'de bazı editörlerin ayda bin dolayında basın bülteni aldığı bilinmektedir. Oklahoma Üniversitesi Profesörlerinden Bill Baxter'in araştırmasına göre ABD'de 9/10'u yayınlanma şansından yoksun olan bültenlerle ilgili oran, İngiltere için % 70-80 dolayındadır. Diğer bir araştırmaya göre ise 123 günlük gazeteyle ulaşan haberlerin sadece % 9,2'si yayınlanmaktadır. (Peltekoğlu, 2001: 190-191)

- Bilgilendirmelerin, davetlerin ve bültenlerin yanlış servise gönderilmesi
- Bilgilendirmelerin, davetlerin ve bültenlerin yanlış isimlere gönderilmesi
- Zamanından önce ya da geç bilgilendirmede bulunma
- Gönderilen bilgilerin reklam amaçlı olması
- Halkla ilişkiler sektöründe çalışan sirkülasyonun yüksekliği
- Gazeteci ve müşteri arasında bilgi akışı sağlayamamaları
- Basın bülteni gönderiminin ardından telefon edilmesi
- Basın bültenleri, bilgilendirmeleri ve davetleri için aynı servisten birden fazla sayıda kişinin aranması
- Bilgilendirme telefonlarının zamanlamasının kötü olması
- Zamansız ve randevu alınmadan gerçekleştirilen ziyaretler
- Bilgi isteğine mümkün olduğunca çabuk cevap verilmemesi
- Halkla ilişkiler uzmanının temsil ettiği kurum yetkilisi ile görüşme konusunda karşılaşılan zorluklar
- Halkla ilişkiler uzmanının temsil ettiği sektör ve kurum hakkında yeterli bilgisinin bulunmaması
- Basın toplantılarının, buluşmalarının ardından hediye sunumu” (Özbey, 2010: 84)

Haber değeri taşıması<sup>4</sup>, objektiflik, netlik ve haber yazma tekniğine uygun iyi anlatım, basın bültenlerinin yayınlanma olasılığını yükseltmektedir. Basın bülteni gönderilecek medya kuruluşlarının iyi belirlenmesi ve zamana dikkat edilmesi önem taşımaktadır. Örneğin yaygın medya için haber değeri taşımayan bir basın bülteni yerel medya için önemli olabilmektedir. Yine yaygın medya için haber değeri taşımayan konular sektörel yayınlar için önemli ve uzun yer ayrılacak haber niteliği taşıyabilmektedir.

Halkla ilişkilercilerin medya kuruluşlarının yayın politikasına dair iyi bilgiye sahip olması, haber alanlarıyla ilgili sorumlu ve muhabirlerin (köşe yazarlarının da bu listede bulunması yararlı olacaktır) güncel iletişim bilgilerine sahip olması gerekmektedir. Örneğin bir basın bültenin herhangi bir medya kuruluşundan ayrılmış bir editörün dikkatine gönderilmesi halkla ilişkilercinin kendi alanına hakimiyeti ile ilgili kuşku oluşturabilecektir.

Basın bültenleri kişi ve kurumların hedef kitlelerine mesajlarını iletebilmesi için önemli ancak hazırlandıktan sonra yayınlanıp yayınlanmayacağı, hangi medya kuruluşlarında ne şekilde (biçim ve içerik açısından) yayınlanacağı halkla ilişkiler profesyonellerinin kontrolünde olmayan (Uzoğlu Bayçu, 2013: 9) metinlerdir. Medyaya iletilen basın bültenlerinin yayınlanıp yayınlanmayacağına ve yayınlanacaksa ne şekilde (içerik veya anlatım yeniden düzenlenebilir, kısaltılabilir, görsel unsurlar varsa yayınlanmayabilir vb.), hangi sayfada, hangi uzunlukta veya ne kadar sürede (televizyonda/radyoda) yayınlanacağına medya kuruluşlarındaki ilgilileri karar vermektedir. Basın bültenlerinin medyada yer bulması yani yayınlanma ve içeriğine müdahale edilmeme olasılığını yükseltmek için haber değeri taşımaları, haber yazım kural ve tekniklerine uygun olmaları, zamanlamanın iyi olması ve uygun yöntem ve biçimde (gazete ve televizyon için farklı olması gerekebilir) iletilmeleri gerekmektedir.

Kılınc ve Baycu'nun araştırmasına göre (2018: 253) de medyaya gönderilen içeriklerin haber değeri taşıması içeriklerin yayınlanmasını sağlayan unsurlardan biridir. Araştırmaya göre basın bültenlerinin haber değeri taşıyacak bir içeriğe sahip olması, biçim ve anlatım açısından doğru bir şekilde yapılandırılarak gazetecilere ulaştırılması, medya çalışanları ile onların günlük çalışma programlarını aksatmadan iletişime geçilmesi iki grup arasındaki ilişki dinamiklerini şekillendirmektedir.

Dijital ortam da basın bültenlerinin yayınlandığı mecralardan birini oluşturmaktadır. Örneğin kurumların web sitesinde basın bültenlerine yer verilmekte hem gazetecilerin hem de ilgilenen diğer kişilerin basın bültenlerine ulaşması sağlanmaktadır. Sayımer'in (2008: 148-149) de kaydettiği gibi sanal ortamda yayınlanan basın bültenlerinin uzun olmamasına ve yayınlandığı tarihin belirtilmesine özen göstermek gerekmektedir. Ayrıca halkla ilişkilerci elinde çok sayıda ve uzun enformasyon varsa

<sup>4</sup> Herhangi bir eylemin ya da söylemin (olayın, olgunun, fikrin ya da sorunun) haber olabilme niteliğini taşıması için, 5 ögeyi (gerçeklik, yenilik, ilginçlik, önemlilik, anlaşılabilirlik) içermesi gerekmektedir.” (Girgin ve Özyay, 2013: 10).



sayfalarca uzunlukta ve ayrıntılı enformasyonu e-posta ile göndermek yerine bunları web sitesine yerleştirerek basın bültenine url ekleme yolunu tercih etmelidir.

## 2.1. Basın Bülteni Yazmanın Temel İlkeleri

Basın bülteni yazarken en önemli unsur konunun haber değeri taşıması ama ondan da önce konunun doğru ve tam anlaşılmasıdır. Halkla ilişkilercinin basın bülteni yazdığı konuyla ilgili yeterli bilgisi olmayabilir örneğin teknik bilgi gerektiren bir konuda bülten yazması gerekebilir. Bu durumda hem konuyu iyi anlamak hem de terimleri kullanırken hata yapmamak için yardım almaktan çekinmemeli hatta mutlaka doğru anlama ve terimleri doğru kullanma konusunda teyit almalıdır. Unutulmamalıdır ki bilinen bir konu net ve anlaşılır bir şekilde anlatılabilir, insanın yeterince bilmediği bir konuyu başkalarına iyi ve doğru aktarabilmesi mümkün değildir. Diğer yandan halkla ilişkilerci basın bülteni yazdığı konunun geçmişine dair bilgiye sahip değilse ve gelişmelerin seyri nedeniyle basın bülteni yazması gerekiyorsa hata yapma olasılığı yüksektir çünkü yazdığı konuyu öncesiyle ve olası etki ve sonuçları ile değerlendirebilmelidir. O halde diyebiliriz ki iyi bir basın bülteni yazmanın temel kurallarından biri konuyu doğru ve eksiksiz anlamak ve doğru-eksiksiz, objektif, net ve sade bir şekilde anlatabilmektir. Aynı önem derecesindeki bir diğer unsur da gündemi ve gelişmeleri iyi takip edip yorumlayabilmektir. Böylelikle hem haber değeri, güncellik ve önem bağlantısı kurulabilecek hem de hata yapma olasılığı (örneğin daha önce gündeme gelmiş bir konuyu ilk olarak yansıtmak gibi) azalacaktır.

İyi bir gözlemci ve nitelikli bir okur olmak; davranış bilimleri, tarih, ekonomi ve politika hakkında donanımlı olmak halkla ilişkiler profesyonelinin mesleki yetkinliği açısından olduğu kadar basın bülteni yazma açısından da önem taşımaktadır. Çünkü bu nitelikler olan biteni doğru yorumlayabilmeyi, neden ve sonuçlarını iyi değerlendirebilmeyi ve isabetli öngörülerde bulunabilmeyi sağlamaktadır. Ayrıca halkla ilişkiler profesyoneli ne'ye, neden, ne şekilde hizmet ettiğinin bilincinde olmalı; manipülasyonlara kapılmamalıdır. Aynı nedenler basın bülteni yazarken de geçerli ve önemlidir. Basın bülteni kesinlikle gazeteciyi, dolayısıyla toplumu yanıltmaya yönelik, doğru olmayan içeriğe sahip olmamalıdır. Herhangi bir konunun gerçeğe aykırı olmayan ancak eksik bilgi ile yanıltıcı bir şekilde işlendiği basın bülteni hem hazırlayan halkla ilişkilercinin hem de kurumun itibarını onarılmaz şekilde sarsacaktır.

