

KÜRESELLEŞME İDEOLOJİSİNİN ETKİ ALANINDA HALKLA İLİŞKİLERİN ROLÜ

Seda ÇAKAR MENGÜ*

The Role of Public Relations Under the Influence of Globalization Ideology

Globalization ideology attributes global identities, global roles and global practices. As long as the conditions are suitable enough, credibility of a given ideology also increases. Being supposed to function in democratic societies, public relations can function as an effectively element as a means of communication for the formation, direction and internalization of a given ideology. Public relations contributes to the ideology that it serves by message creation, consciousness formation and manipulation functions. Public relations comprises all adoption, persuasion, internalization and consent formation efforts that capital creates in bodies and minds. It is simply a consent formation process. Public relations is a long term communication process using persuasion and confidence for the purpose of continuing a positive communication with the target group. The methods and means used by public relations today have arisen from the conditions of capitalist-liberal system. Therefore, public relations might unavoidably be degraded as a means to introduce the globalization ideology. The purpose of this study is to put forward the role of public relations under the influence of globalization ideology. Is public relations an adaptation process related to the discourses formed in the name of a whole scale development of a society along with its institutions or is it an adaptation process suitable to the dominant and persuasive discourses as well as actions or motivations?

Key words: *Global consciousness, globalization ideology, consent management, public relations*

Küreselleşme kavramı, genel anlamda, "toplumların siyasal yönetimi ve yönetim politikaları, ideolojisi ve kültürleri üzerinde uluslararası sermayenin ekonomik politikası, kültürü ve ideolojisinin egemenliğini kurma ve geliştirmeyi" (Erdoğan, 2002: 149) içermektedir. Çünkü kapitalist küreselleşme tüm dünyayı kapsamayı hedeflemiştir ve bugünkü dünya çok parametrelidir. Kapitalist iktidar, çıkarı ve devamlılığı için kaoslar üretmek veya kendiliğinden ortaya çıkan

kaosları kontrol etmek için yapacağı simülasyon programlarında uygun parametreler seçmek zorundadır. Hegemonyacı kapitalizm, küreselleşme stratejisini sürdürebilmek için modern teknoloji donanımlı bilimsel bilgi ve eğitim gücüne ağırlık vermiştir. Bu durum, aynı zamanda, Batı uygarlığı iktidarının bilgiye ve eğitime dayanması geleneğinin bir devamıdır (Akdeniz, 2001:-)

*Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

Althusser, ideolojinin maddiliğini ileri sürmüş ve insanların bir toplumsal formasyon içerisinde önceden belirlenmiş ilişkiler yaşadığını söylemiştir. "Toplumsal formasyonun pratikleri üretici güçlerin gelişme düzeyine göre belirlenmiş, oynanacak roller kurgulanmıştır. Bu nedenle bir toplum, bireyler arası ilişkilere indirgenemez. Çünkü bireyler bu ilişkilere belirleyici özneler olarak değil, kendileri ilişkiler içinde belirlenen bireyler olarak girmektedirler" (Althusser, 2002: 10). Ancak, toplumsal formasyonun işleyişi, bireylerin kendilerini özne gibi konumlandırmalarını sağlamaktadır. Bu da sistemin yanılmasıdır. Burada ideoloji, bireyleri yanılmalı ilişkilerin öznesi haline getirmiştir. Farklı ideolojiler bireylere farklı roller, farklı kimlikler ve bu kimliklere bağlı farklı pratikler sunmaktadır. Küreselleşme ideolojisi de bireylere ve uluslara küresel kimlik, küresel rol ve küresel pratikler yüklemektedir. Koşullar yeterince elverişli olduğu ölçüde ise, verili ideolojinin inandırıcılığı da artmaktadır. Demokratik ve çoksesliliğin geçerli olduğu toplumlarda varlık gösterdiği söylenen halkla ilişkiler, bir iletişim yöntemi olarak verili ideolojinin kurgulanmasında, yönlendirilmesinde ve içselleştirilmesinde etkin bir araç durumuna gelebilir.

Uzam ve süremin denetim altına alınmasının mülkiyet bağlamından bağımsız olarak sunulduğunu ve iletişim ağlarıyla sürekli bilgi iletimi sağlandığı için seçim özgürlüğü olan global bir dünyada yaşadığımız izlenimi yarattığını belirten İrfan Erdoğan, "demokratik" ve "özgürlükçü" olduğu varsayılan kültürle birlikte "geleneksel, dışa kapalı" köyün küresel köye dönüştüğünü söylemektedir (Erdoğan, 2002: 487).

Hall'a göre, küresel sermaye, yerel sermayelerin yanı sıra, siyasal ve ekonomik seçkinlerin işbirliği dolayısıyla egemenlik ku-

rabileceğinin bilincinde olan bir sermaye biçimidir (Hall, 1998: 47-49). Dolayısıyla, küresel sermaye yerel öğeleri ortadan kaldırmak yerine, onların aracılığıyla etkinliğini sürdürmektedir. Burada halkla ilişkilerin, yerel kültürün, sermayenin, politikanın küresel unsurlara karşı tavrı tartışılacaktır.

