

BİLGİ HİZMETLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER 1. HAFTA

**BİLGİ HİZMETLERİ VE HALKLA İLİŞKİLERE GİRİŞ:
Halkla İlişkilerde Dönüşüm ve Gelecek Perspektifleri**

GÜLER DEMİR

Kastamonu Üniversitesi

İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi

Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

gulerdemir@kastamonu.edu.tr

KAPSAM

- ▶ Giriş
- ▶ Bilgi Hizmetleri ve Temel Bileşenleri
- ▶ Bilgi Hizmetleri ve Halkla İlişkiler
- ▶ Halkla İlişkilerin Dönüşüm Süreci
 - ▶ Geleneksel PR ve Yeni Modeller
 - ▶ Güven ve Kamusal Bütünleşme
 - ▶ Teknolojinin Rolü ve Sosyal Ağlar
- ▶ Günümüz ve Gelecek Vizyonları
 - ▶ Sürdürülebilirlik ve ESG Kavramları
 - ▶ Dijital Teknolojiler ve Yeni Meslekler
 - ▶ Toplumsal Katılım ve Kamusal Sorumluluk
- ▶ Dönüşen Halkla İlişkiler ve Yeni Perspektifler
- ▶ Sonuç ve Değerlendirme
- ▶ Kaynakça

GİRİŞ

Halkla ilişkiler, başlangıçta kurumların mesajlarını tek taraflı ileten ve manipüle eden bir iletişim disiplini olarak ortaya çıkmış olsa da, teknolojik gelişmeler ve toplumsal değişimlerle birlikte köklü bir dönüşüm yaşamıştır.

Günümüzde, güven, şeffaflık ve karşılıklı diyalog temelinde yeni bir anlayış benimsenmektedir.

Bu dönüşüm çerçevesinde, halkla ilişkiler sadece iletişim değil, aynı zamanda kurumsal stratejilerin ve toplumla sürdürülebilir ilişkilerin inşasıdır.

Bu süreçte bilgi hizmetleri, halkla ilişkilerin temel taşlarından biri durumuna gelirken, teknolojik yenilikler ve sosyal ağlar iletişimi demokratikleştirmekte ve etkileşimi artırmaktadır.

Bu dersin amacı, bilgi hizmetleri ile halkla ilişkiler arasındaki bağları anlamak, bu alanların güncel ve gelecekteki dönüşümünü inceleyerek, etkin iletişim ve ilişkiler kurma stratejilerine ilişkin vizyon geliştirmektir.

BİLGİ HİZMETLERİ

- ▶ Bilgi hizmetleri, karar verme, problem çözüme ve üretkenliği artırmaya yönelik verilerin sistematik olarak toplanması, işlenmesi, saklanması ve dağıtılmasını içeren kapsamlı faaliyetlerdir.
- ▶ Modern toplumda, dijital teknolojilerin ve internetin hızla gelişmesiyle bilgi erişimi ve kullanımını radikal biçimde değiştirmiş, bu da bilgi hizmetlerinin önemini artırmıştır.
- ▶ Bu hizmetler, doğru, zamanında ve ilgili bilgileri sağlayarak bireylerin ve kurumların rekabet avantajı elde etmesine, yenilik yapmasına ve etkin kararlar almasına katkıda bulunmaktadır.
- ▶ Bilgi hizmetlerinin temel bileşenleri; veri toplama, bilgi düzenleme ve sınıflandırma, işleme ve analiz, depolama ve erişim, bilgi iletimi, kullanıcı desteği, güvenlik ve gizlilik ile sürekli denetleme ve değerlendirmedir (Ashikuzzaman, 2025).

BİLGİ HİZMETLERİ

Bu ögeler, bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmak ve kullanımını etkin duruma getirmek amacıyla birlikte çalışır.

Ayrıca, bilgi hizmetleri sadece kütüphane ve bilgi merkezlerinde değil çok çeşitli sektörlerde de (sağlık, finans, eğitim, kamu, perakende vb.) kritik rol oynar, sektörlerin gereksinimlerine göre özelleşmiş çözümler sunar.

Günümüzde, bulut bilişim ve bilgi-nesne hizmetleri (IaaS) gibi teknolojiler, bilgi hizmetlerinin ölçeklenebilirliğini, erişilebilirliğini ve güvenilirliğini artırmakta, dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmaktadır.

