

HALKLA İLİŞKİLER

ETİĞİ ☺

SKY403 2013 2014 Güz



Halkla ilişkiler, bir kurumun algılanma birikimidir. Bir kurumun üretiminin, icraatının, felsefesinin ve başkalarının o kurum hakkındaki sözlerinin ve düşüncelerinin tümünün irdelenmesi, yönlendirilmesi sanatıdır

C. Aydede, Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul, Mediacat Kitapları, 2002, s.13.

Public Relations News adlı meslek dergisinin tanımına göre, halkla ilişkileri yöneticiliğin halkın davranışlarını değerlendiren, kişinin ya da kuruluşun güttüğü politika ve eylemleri kamu yararı ile bağdaştıran ve halkın anlayış ve desteğini kazanacak bir iş programı düzenleyip uygulayan yanıdır.

Ibid, s.12.

Etik Kavramı

- "Etik insanın kendi şahsına ve diğer insanların kişiliklerine karşı iyi davranması, genel bir anlatımla iyiliğe varılması için kendini uymaya zorunlu hissettiği manevi ve ruhsal görevler ve bunlara ilişkin kurallardır."

HALKLA İLİŞKİLER ve ETİK

- Halkla ilişkiler uygulamalarında etik, neyin doğru, neyin yanlış olduğunu belirleyen standartlar bütünüdür.
- Konusunu, insan ve toplumun oluşturduğu bir disiplin olan halkla ilişkilerde ahlaki değerler, gün geçtikçe daha çok ön plana çıkmaktadır. Çünkü "bu alanda makine, fabrika, üretim, tüketim gibi kavramlar yerlerini davranışlara ve değerlere bırakmıştır"

■ "Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Uygulamaları", Media Cat Yayınları, Ankara, 2001.

- Halkla ilişkiler programları yalnız amaçları değil, aynı zamanda bu amaçları gerçekleştirecek araçlara ilişkin ahlaki soruları da sormalı, dürüst ve doyurucu yanıtlar almalıdır. Bu noktada, örgütün izlediği kamu felsefesi, sosyal sorumluluk duygusu ve gerçeği denetleme yetisi önem kazanmaktadır.

- **Halkla ilişkileri etik boyutu** sıkça tartışılmaktadır. Çünkü etkinliği gittikçe artmakta olan ve Amerika'dan başlayarak tüm dünyada hızla yaygınlık kazanan bu disiplin; makinelere, fabrikalara, üretim bantlarına değil, insan davranışlarına dayanmaktadır. İnsan davranışları, etiğin başlıca konularındandır ve her davranışın ahlaki soruşturmaya tabi tutulabilmesi mümkündür. Söz konusu alanın gerekleri, iki grup arasındaki ilişkileri düzenlemek ve geliştirmek olunca, bu görevi yerine getirmeye yönelik her adımın etiğe konu olması kaçınılmazdır.

- İnsanlık kadar eski olduğu kabul edilen halkla ilişkiler, mesleki anlamda hak ettiği yere çok geç ulaşmıştır. Mesleki bir disiplin haline gelememiş, bu yüzden de meslek olarak tıp veya hukuk kadar zengin bir deneyime ve geçmişe sahip olamamıştır. Ancak son yüz yılda, kapitalizmin ve şirket kültürünün gelişmesiyle halkla ilişkiler mesleği de şirket yönetiminin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

C. Aydede, Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul, Mediacat Kitapları, 2002, s.22.

- Pragmatik yaklaşımın halkla ilişkiler profesyonellerinin uymaları gereken ilkelerinin gerekliliğini işaret etmesi, halkla ilişkiler etiği için dönüm noktası olmuştur. Amerika Halkla İlişkiler Derneği (PRSA), bu konudaki hassasiyetini göstererek, halkla ilişkiler ilke ve kodları oluşturulmuştur. Amaç, uygulamada farklılık gösteren halkla ilişkiler faaliyetlerinin birtakım standartlara oturmasını sağlamak ve halkla ilişkiler uzmanlarının sorumlulukları ile toplumun beklentilerini dengelemektir.

P. Seib, K Fitzpatrick, Public Relations Ethics, San Diego, Harcourt Brace College Publisher, 1995, s. 11.

- **halkla ilişkiler uygulamalarına bakıldığında,** pragmatik yaklaşımda önerilen halkla ilişkiler profesyonelleri etik kodlarının, uygulamada hayata geçirilmemesi sorununun var olması, yaklaşımın tartışılmasına neden olmuştur. Etik ilkelerin halkla ilişkiler uzmanları tarafından farklı algılanması nedeni ile, farklı uygulama yöntemlerinin oluştuğu, bu farklılıklar etik kodların etkinliğinin tartışılmasına neden olmuştur. Tartışmalar sonunda, profesyonel etik kodların uygulanabilir ve yol gösterici standartlar olduğu konusunda hem fikir olunmuştur.

