

Bir Üniversitenin Kurumsal Haberciliğinde Olumsuz Etmenler: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Örneği

Abdi Erkal.¹

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, (Türkiye)

e-mail: abdi.erkal@dpu.edu.tr

Öz

Bu çalışmada Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal haberlerini hazırlayan üniversitenin Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin, yayımladığı içeriklerde somut bir standarda ulaşamamasının nedenlerinin belirlenmesi ve bu sorunların nasıl aşılabileceğinin gösterilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yerinde gözlem tekniği kullanılmış ve veriler yazarın müşavirlik çalışması olmasından hareketle kaydedilerek değerlendirilmiştir. Bu verilere göre, haberin müşavirliğe ulaşmasından, hazırlanıp dağıtılmasına kadar her aşamada kurumsal haberciliğe zarar veren sorunlar belirlenmiştir. Elde edilen verilerden hareketle, üniversitenin kurumsal habercilik alanında yaşadığı sorunların temelinde ise üniversitede kurumsal iletişim konusunda farkındalık sağlayacak bir altyapının olmayışı, bunun da kurumsal habercilik beklentisini doğurmaması ve en sonunda kurumsal haberciliğin temel alabileceği kurumsal kimlik standartlarının oluşturulmamasının olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sözü edilen sorunun çözümü için Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal haberciliğini belirli standartlara bağlamayı hedefleyen bir kurumsal kimlik çalışmasının başlatması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: İletişim Araştırmaları, Kitle İletişimi, Kurumsal İletişim, Kurumsal Kimlik, Kurum Haberciliği.

Negative Factors in Corporate Reporting of a University: Kütahya Dumlupınar University Sample

Abstract

In this study, it was aimed to determine the reasons why the Press and Public Relations Consultancy of the Kütahya Dumlupınar University, which prepared the corporate news of university, could not reach a concrete standard in its contents and to show how these problems can be overcome. In the study, on-site observation technique was used and the data were obtained thanks to the author's being a consultancy employee. According to these data, it has been determined that the problems that harm to corporate reporting are experienced during the acquisition, preparation and distribution of texts. Based on the data obtained, the problems of the university in corporate reporting are as follows: The lack of an infrastructure that will provide awareness about corporate communication in the institution; As a result, it does not raise the expectation of corporate reporting. Finally, the corporate identity standards that will be the basis for corporate reporting have not been determined. It was concluded that Kütahya Dumlupınar University should initiate a corporate identity study targeting corporate reporting based on certain standards in order to solve the aforementioned problem.

Keywords: Communication Studies, Mass Communication, Corporate Communication, Corporate Identity, Corporate Reporting.

Giriş

İnsanlar kendilerine has özellikleriyle diğer insanlardan ayrıldıkları gibi, başka insanları da bu özellikler üzerinden tanımlarlar. Toplumsal alanda bir insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirtilerin tümü olarak da açıklanabilecek kimlik kavramı da insanların birbirinden farklı özelliklerinin her insana özgü biçimde tanımlandığı kavram olarak öne çıkmaktadır. Tüm insanlar oluşturdukları kimlikle toplumda yer alırlar ve ilişkilerini oluşturdukları kimlikleri üzerinden kurarlar.

Kimliği, halkla ilişkiler alanında ele aldığımızda kavramın kapsamına göre bireysel, kolektif ve kurumsal kimlik olmak üzere üç başlığın öne çıktığı söylenebilecektir (Okay, 2008, s. 35). Olins, kurum kimliğinin bir kurumun kim olduğu, ne yaptığı ve nasıl yaptığı olmak üzere üç noktayı yansıttığını ifade etmiştir (1990, s. 108). Okay ise kurum kimliğinin, çoğunlukla kurumun logosu ve renklerini belirlemekten ibaret sanıldığını vurgulamaktadır. Ancak bunlar kurum kimliğinin unsurlarından kurumsal tasarımın sadece bir yönüdür. Kurumsal kimlik kavramı, bir kurumun felsefesini, kurumsal tasarımını, iletişimini ve davranışını kapsayan tüm bunların birbiriyle etkileşim içinde olduğu ve kurumlar için yaşamsal öneme sahip bir kavramdır (Okay, 2008, s. 39). Kurumlar, çalışanlarla bütünleşmelerini sağlamak, aynı çalışma alanındaki diğer kurumlardan ayırmak için kurumsal kimlik oluşturma ve bu kimliği tanıtma ve sürekli hatırlatma gereksinimi duyarlar. Tüm bu kurumsal kimliğin kişilerde yarattığı düşünceler de kurumsal imaj olarak tanımlanmaktadır. Tam bu noktada kurumsal kimliğe ve kurumsal imaja etki eden unsurlardan birisi de kurumun topluma bilgi verme amacını gerçekleştirdiği kurumsal haberlerdir.

Günümüzde insanların temel bilgi kaynağı konumuna gelen medya ortamı, kurumlar için de hedef kitlelerine en kısa, kolay ve etkili yoldan ulaşmak için temel kurumsal iletişim yöntemidir. Ancak medya ortamının getirdiği kolaylığın tüm kurumlar tarafından kullanılabilir olması her kurumun çok sayıda kurumsal haber üretmesini sağlamaktadır. Ancak üretilen yüzlerce kurumsal haberden sadece birkaçı ulusal düzeyde yayın yapan kuruluşlar tarafından duyurulmaktadır. Bu nedenle kurumsal haberciliğin yürütülmesinde görev alacak kişilerin uzmanlık düzeyleri kurumsal iletişimi ve kurum kimliğine doğrudan etki etmektedir.

Kurumsal haberler sayesinde topluma o kurumun görüşleri ve kurumda yürütülen çalışmalar ayrıntılı bilgiler verilir. Ayrıca bu haberler, hem ulusal medya organları hem de içinde bulunulan toplumun üyeleri için birinci kaynaklar arasında yer alır. Bu nedenle kurumsal haberlere konu olan bilginin derlenmesinden haberin oluşturulmasına kadarki aşamada haber kaynakları ve haberi yayımlayanlar önemli rol oynar. Bu çalışmada bir üniversitenin kurumsal haberlerine ve bu haberlerin yayımlanması sürecinde yaşanan sorunlara değinilecektir. Genel olarak bir üniversitenin vermesi beklenen haberler, o üniversitede yürütülen projeler, akademisyenler ve öğrenciler tarafından ortaya konan çalışmalar ve buluşlar ve bilimsel çalışmaların yanında gerçekleştirilen sosyal etkinlikler olarak sıralanabilir. Bununla beraber protokol üyelerinin üniversite ziyaretleri, üniversite yöneticilerinin resmi ziyaretleri ile yılın belirli gün ve haftalarında yayımlanan resmi açıklamalar da üniversitelerin yayımladığı haberler arasında görülebilmektedir. Bu haberlerin tamamı üniversitenin birinci kaynak olduğu kurumsal haberlerdir.

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal haberleri üzerinden bir üniversitenin kurumsal haberciliğine etki eden olumsuz etmenlerin ve bunların etkisinin azaltılması için izlenmesi önerilen yöntemlerin ele alınacağı bu çalışmanın verileri, üniversitenin Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinde üç yıl boyunca görev yapan yazarın uyguladığı yerinde gözlem tekniği üzerinden kaydedilerek elde edilmiştir.

1. Kütahya Dumlupınar Üniversitesine genel bir bakış

Çalışmaya konu edilen Kütahya Dumlupınar Üniversitesi (DPÜ), 11 Temmuz 1992 günü yürürlüğe giren Türkiye’de 23 üniversitenin kurulmasını öngören kanunla kurulmuştur. Üniversitenin akademik kurumları, o güne kadar Anadolu Üniversitesine bağlı ve Kütahya’da bulunan bir fakülte ve bir meslek yüksekokuluna ek olarak, -biri Bilecik’te olmak üzere- dört fakülte ve iki enstitünün kurulup tüm bu birimlerin Dumlupınar Üniversitesi Rektörlüğüne bağlanmasıyla oluşturulmuştur. Üniversitenin akademik yapısına 1993 yılından sonra -bir kısmı Bilecik’te olmak üzere- çeşitli akademik birimler eklenmiştir. Üniversite, kanunlarla yapılan düzenlemelerle 2006 yılında Bilecik’te bulunan akademik birimlerini Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesine, 2018 yılında da sağlık alanında eğitim veren akademik birimlerini Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesine devretmiştir. 2018 yılındaki düzenlemede üniversite adının başına ilin adı eklenmiş ve kurum Kütahya Dumlupınar Üniversitesi adını almıştır. Bu değişikliğe gerekçe olarak toplumun genelinde Dumlupınar Üniversitesinin Kütahya’da olduğunun bilinmemesi gösterilmiştir (Hürriyet, 2017).