İyi bir basın bülteni yazabilmek dile hakim olabilmeyi; konuyu dilbilgisi kurallarına uygun, net, doğru, sade ve anlaşılır şekilde anlatabilmeyi gerektirmektedir. Burada önemli olan verilmek istenen mesajın farklı yorumlamalara açık değil, doğru anlaşılabilir şekilde anlatılabilmesidir. Bu da dile hakimiyetin yanı sıra yukarıda belirtildiği gibi konuya da hakimiyeti; gündemi ve gelişmeleri izlemeyi, hedef kitleyi tanımayı gerektirmektedir. Hedef kitleyi iyi tanımak hem doğru ve iyi anlaşılabilir bir metin oluşturmayı, duyarlı oldukları konulara özen göstermeyi hem de onlara ulaşmak için en doğru mecrayı seçmeyi sağlayacaktır. Böylelikle anlatımda örneğin hedef kitlenin anlamakta zorlanacağı terimler kullanılmaya özen gösterecek, basın bültenini göndereceği kuruluşları belirlerken de hedef kitleye uygunluğu dikkate alacaktır.

Yukarıda bilinen niteliklere sahip olmak basın bülteninin yayınlanabilir olmasının temel koşulu olan haber değeri hakkında da yetkinliği sağlayacaktır. Haber değeri, herhangi bir konunun (gelişmenin, olayın, fikrin, durumun) kitle iletişim araçlarında haber olarak yayınlanmasını sağlayan niteliğidir. Haber değerinin ne olduğuna dair açıklamaların ortak noktası konunun; okurun (izleyicinin) dikkatini çekecek, ilginç bulacağı ve duygusal bir tepkide bulunacağı niteliklere sahip olmasıdır. Ancak bu niteliklere kamunun bilgi sahibi olması, aydınlatılması gereken konuların da eklenmesi gerekmektedir. Haber değerinin ne olduğu ve herhangi bir konunun haber değeri taşıması için bu unsurlardan hepsini mi yoksa kaçını barındırması gerektiği de duruma göre değişebilmektedir. Bu konuda halkla ilişkiler profesyonellerinin hedef kitlelerine yönelik bilgilendirme işlevi ve hedef kitlelerini tanıma temel gereklilikleri gibi gazetecilerin de bilgi, deneyim ve sezgileri ile herhangi bir konunun haber değeri taşıyıp taşımadığına karar verdiği; medya kuruluşunun yayın politikasının da

haber değeri kararında önemli yeri olduğu bilinmektedir. Öte yandan gazetecinin yeterli bilgi sahibi olmadığı bir konuda haber değeri taşıyıp taşımadığına dair verdiği kararlar da hatalı olabilmektedir. Bu nedenle halkla ilişkilerci gerekiyorsa önemi ve aciliyetinden emin olduğu herhangi bir konuya dair kolay anlaşılır açıklıkta ve sade bir anlatımla gazeteciyi de bilgilendirebilmelidir. Ancak halkla ilişkilercilerin (haber değeri taşımamasına rağmen) basın bültenlerinin haber olarak değerlendirilmesi için ısrarlı tutumlarının gazetecilerin rahatsızlık duyduğu konular arasında ilk sıralarda olduğu da bilinmektedir.

Sade, açık ve anlaşılır bir dil basın bülteninin haber olarak değerlendirilme olasılığını yükseltmektedir. Örneğin herhangi bir kimyasalın insan sağlığına zararları ile ilgili basın bülteni tercüme gerektiren tıbbi ve kimyasal terimlerin kullanıldığı bir anlatıma sahipse anlaşılma ve haber olarak değerlendirilmeme olasılığı vardır: “YYY Enstitüsü’nün ZZZ maddesine ilişkin raporu açıklandı. Rapora göre ZZZ maddesi hhh ile etkileşime girdiğinde jjj’nin aktifleşmesine yol açıyor.” gibi. Bunun yerine, “Evlerde temizlik için kullanılan yyy’nin kanserojen etkisi kanıtlandı” şeklinde açık, net, herkesin kolaylıkla anlayabileceği bir anlatım basın bülteninin haber değerine dair de kuşkuyla yer bırakmayacaktır.

Basın bültenlerini haber kural ve yazım tekniklerine uygun hazırlamak hem haber olarak değerlendirilme olasılığını yükseltmektedir hem de basın bülteni ile hedef kitleye verilmek istenen mesajın farklılaşma olasılığını azaltmaktadır. Haber kurallarına uygun olması gazetecinin örneğin eksik bilgiyi tamamlamak ya da muğlak bir noktayı aydınlatmak gibi nedenlerle zaman harcamasının önüne geçecektir. Basın bülteninin içeriği göz ardı edilemeyecek bir öneme sahip değilse bu nedenler bültenin haber olarak değerlendirilmesi yerine kullanılmamasına neden olacak; bülten, sektördeki deyimlerle “çöpe manşet olacaktır.” Çünkü herhangi bir gazete ve televizyonda haberlere ayrılacak yer-süre sınırsız değildir. Dijital ortamda daha geniş olanaklar bulursa da haberleri hazırlayıp yayına sunacak gazeteci sayısının ve yapabilecekleri işlerin de bir sınırı vardır. Bu nedenle bültenin içeriğindeki konuyla ilgili gerekiyorsa belgelerin ek olarak bültenle birlikte ulaştırılması önem taşımaktadır.

Her basın bülteninde haber metninden farklı olarak bulunması gerekli üç temel unsur vardır: tarih, ayrıntılı bilgi için ulaşılabilecek kişi (ve iletişim bilgileri), basın bülteninin nereden geldiğini doğrulayan antetli kağıt ve e-posta ile gönderiliyorsa kurumsal e-posta hesabından gönderilmesi. Tarih, basın bülteninin ne zaman çıkarıldığını belirtmesi açısından önemlidir, haberin yenilik ve/veya güncelliği hakkında net bilgi vermektedir. Basın bülteninde “ayrıntılı bilgi için” veya “iletişim” gibi başlıklar altında konuyla ilgili bilgi alınabilecek halkla ilişkiler sorumlusunun adı, ünvanı ve rahatlıkla ulaşılabilecek iletişim bilgileri yer almalıdır. Bu kısım, gazetecinin konuyla ilgili ek açıklama, belge, ayrıntı vb. bilgiler istemesi durumunda zaman kaybetmeden ilgililerle görüşmesi açısından önemlidir. Halkla ilişkiler biriminden bir görevlinin iletişimde sorumluluğu üstlenmesi özellikle iki nedenle önemlidir. İlki basının çalışma koşullarını bilmesi dolayısıyla kısa sürede bilgi talebine karşılık verilmesi için doğru yönlendirme veya bilginin sağlanmasına aracılık etme. İkincisi de yine basının çalışma koşullarını bilmesiyle ilgilidir: basına ne’yi nasıl söyleyeceğini bilmeyen bir görevlinin kurum hakkında olumsuzluğa yol açacak nitelikte veya şekilde bilgi vermesi söz konusu olabilecektir. Antetli kağıt kullanma ya da kurumun e-postası ile basın bültenlerini ulaştırma gerekliliği de basın bülteninin gerçekten kurum tarafından gönderildiğine dair bir doğrulama/güvence oluşturmaktadır.

Basın bültenlerinde genel olarak haber medyasında da en çok kullanılan haber yazma tekniği olan ters piramit tekniği kullanılmalıdır. İçeriğe ya da basın bülteninin gönderildiği kuruluşa göre düz piramit, kare (dörtgen veya kutu olarak da adlandırılmaktadır), karma teknikler de kullanılabilir. Bu çalışmada en sık kullanılan ters piramit tekniği üzerinde durulmaktadır. Ters piramit tekniğinin özelliği, haberi yazmayı gerektiren nedenin haberin girişinde verilmesi, bir başka ifadeyle haberin girişinde sonucun yazılmasıdır. Bu teknikte, bilgiler en önemliden başlayarak

yazılmaktadır. Ayrıntılar ve diğer bilgilere de haberin devamında önem sırasına göre yer verilmektedir.

