

HALKLA İLİŞKİLER

Geniş Bir Açıdan: Türk Halkla İlişkiler Tarihi Dönemleriyle

Yazar

Fuat USTAKARA

© Copyright 2020

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-625-727-588-0

Kitap Adı

HALKLA İLİŞKİLER

Geniş Bir Açıdan: Türk Halkla İlişkiler Tarihi Dönemleriyle

Yazar

Fuat USTAKARA

Yayın Koordinatörü

Yasin DİLMEN

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Vadi Matbaacılık

Bisac Code

BUS052000

DOI

10.37609/akya.688

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

*“Zafer, zafer benimdir diyenindir. Başarı ise başaracağım diye
başlayarak sonunda başardım diyenindir.”*

Mustafa Kemal ATATÜRK

ÖNSÖZ

2017 yılının son günlerinde yazmaya başladığım bu eser, araya giren birçok başka akademik çalışma, verilen dersler ve pek çok idari görevler nedenleriyle oldukça uzun bir zamana yayılarak okuyucunun ilgisine henüz şimdi sunulmaktadır. Kapsamlı bir halkla ilişkiler kitabı yazmak, uzun süredir hayalini kurduğum; ancak işlerin yoğunluğundan gerçekleştiremediğim bir uğraş olmuştur. İki yılı aşan bu süreçte, salt bu eser için halkla ilişkiler alanında çok geniş okumalar yaptım. Bu kitabı yazarken lisans eğitimi, doktora eğitimi ve doçentliğe hazırlık süreci sonucunda edindiğim halkla ilişkiler üzerine genel açıklayıcı bilgileri de çalışmaya yansıtmaya çalıştım. Bu eser, Türk halkla ilişkiler tarihini dönemlere ayırma denemesiyle özgün bir nitelik taşımaktadır. Bunun yanı sıra, ilk dört bölüm içerdiği kuramsal bilgilerle “Halkla İlişkilere Giriş”, “Halkla İlişkiler-I” ve “Halkla İlişkiler-II” gibi dersler için kaynak olarak uygun olup, beşinci ve altıncı bölümler “Halkla İlişkiler Uygulama ve Kampanyaları” türünden dersler kapsamında değerlendirilebilir. Halkla ilişkiler alanında lisansüstü eğitim alan öğrenciler için yararlı bir kaynak olarak düşündüğüm bu eser, halkla ilişkiler uygulayıcıları ve halkla ilişkilere ilgi duyanlar için de önemli bilgiler içermektedir.

Bu kitabın, halkla ilişkileri öğrenmeye çabalayan herkes için yararlı olacağını umuyorum. Okuyucuya sunduğu eserleriyle iletişim bilimleri alanına değer katan Akademisyen Kitabevi ailesine teşekkür ediyorum. Halkla ilişkilere elimden geldiğince geniş açıdan yaklaşarak hazırladığım bu kitabın, Türkiye halkla ilişkiler akademisi için yararlı bir başvuru kaynağı olması dileklerimle...

Doç. Dr. Fuat USTAKARA
Gaziantep, 2020

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM	
HALKLA İLİŞKİLER: TERİM ÜZERİNE.....	7
1.1. Terim Olarak Halkla İlişkiler.....	7
1.1.1. “Halk” Kavramı.....	7
1.1.2. “İlişki” Kavramı.....	10
1.1.3. Tanım: Halkla İlişkiler.....	13
1.2. Halkla İlişkiler İşlevi.....	19
1.3. Halkla İlişkilerin Farklı Yorumlanması.....	26
1.3.1. Halkla İlişkilerin Rolüyle İlgili Dünya Görüşleri.....	27
1.3.2. Halkla İlişkilerin Geniş Uygulama Alanına Sahip Olması.....	28
1.3.3. Halkla İlişkilerin Dinamik Olması.....	28
1.3.4. Halkla İlişkilerin Yanlış Anlaşılarak Çarpıtılması.....	29
1.3.5. Halkla İlişkilerin Özel sektörde ve Kamu Sektöründe Farklı Uygulanması.....	29
1.3.6. Diğer Disiplinlerin Halkla İlişkilere Etkisi.....	30
1.4. Halkla İlişkiler ve Benzer Kavramlar.....	31
1.4.1. Propaganda.....	32
1.4.2. Pazarlama.....	34
1.4.3. Reklam.....	37
1.4.4. İnsan Kaynakları.....	40
2. BÖLÜM	
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMA ALANLARI.....	45
2.1. Halkla İlişkilerin Geniş Uygulama Alanı.....	45
2.2. Halkla İlişkilerde Uygulama Alanları.....	46
2.2.1. Medya İlişkileri.....	46
2.2.2. Konu/Sorun Yönetimi.....	48
2.2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....	50
2.2.4. İtibar Yönetimi.....	54
2.2.5. Sponsorluk.....	56
2.2.6. Kriz Yönetimi.....	60
2.2.7. Etkinlik Yönetimi.....	63
2.2.8. Kamusal İşler.....	64
2.2.9. Kurum İçi İletişim.....	65
2.2.10. Finansal Halkla İlişkiler.....	68
2.2.11. Kurumsal İmaj ve Kurumsal Kimlik Çalışmaları.....	69
2.2.12. Lobicilik.....	72