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Mayıs 2021 dönemi esas alındığında 11 fakülte, 1 enstitü, 1 yüksekokul ve 14 meslek yüksekokulunda eğitim vermektedir. Üniversitenin Rektörlüğe bağlı üç bölümü ve 26 araştırma merkezi bulunmaktadır. Tüm bu akademik yapının büyük kısmı Kütahya il merkezindeki iki yerleşkede toplanmış olsa da, Simav ve Tavşanlı ilçelerindeki yerleşkelerinde birer fakülte ve meslek yüksekokulu olan üniversitenin Kütahya'nın Aslanapa dışındaki 9 ilçesinde meslek yüksekokulları bulunmaktadır.

Üniversitenin Personel Daire Başkanlığının Mart 2021 verisine göre, üniversitede akademik, idari, sözleşmeli/geçici ve işçi sınıflarında olmak üzere toplam 2 bin 77 personeli bulunmaktadır. YÖK'ün güncel veri sunan istatistik sitesine göre Akademik personeller bu grup içinde 983 kişiyle en kalabalık grubu oluşturmaktadır. Öte yandan YÖK'ün 2019-2020 istatistiklerine göre 42 bin 851 öğrenciye sahip olan üniversite bu alanda 207 yükseköğretim kurumu arasında 24. sıradadır ve bu alanda Türkiye'nin büyük üniversiteleri arasında gösterilebilir.

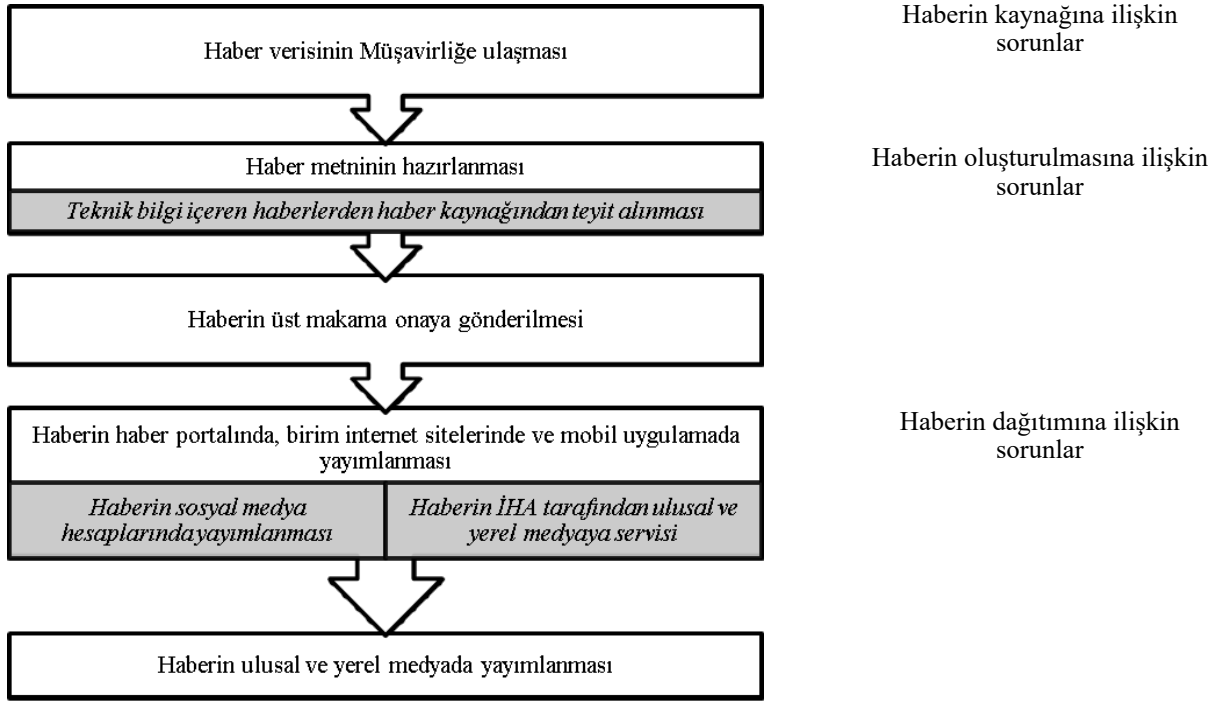
Bu veriler, Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde yürütülecek kurumsal habercilik etkinliklerinin etki alanı ve bu etkinliğe katkıda bulunabilecek kişilerin sayısı açısından temel bilgileri sunmaktadır. Buradan hareketle Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde kurumsal haber etkinliklerini sürdürebilmenin önünde üniversitenin geniş kurumsal yapısı, merkez yerleşke ile ilçeler arasındaki uzaklık ve buna ek olarak kalabalık bir öğrenci ve personel grubunun varlığı gibi bir takım doğal sorunlar bulunduğu kanıtıdır. Üniversitenin toplumla en somut ve doğrudan ilişki kuran Tıp, Diş Hekimliği gibi sağlık alanındaki fakültelerini ve burada çalışan öğrenci ve personellerini 2018 yılında Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesine devretmesi de kurumsal habercilik ve daha da önemlisi kurumsal kimlik açısından farklı bir doğal sorun olarak görülmelidir.

2. Üniversitenin kurumsal haberlerinin yayımlanma süreci

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal haberleri, Üniversite rektörlüğünün genel sekreterliğine bağlı olan Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği tarafından yürütülmektedir. Müşavirliğin kuruluşuyla ilgili kesin bir tarihe ulaşılamamakla birlikte müşavirliğin arşivindeki belge, fotoğraf ve mühürlerin tarihlerine bakıldığında kuruluşunun, üniversitenin kuruluşuna kadar uzandığı görülmüştür. Müşavirliğe ait ağ sayfasına bakıldığında bu birimlerin görevleri, üniversitenin haber içeriklerini, eğitim, araştırma ve etkinliklere ilişkin duyurularını üretmek ve yayımlamak, resmî internet ve sosyal medya sayfalarıyla ve kuruma iletilen e-postaları yönetmek, rektörlüğün düzenlediği etkinliklerin protokol düzenini sağlamak, rektörlük dışındaki birimlerin isteklerine bağlı olarak etkinliklerine fotoğraf, video, afiş, baskı ve haber desteği sağlamak, üniversitenin resmî yazışmalarını yürütmek, üniversitenin üniversite hakkında çıkan haberleri raporlamak ve arşivlemek olarak sıralanmaktadır. Müşavirlik haber ve duyuruların üretimi ile internet sitesinin yönetimi konusundaki sorumluluğunun bir kısmını Bilgi İşlem, Öğrenci İşleri, Personel ve Sağlık Kültür ve Spor daire başkanlıklarıyla paylaşmaktadır.

Müşavirliğin personel yapısına bakıldığında bu birimle biri müşavir olmak üzere 9 kişinin görev yaptığı görülmektedir. Grafik tasarım lisans mezunu müşavir, üniversitede 18 yıldır görev yapmaktadır ve bu sürenin çoğunu müşavirlik kadrosunda geçirmiştir. Kadroda gazetecilik alanı doktora mezuniyetine sahip bir öğretim görevlisi bulunmaktadır ve kurumsal haber üretiminin, üniversitenin internet sitesinin, sosyal medya sayfalarının ve genel olarak haber sitesinin sorumlu editörlüğünü üstlenmektedir. Bunun yanında birimde Radyo Televizyon ve Sinema alanında yüksek lisans yapan bir bilgisayar işletmeni olsa da personele asli görev olarak üniversitenin kurumsal yazışmalarını yürütme görevi verilmiştir. Grafik tasarım lisans mezunu bir personel ile basım ve yayıncılık ön lisans mezunu olan iki personel öncelikli olarak kendi alanlarında görevlendirilmiştir. Kalan dört personel ise çeşitli düzeylerde ve iletişimle ilişkili olmayan alanlarda eğitim almışlardır.

