

BİLGİ TOPLUMU, BİLGİ YÖNETİMİ VE HALKLA İLİŞKİLER

Özgür SELVİ¹

ÖZET

Bilgi günümüzde toplumların ulaşması kolay ve fakat ulaşılması kadar elde tutularak korunması o denli zor olan değeri haline gelmiştir. Bilgi ve bilgi teknolojisine sahip olmak toplumlar için son derece önem taşımaktadır. Çünkü toplumların gelişmişlik düzeyleri bilgiye sahip olmak ve bilgi teknolojilerini etkili kullanabilmek ile doğrudan ilişkilidir. Çağımızın bilişim çağı, günümüz gelişmiş toplumlarının da bilgi toplumu olarak nitelendirilmesi toplumlar arasında bilgi rekabetini beraberinde getirmiş ve başta gelişmiş olan devletlerin bilgi teknolojilerine sahip olması ve bu teknolojiyi geliştirme istekleri dikkatleri çekmiştir.

Bilgi toplumunda işletmeler rakiplerine üstünlük sağlayabilmek amacıyla bilgiyi ellerinde bulundurmak ve bilgi teknolojilerinden olabildiğince faydalanmak istemektedirler. İşte bu noktada bilginin gerek elde edilmesinde ve gerekse de kullanılmasında halkla ilişkiler departmanlarına önemli görevler düşmektedir. İşletmeler bilgi çağında, nitelikli iş gücünün kuruma kazandırılması için bir görevi de kurumun itibarını arttırmak olan halkla ilişkilere önem vermek durumundadırlar. Unutulmamalıdır ki bilgi ve iletişim teknolojilerinin an be an gelişme gösterdiği günümüzde kurumlar hedef kitlelerine yeni yöntemlerle seslenecek ve bu teknolojileri etkin bir şekilde kullanacak halkla ilişkiler uzmanlarına ihtiyaç duymaktadırlar. Bu çalışma kapsamında bilgi toplumu ve bilgi yönetimi irdelenmiş, bilgi toplumunda halkla ilişkiler konusu teorik açıdan incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi, Bilgi Toplumu, Bilgi Yönetimi, Halkla İlişkiler.

INFORMATION SOCIETY, INFORMATION MANAGEMENT AND PUBLIC RELATIONS

ABSTRACT

To reach today's societies from the power and reach of information by keeping the value of the protection has become very difficult. Information and information technology is extremely important for communities to have. Because the levels of development of the communities to have knowledge and information technologies is directly related to effective use. Information age, especially of our age, and knowing today's advanced societies as the information society has brought competitiveness of information between communities and states, particularly in information technologies have developed and this technology has attracted attention to enhancement requests.

In the information society, in order to provide superiority to the competitors, the businesses want to keep the information in their hands and benefit from the information technology. At this point, public relations departments have an importance at whether the obtaining of information or the use of information. In the information age, in order to provide the qualified work force to the institution, the businesses must give

¹ Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Şanlıurfa Meslek Yüksek Okulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, oselvi@harran.edu.tr

importance to the public relations having a mission to increase the reputation of the institution. In addition, it should be noted that, institutions where information and communication technologies nowadays make progress moment by moment will speak to corporate audiences in new ways and will need public relations professionals to use these technologies in effective way. In this study, it has been focused on the concepts of information society and knowledge management, public relations in knowledge-based society is examined theoretically

Keywords: Information, Information Society, Information Management, Public Relations.

GİRİŞ

Bilgi toplumu, 1950 ve 1960'lı yıllarda Amerika, Japonya, Batı Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde bilgi teknolojilerinin giderek artan bir şekilde kullanımıyla meydana gelmiş bir aşamadır. Gelişmiş ülkelerde biçimlenen bu aşamanın en önemli özelliği, bilginin ve bilgi teknolojilerinin tarım, sanayi, hizmetler sektörlerinin yanı sıra eğitim, sağlık, iletişim gibi her alanda kullanılabilir olmasıdır. Bu sebeple, bilgi toplumundaki gelişmeler kısa sürede üretimin ve verimliliği artırmasına yol açmakta ve yeni teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeleri de teşvik etmektedir. Bilgi toplumundaki tüm bu gelişmeler diğer dünya ülkelerini de kısa zamanda etkisi altına almış ve uluslararası alanda ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel alanda uyumu beraberinde getirmiştir (Çoban, 1997: 10).

Bilgi toplumunda en önemli meta bilgidir. Geleneksel ağır sanayinin yerini de bilgi teknolojisi almaktadır. Bilginin elde edilmesinin ve değerlendirilmesinin önemli bir örgütsel yetenek olarak kabul edildiği günümüzde bilgi toplumunun organizasyonları, bilgiyi değere çevirmek sureti ile kar elde eden yapılar haline dönüşmektedir. Artan rekabet ortamında kurumlar kurum dışı hedef kitlelerini önemsedikleri ölçüde kurum içi hedef kitlelerinden biri olan çalışanlarını da önemsemek durumundadırlar (Göksel ve Baytekin, 2008: 94).

İşletmelerin göz ardı etmemeleri gereken husus, halkla ilişkilerin önemli bir yönetim fonksiyonu olduğu ve örgüt içi iletişim ile örgüt dışı iletişimin taşıyıcısı olduğudur. Günümüzde halkla ilişkiler alanında yaşanan yeni eğilim ve yönelişler ile halkla ilişkiler alanında alınan eğitim, halkla ilişkiler uzmanı, iletişim uzmanı vb. şekillerde isimlendirilen ve iş dünyasına atılan kişilerin oldukça donanımlı olmalarını beraberinde getirmektedir (Göksel ve Baytekin, 2008: 95).

Bu çalışmada öncelikle bilgi toplumu kavramının teorik çerçevesi çizilecek, ardından bilgi yönetimi kavramı süreçleri ile birlikte ele alınacaktır. Son bölümde ise bilgi toplumunda halkla ilişkilerin önemine değinilerek halkla ilişkiler alanında kullanılan bilgi teknolojilerine yer verilecektir. Bu çalışmanın amacı, bilginin günümüzde tarihsel süreçlerde olduğundan daha fazla önemli bir olgu olduğunu vurgulamak, bilgi toplumu kavramını açıklamak, bilgi yönetim süreçlerini ortaya koymak ve bilgi toplumunda halkla ilişkilerin önemine dikkat çekmektir.

1. BİLGİ TOPLUMU

1.1. Bilgi Kavramı

Bilgi kavramı, Latince ‘informatio’ kökünden gelmiş olup, şekillendirme, biçim verme, bilgi veya haber verme eylemi olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte en yaygın ifadesi ile bilgi enformasyon veya haber verme anlamını taşımaktadır (Balay, 2004: 66). Bilgi; mantıklı bir yargı ya da deneysel bir sonuç sunan, başkalarına sistemli şekilde bir iletişim aracıyla ulaştırılan, olgulara ya da düşüncelere ilişkin düzenli ifadeler dizisidir (Bell, 1973: 175). Bir başka tanımlamayla bilgi; mantıklı bir yargı ya da deneysel bir sonuç veren, diğer şahıslara sistemli bir şekilde bir iletişim aracıyla ulaştırılan olgulara veya düşüncelere dair ifadeler dizisidir (Sümer, 2007:1).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde bilgi ‘İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin tamamı, malumat’ olarak tanımlanmıştır. Bilgi kavramı üzerinde çalışılan içerik ve bakış açısına göre pek çok çeşitte anlamlar barındıran karmaşık bir yapıdır. Bilgi çok karmaşık bir yapı arz ettiğinden ötürü farklı bağlamlarda, farklı anlamlarda kullanılabilir (Balcılar, 2008: 4). Bilgi; enformatik, bilimsel, açık, zımni, teknolojik gibi sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Bilginin sınıflandırılmasında en sık karşılaşılan sınıflandırmalar bilimsel ve enformatik sınıflandırmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Enformatik bilgi kodlanabilir, saklanabilir ve aktarılabilirken; bilimsel bilgi aktarılan bu bilgilerin deneysel yollarla metotlu ve kodlanabilir bir biçimde sunulmasıdır (Sümer, 2007:1).