2.2.13. Kamu Diplomasisi	73
2.3. Halkla İlişkilerin Uygulama Alanı Olmayan Bir Kavram: Spin Doktorluğu.....	74

3. BÖLÜM

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE DÜNYA GENELİNDE VE TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLER

3.1. Tarihsel Akış İçerisinde Halkla İlişkiler	79
3.1.1. Amerika Birleşik Devletleri	98
3.1.2. İngiltere	102
3.1.3. Almanya	104
3.1.4. Fransa	106
3.2. Türk Tarihinde ve Türkiye'de Halkla İlişkiler	108
3.2.1. İslam Öncesi	108
3.2.2. Geçiş Dönemi	111
3.2.3. Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Dönemi.....	112
3.2.4. Milli Mücadele ve Cumhuriyet Dönemi.....	114
3.2.5. Türk Halkla İlişkiler Tarihini Bölümleme	124

4. BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ VE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAYICI ROLLERİ

4.1. Halkla İlişkiler Modelleri Üzerine	129
4.1.1. Basın Ajansı Tanıtım Modeli.....	132
4.1.2. Kamuyu Bilgilendirme Modeli.....	135
4.1.3. İki Yönlü Asimetrik Model.....	141
4.1.4. İki Yönlü Simetrik Model.....	147
4.2. Mükemmel Halkla İlişkiler	148
4.3. Halkla İlişkiler Uygulayıcı Rollerini.....	150
4.3.1. İletişim Teknisyeni.....	151
4.3.2. Uzman Reçeteci.....	152
4.3.3. İletişim Kolaylaştırıcısı.....	153
4.3.4. Sorun Çözme Kolaylaştırıcısı.....	153

5. BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMA SÜRECİ.....

5.1. Halkla İlişkiler Uygulama ve Kampanyaları.....	155
5.2. Halkla İlişkiler Uygulama Süreci.....	156
5.2.1. Araştırma	156
5.2.2. Planlama.....	159
5.2.3. Uygulama.....	160
5.2.4. Değerlendirme	160

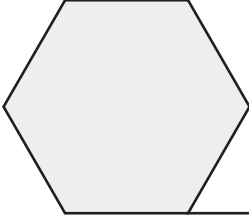
6. BÖLÜM**HALKLA İLİŞKİLER ARAÇ VE YÖNTEMLERİ 163**

6.1. Yüz Yüze İletişim	166
6.2. Yazılı Medya	167
6.2.1. Gazete	168
6.2.2. Dergi	169
6.3. Görsel-İşitsel Medya	173
6.3.1. Radyo	173
6.3.2. Televizyon	176
6.3.3. Sinema	177
6.4. Yeni Medya	177
6.4.1. Kurumsal Web Sitesi	178
6.4.2. E-Posta Etkileşimi	178
6.4.3. Sosyal Ağlar	179
6.5. Yazılı Araçlar	180
6.5.1. Kuruluş Yayını	180
6.5.2. Broşür	181
6.5.3. Afiş	182
6.5.4. El İlanı	183
6.5.5. Kitap	183
6.5.6. Pankart	183
6.5.7. İlan Tahtası	184
6.5.8. Yıllık Rapor	184
6.5.9. Diğer Yazılı Araçlar	185
6.6. Etkinlikler	186
6.6.1. Fuar	187
6.6.2. Festival	187
6.6.3. Sergi	188
6.6.4. Panel	189
6.6.5. Konferans	189
6.6.6. Sempozyum	190
6.6.7. Özel Günler	190
6.6.8. Diğer Etkinlikler	191

SONUÇ 193**KAYNAKLAR 195**

KISALTMALAR

ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
akt.:	aktaran
bkz.:	bakınız
Çev.:	Çeviren
Der.:	Derleyen
DPT:	Devlet Planlama Teşkilatı
GSYİH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
Hİ:	Halkla İlişkiler
KAYA:	Kamu Yönetimi Araştırma Projesi
KHK:	Kanun Hükmünde Kararname
KİA:	Kitle İletişim Araçları
KSS:	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
MEHTAP:	Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi
TODAİE:	Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü



KAYNAKLAR

- Abadan, Nermin (1964). *Modern Toplumlarda Halkla Münasebetler (Public Relations)*, Ankara: TODAİE Yayınları.
- Acar, Muhittin (1994). *Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması*, Ankara: DPT Yayınları.
- Akandere, Osman (2002). "Mustafa Kemal Paşanın Milli Mücadele Lehine Kamuoyu Oluşturma Çabaları: Bazı İstanbul Gazeteleriyle Yaptığı Mülakat Ve Verdiği Demeçler", *Selçuk İletişim*, 2 (3): 50-67.
- Akar, Erhan (2011). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web'te Pazarlama Stratejileri*, Ankara: Efil Yayınevi.
- Akdağ, Mustafa (2010). *Örgütsel Açından İnsan Kaynakları ve Halkla İlişkiler*, Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Akdağ, Mustafa (2014). "Krizlere Hazır Olmak Açısından Örgütlerde Halkla İlişkiler Yönetimi", *Kriz İletişimi: İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar*, (Ed. Mustafa Akdağ ve Ümit Arklan), Konya: Literatürk Academia Yayınları, 387-442.
- Akdağ, Mustafa ve Taşdemir, Erdem (2006). "Krizden Çıkmanın Yolları: Etkin Bir Kriz İletişimi", *Selçuk İletişim*, 4 (2): 141-157.
- Aktan, Coşkun Can ve Börü, Deniz (2007). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, (Ed. Coşkun Can Aktan). İstanbul: İGİAD, 11-36.
- Akyazı, Erhan ve Aslan, Pınar (2013). "Halkla İlişkiler Uygulamaları Açısından Sosyal Medya", *Sosyal Medya Ve Ağ Toplumu-I: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, (Ed. Can Bilgili ve Gü-lüm Şener), İstanbul: Ege Basım, 177-202.
- Almıaçık, Ümit (2011). "Kurumsal İtibarı Oluşturan Farklı Bileşenlerin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkileri", *Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 7, 65-96.
- Altunışık, Remzi; Özdemir, Şuayip; Torlak, Ömer (2007). *Pazarlama Giriş*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arda, Erhan (2002). *Ekonomi Sözlüğü*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Arda, Babür (1986). "Halkla İlişkiler Ve Önemi", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Feri-mani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 75-77.
- Arklan, Ümit (2011). "Halkla İlişkiler: Kavram, Kapsam Ve İlişkili Olduğu Alanlar", *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler*, (Ed. Metin Işık ve Mustafa Akdağ), Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 13-48.
- Asna, M. Alâeddin (1979). *Halkla İlişkiler*, İstanbul: İ.İ.T.İ. Akademisi Nihad Sayâr - Yayın ve Yardım Vakfı Yayınları.
- Asna, M. Alâeddin (1986). "Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Feri-mani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 31-41.

- Asna, M. Alâeddin (1988). *Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi*, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayını.
- Asna, Alâeddin (2000). "Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Hikmet Seçim), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 25-38.
- Asna, Alâeddin (2006). *Kuramda Ve Uygulamada Halkla İlişkiler*, İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Aşkun, İnal Cem (1986). "İşletmelerde Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Fermani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 78-98.
- Aydede, Ceyda (2007). *Teorik Ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları*, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Ayverdi, İlhan (2006). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*, Cilt: 1 (A-G), İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı.
- Babacan, Eylin ve Göztaş, Aylin (2011). *Etkinlik Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bakan, Ömer (2005). *Kurumsal İmaj*, Konya: Tablet Yayınevi.
- Balta Peltekoğlu, Filiz (1993). *Halkla İlişkiler Giriş*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- Balta Peltekoğlu, Filiz (1998). "Kamuda Halkla İlişkiler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 8, 145-153.
- Balta Peltekoğlu, Filiz (2005). *Halkla İlişkiler Nedir?*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Balta Peltekoğlu, Filiz (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Baskin, Otis; Aronoff, Craig; Lattimore, Dan (1997). *Public Relations: The Profession and the Practice*. USA: McGraw Hill.
- Başok, Nilay ve Coşkun Değirmen, Gül (2014). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri: Ödüllü Örnek Uygulamalar*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Becan, Cihan ve Ustakara, Fuat (2017). "Diyalog Teorisi Çerçevesinde İnternet Tabanlı İletişim Üzerine Bir Değerlendirme: Halkla İlişkiler Ajanslarının Web Stratejileri Üzerine Bir İçerik Analizi", *Selçuk İletişim*, 10 (1): 64-84.
- Bekiş, Tuba; Bayram, Ali ve Şeker, Mustafa (2013). "Kurumsal İtibarın İşgören Performansı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5 (2): 19-27.
- Bektaş, Arsev (2007). *Kamuoyu, İletişim Ve Demokrasi*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bentele, Günter and Wehmeier, Stephan (2003). "From Literary Bureaus to a Modern Profession: The Development and Current Structure of Public Relations in Germany", *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research and Practice*, (Eds. Krishnamurthy Sriramesh and Dejan Verčić), Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 199-221.
- Bernays, Edward L. (1928). *Propaganda*, New York: Horace Liveright.
- Bernays, Edward L. (1935). "Molding Public Opinion", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 82-87.
- Bernays, Edward L. (1961). *Crystallizing Public Opinion*, New York: Liveright Publishing Corporation.
- Bernays, Edward L. (1965). *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel*, New York: Simon and Schuster.
- Bernays, Edward L. (2012). *Public Relations*, New York: Snowball Publishing.
- Bıçakçı, İlker (2006). *İletişim Ve Halkla İlişkiler: "Eleştirel Bir Yaklaşım"*, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Biber, Ayhan (2003). *Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Biber, Ayhan (2004). *Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Bilgili, Can (2013). "Önsöz 'Otorite İmgesi' Üreticileri Değiştirken", *Sosyal Medya Ve Ağ Toplumu-I: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, (Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener), İstanbul: Ege Basım, 5-10.
- Bowen, Howard Rothmann (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper.
- Bozgeyikli, Hasan (2003). "Endüstri ve Örgüt Psikolojisinin Kapsamı ve Tarihsel Gelişimi", *Endüstri ve Örgüt Psikolojisi*, (Ed. Hüseyin İzgar), Konya: Eğitim Kitabevi, 1-22.

