

Türk Halkla İlişkiler Tarihinden Gizli Kalmış Bir Sayfa: Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi ve Sıla Dergisi

Yrd. Doç. Dr. Şahinde YAVUZ

karadeniz teknik üniversitesi iletişim fakültesi
halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü
sahindeyavuz@ktu.edu.tr

Özet

Türkiye'de halkla ilişkiler faaliyetlerini ilk uygulayanlar, kamu kuruluşları olmuştur. Ancak ekonomik ve politik unsurların evrilmesiyle gerek kamu, gerekse özel kuruluşlar bünyelerinde halkla ilişkiler faaliyetlerine yer vermek zorunda kalmışlardır. İletişim araştırmaları içinde halkla ilişkilere dair çalışmalara bakıldığında, araştırma konularının geniş ölçekli çalışmakta olan kurum ya da işletmeler olduğu görülür. Bu kuruluşların halkla ilişkiler faaliyetleri başarıları, başarısızlıkları yapılan araştırmaların temel hareket noktalarını oluşturmaktadır. Yapılan bu çalışmada ise 1970'li yılların başlarında Trabzon'un Beşikdüzü ilçesi Ziraat Bankası'nda gerçekleştirilen halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri incelenmiştir. Araştırmanın amacı, mikro tarihsel bir çerçevede kalarak henüz halkla ilişkiler faaliyetinin büyük kuruluşlar tarafından uygulanmadığı dönemde, küçük bir şubede bu faaliyetin nasıl uygulandığını ortaya çıkarmaktır. Araştırma sözü edilen bankada halkla ilişkiler/iletişim faaliyetlerini gerçekleştiren kişi olan Hikmet Aksoy ile yapılan sözlü tarih görüşmesine dayanılarak gerçekleştirilmiş, bunun yanı sıra, Aksoy'un arşivinden de yararlanılmıştır.

anahtar kelimeler: halkla ilişkiler, iletişim, kamu yönetiminde halkla ilişkiler, göç

Résumé

En Turquie, les premiers à s'être servi des relations publiques sont les institutions publiques. Les transformations économiques et politiques ont poussé les institutions aussi bien publiques que privées à créer au sein même de leur structure des départements de relations publiques. Les études de communication concernant les relations publiques portent en générale sur les institutions et entreprises à grande échelle et sur leur réussite ou défaite dans le secteur. Notre recherche analyse les activités de relations publiques réalisées en 1970 par la succursale de Beşikdüzü, Trabzon, de la banque de Ziraat. La recherche a pour objectif de démontrer les premières tentatives de relations publiques réalisées au sein d'une toute petite succursale pendant une période où ce système de relations publiques n'était pas encore mis en place au sein même des grandes institutions. L'étude se base sur une interview fait avec Hikmet Aksoy, la personne ayant mis en place ce système et sur ses archives personnelles.

mots-clés : *relations publiques, communication, relations publiques dans l'administration publique, immigration*

Abstract

In Turkey, the first practicers of the public relations activities were state's institutions. However, due to the economic and political evolution, both private and public corporations had to reserve a place for public relations in their structure. The communication studies concerning the public relations generally focus on large scaled institutions and enterprises and their achievements / failures in the area. The subject of our study on the other hand, is a public relations activity at a branch of Ziraat Bank in Beşikdüzü district of Trabzon. Working within a micro-historical framework, we aim to uncover the ways in which this small branch carried out the public relations at a time when even the biggest institutions were not engaged in this kind of activities. The study is based on an interview with Hikmet Aksoy, the person who realized the above mentioned public relations activity, and on documents from his personal archive.

keywords: *public relations, communication, public relation in public administration, migration*

Giriş

Bir 16. yüzyıl değirmencisinin hayatını anlatan "Peynir ve Kurtlar" adlı kitapta yer alan, Ginzburg'un makro ve mikro tarih arasındaki ayrımına dair ifadesi çok etkileyicidir:

"Geçmişte tarihçiler yalnızca 'kralların büyük işleriyle' ilgilenmekle suçlanabilirdi, ama günümüzde bu artık doğru değil. Artık tarihçiler, gittikçe daha yoğun bir biçimde, seleflerinin es geçtiklerine, bir kenara attıkları ya da yalnızca bilmezlikten geldikleri şeylere dönüyorlar. Brecht'in "okumuş işçisi" daha o zamanlar bile "Yedi kapılı Thebai'yi kim inşa etti?" diye soruyordu. Kaynaklar bu isimsiz duvarcılar konusunda bize hiçbir bilgi vermiyor ama soru bütün anlamını koruyor" (1999:7).

Yazar, tarih yapılırken sıradan insanların nelerle iştilig ettiğinin dikkatten kaçtığı, kimi zaman bu konunun sessizlikle geçiştirildiğini ifade etmekte, "bir sürü araştırmacı ekibin niceliksel fikir tarihi gibi geniş projelere doğru yelken açtığı bir dönemde, tek bir değirmenci üzerine dar bir soruşturma yapmanın çelişkili ya da saçma gelebileceği" (1999:14) çekincesini de bir kenara koymaktadır. Sıradan insanların tarihte sadece istatistiki bir veri olarak yer almasına karşı duruşu ifade eden mikro tarih ya da toplumsal tarih çalışmaları, 'bilindik' tarihin gölgesinde kalmış 'bilinmeyen' tarihsel olayları ya da olguları gün yüzüne çıkarma girişimidir. Tarihin 'aşağıdan' yazılmasını amaç edinen bu çalışmalarla; dikkat çekmeyen, göz ardı edilmiş ya da gereğince ilgilenilmeyen alt kültürler, cemaatler ve etnik gruplar gibi birtakım faktörler küçük ölçeklerle araştırılmaktadır. Sıradan insanların, marjinal olanın, gündelik hayatta yaşananların genellemelere kurban edilmesini önlemek amacıyla yola çıkan bu çalışmalar, tarihe gerçek insanların dahil edilmesini sağlamaya çalışır. Toplumsal tarih çalışmaları çok iyi kayıt altına alınan, ders kitapları ile aktarılan siyasi tarihin yanında oldukça zayıf kalmıştır. Çünkü toplumumuzda kaydetme kültürüne hizmet eden günlük, mektup yazımı gibi belgeler gelişkin bir yazı biçimi olmamıştır. Yerel belgelere ulaşmanın toplumsal tarih açısından önemine işaret eden Murat Belge de, toplumsal tarihe ulaşabilmek için yeni yöntemler geliştirmek gerektiğini, bu tür yöntemler geliştikçe bugün eksik, boşluk gibi görünen alanların dolmaya başlayacağını belirtmektedir (Toplumsal Tarih, Şubat 2006).

Kayıt edilmeyenin tarih sahnesinde yerini alamadığı bilgisinden hareket ederek, bu çalışmada, halûhazırda birçok çalışma ile araştırılan Ziraat Bankası'nın genel halkla ilişkiler faaliyeti yerine, bankacı ve gazeteci Hikmet Aksoy'un 1970'li yılların başlarında, Trabzon'un Beşikdüzü ilçesinde faaliyet gösteren Ziraat Bankası bünyesinde, bankanın hedef kitlesi ile gerçekleştirmiş olduğu halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetlerini incelemek amaçlanmıştır. İncelememizi özgün kılan nokta, günümüzde dahi kimi işletmelerce uygulanmayan halkla ilişkiler faaliyetlerinin 1970'li yıllarda, Karadeniz'de yer alan küçük bir bankada gerçekleştirilebilmiş olmasıdır. Hikmet Aksoy'un hizmette ayırt edici olmayı keşfetme öyküsüdür, bu yazının konusu. Araştırmada yöntem olarak, Aksoy ile

yapılan sözlü tarih görüşmesi kullanılmış ve onun sağladığı Sıla bültenlerinin arşivlerinden yararlanılmıştır. Türkiye'de halkla ilişkiler, uygulama bakımından köklü geçmişe sahip olmayan bir olgudur. Halkla ilişkiler adına var olan uygulamalar da, büyük kent merkezli büyük kuruluşların faaliyetlerini içermektedir. Daha önemli addedilen genelin içinden, büyük kuruluşların eylemlerinin arasından sıyrılarak küçük bir ilçede büyük fikirleri hayata geçirmek, sessiz kalınmaması gereken, tarihteki yerini almayı hak eden bir çalışmadır.