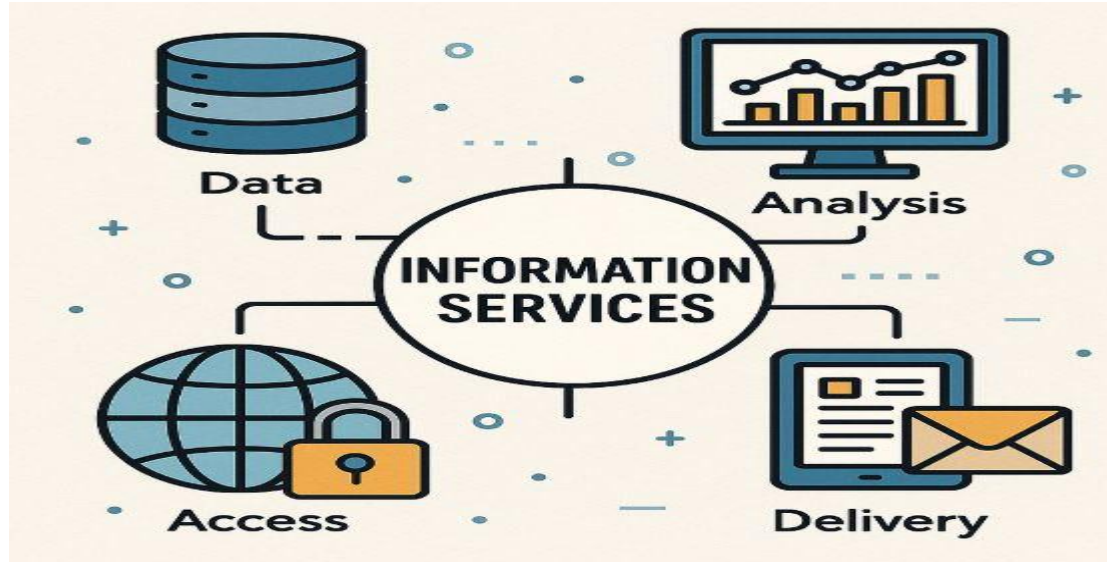
Bu bağlamda, bilgi hizmetleri kurumların stratejik gelişiminde ve rekabet gücünde temel bir ögedir.

Bilgi hizmetleri, karar alma süreçlerini güçlendiren, inovasyonu teşvik eden ve toplum genelinde bilgiye erişimi demokratikleştiren kritik süreç ve araçlardır (Ashikuzzaman, 2025).

BİLGİ HİZMETLERİNİN SUNUMU

Bilgi hizmeti sunmanın dört aşaması vardır:

- 1) Kullanıcıların kesin talebinin belirlenmesi,
- 2) İlgili kaynak/literatürün araştırılması ve tanımlanması,
- 3) İlgili belgelerin/kaynakların derlenmesi ve/ya da bilgilerin sunulabilir bir biçimde işlenmesi ve düzenlenmesi
- 4) Paylaşılması/yayımlanması, yani bilgi veya bilgi içeren belgelerin kullanıcılara iletilmesi (Chatterjee, 2017 , ss. 99-100).



(Ashikuzzaman, 2025).

BİLGİ HİZMETLERİNİN SUNUMU

- ▶ Birinci aşamada, herhangi bir kullanıcı taleplerini açık ve net bir şekilde ifade edemiyorsa, bilgi uzmanı tarafından tartışma ve soru sorma yoluyla bu konuda kendisine yardımcı olunmalıdır.
- ▶ İkinci aşamada, literatür veya bilgi araştırması, uygun herhangi bir ikincil bilgi kaynağı kullanılarak yapılabilir.
- ▶ Üçüncü aşamadaki çalışmalar, okuma listesinin hazırlanmasını, orijinal belgelerin sağlanmasını, çeviri işlemlerinin düzenlenmesini, belgelerin kopyalarının hazırlanmasını ve bilgi formunun hazırlanmasını içerebilir.
- ▶ Son aşamadaki çalışmalar ise, gerekli materyallerin ilgili kullanıcıya teslim edilmesini ve kullanıcının tepkisinin değerlendirilmesini içerir.
- ▶ Dijital ortamda, kullanıcı gereksinimleri anlaşıldıktan sonra bir arama stratejisi oluşturulur ve bu stratejiye göre arama yapılır.
- ▶ Arama sonuçları, gerekirse tanımlanan belgelerin ilgili bölümlerinin taranmış görüntüleriyle birlikte, duruma göre intranet üzerinden veya e-posta eki olarak ilgili kullanıcıya iletilir (Chatterjee, 2017, ss. 99-100).

