

HALKLA İLİŞKİLERDE TEORİNİN ÖNEMİ ve UYGULAMAYLA OLAN İLİŞKİSİ: PR Sektörünün Algısına Yönelik bir Araştırma

Nilnur TANDAÇGÜNEŞ*

Importance Of Theory In Public Relations And Connection With Public Relation Practice: A Research About Perception of PR Sector

This research aims to notice necessity and importance of theory in Public Relations as a branch of social science.

The framework of research is taken shape around the relation between theoretical approach in Public Relations and Public Relation practice. To expose the perception of practitioners about Public Relations theory, semi-structured depth interview method was used.

Key words: Public relations, theory, profession, social science methods.

.....

Giriş

Halkla İlişkilerin geçmişini milattan önceye dayandıran yaklaşımlar olmakla birlikte günümüzdeki 'modern halkla ilişkiler' anlayışının başlangıcı ancak yirminci yüzyıla dayandırılabilir. Bu nedenle henüz yolun başında olan bir uygulamalı sosyal bilim olarak Halkla İlişkilerin hem dünyada hem de Türkiye'deki temel sorunlarından biri, yürütülen çalışmaların teorik temellerinin tam olarak yerleşmemesi ve uygulayıcıların teorik alt yapılarındaki yetersizlik nedeniyle kimi zaman bilimsellikten uzak kalması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, halkla ilişkilerin teorik altyapısını ve gelişimini mercek altına alıp, sosyal bilimsel yaklaşımların, bilimsel araştırma geleneklerinin izinde ve halkla ilişkilerde teori üretme noktasında karşılaşılan

zorluklar ekseninde, bir sosyal bilim olarak halkla ilişkilerde teorinin önemini vurgulamaktır. Bu çerçevede halkla ilişkilerdeki teorik yaklaşımlarla uygulamaların karşılaştırmalı değerlendirilmesi için Türkiye'deki Halkla İlişkileri sektörünün algısına yönelik bir araştırma ile durum tespiti yapılması hedeflenmiştir.

Sosyal Bilim Olarak Halkla İlişkiler

Bir sosyal bilim olarak Halkla ilişkilerin literatürdeki yerine bakıldığında karşımıza çıkan en kapsamlı yaklaşımlardan biri olan, "kuruluşlarla onların kitleleri arasında anlamları değiştirmek için iletişimi kullanmakla ilgilidir" tanımını yapan Botan'dan yola çıkarak halkla ilişkilerin, iletişim disiplininin teorik ve araştırma yöntemlerini kullanılarak incelenebilecek bir iletişim uygulaması ör-

* Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

neği olduğu söylenebilir. (Botan, 1989: 99-110) Bunun yanı sıra 'iletişim bilimi'nin bir sosyal bilim olduğu kabulüyle halkla ilişkilerin de bir uygulamalı sosyal bilim olarak incelenebileceği dolayısıyla diğer sosyal bilimlerin teori ve araştırma yöntemlerinin halkla ilişkiler incelemelerine de destek olabileceği görüşüne varılabilir.

Botan, Halkla İlişkiler Derneklerinin 1978'de Mexico City'de buluştukları ilk dünya toplantısında Halkla İlişkiler bir sosyal bilim olarak varsayılmasına karşın bu görüşün bütün halkla ilişkiler uygulayıcılarının, uygulayıcı sosyal bilimci olduğu yönünde yorumlamaması gerektiğini belirtmektedir. Uygulayıcı sosyal bilimciye yönelik yapılan tanıma baktığımızda ise, uygulamalarında teori kullanımını başaramayan uygulayıcıların 'uygulayıcı sosyal bilimci' olmadığını çünkü bir uygulamalı sosyal bilimcinin teoriyi uygulamaya koyan ve teorinin gelişmesini sağlayacak algıya sahip olan kişi olarak tanımlandığı görülmektedir. (Simon, 1980'den aktaran Botan, 1989: 99-110) Bu yaklaşımdan yola çıkarak uygulayıcı sosyal bilimci teori gelişim sürecinin bir parçası olarak kabul edilip teorik bilgi uygulamalarını ileriye götürmek için temel alan ve uygulamalarını o temele katkıda bulunmak için kullanan uygulayıcılar ise uygulayıcı sosyal bilimci olarak tanımlanabilir.

Halkla İlişkilerin Teorik Altyapısının Gelişimi

Halkla İlişkilerin bir sosyal bilim olarak kabul edilmesine yönelik yapıcı yaklaşımlara değindikten sonra Halkla İlişkilerin teorik alt yapısını hazırlayan koşulları daha iyi kavramak açısından Halkla İlişkilerin tarihsel gelişimine bakıldığında hızla gelişen bir sosyal bilim disiplini profili ile karşılaşılmaktadır. Halkla ilişkilerin bir uzmanlık dalı

ve bir akademik disiplin olarak olgunlaşmasının temellerine inildiğinde teorik bilginin gelişimi itibariyle diğer uzmanlık dallarından ve akademik disiplinlerden ayrıştığı görülmektedir. Bu disiplinin akademik köklerine baktığımızda ilk kaynakların üniversitelerin gazetecilik bölümlerinin araştırma alanları ilgili iletişim çalışmalarına yönelik deneysel çalışmalarda izlerine rastlanmaktadır.

Başka bir ifadeyle Gazetecilik kökenli halkla ilişkilerin geleneksel yapısına bakıldığında uygulama ağırlıklı öğrenilen bir zanaat olarak gelişme gösterdiği görülmektedir. Halkla İlişkilerin gelişimine tarihsel süreç odaklı baktığımızda halkla ilişkiler uygulayıcılarının genellikle uzmanlık alanlarının eğitim ve deneyiminin sağladığı bakış açısı ve değerleri beraberinde getiren eski gazetecilerden oluşması ve geçmişte halkla ilişkilerin çoğunlukla gazetecilik bölümlerinin programlarında yer almasıyla, mesleğin temellerini atan uygulayıcıların gazetecilik değerleri ve bakış açısına sahip oldukları görülmektedir.