Konuyu gazeteciler açısından değerlendiren Sedat Pişirici<sup>5</sup>, basın bülteninin haberde olduğu gibi 5N1K'nin yanıtlarını içermesi ve ters piramit tekniğine uygun yazılması gerektiğini kaydetmektedir:

*“Basın bülteni, haberin ya kendisi ya da malzemesidir. Dolayısı ile iki tür basın bülteni vardır. Birinci tür basın bülteni, başlık ve en az bir spotla birlikte, haber formunda yazılıp ilgiliye gönderilir. İkinci tür basın bülteninde ise sadece bilgi verilir, haber formunda kaleme alınması işi gazeteciye bırakılır.*

*Günümüzde her türden medya kuruluşu az sayıda gazeteci ile çalışıyor. Dolayısı ile çoğu zaman haber formunda basın bülteni, haber yazma çabası gerektirmediğinden gazeteci için de daha kullanışlı olabiliyor. Her iki halde de bir basın bülteni “5N1K”nin, yani en temel altı sorunun cevabını içermek zorundadır. Bu soruların tamamının cevabı yoksa basın bülteni gönderilmemelidir.*

*Basın bülteni “ters piramit” kuralına göre yazılmalıdır. Yani, habere konu bilginin en önemlileri ve en çarpıcıları metnin en üstünde, daha az önemlileri de önem (ya da önemsizlik) sırasına göre metnin altında yer almalıdır. Böylece yazı işlerinde haberin kısaltulması gerektiğinde editör metni kesmeye en alttan başlar ve bu sayede de haber temel bilgilerini kaybetmemiş olur.*

*Haberin yazımında çok önemli bir kural da olabildiğince sade bir dil kullanmak, kısa ve anlaşılır cümleler kurmaktır. Uzun metin de uzun cümle de ağırdal dil de okuru sıkır. Bu, bugünün 280 karakterlik sosyal medya dünyasının getirdiği yeni bir kural değildir. Öteden beri böyledir.*

*Basın bülteninin sonuna “daha fazla bilgi ve iletişim” için isim, telefon ve e-posta adresi mutlaka yazılmalıdır. Basın bültenine konu bilgi dışında, adına basın bülteni oluşturulan kurum ya da kişiye ilişkin kısa bir tanıtım metnini bültenin dibine koymak da gazeteciye bilgilendirmek açısından yararlı olur.*

*Haberde de basın bülteninde de metin dışında gerekli diğer öge görsel malzemedir. Mecraya uygun olarak haber de basın bülteni de duruma göre fotoğraf, video, grafik veya animasyon (canlandırma) içermelidir. Çoğu zaman iyi bir görsel malzeme, haberin girmesi, basın bülteninin kullanılmasında için metinden daha etkilidir.”*

## 2.2. Basın Bülteni Nasıl Yazılır

Basın bülteni yazarken<sup>6</sup> 5N-1K olarak anılan (kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden) unsurların tam olmasına, doğruluğundan kuşku duyulan verileri kullanmamaya, haber kaynaklarını özenle seçmeye, sade, açık, özlü bir anlatıma, nesnel bir yaklaşıma özen gösterilmesi gerekir. Sektörel bir yayın söz konusu olmadıkça her eğitim düzeyinden okurun anlayabileceği bir dil kullanılmalı, yabancı sözcük kullanılmamalı, mümkün olduğunca kısa cümleler kurulmalıdır.

Basın bülteni yazarken haberde olduğu gibi üç zaman kullanılmalıdır: di’li geçmiş zaman, şimdiki zaman ve gelecek zaman. Örneğin:

“Atatürk Fen Lisesi’nin mezuniyet töreni 11 Haziran’da yapılacak.”,

“Başkan Öztürk bugün dönüyor.”

“İstanbul Üniversitesi’nde iki yeni fakülte kuruldu.” gibi.

Konuşma dilinde gitgide yaygınlaşan kimi ifadelerin haber yazımında kullanılması uygun değildir.

<sup>5</sup> Gazeteci –İletişim Danışmanı

<sup>6</sup> Bu bölüm yazarın yayınlanmamış ders notlarından özetlenerek alınmıştır.

Örneğin:

“Doğayı korumak adına...” doğru değildir.

“Doğayı korumak için ....” yazılmalıdır.

Sık rastlanan bir başka hata da geniş zaman için “yor” yerine “makta” mastar ekinin kullanılmasıdır. “...yapılmakta” yerine “... yapılıyor” yazılmalıdır.

Dolaylı anlatım ve gereksiz sözcükler, haberi okumayı zorlaştırmaktadır. Bu nedenle her cümle tekrar okunmalı ve çıkarıldığında anlam kaybına yol açmayacak sözcükler çıkarılmalıdır. Bu konuda sık yapılan hatalara bir örnek vermek gerekirse

( ...Başkanı Ali Güven yapmış olduğu konuşmada, “...” dedi.) Yerine,

(... Başkanı Ali Güven, “...” dedi.) şeklinde yazılmalıdır.

Sayısal ifadelerin kullanımı da her eğitim düzeyinden okurun kolaylıkla anlayabileceği şekilde olmalıdır. Bunun için sayıları rakamla, birimleri ise yazıyla yazmak gerekir. Örneğin

1.534.652.68 TL yerine,

1 milyar 534 milyon 652 bin 68 TL yazılmalıdır.

Dikkat edilmesi gereken unsurlardan biri de kurumlar ve ünvanlarla ilgili yazım hatalarıdır. Kurumlardan bahsedilirken yapılan hatalara örnek vermek gerekirse,

“Kocaeli ABCC Partisi İl Başkanlığı” (vanlıs) yerine

“ABCC Partisi Kocaeli İl Başkanlığı” (doğru) yazılmalıdır.

Akademik ünvanların yazılmasında da hata yapılmaktadır. Örneğin,

“Hukuk Fakültesi öğretim görevlilerinden Prof. Dr. Ayşe Demir ...” vanlıştır.

Onun yerine “Hukuk Fakültesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Ayşe Demir ...” yazılmalıdır.

Herkes tarafından bilinen kısaltmalar, örneğin TBMM ayrıca bir açıklamaya gerek olmadan kullanılabilir. Ancak herkesin bilemeyebileceği kısaltmalar haberde ilk kez kullanıldığında açık haliyle yazılmalı yanına parantez içinde kısaltması verilmelidir. Daha sonra haber içinde kısaltma herhangi bir açıklamaya gerek olmadan kullanılabilir. Örneğin “Canakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (COMÜ) ...”.

Haberde kişilerin adları ve ünvanları ilk yazıldığında tam olarak verilmelidir. Daha sonra yalnız soyadları ya da titrleri kullanılabilir. Örneğin “Tüketiciyi Koruma Derneği Başkanı Ali Güven bilinçsiz tüketimin hem aile hem de ülke bütçesine zarar verdiğini söyledi. Güven, bu konuda milli eğitim bakanlığı ile ortak yürütecekleri uzun soluklu bir kampanya hazırladıklarını açıkladı.”

Haber yazarken bir tarihten bahsetmek gerekirse; aynı yıl içinde ileri bir tarihten bahsediliyorsa ay ve günü yazmak yeterlidir, yılı yazmak gerekmez.

“Okullar 17 Eylül’de açılacak.” gibi.

Aynı yıl içinde geçmiş bir tarihten bahsedilirken

“Geçtiğimiz ay”, “Mart ayında ..” denilebilir.

Elbette gerektiğinde yılı da yazmalıdır.

“2012 Ekimi Türk sporunda dönüm noktası olacak” gibi.

Kimi zaman günü de belirtmek gerekir;

“25 Eylül Salı günü başlayacak turnuva ...”.



Basın bülteninde gerekirse haberde olduğu gibi üst başlık, alt başlık, spot ve ara başlık da kullanılır. Fotoğraf, tablo, grafik gibi görsel unsurlar kullanılabilir. Fotoğraf kullanılıyorsa kısa bir fotoğraf altı yazılması gerekir.

Basın bülteninde ters piramit, düz piramit, dörtgen (kare) yazım teknikleri kullanılabilir. Düz piramit normal giriş-gelişme-sonuç sıralamasının uygulandığı; kare ise daha çok dergi haberlerinde kullanılan ve haberin başlangıcı ve sonraki paragraflarında önemlilik açısından pek fark olmayan bir sıralamayla yazılmasına dayanan bir tekniktir.

