

## İNTERNET'İN HALKLA İLİŞKİLER ARACI OLARAK KULLANIMI

Berrin BALAY

### *Abstract*

Public Relations, as an administrative process, has an important function in the creation and continuation of the institutional image. The internet, which is the invention of the century, is an ideal medium for public relations in performing its various roles ranging from promotion to participation. This study aims to discuss the use of internet as a public relations' medium.

.....

### **Giriş**

20. yüzyılın sonlarına denk gelen ve devrim diye adlandırılan gelişmeler yeni yüzyılın temel belirleyenlerinden biri oldu. İletişim çağı olarak adlandırılan bu çağın en kapsamlı ürünü ise internettir. 1990 yıllardan itibaren hızla yayılan teknoloji özellikle üniversiteler ve araştırma kurumları için olmazsa olmaz unsurlar arasında yer alıyor. Bilgisayarların ev ortamına taşınmasıyla bir başka boyut kazanan iletişim teknolojisi, son iki yılda yürütülen

ücretsiz internet "free internet" kampanyalarıyla popüler kültürün bir parçası olarak "in"ler arasında yer almaktadır.

İnternet'in toplumsal ve politik dinamiklerinin açıklamak için pek çok araştırmacı "Batı" metaforunu kullanıyor. İnternetin sunduğu sanal alan "Batı" gibi "boş", "kanunsuz" ve bu nedenle özgürlükler ülkesi olarak tanımlanıyor.

İnternet, farklı kesimlerin farklı beklenti ve planlarını karşılayan alternatif bir iletişim aracı olarak şekillendi. Geleneksel iletişim araçlarından farklı olarak sahip olduğu karşılıklı etkileşim olanağı, herkesin iletişim sürecinde hem alıcı hem de yayıcı olabilmesinin yanında görünür sansür ve kontrol mekanizmalarının olmayışı ile internet ezilen/dışlanan kesimler için de bir mücadele alanı oldu.

Yeni iletişim teknolojileri modern demokrasilerde siyasal katılımın önündeki zaman ve mekan engellerini ortadan kaldırması, bilginin yurttaşlar arasında eşit yayılması (bu yönü üst sınıflara hizmet etmesi anlamında eleştirilir), erişim kolaylığı, yeni oluşan kamusal alanlar, ifade özgürlüğü ve özyönetim anlamında katılımcı demokrasiyi gerçekleştirecek potansiyel olarak dikkati çekmektedir. Bu bağlamda, internet etkileşimci niteliğiyle doğrudan demokrasi tartışmalarının odağında yer almaktadır.

Farklılıklar dünyasında neredeyse tüm kesimlere yanıt verme yolunun bulunduğu internet, bu çalışma kapsamında halkla ilişkiler ve katılım bağlamında irdelenecektir.

## **İnternet'in Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı**

Halkla ilişkiler katılımdan tanıtıma uzanan çok geniş bir yelpazede işlev üstlenmektedir. Kurumların yönetsel anlayışları doğrultusunda zaman zaman perspektif daralmasına uğrayan, genellikle basınla ilişkiler ve tanıtma rolünün ağırlık kazandığına işaret edilen halkla ilişkiler anlayışı yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle yapısal değişime uğramaktadır. Halkla ilişkiler uzmanları ve araştırmacıları tarafından giderek daha etkin şekilde kullanılması beklenen internet ve web teknolojileri kurumsal bilgi ve haberleri duyurmadan, kamuoyu araştırmalarına kadar uzanan bir alanda etkili, süratli çözümler üretmede kullanılabilecek iletişim ortamını yaratmaktadır. İnternet, özellikle halkla ilişkiler alanında sürekli altı çizilen "karşılıklı iletişim" unsurunu karşılayan iletişim aracıdır.

Halkla ilişkilerde kullanılan araç ve yöntemleri gözden geçirdiğimizde yazılı ve görsel medya tek yönlü iletişime açıkken, yüz yüze ilişkiler, fuarlar, festivaller, toplantılar, telefon iki yönlü iletişime açıktır. Bu araçların zaman, mekan ve maliyet boyutları düşünüldüğünde internet ve web teknolojileri (internette surf, e-posta, web sitesi, tartışma grupları (discussion ve news groups), sohbet odaları (chat) diğer iletişim araçlarına göre üstünlükleri açığa çıkmaktadır.