Ancak halkla ilişkiler eğitim ve öğretiminde yer alan 'geleneksel zanaatkar' yaklaşım, teorik bilginin alt yapısının oluşturulması için gerekli mesleki gelişim ve ilerlemeyi üretmediği için tarihte halkla ilişkilerin teorik yapısı eksik kalmıştır. Bu nedenle dir ki, günümüzdeki çalışmalara bakıldığında Hazelton ve Botan'ın değişiyile "halkla ilişkiler teorisini geliştirmek için sosyal bilimlerin insani ve deneysel geleneklerine yönelmekteyiz". (Hazelton, Botan, 1989: 3-16)

"Halkla ilişkiler teorisyenleri genellikle iletişim biliminden ve diğer sosyal bilimlerden teorileri ödünç alırlar, ancak çok azı benzersiz halkla ilişkiler teorileri geliştirirler. Bilimsel disiplinler her zaman birbirlerinden ö-

düncü alırlar ama ödünç aldıkları kavramlardan özgün teoriler oluşturmadıkları süreçlerle gösteremezler" (Grunig, 1989: 17-44) diyen Grunig bu konuya yönelik olarak Halkla ilişkiler teorisyenlerinin kavramları ödünç almadan ve teori kurmadan önce halkla ilişkilerle ilgili kendi ön varsayımlarını sınamaları gerektiği yaklaşımını savunmaktadır.

Bütün teorilerin ön varsayımlardan kaynaklandığının altını çizen Grunig, teorisyenlerin ön varsayımların etkisini farkına varmadıkça o alanın yaygın dünya görüşünün peşinden giderek yanılığa düşeceklerini belirtmektedir. Bu görüşünü de halkla ilişkileri ikna edici ve manipüle edici olarak gören yaygın dünya görüşüne karşı duruşunu desteklemek amaçlı kullanmaktadır. Bu yaygın görüşün karşısına ise halkla ilişkilerin amacının çatışma yönetimi ve anlayış tutundurması olduğunu savunduğu halkla ilişkilerin "simetrik bakış açısı" önerisiyle çıkmaktadır. (Pieccka,2002:215-260)

Geçmişte halkla ilişkiler teorisinin üst teoriye gözardı ettiğine ancak halkla ilişkilerin etik kalitesini ve uygulamadaki sorunlarının çözümündeki başarıyı artırmak için, üst teorisinin anlaşılması gerektiğine vurgu yapan Grunig'e göre "üst teorisinin temeli olan ön varsayımlar, araştırmacıların çözmeye çalıştıkları problemleri, araştırmalarında kullandıkları teorik gelenekleri ve teorilerin araştırmanın sonucu ortaya çıktığını kabul eden bir araştırma topluluğunun dışındaki dünyaya olan genişlemeyi tanımlarlar." (J. Grunig ve Hunt, 1984:13-46)

Bu konudaki göreceli yapıcı yaklaşımlara bakıldığında, pek çok teorisinin halkla ilişkilere uygulandığı düşünülebilir ama başka bir disiplinden ödünç alınmamış bir halkla ilişkiler teorisini düşünmek çok güçtür. Bu ne-

denle de halkla ilişkiler bir akademik disiplin olarak bölünmüş ve göreceli özgün bir disiplin olarak görülmektedir.

Halkla İlişkiler Teorisine Sosyal Bilimsel Yaklaşım

Sosyal bilimsel yöntemin döngüsel doğası bize hatalarımızı düzeltmek için en iyi şans sunmaktadır. Araştırma odaklı bilgiye olan güvenimiz bu nedenle önemlidir ve böylesi araştırma temelli bilgi parçaları düzenlenerek teorileştirilebilir. Halkla ilişkiler de teori üreten bir sosyal bilim olarak kabul edildiği noktada bu yolu izlemesi öngörülmektedir.

Hawes'e göre "sosyal bilimcinin birinci görevi insan davranışının bütün biçimlerini açıklamaktır. Bu açıklamalar teori olarak atfedilmektedir". (Hawes, 1975:2'den aktaran Botan, 1989: 99-110) Böylece uygulayıcı bir halkla ilişkiler çabasının neden başarılı ya da başarısız olduğuyla ilgili bir açıklama önerdiğinde, bir teorisinin ileri sürülmesinde ki ilk adımı gerçekleştirmiş olmaktadır.

Halkla ilişkilerdeki genel kabul görmüş açıklamalar ve yıllar boyunca geliştirilen uygulama biçimleri bu nedenle 'temel teoriler' olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, Halkla İlişkiler gibi uygulamalı bir bilimde bütün teorilerin kullanılabilir olmadığı da vurgulanan başka bir gerçektir. Littejohn'un dediği gibi, "teori ve deneyim her ikisinin de mükemmel gelişmesi için birbirlerini sürekli etkilemektedirler". (Littejohn, 1983: 14'den aktaran Botan, 1989: 99-110) Diğer bir deyişle hem uygulayıcılar uygulamalarıyla elde ettikleri deneyimleriyle teoriye katkıda bulunur hem de geliştirilen teoriler uygulayıcıların çalışmalarına katkıda bulunur.

Teori geliştirme sürecine bakıldığında 'yeni bilgi', araştırmacılar tarafından oluşturulabileceği gibi uygulayıcılar tarafından da oluş-

turulabilir. Sonuç olarak, uygulayıcıların ve araştırmacıların her ikisinin de doğal özellikleri, teoriyi denemek ve/veya reddetmek noktasında kesişmektedir. Diğer bir ifadeyle "Teori oluşturma ve teoriyi test etme, sosyal bilimsel teori geliştirme sürecinin iki tamamlayıcı parçasıdır" denilebilir. (Botan, 1989: 99-110) Buna göre sürecin her iki yarısı da gerekli fakat tek başına yeterli olmayan parçalardır. Bu demektir ki süreç her iki kutup tarafından da kullanılmadığı sürece gelişme gösteremez.

Botan'a göre teori yapılandırma aşamasında teorisyen, inceleme altındaki teoriyle ilgili karmaşık gözlem sürecinde belli bir düzen sağlamak için kendi yaratıcı özelliklerini kullanmak durumundadır. "...Bu da bir sorusu ve yaygın gözlemleri olmaktan öneri niteliğinde bir cevabı olmaya atlama yaparak sonuç çıkarmayı gerektirmektedir. O öneri niteliğindeki cevap teoridir, fakat sadece geçici ya da önerilmiş bir tanedir..." (Botan, 1989: 99-110). Böylece Botan, Halkla ilişkilerde teori gelişiminin çoğunlukla bu aşamada olduğunun altını çizmektedir.

Tümdengelim ya da teorinin test edilmesi aşamasında ise Hawes'in görüşleri ışık tutmaktadır. Hawes, bu süreci "Önerilen teorideki sonuçların kökeni" (Hawes,1975:21) olarak tanımlamaktadır ki; bu basamakta teorisyen teorinin mantığına dayanarak, çoğunlukla araştırma sorusu ya da hipotez biçimindeki tahminlerde bulunmaktadır. Daha sonra ise bu tahminleri test etmek için araştırmaya yönelmektedir. Bu süreç hipotezin test edilmesi ya da teori-güdümlü araştırma olarak bilinmektedir.