- Broom, Glen M. and Smith, George D. (1979). "Testing The Practitioner's Impact on Clients", *Public Relations Review*, 5 (3): 47-59.
- Broom, Glen M.; Casey, Shawna; Ritchey, James (2009). "Concept and Theory of Organization-Public Relationships", *Public Relations as Relationship Management*, (Eds. John A. Ledingham and Stephen D. Bruning), New York: Routledge, 3-22.
- Budak, Gönül ve Budak, Gülay (2010). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*, İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi.
- Bülbül, A. Rıdvan (2000). *Halkla İlişkiler Ve Tanıtım*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bülbül, A. Rıdvan (2003). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Büyük Larousse (1986). *Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi*, Cilt: 17, İstanbul: Gelişim Yayınları.
- Carrillat, François A. and d'Astous, Alain (2012). "The Sponsorship-Advertising Interface: Is less better for Sponsors?", *European Journal of Marketing*, 46 (3/4): 562-574.
- Carroll, Archie B. (1991). "The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, 34 (4): 39-48.
- Chase, W. Howard (1984). *Issue Management: Origins of the Future*, Virginia: USA Issue Action Publications Inc.
- Coombs, W. Timothy (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*, Los Angeles: Sage.
- Coombs, W. Timothy and Holladay, Sherry J. (2011). "An Exploration of the Effects of Victim Visuals on Perceptions and Reactions to Crisis Events", *Public Relations Review*, 37 (2011): 115-120.
- Cutlip, Scott M. (1994). *The Unseen Power: Public Relations. A History*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M. (2001). *Effective Public Relations*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Çamdereli, Mete (2000). *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Çamdereli, Mete (2004). *Yönetişim Ve Reklam İletişimi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Çeçen, Anıl (2003). *Türk Devletleri*, Ankara: Yeni Avrasya Yayınları.
- Çekirge Paksoy, Arzu (1999). *Türkiye'deki Halkla İlişkiler Uygulamaları*, İstanbul: Rota Yayınları.
- Çınarlı, İnci (2013). *Stratejik İletişim Yönetimi*, İstanbul: Beta.
- Darı, A. Bahadır (2018). "Sosyal Bütünleşmede Ahiliğin Rolü", *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2): 390-399.
- Davis, Anthony (2006). *Halkla İlişkilerin ABC'si*, (Çev. Ümit Şendilek), İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Demirel, Demokan (2017). "Eski Türklerde Devlet Sisteminin Mutlak Monarşik Modelden Ayrılan Yönleri", *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (16): 425-440.
- Dictionary Website (2018). A search for "sponsorship", www.dictionary.com/browse/sponsorship?s=t, Accessed on: 23.02.2018.
- Dilenschneider, Robert L. (1998). "Book Reviews: Spin Cycle", *Public Relations Review*, 24 (4): 557-561.
- Dinçer, Nabi ve Ersoy, Turan (1974). *Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP) Tavsiyelerinin Uygulanma Durumunu Değerlendirme Araştırması*, Ankara: TODAİE Yayınları.
- Domenach, Jean-Marie (1969). *Politika Ve Propaganda*, (Çev. Tahsin Yücel). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Elden, Müge (2009). *Reklam Ve Reklamcılık*, İstanbul: Say Yayınları.
- Elden, Müge ve Yeygel, Sinem (2006). *Kurumsal Reklamın Anlatıkları*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Encyclopedia Britannica (1957). *Encyclopedia Britannica*, Vol. 18, Chicago: Encyclopedia Britannica, Inc.
- Erdoğan, İrfan (2008). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Erk Yayınları.

