

HALKLA İLİŞKİLER NEDİR?

Prof. Dr. Cemal MIHÇIOĞLU*

Türkiye'de «Halkla İlişkiler» deyiimi, hiç bir zaman son 5-6 yıllık dönemde olduğu kadar ilgi görmemiş ve yönetim sorunlarına eğilen kişiler tarafından bu derece sık tekrarlanmamıştır. Bu ilgiyi, toplum hayatımızın kamusal ve özel kesimlerinde kendini gösteren ve yurttaşa karşı sorumluluk duygusundan kaynak alan sağlıklı bir gelişmenin belirtisi olarak memnunlukla karşılamamak mümkün değildir.

Hemen belirtmek gerekir ki, modern anlamında «Halkla İlişkiler,» hem bir eylem alanı, hem de bir disiplin olarak Amerika Birleşik Devletlerinde doğmuş ve dünyaya oradan yayılmıştır. Konuyu, doğduğu ve en fazla gelişmiş olduğu bu ülkede inceleyen Avrupa'lı bir gözlemcinin de dediği gibi, «Halkla İlişkiler Amerika'ya özgü bir olay değildir, fakat hiçbir yerde orada olduğu kadar gelişmemiştir. Hiçbir yerde oradaki kadar geniş bir uygulama alanı bulmamış, oradaki kadar kârlı, oradaki kadar iddialı, oradaki kadar saygıdeğer ve yine oradaki kadar itibarsız olmamış, oradaki kadar geniş bir kuşkuyla karşılanmamış, hiçbir yerde oradaki kadar aşırı bir övgüye mazhar olmamıştır.»¹

Halkla İlişkiler'in Anlamı

Halkla İlişkiler, çoğu kere, halkı aydınlatma, bir örgüte iyi niyet, destek ve itibar sağlama, halkın zihninde örgüt hakkında olumlu bir izlenim ve lehte bir imaj yaratma faaliyeti olarak tanımlanır. Bugün Hİ alanındaki uygulamanın genel yönelimine uygun

* Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi ve Eğitim Fakültesi Eğitim İdaresi ve Planlaması Kürsüsü Öğretim Üyesi.

1 J.A.R. Pimlott, *Public Relations and American Democracy*, (Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 1951), s. 3.

düşen bu tanımlamanın eksik tarafı, daha çok halkı etkileme ve ona seslenme yönüne ağırlık vermesi, buna karşılık, halkın sesine kulak verme ve ondan etkilenme yönünü taşıdığı önemle orantılı olarak dikkate almamasıdır. Aslında Hİ, örgütle toplumun karşılıklı çıkarları arasında, iki yönlü bir haberleşme ve bilgi alışverişine dayanarak denge sağlama faaliyetidir. Hİ, «kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme süreci»dir. Kamuoyunun etkilenmesi ve ona örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesini kolaylaştıracak bir biçim verilmesi, özellikle «geleneksel» ve «geçiş halinde» ki toplumlarda, esas itibarıyla aydınlatıcı ve eğitici nitelikteki çabalara ihtiyaç gösterir. Örgütlerin özellikle kamu kuruluşlarının kamuoyundan etkilenmesi ise, yönetimle ilgili kararları toplumun ihtiyaçlarına daha uygun bir niteliğe kavuşturma rolü bir yana, günümüz dünyasında tarihin hiçbir döneminde eşine rastlanmayan bir yoğunluk kazanmış bulunan, halkın yönetime katılma özlemlerine de uygun düşmektedir.

Dilimizdeki «Halkla İlişkiler» sözü, İngilizce «Public Relations» deyiminin çevirisidir ve uygulamada birbirinden ayrı üç anlamda kullanılmaktadır :

1. Kamusal kuruluşlarla özel sanayi ve ticaret örgütlerinin halkla olan temasları. Bir başka deyişle, örgütle bireyler arasındaki yüzyüze ya da dolaylı (örneğin yazılı başvurular vesilesiyle) karşı karşıya gelmeler.

2. Bu temaslara hakim olan genel hava. Bu hava, çeşitli derecelerde olmak üzere, olumlu ya da olumsuz bir nitelik taşıyabilir.

3. Söz konusu örgütlerin, bu konuda uzmanlaşmış kişilerin ya da birimlerin hizmetlerinden de yararlanarak, halkla ahenkli ilişkiler kurmak amacıyla giriştikleri faaliyetlerin ve harcadıkları sistemli çabaların tümü.

İşte dar ve teknik anlamda «Halkla İlişkiler» den kastedilen budur. Bu anlamda Hİ, yönetim sürecinin ayrılmaz bir parçası ve örgütü amacına ulaştırmak sorumluluğunu taşıyan yöneticinin temel görevlerinden biridir.

Halkla ilişkiler deyimindeki «halk» sözcüğünün de, günlük konuşma dilinde kullanılandan ayrı bir anlamı vardır. Bu özel ve teknik anlamda «halk,» (1) örgütün eylem ve işlemlerinden etkilenen, (2) kanaat ve eylemleriyle örgütü etkileyen, (3) ortak çı-

karlara sahip insan gruplarını anlatır.² Örgütlerin bu anlamda birden fazla «halk»ları olması mümkündür ve çoğu kere de vardır. Örneğin, Üniversitelerin bu anlamdaki «halk»ları arasında öğrencileri, öğrencilerin ana ve babalarını, üniversitelerin mezun ettikleri gençleri hizmete alan işverenleri (yani kamu kuruluşlarını ve özel kuruluşları), öğretim üyeleri ve yardımcılarını, çeşitli idarî hizmetlerde çalışan üniversite görevlilerini, üniversitelere gerekli ödenekleri sağlayacak hükümet yetkililerini ve yasama organı üyelerini, yapacakları bağışlarla maddî destek sağlamaları muhtemel yurttaşları ve örgütleri, kanunun üniversiteleri işbirliği etmekle görevli kıldığı ulusal bilim ve araştırma kurumları ile yabancı ya da uluslararası benzer kurumları ve nihayet çalışmalarının sonuçlarından yararlandırmak ve genel seviyesini yükseltmekle yükümlü oldukları geniş halk kitlelerini saymak mümkündür. Aynı şekilde, anonim şirket statüsündeki bir özel sanayi örgütünün «halk»ları arasında da, onun hissedarları, ürettiği malın satıcıları, müşteriler, fabrikaların bulunduğu kentin ya da kasabanın sakinleri, şirketin çalışmaları dolayısıyla temasa geldiği resmî kuruluşların yönetici ve memurları ve çalıştırdığı işçiler yer alır.