Genel görüşlere bakıldığında sosyal bilim teorisinin gelişmesi için her iki basamağın da gerekli olduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler

lerin insani yönünü biçimlendiren bir süreç olarak tanımlanabilecek kesin olmayan açıklamaların deneyim ve gözlemlerle yapılışı süreci bu konuda geçmiş çalışmalar olan araştırmacılara ve uygulayıcılara dayandırılabilir. Bununla birlikte sürecin bu kısmına çok fazla yoğunlaşılması durumunda bu noktada tıkanma yaşanabilir. Bu durumda teori arındırılmaz bir hal alır ve içindeki özgün tarafın ortaya çıkartılması eksik kalabilir. (Cornelissen, 2000: 315-326) Öte yandan halkla ilişkilerin ağırlıklı olarak bilimsel yönünü oluşturan, modelin test edilme aşaması sürecine yoğunlaşılacağı yeni bir teorinin yapılandırılmasında başarısız olma riski söz konusu olabilir.

Bu süreçlerden hareketle teorik gelişmelerin farklı yöntemlerine bakıldığında, Kaplan'ın "dışsal" veya "içsel" olarak artarak büyüyen teori ayrımına rastlanmaktadır. Kuhn da bu sınıflandırmaya ilave olarak bilimsel devrim olarak adlandırılan ani sıçramalar olarak tanımlanabilecek 'bilgi genişlemesi' diye üçüncü bir yoldan bahsetmektedir. Bu üç tanımlama, halkla ilişkilerin bilgi temelini genişletmek için uygulanabilecek teori geliştirme sürecinin temel yollarını temsil etmektedir denilebilir. Kaplan "Bilgiye damla damla ulaşırken, her damlayı bir sonraki damlaya ulaşmada rehber olarak kullanırken, teori gelişimine dışsal olarak katılmış oluruz" diyerek açıkladığı bu süreci "teleskop" kullanmaya benzetir. "Var olan bilgiye daha derin bir anlayış getirerek teori geliştirdiğimizde, teori gelişimine içsel olarak katılmış oluruz" dediği içsellik sürecini de, mikroskop kullanmaya benzetmektedir. (Botan, 1989: 99-110)

Bütün bu çıkarsamaların sonucunda gelinecek noktada teorinin oluşma aşamasında uygulamacılar ve akademisyenlerin arasında bir

kıyaslamaya gidildiğinde ortaya çıkan tablo, ilk aşamalarda halkla ilişkiler uygulayıcılarının, uygulamadan doğan sürekli değişen durumları kavrayıp yeni fikirler getirebildikleri için 'dışsallığı' çok çekici buldukları yönündedir. Buna karşın akademisyenler için başlangıçta 'içsel bakış'ın daha önemli olduğu çünkü yeni bir anlayış geliştirmek için bilginin küçük parçalarına dikkatlerini odaklamakta daha özgür olabildikleri şeklinde yorumlanabilir.

Üçüncü aşama ise, dışsal ve içsel olarak belirli bir miktarda teori gelişiminden sonra, dışa doğru büyük bir sıçrama gerektiren bir durum oluşması olarak tanımlanmaktadır. Bu sıçramalar Kuhn'ün **bilimsel devrimler** diye adlandırdığı çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Einstein'ın izafiyet teorisi fizik bilimindeki bilimsel devrime bir örnektir. Benzeri bilimsel devrimler, yeni uygulamalara dönüşebilecek, tamamen yeni, teorik yaklaşımlara önderlik etmektedir.

Botan'ın uygulayıcıların teoriye katkısı noktasına yönelik getirdiği eleştiri bakıldığında; Bugün, halkla ilişkiler uygulayıcılarının yaptığı pek çok araştırmanın, sosyal bilim uygulamalarını kampanya planlaması ve kampanya değerlendirmesine uyarlanmasıyla sınırlandırdığı ve halkla ilişkiler teorisinin ilerlemesine yapabilecekleri en acil katkının şu anda süre gelen araştırmaların daha geniş kullanımını sağlamak olacağı yönündedir. Bunların yanı sıra, uygulayıcılara yönelik, teori gelişimini, profesyonelleşmeyle mesleki yeterliliğin test edilmesi sürecinde teorik eğitime daha fazla değer vererek cesaretlendirmeleri önerisini de getirmektedir.

Etkin ve yeni halkla ilişkiler teorilerinin gelişimine yönelik önerilere bakıldığında ise karşımıza çıkan tablo, genel kabulün uygulamalı sosyal bilim yaklaşımı edinilerek

halkla ilişkilerin ihtiyaçlarını karşılayan ve halkla ilişkiler uygulamasını iletişim teknisyeninin becerisi olmaktan ayıran, teorik bilginin gövdesini oluşturulabileceği yönünde birleştiği görülmektedir. Böylesi bir teorik bilgi gövdesi, halkla ilişkilerin daha fazla profesyonelleşmesinin temellerini oluşturacaktır denilebilir. Uygulayıcılar ve akademisyenler ise bu sürecin işlerlik kazanması için tamamlayıcı rolleri taşımaktadır.

Bilimsel Araştırma Gelenekleri ve Karşılaşılan Zorluklar

Halkla İlişkilerde teori üretimi sürecini anlamak açısından sosyal bilimsel yaklaşımlara değindikten sonra daha makro bir bakışla bilimsel bilgi üretiminin süreci mercek altına alınması yaşanan üretim sürecini algılamak açısından önemli olacaktır. Çok genel bir tanımla, öncelikle araştırmacı çalıştığı bir alanda önemli olduğuna inandığı bir problemi seçer. Ardından bu problemleri çözmek için belirsiz, genel sezgilerden oluşan ilkel teoriler geliştirir. Eğer araştırma ilk baştaki sezgilerin problemleri çözeceği yolunda umut verirse çok daha fazla problemi çözmek için teorilerin peşinden gider ve sonunda teorilerini tekrar tekrar gözden geçirip genişletir. Bu noktada bu tanımdan hareketle Halkla ilişkiler de, en az gelişmiş iletişim alanlarından biri olmasına rağmen, iletişimin daha geniş kapsamı içinde bilimsel bir alan olarak kabul edilebilir. (Sharpe, 2000: 345-361)