- Ergin, Canan (2005). *İnsan Kaynakları Yönetimi: Psikolojik Bir Yaklaşım*, Ankara: Elma Yayınevi.
- Ertekin, Yücel (2000). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Yargı Yayınevi.
- Ewen, Stuart and Ewen, Elisabeth (2000). *Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness*, Minneapolis: University of Minnesota.
- Fidan, Mehmet (2011). "Halkla İlişkiler Gelişim Süreci", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Konya: Tablet Yayınları, 49-78.
- Foa, Marcello (2006). "Görünmez Tehlike: Spin Doktorları Medya Etik Kurallarını Nasıl Atlarlar", (Çev. Hülya Eraslan), *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 23, 205-210.
- Fombrun, Charles and van Riel, Cees (1997). "The Reputational Landscape", *Corporate Reputation Review*, 1 (1-2): 5-13.
- Geçikli, Fatma (1999). "Süreç, Bilim, Meslek ve Sanat Olarak Halkla İlişkiler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9, 251-263.
- Geçikli, Fatma (2010). *Halkla İlişkiler Ve İletişim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Genç, Reşat (2002). *Ana Çizgileriyle Türk Dünyası Tarihi*, Bıkkok: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları.
- Global Alliance Official Website (2020). "Who we are", <https://www.globalalliancepr.org/who-we-are>, Accessed on: 18.09.2020.
- Göksel, Ahmet Bülent (1994). *Halkla İlişkiler*, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gölönü, Sirel (2006). "Gelişen Teknolojiler, Öğrenen Örgütler Ve Halkla İlişkiler", *Selçuk İletişim*, 4 (3): 73-81.
- Görpe, Serra (2001). *Halkla İlişkiler Kavramları*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Grunig, James E. and Hunt, Todd (1984). *Managing Public Relations*, Belmont CA: Thomson Wadsworth.
- Grunig, James E. (1992a). "Preface", *Excellence in Public Relations and Communication Management*, (Ed. J. E. Grunig), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, xiii-xiv.
- Grunig, James E. (1992b). "Communication, Public Relations, and Effective Organizations: An Overview of the Book", *Excellence in Public Relations and Communication Management*, (Ed. J. E. Grunig), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1-28.
- Grunig, James E. (1992c). "What is Excellence in Management?", *Excellence in Public Relations and Communication Management*, (Ed. J. E. Grunig), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 219-250.
- Grunig, James E. and White, Jon (1992). "The Effect of Worldviews on Public Relations Theory and Practice", *Excellence in Public Relations and Communication Management*, (Ed. J. E. Grunig), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 31-64.
- Grunig, James E. and Repper, F. C. (1992). "Strategic Management, Publics, and Issues", *Excellence in Public Relations and Communication Management*, (Ed. James E. Grunig), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 117-157.
- Grunig, James E. (2009). "Büyük Yapıyı Biçimlendirmek: Stratejik Bir Yönetim Fonksiyonu Olarak Halkla İlişkiler Üzerine Süregiden Araştırmalar", *Halkla İlişkiler Üzerine*, (Çev. Kenan Demirci), Ankara: Dipnot Yayınları, 53-87.
- Grunig, James E. and Huang, Yi-Hui (2009). "From Organizational Effectiveness to Relationship Indicators: Antecedents of Relationships, Public Relations Strategies and Relationship Outcomes", *Public Relations as Relationship Management*, (Eds. John A. Ledingham and Stephen D. Bruning), New York: Routledge, 23-53.
- Gümüş, Murat ve Öksüz, Burcu (2009). "Çalışanların Kurumsal İtibar Sürecine Katılımlarında İçsel İletişimin Rolü", *Journal of Yaşar University*, 4 (16): 2637-2660.
- Güngör, Erol (1996). *Tarihte Türkler*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Gürüz, Demet (1993). *Halkla İlişkiler Teknikleri*, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

- Güz, Nükhet; Küçükdoğan, Rengin; Sarı, Nilüfer; Küçükdoğan, Bülent; Zeybek, Işıl (2002). *Etkili İletişim Terimleri*, İstanbul: İnkılap Kitabevi Yayınları.
- Güzelcik Ural, Ebru (2002a). "İnsan Kaynakları Yönetiminin Etkinliğinde Kurum İçi Halkla İlişkilerin Önemi Ve Bir Uygulama", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, Mayıs 2002, 233-251.
- Güzelcik Ural, Ebru (2002b). "İtibar Yönetimi Değer Yaratan Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak İtibar Yönetimi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 1 (2): 83-93.
- Güzelcik Ural, Ebru (2006). *Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları*, İstanbul: Birsan Yayınevi.
- Güzelcik Ural, Ebru (2012a). "Etkili Bir Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi İçin Halkla İlişkiler Alanında Ortaya Çıkan Değişimlerin Eğitime Aktarılması", *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7 (2): 161-182.
- Güzelcik Ural, Ebru (2012b). "Kurumsal İtibarı Ölçme Yöntemi Olarak Türkiye İtibar Endeksi Ve Endeks Sonuçlarından Hareketle Türkiye'de Elektronik Sektörünün İtibarı Üzerine Bir Değerlendirme", *Online Academic Journal of Information Technology*, 3 (7): 7-20.
- Harlow, Rex F. (1976). "Building a Public Relations Definition", *Public Relations Review*, Winter (1976), 2 (4): 34-42.
- Heath, Robert L. (Ed.) (2005a). *Encyclopedia of Public Relations*, Vol. 1, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Heath, Robert L. (Ed.) (2005b). *Encyclopedia of Public Relations*, Vol. 2, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Hutton, James G. (1999). "The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations", *Public Relations Review*, 25 (2): 199-214.
- Işık, Metin (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*, Konya: Mikro Yayınları.
- İDA (İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği) (2020). "İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği - İDA", <https://www.ida.org.tr/ornek-sayfa/ida-kimdir/>, Erişim Tarihi: 01.10.2020.
- İnalçık, Halil (1958). "Osmanlı Padişahı", *AÜ SBF Dergisi*, XIII (4): 68-79.
- Jefkins, Frank (2000). *Public Relations Techniques*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kadıbeşegil, Salim (2004). *Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı?*, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Kalender, Ahmet (1999). "Türkiye'de Halkla İlişkilerin Meslekleşmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri", *Selçuk İletişim Dergisi*, 1 (1): 23-33.
- Kalender, Ahmet (2011). "Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar Ve Uygulama Alanları", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Konya: Tablet Yayınları, 11-47.
- Karaköse, Turgut (2007). "Örgütlerde İtibar Yönetimi", *Akademik Bakış*, 11, 1-12.
- Karatepe, Selma (2008). "İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (23): 77-97.
- Karpat, Işıl (1999). *Bankacılık Sektöründen Örneklerle Kurumsal Reklam*, İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.
- Kazancı, Metin (1982). *Halkla İlişkiler: Kuramsal Ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar*, Ankara: Savaş Yayınları.
- Kazancı, Metin (1986). "Halkla İlişkilerin Anlam Ve İçeriği", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Fermani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 57-74.
- Kazancı, Metin (2005). "Türklerde Devlele İlişkiler Üzerine Bazı Notlar", *İletişim Araştırmaları*, 3 (1-2): 5-40.
- Kazancı, Metin (2009). *Kamuda Ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Ker, Müjde (1998). "Halkla İlişkiler Ve Propaganda İlişkisi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 8, 265-284.
- Kocabaş, Füsun ve Elden, Müge (2009). *Reklamcılık: Kavramlar, Kararlar, Kurumlar*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kotler, Philip (2002). *Kotler Ve Pazarlama*, (Çev. Ayşe Özyağcılar), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Kotler, Philip (2007). *Soru Ve Cevaplarıyla Günümüzde Pazarlamanın Temelleri*, (Çev. Ümit Şen-soy), İstanbul: Optimist Yayınları.