H. Yi-Hui, "Should A Public Relations Code Of Ethics. Be Enforced?" Journal Of Business Ethics (31), 2001, s.268.

- **Mesleki açıdan etik,** ahlaki açıdan doğru kabul edilen mesleki davranış standartları olarak tanımlanmaktadır. Buna göre, halkla ilişkiler çalışanlarının şirketin faaliyetleri süresince etik davranmaları ve şirket politikalarının bu yönde belirlenmesi konusunda teşvik edici olmaları beklenmektedir.

Selçuk BUDAK, Psikoloji Sözlüğü, 2000'den Akt., Ayla OKAY ve Aydemir OKAY, a.g.e., s. 494.

- Halkla ilişkiler, hedef kitlesi oldukça geniş ve çok sayıda karar, davranış ve uygulama sonuçlarını savunmak veya tanıtmak durumunda bulunan faaliyetleri içerir. Yoğun rekabet ortamında organizasyon imajının güçlendirme çabasını gerektirmesi, halkla ilişkiler uygulamalarında zaman zaman ahlaki olmayan hususları gündeme getirmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde ahlaki açıdan tartışılmalı konular şu şekilde sıralanabilir;
- - Halkla ilişkiler faaliyetlerinde hedef kitleleri ve onların beklentilerini dikkate almayan asimetrik bir iletişim yöntemi benimseme
- - Toplumsal ve kültürel farklılıklar yanında evrensel ahlaki değerleri dikkate almayan halkla ilişkiler uygulamaları.

Sabancıoğlu, Z., "İşletmelerde Halka İlişkiler", Ezgi Yayınları, Bursa, s. 62-63

HALKLA İLİŞKİLERDE ETİK YAKLAŞIMLAR

1. DURUMSAL ETİK YAKLAŞIM

Halkla ilişkiler etiği konulu çalışmalarda adı geçen bu yaklaşıma göre, bireysel olarak karşılaşılan her durum tek ve bağımsızdır. Bu yaklaşıma göre; evrensel etik değerlerin varlığından söz etmek anlamsız olup, genel ilkelerle değil, doğru yargılarla ilgilenilmesi gerekmektedir.

2. DURUMSAL OLMAYAN ETİK YAKLAŞIM

- Durumsal olmayan etik yaklaşım, pragmatik yaklaşım ve diyalog yaklaşımı olmak üzere iki ana yaklaşımla tanımlanmaktadır.

a. Pragmatik Yaklaşım

Halkla ilişkiler profesyonellerinin uymaları gereken etik ilkelerin açıklanması esasına dayanmaktadır. Halkla ilişkiler uzmanları, müşterilerinin ve toplumun iyiliği için profesyonellik standartlarına karşı sorumlulardır.

b. Diyalog Yaklaşımı

İletişimde ve uzlaştırıcı ilişkiler kurmada halkla ilişkiler temel bir araç olarak görülmüştür. hangi faaliyetlerin ya da politikaların etik olduğunu bulmaktan çok, hangi iletişim süreçleri üzerinde durulmasının gerektiğini belirlemek gereklidir.

S. Baker, "The Theoretical Ground For Public Relations. Practise and Ethics: A Koehnian Analysis", Journal Of Business Ethics 35, 2002, s.198.

M. Kent, M. Taylor, M. "Toward a Dialogic Theory Of Public Relations", Public Relations Review, 28, 2002, s.21.

c. Diğer Durumsal Olmayan Etik Yaklaşımlar

- **savunucu yaklaşım:** Savunucu yaklaşıma göre etik olan; örgütü rakiplerine, örgütün faaliyetlerini etkileyen kurum ve bireylere karşı örgütü koruma amaçlı davranmaktır.

