

# HALKLA İLİŞKİLER DERS NOTLARI

---

# TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

---

## 1980-2000 Yılları Arasındaki Dönem

Bu dönemde halkla ilişkilerin profesyonelleşmesini tamamladığı ve ileri ülkelerdeki düzeyi yakaladığı söylenebilir. 1980-2000 yılları arasında kamu ve özel kuruluşlar ile belediyelerde halkla ilişkiler birimlerinin sayısı artmış, yeni meslek örgütleri ve ajanslar kurulmuş, halkla ilişkiler eğitiminde önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

1980-2000 yılları arasında ülkemizdeki halkla ilişkilerin gelişimiyle ilgili ana noktalar aşağıda verilmektedir:

. 1980'li yıllardan itibaren halkla ilişkiler eğitim veren yükseköğrenim kurumları, Basın Yayın Yüksek Okulu adını almışlardır. Bu okullarda, gazetecilik ve halkla ilişkiler bir bölüm halinde eğitime devam etmiştir.

1983 seçimlerinde Lider ve adaylar, kampanyalarında modern halkla ilişkiler ve siyasal iletişim tekniklerini kullanmaya başlamışlardır.

# TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

---

Başbakanlık ve çeşitli bakanlıkların halkla ilişkileriyle ilgili olarak 1984 yılında yasal düzenleme yapılmıştır. Buna göre bakanlıklarda değişik isimler altında hizmet veren birimler “Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği” haline getirilmiştir (Tortop, 1986: 23).

1992 yılında iletişim fakülteleri kurulmuştur. Daha önce halkla ilişkiler eğitimi veren Basın Yayın Yüksek Okulları bu dönemde fakülteye dönüştürülmüştür. Halkla ilişkiler eğitimi, bu fakültelerde ayrı bir bölüm olarak verilmeye başlamıştır (Peltekoğlu, 2007: 129).

1993 yılında ülkemizde ilk internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir. 1997 yılında birçok kurum internet üzerinden servis vermeye başlamıştır. Özellikle bankaların müşteri hizmetlerinde internetten yararlanması gündeme gelmiş, internet üzerinden gazete yayıncılığı başlamış, kuruluşlar web sayfaları hazırlamaya önem vermişlerdir. Bunun sonucunda, kuruluşlar ilgili çevrelerine hem daha hızlı ve kolay mesaj verme, hem de hizmet sunma imkânına kavuşmuştur. İnsanlar da, kuruluşlara görüş ve isteklerini rahatlıkla aktarabilir hale gelmiştir. Bu durum ülkemizde halkla ilişkilerin gelişmesine önemli katkı sağlamış ve halkla ilişkiler çalışmalarında yeni bir alan doğmuştur.

# TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

## 2000 Yılı ve Sonrası Dönem

Bu dönemde halkla ilişkilerin gelişimi oldukça hızlanmıştır. Halkla ilişkilerle ilgili uluslararası düzeyde çalışmalar yapabilen ajans sayıları artmış, halkla ilişkiler eğitimi veren fakülte ve yüksekokullar hızla çoğalmıştır. Ayrıca halkla ilişkiler alanındaki yüksek lisans ve doktora programlarının sayısında artış yaşanmıştır.

Bu dönemde halkla ilişkilerle ilgili önemli düzenlemelerden bir tanesi, Bilgi Edinme Hakkı Yasası'nın çıkarılmasıdır. Yasa 2003 yılında Resmi Gazete'de yayınlanmış, 2004 yılında da yürürlüğe girmiştir. Bu yasayla, kişiler kendileriyle ilgili bilgi ve belgeleri kamu kuruluşlarından isteme hakkına sahip olmuşlardır.

