

HALKLA İLİŞKİLER LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN YAZMA BECERİLERİNİN "BASIN BÜLTENİ" ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

*Dr. Öğr. Üyesi Özlem DUĞAN**

Özet

Halkla ilişkiler bölümünde okuyan ve mezun olduktan sonra bu mesleği yapması beklenen öğrencilerin yazma becerilerinin gelişmiş olması meslek hayatlarında başarılı olmalarına katkı sağlayacaktır. Halkla ilişkiler biriminde çalışanların bülten yazmadan, kutlama mesajlarına, makale yazmadan sosyal medyada etkili mesaj oluşturmaya kadar her alanda yazma becerisini etkin olarak kullanması gerekmektedir. Ayrıca kriz dönemlerinde kamuoyunu ikna edici etkili ve sempatik mesajların oluşturulması da yazma becerisine bağlıdır. Hedef kitleye ulaştırılacak mesajların açık, net, anlaşılır ve ikna edici özelliklere sahip olması gerekir. Yazma, başarıyı büyük ölçüde etkileyebilecek temel bir iş becerisidir. Ayrıca medyaya gönderilen içeriğin doğru cümlelerle doğru zamanda ulaştırılması güvenilirlik açısından önemlidir. Her düzeyde halkla ilişkiler çalışanlarının sağlam bir yazma becerisine sahip olması gerekir. Halkla ilişkiler çalışanlarının hedef kitleyi ikna etmede en çok kullandıkları iletişim araçlarından basın bülteninin yazımı da önem kazanmaktadır. Bu bağlamda oluşturulan çalışma, halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümünde okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler yazarlığı dersi kapsamında yazdığı bültenlerin incelenmesine dayanmaktadır. 3 dönem boyunca öğrencilerin ders kapsamında yazdığı 475 adet bülten incelenmiştir. İncelenen bültenlerde konuyu anlatan başlık, noktalama işaretleri, yazım kuralları ve doğru cümlelerin kurulması aranmış ve oluşturulan kategoriler çerçevesinde bültenler incelenmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin noktalama işaretlerini doğru kullanmadıkları, yazım kurallarında hatalar yaptıkları, cümlelerde anlatım bozukluğu olduğu, cümle içerisinde ekleri ve kelimeleri yanlış kullandıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin meslek hayatlarında başarılı olabilmeleri iyi bir yazma becerisine sahip olmalarına bağlıdır. Sadece halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümünde okuyan öğrencilerin değil Radyo-Televizyon Sinema, Gazetecilik, Yeni Medya bölümünde okuyan öğrencilerin de iyi bir yazma becerisine sahip olması önemlidir. Bu bağlamda öğrencilerin, yazma becerilerini geliştirmeleri için düzenli okumaları ve yazmaları gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Halkla İlişkiler Yazarlığı, Yazma Becerisi, Basın Bülteni, Öğrenciler*

AN ANALYSIS OF THE WRITING SKILLS OF PUBLIC RELATIONS UNDERGRADUATE STUDENTS ON "PRESS RELEASE"

Abstract

The development of the writing skills of students who are expected to do this profession after reading and graduating from the people's relations section will contribute to their success in their professional lives. People in the public relations unit need to effectively use the writing skills in each area, form writing a newsletter, celebrating messages, creating an effective message on the social media without writing an article. It also depends on the ability to write convincingly effective and sympathetic messages in times of crisis. The messages to be delivered to the target group must have clear, understandable and persuasive characteristics. Writing is a basic business skill that can greatly affect success. It is also important to ensure that the content sent to the media is delivered correctly to the right people. People at all levels should have a solid writing skills. The writing of the press release is also gaining importance from the communication that the people related to the public use most to convince the target audience. In this context, the study is based on the analysis of the releases written by the students in the field of public relations and advertising. 475 releases written by students during the course were examined during the three semesters. In the releases examined, the headings, punctuation marks, the writing rules and the bulletins in the framework of looking for and establishing the correct were examined. As a result of the study, it was determined that the students did not use the punctuation marks correctly, they made mistakes in the writing rules, there was a lack of expression in the phrases, and they used the suffixes and words in the sentences incorrectly. The success of students in their professional lives depends on their good writing skills. It is important that not only students who are interested in public relations and advertising, but also students who study in Radio-Television Cinema, Journalism and New Media have good writing skills. In this context, students need to read and write regularly in order to improve their writing skills.

Keywords: *Public Relations Writing, Writing Skills, Press Release, Students*

* Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ozlem.dugan@usak.edu.tr

Giriş

Mezun olduktan sonra çalışması beklenen öğrencilerin çalışacağı alanlardan biri de halkla ilişkiler birimidir. Halkla ilişkiler biriminde çalışanların yazma becerisinin yüksek olması kurumun başarısını etkilemektedir. Dolayısıyla öğrencilerin meslek hayatlarında başarılı olabilmeleri için yazma becerilerini geliştirmeleri gerekir. Medya ile ilişkileri geliştirmekten basın bültenine, web sayfasında mesaj oluşturmaya kadar halkla ilişkiler araç, yöntem ve tekniklerinin bütününde yazma becerisi önemli rol oynamaktadır (Aydın ve Duğan, 2017: 44). Halkla ilişkilerde yazma sürecinin bir halkla ilişkiler uygulamasının ilk basamağı olan araştırma ile başlaması önemlidir. Araştırma doğrultusunda durumsal analizlerin yapılması, amaçların ve kamuların belirlenmesi, neyin, nasıl söyleneceğinin ortaya konulması ve yazma eyleminde bütün bu kategorilerin dikkate alınması gerekir. Başka bir ifadeyle halkla ilişkiler uygulayıcıları yazma eyleminde stratejik davranmak durumundadırlar (Bayçu, 2018: 4).