«Halkla İlişkiler» deyimi dilimizde yenidir ve aynı kavramı karşılamak üzere «kamusal ilişkiler» ve «dış ilişkiler» deyimlerinin kullanıldığı da görülmektedir.

Tarihsel Gelişim

Halkla İlişkiler, ayrı bir sorun alanı ve bir yönetsel uzmanlık dalı olarak dünyada da oldukça yenidir. Yapılan incelemelere göre İngilizcede Hİ deyimi ilk defa olarak Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Thomas Jefferson tarafından 1807 yılında, Kongre'ye gönderdiği bir mesajda kullanılmıştır. Deyimi ilk kullananlardan bir başkası da Dorman Eaton adlı New York'lu hukukçu olmuştur. Bu zatın 1882 yılında Yale Üniversitesi Hukuk Fakültesi-

2 «Halkla İlişkiler», İngilizcedeki «Public Relations» deyiminin sadık bir çevirisi değildir. Aslına bağlı kalmak gerekirse, bu deyimi dilimize «Kamusal İlişkiler» olarak aktarmak gerekir. Yukarıda «halk» olarak tanımlanan gruplar İngilizce'de «kamu»dur. «Kamu» tek değildir. Bir ülkede yaşayan herkesi içine alan «genel kamu» bir tane olmakla birlikte, onun içinde, yukarıda tanımlanan anlamda birçok «kamular» vardır. Bu kamuların sayısı, toplumun plüralist karakteri geliştikçe çoğalma eğilimi gösterir.

ni bitirenlere hitaben yaptığı bir konuşma, «Hukuk Mesleğinin Halkla İlişkileri ve Ödevleri» başlığını taşıyordu. Ancak, o yıllarda koşullar Hİ alanının gelişmesine elverişli değildi. Kitle haberleşme araçları henüz ortada yoktu. İnsanlar genellikle birbirinden bağımsız ve kendi kendine yeterli koşulları içinde yaşıyorlardı. Toplum henüz plüralist bir nitelik kazanmamıştı ve gruplararası ilişkiler genellikle basitti. Bu alandaki geniş çaplı gelişmeler için 20'nci yüzyılı beklemek gerekti. Nispeten küçük kasaba ve kentlerde yaşayan insanlar arasındaki -çoğu kere yüzyüze temaslara dayanan- ilişkiler, hızlı bir şehirleşme hareketi sonucunda önemli bir nitelik değişikliğine uğradı. Kamuoyu gittikçe güç kazandı. İnsanlar haklarının bilincine ermeye ve yurttaş olarak kişiliklerine saygı gösterilmesini istemeye başladılar. Devlet faaliyetlerinin alanı genişledikçe kamuoyu bu faaliyetler üzerinde kendini gittikçe daha fazla hissettiren bir etki yapmaya başladı. Bu etki, çatışan çıkarların bağdaştırılmasını ve çeşitli gruplarla düzenli ilişkiler kurulmasını zorunlu kıldı. Toplumun devamlı değişikliklere sahne olması, yeni koşullara devamlı bir uyum ihtiyacının ortaya çıkmasına yol açtı. Örgütlerle onlarla ilgili kişiler ve gruplar arasındaki mesafelerin uzunluğu bu uyumun sağlanması için özel çabalara ihtiyaç gösterdi. Toplumun ve onun içindeki örgütlerin yapısında kendini gösteren büyüme, tarihte benzeri görülmemiş bir hızla gelişen kitle haberleşme araçlarının kullanılmasını bir zorunluluk haline getirdi.

Böylece, kendine özgü bazı tekniklerin kullanılmasını gerektiren Hİ alanı gelişti ve önem kazandı. İşin aslına bakılırsa, halkı aydınlatmak ve onun iyi niyet ve desteğini kazanmak amacını güden çabalar yeni değildir. Bugün Hİ adıyla anılan faaliyetlerden bir kısmının benzerlerine tarihin çok eski çağlarında da rastlamak mümkündür. Bu konunun ayrı bir uzmanlık alanı olarak belirmesinden önce de, siyasal demokrasinin renkli uygulamalara sahne olduğu 19'uncu yüzyıl Amerika'sında Hİ tekniklerini göz alıcı ve başarılı bir biçimde uygulayan Cumhurbaşkanlarına ve diğer politika adamlarına oldukça sık rastlanmıştır.³ Seçim afişleri, broşürler, basın bültenleri ve benzeri propaganda faaliyetleri öte-

3 Politikayla uğraşanlar gibi, perde ve sahne sanatçılarının ve başkalarının da Hİ tekniklerinden yararlandıkları bilinmektedir. Bu durum, Hİ'in herşeyden önce yönetim ve örgütle ilgili bir faaliyet olduğu gerçeğine gölge düşürmemelidir.

denberi bu ülkedeki politik hayatın dikkati çeken özellikleri arasında yer almıştır. Bu alanda yeni olan, harcanan çabaların **yoğunluk** kazanması ve daha derinlemesine bir **uzmanlaşmaya** gidilmesidir.

20'nci yüzyılın ilk yıllarında Ivy Lee adında bir gazetecinin ortaya çıkışı bu alanın gelişmesinde önemli bir aşama oldu. Günümüzde kabul görev Hİ teknik ve kavramlarının birçoğunu ortaya atan, bu zat olmuştur. Büyük kapitalist John D. Rockefeller'in kişisel danışmanlığına getirilen Ivy Lee, 1914 yılındaki grevler sırasında Colorado'daki bütün gazetelere tam sayfa kaplayan ilânlar vererek işverenin görüşünü halka açıklamak için büyük bir kampanya yönetmiştir. Lee, Rockefeller hakkındaki «tamahkâr ihtiyar kapitalist» imajını «çocuklara onar sent, hayır işlerine milyonlarca dolar veren iyi kalpli ihtiyar» olarak değiştirme mucizesini göstererek büyük bir başarı kazanmıştır. «Duyurma» (publicity) ve «Halkla İlişkiler»in iyi icraatla desteklenmesinin bir zorunluluk olduğu gerçeğini ilk kavrayanlardan biri de Ivy Lee olmuştur.