Küresel bilinci, dünyayı tek bir mekan olarak görme çabı ve yoğunluğu olarak tanımlayan Peter Monge, giderek küreselleşen bir dünyada yaşamsal, toplumsal, etnik, bölgesel ve hatta kişisel öz-bilincin de gelişmesi olgusunu irdelemektedir. İletişim, küresel bilincin oluşumunda ve insanın toplumsal yaşam evrenini yeniden ve yeniden yapılandıran düşünsel süreçte merkezi bir rol oynamaktadır (Akt. Mengü, 2003: 11). Bu noktada Halkla ilişkiler mesaj yaratımı, bilinç yapılandırması ve manipülasyon işlevleri ile hizmet verdiği ideoloji kapsamında yeniden üretime katkıda bulunmaktadır. Bauman'a göre, sermayenin ve finansın yanı sıra diğer tüm seçim ve etkili eylem araçlarının yoğunlaşması, aynı zamanda pratik amaçları bakımından eşanlı duruma gelen hareket ve eylem özgürlüğünün yoğunlaşması olarak tanımlanmaktadır.

Bauman, finans, ticaret ve enformasyon endüstrisinin sahip olduğu küresel hareket ve amaçlarını herhangi bir sınırlandırma olmaksızın gerçekleştirebilme özgürlüğünün, dünya sahnesinin parçalanmasına bağlı olduğunu söylemektedir. Zayıf olarak nitelenen devletler ekonomik etkinliklerin sürmesi için gerekli olan, ancak küresel şirketlerin etkinliklerine herhangi bir sınırlama getirmeyecek "yerel polis karakolları" (Bauman, 1999: 79) haline getirilmektedir. İşte burada sorun, halkla ilişkilerin küreselleşme ideolojisinin belirtilen etkilerine karşı bulunacağı konumun ve işlevin ne olması gerektiğidir. "Ulusal ya da uluslararası alan-

da, siyasi işlerin yürütülmesi ve yönetilmesinde halka ilişkilerin önemli bir uzmanlık alanı olarak ortaya çıkışı tartışma götürmez" (McNair, 2002: 97). Halkla ilişkiler uygulamasının amacı, karşılıklı çıkar alanları arasındaki çift yönlü iletişimde doğru ve tam bilgiye dayalı anlayışı geliştirmektir.

Halkla ilişkiler işlevsel ve kavramsal olarak ekonomik, politik, tarihsel, sosyolojik ve psikolojik süreçlerle ilişkili algılanmalıdır. "Halkla ilişkiler, sermayenin bedenlerde ve zihinlerde yarattığı bütün benimsetme, kabullendirme, içselleştirme, özlüce onay üretme çabalarıdır. Bir rıza yaratımıdır. Halkla ilişkiler hedef aldığı kitleyle olumlu iletişimi sürdürmek adına ikna ve güveni kullanan uzun soluklu bir iletişim sürecidir. Halkla ilişkilerin günümüzde kullandığı yöntem ve araçlar kapitalist-liberal sistemin şartlarından doğmuştur. Dolayısıyla halkla ilişkiler ister istemez küreselleşme ideolojisinin benimsetilmesinde bir araç konumuna indirgenebilir.

"Günümüzde Ewen, Toth, Sproule, Scholle, Mills, Schiller, Herman ve Chomsky'nin ABD'deki, Mickey ve Moloney'in ise İngiltere üzerinden, halkla ilişkiler ekonomik sermaye ilişkileri içinde yapılmış, sırf çıkarları tarafından belirlenmiş ve bu çıkarları korumak için bir misyon yüklenmiş bir yapıya sahiptir. Ayrıca, kamu zihninin denetlenmesi amacına hizmet etmekte, liberal-kapitalist demokrasilerde egemenliğin sağlanması için kullanılan bir teknik ve aynı zamanda uluslararası pazarlara açılan büyük firmaların gittikleri ülkelerdeki konumlarını ve imajlarını sağlamlaştırmak görevini üstlenmektedir" (Becerikli, 2003: 23).

Günümüzde çok seslilik, çok renklilik ve çok söylemliliğin gerekliliği ideolojiler tarafından dayatılmaktadır. Burada önemli olan

çeşitli güç odakları arasındaki kendini ifade edebilme, anlatabilme gücüdür. Kendine kamuoyu oluşturabilme önem kazanır. Halkla ilişkiler bir kamuoyu oluşturma sürecidir. Halkla ilişkilerin işlevi çeşitli gruplar ya da toplum bazında gerektiği zamanda bir değişim ya da gelişim yaratmaktır. Bu değişim ya da gelişim istenilen, istenildiği varsayılan ya da gerekli bir uygulamadır. Bu gerekli uygulamalar ise toplumun farklı kurumlarında gerçekleşmektedir. Halkla ilişkiler tanımı gereği gelişime, geliştirmeye açık bir iletişim yöntemidir. Halkla ilişkiler insan odaklı olması nedeniyle uygulamalarını kişilerarası etkileşim ve iletişim bağlamında kurar. İnsan, toplumun en küçük birimi olarak toplumsal olayların işleyişlerine yön verir. Burada insanın özne olarak kurgulanması da yine halkla ilişkilerin işlevlerinden biridir.