Halkla ilişkiler mesajları, hedef kitleyi ikna ederek desteğini sağlamak, iletişim araçları yoluyla iletilen mesajların etkililiğini en yüksek seviyeye ulaştırmak için amaca yönelik olarak doğru ve etkili bir biçimde hazırlanmalıdır (Elcil, 2012: 161). Newsom ve Haynes (2011: 11) halkla ilişkiler yazarının çalıştığı kurumu bütün açılarından iyi bilmesi, neyin önemli olup olmadığını belirlemek için belirli konularda araştırma yapması ve iletişimde uzman olması gerektiğini belirtmektedir. Halkla ilişkiler biriminde çalışanlar, bülten ve makale yazma, sosyal medyada etkileyici mesaj oluşturma, medya ile iyi ilişki kurma, etkili web sayfası oluşturma, davetiye, afiş ve broşür hazırlama, kurumun yaşadığı krizi başarılı şekilde yönetme, kamuoyunu ikna etme amaçlı mesaj oluşturma, okunurluluğu çok olan dergi ve kurum gazetesi hazırlama, kutlama, anma ve özel günler için başarılı mesaj yazabilme gibi birçok faaliyeti yazma becerisini kullanarak ortaya koymaktadır. Bu çalışma, halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler yazarlığı dersinde yazdıkları bültenlerin incelenmesine yöneliktir. 3 dönem boyunca bu dersi alan öğrencilerin bültenleri yazım kuralları, başlıkların uygunluğu, noktalama işaretleri, eklerin ve kelimelerin kullanımı üzerinden değerlendirilmiştir.

1. Halkla İlişkiler Yazarlığı

Dil, sözcüklerden oluşur. Dil aynı zamanda kişilerarası iletişimi sağlamak amacıyla önceden saptanmış semboller topluluğudur. Bu semboller, belirli anlamları taşıyan, kelimeler ve seslerden oluşabileceği gibi, çeşitli hareket ve işaretlerden de oluşabilir (Girgin, 2008: 16). Dil düşüncenin alt yapısıdır. Dil düşüncelerin değil hislerin de aktarımıdır (Sinanoğlu, 2002: 147). Dilin zenginliği düşüncenin zenginliği anlamına gelmektedir. Avusturyalı düşünür ve matematikçi Ludwig Wittgenstein'in ifade ettiği gibi bir insanın dilinin sınırları dünyasının sınırlarını belirlemektedir. Bir sözcük dağarcığı ve dil bilgisine sahip insanın dolayısıyla düşünce dünyası zengin demektir (Özkan, 2017: 289). Zengin bir sözcük ve dil bilgisine sahip bireyin yazma yeteneğinin de zengin olması beklenir. Yazmayı öğrenmek ise, bir beceri işidir. Yazının kurallarını öğrenmek kolaydır fakat uygulamak zordur. Yazmanın temel şartı dile hakim olmaktır, dili enine boyuna inceleme ve harmanlama, dilin sınırlarını zorlayarak olanaklarını bulgulamaya çalışmadır (Akbayır, 2011: 7-14). Dili en iyi kullanması gereken bireylerden biri de halkla ilişkiler çalışanlarıdır. Dolayısıyla halkla ilişkiler alanında çalışanların yazma becerisinin yüksek olması istenir. Yazarın halkla ilişkiler alanında usta, yetkin ve yaratıcı olması, ortaya çıkan işin amaca uygunluğunu, yeterliliğini ve etkililiğini ortaya koymaktadır. Bu açıdan yazı yazmak, dili doğru kullanmayı ve yazıya doğru şekli vermeyi gerektirir (Elden, 2013: 29). Halkla ilişkiler yazarlığı, bir kurumun iyi olma halini etkileyebilen kamuların kuruma

yönelik olumlu tutum ve davranışlarını oluşturmak, geliştirmek veya sürdürmek için tasarlanan yazma eylemi şeklinde tanımlanır (Treadwell ve Treadwell, 2004: 22). Halkla ilişkiler alanında yazarlık, uygulayıcıların temel görevlerinden biri olmayı sürdürmektedir. Birçok halkla ilişkiler profesyoneli yazmayı en önemli halkla ilişkiler yeteneği olarak görmektedir (Fulginiti ve Bagin, 2005: 197). Fulginiti ve Bagin (2005: 199), başarılı bir halkla ilişkiler yazarı olmanın sadece "yazma" yeteneğine sahip olmakla gerçekleşmeyeceğini, yazma yeteneğinin yanı sıra uygulayıcıların ikna edici konuşma, yorumlayıcı dinleme, eleştirel düşünme, medyayı iyi anlama, kesin karar verme ve entelektüel merak gibi yeteneklere sahip olması gerektiğini dile getirmektedir. Halkla ilişkiler çalışanlarının iyi ve başarılı olabilmesi için, dili iyi bilmesi ve kullanması, mesleğini yapmaya istekli, iyi niyetli, önyargısız, eğitilmiş veya eğitilebilir olması gerekir. Rahat, tutarlı, net ve hızlı yazma yeteneği halkla ilişkiler uygulayıcısını kurumdaki diğer çalışanlardan da ayırmaktadır. Ancak halkla ilişkiler mesleği sanıldığı kadar kolay değildir (Seitel, 2014: 332; Aydın ve Taş, 2016: 51-52). Çünkü halkla ilişkiler mesleğini yapabilmek için öncelikle yazarlık yeteneğine sahip olmak temel unsurlardan biridir. Halkla ilişkilerde yazarlık, bir kurumun faaliyetlerinin doğru olarak ifade edilmesi, verilmek istenilen mesajların kamuoyunda pozitif etki yaratması açısından önem taşımaktadır.