Laudan bu konuda geliştirdiği görüşüyle bir alanın çekirdeğinde bulunan bilimsel problemlerin doğasına daha fazla kesinlik kazandırmıştır. Bu noktada ilerleme ve ilerleme problemleri olarak tanımladığı bilimi bir problem çözme girişimi olarak açıklamıştır. Bilimsel bir problemi belirsiz, düzensiz bir oluşum olarak tanımlayarak şöyle demiştir: "bir teorinin fonksiyonu, belirsizliği ortadan

kaldırmak, tekbiçimliliği sağlamak için düzensizliği azaltmak, anlaşılabilir ve tahmin edilebilir olanı göstermektir." (Laudan, 1977: 13'den aktaran Grunig, 1989: 17- 44)

Laudan'a göre problemler ampirik veya kavramsal olabilir. Bir ampirik problem bir deneyden veya bir teorinin sınanmasını sağlayan gözlemden oluşmaktadır. Bu görüşe göre kavramsal problemler de teorinin kendisinden ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıktıklarında ise bilim adamları bu tür problemlere ampirik problemlerden daha çok önem vermektedir. Kavramsal problemler içsel olabilir ve de teorinin mantığında tutarsızlık olabilir. Dışsal olduklarında ise başka bir alandan bir teoriyle, yaygın metodolojilerle veya bilimsel olmayan inançlarla uyumsuz gösterebilir. Laudan, bilimsel olmayan inançlarla uyumsuzluk halini "dünya görüşü" zorlukları olarak adlandırmıştır. Bu zorluklar, bilimsel teoriler ve gündelik yaşamdaki yaygın dünya görüşü ile çatıştığında ortaya çıkmaktadır.

Diğer bir ifadeyle Laudan'a göre araştırma gelenekleri bize "hem ampirik hem de kavramsal problemleri çözmemizde ihtiyacımız olan önemli araçları sağlarlar... hatta araştırma geleneği daha da ileri giderek problemlerin ne olduğunu tarif eder ve onlara iliştilmesi gereken önemli noktaların ne olması gerektiğini söyler." (Laudan, 1977: 82'den aktaran Grunig, 1989: 17- 44))

Grunig'in deyişiyle pek çok bilim felsefecisi gelişmiş bilimlerle ilkel bilimler arasındaki farkları tanımlama yönünde çabalamışlardır. Buna göre "Halkla ilişkilerin ilkel bir bilim olduğu aşikardır". (Grunig, 1989: 17- 44) İlkel bilimlerde bilim adamları doğrudan fenomenle ve bazen ampirik genellemelerle çalışmaktadır. Herhangi bir alanda bilimsel

olgunlaşma için bilim adamları alandaki parçalar arasındaki ilişkiyi açıklamak ve aralarındaki ilişkiyi kurmak için daha derin teoriler geliştirir denilebilir.

Grunig, "olgun" ve "ilkel" diye iki aşamada incelediği bilimsel çalışmalar içinde halkla ilişkiler gibi ilkel bilim dalında yapılan akademik çalışmalarda çoğunlukla araştırmann ampirik doğruluğuna dikkat edildiği ve araştırmann önemli problemlerle ilişkili mi ve derin teorilerin inşasına destek oluyor mu olmuyor mu diye sorulmadığına vurgu yapmaktadır. Bu görüşünü ise "Çoğu olgunlaşmamış bilimde ve iletişim alanlarında buna iyi örnekler bulunur; araştırmacılar teori kurmaktan ziyade veri toplama ve analiz etmeye daha fazla dikkat ederler. Bu veriler nadiren doğrudan gözlemlerin veya ampirik genellemelerin ötesine geçerler" sözleriyle desteklemektedir. (Grunig, 1989: 17- 44)

Halkla İlişkilerde Teorinin Önemi

Bilimsel bilginin ne olduğu ve halkla ilişkilerin bir sosyal bilim olarak algılanmasının gerekliliğın argümanlarını daha iyi ortaya koymak için halkla ilişkilerde teorinin öneminin tartışmaya açılması gerekmektedir. Biyolog George Gaylord Simpson'ın "Bilim, insanın kendi evrenini keşfidir ve kendini dışarıda tutmak için prensipte bile kesinlikle objektif olmayan realizmdir." (Simpson, 1964: 98-99) sözlerinin yanı sıra bilim tarihçisi Jacop Bronowski' nin bir adım ileri giderek "Bilim sanat gibidir doğanın bir kopyası değildir, ama onun yeniden yaratımıdır. Doğayı keşfederek yeniden yaparız." (Bronowski, 1965:10-20) yorumu bu noktada bize yardımcı olmaktadır.

Kavram olarak da olsa yaşam pratiği içinde bakıldığında, genel bir yargıyla 'teori' kavramı akademik bir terim olarak uygulama-

dan ayrı düşünülmemekte ve genellikle realiteden izole, ekollere, enstitülere bağlı üretimler olarak algılanmaktadır. (Austin, Pinkleton, 2001: 267) Ancak bu yaygın kanıya karşın Sosyal Bilimci Kurt Lewin'in "hiçbir şey iyi bir teori kadar pratik değildir" deyişini destekler biçimde başka bir söylem de "birkaç iyi teoriyi anlamak stratejik yöneticinin başarısını arttırır" olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle teoriler insanların nasıl düşünüp eylemde buldukları ile ilgili genellemeler olarak tanımlanabilirse halkla ilişkilere uyarlamalı düşünüldüğünde bir halkla ilişkiler programı için uygun hedeflerin belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Bilimsel olarak test edilmiş olan teoriler aynı zamanda bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için etkili stratejiler geliştirilmesinde de halkla ilişkilerle ilişki içindedir.