Halkla ilişkilerin uygulama alanları kamu ve özel sektör bağlamında ele alınabilir ki bunlar; vakıflar, dernekler, çeşitli sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları, hastaneler, bankalar, vb. çeşitli ulusal ve uluslar arası kuruluşları kapsamaktadır. Tüm bu örgütler kendi ideolojilerini, fikirlerini iç ve dış hedeflerine yaymaya ve benimsetmeye çalışırlar. Halkla ilişkiler burada ideolojik bir araç işlevi gören, bir söylem oluşturma sürecidir. İdeolojiye uygun olan ideal söylemi hedef kitle için kurgular ve daha sonra da bunu tekrar tekrar kodlarla iletir. Böylelikle bir bilinç oluşumuna neden olur. Bilinci belirleyen yaşamdır. Maddi üretimlerini ve maddi ilişkilerini geliştirerek kendilerine özgü olan bu gerçekle birlikte hem düşüncelerini hem de düşüncelerinin ürünlerini değişikliğe uğratan insanların kendileridir.

İdeolojinin, insanın gerçek yaşam pratiği karşısında bir refleks, eko ya da fantom olarak tanımlanması yanlısamadan çok yansı-

ma anlamı taşımaktadır. "İdeoloji kavramının yeni tartışmalar içinde hegemonya kavramı merkezli yeni bir bağlama oturduğunu görüyoruz. Bu tartışmaların genel olarak egemen ideolojiler kuramı olarak adlandırıldığını söyleyebiliriz. Bu kurama göre: kapitalizmi sadece ekonomik düzeyde artık değere el koyma mekanizmalarına dayanarak çözümlenmek ya da bir ekonomik sömürü sistemi olarak tanımlamak yetersizdir. Kapitalizm bir toplumsal sistem olarak ele alınmalı, ve onun bir sistem olarak krize girme-
mesi ve kendini yenileyebilmesinin temelindeki nedenler ideolojik alanlarda olup bitenlerde de aranmalıdır... Kapitalist sistem ancak bir egemen ideolojinin yaratılması ile krizden kurtulabilmektedir" (Üşür, 1997: 26). Küresel ideolojinin benimsenmesi sonucu, halkla ilişkiler egemen ideolojinin yeniden üretimine neden olmaktadır.

Sistemin içinde egemen ideolojinin oluşumundan bahsetmek ise hegemonyanın oluşumundan bahsetmektir. Kapitalizmin istikrarı için egemen sınıf çıkarlarının yeniden üretimini sağlayacak, yönetilenlerin onayına dayalı, şiddete başvurmadan bunu sağlayacak bir ideolojik ve politik oluşuma ihtiyaç duyulmaktadır. Burada sorulması gereken sorular; Toplumun onayını alabilecek, gerekli yönlendirmeleri yapacak katalizör acaba halkla ilişkiler olabilir mi? Bu durum, asıl işlevi toplumu doğru ve etik biçimde bilgilendirmek olan bu mesleğin kendini ne derece doğru anlamlandırmış olduğudur?

Toplumun bilinçlendirmeye, bilgilendirmeye ve doğru biçimde anlamlandırmaya yönelik işlevleri olan, bir uzlaşma ve birliktelik noktası olmasının yanı sıra halkla ilişkiler bir yandan da özel sektörde bilhassa çokuluslu şirketlerin kapitalist söylemlerinin sözcülüğünü yapmaktadır. Buna göre, Gramsci, zora dayanmayan ideolojiyi, dolaylı, onaylan-

mış hegemonyayı çözümlenmiştir. "Gramsci sivil toplum kavramını Marx'tan farklı olarak üretim etkinliğinin dışında kalan ve özel olarak adlandırılan kurumların hepsini kapsayan bir alan olarak tanımlar. Felsefi, edebi, sanatsal, kültürel, vb. toplumsal pratiklerin alanı olan sivil toplum esas olarak entelektüel ve moral düzeyde ideolojinin işleme alanıdır ve ideolojik mücadele pratikleri bağlamında doğrudan hegemonyanın alanını oluşturur. Ayrıca ona göre ideoloji üretim süreçlerinin şekillenmesinde işlevsel olan ve bu sayede alt yapı ile üst yapının uyumunu sağlayan temel toplumsal pratiklerden biridir" (Üşür, 1997: 29).