Edward L. Bernays'in 1923 yılında yayımlanan «Crystallizing Public Opinion» (Kamuoyuna Biçim Verme) adlı yapıtı bu konuyu ele alan ilk kitap oldu. Bernays, aynı yıl içinde New York Üniversitesinde bu alandaki ilk dersi okuttu. Walter Lippman 1922 yılında «Public Opinion» (Kamuoyu) adlı klasik eserini yayımlayarak kitle haberleşmesi ve kamuoyunun etkilenmesi ile ilgili sorunlara ışık tuttu. Sosyal bilimcilerin aynı tarihlerde kamuoyu, propaganda süreci ve baskı gruplarının faaliyetleri üzerinde yaptıkları incelemeler Hİ alanının gelişmesine önemli katkılarda bulundu.

1929 yılında patlak veren Büyük Ekonomik Buhran'dan sonra önemi daha iyi anlaşılan Halkla İlişkiler konusunda üniversitelerde kürsüler kuruldu, araştırmalar yapıldı ve dersler okutulmaya başlandı. Bu gelişmeler, Avrupa'dakiler de dahil olmak üzere, diğer dünya ülkelerini etkilemeye başladı.

Halkla İlişkiler'in Amaçları

Halkla İlişkiler'in genel amacı, yukarıda da belirtildiği gibi, örgüt için iyi niyet, destek ve iyi bir şöhret sağlamaktır. Bununla birlikte, Hİ alanında girilen çabaların bu genel amacın gerçek-

leştirilmesine hizmet eden daha belirli amaçları vardır. Bu amaçlar esas itibariyle kamu yönetimi örgütleri göz önünde bulundurulurken aşağıda kısaca açıklanmıştır :⁴

1. Halkı aydınlatma, örgütü ve onun izlediği politikayı benimsetme- Kamuoyunun gittikçe daha büyük bir güç kazandığı dünyamızda, halkın benimsemesi ve desteği, örgütlerin varlıklarını sürdürmeleri ve gelişmeleri bakımından hayati bir önem taşır. Kamu kuruluşları, hiç olmazsa yılda bir defa, bütçenin yasama organında görüşülmesi sırasında, halk temsilcileri önünde bu bakımdan bir deneme geçirirler. Özel kesimde ise, halk desteği, varlığı sürdürmenin daha da büyük önem taşıyan bir koşuldur.

2. Halkta yönetime karşı daha olumlu tavırlar yaratma- Yurttaşların devlete karşı olan tavırları, yalnız «Allah devlet kapısına düşürmesin,» «Allah hâkime ve hekime muhtaç etmesin,» «devletin ayağının bastığı yerde ot bitmez» gibi atasözlerinin halk dilinde yaygın olarak kullanıldığı Türkiye'de değil, diğer dünya ülkelerinde de genellikle olumsuzdur. İşte kamu yönetiminin Hİ faaliyetlerinin amaçları arasında bu tavırların olumlu yönde değiştirilmesi de yer alır. Bazen de belirli olaylar, gerek kamusal, gerek özel örgütlerin durumunu sarsarak halk arasında onlar hakkında olumsuz tavırların yaratılmasına yol açabilir. Bu gibi durumlarda da söz konusu örgütler, tıptaki bir deyim kullanmak gerekirse, yukarıdaki maddede sözü edilen «koruyucu» nitelikteki Hİ faaliyetlerinin karşısı olmak üzere, «tedavi edici» bir Hİ çabası harcamak zorunda kalırlar.

3. Yönetimle olan temaslarında halkın işini kolaylaştırma- Bu amaç, yurttaşlara yararlanabilecekleri hizmet olanakları hakkında bilgi verilerek ve başvurularını kolaylaştırıcı bilgiler sağlanarak gerçekleştirilir. 1 Şubat 1967 tarihinden beri Ankara'da faaliyette bulunan ve yurttaşların sorularını 08 numaralı telefonu ile cevaplandırılan «İdarî Danışma Merkezi,» çeşitli kamu kuruluşlarının adreslerini bildirerek ve belirli işlemlerle ilgili başvurma usullerini açıklayan bilgiler vererek yurttaşlara bu yönden yardımcı

4 Hİ sorunlarının, sadece ticarî amaçla faaliyette bulunan özel kesimde, konunun bütün boyutlarını kapsayacak bir biçimde incelenmesi güçtür. Bu bakımdan Hİ çabalarının yönelebileceği amaçları kamu yönetimi ortamında ele alıp incelemekte, konunun daha iyi anlaşılması bakımından yarar görüyoruz.

olmaya çalışmaktadır. Belirli kamu kuruluşları da, yurttaşlara bu nitelikte hizmetler sağlayabilirler. (Örneğin, PTT'nin postahaneye kadar gitmeksizin evden telefon aracılığıyla telgraf çekmenin mümkün olduğunu halka duyurması.)

4. Alınacak kararların daha isabetli olmasını sağlayacak bilgileri halktan elde etme - Belirli konularda karar verilmeden önce halktan alınacak bilgiler, bu arada onların ilerde uygulama safhasındaki başarıyı etkileyebilecek tavır ve kanaatleri, şimdiki uygulamaya ilişkin şikâyet, tavsiye ve temennileri hakkında edinilecek bilgiler, kararların isabet derecesini arttıracak değerli verilerdir. Bugün birbirinden çok farklı siyasal rejimlerle yönetilen çeşitli ülkelerde, belirli konularda karar alınmadan önce ilgili gruplara danışma ve onların yönetime katılmalarını sağlama düzenli bir uygulama haline gelmiş, hatta bazı ülkelerde kanunlarla zorunlu kılınmıştır.⁵

5. Yasaklar hakkında aydınlatıcı bilgiler vererek yurttaşların yasalara uymasını sağlama - Bazı kamu hizmeti alanlarında yurttaşların davranışlarını sınırlayan ve yasaklar koyan hükümlerin uygulanması söz konusudur. Kanunu bilmemek mazeret teşkil etmemekle birlikte, bu gibi yasakları uygulayan kuruluşlar, bilgisizlik yüzünden yurttaşların ceza müeyyidelerine çarptırılmalarını önlemek amacıyla aydınlatıcı faaliyetlerde bulunurlar. Afyon, tütün, ve çeltik ekimi alanlarının sınırlandırılmasıyla ilgili hükümlerle trafik kurallarının ilgililere duyurulması, bu amaçla girişilen Hİ faaliyetlerinin tipik örnekleridir.