Yabancı kaynaklarda bilgi, istatistiksel verilerin oluşturduğu (information) ve bu verilerin yorumlanarak daha anlamlı ve bütüncül olarak ortaya konduğu

(knowledge) iki farklı türden oluşmaktadır. Nitelikleri, elde edilmesi ve düzenlenmesine ilişkin her iki bilgi türünün de genel özellikleri ve benzerlikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Bilgi, çok farklı kaynaklardan elde edilebilir,
- Bilgi, çok kolay veya çok zor sağlanabilir,
- Bilgiyi kullanmadan önce şunların yapılması kaçınılmazdır:
 - toplamak
 - işlemek
 - depolamak
 - dağıtmak
- Bilgi, çok farklı amaçlar için kullanılabilir,
- Bilgi kasıtlı veya kasıtsız olarak tahrif edilebilir,
- Bilgi kaybolabilir,
- Bilgi hareketli–devingendir (Odabaş, 2003:1).

İki ayrı düzeyde karşımıza çıkan, kodlanabilen, kaydedebilen ve dijital ağlar üzerinden aktarılabilen gerek enformatik bilgi gerekse bilimsel bilgiye; açık bilgi denmektedir. Buna karşın kişinin kendisi, yetenek ve becerileri olarak kendine ait olan ve kodlanıp kaydedilemediği için aktarılamayan bilgi, zımni/örtük bilgidir. Örtük bilgi kodlanmadığı için başkalarına aktarılamayan, ancak yakın temasta görerek deneyimleyerek usta-çırak iletişiminde kazanılan bilgidir.

Mc Dermott, bilgiyi enformasyondan ayıran 6 özelliği şu şekilde sıralar:

- Bilgi insan düşüncesinden kalan şeylerdir.
- Bilgi insan davranışdır.
- Bilgi anlık oluşturulur.
- Bilgi toplumlarca üretilir.
- Bilgi toplum arasında çeşitli yollarla ayrılır.

•Bilgi, enformasyon birimlerinin anlamlı ve faydalanılabilir bir biçimde bir araya getirilmesidir (Balcılar, 2008: 4).

Bilgi, biçimlendirilmiş enformasyon olarak da tanımlanabilir. Kararlara ve davranışlara yön verir. Bireyler arası ve toplumsal iletişim, enformasyon akışı vasıtasıyla bilginin oluşturulmasını sağlar (Barutçugil, 2002: 57).

1.2. Bilgi Çağı

Bilgi toplumu, her türlü bilginin yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla kişilerin bu teknolojilere ulaşabilme ve bu teknolojileri kullanabilme imkânının sağlandığı toplumdur. Her tür malumatın, çok geniş ve zengin teknolojiler ile elde edilme olasılığı kendiliğinden bilgi toplumunu meydana getirmez. Bilgilerin toplumu oluşturan bireylerin bilgi dağarcığından geçirilip yorumlanması ve günlük yaşamın organik bir parçası haline gelmesi ile sağlanabilir (Gürol, 1995: 229).

Tarıma dayalı geleneksel toplum yapısından sanayi toplumuna geçiş ve toplum yapısının kurumsallaşması uzun zaman almıştır. Sanayi devriminin neden olduğu köklü değişim ve dönüşüm, tarıma dayalı geleneksel toplum yapısını geride bırakırken; teknoloji, ekonomi, sosyal ve kültürel yapılarıyla eskisinden tümüyle ayrı bir toplu yapısı meydana getirmiştir. Aynı biçimde sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde köklü toplumsal değişim ve dönüşümler meydana gelmektedir. Bununla birlikte yeni teknolojilerin, sanayi devrimi şartlarına nazaran daha hızlı üretim yapılmasını sağlaması ve yaşam koşullarını etkilemesi, sanayi toplumunun daha hızlı ve daha az zamanda bir dönüşüm geçirmesini ve bilgi toplumuna yönelmesini sağlamıştır (Sümer, 2007:5).

Sanayi çağının ve modern dönemin ulusal ve uluslararası ilişkilerinden keskin kopuşların meydana geldiği, yeni durumlara göre örgütlenmelerin oluşturulduğu bilgi toplumlarının oluşumunu hızlandıran çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerin önde gelenleri ise mikro elektronik ve dijital teknolojide yaşanan devrimlerdir. Bilgisayarlar vasıtasıyla toplum hayatına giren yeni teknoloji, mekanik anlayışlardan kozmik evren sistemine ve insan beynini temel alan anlayışa geçilmesinde etkili olmuştur. Bilgiyi ve insan beynini referans alan yeni bakış açısı ve teknoloji ses ile görüntünün, aynı anda başka ülkelere, toplumlara ve mekânlara transferini mümkün

kılmış, iletişimde ve toplumsal ilişkilerde köklü bir dönüşüm meydana getirmiştir (Canöz, 2008: 343). Enformasyon ve bilgi alanında meydana gelen yeni teknoloji devrimi ile beraber başlayan çağ: ‘bilgi çağı’, ‘enformasyon çağı’, ‘küreselleşme çağı’, ‘sanayi ötesi çağ’ gibi farklı adlarla anılmaktadır. Bunlar arasından genelde en çok kabul gören ve yaygınlıkla kullanılan, ‘bilgi çağı’, aynı anlama gelmek kaydıyla ‘bilgi toplumu’ kavramı olmaktadır. İfade edilen bu isimlerin hepsi sonuç itibari ile bilginin hâkim olduğu bilgi toplumunu tanımlamak için kullanılmaktadır (Yılmaz, 1998:147).

Bilgi toplumu kavramı 20. yy’ın ikinci yarısından bu yana sıklıkla kullanılmaktadır ve üzerinde çeşitli tartışmalar yapılmaktadır. Bazı düşünürlere göre bilgi teknolojisindeki gelişmelerin doğal sonucu olarak ABD, Japonya ve Batı Avrupa ülkelerinde sanayi toplumu aşamasından bilgi toplumu aşamasına geçilmektedir. Bu yeni toplumda en değerli meta bilgidir. Geleneksel ağır sanayinin yerini de bilgi teknolojisi almaktadır (Çelik: 1998: 54). Bilgi, yaşadığımız çağın bir simgesi olarak kabul edilmektedir. Son zamanlarda ortaya çıkan bilgi patlaması araştırma – geliştirmeye verilen önemin bir sonucudur. Teknolojik gelişmenin bir sonucu olarak evlere kadar uzanan bilgi ağları bilgi çağının bir göstergesi olarak adlandırılmaktadır. Bu bilgiler bilgi otobanları denilen hızlı bilgi ulaşım ağları sayesinde yapılmaktadır. Çağımızda bilginin değeri tüm diğer ekonomik araçların önüne geçmiştir.

Bilgi toplumunun insanı; tahlil, sentez, araştırmacılık müteşebbislik, objektiflik, pratik üretken düşünce, problem çözme ve karar verme, hüner ve teknikleri, gerektiğine grup çalışmasına adapte olabilme, etkili konuşma, etkin takdim, rapor yazma ve sunma tekniklerini çok iyi bilen insanların özellikleri olarak tarif edilmektedir (<http://ekutup.dpt.gov.tr/bilim/yucelih/biltek03.pdf>.15.07.2011).

Değişik yazarlarca çeşitli tanımları yapılan bilgi toplumunun tarihsel gelişimini incelemek; sanayi toplumu ile bilgi toplumu arasındaki farklılıkları ifadelendirmek bakımından faydalı olacaktır (Sümer, 2007:8).