BİLGİ HİZMETLERİ VE HALKLA İLİŞKİLER

- ▶ Bilgi hizmetleri ile halkla ilişkiler, kurumların ve organizasyonların şeffaflığını ve güvenilirliğini artırmak için birlikte çalışan iki temel ögedir.
- ▶ Bilgi hizmetleri, doğru ve zamanında erişilebilir bilgi sağlayarak, halkın kurumlar hakkında bilinçlenmesini ve doğru kararlar almasını destekler.
- ▶ Halkla ilişkiler ise bu bilgiyi etkili iletişim araçlarıyla vatandaşlara ulaştırır, kurumların imajını güçlendirir ve toplumla sağlıklı diyalog kurar.
- ▶ Bu iki alanın uyum içinde çalışması, kurumların güvenilirliğini artırırken, halkın beklenti ve gereksinimlerine daha etkin yanıt verilmesini sağlar (Digg-Discovering Possibilities, 2022).

BİLGİ HİZMETLERİ VE HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler, kuruluşların paydaşlar ve medya ile iletişimini yöneten kurumsal bir işlevdir. Kurumsal itibarı, yatırımcı ve devlet ilişkilerini yönetir, raporlar ve basın bültenleri yayınlar, düzenleyici açıklamalara cevap verir. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve topluluk programlarını destekler. Bilgi hizmetleri ise, halkla ilişkilerin kurumsal iletişimi güçlendiren ve şeffaflığı sağlayan temel kaynağıdır (Digg-Discovering Possibilities, 2022).



(Digg-Discovering Possibilities, 2022).

HALKLA İLİŞKİLER

- ▶ Halkla ilişkiler, kurumların hedef kitleleriyle karşılıklı iletişim ve anlayış kurmasını sağlayan, stratejik planlama ve yönetim işlevlerine dayanan çok yönlü ve dinamik bir disiplindir.
- ▶ Farklı dünya görüşleri ve uygulama alanlarının genişliği nedeniyle çeşitli tanımlar ortaya çıkmış olsa da, temel amacı kurumların itibarını korumak, sürdürülebilir ilişkiler geliştirmek ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirmektir.
- ▶ Günümüzde teknolojik gelişmeler ve değişen toplumsal dinamikler, halkla ilişkilerin iletişim sürecini iki yönlü ve sürekli duruma getirerek, kurumlar ile paydaşlar arasında karşılıklı güven ve iyi niyetin inşasını ön planda tutmaktadır.
- ▶ Ayrıca, halkla ilişkiler sadece iletişim değil, kurumların stratejik karar alma süreçlerine katkı sağlayan, etik değerlere uygun, uzun dönemli ilişkiler ve itibar yönetimiyle bütünleşmiş bir yönetim işlevidir.
- ▶ Bu bağlamda, halkla ilişkiler, kurumların hem iç hem de dış paydaşlarıyla sağlıklı ve sürdürülebilir ilişkiler kurmasını sağlayan, toplumsal ve ekonomik hayatta önemli bir rol oynayan temel bir iletişim ve yönetim disiplindir (Özkan, 2009, ss. 13-19).

HALKLA İLİŞKİLER

- ▶ «Halkla İlişkiler» sözü, İngilizce «Public Relations» deyiminin çevirisidir ve uygulamada birbirinden ayrı  anlamda kullanılmaktadır:
 - 1) Kamusal kuruluŐlarla özel sanayi ve ticaret örgütlerinin halkla olan temasları. Bir baŐka deyiŐle, örgütle bireyler arasındaki yüz yüze ya da dolaylı (rneėin uzaktan, yazılı baŐvurmalar vb.) karŐı karŐıya gelmeler.
 - 2) Bu temaslara hakim olan genel hava. Bu hava, çeşitli derecelerde olmak üzere, olumlu ya da olumsuz bir nitelik taŐıyabilir.
 - 3) Söz konusu örgütlerin, bu konuda uzmanlaŐmıŐ kiŐilerin ya da birimlerin hizmetlerinden de yararlanarak, halkla ahenkli ilişkiler kurmak amacı ile giriŐtikleri faaliyetlerin ve harcadıkları sistemli çabaların tümü (MıŐcıoėlu, 2019, s. 92).

HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA HALK KAVRAMI

Halkla ilişkiler deyimindeki «halk» sözcüğünün günlük konuşma dilinde kullanılanıdan ayrı bir anlamı vardır.