6. Hizmetlerin görülmesinde halkın işbirliğini sağlama - Bazı hizmetlerin etkin bir biçimde yürütülebilmesi, yurttaşların işbirliğine ihtiyaç gösterir. Eğitim hizmetleri bunun ilk akla gelen örneklerinden biridir. Okul-aile birlikleri, birçok ülkelerde öğrenci velilerinin tutum ve davranışlarını eğitim kurumlarının amaçlarıyla ahenkleştirmeyi hedef alan en yaygın bir işbirliği çerçevesi teşkil eder. Toprakları aşındırarak denizlere sürükleyen sellerin tahribatını önlemek üzere köylülere toprağı teraslama usullerinin öğretilmesi ve trafik kurallarına uymayı sağlamak amacıyla girişilen uyarıcı Hİ faaliyetleri de aynı kategoriye girer.

5 Mümtaz Soysal, *Halkın Yönetime Etkisi* (Ankara : Sevinç Matbaası, 1968) (TODAİE Yayını), s. 29-82.

7. **Yasalarda ve yönetsel usullerdeki aksaklıkların saptanmasında ve giderilmesinde halkın telkin, tavsiye ve şikâyetlerinden yararlanma** - Geniş kitleleri ilgilendiren kanun, tüzük ve yönetmeliklerdeki aksaklıkların saptanarak düzeltilmesi, özellikle yönetimin ayrıntılara inen yasalarla düzenlendiği ülkelerde Hİ bakımından büyük bir önem taşır. Aynı şekilde, yönetsel usullerdeki uzun, masraflı ve gereksiz formaliteler, yurttaş zihninde devlet ve yönetim hakkında olumsuz izlenimler yaratır. Halkı bezginliğe sevkeden bu gibi uygulamaların ortadan kaldırılmasında, yönetim-halk ilişkilerine hakim olan havanın yumuşatılması bakımından büyük faydalar bulunduğu şüphe yoktur.⁶

6 Bu konuda memleketimizde girilmiş ilgi çekici bir tecrübeye burada kısaca değinmek isteriz. 1965 yılında, bu satırların yazarının teşebbüsü üzerine başlayan bu tecrübe, yurttaşlara rahatsızlık veren yaygın bazı formalitelerin giderilmesi ya da basitleştirilmesi amacını güdüyordu. Bu tür yönetsel geliştirme çalışmaları aslında tek tek kuruluşlara düşen bir görev olmakla birlikte, bir yandan bu konuda herhangi bir faaliyeti görülmeyen kamu kuruluşlarına örnek olarak onları harekete geçirmek, öte yandan geniş halk yığınlarını yakından ilgilendiren bazı işlemleri ele alıp yurttaşların günlük yaşantılarında ferahlatıcı etkilerini duyacakları bazı ıslahata bir merkezden girişmek yararlı görüldü. O zaman Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Genel Müdürlüğüne getirilmiş bulunan yazarın «Kırtasiyecilikle Savaş» adını verdiği bu program, 1965 seçimlerinden sonra iktidara gelen AP hükümetinin programında da aynı adla yer aldı. 26/1/1966 gün ve 6/5875 sayılı (Resmî Gazete: 16/2/1966) ve 3/1/1967 gün ve 6/7498 sayılı (Resmî Gazete: 20/1/1967) Bakanlar Kurulu Kararnameleriyle düzenlenen bu program, söz konusu kararnamelerin verdiği yetkiye dayanarak çeşitli kurumlardan alınan elemanlar çalıştırılmak suretiyle TODAİE bünyesi içinde uygulandı. Bu program çerçevesi içinde yapılan araştırmalardan başlıcalarının konuları aşağıdadır:

İkametgâh ilmühaberleri ve doğruluk kâğıtlarının kaldırılması, okullara kayıt formalitelerinin basitleştirilmesi, kaybedilen resmî belgeler yerine yenisini almak için gazetelere ilân verme usulünün kaldırılması, nüfus işlemlerinin basitleştirilmesi, resmî yazılarda kopya miktarının azaltılması, askerlik yoklaması işlemlerinin basitleştirilmesi, bina ve arazi vergilerinde kullanılan tekâlif cetvellerinin kaldırılması, şoför ehliyeti alma işlemlerinin basitleştirilmesi sınır ve ihracat formalitelerinin ıslahı.

Bu konularda hazırlanan raporların ve yapılan tavsiyelerin özetleri için TODAİE tarafından iki ayda bir çıkarılan Amme İdaresi Bültenlerinin 1965-1968 sayılarına bakılabilir.

Bu konudaki çalışmalar, bizim TODAİE Genel Müdürlüğü görevinden ayrıldığımız 1968 yılından itibaren fiilen son bulmuş, daha önce hazırlan-

Yukarıda sayılan amaçlar her örgütün Hİ çalışmalarında aynı ağırlığı taşıyabileceği gibi, bazen bunlardan bir kısmının hiç söz konusu olmaması da mümkündür.

Halkla İlişkilerin Sınırları

Bugün gerek teoride, gerek uygulamada Halkla İlişkiler kavramı üzerinde tam bir anlaşmanın bulunmadığı görülmektedir. Bu alanın tanınmış kişilerinden biri —Amerikan Hİ Kurulu Başkanı Rex F. Harlow— 1945 yılında bu konuda şöyle yazmıştı : «Herkes Halkla İlişkiler'den söz ediyor, fakat deyimim gerçek anlamı üzerinde hiç kimsenin fazla bir şey bilmediği anlaşılıyor. Bugün Halkla İlişkiler, çeşitli fikirlerden ve faaliyetlerden oluşmuş rengârenk yamalı bir bohçadan başka bir şey değildir.»⁷ Aradan çeyrek yüzyıl geçmiş olmasına rağmen, bugün bile bu alandaki kavramların tam bir açıklığa kavuşmuş olduğu söylenemez.

Herşeyden önce, bir uzmanlık alanı olarak Hİ'in sınırları konusunda bir fikir birliğine henüz varılmış değildir. Bu konuda iki ayrı görüş vardır.