1.3. Bilgi Toplununun Tarihçesi

İnsanlık tarihi, uygarlık düzeylerini temsil eden ilkel çağ, tarım çağı, sanayi çağı ve bilgi çağı şeklinde bir ayrıma tabi tutulabilir. Çağları kendine özgü kılan toplumsal ve ekonomik nitelikleri ve koşullarıdır. Toplumsal ve ekonomik yapılar, çevresel ve kültürel unsurlarca şekillendirilmektedir. Bilgi çağını şekillendiren çevresel ve kültürel unsurların başında hızla gelişen teknoloji, çapı ve boyutları gittikçe artan rekabet, bölgesel, ulusal gelenekleri aşan ulusal-üstü ve etkileşimli kültür gelmektedir (Öğüt, 2003: 5-6).

Bilgi çağı ve bilgi toplumu ile ilgili değerlendirmelerde; genelde tarihsel süreç boyunca belirli özellikler içeren dönemler, dalgalar itibari ile tanımlanmaktadır. Bu dönemler 1770-1830 arası 'erken mekanizasyon', 1830-1880 'buhar gücü veya demir yolları', 1880-1940 'elektrik ve ağır sanayi' ve 1940-1980 'kitle üretimi' dönemleridir. Yaşadığımız bu dönem ise bilgi toplumu olarak adlandırılmaktadır (Sümer, 2007:8).

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş; ekonomik, düşünsel, sosyal ve politik bir dizi yenilikler sonucunda meydana gelmiştir. Fransız devrimi, sosyal, siyasal ve kültürel alanı etkilemiştir. Sanayi devrimi; ekonomik faaliyetlerin büyük bir hızla artmasını sağlayarak, toplumun bütün katmanlarında değişime ve dönüşüme sebep olmuştur. Yeni teknolojilerin üretimde kullanılması ve iş bölümü artışı ile üretim ve verimlilik hızla artış göstermiştir. Sanayi devrimini takip eden dönemde toplumun kurumları, yapısı, kural ve davranış biçimleri değişmiş, geleneksel davranışlar giderek akılcı davranışlara yerini bırakmıştır. Bu yaşam tarzındaki değişim, insanlığın yaşadığı en kapsamlı dönüşüm süreçlerinden biri olmuştur. Sanayi devrimi ile meydana gelen yeni teknolojiler, yeni bir üretim ortamı ve yaşam tarzı üretmiştir. Sanayi devrimi; bir dizi teknolojik yeniliğin üretim sektöründe kullanılması ve ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alanlara yansımaları içeren bir süreç olarak gerçekleşmiştir (Erkan, 2006: 3).

Tarihçiler iki sanayi devrimi yaşandığını ifade etmektedir. 18. yüzyılın üçüncü çeyreğinde başlayan ilk devrimde buhar makinesi etkili olmuştur. Yaklaşık 100 yıl sonra ikincisi ise; elektriğin, içten yanmalı motorun, kimyasalların, verimli

çelik dökümün, telefonun icadıyla beraber iletişim teknolojilerinin yayılmasına sahne olmuştur. 1850 sonrasında teknolojik gelişmenin yerleşmesinde ve yönlendirilmesinde bilimsel bilgi belirleyici bir rol oynamıştır (Castells, 2005: 43).

Elektronik, bilişim ve ekonomik unsurların etkileşiminden oluşan otomasyon devri ise ilk olarak sanayi devrimi ile başlamıştır. Bu ilk otomasyon döneminin belirleyici özelliği çıplak emeğin makinelerle yer değiştirmesidir. Bu otomasyon dönemi kömüre dayalı enerji üreten buhar makineleri ile başlamış, fabrikaların yanında deniz, demir yolu ulaşım sistemleri yaygın uygulama sahasını meydana getirmiş ve 19. Yüzyılın sonuna doğru elektrik enerjisinin faaliyete geçmesi ile merkezi olarak üretilen enerjinin geniş bir alana iletilebilmesi ve kullanılabilmesi olanağı sağlanmıştır (Çoban, 1997:5). Bu yenilikler bir anda teknoloji olarak görülmüştür. Sanayi devrimi sonrasında insanların sahip olduğu teknoloji, bir takım yenilikleri ve buluşları da beraberinde getirirken; sanayi devriminin bir anlamda sonucu da sayılan bilgi toplumu oluşmuş ve toplumsal değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Örneğin yukarıda değindiğimiz gibi topluma dönük üretim yapan sanayi üretimlerinin büyük bir bölümü bantlar aracılığı ile seri üretime kayarken, bu ürünlerde belirli standartların elde edilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır (Canöz, 2008: 345).

Bilgi toplumu, oluşum aşamasında kendisinden önceki toplum modellerinde yaşanan aksaklıklara uğramadan doğumunu tamamlamıştır. Çünkü insan davranışlarını belirleyen bilginin kaynağı, yeniliklerdir. Yeniliklerle de teknolojik gelişme ve bilgi düzeyi arasında karşılıklı ve kümülatif bir neden sonuç ilişkisi vardır (Erkan, 2000: 205). Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin çok daha hızlı olmasının sebebi; yeni teknolojilerin gelişme hızı ile insanların bu teknolojiye uyum esnekliğinin yüksekliğinden kaynaklanmaktadır. Bilgi sistemleri ve teknolojilerine dayalı olarak şekillenmekte olan bilgi toplumu, sanayi toplumundan büyük oranda farklılaşmakta, dönüşmekte ve yeni toplum tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır (Sümer, 2007: 16).

Bilgi toplumu; yeni temel teknolojilerin gelişimi ile bilgi sektörünün, bilgi üretiminin, bilgi sermayesinin ve nitelikli iş gücü faktörünün önem kazandığı, eğitimin sürekliliğinin ön plana taşındığı, iletişim teknolojileri, bilgi otoyolları,

elektronik ticaret gibi yeni gelişmeler ile toplumu ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan sanayi toplumunun ötesine taşıyan bir gelişme aşaması olarak nitelenebilir. Sosyo-ekonomik gelişme sürecinde başta insan faktörü ve bilgi olmak üzere bütün sahalarda yapısal değişimi gerekli kılan, sanayi toplumunun uzantısı olarak ortaya çıkan bilgi toplumu ‘bilgi ekonomisi’, ‘sanayi-sonrası toplum’, ‘bilim toplumu’ ‘bilgi çağı’ ve benzeri şekillerde ifade edilmektedir (Aktan ve Tunç: 118:1998). Toffler bilgi toplumuna geçiş sürecinde sanayi toplumunun birçok değişim gösterdiğini belirterek bu değişimleri dalgalar olarak tanımlamıştır. Bu dalgalanmalar ise şunlardır; birinci dalga tarım toplumu, ikinci dalga sanayi toplumu, üçüncü dalga ise bilgi toplumdur (Toffler, A ve Toffler, H, 1996: 88).

Bilginin birimi ile belirli aşamaları geçen endüstri toplumları (modern toplumlar) bu aşamadan sonra kurumsal alt yapı donanımının, yeniliklere öncü olabilecek bilginin bilgi ile çoğaltılmasına ve iletişim ortamı yoluyla da iletilmesine imkân tanımıştır. Endüstri toplumunun iki başlı dünyası, bilginin yayılması ve paylaşılması yoluyla küreselleşen bir dünyaya doğru hızlı bir biçimde değişim göstermiştir. Bu değişim sonucunda geçmişte sanayi devi olan ülkeler, bugün de bilgi toplumu olma sürecinde ilerlemişlerdir. Bilgi toplumlarındaki üretimin çeşitliliği ise bu toplumlarda günün durumun göre düzenlenme ihtiyacını gündeme getirmiştir. Buna göre bilgi sektörünün çıktığı olan bilgisayar, iletişim ve elektronik araçlar, büro ve işyeri araçları, ölçü ve kontrol araçları, basın, basılmamış her türlü yayın, elektronik haberleşme, reklam, eğitim, iletişim geliştirme araştırmaları, kütüphanecilik, sigortacılık, danışmanlık ve Ar-ge firmaları ortaya çıkmıştır. Yeni toplum yapısında ortaya çıkan üretim çeşitliliği çalışan iş gücünün büyük bir bölümünün de giderek bilgi ağırlıklı işletmelerde çalışmasına neden olmuştur (Erkan, 2000: 206).