Müşavirliğin Üniversitenin kurumsal haberlerini oluşturma, yayımlama ve dağıtım sürecine ve bu süreçte karşılaşılan sorunlara bakıldığında üniversitenin kurumsal yapısının kurumsal haberler etkisine ilişkin bir takım izlenimler edinilebilmektedir.



Tablo 1. Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde kurumsal haberlerin yayımlanma ve dağıtım süreci ve bu süreçte yaşanan sorunların sınıflandırılması

DPÜ’de kurumsal haberlerin yayımlanma süreci şu şekilde işlemektedir: Öncelikle bir haber kaynağı üniversitenin Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğine habere dönüştürülmesi için sahip olduğu verileri ulaştırmakta ya da Müşavirlik personelleri aracılığıyla bir habere ilişkin veriler toplamaktadır. Müşavirlik çalışanları bu verileri haber yazma tekniklerine uygun bir metne dönüştürmekte ve eğer veriler çok fazla teknik bilgi içeriyorsa haberleştirdiği verinin kaynağına hazırlanan metni onaylatmaktadır.

Üzerindeki düzenlemeleri tamamlanan metin, yayına almadan önce son bir denetimden geçmesi için Üniversitenin genel sekreterine iletilmektedir. Metnin yayımlanması için gelen onayın ardından haber metni, önce Üniversitenin haber portalında ve eş zamanlı olarak birim internet sitelerinde ve DPUMobil adlı mobil uygulamada yayımlanmakta, ardından da sosyal medya sayfalarında duyurulmaktadır. Portalda yayımlanan haberler Üniversitenin İhlas Haber Ajansı (İHA) ile olan anlaşmasından dolayı kurumsal haberler ajansın haber sistemine ajansın haber dili ve yayın politikasıyla eklenmekte ve ardından üyelerine servis edilmektedir. Yerel ve ulusal medya kuruluşlarında yer alan haberlerin metinleri incelendiğinde bu metinlerin İHA’nın metinleriyle birebir örtüştüğü ve üniversitenin haber portalının doğrudan değil dolaylı olarak takip edildiği belirlenmiştir.

3. Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal habercilik sorunları

Her ne kadar Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal haberciliğine etki eden doğal sorunlar kayda değer ölçüde ciddi düzeyde olsa da, kurumun Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinde görev yapan bir personelinin gözünden üç yıllık bir süreçte yapılan gözlemlerin ışığında DPÜ’nün kurumsal haberciliğinde yaşanan sorunların üniversitenin idari yapısından kaynaklı sorunlar olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin idari yapısının Üniversitenin kurumsal haberciliğine nasıl etki ettiği gösterilecek ve yaşanan olumsuzluklara karşı nasıl bir yol izlenmesi gerektiğine dair öneriler sunulacaktır.

Üniversitenin kurumsal haberlerinin üretiminden yayımlanmasına kadar geçen sürecin her bir aşamasında bir takım sorunlar olduğundan bahsedilen Tablo 1’de de görülmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere bu çalışmada haber üretimine ilişkin süreçlerde ele alınan sorunlar, haberin kaynağına, haberin oluşturulmasına ve haberin dağıtımına ilişkin sorunlar olmak üzere üç başlık altında toplanmıştır.

3.1. Haber kaynağına ilişkin sorunlar

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde kurumsal haberlerin yayımlanması süreci, haber kaynağı olan kişi ya da birimden gelen verilerin Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğine gönderilmesi ya da Müşavirliğin bir konuda veri toplaması ile başlamaktadır. Müşavirliğin verileri kendi başına topladığı haberlerde süreci tek başına yönetmesi haber kaynağına ilişkin sorunların oluşmasını önlemektedir. Ancak verilerin Müşavirlik dışı kaynaklardan elde edildiği haberlerde, kaynağına ilişkin bazı sorunlar olduğu gözlenmektedir.

3.1.1. Haberin öneminin bilinmemesi

Bu aşamada haber kaynaklarıyla ilgili gözlemlenen sorunların başında haberin öneminin bilinmemesi gelmektedir. Haberin önemi, haberin değeri kavramı ve yapılan kuramsal çalışmaların sonunda bu değeri belirleyen unsurlar üzerinden anlaşılmaktadır. İlk kez 1965'te ortaya konan ve bugün de kabul gören habere konu olan olayın süre olarak uygunluğu, büyüklüğü, anlaşılabilirliği, anlamlılığı, uyumu, beklenmezliği, sürekliliği, kompozisyonu ile birlikte seçkin kişilere, kurumlara ve uluslara, olumluya ya da olumsuzla yapılan göndermeler gibi öğelerin her biri haberin değerini belirleyen ölçütlerdendir (Galtung & Ruge, 1965, s. 64-90). Dolayısıyla yaşanan bir olayın haberleştirilmesinde sayılan bu unsurlar habere ne kadar eklenebilirse haberin değeri ve doğal olarak önemi de aynı düzeyde artmaktadır.

Haberin değeri sayısal olarak ölçülemese de bir verinin habere dönüştürülmesi için haberin değerine etki eden birkaç başat unsurun varlığı gerekli görülmektedir. Konu özelinde ele alındığında da bir üniversitenin kurumsal haberlerine konu olabilecek olayların kapsamı bellidir. Ancak haber kaynaklarının haberin önemini bilmemesi nedeniyle, üniversitenin herhangi bir birimindeki en küçük etkinlikler için dahi Müşavirlikten haber yapılması istenmektedir.

Örneğin, bir dekanın üstelik üniversite tarafından bir görevlendirme yapılmadan bir başka kurumun çalışanlarına eğitim vermesi, bir dekan yardımcısının kişisel sergisi, üniversitenin personeli de olmamakla beraber Üniversitenin kurucu ortağı olduğu teknokentin müdürünün bir toplantıya katılması gibi haberler bugün dahi üniversitenin haber portalında erişilebilir konumdadır.

3.1.2. Habere değer katan unsurların bilinmemesi

Haber kaynaklarına ilişkin gözlemlenen bir diğer sorun ise haber kaynaklarının Müşavirliğe bir haberin değerini artırabilecek verileri yeterince sunamamasıdır. Habere konu verilerin sunumunda eksikliklerin bulunması, habere ilişkin fotoğraf ya da video sunulmaması, sunulan fotoğrafların düşük kalitede ya da kullanıma elverişsiz olması, sunulan verilerde haberin esas konusuna etki etmeyen uzun açıklamalara ya da çok teknik bilgilere yer verilmesi bu soruna verilebilecek örnekler arasındadır.

Günümüzde kurumsal haberciliğinde, hatta internet haberciliğinde ve bunun da ötesinde internet ortamının neredeyse tamamında görsellik, içeriğin değerini artıran ve güncelliğinin temel kanıtı olan unsurların başında gelmektedir. Basit bir örnekle açıklanacak olursa, fotoğrafı olmadan müşavirliğe gönderilen veriler haberleştirildiğinde geçmişteki bir olaya ya da üniversitenin binalarına ait benzer fotoğraflar kullanılmakta ve bu da haberin güncelliğine gölge düşürerek inandırıcılığını azaltmaktadır.

