



Halkla İlişkilerde Yeni Medya Kanallarının Yeri ve Öneminin İncelenmesi

Cem Sekmen

MEB Eğitim Yöneticisi

cemsekmen@gmail.com, ORCID:0009-0008-5960-7647

Özet

Tarih boyunca halkla ilişkilerin birçok kişi tarafından tanımı yapılmıştır. Uygulama aşaması ve yaşanan zamana göre tanımlar çeşitlilik gösterse de genel olarak birbiri ile örtüşmektedir. Tarih boyunca sürekli işlevselliğini sürdürdüğü halde farkında olunmadan yapılan halkla ilişkiler uygulamalarını şu şekillerde tanımlayabiliriz. Örgütle hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayış, kabul görme, işbirliği ve iletişimin sürekliliğini temin eden; sorunların ve konuların yönetimiyle ilgili olarak yönetimi kamuoyu konusunda sürekli bilgilendirerek ona karşı duyarlı kılan; eğilimlerin önceden saptanmasına yardımcı olan bir erken uyarı sistemi görevi yaparak, yönetime, değişikliğe ayak uydurma ve değişiklikten yararlanma konusunda yardım etmenin yanı sıra araştırma yöntemleri ile sağlıklı ve etik ilkelere uygun iletişim tekniklerinden birincil araçlar olarak yararlanan özgün bir yönetim fonksiyonudur. Tanımdan da anlaşılacağı gibi halkla ilişkilerin en önemli fonksiyonu olumlu veya olumsuz erken uyarı sistemi olmasıdır. Büyük kitlelere hitap eden, hizmet veren her türlü kurum ve kuruluşun, ön başvuru merkezi veya danışma hizmetleri de diyebiliriz. Bir diğer tanımda ise Halkla İlişkilerden; Halkla ilişkiler, firma veya örgüt ile ilgili çevreleri arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı, anlaşılmayı, kabulü ve iş birliğini sağlayıp sürdürmeye yardımcı olan bir fonksiyona sahiptir şeklinde bahsedilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, İletişim Teknolojileri, Yeni Medya

Examination of the Place and Importance of New Media Channels in Public Relations

Abstract

It has been defined by many people throughout history. Although the diversity varies depending on the implementation phase and time, they generally do not overlap with each other. We can define the transfer of information to the public

unconsciously, even though it has continued throughout history, as follows. Ensuring continuity of mutual understanding, acceptance, cooperation and communication between the organization and its target audiences; constantly informs and sensitizes you about marketing regarding sales and management of issues; It is a unique management function that uses research methods and healthy and ethical communication techniques as the main tools, as well as methods of assisting management in changing pace and benefiting from change, by creating an early warning system that helps determine programs. As can be understood from the definition, the most important function with the public is the existence of a positive or negative early stimulation system. All kinds of institutions and systems, pre-application centers or services that appeal to large masses and provide services can also be considered. In another definition, from Public Relations; Public relations is mentioned as a function that helps to ensure and maintain mutual connection, mention, understanding, acceptance and cooperation between the company or organization and the relevant circles.

Key Words: Public Relations, Communication Technologies, New Media

Giriş

Halkla ilişkiler şu anki seviyesine gelirken kolay kolay gelmemiştir. Özellikle ülkemizde olmaz üzere hala istenilen seviyede değildir ancak şu zamanlarda halkla ilişkiler yıllar öncesine göre çok değerli olmuş ve tercih edilen bir sektör haline gelmiştir.

Dünya genelinde düşündüğümüzde, 20. yy. başlarına kadar Halkla İlişkiler sektörü yeterli ilgiyi görmemiştir. Ülkemizde ise bu durum çok daha sonraki yıllara dayanmaktadır. Ülkemizde tam anlamı ile tanınmasının 1990'lı yılların başı olduğunu düşünmekteyim. Bahsettiğim durum kitle iletişim aracı olarak Halkla İlişkiler kavramının, halk tarafından özümsemeye başlanmış olması. Öyle ki 1990'larda, çocukluk yıllarımda, ilk defa büyük bir alış-veriş merkezinin girişinde Halkla İlişkiler diye bir tabela gördüm. Tabelanın altında bekleyen bir insan boş boş oturuyordu. İlerleyen yıllarda (takriben 5 yıl içinde), halkla ilişkiler tabelaları artmaya başladı. O zamanlar şunu düşünüyordum; "Ne yani, şu bölüm nerede veya şu işi halletmem için hangi yolu izlemem gerekli? Sorularına cevap versinler diye bir kişiye aylık maaş mı veriyorlar?" Çok gereksiz görmüştüm. Şimdi başlı başına ders olarak okutulan, yüksek lisans projelerine, tezlerine konu olan bir sektör oldu, halkla ilişkiler.