Günümüzde gazetelerde, radyo-televizyon haber bültenlerinde, internetteki haber portallarında en yaygın kullanılan haber yazma tekniklerinden biri ters piramittir. Ters piramit, metin yazarken genel olarak kullanılan giriş-gelişme-sonuç sıralamasının tersinin kullanılması yani sıralamanın sonuç-gelişme-giriş şeklinde yapılması olarak izah edilebilir. Ters piramit tekniğinde haberin en önemli kısmı girişte verilir. Gelişmede açıklayıcı bilgilere, sonuçta ayrıntılara yer verilir. Bu tekniğe göre yazılan haberin giriş kısmını okumak, haberin özünü anlamayı sağlar.

En çok sıkıntı yaşanan konulardan biri de basın bülteninin girişini yazmaktır. Girişi yazmak, o konuyla ilgili en önemli kısmı belirlemiş olmayı gerektirir. Devamı daha kolay olacaktır.

Giriş kısmı için özellikle ters piramit tekniği ile yazılan haberlerde en pratik yol, 5N-1K'den hangisi ya da hangilerinin o haber için daha önemli olduğunu belirlemektir. Bazen kim, bazen ne olduğu bazen olayın nasıl olduğu daha önemli ya da dikkat çekici olur. Şöyle örnekleyelim:

Selin beş yaşında bir kız ve iki yabancı dili yaşına göre son derece ileri düzeyde ve akıcı konuşabiliyor. Herhangi bir eğitim kurumuna devam etmiyor. Anne ve babası herhangi bir yabancı dil bilmiyor. Selin'in evde yabancı televizyon istasyonlarının yayınladığı çocuk programlarını izlerken İngilizce ve Almanca öğrendiği belirtiliyor.

Yukarıdaki bilgileri gözden geçirdiğimizde en dikkat çekici unsurların *1. beş yaşında bir çocuğun iki yabancı dil bilmesi 2. yalnızca televizyon izleyerek iki yabancı dili öğrenmesi* olduğunu söyleyebiliriz. O halde kim, ne ve nasıl sorularının yanıtları haberin girişinde kullanılabilir:

*“Beş yaşındaki Selin televizyon izleyerek iki yabancı dil öğrendi. Annesi ve babası herhangi bir yabancı dil bilmeyen Selin, herhangi bir eğitim almadağı halde İngilizce ve Almanca'yı son derece akıcı bir şekilde konuşabiliyor.”*

Haberin gelişme bölümünde Selin'in televizyonda izlediği programlar, konuyla ilgili anne-babanın değerlendirmeleri ve uzman görüşlerine yer verilebilir.

Basın bülteni ile haber arasında elbette bazı farklar vardır. Öncelikle haberi gazeteci yapar. Basın bülteni ise gazeteciye hazır haber olarak ulaşır. Haber yazılırken herhangi bir kurumu ya da kişiyi öne çıkarmak için özel bir çaba sarfedilmez. Ancak basın bülteni yazılırken hangi kurum adına yazılıyorsa onu vurgulama çabası vardır. Bunu bir örnekle açıklamak gerekirse;

**“Genç İletişimciler Yarışmasında birinciliği 33 yaşındaki üniversite öğrencisi kazandı.”** (haber)

**“ABCC Üniversitesi öğrencisi Levent Çiçek Genç İletişimciler Yarışmasında birinci oldu.”**  
(ABCC Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Birimi tarafından yazılan basın bülteni)

Basın bülteni ile haber arasındaki diğer fark, basın bülteninin kurumun antetli kağıdına yazılması, basın bülteninin çıkarıldığı tarihin yazılması ayrıca basın bülteninin altında gerekirse konuyla ilgili bilgi almak için ulaşılabilecek sorumlunun adı, görevi ve iletişim bilgilerinin verilmesidir.

Basın bülteni yazarken bugün, yarın, dün gibi bir tarihten bahsedildiğinde bir noktaya özellikle dikkat edilmesi gerekir. Haber yazılırken gazetede ertesi gün yayınlanacağı bilinerek gazetenin okurun eline geçtiği gün dikkate alınıp bugün, dün, yarın ifadeleri kullanılır. Salı günü gerçekleşecek bir etkinlik pazartesi günü yazılır, gazetede Salı günü yayınlanır. Bu durumda gazeteci haberin yayınlanacağı

tarihi dikkate alarak yazar. Örneğin “Vali bugün dönüyor.” Basın bülteni yazılırken de hangi tarihte yayınlanacağı dikkate alarak bu zaman ifadelerinin kullanılması ayrıca yanına parantez içinde açık tarihin yazılması gerekir. Bunun nedeni gazetecinin hangi günü kastettiğimiz konusunda herhangi bir tedirginlik duymasına yol açmamaktır. Örnek vermek gerekirse, 28 Eylül Cuma günü ABC Belediyesi’nin düzenlediği kültür-sanat festivali başlayacak. 26 Eylül Çarşamba günü çıkarılan basın bülteni gazetede büyük olasılıkla 27 Eylül Perşembe günü haber olarak yayınlanacak. Bunu dikkate alarak, “ABC Belediyesi’nin kültür sanat festivali yarın (28 Eylül Cuma) başlıyor” diye yazılması gerekir.

Basın bülteni yazarken her gelişmeyi değil ancak haber değeri taşıyan konuları yazmaya özen göstermek gerekir. Diğer taraftan bir basın bülteninde bir konuya yer vermek gerekir. Bir basın bülteninde ilgisiz birçok konuya yer vermek doğru değildir. Uzun istatistiki verilerin, raporların, araştırma sonuçlarının ele alındığı basın bültenlerinde ancak en önemli kısım yazılmalı, gazetecinin gerek duyarsa kullanabilmesi için sakıncası yoksa raporun ya da araştırma sonuçlarının tamamı ek olarak gönderilmelidir<sup>7</sup>.

### 3. ÖĞRENCİLERİN BASIN BÜLTENİ YAZMA UYGULAMALARINDA GÖZLENEN SORUNLAR

Bu çalışmada en az bir dönem halkla ilişkilerde sık kullanılan metin türleri, özellikle basın bülteni yazma konusunda zorunlu bir ders alan halkla ilişkiler öğrencilerinin basın bülteni yazma uygulamaları üzerinden bir değerlendirme yapılmaktadır. Öğrencilerin basın bülteni yazma uygulamalarında gözlenen sorunlar aşağıda sunulmaktadır. Sıralamada çoktan aza ayırımı yapılmamış ancak ilk sıralarda telafisi mümkün olmayan sonuçlara yol açabilecek sorunlara yer verilmiştir. Çalışmada basit gözlem tekniği kullanılmıştır.

#### 3.1. Konuyu Yanlış ve Eksik Anlama

Yanlış ve eksik anlaşılan bir konuyu doğru ve eksiksiz anlatabilmek mümkün değildir. Özellikle kitle iletişim araçları ile yayılabilecek eksik ve yanlış bilgi toplumun tamamını veya bir kısmını etkileyen ve telafisi mümkün olmayan sonuçlara yol açabilir. Ne yazık ki öğrencilerin basın bülteni yazma uygulamalarında gözlenen en önemli sorunlardan biri konuyu anlamayla ilgilidir. Yüksek öğrenim gören öğrencilerin yanlış anlamaya yer olmayan metinlerde dahi konuyu yanlış anlama oranları yüzde 30’a varan oranlardadır.

#### 3.2. Gündemi, Gelişmeleri İzlememe

Öğrencilerin haberleri okuma/izleme oranları oldukça düşüktür. Bu, ülkede ve dünyadaki gelişmeleri izleyememelerine neden olmaktadır. Bu nedenle önemli hatalar yapılmaktadır. Aşağıdaki örneklerde görüldüğü gibi öğrencilerin bir bölümü PISA raporunun daha önce açıklandığından haberdar değildir. Raporu Türkiye’de ilk kez EBSO Başkanının açıkladığını düşünerek basın bültenini yazmışlar, buna rağmen PISA raporunu neden eğitimle ilgili bir kurumun değil de sanayi odası başkanının açıkladığını sorgulamamışlardır.

#### 3.3. Bilgiyi Kullanmama

Herhangi bir etkinlikle ilgili basın bülteni yazılması istendiğinde etkinliğin konusu, yapıldığı yer ve katılımcıları, açış konuşmasını yapan kişinin hangi konuda konuştuğu yazılmakta ama o konuda ne söylediği yazılmamaktadır. (Örneğin: Japon deprem uzmanlarının da katıldığı Depremle Yaşamak konulu kongre Prof. Dr. Nazlı Özgür’ün açış konuşmasıyla başladı. Prof. Dr. Özgür İstanbul’un depreme ne kadar hazırlıklı olduğundan ve alınması gereken önlemlerden bahsetti. Jeoloji Mühendisleri Odasının düzenlediği kongre üç gün sürecek. İstanbul Üniversitesi Kültür Merkezindeki kongrede olası İstanbul depremi ile ilgili alınması gereken önlemlerle ilgili özel oturum yapılacaktır.)