DPÜ Rektörlüğü, Mayıs 2020'de müşavirlikten, Pazarlar Meslek Yüksekokulunda yürütülen ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığından maddi destek alan bir projeye Üniversitenin de maddi destek vereceğine ilişkin bir haber yapılması istemiştir. Projenin yürütücüsüyle kurulan iletişimde kendisinden daha önce hiç haberi yapılmamış bu projeye ilişkin ayrıntıları Müşavirliğe göndermesi istenmiştir. Buna karşılık proje yürütücüsü müşavirlikle projenin adı, bütçe miktarı ve görev alan akademisyenlerin adını paylaşmıştır. Bu olayda projenin süresi, aşamaları ve daha da önemlisi bu projenin neden haber olması gerektiğine ilişkin haberi okuyacak kitleyi ilgilendiren verilerin sunulmaması haber kaynağının haberin tekniğinin bilinmemesine ilişkin örneklerden biridir.

3.1.3. Haber kaynaklarının doğrudan yerel ya da ulusal medyaya iletişime geçmesi

Haber kaynaklarının Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğine bilgi vermeden haber ajanslarına doğrudan haber göndermesi de haber kaynaklarına ilişkin sorunlardan biridir. Geçmişte, Üniversitenin akademisyenleri tarafından ortaya konan buluşlar ya da kazanılan ödüller ile çeşitli akademik birimlerin açılacağına ilişkin birinci ağızdan duyurulması gereken kimi haberler, DPÜ haber sitesinden önce, ilde yayın yapan yerel gazetelerde ve hatta ulusal yayın organlarında yer almıştır. Bu haberlerde zaman zaman teyit edilmemiş bilgiler de yayımlanmış ve bu nedenle üniversitenin kurum kimliğine zarar verilmiştir. Bu haberlere üniversiteye bağlı fakülte kurulması (HaberTürk, 2019), akademik birimlere bölüm açılması (HaberTürk, 2018), üniversitenin YÖK'ten ödül alması (Yeni Kütahya, 2020) gibi konuları içeren haberlerde ya da bunların içeriklerinde gerçek dışı bilgiler verilmiştir. Kimi zamanda üniversitenin akademisyenlerinin toplumun geneline hitap eden çalışmalarının haberi üniversitenin haber portalından önce başka haber kaynakları üzerinden yayımlanmıştır (Anadolu Ajansı, 2019).

Haber kaynaklarına ilişkin sayılabilecek sorunlara ait son başlık, haber kaynağının müşavirlikle nasıl iletişime geçeceğini bilmemesi olarak gösterilebilir. Haberin değerine ilişkin bilgi eksikliği, elinde bir bilgi bulunan kaynağın bireysel hareket etmesine neden olmaktadır. Bunun yanında müşavirliğin de haberin nasıl ulaştıracağını anlatma konusunda başarılı olduğunu söylemek güçtür. Müşavirliğin internet sitesinde personellerin güncel iletişim bilgilerinin yer alması olumlu bir adım olmakla beraber, bir haber kaynağının izlemesi gereken yolun ne olduğuna dair bir bilgilendirme metni bulunmamaktadır. Bu eksiklik yazarın çeşitli birimlerde görev yapan üniversite çalışanlarıyla yaptığı bire bir konuşmalardan da teyit edilmiştir.

3.2. Haberin oluşturulmasına ilişkin sorunlar

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğine ulaşan verilerin kaynağına ilişkin sorunların yanında bu verileri kurumsal bir haber olarak üretilmesi aşamasında da bir takım sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunlar arasında uzun haber metinleri ve bürokrasi sorunu öne çıkmaktadır.

Bir olay hakkında eldeki veriler, haber durumuna getirilirken oluşacak metnin belirli tekniğe göre yazılması ve yazımın sonunda haber metninin haberin değerini belli eden bazı unsurları içermesi gerekmektedir. Bir haberde haber yazım tekniklerinden hangisinin kullanılacağı, o haberde hangi unsurun öne çıkarılmak istendiğine göre belirlenir. Bu teknikler arasında haber yazımında yaygın kullanılanı ters piramit tekniğidir. Bu teknikte habere konu olan tüm veriler haberin değerine olan katkılarına göre sıralanır ve habere en çok değer katan bilgi, haberin en başında verilir (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, 2013). Bu teknikle haberi oluşturan, her kesimden okuyucuya haberin geneli hakkında kısa bilgi vererek farkındalık yaratmaktadır. Okuyucu açısından ise bu teknik, haberi birkaç cümlede özetlediği için haberin ayrıntılarını okuyup okumama ve haber okumaya ayracağı zamanı belirleme konusunda kararı okuyucuya bırakmaktadır. Basılı gazetede haberin önemli kısımlarının kesilmemesi için kullanılan bu teknik, internet haberciliğinde geçmişe göre haber okumaya daha az süre ayıran okuyucunun ilgisinin kaybolmaması için tercih edilmeye devam edilmektedir.

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin haberlerinin oluşturulmasında ağırlıklı olarak ters piramit tekniğinin kullanıldığı söylenebilir. Bununla beraber bilimsel toplantılar ve açılışlar gibi içinde katılımcılara yönelik protokol konuşmaların yer aldığı haberlerde ters piramit tekniğiyle birlikte, habere konu olan olayların yaşandığı sıraya göre verildiği kronoloji tekniğinin de kullanıldığı görülmektedir. Burada karma bir tekniğin kullanılması, protokol konuşmalarının sırasının protokol üyelerinin konularına göre aşağıdan yukarıya doğru olması nedeniyle zorunluluk olarak görülmektedir.

3.2.1. Uzun haber metinleri

Haberin oluşturulması sürecinde yaşanan sorunların önemli bir kısmının Üniversite rektörü ya da protokol üyelerinin konuşmalarının yer aldığı haberlerde yoğunlaştığı söylenebilir. Çünkü içinde protokol konuşmalarının olduğu kurumsal haberlere bakıldığında başta üniversite rektörü olmak üzere bazı konuşmacıların haber metinlerinde neredeyse konuşmanın tamamının yer aldığı görülmektedir. Konuşma metinleri çoğunlukla ara başlıklarla kesilerek bölümlere ayrılrsa da üniversitenin haber portalında özellikle konuşmacının habere konu olan olayla ilgisi bulunmayan konuşmalarının da haberde geniş biçimde yer aldığı pek çok örneğe rastlanmaktadır. Örneğin 2 Mart 2021 tarihinde yayımlanan ‘DPÜ’de Ustalara Saygı Töreni’ başlıklı haber, rektörün konuşma metninden, düzenlenen etkinlikle ilgisi olmayan uzun bir metnin çıkarılmasıyla yayına alınmış, aynı günün akşamında üniversite yönetiminden gelen istekle çıkarılan kısımlar yeniden habere eklenmiştir. Aynı habere, yayımlanmasından beş gün sonra etkinliğin tanıtımı için hazırlanmış iki dakikalık bir video, haber metninde hiçbir referans gösterilmeden sayfanın başına konmuştur. (DPÜ Haber, 2021). Tüm bu eklemelerle ilk seferde belli bir teknikte yazılan habere defalarca karışılarak haber tekniği büyük ölçüde bozulmuştur. Bunun sonucunda haber metninde, habere konu olan olayın önemi de büyük ölçüde azaltılmıştır.

Uzun haber metinleri sorunu, özellikle görsel içerik açısından zengin haberlerde daha büyük bir sorun oluşturmaktadır. Çünkü Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde bir yılda Kütahya il protokolü üyelerinin katıldığı onlarca etkinlik düzenlenmekte ve özellikle Kütahya il merkezinde düzenlenen etkinlikler, gerekli donanım altyapısının olması sayesinde video kameralarla kayıt altına alınabilmektedir. Öte yandan COVID-19 salgınının sonucunda çevrim içi düzenlenen etkinlikler de sayısal ortamda kaydedilmekte hatta canlı yayınla tüm dünyayla paylaşılmaktadır.