Teorilerin uygulamaya sokulması halkla ilişkilerin planlama aşamasını daha bilimsel kılmakta dolayısıyla da tesadüfilikten uzaklaştırdığı oranda etkinliğine katkı sağlamaktadır. Bilimsel olmanın yaratıcılığı ketlediği eleştirilerine karşın Austin'in "bilimsel olmak yaratıcılığa olan ihtiyacın azalması anlamına gelmez fakat bilim bir radyo reklamı kampanyasına karşı postayla iletişimin sonuçlarını sezinlemek için neyin ne olacağını öngörmeyi özel bir olaya katılımın neden az olduğu gibi bir şeyin olma nedenini anlamayı ve ne olacağını kontrol etmeyi mümkün kılar. Başarılı olmak için yönetici mümkün olduğu kadar fazla kontrol ister ve uygulanan teoriler de belirsizliklerin ağır bastığı bir alanda en fazla kontrolü elde tutmaya imkan verir." yorumu bir cevap niteliği taşımaktadır. (Austin, Pinkleton, 2001:267)

Miller'a göre ise halkla ilişkiler hakkında kuramsal ve deneysel olarak kurulmuş bir bilgi grubu oluşturma işlemi sıfırdan başlamayı gerektirmez. Ona göre çağdaş yapısal

kuram ve araştırmaların çoğunun ana hatlarını oluşturan dört büyük sosyolojik bakış açısı olan *Sembolik Etkileşimci*, *Değişme Kuramı*, *Çatışma Kuramı* ve *Yapısal-İşlevsel Kuramdan* yola çıkılarak üretim yapılabilir. (Miller, 1989: 67-82) Sosyolojinin içindeki bu dört kuramsal yapı, daha çok sayıdaki 'Orta Alan Organizasyon Teorisi' için temel sağlamıştır. Bu yapıları oluşturmakla araştırmacılar kurumlardaki bireylerin davranışlarını, kurumların yapılarını ve kurum içi ve kurumlar arası ağları açıklamayı amaçlamaktadır. Miller, halkla ilişkilerde teori üretimine ilişkin görüşlerinde; halkla ilişkilerin doğasını, örneklerini ve dinamiklerini sistematik bir biçimde açıklamak ve tahmin etmek için tasarlanan orta alan kuramlarının, bu kuramsal yapıların katkılarıyla daha zenginleşeceğine inandığını belirtmektedir.

Günümüzde Halkla ilişkiler alanının büyümesi için esas olarak kurama dayanan araştırma ihtiyacı birçok bilim adamı tarafından tartışılmaktadır. Bu görüşe göre, yapıyı oluşturmak için mantıksal kuram geleneği de iletişim kuramıdır, çünkü uygulamacıların çalışmalarının çoğu kişiler arası ve dolaylı iletişimle ilişkilidir. Ne var ki halkla ilişkiler doğası gereği kurumsaldır. Bu nedenle, mevcut halkla ilişkiler kuramlarını zenginleştirmek ve yeni kuramlar oluşturmak isteyen araştırmacılar da kurumlar üzerinden araştırmalar ortaya koymak istemektedir. Bu noktada Kurum sosyolojileri üzerine mevcut kaynaklar dikkatle incelendiğinde Halkla ilişkiler araştırmalarının, ilişkileri açıklamak için bazen birden fazla bakış açısı kullandıkları görülmektedir. (Cutlip, Center, Broom, 1985)

Pek çok bilim adamı halkla ilişkiler araştırmalarının pek çok farklı araştırma geleneğinden beslendiğini belirtmektedir. Bazıları sosyolojiye dayanmaktadır. Bazıları da sos-

yal psikologların çalışmalarından türemektedir. Kimisinin kökleri de psikoloji, ekonomi ve siyasal bilimlerde dir. (Oktay, 2000: 35) Diğer bir ifadeyle uzmanlar, çeşitli kuramsal geleneklerden birleşik bir halkla ilişkiler kuramı oluşturacak araştırmacıların birçok araştırma geleneğinin çıktığı temel kuramları anlaması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Pek çok teori örgütler için halkla ilişkilerin neden önemli ve kullanışlı olduğunu açıklar ayrıca yöneticilerin konuları ne zaman sorun ya da başarı olarak değerlendirmesi gerektiğini anlamasına yardımcı olduğu için sorun tanımlamasına ve hedef konulmasına da rehberlik etmektedir. Diğer bir deyişle, teorik çatı hedef belirlemede ve planlama aşamasında yol göstericidir ve teorilerin anlaşılması strateji geliştirmeye yardımcı olup güvenilirliğini destekleyici olduğu oranda başarı olasılığını artırıcı olabilmektedir.

Teoriler temelde insan çabasının ürünleridir, bu nedenle teori yapılandırması süreci de, iletişimde olduğu gibi, insan davranışının diğer formları gibi işlemektedir. Gerçekte, teori yapılandırması, sosyal bir olgu olarak iletişim odaklı bir aktivitedir. Günümüzde farklı görüşlerden etkilenen bilim adamları teori yapılandırmasının bir zamanlar vurgulandığı gibi tarafsız ve objektif bir süreç olup olmadığı konusunu tartışmaktadır. İçinde yaşadığımız bilgi çağında teorisyenler ve araştırmacılar bu sürece, sorgulama ve teori geliştirme yöntemiyle, temel varsayımlar veya dünya görüşleri kazandırmayı hedeflemektedir. (Murphy, 2000: 447-462)

Metodoloji

Geliştirilmekte olan Halkla İlişkiler Teorilerinin Türkiye'deki Halkla İlişkiler uygulamalarındaki konumunu değerlendirmek, sektörün uygulamacıları olarak halkla ilişki-

ler ajanslarındaki işleyişi kavramak ve sektörün halkla ilişkilerin teorik altyapısının gelişimine bakışlarını ortaya koymak üzere betimsel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu noktada halkla ilişkilerin davranış bilimlerinden beslendiği teoriler ve halkla ilişkilere ait teorilerden yola çıkılarak sektör temsilcilerinin görüşleri alınmıştır. Elde edilen verilerin daha önceden belirlenen temalara göre yorumlanması ilkesine dayalı betimsel analiz sürecinde yararlanılan teoriler içeriklerine değinilmeden başlıklar halinde şu şekilde belirtilebilir; (Yıldırım, Şimşek:2004:171)

Halkla ilişkilerin teorik gelişimine bakıldığında **İlişki Teorileri** kapsamında ele alınan *Sistem Teorisi, Durumsal Teori, Fikir Ayrılığı-Çatışma Çözümü Teorisi; Davranış Biliş Teorileri* kapsamında ele alınan *Eylem Toplanma Teorisi, Sosyal Değişim Teorisi, Yayılma Teorisi, Sosyal Öğrenme Teorisi* gibi davranış bilimlerinden yararlanılmış teorilerin yanı sıra halkla ilişkiler biliminin kendi doğasından üretilen teorilerle karşılaşmaktadır. Bu teorilere bakıldığında temelde **Toplumsal Teorik Yaklaşımlar ve Organizasyon Teorisi Yaklaşımları** olarak iki grupta toplandığı görülmektedir.