Althusser'e göre ideolojik egemenlik ideolojik aygıtlar içinde kurulmuştur. "İdeolojik aygıtlar içindeki ritüellere gömülmüş olarak yaşanan ve esas olarak çağırma, adlandırma mekanizması olarak çalışan bir oluşum içinde ortaya çıkar. Bu süreç ideolojik öznenin oluşum sürecidir. İdeoloji öznelere adlandırır ve çağırır; öznelere bu ritüeller içindeki pratikler aracılığıyla adlandırma, karşılama, ibadet etme, oy verme, vatani savunma gibi eylemlerle kendi özne konumlarının farkına varırlar. Ona göre bir öznenin fikirleri, bu öznenin fikirlerinin kaynaklandığı ideolojik aygıtı tanımlayan maddi ritüelin kurallarıyla düzenlenmiş maddi pratiklerde yer alan kendi maddi eylemleridir" (Üşür, 1997: 45). Her türlü bilinç toplumsal pratiğin üretimi ve dönüşümü ile ilgilidir. Toplumsal bilincin belirlenmesi ise, hem nesnel hem öznel belirlenime göre, kişinin kendi üretken güçleri, üretim ilişkilerinin koşullaması ve bilincin insanın kendisi tarafından üretilmesinden oluşmaktadır. "İdeoloji sözcüğü genel bir tanımla siyasal, sosyo-ekonomik ve kültürel nitelikli tüm kurumlar hakkındaki çoğu somut toplumsal kuramları, uygulamalı biçime getiren öğretidir... İdeolojiler geçmiş-

ten esinlenerek çağcıl, biçimsel yorum kazanabilirler” (Kazancı, 2003: 2).

Toplumların, siyasi, ekonomik ve kültürel gelişim sürecinde halkla ilişkilerin işlev, yöntem ve araçlarını buluruz. Çünkü halkla ilişkiler bilinç oluşturu, dönüştürücü ve değiştirici bir işleve sahiptir. Burada amaç belirlenen, kurgulanan mesajı doğru, tutarlı ve sürekli biçimde hedefe ulaştırmaktır. Bu bağlamda mesajlar, örgütler, bürokrasi, ırk, din, dil, cinsiyet, yasalar, aile, iş, vb istenilen doğrultuda oluşturulabilir. Halkla ilişkiler bir yönetim fonksiyonudur. Bu yönetim en alttan en üste doğru devlet ve özel kurumlar bazında yükselir. Gelişme olgusunu çalışma kapsamında toplumsal, siyasi ve kültürel boyutlarda aldığımızda, şu kavramlarla karşılaşırız; hükümet, politika, propaganda, güç, otorite, devlet, ulus-devlet, demokrasi, kültür, hiyerarşi, yabancılaşma ve medya. Çalışmamızda ilk önce gelişim olgusu uyarınca halkla ilişkilerin tüm bu kavramlarla nasıl bir etkileşim ve kaynaşma içinde olduğunu tartışacağız.

Toplumsal değişme hem bir toplumsal olay hem de bir toplumsal olgudur. Toplumsal değişme, toplumsal bilimlerin inceleme konusudur. Toplum çeşitli öğelerden meydana gelmiştir. Toplumsal yapının temelinde insan ilişkileri vardır. “Bu ilişkiler alt yapı ve üst yapı olarak ayrılırlar. İlişkilerin kalıpları, toplumsal olguları ya da kurumları belirlerler. Bu kurumlar, din, ahlak, kültür, ekonomi, siyaset, eğitim gibi çeşitli alanlardaki insan etkinliklerini düzenlerler. İnsan etkinlikleri genellikle gruplar ve örgütler aracılığıyla yapılır. İşte bir toplumu meydana getiren bütün bu birim ve öğeler, birbirleriyle devamlı bir etkileşim halindedirler” (Kongar, 2000: 282). Halkla ilişkilerin tüm bu ilişkileri düzenleyici, etkileşimdeki çelişki ve uyumsuzlukları ortadan kaldırıcı işlevi var-

dır. Halkla ilişkilerin amacı beklentileri karşılamak için gerekli etkileşim alanlarını hazırlamaktır. Çünkü uzlaşımı sağlayabilmek, kitleleri ikna ederek yönlendirebilmek için beklentilerin bilinmesi ve o doğrultuda yöntem belirlenmesi gerekmektedir. İnsanoğlunun yaşamdan ve gelecekte beklenenleri onun ideolojisinin önemli bir bölümünü oluşturur (Kongar, 2000: 389).

Gelişim aynı zamanda ekonomik alandaki gelişimlerle de ilgilidir. Halkla ilişkiler ekonomik kalkınmayı etkilemektedir. “Bir ülkede ekonomik kalkınmanın hızla gelişmesinde halkın desteğinin katkısının büyük değeri ve önemi vardır. Bireylerin kişisel yaşantılarındaki sınırsız istekler kamu kuruluşlarının görevlerine de yansımaktadır. Kamu kuruluşlarının kendi olanaklarını daha fazla değerlendirmeleri ve bunun üstünde iş yapmaları halktan destek görmelelerine ve onlarla iş birliği yapmalarına bağlıdır. Böylece halk ve devlet işbirliğine gider. Bu da bir toplum kalkınmasıdır” (Tortop, 1993: 42). Kamu ve özel kurumlardaki halkla ilişkiler çalışmaları, halkın kalkınma, verim artırma çalışmalarına katılımlarını hem merkezi hem de yerel düzeyde sağlamaktadırlar. Halkla ilişkiler genel politikasının yatırım, finansman ve personel politikalarının saptanması halkla ilişkiler politikalarının başında gelir. Bu doğrultuda, halkla ilişkilerin genel politikası, toplumu bilinçlendirici ve verim sağlayıcı biçimde küreselleşme ideolojisinin olumsuz etkilerini giderici olmalıdır.