Bu yeni gelişmeler yeni davranış şekillerinin meydana gelmesini sağlamakta ve toplumu standartlaşma ve merkezileşmenin ötesine taşımaktadır. Bu yeni toplum, farklı bir dünya görünümünü de beraberinde taşımakta; zamanı, mekânı, mantık ve sebep sonuç ilişkisini değerlendirmede kendine özgü ölçütleri geliştirmekte ve geleceğin politikasının ilklerinin de kendine göre oluşmasını sağlamaktadır (Aktan ve Tunç: 126:1998).

1.4. Bilgi Toplununun Özellikleri

Bilgi toplumuna giden yolda öncelikle bilginin üretilmesi ve paylaşılması esastır. Çünkü üretilip paylaşılan bilgi insanlar tarafından kullanılarak farklı bilgilere ve buluşlara ulaşmayı sağlamaktadır. Yüzyıllardır doğuda ve batıda kullanıldığı bilinen hatta kapitalizm ve sanayi devriminin de kaynağını oluşturan bilgi, ilk zamanlarda yazının keşfedilmesi ile birlikte yukarı doğru büyük bir sıçrama yaparken, ikinci büyük sıçramasını 15. Yüzyılda matbaanın bulunması ile yapmıştır. Ancak asıl büyük yükselişini ikinci dünya savaşı sonrasında 1950' lerde bilgisayarın bulunması ve günlük hayatta kullanılması ile yapmıştır.

Bilgisayarın hemen hemen tüm alanlarda kullanılmasıyla birlikte toplum yapısı değişmeye yüz tutarken, modern toplumdan bilgi toplumuna geçildiği tartışmalarının da başlaması aynı döneme rastlamaktadır. Sağlıktan inşaat sektörüne kadar yaşamın her alanında, bilgiyi kaygısızca kullanan bilgi toplumu, bir takım özellikleri de bünyesinde bulundurmaktadır (Canöz, 2008: 347).

Bilgi toplumunun en önemli özelliği bilginin toplanması, düzenlenmesi ve yayımı işlemlerinden meydana gelen gelişmelerdir. Bu dönemde bilgi alınır-satılır bir meta şeklinde işlem görmeye başlamış ve bu konuda özel şirketler kurulmuştur (<http://ekutup.dpt.gov.tr/bilim/yucelih/biltek03.pdf>, 13.05.2011).

Tüm dünyayı kısa zamanda etkisi altına alan bilgi toplumunun temel özelliklerini ise sanayi toplumunun özellikleri ile karşılaştırmalı olarak şu şekilde sınıflandırabiliriz:

- Sanayi toplumunda maddi sermayenin yerini bilgi toplumunda bilgi ve insan sermayesi almaktadır.
- Sanayi toplumunda mal ve hizmet üretiminde gelişmenin başlangıcı olan buhar makinesinin yerini bilgi toplumunda bilgisayarlar almaktadır.
- Sanayi toplumunda kol gücünün yerini, bilgi toplumunda beyin gücü almaktadır.

- Sanayi toplumunda fiziksel ve düşünsel anlamda insan sermayesinin üretime katılımı söz konusu iken, bilgi toplumunda düşünsel anlamda, yükseköğrenim görmüş nitelikli insan sermayesinin üretime katılımı söz konusudur.

- Sanayi toplumunda sanayi mallarının ve hizmetlerin üretimi yapılmaktadır. Bilgi toplumunda ise bilgi ve teknolojinin üretimi gerçekleşmekte ve bilgi sektörünün ürünü olarak bilgisayar, iletişim ve elektronik araçlar, elektronik haberleşme, robotlar, yeni gelişmiş malzeme teknolojileri gündeme gelmektedir.

- Sanayi toplumundaki fabrikaların yerini bilgi toplumunda bilgi kullanımını içeren bilgi ağları ve veri bankaları (iletişim ağ sistemi) almaktadır. Bilgi, dünyanın her tarafında üretilmekte ve iletişim teknolojisi aracılığıyla anında her tarafa yayılmaktadır.

- Bilgi toplumu işgücünden tasarruf sağlamakta, bu ise kısa dönemde işsizlik, uzun dönemde ise yeni teknolojilerin global etkilerini ortaya çıkarmaktadır.

- Sanayi toplumundaki genel eğitimin yerini bilgi toplumunda eğitimin bireyselleşmesi ve sürekliliği almaktadır.

- Sanayi toplumunda; birincil, ikincil ve üçüncül endüstriler tarım, sanayi ve hizmetler, bilgi toplumunda birincil, ikincil ve üçüncül sektörlerin yanı sıra dördüncül sektör olan bilgi sektörü ortaya çıkmaktadır.

- Sanayi toplumundaki özel ve kamu iktisadi kuruluşlardan farklı olarak bilgi toplumunda gönüllü kuruluşların önem kazandığını görüyoruz.

- Sanayi toplumunda başlıca üretim faktörleri emek, tabiat, sermaye, girişimci iken, bilgi toplumunda üretim sürecinde bu üretim faktörlerinin yanı sıra beşinci üretim faktörü teknik "*bilgi*" ön plana çıkmaktadır.

- Sanayi toplumunda üretilen mal ve hizmetlerin kıtlığı söz konusu iken, bilgi toplumunda bilgi kıt değildir. Bilgi, sürekli artmakta ve artan verimler özelliği içermektedir.

- Sanayi toplumunda üretilen mal ve hizmetlerin bir yerden bir yere taşınmasında uzaklık ve maliyet önemli iken, bilgi toplumunda bilgi otoyolları ile

tüketici ile bilgi arasındaki uzaklık önemini kaybetmekte ve maliyetler en aza inmektedir.

- Sanayi toplumunda tüketici taleplerinin karşılanmasında mal ve hizmetlerin taşınması oldukça düşük, bilgi toplumunda ise bilginin paylaşımı kolaydır. Bu durum, bilginin sınırsız bir tüketici tarafından tüketilmesine ve yenilikleri teşvik etmesine yol açmaktadır.

- Sanayi toplumunda temel bilgiyi, fizik, kimya bilimleri, bilgi toplumunda ise; kuantum elektroniği, moleküler biyoloji ve çevresel bilimler gibi yeni araştırma alanlar oluşturmaktadır.

- Sanayi toplumunda politik sistem temsili demokrasi iken, bilgi toplumunda katılımcı demokrasi anlayışının daha da önemli hale geleceği düşünülmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler neticesinde adına "Tele-Demokrasi" denilen bir değişimin ileriki yıllarda yaşanacağı tahmin edilmektedir (www.canaktan.org/yeni-trendler/bilgi-toplumu/bilgi_toplumu-ozellik.10.05.2011).

Yukarıda belirtilen temel özelliklerinden hareketle bilgi toplumu, sanayi toplumunun sosyo-ekonomik gelişme sürecinde yol açtığı gelişmelerden daha farklı, ekonomik alandaki tüm karar birimlerinin ve kurumların yapısında hızlı değişimi ve yeniden yapılanmayı gerektiren bir aşama olarak nitelendirilebilir (www.canaktan.org/yeni-trendler/bilgi-toplumu/bilgi_toplumu-ozellik.10.05.2011).