Haberdeki fotoğraf ve video gibi görsel içeriklerin, haber metinlerine göre daha etkili öğeler olduğu gazetecilik alanında yaygın kabul gören bir öğretimdir (Kasım, 2008, s. 436-438). Bu nedenle özellikle video içeriklerine sahip haberlerde uzun ve ayrıntılı metinlerin okuyucunun ilgisini çekmesi zordur. Bu tip haberlerde, metnin etkinlikteki tüm konuşmalara yer vermek yerine video içeriği hakkında özet bilgi vermesinin okuyucuyu önemli bulacağı bilgilere yöneltme açısından daha uygun olacağı açıktır. Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin, içinde düzenlenen etkinliğe ilişkin videoları içeren haberlerine baktığımızda ise, burada da uzun ve ayrıntılı metinlerin yer aldığı görülmektedir. Her ne kadar üniversitenin ana sayfasında üniversite rektörünün konuşmalarının tamamının yer aldığı ayrıca bir sayfa bulursa da, Üniversite yönetimi haberlerde bu sayfa kaynak gösterilerek özet bilgiler vermek yerine habere konuşmanın tamamının habere eklenmesini istemektedir.

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa görsel içerik açısından zengin olmasından bağımsız olarak ele alındığında uzun, ilgisiz ve konuşmacıların açıklamalarına eşit düzeyde yer vermeyen haberler, DPÜ’de kurumsal haberlerin hazırlanması aşamasında yaşanan sorunların başında gelmektedir. Baştan sona belirli bir teknikte yazılan bu haberlerin içeriğine yapılan geniş kapsamlı müdahaleler, haberin yazım tekniğini bozmakta okuyucunun haberdeki önemli bilgilere erişimini güçleştirmektedir.

3.2.2. Bürokrasi

DPÜ’de kurumsal haberlerin oluşturulması sürecindeki bir diğer sorun haberin yayımlanarak dağıtılabilmesi için Üniversite yönetiminin vermesi gereken izin gecikmesidir. Bu sorun çalışmada haberin yayımlanmasının önündeki bürokrasi engeli olarak tanımlanacaktır. Müşavirliğe ulaşan veriler kurumsal haber durumuna getirildikten sonra üniversitenin yöneticilerinden birinin onayına sunulmaktadır. 2019 yılı ortalarına kadar sadece olağan dışı haberler rektörün onayından geçerek yayına alınırken, 2020 yılından bu yana üretilen tüm haberler, birkaç istisna dışında genel sekreterin onayına gönderilmekte gelen onayın ardından DPÜ Haber Portalı’ndan ve sosyal medya üzerinden dağıtılmaktadır.¹

Resmî bir ölçüm ya da istatistiğe dayanmasa da Müşavirliğe gelen verilerin habere dönüştürülmesi çoğunlukla aynı gün gerçekleşmektedir. Ancak haberin oluşturulmasıyla yayımlanması arasında geçen süre, özellikle 2019 yılının ortalarından sonra belirgin biçimde uzamıştır. Tüm haber metinlerinin onaya gönderilmesi kararının Müşavirliğe bildirildiği Haziran 2020’ye kadar, haberler genellikle aynı gün içinde onaylanırken, bu tarihten başlayarak haberlerin onaylanması süreci daha da uzamıştır. Sözü edilen dönemde üretildikten bir hafta sonra onaylanan haberlerle karşılaşılmış, 11 haberin onaylanması isteği cevapsız bırakılmıştır.

3.3. Haberin dağıtımına ilişkin sorunlar

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin haberlerinin dağıtım sürecinde yaşanan sorunlar, kurumsal habercilik sorunlarının başka bir başka kısmını oluşturmaktadır. Bu sorunların ortaya çıkmasında, haberin oluşturulmasında kullanılan yazılımlar ve haberlerin okuyucularla bulunduğu kanalların çeşitliliğinin fazla olmasının yanında bu kanallara uygun haber dağıtım politikalarının belirlenmemiş olmasının bu sorunlara kaynaklık ettiği gözlemlenmiştir.

3.3.1. Haber panelinden kaynaklı sorunlar

Öncelikle DPÜ’nün kurumsal haberlerin girişlerinin yapıldığı ve yayımlanma komutunun verildiği haber panelinden kaynaklanan bir takım sorunlardan da kısaca bahsetmek gerekmektedir. Yayımlanması için onay verilen haberler, 2014 yılından beri haber.dpu.edu.tr adresinden yayımlanmaktadır. Bu panelde haberlerin kategorileri üniversiteden haberler, birimlerden haberler, galeri haber ve video haber olarak belirlenmiştir. Haberlerin yayına alınabilmesi için başlık, spot, haber metni bölümlerinin doldurulması ve habere en az bir yatay fotoğraf eklenmesi gerekmektedir.

Tüm haberler, yayımlandığı tarih sırasına göre üniversitenin ana sayfası dışında birimlere ait internet sitelerinin ana sayfalarında yer alırken, üniversiteden haberler kategorisine girilen haberler haber.dpu.edu.tr adresi ile birlikte Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin ana sayfası olan www.dpu.edu.tr adresinde de yayımlanmaktadır. Bu nedenle üniversiteden haberler üniversitedeki tüm içerik üreticileri tarafından hedef kategori olarak öne çıkmaktadır.

Bunun yanında sergi ya da etkinlik haberleri gibi fotoğraf ve video gibi görsel malzemelerin ön plana çıkarılması gereken haberler galeri haberler ve video haberler kategorilerinin ana sayfada gösterilememesi ve diğer iki kategoriye hem galeri hem de video içeriklerinin eklenebilmesi nedeniyle panelde oldukça işlevsiz kategorilerdir. Öyle ki, her iki kategoriye 2014’ten bu yana onar haber girilmiştir.

Burada bahsedilen ve üniversiteden haberler kategorisinin öne çıkarıldığı bu yazılımın kullanımı, haber kaynaklarının haberlerinin ana sayfada yer alması için Müşavirliğin belirlediği ölçütlere karışmasının önün açmaktadır. Haberin değerinin bilinmemesine ilişkin verilen örneklerde olduğu gibi, sadece birkaç kişi değerli olan haberler üniversitenin ana sayfasında yer alması için yapılan gelen açık ya da örtülü baskılar sayesinde üniversiteden haberler kategorisine eklenmiştir.

3.3.2. Sosyal medya sayfaları

Haberlerin dağıtımını sürecinde yaşanan sorunlarda üniversitenin sosyal medya sayfalarından da söz etmek gerekmektedir. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ve YouTube sayfaları olan DPÜ’nün YouTube sayfası Müşavirliğin değil, Güzel Sanatlar Fakültesinin kontrolündedir ve müşavirlik bu hesaptan yapılan paylaşımlarda doğrudan bir tasarrufa sahip değildir.

Bu temel sorunun yanında diğer dört sosyal medya hesabında yapılan paylaşımların o sosyal medya sitesini kullanan kitleye özel paylaşımların yer almaması, hedef kitle hakkında veri sağlayan sayfa istatistiklerden yararlanılmaması ve sosyal medya paylaşımlarının, bu alanın gerektirdiği sıklıkla yapılmaması da bu alandaki başlıca sorunlar olarak sayılabilir. Kısaca Üniversitenin günümüzdeki en etkin iletişim alanlarından olan sosyal medyaya ilişkin bir politikası olmadığı çıkarımına kolaylıkla ulaşılabilir.

DPUMobil adlı mobil uygulamada güncellik sorunları ve çalışmayan işlevlerin varlığı, bazı birim

¹ Türkiye Cumhurbaşkanı tarafından Temmuz 2019’da yapılan atamayla Üniversite rektörü değişmiştir.

internet sitelerinde de özellikle site sorumlularının birim internet sitenin nasıl kullanacaklarını bilmemeleri nedeniyle güncellik sorunları ve hatalar, son olarak **üniversitenin İngilizce dilinde yayımlanan internet sitesinde neredeyse hiç güncelleme yapılmaması** DPÜ'nün kurumsal haberlerinin dağıtım aşamasında karşılaştığı diğer sorunlardır. Sayılan bu sorunlar haberlere erişimin, haberlerin okunmasının ve hedef kitleye daha kolay ulaşmanın kolaylaştırılması amacıyla beklenen bir takım düzenlemeler olduğunu hatırlatmak gerekmektedir.