Halkla İlişkiler Olgusunun Kısa Tarihçesi

Kimi uygulamaların/meslek dallarının eskiliğine vurguda bulunmak için onlar adına anıtsal bir geçmiş yaratılır. Çoğu zaman bu geçmişin köklerinin antik Yunan, Roma, Mısır'a kadar uzandığı kabul edilir. Halkla ilişkiler kavramı da bu değerlendirmelerden payını alır, geçmişi insanlık tarihinin eski dönemlerine dek uzatılır (Peltekoğlu, 2001:66-7; Tortop,1986:12-3; Kazancı,2002:5). Kamuoyu, yöneten/yönetilen boyutunda tarihin her döneminde önemli kabul edilir, bu öneme istinaden geçmişteki Pers, Babil ve Asurlular'ın güçlü imparator imajı yaratmak için özenle işledikleri portreler, Eski Mısır'da din adamlarının kamuoyu oluşturmak ve din kurallarını pekiştirmek için yaptıkları işlemler (Peltekoğlu, 2001) gibi kimi uygulamalar, halkla ilişkiler uygulaması sayılmıştır. Bu anlamda, halkla ilişkilerin uzun bir geçmişi ancak kısa bir tarihi vardır. Çünkü yirminci yüzyıla gelinceye değin halkla ilişkiler kendine özgü kuralları saptanmış bir çalışma olmaktan uzaktır. Kazancı'ya göre, gerek kamu, gerekse özel kesim kuruluşlarının çevre ile ilişki kurmaya zorlanmaları, bunu demokratik anlayışın bir sonucu olarak görmeye başlamaları ve gelişen demokrasi içinde halkın kendisini bir güç olarak, toplumsal sistemin öteki kurumlarına kabul ettirmesi nedeniyle halkla ilişkiler, yirminci yüzyıla ait bir uygulama sayılmalıdır (2002:1). Ronenberg ve Rühl de halkla ilişkilerin modern toplumların bir eseri olarak ortaya çıktığını savlamaktadır. Yazarlara göre; bilginin öneminin artması, endüstri ve hizmet mesleklerinde bilgisayarlı ve araçlı üretime geçilmesi, sosyal devlet garantilerinin artması, küreselleşme, uluslararası rekabetin artması, boş zaman organizasyonu endüstrisinin genişlemesi, kitle iletişiminde artan niceliğin içerik ve konuları tektipleştirmesi, birbirine bağlantılı ağ şeklindeki örgütlenmelerin dünya çapında genişlemesi gibi toplumsal koşullar halkla ilişkilerin günümüzdeki biçimini almasındaki temel nedenlerdir (akt. Okay ve Okay, 2002; 79-80). Teba anlayışının yıkılıp, demokrasinin gereği halkın yönetilen olarak yönetimde söz almak istemesi, özel işletmelerin uygulamalarına maruz kalanların bu işletmelerden bilgi istemesi halkla ilişkilerin yönetenler ve işletmeler tarafından da dikkate alınmasını gerektirmiştir. Devletin ekonomik ve sosyal işlevlerinin karmaşıklaşması, kırsal bölgelerden kente yaşanan göç, sanayileşme, uzmanlaşma alanlarının artışı, örgütlerin büyümesi, yeni örgütlerin oluşumuyla yaşanan ekonomik rekabet, iletişim araçlarının gelişimi ile gizliliğin sürdürülemez hale gelişi gibi faktörler, halkla ilişkiler kavramının toplum ve yönetim yapısı içinde ağırlığının artmasını beraberinde getirmiştir. Halk, günümüzde yönetimlerden bilgi isteyebileceği gibi, ülkemiz için yaygın bir uygulama olarak görülmesi de hesap sorabileceğini

bilmektedir. Yönetilenlere/müşterilerine bilgi sunan yönetim ya da işletme, onlardan aldığı tepkileri öğrenerek kendi eylemlerini yönlendirebilmektedir. Halkla ilişkiler bu anlamda, uygulamanın yer aldığı ülkenin demokratik yönetim mekanizmalarına bağlı olarak çok ya da az gelişmiş olabilmektedir.

Bugünkü anlamda halkla ilişkilerin doğduğu ve en gelişkin uygulamaların yaşandığı yer Amerika Birleşik Devletleri'dir. Halkla ilişkiler deyimi ilk kez, Amerika Birleşik Devletleri Başkan'ı Thomas Jefferson'ın Kongre'ye gönderdiği mesajda kullanılmıştır. Samuel Adams, Thomas Paine, Benjamin Franklin, Alexander Hamilton gibi Amerikan Devrimi'nin kurucuları gazetelere yazı yazarak, konferanslar vererek, broşürler yayınlamak kamuoyunu etkilemeye çalışmışlardır (Balta-Peltekoğlu, 2001:67). Özel işletmeler boyutu söz konusu olduğunda, güçlü tekelin yükselişe geçişiyle, işgücünün amaca ulaşmak için bir araç olarak kullanılması halk tarafından protesto edilmeye başlamıştır. İşletmeler kendilerini eleştirilere karşı savunmak için halkla ilişkiler yöntemlerini kullanmak zorunda kalmışlardır. Amerika'da doğan halkla ilişkilerin nitelikleri incelendiğinde, kavramın gelişiminde özel kesimin rolünün kamu kesimine göre daha büyük olduğu görülür. 1929'da yaşanan ekonomik bunalımın etkisi kamu yönetimini de özel yönetimler gibi halkla ilişkileri planlı ve düzenli bir çaba içinde uygulamaya koymaya zorlamıştır.

Türkiye'deki halkla ilişkiler faaliyetlerinin başlaması ve kabul görmesi, Kıta Avrupası ile benzer dönemlere rastlar. 1950'lerde Avrupa'ya ulaşan (Mardin, 1988:26) ve 1960'larda gelişmeye başlayan halkla ilişkiler, Türkiye'de aynı tarihlerde dikkate alınmaya başlamıştır (Asna,1988:27). Geçmişte de kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetleri, basın bürosu, basın müşavirliği, yayın temsil şubesi, basın-yayın ve halkla ilişkiler, tanıtma şubesi, enformasyon şubesi gibi adlar altında çalışan büro ve dairelerde sürdürülmektedir (Tortop, 1986:21). Halkla İlişkiler kavramının Avrupa'daki gelişimi ile koşutluk taşıyan, halkla ilişkilerin ülkemizde de tanınması ve uygulanması dileğini içeren bir çalışma, 1962 yılında gerçekleştirilen, Merkezi Hükümet Teşkilatı'nın kuruluş ve görevlerinin ele alındığı ve kısaca MEHTAP adı verilen projedir. Bu projede, devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın ilişki kurulmasının zorunlu olduğu belirtilmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki uygulamalarda görülen; kişileri ve ilgili kuruluşları karar almadan önce dinleme, istek ve görüşlerini alıp değerlendirme yönündeki uygulamaların Türk idaresinin çeşitli kademelerinde de kullanılması gerekliliği, anılan raporda belirtilmiştir (Balta-Peltekoğlu, 2001:102). Merkezi idareyle halk arasındaki iletişimin gerekliliğini vurgulayan MEHTAP, önerdikleri hayata geçememiş bir proje olarak tarihteki yerini almıştır.

Türkiye'de halkla ilişkilerin varlığından bahsedilmeye başlandığı yıllarda, kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetinin kurum içinde haberleşme sistemini kurarak etkin bir akış sağlaması, kurum dışında gerçekleşen kurum ile ilgili faaliyetlerden haberdar olarak gerekli mercileri uyarması, yönetime yardımcı

olmak için araştırma yapması söz konusu olamazdı. Böylesi kesin bir yargıya ulaşmanın nedeni olarak, günümüzdeki kamu yönetimi uygulamalarında dahi bu niteliklerin yokluğu gösterilebilir. Demokrasi geleneğinin çeşitli uygulamaları ile oturmaya başlaması, demokrasinin işlerliğini denetleyen çeşitli baskı gruplarının oluşması ve güçlenmesi, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile farklı yerlerdeki uygulamaların ayırt edilmesiyle gerek kamu, gerekse özel işletmelerde "halkla ilişki" kurmanın önemi daha iyi anlaşılmaya başlanmıştır. Ülkemizde halkla ilişkilerin gelişimindeki gecikmeyi yukarıdaki gelişmelerdeki gecikmelere bağlamak çok da yanlış olmayacaktır.

Türkiye'de Halkla İlişkilerin Saklı Kalan Değeri

1960'larda halkla ilişkiler kavramı ile tanışan Türkiye'de alana dair uygulamaların güncellik kazanması, 1980 sonrası gelişmelerle yakından ilgilidir. Ancak 1970'li yıllarda Trabzon'un Beşikdüzü ilçesinde faaliyet gösteren Ziraat Bankası'nda iletişim faaliyeti adına gerçekleştirilenler, o yıllarda ülkemizde gerçekleştirilen az sayıda halkla ilişkiler faaliyetinin açığa çıkmamış bir örneğidir. Amerika Birleşik Devletleri'nde halkla ilişkilere ait ilk uygulamaları gerçekleştirenler, kuramsal bir bilgidен çok sezgileriyle hareket ederek, iletişim olgusunu iyi anlayarak ve değerlendirerek başarıya ulaşmışlardı. Hikmet Aksoy da ülkemiz halkla ilişkiler tarihi içinde yer alması gereken bir figür olarak, halkla ilişkiler faaliyetleri adına kuram üretmeyen ancak ilgili taraflar arasında iletişim kuran ve bu iletişimi sürdürebilecek yenilikleri uygulayabilen bir girişimcidir.

1937 yılında doğan Hikmet Aksoy¹, ortaokul yıllarında Kore Savaşı esnasında Kore'den haber gönderen muhabirlerden etkilenecek gazeteci olmaya karar verir. 1953 yılından itibaren Trabzon'da Hürriyet, Milliyet, Tercüman ve Ulus gazetelerinin muhabirliğini yapmaya başlar. 1965 yılında, askerlik hizmetini yedek subay öğretmen olarak Kütahya'nın Simav ilçesine bağlı 2000 nüfuslu Pazarlar Köyü'nde yapar. Gazetecilik aşkı ile Köy Raporu adında, köy içinde okunmak üzere köy haberlerini ve köylüyü ilgilendiren diğer haberleri konu alan bir gazete çıkarır. Askerlik bitiminde Trabzon'a gelen Hikmet Aksoy, 1969 yılından itibaren Ziraat Bankası'nda kendi deyimiyle "ikinci adam"; muhasebeden sorumlu müdür yardımcısı olarak çalışmaya başlar².

1950'li yıllarda ikramiye vererek mevduat toplama yarışına giren bankalar,

1 Hikmet Aksoy ile yapılan 08.01.2008 tarihli sözlü tarih görüşmesi.

2 Beşikdüzü Trabzon'un ilçeleri arasında farklılığı olan bir ilçedir. Çünkü kültürel anlamda 40'lı yıllarda açılan Köy Enstitüsü sayesinde, her aileden bir öğretmen yetişmiştir ve ilçede eğitim düzeyi yüksektir. Beşikdüzü'lüler, 60'lı 70'li yıllarda el imalatı ile av tüfeği üretmekte ve posta kolileriyle Türkiye'nin her tarafına bu silahları satmaktadır, ikinci olarak baskül imalatı yapılmaktadır. Ancak bu el sanatları ilerleyen yıllarda gelişmemiştir. El sanatlarının yanında fındık üretimi de 70'lerde ilçenin ekonomisinin dayanağını oluşturmaktadır (Hikmet Aksoy ile yapılan 08.01.2008 tarihli sözlü tarih görüşmesi). Beşikdüzü Trabzon'un ilçeleri arasında merkez nüfusu olarak Akçaabat ve Vakfıkebir'den sonra 3. sırada yer alır. Köyleri 25 adettir:Ağaçlı, Akkese, Aksaklı, Anbarlı, Ardıçatak, Bayırköy, Bozlu, Çakırlı, Çıtlaklı, Dağlıca, Denizli, Dolanlı, Duygulu, Gürgenli, Hünerli, Kalegüney, Korkuthan, Kutluca, Resüllü, Sayvancık, Seyitahmet, Şahmelik, Takazlı, Yenicami, Zemberek (www.trabzon.org/trabzon/besikduzu.htm).