<sup>7</sup> Haber yazım kuralları hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. (Yüksel (ed.), Haber Yazma Teknikleri, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Nu: 2687), (Girgin ve Özay, Haber Yazmak: 2013)

### 3.4. Sorgulamama

Herhangi bir olayın aykırılığını ya da yanlışlığını sorgulamak yerine ya olduğu gibi aktarılmakta ya da aykırılık varsa sansürlenmektedir.

### 3.5. Kendi Bakış Açıları ya da Duygularıyla Değerlendirme

Bir halkla ilişkilercinin olan bitene nesnel yaklaşması, objektif olması gerekmektedir. Basın bülteni yazarken de duygularıyla ya da kendi bakış açısıyla değil konuyu doğru ve yeterli şekilde aktarma kaygısıyla hareket etmelidir<sup>8</sup>. Uygulamalarda öğrencilerin kendi bakış açıları ve duyguları ile önem, doğruluk, geçerlilik açısından değerlendirme yaptıkları, bu yüzden farkına varmadan filtre uyguladıkları gözlenmiştir.

### 3.6. Kaynağı Belirtmeme

En yüksek oranda görülen hatalardan biri basın bülteni yazmak için kullandıkları verilerin kaynağı açıkça belirtilmesine karşın kaynağın ve yerin belirtilmemesidir. Öğrencilerin kaynağı belirtmeden verileri kullanmalarının kendi araştırmalarına dayanan veriler gibi anlaşılacağını ayırt edemedikleri veya önemsemedikleri gözlenmektedir. Kaynak belirtmediklerinde en azından belirsiz özne ile “açıktı, belirtildi” demek yerine doğrudan “Öğrencilerin yüzde 60’ı odaklanma sorunu yaşıyor. Bunda en önemli etken medya bağımlılığı. ...” şeklinde yazmaktan çekinmemektedirler. Durumun hukuki ve etik açıdan ciddiyetinin ayırımında olmadıkları görülmektedir.

### 3.7. Verilerin Geçerliliğini Sorgulamama

Öğrencilerin kaynağı belirtilmesine karşın kaynaktan söz etmeden verileri kullandıkları ancak verilerin doğruluğu ve geçerliliğine dair sorgulamayı akıllarına getirmedikleri gözlenmektedir. Ders kapsamındaki uygulamalarda kaynağı belirtmiyorlarsa bültende kullandıkları verileri nereden elde ettikleri, güvenilir olduğunu bilmeden nasıl kullandıkları sorulmasına rağmen bu durum tekrarlanmaktadır. Bunda çeşitli kaynaklardan edindikleri bilgileri sınavlarda genellikle kaynağı belirtmeden kullanmalarının etkisi olabileceği düşünülmektedir.

### 3.8. Haber Değerini ve Hedef Kitlenin İlgisini Dikkate Almama

Uygulamalarda sık gözlenen sorunlardan biri kendi ilgi ve öncelikleriyle hedef kitlenin ilgi ve önceliklerinin ayırımını yapmamaları ve kendi önceliklerinin belirleyici olmasıdır. Örneğin 2012’deki bir uygulamada herkesin belli bir ücret ödeyerek katılabileceği bir eğitim etkinliğinin basın bültenini yazması istenen öğrencilerin yarısından fazlası bültenin girişinde eğitimin konusu ya da eğitimcileri değil, eğitimin sertifikalı olduğunu vurgulamıştır. Konuyu ya da eğitimcileri değil de eğitimin sertifikalı olmasını önemli bulmalarının nedeninin öz geçmişlerinde yazabilecekleri sertifikalı bir eğitim olması olduğu anlaşılmıştır.

### 3.9. Çevreye İlgisizlik, Araştırma ve Öğrenmekten Kaçınma

Öğrencilerin çok azının bir zorunluluk olmadan öğrenme ve araştırmaya, çevrelerini tanımaya isteksiz olması basın bülteni yazma uygulamalarında da bariz hatalar yapılmasına neden olmaktadır; “Y Üniversitesi Fakültesi öğretim görevlilerinden Prof. Dr.” gibi.

### 3.10. Konuyu Gerçekte Olduğundan Farklı Anlatma

Konuyu iyi anlamadan ya da anlamakla birlikte daha çok ilgi çekeceği düşüncesiyle gerçek olmayanların yazılmasının ciddiyetinin farkında olunmadığı gözlenmektedir. Örneğin “Ciddi Ruhsal Hastalığı (CRH) olan bireylere hizmet sunanların mesleki donanım ve yetkinliğinin ele alınacağı 3. Ulusal Ruhsal İyileştirme Kongresi” ile ilgili basın bülteni yazması istenen öğrencilerin bir kısmı “CRH’li Hastalara Müjde” ve benzeri başlıklar atmıştır.

<sup>8</sup> Bir uygulamada bilgiyi kullanmama, sorgulamama ve duygusal hareket etme örneklerinin üçü birden görülmüştür. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü nedeniyle bir fakültede düzenlenen etkinliği izleyerek haber yazma ödevi verilen öğrencilerin tamamı sadece 8 Mart Dünya Kadınlar Günü nedeniyle x fakültesinde bir etkinlik düzenlendiğini, etkinliğe ünlü bir şarkıcının konuşmacı olarak katıldığını belirten metinler yazmışlardır. Öğrencilere etkinlikte veya şarkıcının konuşmasında haberde yazmaya değer herhangi bir şey olup olmadığı sorulmuş, bir öğrenci şarkıcının politik bir konuşma yaptığını, buna çok sinirlendiğini ve etkinliğin yapıldığı salonu terk ettiğini söylemiştir. Diğer öğrenciler konuşma politik olduğu için haberde yazmaya çekindiklerini, politikaya karşı istemediklerini belirtmişlerdir.

### 3.11. Dilbilgisi ve Haber Yazım Kurallarına Özen Göstermeme

Öğrencilerin yazdığı basın bültenlerinin neredeyse tamamında dilbilgisi yanlışlıkları bulunmaktadır. Haber yazım kurallarına uyararak basın bülteni yazmakta oldukça zorlanmaktadır. Cümlelerde özne-yüklem uyumunda hata oranı yüksektir. Bir paragrafın tamamı öznesiz cümlelerden oluşabilmekte ve öznesiz cümle kuranların oranı yıldan yıla artmaktadır. Dolaylı ve doğrudan aktarımı hatasız yapan öğrenci oranı giderek gerilemektedir. Uygulama çalışmalarında dersle ilgili kaynaklardan yararlanılabilmesine ve sürekli anımsatılmasına karşın soy isimler tamamen büyük harfle yazılmaktadır. Önemli olduğunu düşündükleri kişilerin adının önünde “sayın” ibaresini kullanmaktadırlar. Öğrencilerin yüzde 90’ından fazlası noktalama işaretlerinde, simgelerde ve sayıların yazılışında hata yapmaktadır. Son iki yılda üç öğrencinin uygulamalarda “... Belediye’si”, “... Üniversite’si yazması bu durumun vehametini göstermektedir. Cümlelerin ve özel isimlerin büyük harfle başlaması kuralına uyanlar gitgide azalmaktadır<sup>9</sup>. Haber yazarken dolayısıyla basın bülteni yazarken (doğrudan aktarım hariç miş’li geçmiş zaman kullanılmaması gerektiği halde) miş’li geçmiş zaman kullanılmaktadır.

### 4. ÖRNEK OLAY

Bu çalışmada iki farklı gruptaki toplam 244 öğrencinin dönem sonuna doğru gerçekleştirilen uygulama çalışmasında yazdıkları basın bültenleri değerlendirilmiştir. Uygulama için Ege Bölgesi Sanayi Odası’nın aylık meclis toplantılarından herhangi ikisinde yönetim kurulu başkanının yaptığı konuşma metinleri<sup>10</sup> kısaltılarak çoğaltılmış ve öğrencilerden bu metinlerden yararlanarak birer basın bülteni yazmaları istenmiştir. Çoğaltılan metinlerde toplantı bilgisi ve konuşmacının adı ve titrine dair bilgi olduğu için ayrıca açıklama yapılmamıştır. Uygulama esnasında öğrencilerin gazete ve ders notu gibi kaynaklardan yararlanabilecekleri belirtilmiştir.