Kamu yönetimindeki halkla ilişkilerle ilgili çok önemli bir düzenleme de 2006 yılının başında yapılmıştır. Halkın şikayet, görüş ve önerilerini derhal işleme alıp, değerlendirip, sonucunu bildirmekle görevli bir birim kurulmuştur. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) adı verilen bu birime, ülke genelinden 150 no'lu telefon hattıyla ulaşılabilmekteydi.

# TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

---

Bu dönemde kamu yönetimindeki halkla ilişkilerle ilgili başka bir düzenleme, elektronik devlet hizmetlerinin başlamasıdır. e-Devlet Kapısı adı verilen uygulama, tüm kamu hizmetlerine tek bir noktadan erişmeye imkân sağlayan büyük bir internet sitesidir.

BİMER ve e-devlet uygulamasını o dönemde kamu kurumlarının halkla ilişkilerinde çığır açan bir dönüşüm olarak nitelendirmek mümkündür.

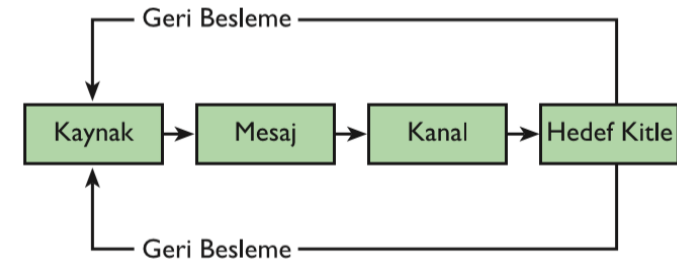
Dr. Öğr. Üyesi Filiz ÇETİNKAYA  
KARAFAKI

# HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM, HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİ

## HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM

Toplumda yaşanan değişim, yoğun rekabet, çeşitli birimler arasında iletişimi güçleştirirken, bu güçlüklerden kaynaklanan sakıncaları önleme çabası, halkla ilişkilerin bir meslek haline dönüşüm sürecini hızlandırmıştır. Farklı disiplinlere uygulanabilirliği halkla ilişkilerin çok farklı yaklaşımlarla ele alınmasına neden olmaktadır.

Halkla ilişkilerde iletişim faaliyetlerinde mesajı oluşturan kaynak (işletme, halkla ilişkiler şirketi) mesajın hedef kitle ile bulunduğu halkla ilişkiler faaliyeti (basım bülteni, TV program, broşür), bu faaliyetin işlenebilmesi/dinlenebilmesi/okunabilmesi için temkinli bir alt yapıyı gerektirir. Halkla ilişkiler faaliyetleri hedef kitleye ulaşmak ve onları etkilemek için gerçekleştirilir.



# HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM, HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİ

Her iletişim etkinliğinin olduğu gibi, halkla ilişkiler faaliyetlerindeki iletişimin de çeşitli amaçları vardır. Halkla ilişkilerde çalışmaların amaçları genel olarak;

- Kurumun geleceğini tahmin etmek, eğilimleri belirlemek,
- Kamuoyu, hedef kitlenin tutum ve beklentileri ve faaliyetlerinin planlanması için araştırma yapmak,
- Güvenilir tam ve doğru bilgilerde hedef kitle ile çift yönlü iletişimi sağlamak ve sürekli hale getirmek,
- Anlaşmazlıkları ve yanlış anlaşılmaları engelleyerek karşılıklı saygıyı sağlamak,
- Kamu yararını düşünmek, kurumsal yararı gözardı etmemek,
- Çalışanlarla olumlu işbirliği içinde olarak aidiyet duygusunu geliştirmek,
- Tutundurma faaliyetlerine destek olmak,
- Kârlılığı sağlamak, kurum kimliğini oluşturmak, pekiştirmek olarak sıralanabilir. İletişim ile yaşam bulan halkla ilişkiler iletişim sürecindeki ögelerle kısa ve şu şekilde açıklanabilir.

---

Dr.Öğr.Üyesi Filiz ÇETİNKAYA  
KARAFAKI



---

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 FİLİZ CETİNKAYA  
KARAFAKI