Bu özel ve teknik anlamda «halk,»

- 1) Örgütün eylem ve işlemlerinden etkilenen
- 2) Kanaat ve eylemleriyle örgütü etkileyen
- 3) Ortak çıkarılara sahip insan grupları

Bu bağlamda,

- ▶ Örgütlerin birçok farklı halkı olabilir.
- ▶ Örneğin, üniversitelerin halkları arasında öğrenciler, aileleri, mezunlar, işverenler, öğretim üyeleri, devlet yetkilileri, bağışçı vatandaşlar ve uluslararası kurumlar bulunur.
- ▶ Aynı şekilde, özel sanayi şirketlerinin halkları ise hissedarlar, müşteriler, satıcılar, yerel halk, resmi kuruluşlar ve çalışanlardır (Mıhcıoğlu, 2019, ss. 92-93).

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ

Halkla ilişkilerin dönüşümünü sistematik olarak özetlemek gerekirse (Saltık Yaman, 2023):

- ▶ Başlangıçtan Günümüze Değişim: İlk dönemlerde tek yönlü, mesajı ileten ve hedef kitleleri yönlendirmeye odaklanan halkla ilişkiler, zamanla çift yönlü iletişim ve diyalog esasına kaymıştır.
- ▶ Dinamikleri ve Gelişmeleri: Toplumsal ve çevresel sorunların ön plana çıkması, sürdürülebilirlik, sosyal etki ve değer odaklı çalışmaların artışı, kurumların toplumsal fayda sağlama zorunluluğunun belirginleşmesi
- ▶ Güven ve kurumsal amaçların önemi: Güven barometreleri ve kurumsal amaç odaklı modeller, iletişimin merkezine kurumların etik ve sosyal sorumluluklarını koymuştur.
- ▶ Yeni medya ve teknolojiler: Sosyal medya, dijital platformlar, CommTech, büyük veri ve yapay zekâ gibi araçlar halkla ilişkilerde yeni iletişim kanalları ve stratejilerini ortaya çıkarmıştır.
- ▶ Metaverse ve sanal ortamlar: Sanal evrenler, marka ve iletişim stratejilerinde yeni etkileşim alanları olarak ortaya çıkmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ

Aktivizm ve sosyal paydaşlık: Aktivizm, kriz iletişimini aşarak, kurumların toplumsal meselelerde aktif rol almasını ve paydaşlarla diyalog kurmasını sağlayacak biçimde gelişmektedir.

Yeni kuşak çalışanlar: Z kuşağı ve genç nesil, farklı değerler ve iletişim biçimleri getirerek, sektörün yapısını ve iletişim anlayışını dönüştürmektedir (Saltık Yaman, 2023).

Yıldırım ve Karafes (2011) bu süreçlere ilişkin özde şu bilgileri vermektedir:

- ▶ Küreselleşme, iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler ve bilgi akışının yoğunlaşması, kurumların iletişim stratejilerinde değişiklik gerektirmiştir.
- ▶ Geleneksel halkla ilişkiler (PR), 1800'lerden itibaren gelişmiş ve küresel köy kavramıyla önemli bir dönüm noktası yaşamıştır.
- ▶ Günümüzde yeni kavramlar ve uygulamalar ortaya çıkmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ

- ▶ Güven Kavramı ve Kamusal Bütünleşme: Güven, iletişimde ve kurum-çıkarıcı ilişkilerinde temel öge olarak öne çıkmıştır.
- ▶ 2008 ve 2009 krizleri, güven kaybını ve krizlerin yönetiminde iletişimin önemini ortaya koymuştur.
- ▶ «Edelman'ın Güven Barometresi» sonuçları gösteriyor ki, toplumlar kurumlara ve liderlere olan güvenlerini kaybetmekte, bu nedenle kamusal bütünleşme ve şeffaflık önem kazanmıştır.
- ▶ Kamusal Bütünleşme (Public Engagement), kurumlar ve toplumlar arasında karşılıklı güven, şeffaf iletişim ve katılımı temel alan yeni modeldir (Yıldırım ve Karafes, 2011).