1960'larda ikramiyelerin cazibesini yitirmesi üzerine yeni politikalar geliştirip, şube sayılarını arttırmış, bu yöntemle halka en yakın yerlere, bir anlamda halkın ayağına giderek mevduat toplamaya başlamışlardır (Yetkin ve Serçe, 2000:131). Ziraat Bankası da Beşikdüzü ilçesine bu amaçlar doğrultusunda şube açan ilk banka olmuş, daha sonra onu izleyen İş Bankası ve Akbank izleyerek ve ilçede şubelerini açmıştır.

Bankacılık yaparken aynı zamanda gazetecilik mesleğini sürdüren Aksoy, Trabzon'da yayınlanan Son Haber gazetesinin, İstanbul'da yayınlanmakta olan Hürriyet, Milliyet ve Tercüman gazetelerinin de muhabirliğini yapmaktadır. İletişim mesleği ile bağıını koparmayan Aksoy, çalıştığı banka içinde de iletişimi sağlamak için İç Hizmet Gazetesi çıkarılmasına öncülük eder. 70x100 boyutlarında bir panodan oluşan İç Hizmet Gazetesi'nde; banka çalışanlarının evlilikleri, doğumlar, ölümler, gibi haberlerin yanısıra, bankanın kazandığı başarılar, Beşikdüzü şubesinin şubeler arasındaki yeri, müdürün, müdür yardımcısının gerçekleştirdiği seyahatler, banka müşterilerinin nasıl memnun edileceği gibi Aksoy'un deyimiyle "şubenin kendi iç dünyasını ve bankacılıkla ilgili gelişmeleri işleyen" haberler yer almaktadır. Buna ek olarak her ay şubede çalışanların daha yakından tanınmasına yol açan "portreler", İç Hizmet Gazetesi'nin içeriğinde yer almaktadır. Yine Aksoy'un öncülüğüyle, Ziraat Bankası çalışanlarının ve zaman zaman onların çocuklarının doğum günleri kendi aralarında kutlanmaktadır. Kurum içi halkla ilişkiler çabasının güzel bir örneği olan bu çalışma ile kurum çalışanları birbirlerini daha iyi tanımakta ve birbirlerinin acı, tatlı haberlerini paylaşmaktadır. Kazancının ifadesi ile iyi bir ücret ve çalışma koşullarına sahip olsalar bile, iyi bir iç iletişimin kurulmadığı örgütlerde verim düşüktür. Çünkü her kurumda çalışanlar çalıştıkları kurum ile ilgili bilgilere gereksinim duyarak ve bu bilgilere dayanarak hareket etmek istemektedir. İyi bir kurum içi halkla ilişkiler yönetimini gerçekleştirmek için, çalışanların kuruluştan beklentileri saptanmalı, çalışanların özel sorunlarının giderilmesine çalışılmalıdır. Ölüm, doğum gibi olaylarda çalışanın yanında bulunduğu hissettirilmelidir. Karşılıklı sevgi, saygı ve anlayışın gerçekleşmesi için iyi bir iç iletişimin sağlanması gerekir. Kurum gazetesi iyi bir iç halkla ilişkiler kurmada gayri resmi bir iletişim aracıdır (2002, 247-258). Okay ve Okay da başarılı bir kurum içi iletişim için herhangi bir reçetenin olamayacağı ve her kuruluşun koşullarının farklı olduğunu belirtir (2002:293). Hikmet Aksoy'un "Kurum içi iletişim nedir?", "Kurum içi halkla ilişkiler nasıl olmalıdır?" sorularının cevabını bilmediği ama uyguladığı söylenebilir. "Ben gazetecilikten geldiğim için her insanın bir hobisi olması gerektiğine inanırım. Bankacılığı profesyonel anlamda yapıyorum, yoruluyorum ama madem ki bu mesleği yapıyorum, işimiz insanlarla, insanlarla ilişkileri bir üst düzeye taşımak için ne yapabiliriz diye düşünerek bu girişimlerde bulundum" ifadesinden anlaşıldığı üzere Aksoy, bugün bizim başarılı bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak gördüğümüz girişimi gerçekleştirmiştir. Ertekin, bir kısım halkla ilişkiler görevlilerinin yaptığı işlerin tanımının herkese göre değişebildiğini, bazıları için halkla ilişkilerin; sanat yönü ağır basan, dolayısıyla öğretilmesi oldukça zor, yalnızca yapılarak öğrenilebilen, sezgisel yönleri de oldukça önemli olan bir iş kolu olduğunu belirtir. Bu anlamda

T.C. ZİRAAT BANKASI BEŞİKDÜZÜ ŞUBESİNİN DIŞ ÜLKE İŞÇİLERİ AYLIK HABER BÜLTENİ

SILA

BİRİNCİ YIL BEŞİNCİ SAYI X EKİM 1972

SILA'DAN SİZ...
Sizle ortaklarımızdan, yakın çevrelerimizden haberler istemek amaçlı ile her ay düzenlendiğimize SILA'yı sizlerden gördüğümüz tepkiler sonucu sürdürüyor ve bu nedenle de sizlere hizmet etmekte kavgan duyuyoruz.

Özlenen vatanın sıcak havasını, yakınlarımızın sağlık haberlerini sizlere iletmek bir bakıma kutsal bir görev olmuştur bizlere... SILA ile bu kutsal görevi yerine getirirken gurbet yalnızlığınızın birazcık giderilebilir mi diye soruldu...

Sizlere SILA aracılığı ile kurduğumuz haberleşme sistemi ülkemizi tanıtmakla birlikte yeni bir güçtür. Başka hiçbir bankada bulunamayacağınız bu sisteme her zaman sizlere yönelen hizmetleriniz süreklilik kazanmıştır. Artık, SILA gördüğü hizmetlerin arzularını Genel Müdürlüğümüzün bir adet tektir makinesini Şubemize vermesi ile görmüştür.

Dileğinizin, ip sayılarınızda programların sunduğumuz ikramiye çekilişlerimizde daha çok kura ile katılarak kazanan şansınız artırmak, ilgilerinizi sürdürerek hizmet sistemimize güç kazandırmanızdır.

Önceki sayılarımızda sesini duyarak, başarısını gösteren bir fabrikayı Beşikdüzü'nde kurmak dileğimizi kurduğumuzda tepkinizin gösterdiği ilgiden cesaretle alınarak bu konuda galibiyetinizi sürdürüyorsunuz. Sizlere gelecek sayılarımızda bu konuda daha geniş bilgi vereceğiz. Birlikten kuvvet doğduğuna göre bu birliği boydan götürmekteki iltişimimizi insanıyoruz.

Emirleriniz, hesaplarınızın güdümlenmesini tavsiye ediyor, sağlık, dolaşım, mülki güler dileriz, selam ve sevgiler ile kalıyoruz.

Saygılarımızla
SILA, FAZİL KÖRÜLÜ
S. ŞENKOL H. AKSOY

BU SAYIDA BU SAYIDA BU SAYIDA

SİZİN BANKANIZ T.C.ZİRAAT BANKASINA 25 milyon liralık ikramiye çekilişinin ikincisinde bir defada 20 milyon lira dağıtacak BEŞİKDÜZÜ BÜYÜK LİSESİ, TÜRKİSİZİ KÖY ORMANI KAVUŞTU.

SİZİN BANKANIZ T.C.ZİRAAT BANKASININ KAVUŞTU TOPLAMDA REKOR KİRDİ.

SİZİN BANKANIZ T.C.ZİRAAT BANKASI YURTDIŞINDA ÇALIŞAN İŞÇİLERİMİZ İÇİN İKRAMİYE ÇEKİLİĞİ DÜZENLEDİ.

Mülki Bir Doğum: 08 Ekim'de 10 kişi doğmuştu.

ANKARA KÜYİ İPİLERİ KÖYLERİNE 24.000.- lira yardımı yapıldı.

SİZİN BANKANIZ ALMANYA'YA İKRAMİYE ÇEKİLİĞİ DÜZENLEDİ.

Dernekler: 15.000.- lira yardım yapıldı.

KİMLERDEN SELAMLAR, SEVGİLER.

Trabzonspor puan topluyor. Genel Kurul Avrupa şampiyona oldu.

halen birçok halkla ilişkiler uzmanı eğitim almamışlardan oluşmaktadır (1988: 41). Hikmet Aksoy da formel bir iletişim eğitiminden geçmemiştir. O sadece, kendisinin belirttiği gibi, mesleğinin hakkını verme gayreti içinde, iletişim kurmanın yollarını araştırarak sezgileriyle yönünü tayin eden, saklı kalmış bir girişimcidir. Gazeteciliği görevden ziyade yaşama biçimi olarak benimsemesi, yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarısında önemli bir rol oynamıştır.