Birinci görüşe göre, Halkla İlişkiler, esas itibariyle kitle haberleşme araçlarından yararlanılarak kanaat ve tavırların etkilenmesi amacını güden bir faaliyettir. Bir başka deyişle, Halkla İlişkiler, arada ahenkli bir uyum sağlamak amacıyla, fikirlerin ve bilginin bir örgütten onunla ilgili gruplara ve bu gruplardan örgüte iletilmesidir.⁸

Böyle bir sınırlandırmayı çok dar bulan ikinci görüşe göre, Hİ uzmanının faaliyet alanı, bir örgüt ile onunla ilgili halk grupları arasındaki bütün ilişkileri kapsamalıdır. Örgütün kamuoyu üzerin-

miş inceleme raporları bir süre aralıklı olarak hükümete sunulduktan sonra tamamen durmuştur. Kısmen bazı kurumların konuya karşı gereken ilgiyi göstermemeleri, fakat esas itibariyle hükümetin gevşekliği yüzünden bu programın uygulanmasında elde edilen başarı sınırlı olmuştur. Bununla birlikte, bu çalışmaların tekrar başlatılıp sürdürülmesinde yönetimin halkla ilişkileri bakımından bugün de büyük yararlar bulunduğu kanısındayız.

7 Rex F. Harlow, «Public Relations at the Crossroads,» *Public Opinion Quarterly*, Winter 1944-1945, s. 551 (J.A.R. Pimlott'un adı geçen kitabında anılıyor. s. 3.).

8 Scott M. Cutlip ve Allen H. Center, *Effective Public Relations* (Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., 1955), s. 15-16.

de yarattığı etki herşeyden önce izlenen politikaya bağlı olduğuna göre, Hİ uzmanı, politikanın saptanması çalışmalarına da katılmalı ve bu politikanın halkla ilişkiler üzerindeki muhtemel etkilerini değerlendirerek örgüte yararlı olmalıdır.

Bu mesleğin bazı ateşli savunucuları tarafından öne sürülen bu ikinci görüş, halkı ilgilendiren bütün konularda Hİ uzmanlarına adeta bütün diğer örgüt görevlilerinin üstünde bir eşgüdüm yetkisi tanımak istemektedir. Acaba Hİ uzmanları böyle kapsayıcı bir rolü oynanabilecek genel bir görüşe ve yeteneğe sahip midirler? Sahip olsalar bile bu yeteneğe örgüt içinde görevli diğer uzmanlardan daha fazla mı sahiptirler?⁹ Bu soruya olumlu cevap vermek gerçekten güçtür. Bizce de Hİ uzmanının görev alanı **esas itibariyle** birinci görüşe uygun olarak çizilmelidir. Böyle bir sınırlandırmanın Hİ uzmanının örgütün izleyeceği politikayı kendi görevi açısından etkilemesine engel olmayacağı da meydandadır.

Halkla İlişkiler'le Karıştırılan Kavramlar

Halkla ilişkiler alanındaki kavram karışıklığının ve bu alana karşı beslenen olumsuz duyguların kaynağını, bu uzmanlık alanının doğduğu yer olan Amerika Birleşik Devletlerindeki tarihî gelişme ile açıklamak mümkündür. Hİ faaliyetlerine yönelen olumsuz duygulardan birçoğu, bu faaliyetlerin çoğu kere, ticarî bir uygarlığa ve son derece güçlü bir özel kesime sahip bulunan Birleşik Amerika'da akıldan çok duyguların sömürülmesine yer veren **reklamcılıkla**, yani -genellikle sorumluluk duygusundan uzak kalan- ticarî propaganda ile karıştırılmasından ileri gelmektedir.

Reklamcılık, «bir malın ya da hizmetin satışını arttırmak amacıyla basında yer, yayın organlarında zaman satınalma» olarak tanımlanır. Aslında ticarî bir müessese olan reklamcılıktan bir fikrin kabulünü sağlamak ya da bir örgüt için iyi niyet ve itibar kazanmak amacıyla yararlanmak da mümkündür. Bir başka deyişle, reklamcılık, Hİ faaliyetlerinde de kullanılabilir bir araçtır.

Kazanç amacının hayatî bir önem taşıdığı özel sanayi ve ticaret kuruluşlarında Hİ, kazancı arttırmanın en etkili yollarından biri olan reklamcılıkla o derece yakından ilgili görülmektedir ki, konuyu özel kesim ortamında inceliyenler çoğu kere ikisi arasında

9 J.A.R. Pimlott, adı geçen eser, s. 50-52.

kesin bir ayırım yapmamakta, reklamcılığı bir ürünün, Hİ'i bir örgütün (dolayısıyla yine onun ürettiği malın) tanıtılması olarak tanımlamakta, hatta örgütün tanıtılması amacını güden reklam faaliyetlerine «kurumsal reklamcılık» adını vermektedirler.

Hİ faaliyetleri bazen de **propaganda** ile karıştırılır ve hatta propaganda olmakla suçlanır. Oysa, «bir öğretinin düzenli ve sistematik olarak yayılması, bir fikrin ya da davanın duyurulması,» anlamına gelen propaganda da Hİ alanında yararlanılabilecek araçlardan biridir. Propaganda inandırma amacı güden faaliyetleri ifade eder ve bazen sanıldığı gibi kötülenmesi gereken bir uğraşı değildir. Propaganda, telkin edilmek istenen fikrin niteliğine göre topluma yararlı da, zararlı da olabilir.

Halkla İlişkiler'in karıştırıldığı bir başka kavram da «**duyurma**»dır (publicity). «Bilgi yayma, bir örgüt ya da kişi hakkında sistematik bilgi dağıtımı; başkalarına bilgi vermek isteyen bir kimse- nin bazı konuları kendi açısından açıklaması» anlamına gelen «duyurma», iki yönlü bir faaliyet olan Hİ'in halka seslenme yönü ile ilgilidir. Uygulamada Hİ çalışmalarında duyurma önemli bir yer tutar ve «dinleme» yönüne gereken önem verilmez. Oysa iyi bir Hİ programında «söyleme» ve «dinleme», «bilgi verme» ve «bilgi alma» safhaları arasında makul bir dengenin bulunması gerekir.

Aslında yukarıda sözü edilen kavramların her üçünü de Hİ'den ayıran en dikkate değer özellik, daha çok tek yönlü oluşlarıdır.