### Örnek 1: EGE BÖLGESİ SANAYİ ODASI 2019 ARALIK AYI MECLİS TOPLANTISI- 23 Aralık 2019

Sayın Başkanım,  
Geçmiş Dönem Başkanlarımız,  
Yüksek İstişare Kurulu Üyelerimiz,  
Onur Üyelerimiz, Meclisimizin Çok Değerli Üyeleri,  
Basınıımızın Kıymetli Temsilcileri,  
Sizleri sevgi ve saygıyla selamlıyorum. Hoş geldiniz.

Üniversite-Sanayi İşbirliği Merkezler Platformu (ÜSİMP) Onur Ödülü’ne layık görülen 1989-1992 Dönemi Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Uğur Yüce’yi tebrik ediyor, ödülünü Ege Bölgesi Sanayi Odası’na atfetmesinden dolayı şükranlarımızı iletiyorum.

“Arkamızda EBSO gibi bir kurumun desteği ve Yusuf Vardar gibi bir hocamızın yönlendirmesi olmasaydı, bugünlere gelemezdik” sözünü de ayrıca çok kıymetli buluyorum.

### 2019 YILININ ARDINDAN

Yılın son haftasındayız. Her geçen yıl için zor bir yılı geride bıraktık diyoruz. Ama 2019 yılı gerçek anlamda birçok açıdan dünyada ve ülkemizde oldukça zorlayıcı geçti.

Siyasi, ekonomik, jeopolitik risk üçgenine toplumsal eylemler de eklenince 2019 yılı dünya genelinde dört koldan sorunlarla sarılmış oldu. Gelişmiş, gelişmekte olan, büyük, küçük ekonomi fark etmeksizin bu başlıklarda sıkıntılı bir yıld diyebiliriz. O nedenle de, 2020 yılı dört gözle beklenmektedir.

### PISA SONUÇLARI

<sup>9</sup> Duğan’ın 2018’de yaptığı öğrencilerin yazdığı 475 basın bülteni ile ilgili yaptığı çalışmada da “öğrencilerin noktalama işaretlerini doğru kullanmadıkları, yazım kurallarında hatalar yaptıkları, cümlelerde anlatım bozukluğu olduğu, cümle içerisinde ekleri ve kelimeleri yanlış kullandıkları belirlenmiştir.” (Bkz. Duğan, 2018).

<sup>10</sup> Ege Bölgesi Sanayi Odası’nın internet sitesinde meclis toplantılarındaki konuşma metinleri yer almaktadır.

Bildiğiniz gibi 3 yılda bir yapılan Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı PISA; 15 yaş ve üstü öğrencilerin 3 ana konuda kazanmış oldukları bilgi ve becerileri değerlendiren bir araştırma projesi.

PISA 2018 sıralaması açıklandı. Bu listeye göre; Türkiye'nin okuduğunu anlamada 40. Fen'de 39. matematikte 40. olduğunu ve geçen seneye göre sırasını yükselttiğini görüyoruz.

İlk sıraları; Çin, Singapur, Macao, Hong Kong, Estonya, Kanada ve Finlandiya oluşturmaktadır.

Tabi burada bir dipnot iletmekte fayda görmekteyim.

Öncelikle Türkiye ortalama açısından, OECD ülkelerinin altında kalmaktadır. Ayrıca, 2018 çalışmasına 7 ülke ilk kez katılmıştır. Belarus, Bosna Hersek, Brunei, Fas, Filipinler, S. Arabistan, Ukrayna olup, sadece Belarus ve Ukrayna'nın Türkiye'nin önünde yer aldığını belirtelim. Diğer 5 ülke Türkiye'nin gerisindedir.

Sıra, puan bunların hepsi iyileştirilebilir. Yeter ki biz ne istiyoruz? Gelecek için hedefimiz ne? Bunu belirleyip, eğitim sistemini ona göre kurgulamak zorundayız. Gerisi arkadan gelecektir. Ancak, hala bununla ilgili bir çabanın olmadığını da üzülerek görüyoruz. 2020 için atılması gereken adımların en başında eğitim reformu olduğunun da altını bir kez daha ısrarla çizmek isterim.

Bir kez daha sevdiğinizle sağlıklı, mutlu, huzurlu bir yıl diliyor ve bir video ile konuşmamı tamamlamak istiyorum.

Saygılarımla,  
**Ender YORGANCILAR**

## **Örnek 2: EGE BÖLGESİ SANAYİ ODASI (EBSO) 2019 KASIM AYI MECLİS TOPLANTISI**

**Sayın Başkanım,  
Türkiye Kalite Derneği İzmir Şubesi Başkanı Sayın Senem KILIÇ,  
Geçmiş Dönem Başkanlarımız,  
Yüksek İstişare Kurulu Üyelerimiz,  
Onur Üyelerimiz, Meclisimizin Çok Değerli Üyeleri,  
Basımızın Kıymetli Temsilcileri,  
Sizleri sevgi ve saygıyla selamlıyorum. Hoş geldiniz.**

### **10 KASIM**

Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün aramızdan ayrılışının 81. yıldönümü sebebiyle bu kürsüden bir kez daha; O'nu minnetle, saygıyla ve rahmetle andığımızı tekrarlamak isterim.

İlkeleri rehberimiz, eserleri ışığımız olmaya devam edecektir. Ruhu şad olsun.

Yılın son ayına gelirken, gündem içerde dışarda o kadar yoğun ki, bugün sunumumda farklı raporlardan bahsederek, gündemin gerisinde kalan ama önemli bazı hususlara değinmek istiyorum. Uluslararası bir danışmanlık firması olan At Kearney, 2019-2024 dönemi için küresel trendleri 5 ana başlıkta sıralamış.

1. Nakitsiz bir dünyaya doğru
2. Büyük batarya devrimi: (Batarya teknolojilerindeki gelişmelerin pil ömrünü uzatması, yenilenebilir enerjinin gelecek yıllarda giderek daha çok kullanılmasını sağlayacak.)
3. Küresel ölçekte yeni yetenekler kazandırma yarışı. (Bu da bizim en baştan beri ısrarla altını çizdiğimiz işgücünün sanayi 4.0 kapsamında eğitilmesi. Bugün yaşadığımız işsizliğin de panzehiridir. Milyonlarca işletme, iktisat mezunu vermek maharet olmamalıdır. İstihdam edilecek kapasite ve nitelikte bireyler yetiştirilmelidir.)
4. İklim değişikliğine uyumlu altyapı sistemlerinin yükselişi
5. Yalnızlık salgını

Biz sadece ilk maddenin altını açalım ve nakitsiz bir dünyadan ne kastedildiğine bakalım. Nakit paranın artık egemenliğini kaybettiği, küresel ekonomi, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler nezdinde giderek daha çok dijital işlemlerle yön bulduğunu belirtiyor.

2014 ve 2017 karşılaştırmalarında görülen veriler dijital bir ödeme yapan veya dijital bir ödeme kabul eden kişilerin oranı oldukça yüksek. Dünya genelinde nakitsiz yapılan her türlü işlemin oranı %52 iken, gelişmiş ülkelerde %91 olarak gösterilmiş.

2021 itibarıyla gelişmiş ekonomilerde yüzde 7'den gelişmekte olan ekonomilerde ise yüzde 21'den fazla artması bekleniyor.



Yani, artık cebimizde nakit para taşımayacağımız günler çok yakın. Bundan da ötesi, nakitsiz paradan elimize hiç alamayacağımız dijital paralara doğru hızla yol alıyoruz.

Mc Kinsey ile devam edelim. Dijitalleşme hemen hemen her platformun ana gündem maddesi olmaya devam ediyor. Mc Kinsey dijitalleşme ile ilgili olarak firmaları uyaran 5 önemli maddeye yer vermiş.

Dikkatlerinize sunuyorum:

**1- “Dijital” diye bir departman veya şirket kurmayın:** En sık karşılaşılan ve en büyük hatalardan birisidir. Şirketten ayrı ve şirket süreçlerinin dışında “dijital” isimli bir birim oluşturmak, sadece süreçlerin yavaşlamasına ve insanların hep beraber çalışamamalarına sebep olur. Yagın ve maliyetli bir hatadır.

**2- Dijital dönüşüm belirli bir hedefe dönük olmalıdır:** Teknoloji hızlandıkça ve ivmelendikçe çok sayıda ihtimali de beraberinde getirmektedir. Bunların hepsinin şirket tarafından gerçekleştirilmesi imkansızdır. Bu yüzden hedef net olmalıdır ve bu hedefe uygun çözümler üzerinde durulması gerekmektedir.

**3-Her zaman müşteri düşünülmelidir:** Hizmeti ve ürünü ortaya çıkarırken, önemli olan müşteriyi anlamak ve onun bilmediği ihtiyacını ortaya çıkartmak.