Ziraat Bankası'nın Beşikdüzü Şubesi'nde işlerin yoğun olduğu zaman geçici olarak 2-3 kişi çalışsa da kadrolu olarak 7 kişi çalışmaktadır. İç Hizmet Gazetesi banka içinde başarılı bir iç iletişimi gerçekleştirirken, o dönem yurtdışına çalışmak üzere giden işçilerle iletişim kurmaya bunu

ve güçlendirmeye yönelik bir çalışmaya gereksinim duyulur. 1971 yılının Kasım ayında, bankacı Hikmet Aksoy'un içinde yaşayan gazetecilik aşkının ürünü olan, Sila adlı bülten yayınlanmaya başlar. Sila'nın yayınlanma amacı, yurtdışında bulunan işçilere köylerinden; yakın akraba, eş ve dostlarından haberler ileterek onların Şube'yle olan ilişkilerinin devamlılığını sağlamak, onların gurbetle ilgili yalnızlık duygusunu hafifletmek ve morallerini yükseltmektir.

Ekme Parası İçin Gurbete Düşen İşçiler

XIX. yüzyıl ortalarında Avrupa'da Endüstri Devrimi'nin bir sonucu olarak işbölümü gelişmiştir. Sanayi Devrimi'nin başlaması ile emek dolaşımı serbestisi ortaya çıkmış, kıtalararası bir işçi göçü yaşanmıştır. Merkez ülkeler, işgücü açıklarını çevre ülke işçileri ile kapatmışlardır. Yurtdışına göçlerde en çok işçi alan ülke Federal Almanya'dır. Türkiye'de de yaşanan işsizlik nedeniyle daha iyi koşulları hayal eden kişiler, Almanya'ya göç etmeye başlamıştır. Gerek Türkiye'den gerekse diğer az gelişmiş ülkelere dış ülkelere göç hareketinin temel nedeni ekonomiktir. Devlet Planlama Teşkilatı aracılığı ile sürdürülen bir çalışmada, Türkiye'den dış ülkelere doğru göç hareketlerini belirleyen etkenler genel olarak ekonomik, toplumsal ve kişisel faktörleri içeren başlıklar altında toplanmış, fakat bunlardan "geniş çaplı işsizlik ve çalışma alanında dengesizlik, iç piyasa isteminin yetersizliği ve aykırı tüketim bünyesi, sermaye yetersizliği ve tasarruf eksikliği gibi" ekonomik etkenler ana göç nedenleri olarak belirginleşmiştir (Teber, 1980:81-82). Yurtdışına göçen işçilerin Türkiye'den çıktıkları

coğrafi bölgelere göre 1965-1974 yılları ortalamalarında kökenlerinin; Marmara Bölgesi'nden %30,14, Ege Bölgesinden %15,79, Karadeniz Bölgesinden %16,05, Akdeniz Bölgesinden %8,21, İç Anadolu Bölgesinden, 20,72, Doğu Anadolu Bölgesinden % 6,43, Güneydoğu Anadolu Bölgesinden 2,6 oranlarında olduğu saptanmıştır (Teber, 1980:82). Yurtdışına göç verme oranları dikkate alındığında Karadeniz'in Türkiye genelinde üçüncü sırayı aldığı görülür.

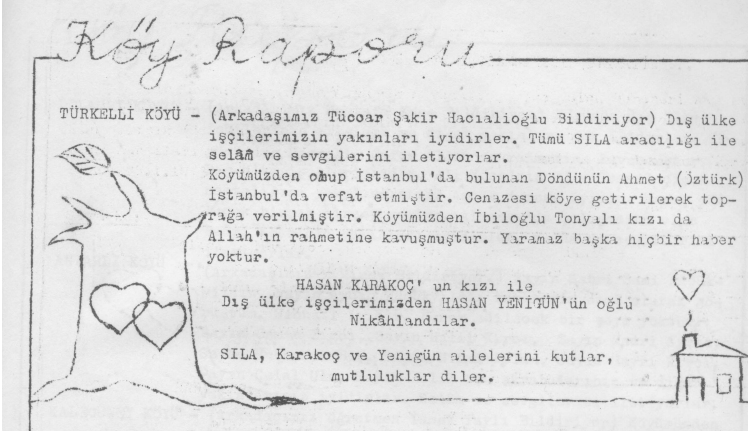
Türkiye'de 1960'lı yılların sonlarına doğru finansal alandaki belirsizlikler nedeniyle, planlı sanayileşme politikası zedelenmiş, dış borç yükü artmış, ithal ikameci politikanın sonuna gelinmiş, içe dönük sanayileşme programı dış ticaret açıkları ve döviz darboğazları nedeniyle tıkanmıştır (Coşar, 1999:66). Döviz darboğazını gidermede uygulanır gözüken en önemli plan, yurtdışında çalışan işçilerin dövizlerini ülkeye çekmektir.

70'li yıllarda döviz sıkıntısı yaşanmakla birlikte sanayileşmenin hız kazanması ve yatırımların artması, bankaları mevduat toplama yarışına sürüklemiştir. Yurtdışındaki Türk işçilerinin kazandıkları dövizleri kendi bankalarına yönlendirmeye çalışmak, bu amaca yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri yapmak bankaların programları arasına katılmıştır. Doğançalı, 1970'lerde bankaların işçilere ulaşmak için plan ve programlar yaptıklarını, tüm bankaların bilhassa Batı Almanya olmak üzere belli şehirlerde temsilcilikler açtıklarını ifade etmektedir. Temsilciliklerde görev yapan, yabancı dil bilen memurlar, bölgelerindeki Türk işçileri ile temasa geçip, onlara bankalarını tanıtmakta ve işçilerin yurda döviz göndermek için hesap açmalarını sağlamakta, işçilerin yurtdışındaki sorunlarını çözmeye yönelik broşürler hazırlayıp dağıtmaktadırlar. Bu bürolarda yapılan araştırmalarla, Türk işçilerine ulaşma çabaları halkla ilişkiler yöntemlerinin iyi örneklerini oluşturmaktadır (1988:127). 1970'lerde bankaların sayısı, 1960'larda planlı kalkınma sürecinde ihtisas bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarının kurulması ile artmıştır. Ancak bankacılık sisteminde banka sayısının çokluğuna karşın oligopolcü bir yapı mevcuttur. "Dört Büyükler" olarak adlandırılabilir Ziraat Bankası, İş Bankası, Yapı ve Kredi Bankası ve Akbank piyasaya egemendir. Bu grup içinde de Ziraat Bankası ve İş Bankası toplam mevduat, hesap sayısı, ticari mevduat, tasarruf mevduatı, toplam kredi, bilanço toplamı, istihdam ve şube sayısı açısından diğer iki bankaya göre yüksek bir paya sahiptir. Hatta İş Bankası Ziraat Bankası ile birlikte bankacılık sisteminde düopolcü bir yapı oluşturmaktadır (Kocabaşoğlu, 2001:398).

Ziraat Bankası özellikle Almanya'da, işçi dövizlerini kendi bankasına çekmek, işçilerle ilişkileri geliştirmek, onların yaşadıkları olası sorunları gidermek için belli merkezlere şubeler açmıştır. Bankaların çalışmaları başarılı olmuş, yurtdışına giden Türk işçilerinin tasarruflarını ülkeye göndermeleri ile 1963 yılında sıfıra yakın olan işçi döviz transferleri, 1970 yılında 273 milyon dolara, 1972'de ise 740 milyon dolara ulaşmıştır (Yenal, 2002; 130-131).

Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nin Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Hizmette Fark Yaratabilmek

Ziraat Bankası'nın, 1971 yılında yayınlanan Sıla adlı bülten yayınlanıncaya kadar yurtdışında çalışan işçilere yönelik basılı bir yayını yoktur. 1970'lerde banka, yurt içinde ayda bir 'Ziraat Bankası' adıyla bir bülten yayınlamaktadır.



Bültenin amacı, bankadan/merkez yönetimden şubelere ve mudilere haberler vermektir. Ancak Hikmet Aksoy'un ifadesine göre, bu bülten uzak şubelere zamanında gönderilmeyip, bayatlamış haberlerden oluştuğu için işlevini yerine getirememektedir. Ziraat Bankası'nın ana yönetiminin iç iletişimini yetersiz bulan ve bankanın Beşikdüzü ilçesindeki mevduatlarını arttırmak isteyen Hikmet Aksoy, işçilere kişisel olarak hitap edecek bir yol arar. Sıla adlı bülteni çıkarma kararı bu düşüncenin sonunda alınır, yönetici ikna edilir. Sıla yayınlanmadan önce Beşikdüzü'nde faaliyet gösteren Ziraat Bankası, döviz alma/bozma işlemlerini gerçekleştirememektedir. Özellikle işçilerin tatil için geldikleri zamanlarda döviz bozdurma işlemini yapamamak hizmette bir eksiklik sayılacağı için, Hikmet Aksoy Genel Müdürlük iznine tabi olmadan döviz alımına başlar. O günkü döviz kurunu Trabzon'da yer alan ana şubeden öğrenen Aksoy, döviz bozdurmak isteyen işçinin dövizini Türk lirası karşılığına çevirmektedir. Bu hizmet onun bir soruşturma geçirmesi ile sonuçlansa da, müfettişler bu işi yürüten kişinin şahsi menfaati olmadığı ve bankanın mevduatında ciddi bir artış sağlandığı için olumlu rapor vermişlerdir. Döviz bozma işlemleri esnasında aynı zamanda işçilerle sohbet eden ve onları bankada ağırlayan Aksoy, sohbet esnasında işçilerin vatandan haber alma sıkıntısı yaşadıkları izlenimini edinir. Sıla yayınlanmadan önce Aksoy, Ziraat Bankası Genel Müdürlüğü'ne bu konuyla ilgili düşüncesini açıklar, bunun için bir teksir makinesinin Şube'ye tahsis edilmesini ister. Daha önce yaptığı *Köy Raporu* gazetesinden örnekler göndererek, biraz da ısrarcı davranarak, istediği teksir makinesinin gönderilmesini sağlar. Bültenin yayına hazırlanması sürecinde Aksoy, önce köy muhtarları ile iletişime geçmiş, Beşikdüzü'ne bağlı köylerden yurtdışına çalışmaya gidenlerin adreslerini almış, yaklaşık bin kadar işçile irtibat kurmuş ve onlara yayınladıkları bültenden

göndermiştir. Sıla'yı ayrıcalıklı kılan, işçilere köylerden tek tek kişiler, köy ahalisi ve köyde yapılan işler hakkında bilgi vermesidir. Sıla, içerdığı habere göre değişiklik gösteren, teksir kağıdıyla çoğaltılmış, 4-6 sayfalık bir bültenidir. Bülten'in birinci sayfasında o aya ait önemli bir bölge olayı ile, Şube tarafından işçilere hitap eden bir yazı bulunmaktadır. Bu yazılar işçilerin emeklilik, gümrüklerde karşılaştıkları sorunlar gibi konulardan oluşmaktadır. İkinci sayfadan itibaren, Köy Raporu adı altında köylerden haberler içeren bölümler yer almaktadır. Köy Raporu bölümü, yurtdışında yaşayan işçiler arasında büyük bir ilgiyle karşılanmıştır. Köy Raporu bölümünde yer alan haberler aşağıda yer alan örnekte görüldüğü gibi, köyde yaşananların anlatılmasını içermektedir:

AĞAÇLI KÖYÜ SUYA KAVUŞUYOR

AĞAÇLI (Arkadaşımız Şakir Hacıoğlu bildiriyor): Köyümüzü içme suyu kavuşturma çabaları devam ediyor. Halen su gözeleri bir araya toplanmış olup, köy içine su kanalları kazılmaya başlanmıştır. Ayrıca köy yolumuzun stabilize dökülmesi için YSE ile anlaşmaya varılmıştır. Köyümüz yolunda çalışan YSE kamyonlarının yakıt ücretleri köycek karşılanmaktadır. Köyümüzden Mehmet Kurt'un oğlu Hasan Kurt, Ahmet Özdemir'in kızı ile evlenmiş, düğün törenleri gayet neş'eli geçmiştir. Köyümüzün sayılan ve sevilen ihtiyarı "Efendinin Pamuk" (Arslan) ani rahatsızlık sonucu vefat etmiştir. 70 yaşındaki Pamuk ninenin vefatı köyde genel üzüntü yaratmıştır. Köyümüzden olup dış ülkelerde çalışan işçilerimizin tümünün aileleri ve yakınları iyidirler (Sıla, 1972:6. Sayı).

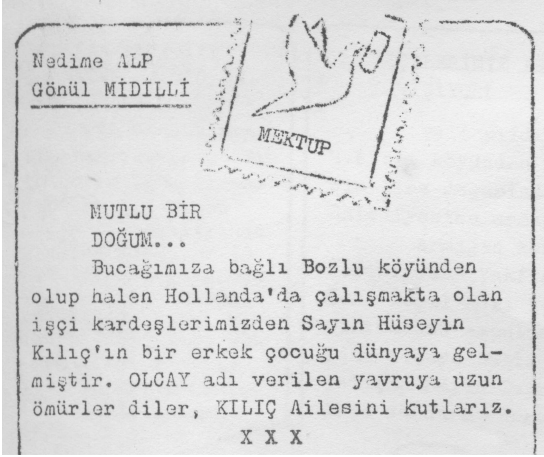
Sıla'nın ilk sayfasında yer alan aşağıdaki yazı, Şube'den işçilere nasıl hitap edilerek, onlarla nasıl iletişim kurulduğunu örnekler. Sıla'nın hedef kitlesini, Beşikdüzü ilçesinin köylerinden çıkıp yurtdışına, özellikle Almanya'ya giden işçiler oluşturduğu için, bu hedef kitleye uygun, yalın bir dil kullanılmıştır:

Sıla'dan Size...

Her ay mektuplarınızla, tebriklerinizle dolup taşan bir masamız var. Sizlerle kurduğumuz sevgi bağlarının, haberleşme bağlarının karşılığıdır bunlar... SİLA'nın sizlere yönelen hizmetleri karşılığında gönderdiğiniz kucak dolusu tebrik mektupları bizim en büyük dayanağımız, gurur vesilemiz olmakta, sizleri gurbet elde yalnız bırakmama çabamıza güç katmaktadır. Sıla'yı çıkarmayı ve sizlere sunmayı yürüttüğümüz bankacılık görevi dışında kutsal bir görev sayıyoruz kendimize... (Mart 1972:4. sayılı bülten)

Sıla'da haber olarak köy düğünleri, nişanlar, yol yapımı, su, elektrik, telefon tesisatlarının kurulması ve okul inşaatları gibi köy kalkınması ile ilgili olaylar, işçilerin dünyaya gelen çocuklarının doğum haberleri yer almaktadır. Haberlerin nasıl elde edildiğini sorduğumuzda Aksoy, "Eğer Almanya'da çalışan bir arkadaşımız bizim bankamıza havale göndermişse biz o kişiye ihbarname çıkarırız. İhbarnameyi bay, bayan kim almışsa bankamıza gelir, havalesini aldıktan sonra çalışan arkadaşlar o kişiyi bana yönlendirirdi. O kişiyi özellikle ağırlyorduk, çay, kahve ısmarlıyorduk, parasını da ödüyordük ama o konuşma sırasında bu

parayla ne yapacağını soruyorduk. Damın kiremitini, sacını alacağız veya evin temelini atmak için ustalara para vereceğiz veya okul başlıyor çocuklara giysi alacağız tarzındaki ifadelerini aldıktan sonra, köyde ne var ne yok, kim öldü kim kaldı, kim evlendi, kim gitti gibi soruları gazetecilikten gelen merakla sorar, bunları ayrı ayrı her köyün bölümüne kaydederdik; bir defterimiz vardı, yazardık, ay sonunda tutup bunları bültene dönüştürürdük" diye soruyu yanıtlamaktadır. Sıla, dönemin iletişim imkanlarının kısıtlı ortamında köylerden yurtdışına çalışmaya giden işçilere haber sağlayan, önemli bir araç görevini görmektedir. Teber Almanya'ya göç etmiş Türkler arasında yaptığı araştırmada, pek çok yurttaşın ömürleri boyunca adlarına yazılmış tek bir mektup almadıklarını söylediklerini belirtmektedir (1980:110). Karadeniz'de bugün bile kadınlar arasında okuma yazma oranı düşüktür. O dönemlerde köylerden yurtdışına haber göndermek çok güçtür, köylerin pekçoğunda telefon bulunmamaktadır. Bu iletişimsizlik ortamında Sıla, büyük bir boşluğu doldurmuştur. Örneğin eşi doğum yapan bir gurbetçi işçi haberi Sıla'dan almıştır. Haberi duyan Aksoy, bahsi geçen işçiye sürpriz yapmak istemiş, ayda bir çıkarılan Sıla'nın periyodu 15 güne indirilmiş ve dergi işçiye postalanmıştır.



Sıla yayınlanmaya devam ederken, yurtdışına çalışmaya giden işçilerin memleketlerindeki sorunları çözmeye yönelik "Sıla Mektup Kulübü" kurulur. Bu kulüp aracılığı ile yurtdışında, özellikle Almanya'da çalışan işçilerin devlet dairelerindeki işleri çözülmekte, Beşikdüzü Lisesi'nde okuyan çocuğunun öğrenim durumu hakkında bilgi verilmekte, silah ruhsatları uzatılmakta ve köye bağlanacak olan telefon hattı için muhtarla işbirliği yapıp işin gidişatı takip edilmekte, hatta bir işçinin ricası

üzerine oğlu için kız istemeye bile gidilmektedir. Aksoy "O dönem arkadaş Almanya'dan gelemedi, biz kız istemeye gittik onun için. Almanya'daydı, şurada şu mahallede, bizden rica etti, siz de bankacı olarak gidin. Bizim bankacı olarak tanıdığımız falan yok ama bankacı olarak kız istemenin bir ağırlıklı yönü var o zamanlar" diyerek bu isteği nasıl yerine getirdiğini anlatmaktadır. Yurtdışındaki bütün işçilere doğum yılınasıra yıl sonunda tebrik kartları ve takvimler, hatta birçok işçinin bölgenin günlerinde onların doğum gününü kutlamak için Beşikdüzü kartları gönderilmektedir. Amaç her an işçilerin yanında olduğunu ve vatanla bağlarının sağlam tutulduğunu göstermektir. İşçiler de bu ilgiyi yanıtsız bırakmamışlar, onlar da bayram ya da yılbaşı gibi zamanlarda kendi çalıştıkları kentlerden bankaya almanaklar, takvimler, kartpostallar göndermişlerdir.

Sıla Mektup Kulübü'nün başarılı bir şekilde işlemesi, farklı projelerin de yolunu açmıştır. "Sıla Fotoğraf Kulübü" bu projelerdendir. Yurtdışında çalışan ve yakınlarının özlemi içinde olan işçilere yönelik düzenlenen bu proje ile yakınlarının en son fotoğraflarını görmek isteyen işçilerden fotoğraf filmi ve mektup gönderme ücreti istenmekte, fotoğrafları çekildikten sonra işçinin adresine gönderilmektedir. Sıla Fotoğraf Kulübü projesinin temelini oluşturan çalışmaya, yine Hikmet Aksoy'un Hürriyet Gazetesi muhabirliği yapması esnasında oluşmuştur. Trabzon'dan haber gönderen Aksoy, haber toplamak için hafta sonları fırsat bulduğunda köylere gezi düzenlemektedir. Bu geziler esnasında okul bahçesinde, cami avlusunda oynayan çocukların fotoğrafını çekerek, kimlerin çocukları olduklarını öğrenip Hürriyet'in Almanya baskısında basılmasını sağlamıştır. Aksoy bu hizmeti "gerçek bir köprü" olarak tanımlamaktadır. Onun fotoğraf çekerek gazeteye gönderip yayınlaması gazetecilik hizmeti olmasına rağmen, hitap ettiği kitle tarafından bankacılık hizmeti gibi algılanmıştır. İlk defa Aksoy'un başlattığı bu girişim daha sonra Türkiye'nin tüm birimlerinden yayınlanan fotoğraflarla zenginleşmiştir.