Bu alandaki kavram karışıklığının nedenlerinden biri de Hİ görevlilerinin büyük bir kısmının başka alanlarda yetişmiş kimseler olmalarıdır. Hİ'in meslekleşme yolunda en fazla mesafe aldığı Birleşik Amerika'da bile, sanayi kuruluşlarında, işçi sendikalarında, sosyal yardım kurumlarında, eğitim örgütlerinde ve silâhli kuvvetlerde çalışan Hİ görevli ve danışmanlarının çoğu daha önce gazetecilik, yazarlık ve reklamcılık hizmetlerinde çalışmış kişilerdir.¹⁰ Durumun diğer hizmet alanları için ve hatta başka ülkelerde de böyle olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bundan dolayıdır ki, örneğin reklamcılıktan gelen bir Hİ görevlisinin iki alan arasında önemli bir fark görmemesini, hatta daha önce basında ilân karşılığı para ödenerek yayınlanan örgütle ilgili bir haberin parasız olarak çıkmasını sağladığı zaman gerçek bir Hİ çalışması yaptığını sanmasını ya

10 Cutlip ve Center, adı geçen eser, s. 462.

da gazetecilikten gelen bir başkasının eski meslek çevresinin sağladığı kolaylıklardan da yararlanarak örgütü hakkında yoğun bir duyurma işi yaptığı zaman Hİ uzmanı olarak görevini en iyi şekilde yerine getirmenin vicdan rahatlığını duymasını doğal karşılamak gerekir.

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu'nun 7-16 Mart 1967 tarihleri arasında Ankara'da düzenlediği İkinci Halkla İlişkiler Semineri'nde Hİ ve Reklamcılık konusu üzerinde bir bildiri sunan Basın İlân Kurumu Genel Müdürünün Halkla İlişkilerin amacını «reklama kanıksamış olan tüketici kitlenin dikkatini **dolaylı yollardan** işletmenin geçmişine, faaliyetlerine, ürün ve hizmetlerine çekmek, bunların geniş kitlelerce benimsenmesini sağlayarak işletmenin faaliyetini geliştirmek» olarak tanımlamış olmasını, konuşmacının reklamcılık alanındaki yoğun meslekî ilgisinin bir dereceye kadar kaçınılmaz bir sonucu olarak görmek mümkündür.¹¹

Bu disiplinin vatani olan Birleşik Amerika'da Halkla İlişkiler'e karşı beslenen şüpheli tavrın nedenlerinden biri de, o ülkeye özgü bir kurum olan «**basın ajanlığı**» (press agency) ile ilişkili görülmesidir. Bu ülkede «basın ajanları», eskiden bir tiyatro grubu ya da sirk bir şehre gitmeden önce oraya bir seyahat yapıp o konuda halkın dikkatini çekecek ilginç haberler yaratan bir nevi reklamcılardı. Bu ülkede, belirli kişiler, kurumları, şehirleri ya da bazı sayfiye yerlerini şöhrete kavuşturan ünlü ve usta basın ajanları da görülmüş olmakla birlikte, bu tür faaliyetler halk tarafından genellikle hafife alınan çabalardı. Bu ülke halkının zihninde Hİ ile bu gibi uygulamalar arasında yakın bir çağrışımın yerleşmiş bulunması, Hİ alanının şöhreti bakımından bir talihsizlik olmuştur.

Halkla İlişkiler ve İnsan İlişkileri

Hİ konusunda aydınlığa kavuşturulması gereken noktalardan biri de bu alanın «İnsan İlişkileri» adı verilen alanla olan ilgi ve bağlantısıdır. Gerçekten de, bazen Halkla İlişkiler'in İnsan İlişkileri olduğu ya da örgüt içi ilişkileri de kapsamı içine aldığı yolunda görüşler öne sürüldüğü görülmektedir.

11 «Halkla İlişkiler», *Amme İdaresi Bülteni*, Nisan 1967 (sayı 15), s. 13 Siyah puntolar bizindir. Bu bültenin 10-15 inci sayfalarında söz konusu seminere sunulan bildirimlerin ve yapılan tartışmaların bir özeti verilmektedir.

Tek başına kullanıldığı zaman «İnsan İlişkileri», uluslararası ilişkilerden herhangi iki insan arasındaki ilişkilere -hatta kişinin kendi benliği (ego'su) ile olan ilişkilerine- kadar, taraflarını insanların teşkil ettiği her türlü ilişkiyi kapsayan bir deyimdir. İnsanlardan oluşan örgütlerin yine insanlardan meydana gelen halkla olan ilişkilerini düzenleyen Hİ'in bu anlamda İnsan İlişkileri alanına girdiğinde şüphe yoktur. Ancak bunun böyle olmasının pratik bakımdan herhangi bir anlam ve önem taşımadığı da meydandadır.

Asıl tartışma konusu Hİ'in «Yönetimde İnsan İlişkileri» ile olan ilgisidir. Doğrudan doğruya örgüt içi sorunları ele alan «Yönetimde İnsan İlişkileri»nin, aşağıda açıklanan çeşitli anlamlarda kullanıldığı görülür :

1. Bir anlamda İnsan İlişkileri, örgütler içinde bir araya gelen insanların iş arkadaşlarıyla ve işleri ile olan ilişkilerini, üstlerle astların ve çeşitli grupların birbirleriyle olan ilişkilerini ifade eder.

2. İnsan İlişkileri'nin bir başka anlamı, örgüt içi ilişkilere adalet, dürüstlük, insan kişiliğine ve onuruna saygı gibi değerlerin hakim kılınması, bir başka deyişle, insanlararası ilişkilerin daha insancıl hale getirilmesidir.

3. Bu deyim bazen de, çalışanları örgütün amaçlarıyla tutarlı davranışlara yöneltmek için yöneticiler tarafından uygulanan ilke ve kuralların tümünü anlatmak için kullanılır. Burada «İnsan İlişkileri» deyimini, adam kullanma ve insanlara iş yaptırma sanatı ile hemen hemen aynı anlama gelmektedir.

4. Nihayet İnsan İlişkileri, gerek işletmecilik, gerek kamu yönetimi alanında uzun yıllar hüküm süren ve örgütü tamamen gayrişahsî bir mekanizma ve onu meydana getiren insanları da bir makinenin çarkları olarak gören geleneksel yönetim anlayışına karşı bir tepki olarak ortaya çıkan bir yaklaşımın adıdır. Örgütü adeta insansız bir ilişkiler düzeni olarak kabul eden, onların duygu, düşünce, özlem, coşku ve korkularının ve aralarındaki etkileşimin davranışlar üzerindeki etkilerini tamamen ihmal eden yönetim görüşünü reddeden bu yeni yaklaşım Birinci Dünya Savaşını izleyen yıllarda ortaya çıkmış ve İkinci Dünya Savaşından sonra büyük bir güç kazanmıştır. Yönetimin insancıl sorunlarını daha çok birey ve grup düzeyinde kalarak inceleme konusu yapan bu ele alış tarzını yönetimin sosyal psikolojisi olarak adlandırmak da mümkündür. Bu alanda yapılan araştırmaların ve yayınların çalışan insanın mut-

luluk ve esenliğine aşırı derecede ağırlık vererek, herşeyden önce bir malın üretimi ya da bir hizmetin görülmesi amacıyla kurulmuş olan örgütlerin teknik sorunlarını ikinci plana itmesi, sorunları kişi ve grup düzeyinde ele alarak tüm örgütle ilgili sorunları ve örgüt yapısında, hatta örgütü çevreleyen toplumun yapısında saklı etkenleri göz önünde bulundurmaması, yaklaşık olarak 1960 yıllarından itibaren bu görüşe karşı sert eleştirilerin yöneltilmesine yol açmıştır.