Halkla ilişkiler için temel amaç bilgi vermek ve ikna etmektir. Halkla ilişkiler yazarlığında ise temel amaç, insanları etkileyecek bilgilerin iletilmesidir (Zappala ve Carden, 2010: 8; Bivins, 2008: 6). Halkla ilişkiler çalışmalarında ikna edici içerik ve yeterli bir iletişim süreci olmadan belirli bir düzeyin altındaki organizasyonu kurtarması ve onu yeterince tanıtması mümkün değildir (Seitel, 2004: 4-5). Bivins'e göre, halkla ilişkilerde mesajların sunulmasında amaç, strateji, iletişim kanalı, iletişim tarzı ve formatı değişiklik göstermektedir. Bu elementler birbiriyle tamamen iç içedir. Halkla ilişkiler çalışmaları, halkı, müşteriye, tüketiciye aydınlatmak ve yapılan eylem ile işlemleri hedef kitleye benimsetmek amacıyla yapılmaktadır (Ayhan, 2015: 39). Hedef kitlenin ikna edilmesi ve hedef kitleye doğru bilgilerin aktarılması iyi yazarlıkla bağlantılıdır. İyi yazmak yetenekten daha çok mantıksal bir sürece bağlıdır. Mantıksal süreçlerden geçen yazar, neyi amaçladığını, ne yazmak istediğini, nasıl ve nerede sunacağını önceden planlamıştır (Marsh vd., 2009: 6). Önceden planlanan yazı yazma (Çöklü, 1999: 161-162) halkla ilişkiler çalışma alanlarından en temelleri olan araştırma, planlama, iletişim ve değerlendirmenin her safhasında ortaya çıkmakla birlikte, en çok aktif olarak hedef kitlenin gözünde yer alan iletişim safhasında dikkat çeker. Çünkü bu aşamada hazırlanan program hakkında mesajlar oluşturulur ve bu mesajlar yayılır. Halkla ilişkilerde yazım, bilgi ve dil becerisinin özellikle seçilmiş bir hedef kitlede davranışsal yanıt geliştirmek için bir araya gelmesidir. Bu olayın çıktısı sadece kâğıt üzerindeki bir grup kelimedenden ibaret değildir. Kelimeler gerekli fakat yeterli değildir. Halkla ilişkiler yazarlığında sadece yazılı metin oluşturmuş olmak ve halkla ilişkiler çalışması yapıyor gibi görünmek için değil, doğru iletişim kanalları çerçevesinde ikna ve bilgilendirme amaçlı yazı yazılması hedeflenmektedir. Halkla ilişkiler yazarı yazmayı düşündüğü konu hakkında neyin (hedef kitleye ne yarar sağlayacağı), nasıl (bunu en iyi sunacak yöntemin belirlenmesi) söylenmesi ile ilgili kararları aldığı anda mesaj stratejisini belirlemiş olur. Mesaj stratejisi, kampanyanın etkisini belirleyen en önemli etkidir. Böylelikle, yazılan metinde kurumun ürün veya hizmetinin, sorun çözücü özellikleri diğer bir deyişle yararı mesaj stratejisi ile iletilir. Daha sonra kullanılacak mesaj çekiciliği ve uygulama biçimlerini tanımlayan bir yaratıcı strateji ile ifade edilir (Bayçu, 2018: 40). Yazının açık, anlaşılır ve ilgi çekici yazılmadığı zaman hedef kitleye mesajı iletmesi mümkün değildir. Yazıda

bir hikaye anlatılmalı, bir atmosfer yaratılmalı ve okuyucuyu bir sonraki cümleye bir sonraki paragrafa çeken bir şeyler olmalıdır (Bayçu, 2018: 6).

Halkla ilişkiler yazarı, web sayfasında yer alan bilgileri, basın bültenlerini, konuşma metinlerini, reklam metnini, halkla ilişkiler kampanyalarını, yıllık ve raporu, personele yönelik yayınları, çeşitli konularda hazırlanan broşürleri, haber mektupları gibi bütün bu faaliyetlerde yazma yeteneğini kullanmaktadır (Bayçu Uzoğlu, 2013: 10). Halkla ilişkiler yazarlığının sonuçları yazarların istediği ölçüde hedef kitlenin yanıt vermesi ile değerlendirilir. Halkla ilişkilerde mesajların başka bir deyişle yazılan mesajların hedef kitleye ulaştırılması ve mesajların amacına ulaşması gerekmektedir (Peltekoğlu, 2007: 219). Halkla ilişkiler yazarı aynı zamanda medya ile ilişkileri doğru yöneten, medya ile ilişkilerini sürdüren kişidir. Halkla ilişkiler çalışanlarının görevlerini yerine getirirken özellikle medyayla ilişkiler konusunda medyanın ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde etkin yazma yeteneklerini kullanmaları medya ile ilişkilerinde önemli rol oynamaktadır. Yazma süreci kelimeleri her zaman dikkatli ve titiz bir şekilde seçmeyi gerektirmiş olsa da internetin gelişmesiyle birlikte bu durum daha da önemli bir hale gelmiştir (Diggs-Brown, 2012: 275). Geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyada da yazarlık önem kazanmıştır. Sosyal medyada doğru mesajı doğru hedef kitleye doğru zamanda ulaştırmak bu yüzden önemli hale gelmiştir. Ancak Özkan (2017: 303), "dildeki değişmelerin kültüre yansması bağlamında sosyal medyada Türkçe'nin kullanımı" konulu çalışmasında dilin kullanımında birçok yanlış yapıldığını ortaya koymuştur. Çalışmada, büyük harflerin küçük yazıldığı, kesme işaretinin yanlış yerde kullanıldığı, eklerin ve bağlaçların yanlış kullanıldığı belirlenmiştir. Facebook'ta Hürriyet.com.tr ile Posta gazetesinin resmi Facebook haber sayfasında paylaşılan habere yapılan yorumların değerlendirildiği bir başka çalışmada, yorumlarda yazım yanlışlıkları yapıldığı ve cümlelerde anlatım bozuklukları olduğu belirlenmiştir (Akkaya Telci, 2017: 84).