İnternet bilgi ve enformasyonun aktarılmasında geleneksel iletişim teknolojilerinin sunduğu ölçek ve hız sorununu aşarak isteyen herkesin istediği bilgiye ulaşmasını sağlayacak araç olarak tanımlanmaktadır(Akt.Timisi, 1999:167).

En genel tanımı ile web (World Wide Web –www) metin, grafik, ses, film gibi farklı nitelikteki verilerle etkileşimli olarak ulaşmayı sağlayan bağlantılarla donatılmış çoklu ortamdır (Bensghir, 2000:117). Web siteleri kitle iletişim araçları içinde organizasyon ile hedef kitle arasında eşikbekçiliği fonksiyonu olmayan iletişimin gerçekleşmesine izin verdiği vurgulanmaktadır. Diğer halkla ilişkiler araçlarında içerik editörler tarafından filtreden geçirilir. WWW ideal halkla ilişkiler aracı ve organizasyonların işlem çevresiyle direk ve interaktif iletişim kurabildikleri tek olanak olarak tanımlanır (White-Raman,2000:2). Eşik bekçiliği- kapı tutuculuğu veya filtreden geçirilmediği fikrine katılmıyorum. Site oluşturulurken organizasyon/örgüt kendini sunmak istediği şekilde kendini tanımlar. Bu aşamada bir filtreleme sözkonusudur.

İletişimin interaktifliği ya da etkileşim şekli web sitesinin geri beslemelere açık oluşturulan kanalında gelen sorularına açıklıkla yanıt verilmesi, yorumlar ve taleplerin değerlendirilmesi noktasında başlar. Yapılan araştırmalarda web sitelerinin yalnızca reklam ve pazarlama aktiviteleri için kullanılmadığı geri beslemelerle halkla ilişkileri geliştirmek için kullanıldığı saptanmıştır.

İnternet ve diğer ağ tabanlı iletişimi diğer iletişim ortamlarından farklı kılan beş temel özelliğe işaret edilir: multimedya, hipertext, packet switching, sekronluk ve interaktiflik (akt:Atabek:2001:1). Çalışmanın içeriği gereği senkronluk ve interaktiflik özelliklerine yer vereceğiz.

Senkron ve asenkron iletişim olanağı ile internet;

- İki kişi arasında asenkron iletişime (e-mail-elektronik posta)
- Çok kişi arasında senkron iletişime (usenet,bbs)

- İki kişi arasında, tek kişi ile çok kişi arasında ya da çok kişi arasında senkron iletişime (internet relay chat, chat rooms)
- Tek kişiden çok kişiye asenkron enformasyon erişimine (web, ftp) olanağı sağlamaktadır (Atabek,2001:3).

İnternetin interaktifliği, diğer iletişim ortamlarının tümünde bir şekilde kurulmaya çalışılan gazetelerde okuyucu mektuplarıyla, radyo ve televizyonda izleyici/dinleyici telefonlarıyla interaktifliğin sadece asenkron ve iletişimi başlatan kaynak kontrolünde olması yönlerindeki eksikliklerinin giderici niteliktedir (Atabek, 2001:3). Asenkron özelliği nedeniyle internet klasik feedback olgusuna yeni bir açılım getirmektedir.

Web sitesinin kurulma amacı ve sitenin dinamiği üstünlükleri genişletebilir veya daraltır. Vurgulamak istediğimiz katılımdan tanıtıma tüm halkla ilişkiler faaliyetlerine yanıt verecek özelliklerde planlanmış web siteleridir. Web sayfalarının tasarımı ve içeriğinin yapısı halkla ilişkiler programlarının oluşturulduğu gibi araştırma, planlama ve uygulama aşamaları gerçekleştirilirse başarılı olacaktır. Problemi ve amaçları açıkça tanımlamak, mesaj stratejilerinin formüle etmek, mesajları test ederek yapılandırmak gerekir (White-Raman, 2000:3). Web sayfası belirlenen hedef kitle doğrultusunda kurum amaçlarına yanıt verecek şekilde, grafik düzenlemeleri uyumlu anlaşılır biçimde tasarlanmalıdır. Hedef kitle, doğrultusunda metinler farklı dillerde sunulabilir. Web siteleri de diğer kullanılan geleneksel materyallerle ve kurum imajıyla uyumlu, bütünlük içinde olmalıdır. Hedef kitle tarafından kolay ulaşılabilmelidir. Web siteleri, sıkıcı kurum broşürlerine dönüşmemelidir. Site kurum stratejilerini desteklemeli,

finansmanda tasarruf sağlarken, müşteri servislerini veya kitleye ulaşımı genişletme (Hill-White, 2000:5) amaçlarına yanıt verebilmelidir. Bir başka deyişle, web sitesinin yapısı kurum amaçlarını gerçekleştirebilmenin bir aracı olmalıdır.