«Yönetimde İnsan İlişkileri»nin niteliğini kısaca açıkladıktan sonra şimdi de Halkla İlişkiler ile arasındaki bağlantıyı araştıralım.

Görülüyor ki, ayrı bir sosyal disiplin olarak «Yönetimde İnsan İlişkileri» tamamen örgütün iç sorunlarıyla ilgilidir ve bu sorunlar çeşitli kademelerdeki âmir ve yöneticilerin direkt sorumluluk alanına girer. Söz konusu âmir ve yöneticilerin bu alandaki sorunlarla ilgili olarak ihtiyaç duydukları destek hizmetleri, Hİ uzmanlarından daha eski ve yerleşmiş bir mesleğin üyeleri olan personel uzmanları ve başkaları sağlar. Mevcut durum göz önünde bulundurulursa, bu alanın Hİ görevlilerinin uğraşı alanlarının tamamen dışında kalmış olduğu görülür.

Öte yandan, bu incelemenin başında yapılan tanımlamaya göre, bir örgütün tüm görevlileri de onunla ilgili «halk» gruplarından biridir ve halkla ilişkiler görevlisinin bu alanda olup bitenlerle belirli bir ölçüde ilgilenmesi gerekir. O halde bu ilginin ölçüsü ne olmalıdır? Kanımızca bu ilgi sınırlı tutulmalı ve kuruluşça periyodik olarak yayınlanan ve personele hitabeden bülten ya da derginin hazırlanması, personelin yönetime karşı beslediği tavırların ve izlenen yönetim politikası hakkındaki kanaatlerinin ölçülmesi amacıyla incelemeler yaptırılması, hatta Hİ görevlisi bu tür araştırmaları yapabilecek bilgi, tecrübe ve yeteneğe sahipse bilfiil yapılması ve sonuçlarının değerlendirilmesi gibi konulara inhisar etmelidir. Hİ görevlisinin çalışmaları esas itibarıyla dış ilişkiler üzerinde yoğunlaştırılmalı ve görevleri belli başka uzmanlık alanlarında çalışanlarla aralarında sürtüşmelere meydan verilmemelidir.

Hİ'nin bir meslek haline gelmesi yolunda en büyük çabaların harcandığı ve bu yolda en fazla mesafenin katedildiği Birleşik Amerika'daki durum budur ve öyle sanıyoruz ki böyle olmaya da devam edecektir.

Halkla İlişkiler uzmanlarına örgütün iç yönetimiyle ilgili sorunlarda daha fazla yetki tanınması yolundaki çabalar daha çok bu genç alanın gerçekçilikten uzak bulunan savunucularından gelmekte ve örgüt içinde gereksiz çatışmalara yol açmaktan başka bir amaca hizmet etmemektedir.

Ancak, bu açıklamalardan, Hİ görevlileriyle personelcilerin görev alanları arasında aşılmaz duvarlar dikilmesi gerektiği sonucu çıkarılmamalıdır. Aksine, örgütün iç sorunlarıyla ilgili belgeler, istifa mektupları, önemli toplantılara ait görüşme ve kararları ihtiva eden dosyalar Hİ görevlileri tarafından incelenebilmeli, bu görevliler örgütte çalışan kişilerle devamlı olarak temas etmeli ve görüşmelidirler.

Bundan başka, Hİ uzmanları ile personel uzmanlarının ilgi ve yetki alanlarının birbirine girdiği durumlar da olmaktadır. Bunun tipik bir örneğine, belirli bir sanayi kuruluşuna ait fabrika ve diğer tesislerin çevresinde kurulmuş kasaba ve kentlerde rastlanır. Bu gibi yerlerde, girilen Hİ çalışmalarında, örgütte çalışan işçiler ve diğer görevlilerle onların aileleri birlikte göz önünde bulundurulur. İşçi ailelerinden oluşan kent sakinleriyle örgüt arasında olumlu ilişkiler kurmak, bu arada onların çeşitli sosyal ihtiyaçlarını karşılamak amacını güden çalışmalarda Hİ uzmanları ve personelciler arasında daha yakın bir işbirliğinin kurulması gerekmektedir.

Dış Hİ ile iç ilişkilerin iç içe girerek birbirleriyle kenetlendiği durumların bir başka örneği, örgüt görevlileri arasında da üyeleri ve temsilcileri bulunan sendikalarla olan ilişkilerdir. Bu ilişkilerde de Hİ görevlisinin aynı alanlarla ilgilenen diğer görevlilerle yakın bir işbirliği ilişkisi içinde bulunması gerekir.

Bu tartışmanın bir de Türkiye'deki durumla ilgili yönü vardır ki o da şudur : Bugün Türkiye'deki örgütlerde Hİ'den daha eski bir hizmet olan personelcilik de gerçek muhtevasiyle yerleşmiş değildir ve personel birimleri, tayin, terfi ve izinler gibi bazı özlük işlemlerinin çok kere basit bir formalite olarak yapıldığı, önemi anlaşılmamış servislerdir. Bu durumda, iki alan arasında yetki çatışmalarının ortaya çıkması ihtimali oldukça zayıftır ve halen sahip-siz olan iç ilişkilerle ilgili görevlere bunlardan hangisi daha önce sahip çıkarsa görev onun olacaktır.