2. Basın Bülteni Yazarken Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar

Onat'a göre, halkla ilişkiler yazarlığında en çok kullanılan araçlar arasında basın bültenleri, açıklayıcı, bilgi verici metinler, kamusal hizmet duyuruları, reklamlar, makaleler, kurumsal bültenler, dergiler, broşürler, yıllık faaliyet raporları, konuşmalar ve sunumlar, web siteleri, sosyal ağlardaki profil sayfaları, kurumsal bloglar bulunmaktadır (2014: 19). Genellikle haber bülteni olarak bilinen bültenler basılı veya web ortamında (elektronik) yayımlanabilir (Aydın ve Taş, 2016: 66). İyi hazırlanmış bir basın bülteni, medya ilişkilerine katkıda bulunmasının (Çöklü, 1999: 164), yanı sıra kurum açısından pek çok avantaj sunar. Ayrıca bültenler, kurum imajının oluşturulmasında önemli bir yere sahiptir. Basın bültenleri, kurum için kurumun algılanış tarzı ile ilgili bir yapıtaş haline gelir ve kurum kültürünü de medya ile ilişkiler boyutuyla yansıtır (Gültekin, 2006: 177-179). Bültenlerin çeşitli nedenlerle ilgi görmemesine karşılık, hiçbir değişiklik yapılmadan yayınlanan basın bülteni ve fotoğraflar medya ilişkilerinden sorumlu kişilerin başarısı olarak görülmektedir (Onat, 2014: 38).

Halkla ilişkiler yazarı, medya ile iletişim kurmanın vazgeçilmez yöntemlerinden biri olan basın bültenini yazarken güncel, ilgi çekici ve hedef kitlenin dikkatini çekecek biçimde hazırlamalıdır (Ayhan, 2015: 135). Basın bülteninin haber değerinin yüksek olması, medya temsilcileri ile gazetecinin kişisel ilişkisi, kuruluşun önemi, itibarı ve ekonomik faaliyetlerinin yüksek olması (Akbulut, 2016: 20), basın bültenlerinin yayınlamasında etkili olan faktörler arasında yer almasının yanı sıra basın bülteninin gazetecilik ve haber yazım tekniklerine dikkat edilerek yazılması da yayınlanmasında önemli rol oynamaktadır. Haberin yazımında sadelik,

kesinlik, canlılık, doğruluk, açıklık ve orijinallik önemlidir (Tokgöz, 1994: 177). Ünlü İngiliz edebiyatçı Rudyard Kipling "Altı güvenilir yardımcım var, tüm bildiklerimi onlara borçluyum; onları 'Ne', 'Neden', 'Ne zaman', 'Nasıl', 'Nerede' ve 'Kim' diye çağırırım" şeklinde ifade etmektedir (Akyürek, 2004: 46). Bu maddeler haberin unsurlarını oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler yazarınca yazının hangi formatta yazılacağı, yazının amacının ne olduğu, yazıda olması gereken bilgiler (5N1K), hedef kitlenin kim ya da kimlerden oluştuğu ve özelliklerinin neler olduğu, yazıda dilbilgisi kurallarına uyulması başka bir ifadeyle cümlede anlatım bozukluğunun olmaması (Ayhan, 2015: 136), yazı ve yazım kurallarına uyulması ve dil kullanımına özen gösterilmesi önemlidir. Halkla ilişkiler amaçlı haber üreten kişilerin haber değeri kavramına en iyi şekilde hakim olmaları gerekir. Haber değerini anlayabilmek için mümkün olduğunca çok gazete, dergi okumak, internet üzerinden en çok tıklanan haberleri izlemek, haber değerini anlamak için en iyi antremandır. Aynı haberin farklı gazetelerde ve dergilerde nasıl verildiğini okumak, kullanılan fotoğrafları analiz etmek, karşılaştırmak aynı zamanda basılı yayınların yayın politikasını anlamayı kolaylaştırır (Onat, 2014: 35). Bu süreçte önemli olan halkla ilişkiler çalışanlarının yazma becerisini başarılı bir şekilde ortaya koyabilmesidir. İyi bir halkla ilişkiler yazarı etkili yazma için kişisel gözlemlerle konu ya da kişilerle ilgili bilgi sahibi olur, okuma yapar ve mülakatla konunun uzmanlarından detaylı bilgi edinir, araştırma yapar, planlar ve planın yürütülmesini sağlar (Wilcox ve Nolte, 1990: 9-10). Halkla ilişkiler yazarı, (Oktay, 1996: 116), mesajının hedef kitle tarafından doğru anlaşılması için kullandığı dile ve simgelere özen göstermelidir, yazar kodlamayı, sözcükleri, resimleri, simgeleri, tabloları seçerek gerçekleştirir. İletişim sürecinin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için mesajın özünü ve biçimini koruyabilecek şekilde kodlanmış olması gerekir. Mesajlar doğru ifade edilmeyince iletilmek istenen duygu ya da bilgi yerine farklı anlamların ortaya çıktığı görülecektir. Dolayısıyla mesaj algılansa bile asıl amaç anlaşılmazsa normal veya etkili bir iletişimden söz edilemez. Basın bültenleri hazırlanırken haber kuruluşlarının yayınlama kararı, rekabet, izleyici ilgisi, uygunluk, güncellik, önem ve tam yerindeliği üzerinde düşünülmelidir (Erdoğan, 2008: 320). Halkla ilişkilerde etkili mesaj oluşturmak için bazı konulara dikkat etmek gerekir. İyi yazım için aşağıdaki teknikler önerilmektedir (Robert Sykes'ten aktaran Steward, 2005: 43; Oktay, 1996: 116; Peltekoğlu, 2007: 223; Tengilimoğlu ve Öztürk, 2016: 129-130).