2. BİLGİ YÖNETİMİ

2.1. Bilginin Yönetilmesi

Bilgi yönetimi süreci ile ilgili farklı görüşler öne sürülmüştür. Bilgi üretimi, bilgi kodlaması, koordinasyon ve bilgi transferini bunlardan bazılarıdır. Malhotra (2003:68) ise, bilgi yönetimi sürecinden maksimum derecede faydalanmak amacıyla altı basamak belirlemiştir. Bunlar, bilginin farkında olma, bilginin amaçlarını belirleme, uygulama, yayma, geliştirme ve saklamadır.

Yönetim bilimi bağlamında içinde bulunduğumuz yüzyılın en önemli iki kavramı bilgi ve teknolojidir. Bilgi, kurum ve işletmelerin en az sermaye kadar önemli yeni üretim faktörü, teknoloji ise onun vazgeçilmez parçasıdır. Bu nedenle

çağımız bilgi çağı, toplumumuz bilgi toplumu, insanlarımız ise bilgi çalışanları olarak adlandırılmaktadır. Böyle bir dönemde bilgi yönetimini kurumsal yönetimin en önemli unsuru olarak görmek yanlış olmayacaktır. Bilgi yönetimi ise zihinsel sermayeyi kontrol edilebilir bir değer olarak ele alan en önemli yönetim alanıdır. Kurumsal dinamikler, yönetim modelleri ve teknoloji ise bilgi yönetiminde kullanılan en önemli araçlardır. Bu araçlar, bir işletmenin veri ve bilgi elde etmesini, elde edilen bilgilerin geliştirilmesini, bunların belirli görevleri olan bireylere aktarılmasını sağlamak üzere bir arada ve uyum içinde çalışmalıdır (Odabaş, 2003: 10).

Bir örgüt sistemi çok farklı faaliyetten ve kademedен meydana gelir. Yöneticiler üretim, satış, pazarlama, araştırma geliştirme, satın alma vb. faaliyetleri planlamak, organize etmek, yönlendirmek, kontrol etmek ve bu faaliyetlerle ilgili kararlar vermek durumundadır. Yönetimin bu faaliyetlerinde başarılı olması tam ve doğru bilgilere yani ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşmalarıyla mümkün olabilir. Bu ise örgütte bilginin yönetilmesi sayesinde sağlanabilir

Bilgi yönetimi literatürde birçok şekilde tanımlanmaktadır. Bazen “İnsanların kullanabilecekleri bilginin elde edilmesi ve iletilebilmesi için sistemli bir süreç” şeklinde tanımlanırken; bazen “bilgi hazinelerinin neler olduğunu anlamak ve bunlardan nasıl yararlanılacağına yollarını aramaktır” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımlarda üzerinde durulan konu, bireysel uzmanlıkla sahip olunan bilginin paylaşımını sağlayarak elde edilen bilginin kuruluşların faydasına kullanmaktır (<http://www.ab.org.tr/ab06/bildiri/85.pdf>,05.01.2012).

Bilgi yönetimi, organizasyonel amaçların daha iyi bir şekilde gerçekleştirilmesi için bireylere, takımlara ve bütün organizasyona bilginin kolektif ve sistematik olarak elde edilmesi, paylaşılması ve uygulanmasına olanak sağlayan yeni bir disiplindir. Bilgi yönetimi, bireyler, takımlar ve organizasyonun bütünü için geçerlidir (Demirel ve Seçkin, 2008: 110).

Bilgi yönetimi, bireylerin ya da kurumların sahibi olduğu her türlü bilgi kaynağına yeni anlamlar ilave ederek ve bunları yeniden yorumlayarak bilgi üretmesi, çoğaltması, kullanması, çevresi ile paylaşması ve düzenli bir biçimde

muhafaza etmesi evrelerinden oluşan bütünsel bir çerçevedir. Bilgi yönetimi, hem bireysel hem de kurumsal özellikler sergiler. Bu yönüyle bakıldığında bilgi yönetimi, bireylerin kişisel becerilerini geliştirmede ya da örgütlerin kurumsal iş süreçlerini düzenlemede ve daha verimli kılmada yararlanabileceği bir disiplindir (Odabaş, 2003: 12).

Bilgi yönetimi ile asıl ulaşılmak istenen amaç, örtük bilgilerin açık bilgilere dönüştürülmesidir. Bilgi yönetiminin en önemli hedefi, türüne, kayıtlı bulunduğu ortama ve hangi amaçla üretildiğine bakılmaksızın kurum içerisinde bulunan her türlü bilgi kaynağının bilgi yönetimi süzgecinden geçmesini sağlamaktır. Söz konusu süzgeç, değerli bilgileri değersizlerden ayırma, kişisel portföylere göre bilgi dağıtımını sağlama ve bilgi havuzuna girmeden önce her türlü bilginin değerlendirilmesine olanak sağlama işlevini yürütmektedir. Bilgi yönetiminin diğer bir amacı ise, kurumun elinde olması gereken uygun bilgilerin dışarıdan temin edilmesine olanak sağlamaktır (Odabaş, 2008: 4).

2.2. Bilgi Yönetim Süreci

Bilgi yönetimi süreci bilginin yaratılmasından bilginin kullanılmasına kadar birbirini takip eden bilginin yaratılması/elde edilmesi, bilginin saklanması/organize edilmesi, bilginin yayılması/dağıtılması ve bilginin kullanılması/uygulanması gibi aşamalardan oluşmaktadır (Alavi, 1997).

2.2.1 Bilginin Elde Edilmesi

Bilgi örgütsel düzeyde iç faaliyetlerden veya şirket yapısıyla iletişimi olan dış kaynaklardan elde edilir. Şirketler bu iç ve dış çevreleri ile ilişkileri sırasında ihtiyaç duyduklarında gerekli enformasyonu alarak bilgiye dönüştürür. Bu bilgiyi kendi tecrübeleri, değerleri ve kuralları ile birleştirerek harekete geçerler. Bütün şirketler bilgiyi yaratmak için insan, enformasyon ve mekanizma gibi bileşenlere sahiptir. Bununla birlikte bu temel bileşenlerin nasıl olduğu ve nasıl yayıldığı hakkında farklılıklar vardır. Bu farklılıklar şirketlerdeki elementler arasındaki ilişki kadar bilgiyi yaratma sürecini etkiler (Sena ve diğerleri, 1999).

2.2.2. Bilginin Saklanması

Firmalar örgütün iç ve dış kaynaklarından elde edilen bilgileri gerekli olduğunda kullanmak için saklamaya ve depolamaya ihtiyaç duyarlar. Bilgiyi saklama, şirketin elde ettiği bilginin kaybını en aza indirmektir. Bu yüzden tüm insan kaynakları politikaları çalışanlarıyla birlikte değerli bilgilerini kaçırmamak için yüksek personel devir hızından kaçınmaktadır. Bilgiyi saklamak bir firma tarafından benimsenen davranışlardaki değişimlerin muhafaza edilmesi, arındırılması ve firmanın alt bölümleri boyunca bu değişimlerin yayılması olarak açıklanabilir. Bu yayılma sayesinde, bir firma yeni ve eski bilgilerine alan ve zaman bakımından etki edebilir. Örgütler değişik şekillerdeki bellek sistemlerinde bilgiyi saklarlar. Bu sistemler beyindeki özel bir bölümden, fiş kartlarına, sabit disklere, dosyalama kabinlerine, kütüphanelere ve veri ambarlarına uzanır (Perez ve diğerleri, 2002).

2.2.3. Bilginin Paylaşılması

İşletmelerin sürekliliği için hangi bilginin, nasıl, niçin, ne zaman ve ne kadar paylaşılacağı son derece önemlidir. Bilgiye sahip olmanın çok ayrıcalıklı bir güce sahip olma anlamı taşıması nedeniyle paylaşımının da bu gücün yitirilmesi veya artırılmasına neden olacağı söylenebilir. Bu çerçevede bilgi paylaşımı konusunda öne çıkan konular bilgi paylaşımının ne olduğu ve bilgi paylaşımını etkileyen faktörlerin neler olduğudur (Köseoğlu ve diğerleri, 2011:220).