- KİD (Kurumsal İletişimciler Derneği) (2020). "Hakkımızda", <https://www.kid.com.tr/hakkimizda/>, Erişim Tarihi: 01.10.2020.
- Laughhey, Dan (2010). *Medya Çalışmaları: Teoriler Ve Yaklaşımlar*, (Çev. Ali Toprak), İstanbul: Kal-kedon Yayınları.
- Ledingham, John A.; Bruning, Stephen D.; Thomlison, T. Dean; Lesko, Cheryl (1997). "The Applicability of Interpersonal Relationships Dimensions to an Organizational Context: A Qualitative Approach", *The Academy of Managerial Communications Journal*, 1, 23-43.
- Mardin, Betül (1994). *Değerli Dostum*, (Der. Gül Ulkat), İstanbul: Sanimat.
- Meenaghan, Tony (1991). "Sponsorship-Legitimising the Medium", *European Journal of Marketing*, 25 (11): 5-10.
- Meenaghan, Tony and Shirley, David (1999). "Media Effect in Commercial Sponsorship", *European Journal of Marketing*, 33 (3/4): 328-348.
- Merçil, Erdoğan (2000). *Müslüman Türk Devletleri Tarihi*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Metin, Hatice ve Altunok, Mustafa (2002). "Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi Ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (2002)/1, 79-99.
- Mihçioğlu, Cemal (1970). "Halkla İlişkiler Nedir?", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3 (1): 91-108.
- Mihçioğlu, Cemal (1986). "Halkla İlişkiler Nedir?", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Fermani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 13-30.
- Mickey, Thomas J. (1997). "A Postmodern View of Public Relations: Sign and Reality", *Public Relations Review*, 23 (3): 271-284.
- Miller, David and Dinan, William (2008). *A Century of Spin: How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*, London: Pluto Press.
- Mutlu, Erol (2004). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.
- Naralan, Abdullah (2014). *E-Devlet Ve Algılanışı Üzerine Bir Araştırma*, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Nye, Joseph S. (2005). *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu*, (Çev. Rayhan İnan Aydın). Ankara: Elips Kitap.
- Oktay, Emel G. (2012). NATO'nun Dönüşümü Ve Kamu Diplomasisi'nin Artan Rolü", *Uluslararası İlişkiler*, 9 (34): 125-149.
- Oktay, Mahmut (1996). *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*, İstanbul: Der Yayınları.
- Okur, Mehmet Naim (2007). *Türk Devletlerinde Yöneten Yönetilen İlişkisi Ve İktidarın Meşruiyetinin Temelleri -Büyük Hun İmparatorluğu'ndan Tanzimat Fermanı'na Kadar*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Orkun, Hüseyin Namık (1946). *Türk Tarihi: I*, Ankara: AKBA Kitabevi.
- Orrick, James B. (1967). *Halkla İlişkiler: Ders Notları*, (Çev. Oğuz Onaran), Ankara: AÜ SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları.
- Özkan, Yıldız (2007). *Türkçe Sözlük*, İstanbul: Kare Yayınları.
- Özkundakçı, Mehmet (2008). *Reklamcılığa Giriş*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Pieczka, Magda (2002). "Paradigmalar, Sistem Teorisi ve Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar*, (Der. Jacquie L'Etang ve Magda Pieczka), Ankara: Vadi Yayınları, 215-260.
- Pira, Aylin (2004). "Bir Halkla İlişkiler Hedef Kitlesi; Halkın Tamamı Veya Bir Kısım Olarak Kamu; Kavramsal Çerçeve", *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12, 225-234.
- Pira, Aylin (2005). *Halkla İlişkiler İçin Okumalar*, İstanbul: Dönence Yayınları.
- Pira, Aylin ve Sohodol, Çisil (2004). *Kriz Yönetimi: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pira, Aylin ve Kocabaş, Füsün (2005). "Halkla İlişkileri Sorgulamak", *Selçuk İletişim*, 3 (4): 34-40.
- Pira, Aylin; Kocabaş, Füsün; Yeniçeri, Mine (2005). *Küresel Pazarda Marka Yönetimi ve Halkla İlişkiler*, İstanbul: Dönence Yayınları.