Halkla ilişkiler sektörü büyüdükçe, etkileşim alanları da genişledi. Teknolojinin de aynı paralelde gelişmesi, halkla ilişkiler sektörü ile teknolojik bağlantıların incelenmesi ve geliştirilmesi gerekliliğini ortaya çıkardı.

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIMIN GELİŞİM SÜRECİ

Tarih boyunca halkla ilişkilerin birçok kişi tarafından tanımı yapılmıştır. Uygulama aşaması ve yaşanan zamana göre tanımlar çeşitlilik gösterse de genel olarak birbiri ile örtüşmektedir.

Tarih boyunca sürekli işlevselliğini sürdürdüğü halde farkında olunmadan yapılan halkla ilişkiler uygulamalarını aşağıdaki gibi tanımlayabiliriz;

Örgütle hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayış, kabul görme, işbirliği ve iletişimin sürekliliğini temin eden; sorunların ve konuların yönetimiyle ilgili olarak yönetimi kamuoyu konusunda sürekli bilgilendirerek ona karşı duyarlı kılan; eğilimlerin önceden saptanmasına yardımcı olan bir erken uyarı sistemi görevi yaparak, yönetime, değişikliğe ayak uydurma ve değişiklikten yararlanma konusunda yardım etmenin yanı sıra araştırma yöntemleri ile sağlıklı ve etik ilkelere uygun iletişim tekniklerinden birincil araçlar olarak yararlanan özgün bir yönetim fonksiyonudur.¹

Tanımdan da anlaşılacağı gibi halkla ilişkilerin en önemli fonksiyonu olumlu veya olumsuz erken uyarı sistemi olmasıdır. Büyük kitlelere hitap eden, hizmet veren her türlü kurum ve kuruluşun, ön başvuru merkezi veya danışma hizmetleri de diyebiliriz.

Bir diğer tanımda ise Halkla İlişkilerden; Halkla ilişkiler, firma veya örgüt ile ilgili çevreleri arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı, anlaşılmayı, kabulü ve iş birliğini sağlayıp sürdürmeye yardımcı olan bir fonksiyona sahiptir.² şeklinde bahsedilmektedir.

Amerikan Halkla İlişkiler Birliği 35. Ulusal Konferans'ında yapılan halkla ilişkiler tanımına istinaden ideal bir halkla ilişkiler fonksiyonunu aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

- İşletme (organizasyon) yönetimi tarafından yürütülen planlı ve sürekli bir programdır.
- Organizasyon ile iç ve dış çevreleri arasındaki ilişkilerle ilgilidir.
- Kamu yararı ile organizasyonun çıkarını dengelemek üzere bu örgütsel faaliyetleri ve politikaları gözden geçirir.

¹ Alikılıç, Ö. ve Onat, F.. (2007), Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar. *Journal of Yaşar University*, 2 (8): 899-927.

² Fidan, M.. (2008). Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet Ve Markaya Katkısı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 5(3): 153-160.

- Organizasyon ile ilgili çevreleri arasındaki karşılıklı etkileşimi sağlayıp, sürdürür.
- Halkla ilişkiler, özel ya da tüzel kişinin iş yaptığı gruplarla ilişki kurması, mevcut ilişkilerini de iyileştirme yönünde çaba harcamasıdır.

İki tanımdan ve sayılan maddelerden de anlaşılacağı gibi Halkla İlişkiler, fonksiyonel olarak bir danışma sistemidir. Hedef kitlenin davranış ve tepkilerini önceden sezebilmek ve buna bağlı olarak kendine çeki düzen verme yoludur. Herhangi bir kuruluş veya kurumun, görünen yüzü veya dış cephesi diyebiliriz.

Günümüzde başlı başına bir sektör olan “Halkla İlişkiler”, eski uygarlıklar zamanında da kasıtlı veya bilinçsiz olarak uygulanmıştır. İlk ve Orta Çağ zamanlarında daha çok başkaldırı veya propaganda olarak uygulanmış olan “Halkla İlişkiler” yönetilenlerin, yönetenler karşısında haklarını aramaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde “Halkla İlişkiler”, yönetimin ana damarlarından biri durumundadır. Temel işlev olarak halka doğru bilgi sunmayı hedef alan “Halkla İlişkiler”, iletişim halindeki kitleleri doğru bilgilendirmek ve olumlu izlenimler bırakmak için ilk adımdır.