2.2.4. Bilginin Kullanılması

Bilginin uygulanması şimdiye kadar kontrol altında bulunan bilginin şirketin ulaşmak istediği amacını gerçekleştirmek için en hızlı bir şekilde doğrudan kullanılmasıdır. Bu aşamada bilgi kullanılmakta, bu kullanımın sonuçları değerlendirilmekte ve gerekirse bilgi yönetimi süreci yeniden düzenlenmektedir. Firmaya rekabet avantajı sağlayan şey soyut bilgi değil bilginin etkin bir biçimde kullanımı, uygulanmasıdır. Enformasyon teknolojileri firmaya bilgiyi uygulama konusunda pek çok imkân sunmaktadır. İşletmeler belirli konularla ilgili özel çalışma grupları oluşturmak suretiyle de bilginin daha etkin bir biçimde kullanımını sağlayabilirler (Hauschild ve diğerleri, 2001). Örneğin, örgüt farklı bir içerikte uygun bilgiyi tekrar paketleyebilir, iç ölçüm standartlarını arttırabilir, çalışanlarını yaratıcı

düşünmek için eğitip motive edebilir ve şirketin ürünlerinde, süreçlerinde ve hizmetlerinde onların zekâlarının kullanabilir. Ayrıca bilginin uygulanması yaratılan değerlerde firma için bilginin daha aktif ve uygun hale gelmesi demektir.

3. BİLGİ TOPLUMUNDA HALKLA İLİŞKİLER

3.1. Bilgi Toplumunda Halkla İlişkilerin Önemi

Bilgi Toplumu, bilgi üretimi ve iletiminin yaygınlaştığı, bilginin temel sermaye, ana güç olduğu ve bilgi işi ile uğraşanların çoğunlukta olduğu, öğrenmenin hayatın bir parçası haline geldiği toplumsal bir yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır (Fındıkçı, 1996: 26). Özellikle hedef kitlesine doğru ve etkin bilgiyi ulaştırma ve ondan aldığı (Enformasyonu) geri dönüşümü etkin bir biçimde değerlendirerek rakiplerinden bir adım önde olma arayışı içinde olan kurumlar için bilginin ve halkla ilişkilerin önemi yadsınamaz.

20. yüzyılın ikinci yarısında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte sanayi toplumu yerini bilgi toplumuna bırakma sürecine girmiştir. İnsanlık yepyeni bir çağ olan bilgi çağına adım atmış ve bunu da bilgi teknolojileri vasıtasıyla gerçekleştirmiştir (Erkan, 1998: 134). Yaşanan bu gelişmeler, yine teknoloji aracılığıyla bir takım yeni açılımları toplumların gündemine getirmiştir. Sanayi Devrimi'nde motor gücünü oluşturan buhar makineleri iken; sanayi ötesi ya da bilgi toplumunda da mikro teknoloji ve telekomünikasyon başta olmak üzere mega-teknolojilerde büyük atılımlar olmuştur (Kurtulmuş, 1998:147). Bilgi toplumunda işletmeler de değişmektedir. Yaşanan değişimlerden en önemlisi bilgi iletişim teknolojilerinin yoğun bir biçimde kullanılmaya başlanmış olmasıdır (Göksel ve Baytekin, 2008: 83). Bu bağlamda değerlendirildiğinde yeniliklere açık, bilgi toplumunun beraberinde getirdiği iletişim araçlarını kullanmada belki en hızlı davranması gereken kişiler halkla ilişkiler uzmanları olmalıdır.

Özellikle son yıllarda küreselleşme, yoğun rekabet ve bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak hem işletme hem de müşteri profillerinin hızla değiştiğine şahit olunmaktadır. Günümüz müşterisi de değişime uğramış durumdadır. Artık, müşteri daha bilgili, haklarını bilen, bire bir ilgi bekleyen, işletme tarafından anlaşılmayı arzu eden, güven hissetmek isteyen,

tutarlılık bekleyen, işletmelerin ulaşılabilir olmasını isteyen yapısı ile pazar ortamındaki yerini almış durumdadır (Göksel ve Baytekin, 2008: 89). Bu noktada işletmelerde yürüttüğü en önemli işlerden biri olan iki yönlü iletişim ile müşterinin memnuniyetini üst seviyelere taşımak olan halkla ilişkiler birimlerine önemli görevler düşmektedir.

Bilgi toplumunda gerçek yatırım makinelere ve aletlere değil, bilgi işçisinin sahip olduğu bilgiye yapılır. Rekabet ortamında farklılık ve rakiplerden bir adım önde olabilmenin değişmez yolu, insan faktörüne gereken hassasiyetin gösterilmesinden ve insan faktörünün ön plana alınmasından geçmektedir. Bu noktada işletmede bulunan halkla ilişkiler birimi ve bu birimin kurum içinde uygulamaya koyduğu çeşitli çalışmalar insan faktörüne gereken önemin verildiğinin gösterilmesi ve insan faktörünün en iyi seviyede kullanılması açısından vazgeçilmez bir yol olma özelliğine sahiptir (Göksel ve Baytekin, 2008: 86). Kurum içi hedef kitlesi çalışanlar olan halkla ilişkiler birimleri ise gerek çalışanların işlerini rahat bir ortamda yapabilmelerini sağlamada gerekse de onları motive etmede üzerlerine düşen görevleri yürütmeye çabalamaktadırlar.

Enformasyon araç ve tekniklerinin çoğaldığı bilgi toplumunda insanların çok değişik yerlerden mesaj bombardımanına maruz kaldıkları görülmektedir. Bu durum hem iletişimi başlatan hem de iletişim kurulmak istenen kişiler açısından yanlış anlaşılmalara neden olacak bir ortamın oluşmasını beraberinde getirmektedir (Canöz, 2008: 343). Halkla ilişkiler uzmanlarının temel sorumluluklarından biri de artan bilgi kirliliğinin içinden doğru bilgileri seçebilmek, değişen ve gelişen iletişim araçlarının kullanımı noktasında ise profesyonelliklerini sergilemektir.

3.2. Bilgi Toplumundaki Teknolojik Yenilikler ve Halkla İlişkiler

Bilişim teknolojilerinin itici gücü olan bilgisayarlar, mikro elektronik ve tümleşik devreler, iletişim teknolojileri ve multi-medya teknolojisi bilgi toplumunun itici gücü olmuştur (Çoban, 1998: 255-256). Özellikle bilişim teknolojilerinin bu çok yönlü desteğini alan insanoğlu, yenilikçiliği ve yaratıcılığı ile bir yandan sorunlarına yeni çözümler üretirken bir yandan da toplumu yeniden şekillendirmektedir.

Bilgisayar teknolojisinin temelini oluşturduğu bilişim teknolojisi ile bir anlamda geniş çapta bir bilgi patlaması yaşanmaya başlamıştır (Özçağlayan, 1998: 23).

Bilgisayar teknolojisinin ortaya koyduğu gelişmelerden bir tanesi de internettir. Artık bilgi toplumunda insanlar için bilgisayar teknolojisinden ve internetten ayrı kalmak mümkün değildir. Başta ülkemiz olmak üzere pek çok ülkede eğitim, kültür, sağlık, kamu hizmetleri, yasama ve yargı alanlarında internet kullanımının yaygınlaştırılması için çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. İnsanlar gereksinimlerini doyuma ulaştırabilmek için istediği faaliyetlere internet aracılığıyla katılabilmekte bu süreçte de televizyon, radyo ve gazete gibi kitle iletişim araçlarının aksine bilginin üretim ve paylaşım sürecine aktif olarak katılarak tercihlerini kendisi yapabilmektedir.