- Kısa paragraflar, kısa cümleler, anlaşılır kelimeler tercih edilmeli ve edebi bir dil kullanılmamalıdır.
- Gramer kurallarına uyulmalıdır.
- Yazım hataları yapılmamalıdır.
- Noktalama kurallarına uyulmalıdır.
- Hedef kitle iyi analiz edilmelidir.
- Edilgen yapı yerine etken yapı tercih edilmelidir.
- Giriş bölümü çok uzun yazılmamalıdır. Bülten, mümkünse tek sayfada tamamlanmalıdır.
- Belirsiz genellemelerden kaçınılmalıdır.
- Övgüden ve abartılı cümlelerden uzak durulmalıdır.
- Bazı özel kelimeler yazının akıcılığını ve devamlılığını sağlamak için olaylar ve anekdotlar arası geçişte kullanılmalıdır. Buradaki ana düşünce belli bir kelimeyi veya tamlamayı tekrar ederek geçişleri sağlamaktır. Okuyucunun yazıyı takip edebilmesinde bağlantı kelimeleri veya cümleleri çok önemlidir.
- Değişik gazete ya da dergiler için değişik versiyonlar yazılmalıdır.

3. Yöntem

Çalışma, halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler yazarlığı dersinde yazdıkları bültenlerin incelenmesine yöneliktir. 3 dönem boyunca bu dersi alan öğrencilerin yazdıkları bültenler yazım kuralları, başlıkların uygunluğu, noktalama işaretleri, eklerin ve kelimelerin kullanımı üzerinden değerlendirilmiştir. Öğrencilerin ders kapsamında yazdıkları 475 adet basın bülteni incelenmiştir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesine dayanan bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2011). İçerik analizinde, eldeki yazılı bilgiler temel içerikleri ve içerdikleri mesajlar ile özetlenir (Cohen vd., 2007). İçerik analizi aynı zamanda belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, kitap bölümü, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik bir tekniktir (Sert vd., 2012: 353). İçerik analizinde dokümanlardan elde edilen nitel araştırma verilerinin işlenmesi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması olarak dört aşama bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). İnceleme sırasında araştırmacı tarafından basın bülteni yazarken dikkat edilmesi gereken unsurlar göz önünde bulundurularak ve literatür taraması sonucunda oluşturulan kategoriler çerçevesinde bültenler incelenmiş ve veriler SPSS programında analiz edilmiş ve bulgular yorumlanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Nicel Bulgular

4.1.1 Noktalama İşaretleri

Tablo 1: Noktalama İşaretlerinin Kullanımı

	Sayı	Yüzde
Noktanın yanlış kullanımı	82	17.3
Virgül'ün yanlış kullanımı	14	2.9
İki nokta üst üstenin yanlış kullanımı	8	1.7
Tırnak işaretinin yanlış kullanımı	6	1.3
Noktalı virgülün yanlış kullanımı	4	0.8
Hata olmayan bültenler	361	76.0
Toplam	475	100.0

Öğrencilerin noktalama işaretlerini doğru kullandığı bültenlerin oranı % 76.0 (n=361) bulunmuştur. Cümle içerisinde noktanın yanlış kullanımı % 17.3 (n=82), virgülün yanlış kullanımı % 2.9 (n=14), iki nokta üst üstenin yazımı % 1.7 (n=8), tırnak işaretinin kullanımı % 1.3 (n=6), noktalı virgülün yanlış kullanımı % 0.8 (n=4) şeklinde tespit edilmiştir.

4.1.2. Yazım Kuralları

Tablo 2: Yazım Kurallarının Kullanımı

	Sayı	Yüzde
Büyük-küçük harflerin yanlış yazımı	109	22.9
Kesme işaretinin yanlış kullanımı	64	13.5
Sayıların yanlış yazımı	46	9.7
Kısaltmaların yanlış yazımı	24	5.1
De/da bağlacının yanlış yazımı	20	4.2
Birleşik kelimelerin yanlış yazımı	1	0.1
Kelimelerin yanlış yazımı	72	15.2

Hata olmayan bültenler	139	29.3
Toplam	475	100.0

Öğrencilerin bülten yazarken en fazla yazım kurallarında hata yaptıkları belirlenmiştir. Öğrenciler bülten yazarken en çok büyük küçük harflerin yazımında hata yapmışlardır. Bunun oranı % 22.9 (n=109)'dur. Kelimelerin yanlış yazımı % 15.2 (n=72), kesme işaretinin yanlış kullanımını % 13.5 (n=64), sayıların yanlış yazımı % 9.7 (n=46), kısaltmaların yanlış yazımı % 5.1 (n=24), de/da bağlaçlarının yanlış yazımı % 4.2 (n=20), birleşik kelimelerin yanlış yazımı % 0.1 (n=1) olarak ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin yazım yanlış yapmadığı bültenlerin oranı ise, % 29.3 (n=139) olarak belirlenmiştir.

4.1.3. Anlatım Bozukluğu

Tablo 3: Bültenlerde Anlatım Bozukluğu

	Sayı	Yüzde
Yüklem eksikliği	43	9.1
Özne eksikliği	5	1.1
Özne yüklem uyumsuzluğu	222	46.7
Hata olmayan bültenler	205	43.1
Toplam	475	100.0

Öğrencilerin bülten yazımında cümle kurarken en fazla hatayı özne-yüklem uyumsuzluğunda yaptıkları görülmüştür. Bu hatanın oranı % 46.7 (n=222)'dir. Cümlede yüklem eksikliğinden kaynaklanan hataların oranı % 9.1 (n=43), özne eksikliği % 1.1 (n=5) olarak ortaya çıkmıştır. Hata olmayan bültenlerin oranı % 43.1 (n=205) olarak belirlenmiştir.

