

HALKLA İLİŞKİLER DERS NOTLARI

MODELLERE GÖRE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİM

Amerika'da halkla ilişkilerin tarihçesini ele almada, dörtlü modelden de yaygın bir şekilde yararlanılmaktadır. Tarihi sırasıyla; Basın Ajansı ve Tanıtım Modeli, Kamuyu Bilgilendirme Modeli, İki Yönlü Asimetrik Model ve İki Yönlü Simetrik Model olarak adlandırılan bu modeller, yazarların görüşleri çerçevesinde aşağıda özetlenecektir (Grunig ve Hunt, 1984: 21-27).

Dr.Öğr.Üyesi Filiz ÇETİNKAYA

MODELLERE GÖRE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİM

Basın Ajansı ve Tanıtım Modeli (1850-1900)

Basın ajansı ve tanıtım modeli, halkla ilişkilerin ortaya çıkmaya başladığı dönemleri içermektedir. Bu modelde halkla ilişkiler daha çok propaganda amacına hizmet etmektedir. İletişim dinleme yerine anlatma üzerine yoğunlaşmaktadır. Uygulayıcılar kurumlarla ilgili eksik, çarpıtılmış ve yarı doğru bilgileri yayabilmektedir. Basın ajansı ve tanıtım modelinde, iletişimin yapısı tek yönlü olup, bilgiler daha çok kurumlardan hedef kitleye akmaktadır. Buna karşılık, hedef kitleden gelen görüş, istek ve şikâyetler kurumca değerlendirmeye alınmamaktadır.

Günümüzde basın ajansı ve tanıtım modeli, genellikle spor, tiyatro ve ürünlerin tanıtımında kişi ve kuruluşlar tarafından kullanılmaktadır.

Günümüzde, film ve TV yıldızları, kitaplar, televizyonlar için iletişim araçlarının yoğun olarak kullanıldığı bir tekniktir.

MODELLERE GÖRE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİM

Kamuyu Bilgilendirme Modeli (1900-1920)

Bu model halkla ilişkilerin özünün uygulanmaya başladığı kamuoyunu bilgilendirme anlayışının egemen olduğu yılları kapsamaktadır. Kamuyu bilgilendirme modelinin amacı, ikna etme niyeti olmaksızın bilginin yayılmasıdır. Kamu kuruluşları, kâr amacı gütmeyen vakıf, dernek gibi kuruluşlar ve eğitim kuruluşları, hedef kitlelerine çalışmalarıyla ilgili bilgi vermek için bu modelden yararlanmaktadır.

İki Yönlü Asimetrik Model (1920-1970'ler)

İki yönlü asimetrik model, halkla ilişkilerin profesyonelleştiği dönemleri içermektedir. Bu modelin temel amacı bilimsel iknadır. Hedef kitleyi ikna edebilmek için gerekli olan sosyal bilim bulgu ve teorilerinden yoğun olarak bu modelde yararlanılmaktadır. İki yönlü asimetrik modelde iletişim yapısı, iki yönlü olup hedef kitleden gelen tepkiler de dikkate alınmaktadır. Yürüttüğü kampanyaları kamuoyu yoklamaları ve araştırmalarına dayandırmış, verdiği mesajları etkili kılmak için doktor, ünlü, liderler gibi kanaat önderlerini kullanmıştır.

MODELLERE GÖRE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİM

İki Yönlü Simetrik Model (1970'li Yıllar Sonrası)

İki Yönlü Simetrik Model (1970'li Yıllar Sonrası) İki yönlü simetrik modelin temel amacı, kuruluşla onun hedef kitlesi arasındaki karşılıklı anlayışı geliştirmektir. Halkla ilişkiler görevlisi bu modelde, bir kuruluşla hedef kitlesi arasında arabuluculuk rolünü üstlenmektedir. İki yönlü simetrik modelde de sosyal bilim teorilerinden yararlanılmaktadır. Ancak karşılıklı anlayışı geliştirmek için ikna teorilerinden daha çok, iletişim bilimi teorileri kullanılmaktadır. Bu modelde de iletişimin yapısı iki yönlüdür. Ancak iki yönlü asimetrik modelden farklı olarak, bu modelde hedef kitleden gelen tepkiler doğrultusunda kuruluşlar karar ve politikalarını değiştirebilmektedir. İki yönlü simetrik modelde araştırmalar temel alınmaktadır.