Halkla İlişkiler'in Ahlâkî Yönü

Üzerinde durulması gereken bir başka nokta da, Hİ'in ahlâkî yönü ile ilgilidir. Birleşik Amerika'daki uygulama yüksek bir ahlâk standardından genellikle yoksun kalmış, bu alanda yapılan çalışmalardan bazılarının bir göz boyamadan ibaret olduğu inancı yaygınlaşmış, bu da birçok kimselerin Hİ'e şüphe ile bakmalarına yol açmıştır. Bütün insan ilişkilerinde olduğu gibi Hİ'de de dürüstlüğün temel ilke olduğu hiçbir zaman unutulmamalıdır. Hİ hizmetlerinde çalışanlar bu ilkeyi temel davranış kuralı olarak kabul etmeli, güç durumlarda bile gerçekleri açık kalplilikle ortaya koymaktan çekinmemelidirler. Büyük bir Türk düşünürünün «ya olduğun gibi görün, ya görüldüğün gibi ol» sözü, kanımızca, Hİ alanında çalışacaklar için de paha biçilmez bir düstur değer taşımaktadır.

*
**

Burada, Halkla İlişkiler konusunun incelenmesiyle ilgili olarak önemli saydığımız bir iki noktaya değinmek isteriz. Hİ sorunlarının Türkiye'nin kendine özgü ortamı içinde henüz sistemli bir biçimde incelenmemiş bulunması, bu konuda aydınlanmak isteyenleri daha çok Amerika'da yayınlanmış eserlere ve orada yaşanmış tecrübelerle başvurmak zorunda bırakmaktadır. Günlük hayatında devamlı bir meşguliyet, telâş ve hareketlilik içinde bulunan insanlardan oluşmuş ileri derecede plüralist ve ticarileşmiş bir toplumun son derece oynak ve renkli, reklam ve propaganda tekniklerine aşırı ölçülerde yer veren Hİ faaliyetleri, o toplumu tanımayanların zihinlerinde, kendi koşullarımıza ters düşen, gerçekçilikten uzak bir imajın yaratılmasına yol açmaktadır.

Bundan başka, Hİ konusunun yönetim süreci hakkında sağlam bir bilgi sahibi olmayan kimselerce ele alınarak incelenmesi, aslında normal yönetim faaliyetinin ayrılmaz bir parçası olan Hİ hakkında çarpık ve yine gerçekçi olmayan bir görüşün kazanılması sonucunu doğurmaktadır. Konuya böyle bir görüş açısından bakanlar, Hİ'i, biri bittikçe bir yenisi tezgâhlanan bir dizi kampanya düzenleme faaliyeti olarak görmekte, Hİ'in yönetim sürecinin karar verme, planlama, örgütlendirme, eşgüdüm ve denetim gibi unsurlarıyla iç içe ve kamuoyunu belirli bir yönde etkilemek amacıyla girilen yoğun kampanyaların gürültüsünden uzak, olağan bir yönetsel faaliyet olduğu gerçeğini adeta unutmaktadırlar. Hİ'in yönetimle ilgili bir uğraşı ve örgütsel bir faaliyet olduğunu kelime-

lerle söylemek yetmemekte, bu fikri eğitimde izlenecek etkin bir yöntemle, konuyu inceliyenlere -özellikle çalışma tecrübesi olmayan öğrencilere- iletmek gerekmektedir. Kanımızca bu işi başarmada kullanılabilecek en etkili eğitim yöntemi uygulamadan alınmış örnekolayların tartışılmasıdır. Böyle bir yaklaşım, öğretim ve eğitimi soyutluktan uzaklaştıracak ve konunun gerçekçi bir biçimde incelenmesini mümkün kılacaktır.¹²

Türkiye'de Halkla İlişkiler bir uzmanlık alanı olarak henüz yerleşip gelişmemiştir. Bunun başlıca nedenleri, ülkemizde uzmanlaşmanın ileri bir düzeye ulaşmamış olması, toplum hayatının nispî basitliği, belirli örgütlenmiş gruplarla devamlı temas ihtiyacının henüz ortaya çıkmamış ve kitle haberleşme araçlarının yoğunluk kazanmamış bulunmasıdır. Bugün Türkiye'de, yöneticilerin, görevlerinin Halkla İlişkiler yönü üzerinde bilinçlendirilmeleri, bu alanın ayrı bir meslek dalı olarak kendini kabul ettirmesinden daha ivedi bir sorun olarak kendini göstermektedir. Bir başka deyişle, Hİ görevlerinin yerine getirilmesi, bu görevlerin kimin tarafından yerine getirileceğinden daha önemlidir. Meslekleşme, geciktirilmemesi gereken, fakat bugün için öncelik sıralamasında ikinci yeri tutan bir sorundur. Esasen yöneticilerin bu alandaki sorumluluklarının bilincine ermemiş buldukları bir ortamda, Hİ'in ayrı bir meslek olarak kendini kabul ettirmesinin mümkün olmadığı da meydandadır. Yüksek öğretim kurumlarımız bu alanda bilgi sahibi elemanlar yetiştirdikçe ve kurumlar bu elemanlara kadrolarında görev vermeye başladıkça Hİ'in bir meslek olarak yerleşmesi yolunda ilk adımlar atılmış olacaktır.

12 Memleketimizde bu amaçla derlenmiş örnekolaylar maalesef yoktur. Bu konuda bildiğimiz tek örnek, 1964-65 ders yılından itibaren üniversitelere öğrenci alınımında uygulanmakta olan «merkezi sistem»in kuruluş ve işleyişini tasvir eden *Üniversiteye Giriş ve Liselerimiz* (Ankara Üniversitesi Basımevi, 1969, 227 sayfa) adlı kitabımızdır. Kitabın ilk iki bölümünde, kuruluşunda sorumluluk taşıdığımız ve ilk iki yıllık uygulamasını bizzat yürüttüğümüz merkezi sistemin doğuşu, planlanması ve uygulanışı ayrıntılı olarak anlatılmakta, Üçüncü Bölüm'ünde ise bütün bu çalışmaların dikkate değer özellikler taşıyan «halkla ilişkiler» yönü sistemli olarak tartışılmaktadır. İkinci Bölüm'de merkezi sistemin kuruluşu sırasında -ve kısmen de uygulanma safhasında- konu ile ilgili gruplara uygulanan «kanaat araştırması» niteliğindeki anketler ve bunların değerlendirilmesi hakkında bilgi verilmektedir (sayfa 10-26).

Türkiye'de Hİ alanında uzmanlaşmaya dönük eğitim sağlayan tek yüksek öğretim kurumu Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesine bağlı olarak kurulmuş bulunan Basın ve Yayın Yüksek Okuludur. İlk mezunlarını 1968-69 ders yılında veren bu okulun, memleketimizde Halkla İlişkiler alanının gelişmesinde önemli katkıları olacağına inanıyoruz.