Halkla ilişkilerin gelişimdeki rolü bağlamında amaçları, halkı aydınlatmak ve onlara çalışmaları benimsetmektir. Yönetime karşı halkta olumlu davranışlar yaratmak, halkın yönetimle olan ilişkilerini kolaylaştırmaktır. Kararların doğru olabilmesi için halktan bilgi almak, kanun ve nizamla uyulmasını

sağlamak için halkı bilgilendirmektir. Halkla işbirliği yaparak hizmetlerin daha kolay görülmesini sağlamaktır. (Okul, yol yapımı, okul-aile birliği toplantıları) Hazırlanan yasa, tüzük, ve tasarımlarda halkın dilek, istek, tavsiye, telkin ve şikayetlerinden yararlanmaktadır. Özel ve kamu yararlarına cevap vermeye çalışmak ve herkesin kişiliğine hürmet ederek sosyal sorumluluk duygusu yaratmaktır. Bunun yanında halkla ilişkilerin kullandığı araçların güncelliği ve teknolojiyi takip etmesi, kullandığı iletişim teknikleri (lobicilik, sponsorluk, pazarlama, imaj yaratımı vb), sunum teknikleri, uyguladığı strateji ve taktikler de gelişim sürecinde rol oynayan önemli unsurlardır. Halkla ilişkiler belirtilen rolleri ve işlevleri toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal alanda yerine getirirken etkili iletişimin şu özelliklerini yerine getirmelidir: "Güvenilir ortam yaratılmalıdır. İletişim işletmenin performansına dayanan güvenilir bir ortamda başlamalı, alıcı kaynağa güven duymalıdır. İletişim programı çevresel gerçeklerle desteklenmeli, programın kapsamı katılıma izin vermelidir. İletiler anlamlı olmalı, değerleriyle çatışmamalıdır. İleti kolay anlaşılabilir sözcüklerle ifade edilmeli, anlam tartışmaya yer bırakmamalıdır. İletiler sürekli olmalı, yinelenmelidir. Gönderilen iletinin istenilen etkiyi yapabilmesi için hedef kitlenin özellikleri iyi belirlenmelidir" (Peltekoğlu, 1998: 131).

Toplumsal pratiklerin aktörleri ve toplumsal gelişmeyi, dönüşümü sağlayan aktörler olarak bireyler aynı zamanda halkla ilişkilerin de konusunu oluşturmaktadır. Çünkü halkla ilişkilerin temeli kişisel ilişkilere dayanmaktadır. Halkla ilişkiler sosyal kurumlar ve sosyal sınıflar arasında bağ oluşturup pekiştirme gücüne sahiptir. Burada kullanılan dilin biçimi, oluşturulan söylemin içeriği, anlamlandırmalar, değer yargılarının sunumu ve etik ilkelere ne derece uyulduğu

bu gücü etkilemektedir. Bunun yanı sıra "halkla ilişkiler çağdaş yöneticilik anlayışının temel ögesidir. Kamuoyunu dikkate almayan, sadece kar elde etmeyi planlayan kuruluşlar artık başarısız olmaktadır. Kurumlar artık öncelikle ele aldığı kurumu, çevresini ve giderek tüm toplumun mutluluğunu sağlamaya, potansiyel ve yetenekleri ortaya çıkarmaya yönelik çalışmalar yapmaktadır" (Asna, 1998: 2-3). Halkla ilişkiler aynı zamanda bir vizyon yönetimidir.

Wolfgang Looss'a göre, vizyonları uygulayabilmek için yöneticinin itici güç olarak insanları inandırması gerekmektedir. İkna burada önemli bir unsurdur. Vizyon gelişiminde amaç, söz ve davranış arasında bir uyum kurmaktır. Söylediklerimizi uygulamaya çalışırız. Bu da uyumu sağlar. Dil-bilim, dil, düşünce ve davranışlar arasında sıkı bağlar vardır. Kurum içinde etik değerlerin uygulanabilmesi için gereken vizyonu oluşturacak lider, çalışanlarla, müşterilerle ve diğer iletişimde bulunduğu kişilerle etik ilişkide bulunmalıdır. Bunun için de lider etik değerlere duyarlı olmalıdır. İnsana odaklanmış bir yönetim anlayışı ve yüksek ikna yeteneği ile lider halkla ilişkiler uygulamalarında etik değerlerin uygulanmasını bir zorunluluk davranışından çıkarıp, kendiliğindenliğe dönüştürebilir.