**4-Şirket süreçleri yönetilebilir olmalıdır:** Süreçleri, sistemin tıkanmasına izin vermeyecek şekilde yönetiniz. Aksi halde yeni hiçbir şey yapamazsınız.

**5-Dijital dönüşüm liderlik gerektir:** Dijitalleşmeyi yönetecek güçlü bir lidere ihtiyaç vardır.

Saygılarımla,  
**Ender YORGANCILAR**  
Yönetim Kurulu Başkanı

Yukarıdaki metinlerin basın bültenine dönüştürülmesi uygulamalarında belirlenen hatalar aşağıda belirtilmektedir.

#### **Birinci metinle ilgili uygulamada belirlenen hatalar:**

- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 15’i meclis toplantısı değil, ödülle ilgili bir toplantı olduğunu yazmıştır. Örneğin: *“Uğur Yüce’nin ödül kazanması nedeniyle EBSO’da düzenlenen toplantıda ...”*
- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 15’i konuşmacının başka birinin sözlerinden yaptığı aktarmayı konuşmacının sözleri olarak aktarmıştır. Örneğin: *“Yorgancılar, ‘Arkamızda EBSO gibi bir kurumun desteği ve Yusuf Vardar gibi bir hocamızın yönlendirmesi olmasaydı, bugünlere gelemezdik.’ dedi.”*
- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 35’i PISA sonuçlarını EBSO Başkanı Yorgancılar’ın açıkladığını yazmıştır. Örneğin: *“EBSO Başkanı PISA sonuçlarını açıkladı.”*
- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 30’u ne EBSO meclis toplantısından ne de başkanın konuşmasından hiç söz etmemiştir. Örneğin *“PISA 2018 sıralaması açıklandı. ...”*
- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 3’ü PISA sonuçlarını filtreleyerek vermiştir. Örneğin: *“PISA 2018 sıralaması açıklandı. Türkiye geçen seneye göre sırasını yükseltti.”* Bu örneklerde olumsuzluk içeren verilerden hiç söz edilmemiştir.

#### **İkinci metinle ilgili uygulamada belirlenen hatalar:**

- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 30’u basın bültenini ne EBSO’dan ne de konuşmayı yapan Yorgancılar’dan hiç söz etmeden yazmıştır. Örneğin: *“Uluslararası bir danışmanlık firması olan At Kearney, 2019-2024 dönemi için küresel trendleri açıkladı.”* ve *“Mc Kinsey firmaları dijitalleşme konusunda uyardı”*.
- ✓ Öğrencilerin yaklaşık yüzde 10’u meclis toplantısı yerine 10 Kasım nedeniyle düzenlenen toplantı diye yazmıştır. Örneğin *“10 Kasım nedeniyle EBSO’da düzenlenen toplantıda ...”*

İki uygulamada da dilbilgisi ve haber yazım kuralları konusunda hata yapmayan öğrencilerin oranı yüzde 5'in altındadır. Örneğin, “Ebso”, “Ender YORGANCILAR”, “Sayın Yorgancılar”, “... açıklanmıştır.”

Her iki uygulamada da yukarıda belirtilen sorunların en az biri genellikle birkaçının birlikte olduğu belirlenmiştir. Yine her iki uygulamada da ters piramit tekniğine uygun yazabilenlerin oranı düşüktür.

Öğrencilerin tüm uygulamalarda en zorlandığı konuların başında ters piramit tekniğine uygun yazma gelmektedir. Basın bülteninin girişini “yer, tarih, saat ve kim” bilgilerini vererek yapmaktadırlar. Herhangi bir konunun basın bülteni yazmayı gerektirmesi haber değeri taşımasını gerektirmektedir. Ancak haber değeri taşıyan içerik çoğu kez yer, tarih, saat ve kim girişte verildikten sonra örneğin “Toplantıda verim düşüklüğünün nedenleri konuşuldu.” gibi bir cümle ile verilmektedir. Oysa herhangi bir etkinlik (çok aykırı değilse) yapılması nedeniyle haber değeri taşımaz (etkinliğin duyurulmasıyla ilgili bültenler bunun dışındadır), bir etkinlikte yapılanlar ya da söylenenler toplum için ilginç, anlamlı ise ya da topluma bilgi verilmesi gereği varsa haber değeri taşır.

## 5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Halkla ilişkiler öğrencilerinin basın bülteni yazma uygulamalarında gözlenen sorunların tamamı bir halkla ilişkilercinin sahip olması gereken niteliklerle ilgilidir. Elbette öğrenimleri süresince “sorun” olarak tanımlanan bu unsurlarla ilgili bilgi ve yeterlik kazanacaklardır. Ancak konunun başka boyutları da vardır ve bu sorunların temelinde onların bulunduğu değerlendirilmektedir. Bunların ilki yüksek öğrenim görme hakkını sınavla kazanan öğrencilerin kendi dilleriyle ilgili yetkinliklerinin düzeyidir. Dil, yalnızca sosyal bilimler için değil, tüm alanlar için doğru ve yeterli anlama ve anlatabilmenin temel koşullarından biridir.

İkinci boyut, yüksek öğrenim için seçme ve yerleştirme sınavlarının öğrencinin alanla ilgili temel yeterliklerini ölçmede ve yerleştirmede ne kadar yeterli olduğudur. Yine dile hakimiyet açısından değerlendirilirse, iletişim alanında öğrenim gören öğrencilerin mesleki derslerdeki başarılarında da temel belirleyicilerden biri dildir ve yalnız halkla ilişkilerde değil iletişim fakültelerinin diğer bölümlerinde de öğrencilerin dil bilgisi ve dile hakimiyetlerinin yeterli olmadığı görülmektedir. Halkla ilişkiler öğrencilerinin sözel sınav sonuçlarıyla seçilip yerleştirilmesi de bu konudaki sıkıntılardan biridir. Halkla ilişkilerde araştırma ve ölçümleme için sayısal temele dayanan konuları da (örneğin istatistiği) öğrencilerin asgari standartlarda da olsa öğrenmesi gerekmektedir. Ancak sözel sınavla seçilip yerleştirilen öğrencilerin istatistik derslerindeki başarı oranı son derece düşüktür ve çoğu öğrencinin diğer derslerde yüzde hesaplamalarında bile sıkıntı yaşadıkları gözlenmektedir. Halkla ilişkiler öğrencilerinin seçilme ve yerleştirilmesinde sözel değil, eşit ağırlık veya Türkçe-matematiğin belirleyici olması değerlendirilmelidir.

Üçüncü boyut insan kaynaklarının yönetilmesi ile ilgili politikaların niteliğiyle ilgilidir. Yüksek öğretim bölümlerinin ve kontenjanların ülkenin gereksinimleri ve öncelikleri dikkate alınarak belirlenmesi sadece öğrencilerin nitelikleriyle uyumlu alanlarda yüksek öğrenim görmeleri ve daha nitelikli olmaları açısından değil diplomalı işsiz sorunu açısından da önemlidir. Bu konuda halkla ilişkiler bölümleri ile ilgili Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) ve İletişim Danışmanlığı Şirketleri (İDA)'nın yaptığı araştırmaların sonuçları kayda değer veriler sunmaktadır. Araştırmalara göre<sup>11</sup> örgüt yöneticileri iletişim/halkla ilişkiler yöneticilerini halkla ilişkiler öğrenimi görenlerden çok uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi, siyaset bilimi, işletme gibi alanlarda yüksek öğrenim görenler arasından seçmeyi tercih etmektedirler. Yöneticiler bunun nedeninin iletişim mezunlarının ekonomi, işletme, uluslararası ilişkiler mezunlarındaki bilgi birikiminden yoksun olmaları olduğunu belirtmektedir. Araştırmaların basın bülteni yazma ile ilgili önemli bulgusu, iş dünyası yöneticilerinin dışarıdan satın aldıkları hizmetlerin yüzde 75'inin medya ilişkileri olduğunun belirlenmesidir.