3.2.1. Bilgisayar

Bilgisayarlar, aldığı komutlara bağlı olarak yüklenen verileri işleyerek problem çözen otomatik elektronik aygıtlardır. Bilgi teknolojileri içinde yer alan ve bilgi toplumunun oluşmasında en önemli ara olarak kabul gören bilgisayarların 'bilgi-işlem' yapma ve bilişim fonksiyonları vardır (Canöz, 2008: 360).

Bilgisayarın aracılık yaptığı iletişim yapısı özellikle 1990'larda baş döndürücü bir gelişme göstermiştir. Bilgisayar teknolojisindeki son gelişmelerle birlikte kapasitesi artırılan depolama, açılma, süreçten geçme ve kayıt etme hızının artırıldığı bilinmektedir (Erdoğan, 2002: 316). Enformasyon otoyolları olarak adlandırılan iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve bilgisayar kullanımının bireysel düzeye inmesiyle birlikte büyük ekonomik olanaklar ortaya çıkmış, önemli siyasi ve kültürel değişimler meydana gelmiştir. Bu gelişmeler toplumun çeşitli alanlarında yer alan bireylerin daha aktif hale gelmesini sağlamış bu da kendine sunulanla yetinen toplum yapısından aktif olarak ihtiyaç ve gereksinimlerin sağlanabildiği bir toplum yapısını doğurmuştur (Önür, 2002: 121; Özçağlayan, 1998: 69).

3.2.2. İnternet

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler gündelik hayata yansımış, ortaya çıkan teknolojik araçlar insanlar arasındaki bilgi paylaşımını adeta zorunlu hale getirmiştir

(Önür, 2002: 121). Dünyada yaklaşık olarak 30 milyon bilgisayarı birbirine bağlayan, günde 280 milyon kişinin kullandığı, hızla büyüyen bir nitelik taşıyan internet (Özçağlayan, 1998: 91) teknolojisi şöyle tanımlanmaktadır:

İnternet, yaygın olarak “bilgisayar ağlarının ağı” olarak tanımlanmakta (Geray, 2002: 20) ve fiziksel ya da elle tutulur bir nitelik taşımaktan çok birbirine bağlı çok sayıda bilgisayar ağlarından oluşan bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Timisi, 2003: 121).

İnternet ağı, bilgisayar aygıtları, terminaller, arabirim kartlarını içeren donanım; uygulamalar, işletim programları, güvenlik sistemlerini bünyesinde barındıran yazılım ve ağı kuran ve işleten girişimciler, enformasyon değiş-tokuşu yapan kullanıcılardan oluşan insan unsurundan oluşmaktadır (Uğur ve Bilici, 1998: 491).

İnternet 1969 yılında Amerikan Savunma Bakanlığı bünyesinde savaş iletişimde gelişmeyi sağlamak amacıyla Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) adıyla başladığına değinen Erdoğan (2002: 437), bu askeri girişimin temel hedefinin özellikle bomba saldırıları sonucunda çıkabilecek tahrip edici durumlarda çalışmaya devam edecek şebekelerin kurulması olarak nitelendirmektedir. Günümüzde de bakıldığında internet kullanımında açılan farklı sayfalar içerisinde kaybolan verilere karşın diğer sayfaların çalışır konumda olduğu görülmekte bu da yukarıdaki tespiti doğrulamaktadır.

İnternetin halkla ilişkiler bakış açısından en önemli özelliği doğrudan, aracısız iletişimi olanaklı kılmasıdır ki hiç şüphesiz çağdaş halkla ilişkiler uygulamaları bu konudan yararlanacak biçimde ilerlemektedir. İnternet yalnızca mesaj iletiminde değil geri bildirimleri almak ve iki yönlü iletişimi arttırmak amacıyla da maliyeti çok düşük bir iletişim kanalıdır (Yılmaz, 2011: 139).

3.2.3. Web

İnternet ve web sayfalarının sağladığı faydaların mutlaka kurumlar tarafından değerlendirilmesi gerekmektedir (Okay ve Okay, 2002:120). Kuruluşlar web’i yalnızca reklam ve pazarlama faaliyeti için değil, aynı zamanda halkla ilişkilerini geliştirmek ve hedef kitlelerinden kurum, marka ve ürün hakkında geri bildirim

almak maksadıyla da kullanılmaktadırlar (Okay ve Okay, 2011: 555). Bunun yanında kurumlar web sitelerini tanıtım yapmak ve satışlarını arttırmak maksadıyla kullanırlar. Bu amaçlara uygun web tasarımının gerçekleştirilmesi çok önemlidir. Tanıtım amacı güden bir web sitesi ile satış amacı güden site arasında hem tasarım hem de içerik açısından farklılık bulunmalıdır (Türk ve Güven, 2007: 56–57).

İş dünyasındaki hemen her sektörde web sayfalarının kurulumu ve internet destekli kampanyaların planlanması hususunda halkla ilişkiler uzmanlarına danışan müşteri sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Kurumsal imajın ve marka değerinin sanal dünyadaki temsilcisi ve aynı zamanda vitrini olan web sayfaları pazarlama odaklı halkla ilişkiler uygulamalarının, reklam ve basılı çalışmalar gibi diğer kurumsal kimlik unsurlarına göre daha geniş bir kitleye daha az bir maliyet ile ulaşmayı imkânlı hale getirdiğinden fazlasıyla önem taşımaktadır (Yılmaz, 2011: 140).

Halkla ilişkiler uzmanları hedef kitlelerine ulaşmada kendilerine bu denli kolaylık sağlayan web sayfaları ile ilgili ellerindeki malzemeleri web'e uyarlamasını bilmeli ve hazırladıkları sitelerin ziyarete değer olduğunu göstermelidirler (Yılmaz, 2011: 141).

Sonuç

Toplumlar tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde geçmişten günümüze kadar toplumsal gelişim açısından bilginin ne denli önemli bir kavram olduğu anlaşılmaktadır. Tarım toplumunda insan gücü ne kadar önemli ve bu gücü elinde bulundurabilen toplumlara sağladığı faydalar ne denli büyük ise öylede günümüz toplumları açısından da bilgi ve bilgi teknolojilerine sahip olmak ve bu teknolojiyi etkili bir biçimde kullanabilmek o denli önemlidir.

Bilgiyi elde edecek ve onu etkili bir biçimde kullanmak isteyen toplumlar açısından bilginin elde edilişi kadar önem taşıyan bir başka konuda elde edilen bilgilerin kullanımı ile ilgilidir. Bilgiyi elde edecek olan insan ve dolayısıyla bilgi teknolojisini kullanacak olan yine insandır. Bu bağlamda bilgiyi yönetecek de yine insandır. İşte bu durum bilgi toplumlarını insanın gelişimine ayıracakları kaynağı, bilgiye ulaşma ve bilgiyi yönetme adına sarf edilecekleri enerji ile birlikte değerlendirme zorunluluğuna itmiştir.

Bilginin işlenmiş ve depolanabilen bir yapıda olması toplumlar açısından hayati bir durumu özetlemektedir. Bunun yanında bilgi toplumunu meydana getirecek olan bilgi teknolojilerinin kullanımı da uzmanlık isteyen bir diğer konudur. Bu teknolojilerin üretimi ve kullanımı toplumların gelişmişlik düzeylerini belirler ve bu toplumların günümüz düzenindeki konumlarını güçlendirir. Sadece bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler dahi takip edilse toplumlar arasındaki mesafelerin ne denli hızla açıldığı ve bu durumun oluşmasında bilgi teknolojilerinin kullanımının ne denli önemli olduğu kolaylıkla anlaşılacaktır.