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ

Halkla İlişkilerin Evrimi ve Temel Modeller:

- ▶ Geleneksel PR, medya ve tanıtım odaklı iken, yeni anlayış “toplumsal katılım” ve “kamusal bütünleşme” yönündedir.
- ▶ Grunig ve Hunt’un kuramlarıyla tanımlanan «dört halkla ilişkiler modeli» yerini, «durumsal model» ve «kamusal bütünleşme» modellerine bırakmaktadır:
 - ❖ Simetrik ve katılımcı model: Karşılıklı diyalog, ortak fayda ve güven esas alınır.
 - ❖ Kamusal Bütünleşme modeli: Kurumların, hükümetlerin ve vatandaşların eşit ve sürekli diyalog kurduğu, ortak hareket ettiği yapıdır.

Küreselleşme ve Sosyal Ağlar:

- ▶ Sosyal medya ve yeni iletişim teknolojileri, halkla ilişkilerde katılım ve kamusal etkileşimi artırmıştır.
- ▶ Facebook, Twitter, YouTube gibi platformlar, kurumların ve bireylerin aktif katılımını sağlayan araçlar haline gelmiştir.
- ▶ Bu teknolojiler, küresel köy kavramını yeniden şekillendirmekte ve çoklu paydaşların iletişim ve etkileşimini kolaylaştırmaktadır (Yıldırım ve Karafes, 2011).

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ

Liderlik ve Güven Yeniden İnşası:



Günümüz liderleri, etik, risk alma, vizyon ve kültürel farklılıklara saygı göstererek hareket etmelidir.

Güven, özellikle kriz yönetiminde ve kurumların itibarını yeniden inşa etmede kritik rol oynar.

Kamu ve özel sektör arasında güveni tesis etmek ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak için kamusal bütünleşme ve katılımcı demokrasi anlayışları önem kazanmıştır (Yıldırım ve Karafes, 2011).

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ: GELECEK ÖNGÖRÜLERİ

Bu bağlamda Gelecek Öngörülerini (Saltık Yaman, 2023; Yıldırım ve Karafes, 2011):

- ▶ Amaç ve değer odaklı iletişim: Kurumsal amaçların, sürdürülebilirlik, ESG kriterleri ve sosyal etki kavramlarının önemi artacak.
 - ▶ ESG kriterleri, çevresel (Environmental), sosyal (Social) ve yönetim (Governance) faktörlerini ifade eder. Bu kavramlar, şirketlerin sürdürülebilirlik ve sorumluluklarını değerlendirmek için kullanılır:
 - ▶ Çevresel (Environmental): Şirketin doğal çevreye etkisi, karbon ayak izi, enerji kullanımı, atık yönetimi, iklim değişikliği ile mücadele gibi unsurları kapsar.
 - ▶ Sosyal (Social): Çalışan hakları, toplumsal sorumluluk, insan haklarına saygı, toplumsal katkılar, müşteri memnuniyeti ve toplumla ilişkiler gibi alanları içerir.
 - ▶ Yönetim (Governance): Şirket yönetimi, şeffaflık, etik ilkeler, yönetim kurulu yapısı, hissedar hakları ve yolsuzlukla mücadele gibi kurumsal uygulamaları kapsar.
- ▶ ESG kriterleri, yatırımcıların şirketleri sadece finansal performansına göre değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve etik değerlere uygunluklarına göre de değerlendirmelerine olanak tanır.

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ: GELECEK ÖNGÖRÜLERİ

- ▶ Dijital ve teknolojik araçlar: Sosyal medya, yapay zekâ, büyük veri ve metaverse gibi unsurlar, iletişimin temel araçları haline gelecek
- ▶ Kurumsal aktivizm ve toplumsal sorumluluk: Toplumsal sorunlara çözüm üretmek ve aktivist rol üstlenmek, halkla ilişkilerin ana çalışma alanlarından olacak
- ▶ Kamusal Sorumluluk ve Sivil Toplum: Kurumlara ve toplumun geneline sorumluluk yüklenmeli, sosyal fayda ve etik ilkeler ön plana çıkmalı
- ▶ İletişimde dönüşen aktörler: Hedef kitlenin aktif içerik üreticisi olması, diyaloga dayalı yeni modellerin benimsenmesi.
- ▶ Yeni meslek alanları ve uzmanlıklar: CommTech, yapay zeka, metaverse gibi alanlar halkla ilişkilerde yeni kariyer ve uzmanlık sahaları oluşturacak.
- ▶ Diyalog ve Katılım: Kurumlar, halkı dinlemeli, şeffaf olmalı ve karşılıklı iletişimi güçlendirmeli
- ▶ Yeni iletişim teknikleri: Dijital platformlar, medya ve sosyal ağlar aracılığıyla sürdürülebilir ilişkiler kurulmalı
- ▶ Kurumsal ve toplumsal bütünleşme: Güven ve ortak fayda temelinde, kurumlar ve toplumlar birlikte hareket etmeli

HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ: ÖNGÖRÜLER

ÖZETLE

- ▶ Halkla ilişkiler, geleneksel tanım ve uygulamalarını aşarak, toplumla aktif katılım ve güven esasına dayalı bir yapıya dönüşmektedir.
- ▶ Halkla ilişkiler, başlangıçta monolog ve manipülatif iletişimden, diyalog ve toplumsal uzlaşmaya doğru evrilmiştir.
- ▶ Güven, şeffaflık ve sosyal sorumluluk temel öncelikler haline gelirken, teknolojik gelişmeler ve toplumsal dönüşümler mesleğin yapısını köklü biçimde değiştirmektedir.
- ▶ Geleceğin halkla ilişkilerinde sürdürülebilirlik, teknoloji, sosyal etki ve genç nesil odaklı yaklaşımlar belirleyici olacaktır.
- ▶ Bu dönüşümde “Public Engagement” (Kamusal Katılım), iletişimin demokratikleşmesi, şeffaflık ve karşılıklı diyalog ilkeleriyle öne çıkmaktadır.
- ▶ Teknoloji ve sosyal ağlar, halkla ilişkilerin yeni iletişim ve etkileşim alanlarını oluşturmakta, liderlik ve güven ise temel odak noktası olmaya devam etmektedir.
- ▶ Sektör ve akademi, bu yeni paradigma çerçevesinde sürdürülebilir, katılımcı ve toplumsal faydaya dayalı stratejiler geliştirmelidir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Halkla ilişkiler, geleneksel monolog ve manipülatif yaklaşımlardan uzaklaşıp, toplumla aktif katılım ve güven odaklı yeni bir yapıya dönüşmektedir. Teknoloji ve sosyal ağlar, halkla ilişkilerin iletişim ve etkileşim alanlarını genişletirken, liderlik ve güven ise temel odak noktası olmaya devam etmektedir. Geleceğin halkla ilişkilerinde sürdürülebilirlik, yenilikçi teknolojiler ve genç nesil odaklı yaklaşımlar belirleyici olacaktır. Bu dönüşüm, daha demokratik, şeffaf ve sürdürülebilir bir iletişim ekosisteminin temelini oluşturacaktır.

Günümüzde bilgi çağında, bilgi hizmetleri ve halkla ilişkiler arasındaki bağ giderek güçlenmekte ve bu iki alanın entegrasyonu, kurumların sürdürülebilir başarı ve güven inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Bilgi hizmetleri, doğru ve zamanında bilgi akışını sağlayarak halkla ilişkilerin etkinliğini artırmakta, karşılıklı güven ve şeffaflığı pekiştirmektedir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler sadece iletişim stratejileri değil, aynı zamanda bilgi yönetimi ve hizmetleriyle bütünleşmiş bir iletişim disiplini durumuna gelmiştir.

Bu derste, bilgi hizmetleri ile halkla ilişkiler arasındaki ilişkin derinlemesine anlaşılması ve bu entegrasyonu kullanarak, iletişimde etkinlik, güven ve sürdürülebilirlik sağlayacak stratejiler geliştirmeye zemin sağlanması hedeflenmiştir.

Kaynakça

- ▶ Ashikuzzaman, M. (2025, 18 Nisan). *What is information service?* <https://www.lisedunetwork.com/what-is-information-service/>
- ▶ Chatterjee, A. (2017). *Elements of information organization and dissemination*. Chandos Publishing.
- ▶ Digg-Discovering Possibilities (2022, 7 Şubat). *Examples of public relations (PR)*. <https://www.diggifloor.com/examples-of-public-relations-pr/>
- ▶ Mıhçıoğlu, C. (2019). Halkla ilişkiler nedir? *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 3(1), 91-108. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000307
- ▶ Özkan, A. (2009). *Halkla ilişkiler yönetimi*. İstanbul Ticaret Odası.
- ▶ Saltık Yaman, E. (2023). Halkla ilişkilerin gelecek öngörüsü. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 99-120.
- ▶ Yıldırım, G. ve Karafes, E. (2011). Halkla ilişkilerin dönüşümü: Public Relations'dan Public Engagement'a geçiş. *ABMYO Dergisi*. 24, 17-27.