Halkla ilişkiler demokratik bir toplumda uygulanabilecek bir iletişim ve yönetim sürecidir. Demokrasinin içinde halk kavramı bunu bize sunmaktadır. Halk güvenli bir alan arar, ortak değerlere sığınabileceği, kendi kontrolü dışında olan ve çözüme ulaştırması gereken şeyler için bir aracıya ihtiyaç duyar. Halkla ilişkiler iktidarın söylemlerini, mesajlarını halka taşıyıp özneleri yeniden kurmaya çalışabilir ya da halkın ürettiği mitleri ve ritüelleri iktidarın kararlarına etki edecek biçimde kurgulayabilir. Bazen siyasal

iletişim yöntemlerinden yararlanarak çeşitli propaganda teknikleriyle halkın karar alma süreçlerini etkilemeye, bazen de oluşturduğu gündemlerle güç odaklarının yerlerini değiştirmeye teşebbüs eder. Ancak halkla ilişkiler her türlü işlevini, amaç ne olursa olsun bilgilendirmeye, yönlendirmeye, ele aldığı her alanda gelişimi gerçekleştirmeye dönük olarak yerine getirmektedir. Halkla ilişkilerin bu işlevleri, küreselleşme ideolojisinin kurguladığı özne olarak bireyi bilinçlendirmeyi hedeflemelidir.

Gelişebilmek için bilgiye ulaşmak, teknolojiye sahip olmak, nereye ait olduğunu bilmek, hak ve sorumluluklarının bilincinde olmak ve kendini anlatabilmek için kamuoyu oluşturmak gereklidir. Her geçen gün değişen dünya koşulları, ilerleyen teknoloji, yeni pazarların ele geçirilmesi için geliştirilen teknikler, yeni olguların, yasaların kabul edilebilirliğini sağlamaya yönelik stratejiler, yeni imajlar, vb. Halkla ilişkilerin önemini arttırmaktadır. Bilgi toplumu, iletişim toplumu olmanın en önemli sonucu olarak yeni toplumsal yapıları oluşturan yeni ideolojilerin aktarılması ve benimsetilmesidir. Ulusal ve uluslararası kurumların bünyelerindeki halkla ilişkiler birimleri bu görevleri yerine getirmektedirler. Yeni düşünceler yeni sanayiler yaratmaktadır. Küreselleşme her alanda olduğu gibi en önce ekonomik olarak kendini göstermektedir. "Üretimde, üretim süreci sınır ötesi olmuştur. Bugün uçak yapma süreci uluslar arası bir yatırımdır. Dev bir uçak düzinelerce ülkede yapılan binlerce parçadan oluşmaktadır... Üretim sınır ötesi duruma gelmesinin nedenlerinden biri, ucuz ulaşımın gelişmesi ve oldukça verimli iletişim sistemlerinin yaratılması olmuştur. Bu, emeğin yoğun olduğu sanayileri, emeğin maliyetinin daha ucuz olduğu üçüncü dünya ülkelerine kaymaya teşvik etmiştir" (Stonier, 1998: 38). Üretim ve hiz-

met alanında bu ülkelerin ilk etapta iş hacmi artmışsa da daha sonraki bazı uygulamalarla bu tam tersi yönde ilerleme göstermiştir.

Halkla ilişkiler uygulamacılarının yalnızca iletişimin giderek artan küresel niteliğine uygun davranış göstermesi değil, aynı zamanda yönetim düzeyinde de etkin bir biçimde görev yapmaları gerekmektedir. Çift yönlü iletişimi destekleyecek bir biçimde iletişim kurmaları zorunludur. Bu durum da geleneksel halkla ilişkilerden daha gelişmiş beceriler gerektirmektedir. "Küreselleşmenin daha da artacağı 21. yüzyılda, küresel bir boyutta çözüm gerektiren sorunlarla karşı karşıya kalacağız. Bunlar arasında çevre kirliliği ve bozulması, enerji kaynaklarının tükenmesi, nüfus hareketleri, yoksulluk, açlık, silahlanma ve savaşın yanı sıra; çok yanlı ilişkilerde, bilim ve teknikte, iş ve ekonomi alanındaki değişimlerle ortaya çıkan sorunlardır. Halkla ilişkiler uygulamacısı hem bu sorunları yorumlamalı hem de çözümlenmelidir. Bu halkla ilişkilerin en önemli rolüdür" (Berth, 1998: 10).

Küreselleşme kapsamında halkla ilişkiler küreselleşmenin yayılcı ideolojisine uygun bir bilgi aktarımına yönelmiştir. Burada amaç, tüketimi olabildiğince daha çok arttırmak, koşulları tüketime daha uygun hale getirmek ve hedef kitleyi buna en iyi biçimde hazırlayabilmektir. Buradaki "bilgi aktarımı: teorik ve pratik bilişimsel bilginin, buna ihtiyaç duyan her türlü üretici, tüketici, özel ve kamusal ekonomik birimlere yönelik akışı ile uzmanlık, danışmanlık, satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetler şeklindeki bilgi aktarımlarını birlikte kapsamaktadır" (Erkan, 1998, 116). Bireye ilişkin değerler bilgi toplumunda daha da gelişmektedir. "İnsanın kendini gerçekleştirmesi, ihtiyaçları bilgi toplumunda karşılanabilecektir... Bireyin tutum ve davranışlarını gelecek beklenti-

leri belirleyeceği için bilgi toplumunda bilgi üretiminin etkisi daha çok ileri besleme şeklinde işleyecektir" (Erkan, 1998: 165). Bu da halkla ilişkilerin görev alanına girer.