YENİ MEDYANIN GELİŞİM SÜRECİ

Yeni Medya’yı kaba tabiri olarak, bilgisayar ve internet kullanılarak oluşturulan sistemler bütünü olarak tanımlayabiliriz. Geleneksel medyanın en popüler araçları olan televizyon, radyo ve gazete, hızlı bir şekilde yerini yeni medya araçlarına bırakmaktadır. Yeni medyaya, sosyal medya da diyebiliriz. Akademik literatürde sosyal medya, çok sayıdaki interaktif yayın faaliyetlerini ve sosyal ağ sitelerini kapsayan genel bir terim olarak kullanılmaktadır.³

Kullanıcıların internet sitelerini sadece görebildiği (Web 1.0), kullanılan içeriğe yorum yapma, eklemelerde bulunma ve katkı sağlama gibi müdahale olanağının olmadığı dönemden sonra geliştirilen ikinci nesil (Web 2.0) internet altyapısının üzerinde inşa edilen sosyal medya, internet kullanıcılarının yer ve zaman sınırı olmadan paylaşmak istedikleri herhangi bir şeyi yayımlayabildikleri ve diğer kullanıcılarında bu içerikler üzerinde kendi isteklerine göre fikir üretip yorumlayabildikleri veya istediklerinde değiştirebildikleri bir ara yüz üzerinde çalışan

³ (Pannuzio, 2008:6; Evangelopoulos, Margo ve Sidorova, 2012:248).

Halkla İlişkilerde Yeni Medya Kanallarının Yeri ve Öneminin İncelenmesi

platformdur.⁴

Bundan yirmi yıl önce, akşam yemeğinden sonra, ailecek oturup televizyon karşısında Haber bültenlerini seyreden kitle yerine, internet bağlantısı olan akıllı telefon uygulamaları vasıtası ile o an olaylardan haberdar olan bir kitle hızla çoğalmaktadır.

Aşağıdaki tabloda 2012 yılı sonu itibariyle dünya çapında lider sosyal medya sitelerinin aktif kullanıcı sayıları görülmektedir (AİBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 14, Sene: 14, Sayı: 1, 14: 269-293):⁵

Site	Aktif Kullanıcı	Sağlayıcı
Facebook	1 Milyar	Facebook

⁴ (Evans, 2010:4; Wilson, 2010:12-13; Comm, 2010:2-3; Kaplan ve Haenlein, 2010:60).

⁵ The Realtime Report, <<http://therealtime.com/2012/12/07/socialnetworking-stats-42-of-those-with-foursquare-app-are-active-users-rltm-scoreboard/>>

Qzone	599 Milyon	TechCrunch
Twitter	500 Milyon	Twopcharts
Sina Weibo	400 Milyon	Yahoo
Renren	170 Milyon	iResearch iUser Tracker

Halkla İlişkilerde Yeni Medya Kanallarının Yeri ve Öneminin İncelenmesi

LinkedIn	187 Milyon	LinkedIn
Google Plus	100 Milyon	Google
Tumblr	83 Milyon	Tumblr
Instagram	100 Milyon	TechCrunch

Tagged	Tagged	20 Milyon
Foursquare	25 Milyon	SmartBlog on Social Media
Pinterest	25 Milyon	AdWeek
Posterous	15 Milyon	Posterous

Reddit	46.4 Milyon	Reddit
--------	-------------	--------

Yaklaşık yirmi yıl sonra ise yeni medya iletişim araçlarını kullanmayan her hangi bir kurum/kuruluş veya işletme kalmayacaktır. Birbirlerinin yüzlerini görmeden alış-veriş yapan insanların sayısı, yüz yüze iletişimle alış-veriş yapan insan sayısından fazla olacaktır.

Sonuç

Tarih boyunca halkla ilişkilerin birçok kişi tarafından tanımı yapılmıştır. Uygulama aşaması ve yaşanan zamana göre tanımlar çeşitlilik gösterse de genel olarak birbiri ile örtüşmektedir.

Tarih boyunca sürekli işlevselliğini sürdürdüğü halde farkında olunmadan yapılan halkla ilişkiler uygulamalarını aşağıdaki gibi tanımlayabiliriz:

Örgütle hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayış, kabul görme, işbirliği ve iletişimin sürekliliğini temin eden; sorunların ve konuların yönetimiyle ilgili olarak yönetimi kamuoyu konusunda sürekli bilgilendirerek ona karşı duyarlı kılan; eğilimlerin önceden saptanmasına yardımcı olan bir erken uyarı sistemi görevi yaparak, yönetime, değişikliğe ayak uydurma ve değişiklikten yararlanma konusunda yardım etmenin yanı sıra araştırma yöntemleri ile sağlıklı ve etik ilkelere uygun iletişim tekniklerinden birincil araçlar olarak yararlanan özgün bir yönetim fonksiyonudur.