Bahsedilen tüm bu sorunların çözümünde başta Üniversite yönetimi olmak üzere Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği ve kurumsal haberciliğin kaynağı ve yayımcısı olan tüm birimlerinin sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir. Etkili bir çözüm sürecinde atılması gereken ilk adım bu çalışmada sözü edilen sorunların varlığının Üniversite yönetimi tarafından da kabul edilmesi ve bu yönde atılacak adımların önünü açması olacağı değerlendirilmektedir. Bu konuda atılacak adımlara öncülük etmesi adına çalışmanın bundan sonraki bölümünde bir dizi öneriler sunulacaktır.

4. Üniversitenin kurumsal habercilik sorunlarına yönelik çözüm önerileri

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde Mayıs 2018'den Mayıs 2021'e kadar geçen üç yıllık süreçte üniversitenin kurumsal habercilik sürecinde yaşadığı sorunlar katılımlı gözlem yoluyla elde edilen verilerle sınıflandırılmış ve sıralanmıştır. Eldeki verilere ve bu süreçte üniversitenin yürüttüğü faaliyetlere bakıldığında sözü edilen sürede üniversitede somut bir kurumsal kimlik inşasına girilmediği gibi, Mayıs 2018 öncesinde de bu yolda bir adım atıldığına ilişkin veriye ulaşılmamıştır. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi kurumsal habercilik konusunda yaşadığı sorunların çözülmesi için üniversitenin yönetimi başta olmak üzere tüm birimlerin üzerine düşen bir takım görev ve sorumluluklar bulunmaktadır. Tıpkı Üniversitenin kurumsal habercilik konusunda yaşadığı sorunların varlığında olduğu gibi, kurumsal kimlik konusunda da yol alamamış olması bir dizi nedene bağlıdır.

Öncelikle 1992 yılında kurulan Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde kurumsal kimlik çalışması yürütecek düzeyde eğitim almış akademik ve idari personel sayısı oldukça azdır. Geçmişten bugüne üniversitenin akademik yapısı içinde halkla ilişkiler ve gazetecilik gibi aynı zamanda kurumsal kimlik ve habercilik süreçlerini yürütecek kişiler yetiştiren bölümlerin olmayışı kurumsal kimlik konusunda bir alt yapının oluşmaması sonucunu doğurmuştur. Dolayısıyla bu bilimsel disiplinler DPÜ'nün kurum kültüründe kök bulamamış, buradan hareketle de DPÜ yöneticileri kurumsal kimlik kavramının üniversite için ne kadar önemli olduğu konusunda farkındalık sağlayamamışlardır.

Gelinen noktada Üniversitede kurumsal kimlik konusunda bir farkındalığa erişilmesi kısa vadede olası görünmemektedir. Bu da Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal habercilik konusunda sorunlarını çözebilmesi için her şeyden önce birinin ya da bir kesimin Üniversite yönetiminden özel olarak bu konuda, genel olarak da kurumsal kimlik konusunda yaşanan sorunların çözümü için istekte bulunulması gerektiği sonucunu doğurmaktadır. Bu çalışmada sözü edilen sorunların ve bunların çözümü için sunulacak önerilerin üniversitenin kurumsal habercilik ve kurumsal kimlik konusunda bir çalışma yapmasına ilişkin somut bir istek olarak kabul edilmesi beklenmektedir.

Kurumsal habercilik konusunda atılacak adımlar konusunda Üniversite yönetiminin atacağı geniş kapsamlı adımların ayrıntılarına değinmeden önce, Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin atacağı bazı adımlarla kısa vadede kayda değer düzeyde iyileşme sağlanacak çözüm önerilerinden söz etmenin yerinde olacağı düşünülmektedir.

Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin öncelikle kendi tanıtımını planlamalı ve üniversitenin tüm birimleriyle temasa geçerek görevlerini, yeteneklerini ve iş akış düzenini tanıtmalıdır. Özellikle akademik personellerle kurulacak ilişkiler sayesinde her biri haber kaynağı olabilecek kişilerin **üniversite dışından kurumlara bilgi vermesinin önüne geçilebilecektir**. Öte yandan kurumsal haberlere uzun konuşmaların eklenmesi sorunu, Üniversite yönetimiyle paylaşılarak çözüme kavuşturulması, kurum kimliğine katkı sunacak haber metinlerinin yazımına ağırlık verilmesini sağlayacaktır. Müşavirliğin başta YouTube olmak üzere sahip olduğu hesaplara ilişkin sosyal medya politikasını ilgili sitelerin sunduğu istatistiki veriler ışığında oluşturması oldukça önemlidir. Müşavirliğin Üniversitenin **İngilizce dilinde yayımlanan internet sitesinde güncelleme yapılması için Dış İlişkiler Koordinatörlüğü ve Uluslararası Öğrenci Ofisiyle çalışma yürüterek** özellikle yurt dışında yaşayan ve DPÜ'de eğitim almak isteyen **öğrencilere yönelik içerik üretilmesi de bir başka gerekliliktir**.

Kurumların basın ve halkla ilişkiler birimlerinin temel görevlerinin kurum kimliğinin sürdürülmesi ve yeni gelişmeler karşısında güncel tutulması olduğu düşünüldüğünde, kurumsal kimlik konusunda somut bir sonuca ulaşılmadığı sürece DPÜ'de müşavirlik tarafından atılacak adımların yalnızca iş yükünü kısmen hafifletecek kısa vadeli çözümler olacağı açıktır.

Okay, kurumsal kimliğin oluşturulmasını dört aşamada açıklar (2008, s. 92). Bu aşamalar görev belirleme ve sorunu saptama, mevcut durumun çözümlenmesi, konumlandırma stratejisi ve tedbir önerileri ile kurum kimliği tedbirleri olarak sıralanmıştır. Okay'ın açıkladığı dört aşamayı bu çalışmanın öznesi olan

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi özelinde ele aldığımızda, daha önce de sözü edildiği gibi, kurumsal kimliğin oluşturulabilmesi için DPÜ yöneticilerinin bu gereksinimin farkında olmaları çözüme yönelik atılacak ilk adımdır. Bu adımla birlikte kurumsal kimliğin inşası sürecine katılacak kişilerin belirlenmesi ve bu kişiler tarafından yaşanan sorunun somutlaştırılması ve mevcut durumun çözümlenmesi gerekmektedir. Bu çözümlenme süreci ikinci aşamaya taşıyarak kurumun güçlü ve zayıf yönlerinin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesinde üniversitenin kurumsal hedeflerinin (eğitim kalitesi, uluslararası ilişkiler, bilimsel çalışmalar, halkla ilişkiler) mevcut durumuyla ulaşılmak istenen nokta arasındaki farkın ortaya çıkarılması belirleyici olacaktır. Bu aşamanın gerçekleştirilmesinde masa başı araştırması, yönetim ve hedef gruplarına yönelik araştırmalar ya da katılımcı gözlem yöntemlerinden biri ya da birkaçı kullanılabilir.

Konumlandırma stratejisi ve tedbir önerileri adı verilen üçüncü aşamada Üniversite, kurum içinde öğrencileri ve çalışanlarına, kurum dışında da paydaşlarına, rekabet ettiği kurumlara ve kamuya nasıl görünmek istediğini belirlemelidir. Bu aşama aynı zamanda kurumsal kimlik sürecinin hedefi anlamına gelmektedir (Schmidt'ten akt. Okay, 2008, s. 105). Üniversite bu aşamayı hayata geçirirken bir yandan da bundan ne kadar başarılı olduğunu sınavarak gerekli tedbirleri kurumsal kimlik çalışması tamamlanmadan almalıdır. Son aşamada kurumsal kimliğini tamamlayan Üniversite, bu kez bir bütün olarak kurumsal kimliğini geliştirmek ve bir yandan da etkisini artırmak için tedbirler almaya başlamalıdır.

Bugüne kadar kurumsal kimlik çalışması yürütmeden yaklaşık 30 yıldır varlığını sürdüren ve bu süre zarfında hemen her olayda birbirinden farklı kurumsal refleksler göstermiş olan Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde sayılan bu dört aşamanın hayata geçebilmesi için de bir takım ön çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir.