4.1.4. Başlıklar

Tablo 4: Bültenlerde Başlıkların Uygunluğu

	Sayı	Yüzde
Evet	340	71.6
Hayır	135	28.4
Toplam	475	100.0

Öğrencilerin yazdığı bültenlerde konuyu anlatan başlıkların uygunluğu % 71.6 (n=340), konuyu anlatmayan hatalı başlıkların oranı ise % 28.4 (n=135) olarak tespit edilmiştir.

4.2. Nitel Bulgular

4.2.1. Eklerin Kullanımı

Öğrencilerin bülten yazarken cümle içerisinde ekleri yanlış kullandıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin yazdıkları bültenlerde, "Uşak'ta" yerine "Uşak'da", "13:00'de" yerine "13.00'da", "15:00'de" yerine "15.00'da", "birkaç" yerine "bir kaç", "13:00" yerine "1'de", "14:00'de" yerine "14.00'da", "Uşak'ın" yerine "Uşağın", "diğer" yerine "diyer", "Üniversitesi'ne" yerine "Üniversite'sine", "amfisi'nde" yerine "amfi'sinde", "Üniversitesi" yerine "Üniversite'si", "Uşak'ta" yerine "Uşakta", "tabii ki" yerine "tabiki", "ben de" yerine "bende", "birçok" yerine "bir çok", "Üniversitesi'nde" yerine "Üniversitesinde", "Üniversite'de", "Üniversitede", "Sıla'ya" yerine "Sılaya", "yıllarda da" yerine "yıllardada", "Savaş'ta" yerine "Savaş'da", "15'inci" yerine "15'si", "15'incisi" yerine "15.'sini", "15'inci" yerine "15.si", "20:00'de" yerine "20.00'da" ekleri ve kelimeleri kullandıkları görülmektedir.

4.2.2. Kelimelerin Kullanımı

Öğrenciler, "fidan dikimi" yerine "ağaç dikimi", "Dekanlığı" yerine "Dekanlık'ı", "öğretim üyesi" yerine "öğretmen" ya da "hoca", "TL" yerine "tl", "yer alacak" yerine "yer alıcak", "Emniyet" yerine "Eemniyet" ve "Emmiyet", "fotoğraf" yerine "fotoraf", "takdim" yerine "taktim", "aracılığıyla" yerine "araçılığıyla", "öğle" yerine "öğlen", "ağaç" yerine "agaç", "erozyon" yerine "erezyon", "bir" yerine "bi", "etkinliği" yerine "etkinligi", "sağlandı" yerine "saglandı", "eğlence" yerine "eglence", "doğaya" yerine "dogaya", "değerlere" yerine "degerlere", "değindi" yerine "degindi", "dikimi" yerine "dikilimi", "düzenlenecek" yerine "düzenlenicek", "plaket verildi" yerine "plaket takıldı", "tebrik" yerine "teprık", "takip edecek" yerine "takip edicek", "memnun" yerine "memun", "eğlenceli" yerine "eglenceli", "beğendikleri" yerine "begendikleri", "öğretim üyeleri" yerine "öğretim yardımcıları", "teşekkür" yerine "teşekkür" kelimesini kullanmışlardır.

4.2.3. Harflerin Büyük/Küçük Yazılması

Öğrencilerin cümle içerisinde kelimelerin büyük/küçük yazılması kuralına da çok uymadıkları görülmektedir. Öğrencilerin, "Uşak Belediyesi" yerine "Uşak belediyesi", "100 bin TL" yerine "100. BİN TL", "Uşak Valiliği" yerine "Uşak valiliği", "TEMA" yerine "tema", "TÜBİTAK" yerine "Tübitak" ya da "Tüpıtak", "Cumhurbaşkanı" yerine "Cumhur Başkanı" ya da "C.Başkanı", "2 Mayıs" yerine "iki mayıs", "TRT" yerine "Trt", "Uşak halkı" yerine "Uşak Halkı", "teşekkür plaketi" yerine "Teşekkür Plaketi", "Rektör" yerine "rektör" yazdıkları tespit edilmiştir.

Sonuç

Halkla ilişkiler çalışanlarının, mesleklerini yaparken en çok faydalandıkları iletişim araçlarından biri basın bültenleridir. Basın bültenlerinin doğru, açık, anlaşılır, etkileyici bir şekilde yazılması ile hem medyanın işi kolaylaşmakta hem de basın bülteni aracılığıyla kamuoyuna doğru mesajlar iletilmektedir. Dolayısıyla kurumların amaçlarını, hedeflerini, misyon ve vizyonlarını en iyi anlatmanın yolu basın bültenlerinden geçmektedir. Halkla ilişkiler çalışmalarında sık kullanılan basın bültenlerinin amacına ulaşması açık ve anlaşılır yazarlık yapmakla mümkündür. İyi yazarlık halkla ilişkiler mesleğinde başarıyı beraberinde getirmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilerin yazarlık yeteneklerini geliştirmeleri meslek hayatlarında başarılı olmalarına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda gerçekleştirilen çalışmada 475 adet basın bülteni incelenmiştir. İnceleme sonucunda öğrencilerin noktalama işaretlerini ve yazım kurallarını doğru kullanmadıkları, bültene uygun başlığı yazamadıkları görülmektedir. Basın bülteni yazarken noktalama işaretlerini doğru kullanmak önemlidir. Ayrıca noktalama işaretleri cümlenin hangi bölümlerinde vurgu yapılacağını ortaya koyması açısından da önemlidir. Bültenin başlığının haberin içeriğini başka bir ifadeyle bültenin içeriğini açıklar nitelikte olması gerekmektedir (Onat, 2014: 48-49). Bültenin yazılan içeriği tam olarak yansıtması ve hedef kitle üzerinde etki oluşturması için anlaşılır, net ve düzgün bir başlık yazılması şarttır. Çalışmada, öğrencilerin bülten yazarken, ekleri, kelimeleri yanlış yazdıkları ve büyük/küçük yazım kuralına da çok uymadıkları ortaya çıkmıştır. Bu çalışmaya benzer çalışmalarda aynı sonuçların ortaya çıktığı da görülmektedir. Özkan (2017: 303), tarafından yapılan bir çalışmada, büyük harflerin küçük yazıldığı, kesme işaretinin yanlış yerde kullandığı, cümle içerisinde yanlış kelimenin kullandığı, eklerin ve bağlaçların yanlış kullanıldığı tespit edilmiştir. Akkaya Telci (2017: 84), tarafından yapılan