Günümüzde başlı başına bir sektör olan “Halkla İlişkiler”, eski uygarlıklar zamanında da kasıtlı veya bilinçsiz olarak uygulanmıştır. İlk ve Orta Çağ zamanlarında daha çok başkaldırı veya propaganda olarak uygulanmış olan “Halkla İlişkiler” yönetilenlerin, yönetenler karşısında haklarını aramaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Halkla İlişkiler”, yönetimin ana damarlarından biri durumundadır. Temel işlev olarak halka doğru

bilgi sunmayı hedef alan ‘‘Halkla İlişkiler’’, iletişim halindeki kitleleri doğru bilgilendirmek ve olumlu izlenimler bırakmak için ilk adımdır.

Yeni Medya’yı kaba tabiri olarak, bilgisayar ve internet kullanılarak oluşturulan sistemler bütünü olarak tanımlayabiliriz. Geleneksel medyanın en popüler araçları olan televizyon, radyo ve gazete, hızlı bir şekilde yerini yeni medya araçlarına bırakmaktadır. Yeni medyaya, sosyal medya da diyebiliriz.

Akademik literatürde sosyal medya, çok sayıdaki interaktif yayın faaliyetlerini ve sosyal ağ sitelerini kapsayan genel bir terim olarak kullanılmaktadır. Kullanıcıların internet sitelerini sadece görebildiği (Web 1.0), kullanılan içeriğe yorum yapma, eklemelerde bulunma ve katkı sağlama gibi müdahale olanağının olmadığı dönemden sonra geliştirilen ikinci nesil (Web 2.0) internet altyapısının üzerinde inşa edilen sosyal medya, internet kullanıcılarının yer ve zaman sınırı olmadan paylaşmak istedikleri herhangi bir şeyi yayımlayabildikleri ve diğer kullanıcılarında bu içerikler üzerinde kendi isteklerine göre fikir üretip yorumlayabildikleri veya istediklerinde değiştirebildikleri bir ara yüz üzerinde çalışan platformdur.

Bundan yirmi yıl önce, akşam yemeğinden sonra, ailecek oturup televizyon karşısında Haber bültenlerini seyreden kitle yerine, internet bağlantısı olan akıllı telefon uygulamaları vasıtası ile o an olaylardan haberdar olan bir kitle hızla çoğalmaktadır.

Kaynakça

<http://bluetimeline.com/gen/b/2012/08/infografi-internette-bir-dakikada-neler-oluyor/>

<http://web.archive.org/web/20150704175621/http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11>

<http://furkangursoy.com/twitterda-viral-reklam-kampanyasi-orgutlemek>

<http://www.business-standard.com/india/news/swine-flu%5Cs-tweet-tweet-causes-online->

Halkla İlişkilerde Yeni Medya Kanallarının Yeri ve Öneminin İncelenmesi

[flutter/356604/](#). Retrieved 2009-05-28. "İnternet üzerinden SMS', Twitter bir ücretsiz sosyal paylaşım ve mikro-blog servisi"

<http://therealtimereport.com/2012/12/07/socialnetworking-stats-42-of-those-with-foursquare-app-are-active-users-rltm-scoreboard/>

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Blog>

<http://www.ntvmsnbc.com/id/25207113/>

<http://shiftdelete.net/internet-devlerinin-takipcileri-sahte-cikti-39365.html>

http://twittercounter.com/pages/100?fc=1&utm_expid=102679131-119.B5dx6DHfRue_Wqt11kTNIA.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Ftr.wikipedia.org%2F

<http://www.alexa.com/topsites>

<http://www.alexa.com/topsites>

<http://www.boomsocial.com/Facebook/Ulkeler>

<http://sosyalmedya.co/instagram-infografik/>

<http://www.bbc.com/news/technology-36584511>

http://www.emo.org.tr/ekler/951ccd95572a671_ek.doc?tipi=46&turu=X&sube=0

http://www.burson-marsteller.com/Innovation_and_insights/blogs_and_podcasts/BM_Blog/Lists/Posts/Post.aspx?ID=254

<http://ramazangunes.com.tr/turkiyenin-ilk-sosyal-medya-krizi-danone/>

<http://ramazangunes.com.tr/turkiyenin-ilk-sosyal-medya-krizi-danone/>