Halkla ilişkiler uygulamasının duayenlerinden Bernays'ın, halkla ilişkiler uzmanlarına yaptığı öğütlerden bazıları şunlardır:

1. Halkı anlamak için kişisel ilişki kurmak ilk koşuldur. Masa başında oturarak kamuyu ya da ilgilendiğiniz kitleyi anlayamazsınız.

2. Hangi kitle ile uğraşacaksanız onu iyice incelemeli ve anlamaya çalışmalısınız. Kendinizi onların yerine koymaya çaba harcamanız gereklidir.

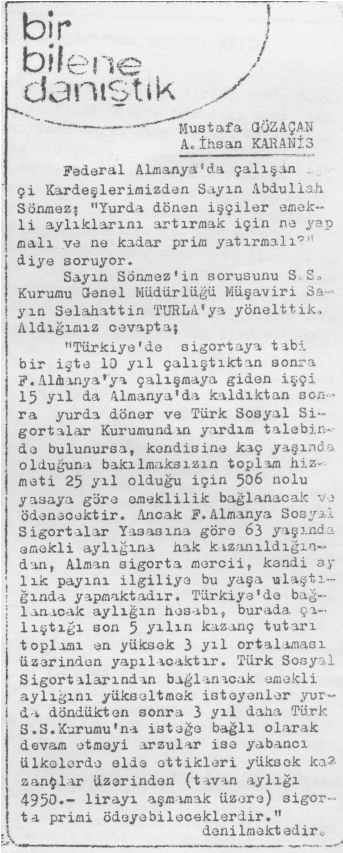
3. Müşterilerinizle ustaca bir ilişki kurunuz. Duyularınızın kararlarınızı etkilemesine izin vermeyiniz.

4. Olanak olduğu sürece kişisel ziyaretleri telefon konuşmalarına yeğ tutunuz (Ertekin, 1983:11).

Sezgisel olarak Aksoy, hedef kitlesini iyi tanımak için onlarla birebir ilişki kurmuş, sorunlarını dinlemiş, onlara çözüm getirmeye çalışmış ve köylere yaptığı ziyaretlerde çektiği işçi yakınlarının fotoğraflarıyla, hedef kitlesine çok çeşitli yollardan ulaşma yolunu bulmuştur. Küçük bir ilçede yer alan küçük bir bankada gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri çok çeşitlidir; Hikmet Aksoy yedek subaylığını öğretmen olarak yaptığı için, bir derste mikroskop kullanımının ne kadar önemli olduğunu bilmektedir. Buna ek olarak köylere yaptığı ziyaretlerde köy okullarında daktilonun ya olmadığını, olduğu durumlarda da çok eskidiği saptamasında bulunur. Bunun üzerine Sıla adlı bülten aracılığı ile Beşikdüzü'ne bağlı köylere dağıtılmak üzere, çalıştığı banka şubesinin önderliğinde "*Her Köy Okuluna Bir Mikroskop ve Bir Daktilo*" kampanyasını başlatır. Yurtdışında yaşayan Ziraat Bankası mudilerine tek tek mektup yazılır. Kampanya, yurtdışında yaşayan Beşikdüzü köylülerince çok yoğun bir ilgiyle karşılanır. Aşağıda yer alan kampanya ile ilgili mektup da bu durumu örnekler:

Sıla Yazı İşleri Kuruluna,

Göndermiş olduğunuz 24 Mayıs 1973 tarihli mektubunuzu aldım, derecesiz memnun oldum, Allah da sizleri memnun etsin. Değerli abilerim mektubunuzda bahsettiğiniz bir adet MİKROSKOP'u (orijinal metinde büyük harfli) ben köylü vatandaş olmam sıfatıyla eksikliğini bilmem lazım iken, sizin bana yazmanız doğrusu beni mahcup duruma düşürürken, benim çocuğumun yetişmesini benden fazla düşünen sizlere ne kadar minnettar olsak azdır. Ozanın DERTİ OLMAYANLAR DERTTEN ANLAMAZ (orijinal metinde büyük harfli) dediği gibi zamanın eğitimleri ile uzak ve yakın hiçbir akrabalığı olmayan bir Ali bu işlerden anlasa anlasa sıfır derecede anlar. Ancak siz değerli Abiler elimizden tutarsa bizler de ileriye doğru adımlarız ebebeyinin (orijinal metinde bu şekilde yer alıyor) çocuğu yürüttüğü gibi. Ben de bu yükün altına giriyorum ve şimdiden bir adet MİKROSKOP'u Kutluca Köyü ilkokulunun demirbaşı sayabilirsiniz. Bir de DAKTİLO almayı düşünüyorum... Ali Yazıcı³



Düzenlenen bu kampanya sonucunda, köylere mikroskopları ve daktiloları, Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nin önünde düzenlenen törenlerle teslim edilmiştir. Bu törenin aynı zamanda yerine getirdiği işlev şudur: Herkesin zihninde Banka'yı sarsılmaz bir yere oturtmak. Günümüzde sosyal sorumluluk kampanyaları kapsamında değerlendirilebilecek bu kampanya da sessiz sedasız tarihe karışmıştır.

Aileleriyle olan iletişimlerini kısmen olsa da Sıla aracılığı ile kuran işçilerin, bankaya olan bağlılığı kuvvetlidir. Öyle ki Sıla'nın başarısını gören İş Bankası yöneticileri de, köy muhtarları aracılığı ile yurtdışında yaşayan Ziraat Bankası'nın mudisi işçilerin adreslerini almış ve onlara kendi bankalarının imkanlarını anlatmışlardır. Buna ek olarak Aksoy'a, Beşikdüzü'nde yeni açılan Akbank Şubesi Müdürlüğü teklif edilmiş, Garanti Bankası ise aynı sistemi kendi şubelerinde kurmak üzere onu transfer etmeye çalışmıştır. Ancak işçiler de Aksoy da Ziraat Bankası'nı bırakmamıştır.

Anayol üzerinde konumlu olan Beşikdüzü Ziraat Bankası, yurtdışından otobüsle ilçeye ulaşan işçilerin ilk uğrak yeridir. Yine Aksoy'un kendi ifadesini aktarırsak "Yurtdışından dönen işçi valizini bize bırakırdı, köye çıkmak için jip bulacaktır, jip

bulması için biz ona yardımcı olurduk. 'Valizlerim burda dursun, benim şurda işlerim var' derlerdi. Çünkü banka da yol üzerindeydi. O zamanlar uçaklar yaygın değil, otobüsle gelir, valizlerini bırakır, biz onu bankanın içine alırız, emanetçi gibi. Dedim çantasını uzatır, 'içinde döviz var bozun' derlerdi. Ne kadar bozacağız, 'bozun ne kadar isterseniz' derlerdi. İşte öyle itimat ve sıcak bir ilişki vardı". Coşar'ın ifadesi de 1970'lerde bankalarda işlerin oldukça kişisel ilişkilere dayalı bir görünüm sergilediğini göstermektedir: Demirbank'ın müdürlerinden Muhal "Nuri Cingilloğlu'na 'Şu kişinin kredi talebi var' dediğimde, kredinin şartları nedir, ne getirir, ne götürür? diye sorardı. Şartları söyler 'ipotek alacağım efendim' derdim. Boş ver ipoteği adam nasıl? derdi. Yani ben ipotek alıp, bu krediyi ödersem bunu tahsil için satışı mı çıkacağız derdi. Krediyi alan kişinin güvenilir olması ve yaşantısı önemliydi, bu nedenle şube müdürleri müşterileri daha yakından tanımaya çalışırlardı (Coşar, 1999:63).

Aksoy Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi Müdür Yardımcısı olarak, müşterilerini tanımayı bir sanata çevirmiş, onlarla iletişimi zamanın koşullarının en üst düzeyine çıkarmıştır. İşçiler de gerek mektuplarla, gerekse yurdu ziyaretleri esnasında Sıla aracılığı ile kurulan iletişimi geri bildirimler bırakmamışlardır. Mektuplarla sorunlarını iletmış, çözüm yolları bulunması isteklerini açıklamış ve bu sorunları çözülmüştür. Ertekin'in de ifadesinde belirttiği gibi halkla ilişkilerde çift yönlü iletişimin gerçekleştirilmesi bunun için en uygun düzeyde bir geri bildirim alınması gerekmektedir. Geri bildirim alınması için uygun haberleşme olanaklarının sağlanması çok önemlidir çünkü halkla ilişkiler uzmanları genellikle geri bildirim çok az olduğu durumlarda çalışmaktadır (Ertekin, 1983:41). Yukarıda ele alınan halkla ilişkiler faaliyetinde geri bildirim aracı olarak, zamanının en ekonomik ve en uygun yolu mektup seçilmiştir.

Tek kişilik bir ordu gibi çalışarak Sıla adlı bülteni çıkaran Aksoy, her ne kadar bunun takım çalışmasının ürünü olduğunu ifade etse de bültene ilişkin tüm çalışmaları; işçilerin köylerinden elde edilecek haberlerin toplanması, bülten için yazılması, bültenin yayınlanacağı ayın önemli olaylarının saptanması, bültenin haberlerini süsleyen karikatürlerin çizilmesi, işçilerin Banka'ya yönelik ilgilerinin artmasını sağlayacak kampanyalar düzenlenmesi işlerini tek başına mesai saatlerinin dışında, işyerinde kalarak halletmekte, sadece bültenin teksir makinesinde basılması ve gönderilmesi konularında çalışma arkadaşlarından yardım almaktadır.