Halkla ilişkilerin bir diğer önemli rolü gelişme kapsamında sağlıklı bir toplum yaratılmasına katkıda bulunmaktır. Sağlıklı toplum, sağlıklı bireyin tanımından hareketle, "Gerçekliğin algılanmasında üstünlük, kendini, başkalarını ve doğayı benimsemede gelişmişlik, sorunlara odaklanmada gelişmişlik, özerk olma çabasında artış, kültürel biçimlenmeye direnme, değerlendirmelerde yenilik ve duygusal tepkilerde zenginlik, kendini insan ailesiyle daha özdeş hissetme, gelişmiş insan ilişkileri, daha demokratik bir yapının olması, gelişmiş yaratıcılık ve değer sisteminde çeşitli değişiklikler" (Maslow, 2001: 31). Bu halkla ilişkilerin olumlu rollerinden biridir ve demokratik ve sağlıklı bir toplum yapısını amaçlamaktadır. Burada halkla ilişkilerin kişi ve toplum bazında yabancılaşmayı önleme rolünden de bahsetmekte yarar var. "Demokratik yönetim süreci, eşitlikçi bir yönetimdir. Yabancılaşmayı önler. Olay ve olguları içine bilfiil katılarak doğru biçimde anlamlandırabilen ve duygularıyla katılan birey yabancılaşma yaşamayacaktır... Bunu yapamayan kişi ise, güçsüzlük hissine kapılacak, kuralızsızlık, yaratıcılık kaybı ve kendine yabancılaşma ile karşılaşacaktır" (Witt, 1980: 144-145). Halkla ilişkiler yerel ve ulusal kültürlerin geleneklerini, kimliklerini, özel grup ve halkların yaşam biçimlerini küresel güçlere karşı savunacak bir işlev yüklenmelidir.

Bu tür olumsuz sonuçların önüne geçebilme için, halkla ilişkilerin güdüleme işlevini görüyoruz. Bunu da insanların beklentilerini yerine getirme, iş ve oluşlara toplumun katılımını sağlama, halkın ilgili konuyla bağlantılı inançlarını pekiştirme, olumlu ve tutarlı

izlenimler oluşturma ve hedef kitlenin tatminini sağlama şeklinde gerçekleşmektedir. "Güdülenmiş davranışlar amaçların peşinden koşmak, tamamlayıcı tepkiler tümüyle rahatsızlıkların azaltılmasına yönelik yöntemlerdir. Güdülenmeyi gereksinimlerin, gerilimin, dürtülerin ve kaygıların azaltılması olarak tanımlayan çok yaygın bir yaklaşım bu tutumu tüm açıklığıyla gözler önüne serer" (Maslow, 2001: 33). Gelişim için toplumsal uyum gereklidir. Uyum karar verme sürecini kolaylaştırır. Halkla ilişkiler uyumu sağlayacak kodların kurgulanmasını ve uygun biçimde hedef kitlelere sunulmasını kolaylaştırır. Ancak burada yine halkla ilişkilerin hangi ideolojiyi amaçlayan bir uyumlaştırma politikası geliştirdiği önem kazanmaktadır. "Horkheimer'e göre, öznel kendi üst benlerine yönelmeyi gitgide daha çok gereksinmektedirler ve çevrelerinin buyrumlarına gitgide daha çok uyum sağlamaları gerekmektedir. Riesman, uyumu, içten yönlendirici bir yaşama biçimine göre kutup değiştirmesi olarak tanımlamıştır... Bireyin varlığını sürdürmesi için dizgenin varolma koşullarına uyması gerekmektedir. Uyum bütün öznel davranışların ölçütü olmuştur" (Habermas, 2001: 371). Halkla ilişkiler bu uyumu anlamlandırma ile gerçekleştirir.

"Anlamlandırma sistemi, toplumsal bir üretim, toplumsal bir pratiktir. Dil ve sembolleştirme, anlamın üretildiği araçlardır. İnsan kendi elleriyle inşa ettiği toplumsal varoluş biçimlerini anlamlandırması ve bunların belirli semboller ve dil dolayımında aktarılması bireyin sosyalizasyonu ve toplumsal varoluşu için oldukça önemlidir. Günlük yaşamda bizi kuşatan beceriler, inançlar ve davranışlar, kültürün kapsamına girmektedir. Anlamlandırma sistemleri dış dünyanın duyular yoluyla insanın zihninde çizdiği imajlarla başlar" (Ercan, 2001:

133). Burada bu imaj oluşumunu sağlayacak olan yine halkla ilişkiler olmaktadır. Toplum kurumları ile birlikte topyekün bir gelişme adına oluşturulan söylemlere ilişkin bir uyumlaştırma mı? Yoksa, küresel ideolojinin yarattığı egemen ve dayatmacı söylem ve eylemlere ya da güdülemelere uygun bir uyumlaştırma mı? Küreselleşme sonucu, "ulus-devlet daha çok bir borç ödeme, uluslar arası mali sermayeye hizmet verme kurumuna dönüştü, toplumsal uzlaşmaları düzenleyici, çelişkileri yumuşatıcı araçlarını terk ederek ya da özelleştirerek kendi vatandaşlarına daha da yabancılaştı... Ekonomik kriz belirsizliği arttırırken, bireyler aşiret tarzı kimliklere sığınmaya başladılar. Evrensel vatandaşlık kimliği zayıfladı" (Yıldızoğlu, 2004:-).

Halkla ilişkiler; sosyal sorumluluk duygusu ve toplumsal bilinci geliştirmelidir. Özel sektörle kamu kurumları arasında bir bağlantı noktası oluşturmalı ve tüm bu kurumlarla halk arasında bir köprü işlevi görmelidir. Kişiler arası çatışmalara ve çıkar ayrılıklarına fırsat vermeden uzlaştırıcı bir görev üstlenmelidir. Yalnız mülk sahiplerini değil, aynı zamanda işçilerin, fakirlerin ve işsizlerin de gereksinimlerine cevap verecek bir hukuk mevzuatının yönlendiricisi olmalıdır. Tekel haline gelmeyecek, toplumun güvenlik, çalışma olanakları ve düzenini bozmayacak bir serbest teşebbüsü koruyan ve destekleyen bir ekonomi düzeni olmalıdır. Devletin kamu ya da kamu dışındaki ekonomi, üretimle ilgili kurumlarına kamunun istek ve beklentilerini iletmeli ve bunun takipçisi olmalıdır.

Kaynakça:

- AKDENİZ, Gediz "Küreselleşme: Bilgi ve Eğitim ve Türkiye," 20 Ocak 2001, (Çevrimiçi) www.ileri2000.org/akdeniz2.htm, 25 Eylül 2001.
- ALTHUSSER, Louis, İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002.
- ASNA, Alaeddin, Public Relations, İstanbul, Der Yayınları, 1998.
- BAUMAN, Zygmunt, Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999.
- BECERİKLİ, Sema Yıldırım, "Eleştirel Yaklaşımlar Çerçevesinden Halkla ilişkiler Disiplinine ilişkin Bir Değerlendirme: Amerika ve İngiltere Örnekleri," Halkla İlişkiler Kitabı, İ.Ü. Yayınları, İstanbul, 2003.
- BERTH, Kirsten, Halkla ilişkiler Eğitiminin Evrimi ve Küreselleşmenin Etkisi, Altın Kitaplar, sayı:17, İstanbul, Rota Yayınları, 1998.
- ERCAN, Fuat, Toplumlar ve Ekonomiler, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2001.
- ERDOĞAN, İrfan, İletişimi Anlamak, Ankara, Erk Yayınları, 2002.
- ERKAN, Hüsnü, Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme, İstanbul, Kültür Yayınları, 1998.
- HABERMAS, Jürgen, İletişimsel Eylem Kuramı, Çev: Mustafa Tüzel, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2001.
- HALL, Stuart, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik," Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Der. A. King, Çev. G. Seçkin-Ü.H. Yolsal, İstanbul, Bilim ve Sanat Yayınları, 1998, ss. 47-49.
- KAZANCI, Ertuğrul, "İdeoloji Kavramı Üzerine," Cumhuriyet, 9 Aralık 2003, s. 2.

- KONGAR, Emre, Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, İstanbul, Remzi Kitapevi, 2000.
- MASLOV, Abraham, İnsan Olmanın Psikolojisi, Çev: Orhan Gündüz, İstanbul, Kuraldışı Yayınları, 2001.
- McNAIR, Brian, "Politikada Temsil ve Temsilin Politikası," Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Der. L'Etang, Jacquie -PIECZKA, Magda, Çev. Sema Yıldırım Becerikli, Ankara, Vadi Yayınları, 2002.
- MENGÜ, Murat, "Haber Diliyle Yapılandırılan Küresel Söylem: CNN International ve CNN Türk Örneği," Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2003, s. 11.
- PELTEKOĞLU, Filiz Balta, Halkla İlişkiler Nedir?, İstanbul, Beta Yayınları, 1998.
- STONIER, Tom.T. İletişim Toplumu, Altın Kitap, Sayı:5, Rota Yayınları, İstanbul, 1998, s:38
- TORTOP, Nuri, Halkla İlişkiler, , Ankara, Yargı Yayınları 1993.
- ÜŞÜR, Serpil Sancar, İdeolojinin Serüveni, Ankara, İmge Kitapevi, 1997.
- WITT, John, Democracy, Authority, Alienation, London, The University of Chicago Press, 1980.
- YILDIZOĞLU, Ergin, "İç Dinamikler Üzerine," Cumhuriyet, 21 Ocak 2004, s.