Kurumsal kimliğin inşası sürecinde yürütülecek çalışmaların önünü açacak ve bilimsel yöntemlerle oluşturulacak kimliğin geçmişten bugüne kuruma ait tüm değer ve gelenekleri içermesini sağlama görevini üstlenmesi gereken DPÜ yönetimi ilk olarak kurumsal kimliği oluşturmak için üniversite içinden mi yoksa dışından mı destek alacağına karar vermelidir. Çeşitli avantajlara ve dezavantajlara sahip bu iki seçenek arasında üniversite gibi kurumlara en uygun seçeneğin üniversite içinden oluşturulacak kurumsal kimlik çalışmaları olduğu değerlendirilmektedir. Ancak Üniversitenin akademik yapısı gereği bu alanda yetişmiş personel sayısının az olması dışardan hizmet alımıyla kurumsal kimlik oluşturulmasını da göz ardı edilmemesi gereken bir seçenek konumuna getirmektedir.

Her iki seçeneğin de değerlendirmesi yapılacak olursa, üniversite dışından hizmet alınarak oluşturulacak kurumsal kimlik çalışmasında başta müşavirlik olmak üzere tüm birimler hizmet verecek kuruluşa gerekli bilgileri sunarak kurum kültürünün kurum kimliğine yansıtılmasını sağlamalıdır. Bunun yanında müşavirliğin sürece doğrudan katılabilmesini sağlayacak koşullar oluşturularak gerektiğinde süreci Müşavirliğin devralabilmesini sağlayacak düzenleme ve uygulamaların hayata geçirilebilme olasılığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Eğer üniversite içinden oluşturulacak çalışma grubuyla kurumsal kimliğin oluşturulması amaçlanacaksa, üniversitenin bu sürecin merkezine koyması gereken birim Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'dir.

Kurumsal kimliğin oluşturulması sürecinin merkezinde hangi kurum ya da birim olacağından bağımsız olarak, süreçte önemli görevler üstlenmesi gereken Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin yapısal sorunları düzeltilmeden herhangi bir kurumsal kimlik çalışmasında görev alabilmesi olanaksızdır. Öncelikle resmî olarak 9 kişinin görevlendirildiği Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, bilgi işlem, personel ya da öğrenci işleri gibi daire başkanlıklarından farklı olarak üniversitenin idari yapısında yasal karşılığı olmayan bir birimdir. Sözü edilen 9 kişinin tamamının resmî kadroları Üniversitenin farklı kadrolarında olup bu kişiler görevlendirme yazılarıyla müşavirlik biriminde çalışmaktadır.²

Bununla beraber iletişim ve halkla ilişkiler alanında uzman sayısı yetersiz olan birim hem kurumsal kimliğin oluşturulması hem de sürdürülmesinde bu alanlarda uzman kişilere gereksinim duyacaktır. Öte yandan resmî olarak var olmayan bir birime ait bütçe de olmadığından müşavirlik, yıllardır görevlerini üniversitenin farklı birimlerinin kullanımına sunulmuş bütçeden oldukça kısıtlı bir pay olarak yürütmektedir. Bu pay, gerçekleştirilecek bir işin tutarıyla sınırlı olduğundan düzenli bir maddi kaynaktan söz etmek de olanaksızdır. Bu durum halkla ilişkilerde kabul gören 'bütçe olmadan halkla ilişkiler olmaz' ilkesine tamamen karşıt bir durumdur (Tengilimoğlu & Öztürk, 2004, s. 81).

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde kurumsal haberciliğin önündeki engelleri özelden genele doğru ele aldığımız ve örneklerin daha da artırılmasının mümkün olduğu bu çalışmada, kurumsal haberciliğin tüm aşamalarındaki sorunların ortak noktasının Üniversitede kurumsal kimlik çalışmamasının yapılması olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü somut bir kurumsal kimliğin var olmaması kurumsal iletişimin ve bunun bir alt başlığı olan kurumsal haberciliğin hangi ölçütlere göre yapılacağı ve kurumun haberden elde edeceği faydanın ne olacağı sorularını yanıtsız bırakmaktadır. Öte yandan kadro ve yetkinlik sorunları yaşanan Müşavirlik ile kurumsal kimliğin sürekliliğini sağlamakla görevlendirilmesi beklenen müşavirlik çalışanlarının sorunları çözülmeden somut ve sürdürülebilir bir kurumsal kimliğin oluşturulması ve bunun da kurumsal haberlere

² COVID-19 salgınından bu yana 1 personele kronik rahatsızlığı nedeniyle idari izin verilmiş, Müşavirliğin personel sayısı 8'e düşmüştür.

yansıtılması oldukça zor görünmektedir. Bu nedenle somut bir kurumsal kimlik çalışmasına dayanmadığı sürece Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal habercilik etkinlikleri üzerinden halkla ilişkiler çalışmalarında etkin, çağdaş ve saygın bir konuma ulaşması olası değildir.

Sonuç

Üniversitelerin var olma sebeplerinin en güncel yöntemlerle bilimsel çalışmalar yürütmek ve toplumun geleceğini şekillendirecek insanları yetiştirerek insanlığa hizmet etmek olduğu düşünüldüğünde, insanların üniversitenin görevlerini nasıl yürüttüğünü bilmek istemesi oldukça doğaldır. Dünyanın hemen her noktasında yükseköğretim kurumlarının görüşleri ya da çalışmaları hakkında bilgi veren kurumsal haberler, gazeteciler için haber değeri taşır ve yayımlanarak çok sayıda insana ulaştırılır. Bunun bir sonucu olarak hemen her üniversitenin halk ve medyayla ilişkilerini yürütecek birimler oluşturulmuştur. Bu durum Kütahya Dumlupınar Üniversitesi için de böyledir.

2021 yılında 29 yıllık bir kurum olan Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Mayıs 2021 tarihinde 207 yükseköğretim kurumuna sahip (Yükseköğretim Kurulu, 2021) Türkiye’de kurulan ilk 30 üniversite içinde yer aldığından görece eski üniversitelerin sayılabilir (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 1983). DPÜ, ayrıca yaklaşık 26 yıllık sürede de ildeki tek üniversite olarak hizmet vermiştir. Ancak Kütahya ilinin gündeminde önemli bir yeri olan kurumun, son üç yıllık süreçte bünyesinde yürütülen çalışmalarla şehre, topluma ve insanlığa nasıl hizmet ettiğini anlatmada başarılı olduğunu söylemek çok zordur. Çünkü kurumun yayımladığı haberlere genel olarak bakıldığında bilimsel araştırmalar, güncel olaylara ilişkin görüşler, öğrencilerin etkinlikleri gibi üniversitenin var olma amacına uygun haberlerinin sayısının az olduğu görülmektedir. Bu durumun yaşanmasında Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin başlangıçta belirttiğimiz doğal sorunlarının etkisi olsa da, sorun üniversitenin akademik ve idari yapısından kaynaklanmaktadır. Özellikle bugüne kadar hiç kurumsal kimlik çalışması yürütülmemesi Üniversitenin kurumsal haberciliğine doğrudan etki etmektedir.

Kurumsal haberler bir kurumun kendisini ve ürettiği her türlü bilgi, ürün, hizmet vb. bilgileri kamuoyuyla paylaşmasını sağlayan ve böylece toplumdaki imajını belirlemesine olanak veren metinlerdir. Buradan hareketle kurumsal haberlerin taşınması gereken en önemli özellik, tanımın da ortaya koyduğu üzere kurum imajına yarar sağlayacak içeriğe sahip olmasıdır. Bu metinleri, kurumların topluma kendini ifade etme biçimi olan kurumsal iletişimde temel içerik işlevi gördüklerinden dolayı hazırlanmasında gazetecilik bilgisi gerektiren birer halkla ilişkiler etkinliğidir. Bu çalışmada kurumsal haberlerde yaşanan sorunların haber merkezli ve gazetecilik bakış açısıyla ele alınması bu gerekçeyle açıklanabilir.

Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin kurumsal haberciliğinde yaşanan sorunlara bakıldığında üniversite genelinde bir haberin sahip olması gereken unsurların neler olduğu, başka bir deyişle neyin haber olup neyin olmayacağı konusunda bir belirsizlik olduğu görülmektedir. Bu durum haberin kendisinin olduğu gibi haberi hazırlayanın ve kurumsal haberciliğin de değerinin olduğundan az görülmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu bakış açısı ilerleyen aşamalarda hızlı ve güncel olması gereken haberin bürokratik süreçlere takılması, yayımlanma aşamasında da etkisini artıracak unsurların sağlanamamasına ve sonucunda kurumun kendini topluma ifade etmede yeterince başarılı olamamasına yol açmaktadır.

Kurumsal habere verilen değer, doğrudan bir ilişkiyle onu hazırlayana verilen değeri de belirlemektedir. Bu çalışmada Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin hem kurumsal habercilik hem de personelleri temelinde yaşadığı sorunlar bu görüşün birer kanıtı niteliğindedir. Bugünün medya ortamında müşavirliğin yapısal sorunlarının çözülebilmesi, bugüne kadar üstlendiklerinden öte, üstlenebileceği görevlerin üniversitenin yeni iş birliği olanakları, araştırma konuları, araştırmacılar ve destekçiler edinmesine sağlayabileceği katkıların anlaşılabilmesine bağlı görülmektedir. Müşavirliğin sorunlarının çözüme kavuşturulmasının yanında kurumsal haberciliğin desteklenmesi yönünde atılacak adımlardan sonra en kazançlı çıkacak olanın üniversite olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada ortaya konan verilere dayanarak somut bir kurumsal kimliğe dayanmadığı sürece kurumsal haberciliğin etkin ve sürdürülebilir olamayacağına inanılmaktadır. Bu nedenlerle sonuç kısmında kurumsal habercilikte yaşanan sorunlara tek tek çözüm önerisi sunmaktansa, temel eksiklik olan kurumsal kimlik çalışmasının gerekliliği üzerinden değerlendirmelerde bulunmanın daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Örneğimiz olan üniversitede olduğu gibi daha önce kurumsal kimlik oluşturmamış kurumların bunun bir eksiklik olduğunu kavramaları gerekmektedir. Bu farkındalığın sağlanması ise kurumlardan, kurumsal kimlik standartlarını belirlemesi yönündeki istekle olacaktır. Bu farkındalığa erişen kurumlar, bu sorunu çözebilecek kişileri bir araya getirerek sorunların somutlaştırılması için gereken araştırmaların yapılmasını sağlamalıdır. Kurumların hedeflerini ve bu hedeflerin gerçekleştirilebilmesinin mevcut koşullarda mümkün olup olmadığının çözümlenmesi ve bu yolda kurumun güçlü ve zayıf yönlerinin açıkça ortaya konmasının gerektiği bu aşamayı yeni dönemde kurumun hitap ettiği kitleye göre yerleşeceği pozisyonun ve kurumsal kimlik unsurlarının somutlaştırılması izlemektedir. Son aşama ise oluşturulan kurumsal kimliğin bir bütün olarak yönetilmesi ve sürdürülmesi olarak açıklanabilir.

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi gibi büyük kurumlarda sonradan oluşturulacak kurumsal kimliğin tüm

birimler tarafından benimsenmesi uzun bir süreçtir. Hem çok sayıda birimi olup hem de kurumsal iletişim alanında uzman kişi sayısının az olduğu kurumlarda, kurumsal kimliği inşa sürecini hızlandırmak için dışarıdan kurumsal kimlik oluşturma hizmeti alınabilir ya da bu alanda uzman sayısı artırılabilir. Kurumsal kimliğin sürdürülebilmesi için ise kurum içi eğitimlere gereksinim duyulması gerekli görülmektedir.

Kurumsal kimliğin inşası örneğimiz olan Kütahya Dumlupınar Üniversitesi kadar böyle bir çalışma yürütmemiş tüm üniversiteler için gerekli olan bir süreçtir. Üniversiteler çalışmalarını yürütürken, uzmanlık alanlarını temel alarak hedef kitlelerini belirlemeli, bununla beraber kurumsal haberlerini tüm topluma uygun bir iletişim politikasıyla sunmayı amaç edinmelidir. Ülkemizde bu türden bir çalışma yürütmemiş tüm üniversitelerin yönetimlerine o üniversitenin amaç ve hedeflerini netleştiren, bu yolda karşılaştığı ya da karşılaşılabileceği sorunları gözetken ve kurum kültürlerine uygun bir kurumsal kimlik inşasına en kısa sürede başlamaları önerilmektedir. Bu çalışmanın hazırlanmasında başta Kütahya Dumlupınar Üniversitesi olmak üzere kurumsal kimlik çalışması yürütmek isteyen tüm kurumlar için, kurumsal kimliğin oluşturulması aşamasında güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi için kullanılabilecek yöntemlerden biri olan katılımcı gözlem yönteminin bir örneği olması amaçlanmıştır.

Kaynakça

- [1] Anadolu Ajansı. (2019, Nisan 29). *Ekleme tedavisi için sıvı ürettirler ilk talep Japonya'dan geldi*. (M. Cin, Düzenleyen) Mayıs 10, 2021 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/ekleme-tedavisi-icin-sivi-urettirler-ilk-talep-japonyadan-geldi/1465025> adresinden alındı
- [2] DPÜ Haber. (2021, Mart 2). *DPÜ'de Ustalara Saygı Töreni*. Mayıs 11, 2021 tarihinde DPÜ Haber - Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin Resmi Haber Portalı: http://haber.dpu.edu.tr/tr/haber_oku/603de623c59be/dpude-ustalara-saygi-toreni adresinden alındı
- [3] Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, II(1), 64-90. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. adresinden alınmıştır
- [4] HaberTürk. (2018, Aralık 28). *DPÜ Pazarlar Meslek Yüksekokulu'na 2 yeni bölüm daha açılıyor*. Mayıs 10, 2021 tarihinde HaberTürk Haber: <https://www.haberturk.com/kutahya-haberleri/65707276-dpu-pazarlar-meslek-yuksekokuluna-2-yeni-bolum-daha-aciliyor> adresinden alındı
- [5] HaberTürk. (2019, Ekim 5). *Rektör Uysal'dan Gediz'e fakülte müjdesi*. Mayıs 10, 2021 tarihinde HaberTürk Haber: <https://www.haberturk.com/kutahya-haberleri/72375139-ректор-uyssaldan-gedize-fakulte-mujdesi> adresinden alındı
- [6] Hürriyet. (2017, Aralık 29). *Üniversitenin adı değişiyor*. Mayıs 10, 2021 tarihinde Hürriyet: <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/universitenin-adi-degisiyor-40694401> adresinden alındı
- [7] Kasım, M. (2008). Basında Haberin Anlatımında Fotoğrafın Rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, X(1-2), 431-448.
- [8] Okay, A. (2008). *Kurum Kimliği* (6. b.). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- [9] Olins, W. (1990). *The Wolff Olins Guide to Corporate Identity* (2. b.). Londra: Black Bear Press.
- [10] T.C. Cumhurbaşkanlığı. (1983, Mart 30). *Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Kanunu*. Mayıs 11, 2021 tarihinde Mevzuat Bilgi Sistemi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2809.pdf> adresinden alındı
- [11] T.C. Millî Eğitim Bakanlığı. (2013). *Haber Yazma Teknikleri*. Mayıs 11, 2021 tarihinde MEB - Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi: http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Haber%20Yazma%20Teknikleri.pdf adresinden alındı
- [12] Tengilimoğlu, D., & Öztürk, Y. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [13] Yeni Kütahya. (2020, Haziran 25). *YÖK, DPÜ'ye 4 alanda ödül verdi*. Mayıs 10, 2021 tarihinde Yeni Kütahya: <https://yenikutahya.com/2020/06/25/yok-dpuye-4-alanda-odul-verdi/> adresinden alındı
- [14] Yükseköğretim Kurulu. (2021). *Üniversiteler Listesi*. Mayıs 11, 2021 tarihinde YÖK Akademik: <https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/universityListview.jsp> adresinden alındı