Yurt adı verilen barınaklarda yaşayan, ailelerinden uzak ve özlem içindeki işçiler, kendi adlarına aldıkları bu bültenle birlikte bankanın mevduatlarında önemli artışlara neden olmuşlardır. Batı Avrupa ülkelerindeki işçilerin pek çoğu, bir gün yurda dönme umidini taşıdığı, bu ümide sıkı sıkıya bağlı olduğu için, azami tasarruf yapma eğilimindedir. Çöloğlu'nun ifadesine göre, Türkiye'de az tüketmeye alışan işçinin marjinal tüketim eğilimi, gelir artışı karşısında beklen-
diğinden daha düşüktür. Bu sebeple, Avrupa'daki yabancı işçiler arasında Türk işçisi, tasarruf eğilimi en yüksek işçi durumundadır. Türk işçileri gelirlerinin

ortalama %45-47,5'ini tasarruf etme eğilimindedir (1984:17). Yurtdışındaki Türk işçilerinin yasal yollarla Türkiye'ye gönderdikleri döviz ve efektiflerin, Türkiye'nin dış ödemeler dengesi üzerindeki etkisi sürekli olmuştur. Özellikle 1973-1974 döneminde işçi dövizleri ödemeler dengesi üzerinde önemli rol oynamış ve toplam ihraç gelirlerinin %93'ünü teşkil ederek, toplam ithalat gelirlerinin %56'sını karşılamıştır (Çöloğlu, 1984:37). Türkiye'ye gelen işçi dövizlerinin hemen hemen tamamı, 1971 yılına kadar tüketim harcamalarına gitmiştir. Zaten kısıtlı ekonomik koşulların sonucu başvurulana göçle birlikte, pek çoğu "yedek vatan" (Teber, 1980:104) Almanya'da çalışan işçilerin gönderdikleri paralar, ailelerinin refah düzeyini yükseltmiştir. Ancak bu para akışı, "cari talepte yarattığı artış dolayısıyla enflasyonu körüklemiştir. Bu arada, Türkiye'deki toplumun tüketim kalıpları dolaylı olarak değişmiş ve ülke içinde lüks mallar üretimi ve tüketimi artmıştır. Ayrıca Türkiye bankalarına tasarruf amacıyla gelen dövizler de yatırımlara dönüştürülemediğinden kısa zamanda enflasyon hızı içinde erimmiştir" (Çöloğlu, 1984:23). İşçilerin gönderdikleri paralar bir plan dahilinde yeniden değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Aksoy da bu durumun eksikliğine vurguda bulunmaktadır: "O zamanlar devlet, hükümeti yönetenler, Çalışma Bakanlığı işçilere; bakın ben sizi çalışmak üzere Almanya'ya gönderiyorum, maaşınızdan şu kadar yatırım, yatırım fonuna yatıracamız, şuraya hastane yapacağız, şuraya üniversite kuracağız deselerdi. Kendi başlarına bıraktılar".

Türk işçileri tasarruflarını; %46 oranında konut, inşaat, %23 oranında işyeri kuruluşu, %6 aile işletmelerine iştirak, %10 oranında arazi tarla alımı, %2 tarım araçları alımı, %5 oranında kamyon- otobüs-özel araç alımı, %4 eğitim, %1 hisse senedi tahvil alımında değerlendirmişlerdir (Çöloğlu, 1984:37). İşçilerin büyük oranda konut alımı/yapımı gibi alanlara kaymasıyla kentlerin dokusunun bozulduğunu, bozulmanın bu süreçle hızlandığını belirten Aksoy, "bizim Karadeniz'deki aile yapısı itibarı ile her aile kendi evini ayrı ayrı kurmak ister. Güç durumdaki insanlar aileleri ile yaşıyor. Almanya'ya gidenler, böyle bir imkana kavuşanlar öncelikle çoluğunu çocuğunu okutmak için getirdikleri dövizleri, paraları kent merkezlerindeki evleri kurmaya yönelttiler ki kentsel sorunlar, altyapı sorunları, sosyolojik, ekonomik sorunlar başladı. İşte İstanbul megaköy oldu, Ankara megaköy oldu, Trabzon megaköy oldu" diyerek düşüncesini tüm açıklığı ile ortaya koymaktadır.

Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nde Yapılan Faaliyetlerin Halkla İlişkiler Kampanyası Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Hikmet Aksoy öncülüğünde, Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nde, yurtdışında çalışan işçilere yönelik olarak sürdürülen halkla ilişkiler kampanyasının temel amacı, işçi dövizlerinin Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'ne yönlendirilmesidir. Ancak bu yönlendirme yapılırken, işçilerin gerek yurtdışı gerekse yurt içinde yaşadıkları bazı sorunların giderilmesi hedeflenmiş, yapılan uygulamaların adının halkla ilişkiler faaliyeti olup olmadığı olgusu üzerinde durulmamıştır. Ancak yapılanların bir halkla ilişkiler kampanyası sayılıp sayılmayacağı konusunu

tartışmaya açmamız gerekirse, aşağıda yer alan belli kıstasları, yapılan uygulamalar açısından değerlendirmeye tabi tutmamız mümkündür.

Bir halkla ilişkiler kampanyası klasik olarak dört adımda tasarlanır (Okay ve Okay, 2001:241):

1. Araştırma
2. Planlama
3. Uygulama
4. Kontrol

Araştırma, halkla ilişkilerin uygulama sürecinde en önemli adımdır ve sorunu saptayarak bilgi toplamayı içerir. Araştırma kişisel teması içeren informal tarzda da gerçekleştirilebilir, ya da araştırma şirketlerine yaptırılarak formal bir şekil alabilir (Balta-Peltekoğlu, 2001:150). Hikmet Aksoy, Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'ne gelen gurbetçi işçilerin aileleri ve memleketleri ile olan iletişim problemlerinin varlığını saptayarak, bu sorunu bankayı aracı kılarak çözmek için araştırmalarda bulunmuştur. Bunun için yapılan plan dahilinde, köy muhtarları ile iletişime geçmiş ve tüm Beşikdüzü köylerinde çalışan işçilerin yurtdışındaki adreslerine ulaşmıştır. Araştırmada elde edilen veriler kişisel temasa dayanmaktadır. Bülten yayınlandıktan sonra, işçilerden gelen mektuplar da araştırmaya katkıda bulunmuştur. İşçiler mektuplarında hoşnutluklarını, talep ettikleri bilgiyi belirttikleri için, hedef kitlenin ihtiyaçlarının saptanması ve bu yönde çözümler üretilmesi mümkün olmuş; zaman zaman işçilerin köylerine telefon bağlanması, elektrik ve su tesisatlarının döşenmesi gibi sorunların çözümünde Banka yardımcı olmuş ya da gönderilen bültenlerde köylerde yapılmakta olan işlerden işçiler haberdar edilerek onları bilgilendirilmiştir.

Planlama, bugünden gelecekte nereye ulaşmak istendiğinin, nelerin gerçekleştirmek istendiğinin kararlaştırılmasıdır (Okay ve Okay, 2001:256). Planlama aşamasında kurumsal iletişim hedeflerinin de ne olduğu göz önünde bulundurularak, hangi kişi veya hedef gruplarına hangi içeriklerin, hangi faaliyetler çerçevesinde ve hangi medya üzerinden iletileceği sorularının yanıtları değerlendirilir (Okay ve Okay, 2001:261). Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nde gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetinin hedef kitlesi, yurtdışında çalışan işçiler ile onların Türkiye'de kalan yakınlarıdır. 1970'lerin iletişim kısıtlılığında, her iki tarafta birbirinden haber alma ihtiyacı içindedir. Bu ihtiyacı en uygun biçimde Banka'nın aracı olduğu sistem içinde gidermek için bülten kullanılması ucuz, kitlesel bir araç olarak belirlemiştir. Daha sonra farklı gazetelerde⁴ Sıla adlı bültenin yayınlanma amaçları anlatılarak kampanyadan geniş kitleler haberdar edilmiştir.

⁴ Örneğin Erzurum'da yayınlanan 24 Mayıs 1974 tarihli "Doğu" Gazetesi'nde "Yurtdışında Çalışan Beşikdüzü'lü İşçiler T.C. Ziraat Bankası Aracılığıyla Köy Okullarına Armağan Gönderdiler" başlığıyla bir haber yayınlanmıştır. Aynı haber, günlük "Kars" Gazetesi'nde 3 Haziran 1974'te, 25 Mayıs 1974 tarihli "Siirt" Gazetesi'nde yer almıştır. Trabzon'un ilçelerinden Vakfıkebir'de yayınlanan "Son" Gazetesi'nde de "Beşikdüzü'de Bir Banka Dış Ülke İşçilerine Bülten Gönderiyor: Hiçbir Kuruluşun Yapmadığını Küçük Bir Şube Yapıyor" başlıklı 17.11.1972 tarihinde bir haber yayınlanmıştır.

Uygulama aşamasında başarılı olabilmek için kaynak, mesaj ve alıcıdan oluşan üç temel unsurun her birinde etkili olmak gerekir. Kaynak konu hakkında yeterince bilgi sahibi olmalı, alıcının gözünde güvenilir olmalı, gönderen mesajı alıcının anlayacağı şekilde kodlamalı, mesajı alıcıya ulaştırabilecek kanalları seçilmeli, hedef kitleye ulaşabilmesi için mesaj alıcının dikkatini çekecek şekilde tasarlanmalıdır (Balta-Peltekoğlu, 2001:158). Ele aldığımız halkla ilişkiler faaliyetinin uygulama aşamasında, kaynak durumunda olan Ziraat Bankası, Beşikdüzü Şubesi, hedef kitlesi olan yurtdışında yaşayan işçilerin memleketlerinde kalan yakınları ile iletişim problemini ortaya çıkarmıştır. Sıla aracılığıyla düzenlenen "Sıla Mektup Kulübü", "Sıla Fotoğraf Kulübü" ve "Her Köye Bir Mikroskop ve Daktilo" kampanyaları ile işçilerle ilişkide devamlılık sağlanmıştır. Sonuç olarak Banka, işçilerin tasarruflarını kendine çekme amacına ulaşmıştır.