Facebook'ta Hürriyet.com.tr ile Posta gazetesinin resmi Facebook haber sayfasında paylaşılan habere yapılan yorumların değerlendirildiği çalışmada, yorumlarda yazım yanlışlıkları yapıldığı ve cümlelerde anlatım bozuklukları olduğu belirlenmiştir. Öğretmen adayları üzerinde yapılan çalışmada bilgisayar teknolojilerinin kullanımının Türkçe'ye olumsuz etkiler yaptığı şeklindedir. İngilizce kelimelerin kullanımı, yazım ve noktalama işaretlerinin göz ardı edilmesi ve yazımda kural dışı kısaltma kullanımı boyutlarında öğretmen adaylarının olumsuz görüş bildirdikleri ortaya çıkmıştır (Gezgin ve Silahsızoğlu, 2016: 39). Aktaş ve Şentürk (2014: 427) tarafından yapılan çalışma sonucunda Twitter'da genel olarak Türkçe'nin hatalı, özensiz ve bilinçsiz kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Benzer sonuçların ortaya çıktığı bu çalışmaların yanı sıra son yıllarda yapılan çalışmalar (Lingwall, 2012: 184) öğrencilerin internet, sosyal medya, kısa mesajlaşma gibi faktörlerden ve (Tok ve Ünlü, 2014: 75) öğrencilerin yazmayı zaman kaybı olarak düşünmeleri ve isteksiz davranmaları yazma becerilerinde bir düşüş ortaya koymuştur. Özellikle anlık ileti programını kullanan öğrencilerde kullandıkları yanlış Türkçe'den dolayı konuşma bozuklukları ve iletişim sorunları gözlenmektedir. Türkçe'nin doğru kullanımı için erken yaşlarda eğitime başlanmalıdır. Türkçe derslerinin ve kompozisyon derslerinin sayısı ve içeriği artırılmalıdır. Bu durum yazma ve konuşma bozukluklarının düzeltilmesine katkı sağlayacaktır (Ertuğrul ve Keskin, 2012: 86-87). Öğrencilerin Türkçe'yi doğru kullanmasında öğretmenlerin çok büyük rolü vardır. Yazma alışkanlığı kazanmış öğrencilerin yazma nedenlerinin incelendiği bir çalışmada öğrencilerin yazma nedenlerinin başında öğretmenlerin teşviki olduğu belirlenmiştir. Çalışma, ayrıca psikolojik nedenler, ailenin teşviki, karakter özellikleri, kişisel merak, okuma alışkanlığı, yarışmalar, yayımlanan yazıların öğrencilerin yazma alışkanlığı kazanmasında etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Öğretmenlerin, geri bildirim vermesi, öğrenciyi sözlü olarak güdülemesi, yazmaya düzenli zaman ayırması, öğrencileri tarafından sevilmesi ve farklı yöntemler kullanmasının öğrencilere yazma alışkanlığı kazandırmada etkili olduğu görülmüştür (Tok vd., 2014: 267). Öğrencilerin üniversite eğitimine başlamadan önceki eğitim sürecinde Türkçe'yi doğru kullanmayı öğrenmeleri gerekmektedir. Ayrıca öğrencilerin düzenli okumaları ve yazmaları Türkçe'yi doğru kullanmalarına katkı sağlayacaktır.

Bu çalışma sadece halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümünde okuyan öğrenciler ile yapılmıştır. Bu yönüyle çalışma sınırlılık oluşturmaktadır. Bundan sonraki çalışmalar iletişim fakültesi öğrencilerinin geneline yapılabilir. Çünkü Radyo-TV ve Sinema, Gazetecilik, Yeni Medya bölümlerinde de yazarlık yeteneği Halkla İlişkiler bölümü kadar önemlidir. Senaryo yazarlığı, haber yazarlığı, sosyal medyada yazarlık gibi konular iletişim sektöründe başarılı olmak için önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Akbayır, Sıddık (2011). *Yazılı Anlatım, Nasıl Yazabilirim?*, Ankara: Pegem Akademi.
- Akbulut, Deniz (2016). Halkla İlişkiler ve Gazetecilik Sektörleri İlişkisi Bağlamında Haber Kaynağı Olarak Basın Bültenleri, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, Sayı: 2, 1-24.
- Akkaya Telci, Burcu (2017). Dijital Medya ve Dilde Bozulma: Sosyal Paylaşım Sitelerinde Yazı Dili, *The Online Journal of Communication and Media*, Sakarya Üniversitesi İletişim Çalışmaları Sempozyumu Bildiri Kitabı, Sakarya: Üniversite Yayın No: 186. 73-88.
- Aktaş, Elif ve Şentürk, Leyla (2014). Sosyal Medyada Türkçenin Kullanımı Üzerine Nitel Bir Araştırma, Ed.: Kamil İşeri, Gökhan Çetinkaya, Tuğba Çelik, Sercan Demirgüneş, Tuğçe Daşöz, Yusuf Gençer, *Türkçe Eğitiminde Kuramsal ve Uygulamalı Çalışmalar*, Ankara: Pegem Akademi, 415-430.
- Aydın, Ahmet Hamdi ve Taş, İbrahim Ethem (2016). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Kavramlar Kurumlar ve Uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aydın, Bayram Oğuz ve Duğan, Özlem (2017). Halkla İlişkiler Lisans Öğrencilerinin Yazma Öz Yeterlik Algılarının Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, Cilt: 3 Sayı: 2, 35-49.
- Ayhan, Ahmet (2015). *Halkla İlişkiler, Tarihçe, Kavram ve Medya İlişkileri*, Konya: Literatürk.
- Akyürek, Feridun (2004). *Senaryo Yazarı Olmak, Senaryo Yazmak*, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Bayçu Uzoğlu, Sevil (2013). *Halkla İlişkiler Yazarlığı: Rol ve Sorumluluklar*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Bayçu, Sevil (2018). *Strateji ve Uygulama Boyutuyla Halkla İlişkiler Yazarlığı*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bivins, Thomas H. (2008). *Public Relations Writing, The Essentials of Style and Format*, New York: McGraw-Hill.
- Cohen, Louis, Manion, Lawrence ve Keith, Morrison (2007). *Research Methods in Education* (6th ed.), Newyork, NY: Routledge.
- Çöklü, Y. Ece (1999). Halkla İlişkiler Yazarlığı, *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 10 Sayı: 10, 159-170.
- Diggs-Brown, Barbara (2012). *Strategic Public Relations: An Audience-Focused Approach*, Cengage Learning. USA: Wadsworth Publishing.
- Elcil, Şifa (2012). Sosyal Sorumluluk İçerikli Halkla İlişkiler Çalışmalarında İknanın Yazınsal Bağlamda Değerlendirilmesi, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 17, 156-175.
- Elden, Müge (2013). *Halkla İlişkiler Yazarlığı, Yazmaya Hazırlık: Yazar Neyi, Nasıl Yazar?*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Erdoğan, İrfan (2008). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Pozitif Matbaacılık.