- PRovoke (2020). "Top 10 Global PR Agency Ranking 2020", <https://www.provokemedia.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2020-pr-agency-rankings/top-10> , Accessed on: 26.09.2020
- Püsküllüoğlu, Ali (1995). *Türkçe Sözlük*, İstanbul Yapı Kredi Yayınları.
- Quester, Pascale (1997). "Sponsorship Returns: The Value of Naming Rights", *Corporate Communications: An International Journal*, 2 (3): 101-108.
- Ramazanoğlu, Ahmet A. (1986a). "İş Hayatı Ve Public Relations", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Feri Mani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 1-12.
- Ramazanoğlu, Ahmet A. (1986b). "Yönetici Ve Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)*, (Der. Feri Mani Maviş), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 42-56.
- Regester, Michael and Larkin, Judy (2002). *Risk Issues and Crisis Management: A Case Book of Best Practice*, London: Kogan Page.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat (2001). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Sayimer, İdil (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Saylı, Halil ve Yaşar Uğurlu, Özlem (2007). "Kurumsal İtibar Ve Yönetişel Etik İlişkisinin Analizine Yönelik Bir Değerlendirme", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (3): 75-96.
- Seçim, Hikmet (2000). "Halkla İlişkilerin Tanımı Ve Halkla İlişkiler Karması", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Hikmet Seçim), Eskişehir: AÜ AÖF Yayınları, 1-24.
- Seitel, Fraser P. (2001). *The Practice of Public Relations*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Sohodol Bir, Çisil (2006). "Konu Yönetimi Sürecinde İletişim Ve Halkla İlişkiler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 25 (2006): 17-29.
- Solmaz, Başak (2007). *Kurumsal İletişim Yönetimi*, Konya: Tablet Kitabevi Yayınları.
- Sriramesh, Krishnamurthy and Verčić, Dejan (2007). "Introduction to This Special Section: The Impact of Globalization on Public Relations", *Public Relations Review*, 33 (2007): 355-359.
- Stone, John D. (2005). "Public Relations and Public Responsibility", *Public Relations Quarterly*, 50 (1): 31-35.
- Şahin, H. Hilal (2018). "Türk Adı Ve İslamiyet Öncesi Türk Tarihinin Panoraması", *Akademik Tarih Ve Düşünce Dergisi*, 5 (18): 512-532.
- Şimşek, Muhittin (2002). *Ahilik: TKY Ve Tarihteki Bir Uygulaması*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Tarhan, Ahmet (2011a). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve E-Devlet*, Konya: Palet Yayınları.
- Tarhan, Ahmet (2011b). "Halkla İlişkiler Modelleri". *Halkla İlişkiler*. (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan). Konya: Tablet Yayınları, 121-144.
- Terkla, Dawn Geronimo and Pagano, Marian F. (1993). "Understanding Institutional Image", *Research in Higher Education*, 34 (1): 11-22.
- Theaker, Alison (2016). *The Public Relations Handbook*, New York: Routledge.
- Tikveş, Özkan (2005). *Halkla İlişkiler & Reklamcılık: Temel İlkeler-Uygulamadan Örnekler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Tortop, Nuri (1998). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Yargı Yayınları.
- Türkçe Sözlük A-Z (1997). *Türkçe Sözlük A-Z*, İstanbul: Dil Derneği.
- TDK (Türk Dil Kurumu) (2020). Sözcük arama: "kut", <https://sozluk.gov.tr/> , Erişim Tarihi: 30.09.2020.
- Türkiye Gazetesi Yayınları Ansiklopedi Grubu (2005). *Türk Ve İslam Devletleri 1*, İstanbul. Türkiye Gazetesi Yayınları.
- Uçkan, Özgür (2003). *E-Devlet, E-Demokrasi Ve Türkiye*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Uludağ, Aşina (2011). "Halkla İlişkilerde Stratejik Süreç", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Konya: Tablet Yayınları, 79-120.
- Ustakara, Fuat (2011). "Halkla İlişkiler Ve Psikoloji İlişkisi Üzerine", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi E-Dergisi*, 1 (1): 170-185.