Okay ve Okay değerlendirme aşamasının, etki kontrolü için yeterince bütçe sağlanamaması, başarı analizi için yeterince zamanın olmayışı, başarı kontrolü için belirsizlik ve güvensizliğin hakim oluşu ve böyle bir girişime duyulan gereklilikten şüpheye düşme gibi nedenlerle ihmal edildiğini belirtmektedirler (2001:279). Ele aldığımız örnek halkla ilişkiler çalışmasının değerlendirme aşamasında, bir bankanın temel amaçlarından biri olan mevduat toplama yarışmasında, Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesinin hedefine ulaşmış olduğunu görürüz.

Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nin iletişim faaliyetlerini değerlendirmek gerekirse; kuruluşların, hedef kitlesi ile amaçları, değerleri ve davranışlarına göre tarihsel süreç içinde; tanıtım, kamuoyunu bilgilendirme, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik model olarak dört ayrı iletişim biçimini kullandıklarını saptarız (Balta-Peltekoğlu, 2001:95-7). Tanıtım modelinde, halkla ilişkiler uygulamaları propagandayla benzerlik taşır, iletişim kuruluştan hedefe tek yönlüdür ve ikna amacı taşır. Kamuoyu bilgilendirme modelinde ise, kuruluştan hedefe tek yönlü bilgi akışı sözkonusudur; iletilen mesajlarda her zaman ikna etme amacı yoktur. İki yönlü asimetrik modelde organizasyon ve hedef kitlesi arasındaki iletişim iki yönlüdür ancak halkla ilişkiler biriminin uygulamalarına göre kuruluşun politikasını değiştirmesi söz konusu değildir. İki yönlü asimetrik modelde ise, iletişim diyaloga dayanır, yönetim hedef kitlesinden aldığı geri bildirimleri, yönetim politikalarını oluştururken kullanır.

Hikmet Aksoy öncülüğünde yürütülen Beşikdüzü Ziraat Bankası Şubesi'nin halkla ilişkiler faaliyetleri, iki yönlü asimetrik modele uygunluk göstermektedir. Buna göre, banka şubesinden hedef kitlesi olan, yurtdışında çalışan işçilere gerekli duyurular yapılmakta, onlardan gelen talepler doğrultusunda şubenin yönetim politikaları yeniden yapılanmaktadır. Yapılan yeni politika gereği, işçilerin döviz bozdurma talepleri Genel Müdürlük emirleri dışında uygulamaya konmuştur; amaç hedef kitlenin ihtiyaçlarının yerine getirilmesidir. Buna ek olarak, ailelerinden haber alamadıkları için huzursuz olduklarını ifade eden işçilerin bu sorunları, bankanın yayınladığı bülten ile kısmen çözülmüştür. İşçilerin talepleri

yerine getirildikçe, bankanın mevduatlarında önemli bir artış yaşanmış, Banka'nın karşılıklı olarak mudilerini dikkate alması, sorunlarına duyarlı davranması her iki tarafın da lehine sonuçlanmıştır. Bu uygulamadan, bir kuruluşun örgütsel amaçlarının gerçekleşmesi açısından ilişkili olduğu halk kesimi üzerinde olumlu izlenim bırakmasının önemi açıkça görülebilir.

Sonuç

Halkla ilişkilerin halkı, toplumu ve giderek toplumu birbirine bağlayacak bir bağ kurma yönünü vurgulamak için; karşılıklı anlayış ve sempati yaratma, lehte tutum meydana getirme ve sürdürülmesini sağlama gibi birçok terim kullanılmıştır (Ertekin, 1983:71). Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nde yurtdışında çalışan işçiler ve onların Türkiye'de yaşayan yakınlarının hedef alındığı halkla ilişkiler faaliyetinde, karşılıklı anlayış ve sempati yaratılarak hedef kitlenin kuruma bağlılığının sağlandığı açıkça görülmektedir. Türkiye'de halkla ilişkiler kamu kuruluşlarındaki uygulamalarla başlamış olsa da kamu kuruluşlarında uygulanan halkla ilişkilerin çağdaş bir görünümde olmadığı söylenebilir. Bu durumu Kazancı; konunun gerektiği gibi anlaşılmasına ve yönetimler için gereksiz bir çalışma olarak görülmesine, kamu yönetiminin çok daha önemli ve yaşamsal sorunlarla uğraşmak zorunda kaldığı için halkla ilişkiler konusunda isteksiz olmasına bağlamaktadır (akt. Okay ve Okay, 2001:27). Gerek kamu gerekse özel bankaların, günümüzdeki halkla ilişki kurma çabalarını yetersiz bulan Hikmet Aksoy, "Şimdi bir mudinin 10 bankası var. Onlardan biri çok dikkatli çalışırsa, inan onu fetheder" diyerek bankaların verdikleri hizmetlerde, farklılık yaratmakta yetersiz olduklarını vurgulamaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetinin günümüzde kazandığı anlam 1970'li yıllarda hakim olan anlayıştan farklılık gösterir. Günümüz dünyası, rekabetin hız kazandığı, benzer hizmetler yürüten işletmeler için küçük farklılıkların, olumlu büyük sonuçlar yaratabildiği, marka olmak ve onu korumanın ancak güçlü bir halkla ilişkiler faaliyeti ile desteklenirse başarılı olabileceği bir dönemdir. Hikmet Aksoy 1970'lerin kısıtlı imkanlarını kendi gazetecilik aşkı ile birleştirerek bugün halkla ilişkiler faaliyetinin temel kuralları olarak saptanan faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Aslında halkla ilişkiler tarihi gözden geçirildiği zaman, halkla ilişkiler adına ortaya çıkan sonuçların, uygulamalardan elde edilen deneyimlere dayanılarak oluşturulduğunu görürüz. Halkla ilişkiler konusunda ilk uygulamacılardan biri kabul edilen Edward Bernays'ın bu faaliyeti kurumsallaştırma çabalarında başvurduğu en önemli kaynaklardan birisi, bizzat kendi yaşadığı deneyimlerdir. Tüm halkla ilişkiler faaliyetlerinin temeli, iletişim problemlerinin, tarafların birbirini anlama kapasitelerinin artırılması yönünde işler. Makalemizin konusunu oluşturan, Hikmet Aksoy'un Ziraat Bankası Beşikdüzü Şubesi'nde gerçekleştirdiği faaliyetler de yurt dışında çalışan işçiler ve Banka arasındaki iletişim akışını kolaylaştırmak yönünde olmuştur. Biz bugünkü değerlendirmemizle, bu faaliyetlerin başarılı bir halkla ilişkiler faaliyeti olduğu saptamasında bulunuyoruz. Saptamamızı yaparken asıl amacımız, tarihe bir şerh düşmek: Biliyoruz ki sadece kayıtlı olan, yazıya dökülen yaşanmış sayılır.

Kaynakça

ASNA, Alaattin (1988), "Halkla İlişkilerin Türkiye'de Benimsenmesi" *Halkla İlişkiler Sempozyumu 87*, Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, ss. 27-34.

BALTA PETEKOĞLU, Filiz (2001), *Halkla İlişkiler Nedir*, İstanbul, Beta.

COŞAR, Nevin (1999). *Geçmişten Geleceğe Demirbank*, Tarih Vakfı Kurum Tarihi Projesi, İstanbul, Demirbank.

ÇÖLOĞLU, Halit (1984), *Yurtdışındaki Türk İşçileri ve Tasarrufları*, Ankara, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları.

DOĞANCALI, Kemal (1988), "Bankacılıkta Halkla İlişkiler Uygulamaları", *Halkla İlişkiler Sempozyumu 87*, Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, ss. 125-130.

ERTEKİN, Yücel (1983), *Halkla İlişkiler*, Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.

ERTEKİN, Yücel (1988), "Halkla İlişkiler ve Meslekleşme Olgusu" *Halkla İlişkiler Sempozyumu 87*, Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, ss. 135-46.

GÖKDERE, Ahmet (1978), *Yabancı Ülkelere İşgücü Akımı ve Türk Ekonomisi Üzerindeki Etkileri*, Ankara, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

KAZANCI, Metin (2000), *Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, Ankara.

KAZANCI, Metin (2002), *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*, 4. Basım, Ankara, Turhan Kitabevi.

KOCABAŞOĞLU, Uygur (2001), *Türkiye İş Bankası Tarihi*, Tarih Vakfı Kurum Tarihi Projesi, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

MARDİN, Betül (1988), "Halkla İlişkilerin ABD'de Gelişimi ve Avrupa'ya Girişi" *Halkla İlişkiler Sempozyumu 87*, Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, ss.21-26.

OKAY, Ayla ve OKAY Aydemir (2002), *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul, Der Yayınları.

RONENBERG F. ve M. Rühl (1992), *Theorie der Public Relations Ein Entwurf*. Opladen, Westdeutsher Verlag.

TEBER, Serol (1980), *İşçi Göçü ve Davranış Bozuklukları*, İstanbul, Konuk Yayınları.

Toplumsal Tarih Dergisi, Şubat 2006.

TORTOP, Nuri (1986), *Halkla İlişkiler*, Ankara, İlksan Matbaası.

TURAN, Kadir (1997), *Almanya'da Türk Olmak*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları.

USLU, Salim ve CASSINA, Giacomina (1999), *Türkiye'den Avrupa'ya Göç*, Ankara, Hak-İş İşçi Konfederasyonu.

YALÇINDAĞ, Selçuk (1988), "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler" *Halkla İlişkiler Sempozyumu 87*, Ankara:A.Ü. Siyasal Bilgiler ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, ss. 55-84.

YENAL, Oktay (2002), *Cumhuriyet'in İktisat Tarihi*, İstanbul, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.

YETKİN, Sabri ve Erkan Serçe (2000), *İzmir Esnaf ve Ahali Bankası'ndan Egebank'a (1928-2000)*, Tarih Vakfı Kurum Tarihi Projesi, İstanbul, Egebank.