Toplumsal Teorik Yaklaşımların alt açılımlarındaki teorilere bakıldığında; *Konstruktivist Yaklaşımlar, Anlaşma Oryantasyonlu Yaklaşımlar, Ronnenberger ve Rühl'ün teorisi* görülmektedir. *Organizasyon Teorisi* yaklaşımlarına bakıldığında ise, *İletişim Yönetimi Olarak Halkla İlişkiler, Grunig ve Hunt'ın Dört Aşamalı Halkla İlişkiler Modeli, Mükemmel Halkla İlişkiler Teorisi, Sibernetik Model* olarak sınıflandırılmaktadır. (Okay, 2001: 65-217)

Araştırma sürecinde sektörde bilinen IPRA, ICO ve HID üyesi; O (31-K), A (42-E), U (29-K), T (27-E), E (33-E), G (44-E) altı ajanstan

yönetici konumundaki yetkili ile görüşme sağlanmıştır. Ajansların uygulamalarında ne kadar teoriye yer verdiklerini ve ajansın konuya genel bakış açısını ölçümlemek amacıyla yönetimde karar fonksiyonu olan yönetici konumunda çalışanlarla görüşülmüştür. Araştırma verileri görüşlerinin derinlemesine ortaya çıkarılması amacıyla, nitel araştırma tekniklerinden yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Verilerin çözümlenmesinde betimsel çözümleme tekniği kullanılmış bir saat süren yüz yüze görüşmelerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme sonucunda elde edilen veriler nitel olarak sunulmuştur.

Soruların içeriğine bakıldığında temelde üç grupta toplandığı görülmektedir;

I.Grup; Deneğin ajanstaki konumu, aldığı eğitim, okuduğu ve takip ettiği yayınlar, katıldığı seminerlerle halkla ilişkilerde yönetim kadrosundaki çalışan profilini çıkararak akademik bilgi birikimini ölçmeye yönelik sorular

II. Grup; Çalıştığı ajansın etkinlik alanları ve etkinlik ölçeğiyle paralel halkla ilişkilere bakış açısını ve teorik altyapıya verdiği önemi ve uygulamalarında ne kadar teoriden yararlandığından hareketle ajans profilini ölçmeye yönelik sorular

III. Grup; Halkla İlişkiler uygulamacıları olarak ajansların ne kadar "teorik alt yapının" bilincinde olduğu ve uygulamalarında yer verdiğini ölçmeye yönelik sorular olarak üç grupta tasarlanmıştır.

Bulguların Değerlendirilmesi

Analiz birimi olarak kullanılan temel kaynak, nitel verilerin tema ve kategorilere ayrılıp sayısallaştırılmasında önemli olarak tes-

pit edilen olan "cümle" ler olmuştur. Bu süreçte dokümandaki cümleler araştırmanın nitel veri setine ilişkin temalar veya kategoriler oluşturulurken kullanılan önemli bir araçtır. Cümle yapıları orijinal formları bozulmadan saptanan tema veya kategorilere göre yerleştirilmiştir. (Yıldırım, Şimşek: 2004: 193) Birincil grup soruların cevaplarına bakıldığında bütün ajans yetkililerinin de yönetim kademelerinde karar merci olarak görev aldıkları görülmektedir. Ajansların hizmet profilleri hakkında bilgi vermesi açısından katılımcıların görev tanımlarına ve eğitim düzeylerine bakıldığında; A (42-E) 'Müşteri İlişkileri Koordinatörü' görevinde olup eğitimi lisans düzeyinde, uzmanlığı 'İşletme' ; T (27-E) 'Genel Koordinatör Yrd.' görevinde olup eğitimi lisans düzeyinde, uzmanlığı 'İletişim'; O (31-K): 'Stratejik İletişim Danışmanı' görevinde olup eğitimi lisans düzeyinde, uzmanlığı 'Turizm'; U (29-K): 'Müşteri İlişkileri Yönetmeni' görevinde olup eğitimi lisans düzeyinde, uzmanlığı 'İletişim'; E (33-E): 'Yaratıcı Grup Direktörü' görevinde olup eğitimi lisans düzeyinde, uzmanlığı 'İletişim'; G (44-E) ise 'Strateji ve Proje Geliştirme Direktörü' görevinde olup uzmanlığı 'İktisat' ve eğitimi tek 'yüksek lisans' düzeyinde olan katılımcıdır. Eğitim düzeylerine bakıldığında G(44-E) hariç hepsinin 'lisans' düzeyinde eğitim almış olmalarına karşın 'İletişim' eğitiminin %50 oranında olduğu görülmektedir.

Ajanslarda her kademedede, 'halkla ilişkiler' iş tanımına uygun olarak çalışan eleman sayısına bakıldığında ise karşımıza çıkan tablo A (42-E): 16-20, T (27-E): 10-15, O (31-K): 0-5, U (29-K): 16-20, G (44-E): 16-20 ve E (33-E): 20+ olarak belirtilmiştir. Bu da bize PR ajanslarının çalışma yapısı hakkında nicel bir bilgi vermektedir. Katılımcıların eğitim düzeyine yönelik ve takip ettikleri PR ile ilgili yayınlar hakkında alınan bilgiler ışığında bakıldığın-

da; Halkla ilişkilerin teorik yapısına yönelik bir ders görüp görmediklerine anlamaya yönelik soruların verileri incelendiğinde ise üniversitede iletişim eğitimi almış olanlar da dahil "halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, halkla ilişkiler uygulamaları vs.." dersler görmelerine karşın hiçbirinin özellikle "halkla ilişkiler teorileri"ne yönelik bir ders görmediği görülmektedir.

Halkla İlişkiler Teorilerine ilişkin bireysel çabalarını ve yönelimlerini ölçmeye yönelik "Takip ettikleri yayınlar" "Okudukları Kitaplar ve "Katıldıkları seminerler" üzerine yöneltilen sorulara verilen yanıtlar da en çok "PR Review", "JCM", "Public Relations Quarterly", "Frontline" adlı uluslararası süreli yayınları bildikleri ve/veya takip ettikleri gözlemlenmiştir. Teoriyle ilgili okunan "Kitap"lar ile ilgili olarak O (31-K) ve E(33-E) "evet okudum şeklinde" olumlu yanıt vermiştir. İlk akla gelen yayınlar ise "Effective PR", "Management of PR" ve "Halkla İlişkiler (Ayla Okay, Aydemir Okay)" olarak belirtilmiştir. Son olarak son bir yıl içinde "İzleyici ve /veya Konuşmacı" olarak katıldıkları PR seminerlerine ilişkin yöneltilen sorulardan elde edilen verilere bakıldığında genel olarak E(33-E) ve O(31-K)'nin kurum içi eğitimleri olduğu ve yine O (31-K) ile E(33-E)'nin " izleyici/katılımcı " olarak katıldığı seminer toplantılar olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Diğer katılımcılar ise PR'ın çalışma konularıyla ilgili mesleki eğitim seminerlerine izleyici katılımcı olarak katıldıklarını belirtmişlerdir.