- Ustakara, Fuat (2013). *Hegemonya-Müzakere İkilemi Bağlamında Halkla İlişkilere Yönelik Bir Algı Araştırması*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ustakara, Fuat (2014). “Küreselleşmenin Sürükleyici Gücü Halkla İlişkiler Ve Halkla İlişkileri Dönüştüren Küreselleşme”, *Global Media Journal. TR Edition*, 5 (9): 338-351.
- Ustakara, Fuat (2015). “Küresel Hegemonya Kavrayışı Bağlamında Halkla İlişkiler Ve Güç İlişkisi”, *Küreselleşme Ekseninde İktidar Ve İletişim: İktidarın İletişimi, İletişimin İktidar Etkisi*, (Ed. Fuat Ustakara), Konya: Literatürk Academia, 245-280.
- Ustakara, Fuat ve Aydemir, Mustafa (2015). “Şeytanın Avukatı’ndan Başkanın Adamları’na: Asimetrik İletişim Ve Spin Döngüsünde Gerçeklik Üretimi”, *Selçuk İletişim*, 9 (1):72-93.
- Ustakara, Fuat ve Göksu, Oğuz (2018). *Halkla İlişkiler Çalışmaları Ve Etkinlik Düzeyi: İSO 500 Araştırması: Şirketler Bazında Kapsamlı Bir Halkla İlişkiler Araştırması*, Konya: Literatürk Academia.
- Ustakara, Fuat (2019a). “Halkla İlişkiler Uzmanı İle Spin Doktoru Arasındaki Temel Fark”, *Simetrik İletişim Araştırmalar Dergisi*, 1 (1): 27-36.
- Ustakara, Fuat (2019b). “Türklerde Sosyal Sorumluluğun Temelleri: Halkla İlişkiler Açısından Ahilik Teşkilatı Üzerine Bir Değerlendirme”, *Selçuk İletişim*, 12 (2): 1169-1181.
- Ustakara, Fuat (2019c). *Küreselleşme Ve Halkla İlişkiler: Kuramlar Eşliğinde*, Konya: Literatürk Academia.
- Uysal, Birkân (1998). *Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler*, Ankara: TODAİE Yayını.
- Vance, Lenny; Raciti, Maria M.; Lawley, Meredith (2016). “Beyond Brand Exposure: Measuring the Sponsorship Halo Effect”, *Measuring Business Excellence*, 20 (3): 1-14.
- Varinli, İnci (2008). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Varol, Muharrem (2002). *Siyaset Ve Halkla İlişkiler*, Bışkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları.
- Vasquez, Gabriel M. and Taylor, Maureen (1999). “What Cultural Values Influence American Public Relations Practitioners?”, *Public Relations Review*, 25 (4): 433-449.
- Verčič, Dejan; van Ruler, Betteke; Bütschi, Gerhard; Flodin, Bertil (2001). “On the Definition of Public Relations: A European View”, *Public Relations Review*, 27 (2001): 373-387.
- Vos, Tim P. (2011). “Explaining the Origins of Public Relations: Logics of Historical Explanation”, *Journal of Public Relations Research*, 23 (2): 119-140.
- Wang, Jian (2006). “Managing National Reputation and International Relations in the Global Era: Public Diplomacy Revisited”, *Public Relations Review*, 32 (2006): 91-96.
- Warnaby, Gary and Moss, Danny (2004). “The Role of Public Relations in Organisations”, *Public Relations: Principles and Practice*, (Ed. Philip J. Kitchen), London: Thomson Learning, 6-21.
- Wikipedia (2020a). “United States”, https://en.wikipedia.org/wiki/United_States, Erişim Tarihi: 28.09.2020.
- Wikipedia (2020b). “England”, <https://en.wikipedia.org/wiki/England>, Erişim Tarihi: 29.09.2020.
- Wikipedia (2020c). “Deutschland”, <https://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland>, Erişim Tarihi: 29.09.2020.
- Wikipedia (2020d). “France”, <https://fr.wikipedia.org/wiki/France>, Erişim Tarihi: 30.09.2020.
- Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip; Agee, Warren K. (2007). *Public Relations: Strategies and Tactics*, Boston: Pearson Education.
- Yağmurlu, Aslı (2007). “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, *İletişim Araştırmaları*, 5 (1): 9-38.
- Yalçındağ, Selçuk (1986). “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler”, *Amme İdaresi Dergisi*, 19 (1): 131-156.
- Yatkun, Ahmet (2006) *Halkla İlişkiler Ve İletişim*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Yavuz, Cahit (2006). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcı Emir, İsmet (2003). *Kitle İletişiminde İmaj*, İstanbul: İm Yayın Tasarım.
- Yazıcı, Nesimi (2013). *İlk Türk-İslam Devletleri Tarihi*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Yıldırım Becerikli, Sema (2005). *Uluslararası Halkla İlişkiler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yıldırım, Murat (2011). *E-Devlet Ve Yurttaş Odaklı Kamu Yönetimi*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yıldız, Nuran (2010). “Halkla İlişkilerde Kavramlar, Sınırlar, Sorunlar”, *Selçuk İletişim*, 6 (2): 24-32.
- Yılmaz, Aydın (2013). *İnsan Kaynakları Yönetimi: Ve Örnek Olaylar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, Öznur (2007). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Zeybek, Işıl (2005). *Yönetişimde Halkla İlişkilerin Yeri Ve Kullandığı Teknikler*, İstanbul: Arıkan Basım Yayın Dağıtım.

Kanun

Bilgi Edinme Hakkı Kanunu (2003).

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4982.pdf> , Erişim Tarihi: 04.09.2020.

Kamu Denetçiliği Kurumu Kanunu (2012).

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6328.pdf> , Erişim Tarihi: 01.10.2020.

Film Kaynakçası:

Başkanın Adamları (İng. Wag the Dog), 1997, Barry Levinson.

Görsel Kaynakları:

1. Biography Web Site (2020). “Phineas T. Barnum Görseli”,
<https://www.biography.com/business-figure/pt-barnum> , Erişim Tarihi: 30.08.2020
2. New World Encyclopedia Web Site (2020). “Ivy Ledbetter Lee Görseli”,
https://www.newworldencyclopedia.org/entry/File:Ivy_Lee.jpg , Erişim Tarihi: 30.08.2020
3. Edward Bernays University College Web Site (2020). “Bernays Görseli”,
<https://www.bernays.hr/Home/Page/en-US?name=who-is-edward-bernaise> , Erişim Tarihi: 30.08.2020
4. Flickr.com (2020). “Venida Hairnet Company Görseli”,
https://farm4.static.flickr.com/3252/2795482327_98abaf4eb.jpg?v=0 , Erişim Tarihi: 07.09.2020