- Ertuğrul, İrfan ve Keskin, Nuray (2012). İnternetin Türkçe'nin Kullanımında ve Toplum-Birey Yapısının Değişimindeki Rolü, *IUYD*, Cilt:3, Sayı:2, 79-88.
- Fulginiti, Anthony ve Bagin, Don (2005). *Practical Public Relations: Theories Practices That Make a Difference*, US: Kendall/Hunt Publishing.
- Gezgin, Deniz Mertkan ve Silahsızoğlu, Emel (2016). Bilişim Teknolojilerinin Kullanımının Türkçeye Etkileri, *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, Cilt: 7, Sayı: 1, 28-46.
- Girgin, Atilla (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*, İstanbul: Der Yayınları.
- Gültekin, Bilgehan (2006). *Halkla İlişkilerde Etkinlik Yoluyla İmaj Oluşturulması*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Lingwall, Andrew (2012). Measuring Student Self-Perceptions of Writing Skills in Programs of Journalism and Mass Communication, Ed: Marcia W. Distaso, *Proceeding*, San Francisco, CA: PRSA Educators Academy.
- Marsh, Charles, Guth, W. David and Short, Bonnie Poovey (2009). *Strategic Writing: Multimedia Writing for Public Relations, Advertising, Sales and Marketing and Business Communication*, Boston: Pearson Education.
- Newsom, Doug and Haynes, Jim (2011). *Public Relations Writing: Form and Style*. Cengage Learning, Belmont, CA: Wadsworth Publishing.
- Onat, Ferah (2014). *Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı*, Ankara: Nobel Kitap
- Oktay, Mahmut (1996). *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*, İstanbul: Der Yayınevi.
- Özkan, Özgehan (2017). Dildeki Değişmelerin Kültüre Yansıması Bağlamında Sosyal Medyada Türkçenin Kullanımı, Ed: Erdem Taşdemir ve Emre Ş. Aslan, *Sosyal Medya İletişimi*, Ankara: Gece Kitaplığı, 283-307.
- Peltekoğlu Balta, Filiz (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?*, İstanbul: Beta Kitap.
- Seitel, Fraser P. (2004). *The Practice of Public Relations*, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Seitel, Fraser P. (2014). *The Practice of Public Relations*, Essex: Pearson.
- Sert, Gülşen, Kurtoğlu, Meltem, Akıncı, Ahmet ve Seferoğlu, S. Sadi (2012). Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması, *XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 1-3 Şubat 2012, Uşak, 351-357.
- Sinanoğlu, Oktay (2002). *Bye Bye Türkçe*, İstanbul: Otopsi Yayınevi.
- Steward, Hal D. (2005). Good Writing is Good Public Relations, *Public Relations Quarterly*, Cilt: 50 Sayı: 4, 41-45.
- Tavşancıl, Ezel ve Aslan, Esra (2011). *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*, İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Tengilimoğlu, Dilaver ve Öztürk, Yüksel (2016). *İşletmelerde Halkla İlişkiler, Tanıtma, İmaj Yönetimi, Kurumsal İtibar Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Treadwell, Donald ve Treadwell, Jill (2004). *Public Relations Writing: Principles in Practice*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tok, Mehmet, Rachim, Salicha ve Kuş, Ahmet (2014). Yazma Alışkanlığı Kazanmış Öğrencilerin Yazma Nedenlerinin İncelenmesi, *GEFAD/GUJGEF*, Cilt: 34, Sayı: 2, 267-292.
- Tok, Mehmet ve Ünlü, Süleyman (2014). Yazma Becerisi Sorunlarının İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğretmenlerinin Görüşleri Doğrultusunda Karşılaştırılmalı Olarak Değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 50, 73-95.
- Tokgöz, Oya (1994). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Wilcox, L. Dennis ve Nolte, W. Lawrence (1990). *Public Relations Writing and Media Techniques*, New York: Harper Collins.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zappala, M. Joseph ve Carden, R. Ann (2010). *Public Relations Writing Work Text: A Practical Guide For The Profession*, New York: Routledge.