Halkla ilişkilerin iki yönlü simetrik modeli için gerekli koşullar Okay ve Okay (2002) tarafından; iletişimin anlaşmaya götürmesi, sistem yaklaşımı, karşılıklı bağımlılık ve anlayış oluşturma, denetim ağırlıklı sistemlerin açık oluşu, akış dengesi, eşitlik, özerklik, yenilenme, yönetimin merkezileşmesi, sorumluluk, çatışma çözümü ve ilgili grupların liberalizmi olarak sıralanmaktadır.

TÜRKİYE’DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

Ülkemizde halkla ilişkilerin profesyonelleşme süreci 1960’lı yıllardan itibaren öncelikle kamu kurumlarında başlamaktadır. Kamu kuruluşlarının halkla ilişkiler çalışmaları “basın büroları” kurulmasıyla ortaya çıkmıştır. Ancak bu yıllardan önce de, halkla ilişkiler benzeri çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Yöneticilerin halkla iyi diyalog kurma çabaları, sorunlarına çözüm bulma arayışları, görüşlerini benimsetme çalışmaları eski Türk devletlerinde, Selçuklu ile Osmanlı dönemlerinde ve Cumhuriyet’in kuruluş yıllarında hep var olmuştur.

Dr.Öğr.Üyesi Filiz ÇETİNKAYA

TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

Osmanlı Devleti'nde halkla ilişkiler sayılabilecek bir çok uygulamadan söz edilebilir. Halka açık divan toplantıları, camilerde yapılan duyurular, padişahın kıyafet değiştirerek (tebdil-i kıyafet) halkın arasına girmesi ve sorunları öğrenmeye çalışması, ayanlık kurumu o günün şartları içerisinde halkla ilişkiler uygulamaları olarak görülmektedir (Kazancı, 2006: 7-14). Ancak bu uygulamalar, sistemli ve sürekli değildir. Bir ölçüde yöneticinin tercihine bırakılmıştır. Örneğin, bir padişah kıyafet değiştirerek halkın arasına girerken, diğeri böyle bir uygulama yapmak zorunda değildir. Halkla ilişkilerin profesyonel olması için, sistemlilik ve süreklilik gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında Kazancı (2006: 1415), Osmanlı döneminde biraz daha sistemli olan iki uygulamadan söz etmektedir. Bunlar Divân-ı Hümayûn Şikayet Kalemi ve muhtesipliktir.

Dr.Öğr.Üyesi

TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

Divân-ı Hümayûn Şikayet Kalemi, Osmanlı döneminde, halkın her türlü şikayetini almış, bunları incelemiş ve giderilmesi için çalışmıştır. Bu kuruluş Osmanlı Devleti'nde yaklaşık dört asır görev yapmıştır. İkinci sistemli uygulama muhtesipliktir. Muhtesip, bugünkü belediye zabıta müdürüne benzeyen bir görevlidir. Muhtesip kadiya bağlı olup, halkın esnafla ilgili şikâyetini almakta ve esnafı denetlemektedir. 1855 yılından sonra muhtesipliğin görevini Şehremaneti üstlenmiştir. Cumhuriyet'in kuruluş yıllarından günümüze, ülkemizdeki halkla ilişkilerin gelişimi burada dört dönem altında ele alınacaktır. Bu dönemler, tarih sırasına göre belirlenmiştir.

Dr.Öğr.Üyesi Filiz ŞEHİRCİ

BU DERS NOTLARININ HAZIRLANMASINDA;

KALENDER, A., PELTEKOĞLU, Z.F., BAYÇU, S., ERGÜVEN, M.,S., YILMAZ, R.,A., OKAY, A., GÖZTAŞ, A. ve BECERİKLİ, S., (2018). HALKLA İLİŞKİLER, T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2713 AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1676, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI.

KİTABINDAN YARARLANILMIŞTIR.

Dr.Öğr.Üyesi Filiz ÇETİNKAYA