Bilgi toplumunda genişleyen iletişim ağıyla bilinç düzeyi yüksek bir tüketici kitlesi meydana gelmiştir. Sanayi çağının geride bırakılması ve bilgi çağına geçilmesiyle birlikte bilgiyi yayınlamak ve iletmek için gerekli olan teknolojinin de son derece geliştiği görülmüştür. Klasik iletişim teknikleri yerini bireye doğrudan ulaşan tekniklere bırakmıştır. İşte bu tekniklerin başında halkla ilişkiler, hedef kitlesine doğrudan ulaşması, etkin iletişim tekniklerini kullanması ve karşılıklı faydayı gözeterek topluma yaklaşması gibi özellikleri ile ön plana çıkmıştır.

Günümüzde modernleşmenin beraberinde taşıdığı karmaşıklık, iş bölünmesinin artması gibi nedenler insanların kafasını fazlasıyla karıştırmaktadır. Hiçbir dönemde olmadığı kadar insanlar başkalarından bilgi edinme ihtiyacı hissetmektedirler. Böyle bir ortamda halkla ilişkiler kurumlara çağa uygun yol ve yöntemler ile seslenmekte, kurumları içine düşebilecekleri birtakım problemlerden haberdar etmekte veya kurumlara karşılaşılan kriz durumlarından nasıl kurtulabileceklerine dair reçeteler sunmaktadır.

KAYNAKÇA

AKTAN, C.C., ve TUNÇ, M. (1998). Bilgi toplumu ve eğitim, Yeni Türkiye Dergisi, 21. Yüzyıl Özel Sayısı, 4(19), 118-133.

ALAVİ, M. (1997). "Knowledge Management and Knowledge Management Systems", December, <http://www.rhsmith.umd.edu/is/malavi/icis-97KMS/sld018.htm>, 12.05.2011.

- ANDREWS, K. M. ve B. L. Delahaye, (2000). “Influences on Knowledge Processes in Organizational Learning: The Psychosocial Filter”, *Journal of Management Studies*, 37: 6, September, pp.797–810.
- BALAY, Refik, (2004). ‘Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim’, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt: 37, sayı: 2, 61–82
- BALCILAR, Hüseyin, (2008). “Türkiye’nin Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilgi Teknolojilerinin Kullanılması”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, S.B.E
- BELL, Daniel, (1973). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Basic Books, New York.
- CANÖZ, Kadir, (2008). ‘Bilgi Toplumu ve Halkla İlişkiler’, *Halkla İlişkiler Kitabı İçinde, On İkinci Bölüm*, (Editörler: Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Tablet Yayını, Konya, 341–372
- CASTELLS, M., (2005). ‘Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür’, Birinci Cilt (Ağ Toplumunun Yükselişi), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- ÇELİK, Ahmet, (1998). ‘Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar’, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt 15, Sayı 1, 53–59
- ÇOBAN, Hasan, (1997). *Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş, Inkılâp Kitabevi, İstanbul.*
- DEMİREL, Yavuz ve SEÇKİN, Zeliha, (2008). ‘Bilgi Yönetimi Uygulamalarında Etkili Olan Faktörler Üzerine Mobilyacılık Sektöründe Bir Araştırma’, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 8, 107-122.
- DURA, C, (1990). *Bilgi Toplumu, Kültür Bakanlığı Yayınları:1244, Bilim ve Teknoloji Dizisi:3, Bil Ofset Matbaası-Ankara.*
- ERDOĞAN, İrfan, (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, ERK yayınları, Ankara.
- ERKAN, H. (1998). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yayın no:326, Doğu Matbaacılık, 4. Baskı.*

- ERKAN, H. (2000). Ekonomi Sosyolojisi, Barış Yayınları, Fakülteler Kitabevi, 4.Baskı, İzmir.
- FINDIKÇI, İ. (1996). Bilgi Toplumunda Yöneticilerde Kendini Geliştirme, Kültür Koleji Eğitim Vakfı Yayınları:2, İstanbul.
- GERAY, Haluk, (2002). İletişim ve Teknoloji-Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- GÖKSEL, A. Bülent, BAYTEKİN, E. Pelin, (2008). ‘Bilgi Toplumunda İşletmeler Açısından Önemli Bir Zenginlik: Entelektüel Sermaye. Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme’, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:31, 81–90.
- HAUSCHILD, S., W. Stein ve T. Licht, (2001). “Creating a Knowledge Culture”, The Mckinsey Quartely, Number 1, pp. 74–81.
- KÖSEOĞLU, Mehmed Ali, GİDER, Ömer, OCAK, Saffet,(2011). “Bilgi Paylaşımı Tutumunu Etkileyen Faktörler Nelerdir? Bir Kamu Hastanesi Örneği” Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 215-243
- KURTULMUŞ, Numan, (1998). “Değişim, Yeniden Yapılanma ve Türkiye’nin Geleceği”, Yeni Türkiye 21. Yüzyıl Özel Sayısı içinde, Yıl 4, Sayı 19, Ocak-Şubat, ss. 144–154, Ankara.
- MALHOTRA, Y. (2003). ‘Is Knowledge the Ultimate Competitive Advantage?’ Business Management Asia. September, Q ¾, 66–69.
- ODABAŞ, Hüseyin, (2003). ‘Kurumsal Bilgi Yöntemi’, Aylık Strateji Bilim Dergisi, Sayı:10
- OKAY, Aydemir, OKAY, Ayla, (2002). Halkla İlişkiler ve Medya, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- OKAY, Ayla, OKAY, Aydemir, (2011). Halkla İlişkiler ‘Kavram, Strateji ve Uygulamaları’, Der Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- ÖNÜR, Nimet, (2002). Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum, Alp Yayınevi, Ankara.

ÖZÇAĞLAYAN, Mehmet, (1998). Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim, Alfa Yayınları, İstanbul.

PEREZ, M. P., A. Sanches, M. P. Carnicer ve M J. V.Jimenez, (2002). “Knowledge tasks and teleworking: a taxonomy model of feasibility adoption”, Journal of Knowledge Management, V. 6, N. 3, pp.272-284.

SENA, J. A. ve A.B. (Rami) Shani, (1999). “Intellectual Capital and Knowledge Creation : Towards an Alternative Framework”, Knowledge Management Handbook, Edited by Jay Liebowitz, CRC Press, Washt., D. C.

SÜMER, Beyza, (2007). “Bilgi Toplumuna Dönüşüm Sürecinin Avrupa ve Türkiye’de İstihdam Yaratmaya Etkisi”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, S.B.E.

TİMİSİ, Nilüfer, (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Kitabevi, Ankara.

TOFFLER Alvin., HEİDİ Toffler, (1996). Yeni Bir Uygarlık Yaratmak (Çev.Z.Dicleli), İnkılap Kitabevi, İstanbul.

TÜRK, M. Sezai, GÜVEN, Ahmet, (2007). Yeni Başlayanlar İçin Halkla İlişkiler, Gazi Kitabevi, Ankara.

UĞUR, Aydın ve BİLİCİ, Mücahit (1998). “Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi”, Yeni Türkiye 21. Yüzyıl Özel Sayısı içinde, Yıl 4, Sayı 19, Ocak-Şubat, ss. 488-497, Ankara.

YILMAZ, Bülent, (1998). ‘Bilgi Toplumu: eleştirel bir yaklaşım’, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 15 / Sayı: 1 / ss.147–158.

YILMAZ, Elgiz, (2011). ‘Yeni Medya ve Halkla İlişkiler: Hedef Kitleye Ağ Üzerinden Erişmek’, Düünden Bugüne Halkla İlişkiler Kitabı İçinde, Sekizinci Bölüm, (Editörler: Metin Işık ve Mustafa Akdağ), Eğitim Kitabevi, Konya, 137–148.

<http://ekutup.dpt.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 15.07.2011

www.canaktan.org.tr/, Erişim Tarihi: 10.05.2011

[www.ab.org.tr /](http://www.ab.org.tr/), Erişim Tarihi 05.01.2012