Bir halkla ilişkiler aracı olarak internetin tercih edilmesi nedenleri şu şekilde sıralanabilir:

- Çok geniş bir kitleye daha kısa sürede ulaşılma olanağı,
- Herhangi bir ürüne ilişkin tanıtımlar veya yeni gelişmelerin hedef kitleye ulaştırma imkanı (Turkcell beni haberdar et, tempotur vb. çalışmalar)
- Kamuoyu araştırmalarında uygulama olanağı,
- Hedef kitlenin tepkilerini ölçerek yeni politikalar oluşturma olanağı,
- Kuruma, güncel bilgilere ulaşılabilirlik.
- Kurumun imajını sürekli geliştirme fırsatı.
- E-posta yoluyla hedef kitleye kısa sürede, her türlü koşulda ulaşılabilirlik.
- Kuruluşla ilgili ortaya atılan yanlış, yanlı bilgileri anında izleyerek gerekli önlemleri alabilme ve bu teknolojiler yoluyla kamuoyunu kurumla ilgili doğru bilgilere aydınlatabilme (Bensghir,2000:120)
- Politikalar oluşturmada kamuoyunu izleme ve kamuoyu ile doğrudan diyaloga girerek olumlu bir halkla ilişkiler politikası oluşturma ve uygulamaya zemin hazırlama (Bensghir,2000:114).
- Hedef kitleyi daha düşük masrafla ve kısa süre içinde eğitime ve bilgilendirme olanağı (Biber, 2000:164).

Etkileşimli iletişimde temel belirleyen kamuoyunun görüşlerinin değerlendirilmesine olanak sağlayan iletişim ve karar kanallarının açık olmasıdır. Halkla ilişkiler açısından bu teknolojiyi

önemli kılan ise iki yönlü, etkileşimli ve diyaloga dayalı iletişimi olarak sağlamasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda temsili demokrasiden "kendi kendimizi temsile" katılımcı demokrasiye geçiş olarak değerlendirilebilir. Yurttaşlık kavramının yeniden kurumu da bu süreçte tartışılmaktadır. Bu kapsamda yeni teknolojilerin hızla uygulandığı öncü bir kuruluş olan Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde yer alan uygulamalar çerçevesinde katılım boyutu ele alınacaktır. ODTÜ bünyesinde yaklaşık 150 civarında haber ve tartışma grubu bulunmaktadır. Çalışma kapsamında metu faculty discussion (odtu-ou) ve odtü-idp tartışma gruplarına yer verilecektir. Tartışma listesi 5 Kasım 1996 yılında hizmete açıldı. Profesör, Doçent, Yardımcı Doçent, Doktor, Öğretim Görevlisi ve Okutmanlar bu gruba üye olabiliyor. Bu grupta moderator (tartışma listesini düzenleyici) bulunmuyor. Katılım belirtilen ünvanlarla sınırlı olduğu için -araştırma görevlilerinin- listeye katılımı tartışılıyor. Ancak, bu ünvana sahip olmayanlar listede gerçekleşen tartışmaları izleme olanağına sahiptir. Tartışma grubuna üyeler her türü konuda mail-mektup-atabiliyorlar. Konular/sorunlar yönetimi ilgilendiriyorsa süratle yanıtlanıyor veya yeni yönüyle konu tartışılmaya devam ediyor. Üniversitenin işleyişine yönelik her türlü öneri bu ortamda değerlendiriliyor.

ODTÜ Temmuz ayında gerçekleşen rektör seçimlerinde de belki de bir ilke imza attı. Tüm rektör adayları "seçim vaatleri"ni bu grupta duyurdu. Konuya ilişkin herkesin ulaşabileceği web sayfaları oluşturuldu. Seçim sonuçları yine elektronik ortamda anında duyuruldu. Bu dönem rektörü iki ayda bir üniversitede

gerçekleştirilen icraatları, senato kararlarını ve planan etkinlikleri yine bu araçla duyurmaktadır.