İkinci grupta yer alan teorilerin stratejilerde uygulanma oranına yönelik sorulara verilen "İletişim Teknisyeni Rolü" , "Sorun Çözücü Rolü", "Uzman Önerici Rolü" ve "İletişim Sürecini Kolaylaştırıcı Rolü" modelleri arasından verilen yanıtlar değerlendirildiğinde;

A (42-E), O (31-K), U (29-K) ve G (44-E) iş tanımına bakıldığında "Uzman Önerici Rolü"modeline uygun olduğu , T (27-E) ve E (33-E)'nin ise " İletişim teknisyeni" modeline uygun olduğu belirlenmiştir. Çoğunluğun "Uzman Önerici Rolü" tanımına uymalarına karşın çalışanlarının eğitimine yönelik kurum içi eğitimlere çok fazla önem vermedikleri görülmektedir. Kurum içi eğitimler düzenleyenlerin de eğitimlerinde de teorik altyapıya yönelik bir bilgi aktarımı söz konusu olmaması başka önemli bulgu olarak değerlendirilebilir. Ajansların hizmet profillerini algılamaya yönelik alınan bilgiler ışığında hizmet sınıflandırmalarına bakıldığında da ağırlıklı olarak "Medya İlişkileri" ve "Proje Yönetimi" ardından ikinci sırada da "Pazarlama İletişimi"nin tercih edildiği görülmektedir.

Teorik alt yapılarını ve teoriye yaklaşımlarını ölçmeye yönelik üçüncü grup soruların bulgularının değerlendirilmesine bakıldığında, araştırmamız kapsamında ele alınan Halkla İlişkilerle ilgili teorik yaklaşımların neler olduğuna ilişkin yöneltilen sorularımıza, 'İletişim' eğitimi almış olanlar "Grunig ve Hunt'in Dört Aşamalı İletişim Teorisi"ni "duydum" yanıtı vermiş olup diğerleri teorilerin isimleri konusunda kararsız kalmışlardır. Denekleri kendilerine verilen halkla ilişkiler teorisiyle ilgili kavram ve kişilere ne kadar tanıdık oldukları bütünsel olarak değerlendirildiğinde bütün katılımcıların yarıdan azının teoriye tanıdık oldukları görülmektedir. Bu teorilerin içeriği hakkında kendilerine bilgi aktarıldığında ve ajanslarının iletişim stratejilerini hangi teorilerle ilişkili olduğu ve/veya uygulamalarına yakın buldukları sorulduğunda alınan yanıtlar şu şekildedir;

A (42-E) ajanslarının verdiği hizmetin en çok "Kamusal İlişkiler Teorisi"ne uygun olduğu; T (27-E) ajanslarının verdiği hizmetin en çok "Grunig ve Hunt'ın 4 Aşamalı İletişim Teorisi"ne uygun olduğu; O (31-K) ajanslarının verdiği hizmetin en çok "Konstruktivist Yaklaşım Teorisi" ve "Mükemmel Halkla İlişkiler Teorisi"ne uygun olduğu; U (29-K) ajanslarının verdiği hizmetin en çok "Antlaşma Oryantasyonlu Yaklaşım Teorisi" ve "Sistem Teorisi"ne uygun olduğu; G (44-E) ajanslarının verdiği hizmetin en çok "Antlaşma Oryantasyonlu Yaklaşım Teorisi"ne uygun olduğu ve son olarak E (33-E) ise ajanslarının verdiği hizmetin en çok "Mükemmel Halkla İlişkiler Teorisi"ne uygun olduğu yönünde olmuştur.

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişim sürecine bakıldığında aklınıza gelen en önemli bulduğunuz Halkla İlişkiler Kuramcıları hakkındaki bilgi ve birikimlerini ölçmeye yönelik sorulara verilen yanıtlara bakıldığında genellikle teorisyen isimlerinin hatırlanmadığı ancak bahsedildiğinde anımsandığı görülmüştür. Özellikle herkes tarafından bilinen isimlerin ise "Ivy Lee", "Edward Bernays", "P.T. Barnum", "James E. Grunig" ile sınırlı olduğu görülmüştür. Katılımcıların, halkla ilişkiler teorisyenlerine ne derecede tanıdık olduklarıyla ilgili verdikleri yanıtlarda iletişim eğitim alanların diğerlerine oranla daha tanıdık olduğu görülmektedir. Bunu halkla ilişkilerle ilgili aldıkları akademik eğitime ve teoriyle göreceli olarak daha fazla ilgilenmelerine bağlamak mümkündür. Aynı şekilde aşağıda yer alan teorilere ne derecede tanıdık olduklarına bakıldığında, O (31-K) ve E (33-E)'nin bilgilerinin teorisyenler ve bu teorisyenlerin ürettikleri teorilerin bilgisiyyle büyük oranda örtüştüğü de görülmektedir.

Halkla İlişkiler uygulamasının teoriyle ilişkisini nasıl tanımladıklarına yönelik sorulara verilen cevaplarda "Uygulama süreci teorik yapının zeminini hazırlar", "Halkla İlişkilere yönelik teorik altyapı uygulamanın sistemleşmesini sağlayarak gelişimini destekler", "Halkla İlişkiler teorileri ve uygulamaları birbirinden bağımsız yaşayan ve gelişen olgulardır.", "Uygulama ve teori kavramları birbirlerine karşıttır" ifadeleri arasında Halkla ilişkiler teorisiyle uygulama arasındaki ilişkiyi tanımlayıcı yargulara ne derecede katıldıklarına bakıldığında E(33-E), G(44-E), O(31-K)'nin teori ve uygulamanın arasında kuvvetli bir ilişki olduğunu düşündükleri sonucuna varılabilir. Bu noktadan hareketle teoriyle uygulama arasında dengeli ama ayrıştırılmış bir ilişki kurdukları sonucu çıkartılabilmesine karşın katılımcıların tamamı, uygulayıcılarla teorisyenlerin arasındaki ilişkiye daha destekleyici tutum sergilemekten çok kararsız kalmıştır. Katılımcıların ortak fikri olarak ise "Uygulama teorik yapının zeminini hazırlar" önermesinde uzlaşmış oldukları görülmektedir.