- **Bireysel aydınlanma yaklaşımı:** örgütlerin yalnızca kar elde etmeye yönelik çalışmaları desteklemelerini değil, toplumla ilgili konulara da duyarlı davranmaları gerektiğini savunmaktadır

Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Kavramlar

- **1-Kalite ve Bilinci:** Halkla ilişkilerde kalite, hedef kitlelerin tatmin düzeyine ulaşmalarını öngörmektedir
- **2-Sosyal Sorumluluk:**Halkla ilişkiler etiği bağlamında sosyal sorumluluk, çevreye zarar vermemek, güvenilir hizmet sunmak, toplumun sosyal, ekonomik ve politik yaşamına katkıda bulunmaktadır. Bu kavramlar kuruluşların topluma verdikleri önemin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır

■ Büböl, R., "İletişim ve Etik", Nobel Yayınları, Ankara

- **3-Doğruluk ve güven:** Halkla ilişkilerin temeli doğruluk ve dürüstlüğe dayandığı için, bu iki kavram bütün çalışmalarda öne çıkarılmalıdır. Halkla ilişkiler aleyhinde 1960'lı yıllarda kamuoyunda oluşan olumsuz izlenimi yıkmak ve olumlu bir meslek imajı kazandırmak amacıyla 1965 yılında "Meslek Yasası" kabul edilmiştir. Bütün bu gelişmeler gösteriyor ki, halkla ilişkiler etiğinde gerçeklik, dürüstlük ve doğruluk büyük önem taşımaktadır.

■ "İletişim ve Etik", Nobel Yayınları, Ankara

- **4-Yönetim Anlayışı:** Halkla ilişkiler programlaması ileriye her türlü ayrıntıyla birlikte görmeyi gerektiren yüksek düzeyde bir yeteneğe gereksinim duymaktadır. Bu ise halkla ilişkiler uzmanının yönetimle ilgili bilgi ve beceriye, özellikle de örgüt yapısı ve kuramıyla ilgili bilgilere gereksinim duyduğu gerçeğini gündeme getirir

Ertekin Y., "Halkla İlişkiler", 4.Baskı,Yağrı Yayınevi, Ankara,

Halkla İlişkiler Etiğini Olumsuz Yönde Etkileyen Durumlar

- Etik sorunlar sık sık belirsiz ve karmaşık koşullar altında zor seçimlerin yapılmasını gerektirir. Verilen kararların en iyisi olduğundan emin olmak güçtür. Aynı zamanda bir seçenek diğerlerinden daha iyi olabilir. Nedenlere dayalı ve yansız olarak karar vermek ve verilen kararların başkalarınca yargılanarak adil bulunması, bakış açımızın doğru olduğunu kanıtlar. Kararlarda ahlaki gerekçelendirme yapılması, adil ve iyi kararların verilmesine yardım eder.

Halkla İlişkiler Çalışmalarında Karşılaşılan ve Sorun Teşkil Eden Birkaç Ana Başlık

- **Kamu yararını göz ardı etme:** İşletmeler toplumun yararını gözetir biçimde hareket etmedikçe, daha fazla yasal düzenlemenin yapılma zorunluluğu doğacaktır. Yasal düzenlemelerin de etik ilkelerden türediği varsayımından yola çıkarsak kamu yararının özellikle halkla ilişkiler kampanyalarında öneme dikkate alınması gerektiğini vurgulamalı ve gerekli yasal düzenlemelere uymanın zorunluluğuna bir kez daha değinilmelidir.

- **Çıkar Sağlama:** Her meslekte olduğu gibi halkla ilişkiler mesleğinde de mesleğin adını ve gücünü kötüye kullanan kişi ya da guruplar olabilmektedir. Görev ve yetkinin kötüye kullanılması iki şekilde gerçekleşir:
 1. Yasalara uygun olan işlemlerinin daha hızlı yerine getirilmesi için, bazı kimselere diğerleri aleyhine ayrıcalıklı işlem yapılması.
 2. Yasalarca yasaklanmış işlemlerin bir çıkar karşılığında yapılması

- **Propaganda:** Propaganda; genellikle duygusal sözcükler kullanarak ve bir şeyi birçok kez tekrar ederek, kamuda veya bir kısım halk üzerinde belli davranışların özendirilmesini sağlayan örgütlenmiş bir çaba olarak tanımlanabilir.
- Propaganda aracı olarak halkla ilişkilere yöneltilen en belli başlı eleştirilerden biri seçim kampanyalarındaki halkla ilişkiler uygulamalarıdır. Halkla ilişkilerin etik sınırlarını zorladığı halkı yanlış bilgilendirdiği ve propaganda yaptığı ifade edilmektedir.

DİNLEDİĞİNİZ İÇİN **TEŞEKKÜRLER 😊**

TÜLAY ÇETİN
SADIYE EKİNCİ
TUĞÇE BİR