<sup>11</sup> <http://www.tuhid.org/tuhid-ida-iletisim-hizmetleri-algilama-arastirmasi-sonuclandi.html>

İletişim yöneticileri de kendilerinden en çok talep edilen işlerin medya ilişkileri ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Araştırmaların bulguları iletişim fakülteleri ve halkla ilişkiler bölümlerinin müfredatlarının gözden geçirilmesi ve düzenlenmesi konusunda da değerlendirilmelidir. İletişim fakültelerinde Türk Dili derslerinin sınavlarında çoktan seçmeli (test) sorularla başarı değerlendirilmesi yapılmasının da olumsuz sonuçları olduğu gözlenmektedir. Birinci sınıfta Türk Dili dersi alan ve bu derste başarılı olan öğrencilerin basın bülteni yazma uygulamalarındaki dilbilgisi ve anlatım hatalarının çokluğu üzerinde durulması gereken bir durumdur. Ancak daha temelde orta öğrenimini tamamlayan öğrencilerin dilbilgisi ve anlatım zayıflığının sorgulanması gerekmektedir. Halkla ilişkiler öğrencilerinin basın bülteni yazma uygulamalarında görülen eksik ve yanlışlıklar temeldeki; ilk ve orta öğrenim sürecindeki sorunlardan kaynaklanmaktadır.

İnsan kaynakları ile ilgili politika hakkında diğer önemli konu ise kariyer planlama konusundaki yetersizliktir. Bunun bir boyutu ihtiyaca göre öğretim programlarının planlanması ve niteliğe göre öğrenci yerleştirilmesi diğer boyutu da öğrencilerin ilköğretimden itibaren bu konuda bilinçlendirilmesidir. Ne yazık ki ilk ve orta öğretimde öğrencilerin kendi ilgi ve niteliklerine göre kariyer planlamasına ille de yüksek öğrenim görme ve gözde bölümlere yerleşme baskısı engel oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler bölümü birinci sınıf öğrencileriyle kariyer hedefleri konusunda yapılan görüşmeler ve derslerde gerçekleştirilen uygulamalar bu konuda dikkate değer bilgiler vermektedir. Örneğin, farklı yıllarda birinci sınıftaki halkla ilişkiler öğrencilerinden kariyer planlarını yazmalarını istenmiştir. Öğrencilerin önce bugün sahip oldukları nitelikleri ardından orta vadedeki kariyer hedeflerini net olarak yazmaları (bir şirkette halkla ilişkiler yöneticisi olacağım net değil), kendileri için öngördükleri pozisyonun bugün gerektirdiği nitelikleri, ortalama ücretini ve diğer bilgileri yazmaları istenmiştir. Sonra da o pozisyona geçebilecekleri zaman (örneğin 12 yıl sonra) hangi niteliklerin gerekebileceğini yazmaları gerekmektedir. En sonunda da bugünden başlayarak gerekli nitelikleri kazanmak için yapmaları gerekenleri bir plan şeklinde yazmaları istenmiştir. Net bir kariyer hedefi ifade edebilen (örneğin bir reklam ajansında metin yazarı olacağım) öğrenci oranı yüzde 5'e ulaşmamıştır. Öğrenciler arasında net olmayan kariyer hedeflerini yazanların da ne sektörle ne de o pozisyonun gerektirdiği niteliklerle ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıkları gibi bu açığı gidermek için bir arayış içinde olmadıkları da görülmektedir. İş bulma kaygısını dile getiren son sınıf öğrencilerinin "alanla ilgili ders kitapları dışında okudukları son kitap, alanla ilgili başarılı buldukları halkla ilişkiler çalışmaları, halkla ilişkiler uygulayıcılarının güncel tartışma konuları, kendilerini geliştirdikleri alan ve bu alandaki profesyonellerin çalışmalarının neler olduğu" gibi sorulara doyurucu yanıt verme oranlarının çok düşük olduğu görülmektedir.

Yukarıda değinilen konular sorunun kaynağına/temel soruna ilişkindir. Öğrencilerin basın bülteni yazma konusunda belirlenen sorunlar ise temel sorunun ürettiği sonuçlardır. Dolayısıyla basın bülteni yazma uygulamalarında gözlenen sorunlar öğrencilerin mesleki yetkinliklerine dair bir değerlendirmeden ziyade temel sorunlara odaklanarak çözüm üretmek için bir veri olarak dikkate alınmalıdır.

Son olarak, öğrencilerin basın bülteni yazmada yaşadığı zorluklarda hem kitap hem de haber okuma/izleme oranındaki düşüklük önemli bir etkidir. İnterneti çok yoğun kullanan öğrencilerin elektronik ortamda da gazete ve haber okuma oranları çok düşüktür. Ancak öğrencilerin haber okuma oranlarının düşüklüğüyle birlikte gazete, televizyon ve internetteki haber portallarının gerek hukuk ve etiğe gerekse haber yazım kurallarına uygun olmayan anlayış ve yayın politikaları da dikkate alınmalıdır. Basın bülteni yazma uygulamalarında evrensel haber ilkelerine uygun haber örneklerinin bulunması da oldukça sorunludur. Gazetelerin özellikle internet sayfalarında hukuk ve etiğe uygunluğun yanı sıra üslup ve anlatım açısından da önemli sorunlar olması haber kaynağı olarak ilk sırada interneti kullanan genç kuşağın tümü gibi halkla ilişkiler öğrencilerini de olumsuz etkilemektedir. Hem gazetecilik hem de halkla ilişkiler meslekleri yalnızca heves, ilgi, önemli çevrelerle iyi ilişkilerle değil, kitle iletişiminin öneminin ve topluma karşı sorumlulukların bilincinde

olmayı gerektirmektedir. İki alanda da profesyonel olarak görev üstlenenlerin iletişim eğitimi almalarının temel koşul olması ancak iletişim eğitiminin de mesleğin gerekleri, toplumsal ve teknolojik gelişmeler, gereksinimler dikkate alınarak güncellenmesi gerekmektedir.

## KAYNAKLAR

### Kitaplar

Balta Peltekoğlu, Filiz. (2001). Halkla İlişkiler Nedir. İstanbul: Beta.

Erdoğan, İrfan. (2006). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara: Erk.

Girgin, Atilla- Özay, Seçil. (2013). Haber Yazmak. İstanbul: Der.

Oktay, Mahmut. (2002). Politikada Halkla İlişkiler, İstanbul: Derin Yayınları.

Sayımer, İdil. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta.

Sevil Uzoğlu Bayçu. (2013) Halkla İlişkiler Yazarlığı: Rol Ve Sorumluluklar. Halkla İlişkiler Yazarlığı İçinde (Ed. Sevil Uzoğlu Bayçu). T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2765 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1723.

Yüksel, Erkan. (ed.). (2013). Haber Yazma Teknikleri. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 2687.

### Makaleler

Akbulut, Deniz. (2016). Halkla İlişkiler ve Gazetecilik Sektörleri İlişkisi Bağlamında Haber Kaynağı Olarak Basın Bültenleri. İletişim Çalışmaları Dergisi Sayı 1 Yıl 2- 2016 (1-24).

Arslan, Hicabi. (2020). Basın Bülteni ve Duyurularında Etik Konusunun Örnek Olaylarla Eleştirel Olarak İrdelenmesi. Erciyes İletişim Dergisi | Ocak/January 2020 Cilt/Volume 7, Sayı/Number 1, 217-242.

Çöklü, Ece. (1999 ) Halkla İlişkiler Yazarlığı. Marmara İletişim Dergisi. Sayı: 10.

Duğan, Özlem. (2018). Halkla İlişkiler Lisans Öğrencilerinin Yazma Becerilerinin "Basın Bülteni" Üzerinden İncelenmesi. İNİF E-Dergi. Mayıs 2018, 3(1).

Kılınç, Özgür- Baycu, Sevil. (2018). Halkla İlişkiler Uygulayıcıları ve Gazeteciler Arasındaki İlişki: Uygulayıcılar Üzerine Bir Araştırma. Global Media Journal TR Edition, 8 (16) Bahar/Spring 2018

### Tezler

Budak, Selim. (2015). Halkla İlişkiler ve Medya İlişkisi Çerçevesinde Basın Bültenlerinin Gazetelerde Haber Olarak Değerlendirilmesi: Zaman ve Hürriyet Örneği .Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özbey, Özkan. (2010). Basın Ve Halkla İlişkiler: İşbirlikli Birlikte Karşılıklı Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

### Mülakat

Gazeteci ve İletişim Danışmanı Sedat Pişirici ile sözlü ve yazılı mülakat. 2020 Ocak.

### Elektronik Kaynaklar

tuhid.org.tr, <http://www.tuhid.org/tuhid-ida-iletisim-hizmetleri-algilama-arastirmasi-sonuclandi.html> erişim tarihi: 10 Nisan 2010.

ebso.org.tr, <http://www.ebso.org.tr/tr/meclis-konusmalari-12-08-45/2019-kasim-ayi-meclis-toplantisi>, <http://www.ebso.org.tr/tr/meclis-konusmalari-12-08-45/2019-aralik-ayi-meclis-toplantisi> erişim tarihi 20 Aralık 2019.