Son Söz

Bilimsel bilginin üretimi aşamasında teorinin nasıl üretildiği ve geliştirildiği, bu noktada halkla ilişkilerin geldiği noktanın ne olduğu uygulamacılar ve akademisyenlere düşen roller ve ideal olanın üretimine yönelik farklı bilim adamları tarafından geliştirilen önerilere genel bir bakışın ardından sektörün teoriye bakışını ve teoriyle ilişkisinin boyutlarını anlamaya yönelik araştırmamızla meslek uygulayıcılarının eğitim düzeylerinin biri hariç hepsinin "lisans" seviyesinde olmakla birlikte "iletişim eğitimi" almış olan yönetici oranının yarısıyla sınırlı kaldığı görülmektedir. Buradan hareketle PR ajanslarındaki uzman düzeyindeki çalışanların eğitim profillerinin de halkla ilişkiler üzerine olup olmasının pek önem arz etmediği görül-

mektedir. Bunun yanı sıra eğitimleri süresince teorik dersler alıp almadıkları, ajans bünyesinde teoriye ilişkin kurum içi eğitimleri olup olmadığı ve /veya seminerlere katılıp katılmadıklarına ilişkin yöneltilen sorulardan elde edilen bulgular da sektörde yer alan PR ajanslarında teorik üst bilgiye çoğunlukla çok fazla önem verilmediğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Halkla İlişkiler uygulayıcı rollerine yönelik yöneltilen sorunun yanıtlarına bakıldığında ajansların çoğunlukla "Uzman Önerici" rolünü benimsedikleri yönündedir ancak buna karşın aynı oranda halkla ilişkilerin stratejik ve yönetsel boyutuna katkısı kaçınılmaz olan teorik alt yapının kazanılması yönündeki yayımları takip etmediği görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda stratejik danışmanlık boyutunda hizmet verdiklerini iddia etmelerine karşın genel olarak ajans yetkililerinin teorik üst dile ihtiyaç duymadıkları sonucuna varılabilir.

Sonuç olarak teorilerin tanımları karşısında uygulama alanlarına uygun seçimler yapabilmelerine karşın karşılaştırmalı sorular sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda teorilerin kurucuları ve kuramların adları konusunda çok genel ve yetersiz bilgiye sahip oldukları görülmüştür. Yine nitel sorulara verilen yanıtlara göre tümünün

uygulamanın teoriden daha gerekli ve teoriyi doğuran bir unsur olduğunu düşündüğü sonucu elde edilmektedir.

Bulgular ışığında genel bir değerlendirme yapmak gerekirse Türkiye'de önde gelen halkla ilişkiler ajanslarından seçilen yönetici konumundaki mesleğin uygulayıcıların "teorinin uygulamadan doğduğu" yönünde genel bir algıya sahip olmalarının yanı sıra Türkiye'deki halkla ilişkiler uygulayıcılarının, halkla ilişkiler teorilerine yönelik geliştirilen önermeleri bilinçsiz olarak içselleştirip uygulamalarında kullanıldığı söylenebilir. Buna karşın Halkla ilişkiler bilim dalının gelişmesine yönelik teorik çalışmaların gerekliliği konusunda çekimser kaldıkları ve sektörün akademik yaşamla işbirliği içinde olma konusunda bir farkındalığın oluşmadığı yorumu çıkarılabilir.

Son söz olarak bu çalışmadan çıkan sonuçlar doğrultusunda halkla ilişkilerin bir bilim dalı olması yönündeki algı eksikliğinin iyileştirmesine yönelik öneri getirilmesi gerekirse uygulamalı bir sosyal bilim olan halkla ilişkilerin gelişmesi için teorik alt yapısının güçlendirilmesine ihtiyaç vardır. Bu da ancak akademik çevreyle uygulayıcıların çift yönlü bilgi akışı içinde olması ile sağlanabilir.

Kaynakça

- AUSTIN, Erica Weintraub & PINKLETON, Bruce E.: *Strategic Public Relations Management: Planning And Managing Effective Communication Programs*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001
- BOTAN, Carl H.: "Theory Development in Public Relations", Ed: Carl H. Botan, Vincent Hazleton Jr., *Public Relations Theory*, USA, Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 1989, p: 99-110
- CORNELISSEN, Joep P.: "Toward An Understanding Of The Use Of Academic Theories In Public Relations Practice", *Public Relations Review*, V 26 (3), 2000, p: 315-326

- CUTLIP, S. M. & CENTER, A. H. & BROOM, G. M. : **Effective Public Relations**, 6th edition, Englewood Cliffs, New Jersey Prentice-Hall, 1985
- GERAY, Haluk: **Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2004
- GRUNIG, E. James : "Symmetrical Presuppositions As A Framework For Public Relations Theory", Ed: Carl H. Botan, Vincent Hazleton Jr., **Public Relations Theory**, USA, Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 1989, p: 17- 44
- HAZLETON, Vincent &-BOTAN, H. Carl : "The Role Of Theory In Public Relations", Ed: Carl H. Botan, Vincent Hazleton Jr., **Public Relations Theory**, USA, Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 1989, p:3-16
- MILLER, Marcia Prior : "Four Major Social Scientific Theories And Their Value To The Public Relations Researcher", Ed: Carl H. Botan, Vincent Hazleton Jr., **Public Relations Theory**, USA, Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 1989, p: 67-82
- MURPHY, Priscilla : "Symmetry, Contingency, Complexity, Accommodating Uncertainty In Public Relations Theory", **Public Relations Review**, V 26 (4), Winter 2000, p: 447-462
- OKAY, Ayla, OKAY Aydemir: **Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları**, İstanbul, Der yy. , 2001
- OKTAY, Mahmut : **İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş**, İstanbul, Der yy. , 2000
- PIECZKA, Magda : "Paradigmalar, Sistemler Teorisi ve Halkla İlişkiler", Der; Jacque L'etang Magda Pieczka, **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, Çev: Gülcan Işık ve Diğerleri, Ankara, Vadi yy. , 2002, s:215-260
- SHARPE, Melvin : "Developing A Behavioral Paradigm For The Performance Of Public Relations", **Public Relations Review**, V:26 (3), 2000, p:345-361
- SIMON, Raymond : **Public Relations Concepts And Practices**, 2nd. Edition, USA, Grid Publishing Inc. Columbus, OHİO, 1999
- TAYLOR, Maureen & KENT, Michael: "Toward A Dialogic Theory Of Public Relations", **Public Relations Review**, V 28 (2002) , 2001, p:21-37
- YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan: **Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri**, 4 bs., Ankara, Seçkin Yayınevi, 2004