Üniversitenin iç işleyişine ilişkin birçok yönetsel işlev internet üzerinden yürütülmektedir. Öğrenci kayıtları, not verme, ders notlarına ulaşma, duyurular, her türlü kütüphane hizmetleri yanısıra uzaktan eğitim başlığı altında; İnternete Dayalı Eğitim Asenkron (idea, <http://idea.metu.edu.tr>) geçtiğimiz yıl açılan lisanüstü programı Informatics Online ([www.ion.ii.metu.edu.tr](http://www.ion.ii.metu.edu.tr)), yabancı dil eğitimi ([www.dil.metu.edu.tr](http://www.dil.metu.edu.tr)) ve ortak dersler (tarih vb.) bu kanalla yürütülmektedir.

Haziran 2000 yılından itibaren ODTÜ idari personeli için odtü-idp isimli bir tartışma grubu kurulmuştur. Bu tartışma grubu da alanında ilktir. Tartışmalar genel sekreterlik ofisi tarafından izlenmekte, sorunlar hakkında yanıt verilmektedir.

## **Sonuç**

Yeni iletişim teknolojisinin en kapsamlı ürünü olan internet, çağımız vazgeçilmez araçlarından biri olarak yerini aldı. Farklı kesimlerin farklı amaçlar için kullandığı internet, bence halkla ilişkiler disiplinin vazgeçilmez araçlarından biri olarak gelişimini sürdürecektir. Türkiye'de bu teknolojinin yeni olması özellikle araştırma kurumları tarafından kullanılması bugün için bir engel olarak görülmekle birlikte teknolojinin giderek yaygınlaşması ile özellikle tanıtım ve pazarlama amaçlı hizmetlerin dışında demokratik katılım aracı olarak kullanılması bizim gibi gelişmekte olan ülkeler için ayrıca önem verilmesi gereken bir yönüdür. Elektronik tartışma ortamları ile tartışma bilincimizi geliştirirken,



elektronik oy verme, kamuoyu araştırmaları ile başta karar mekanizmalarına örnek davranışlar sergilenebileceğimiz gibi hilesiz seçim sonuçlarına ulaşma isteğimizi de gerçekleştirebilir. İnternete ilişkin hukuk ve etik boyutunun yasalarla tanımlanmamış olması birçok sorununu da beraber getirmektedir. Ancak, en kısa sürede sınırsız bilgiye ulaşmak bu teknolojiyi vazgeçilmez kılmaktadır.

Özellikle vurgulamak gerekir ki, kamu kuruluşlarında btçeden pay alamayan halkla ilişkiler birimlerinin amaçlarını gerçekleştirmede ideal bir araçtır.

Halkla ilişkiler alanında teknolojinin yaygın kullanım bulacağı açıktır. Son yıllarda iletişim fakültelerinde bilişim konusunda dersler yer almaktadır. Bu gelişme olumlu olmakla birlikte sektörde çalışanların bu konuda hizmet içi eğitimen geçirilmeleri gereği bulunmaktadır. Özellikle kadınsı meslekler grubunda yer alan halkla ilişkiler uygulamalarının beklenen etkinliğin sağlanması kadınların teknolojiye yatkın kılınmalarından geçmektedir.

### **Kaynakça**

- Atabek, Ümit (2001). "İnternet ve Sosyal Bilimlerde Metodoloji".<http://www.ilet.gazi.edu.tr.31.01.2001>.
- Biber, Ayhan (2000). "İnternet ve Halkla İlişkiler". İletişim. Kış 2000/8: 157-171.
- Bensghir, Kaya Türksel (2000). "Halkla İlişkilerde Etkileşimli İletişim: Web(www)". Amme İdaresi Dergisi, 33(1):111-131.
- Hill, L. N. ve C. White (2000). "Public Relations Practitioners' Perception of the World Wide Web as a Communications Tool".

-Public Relations Review. 26(1):31-51.

<http://www.sciencedirect.com>

-Timisi, Nilüfer (1999). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi: İnternet Ortamında Kamusal Katılım. Yayınlanmamış doktora tezi. A.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

-White, Candace ve N., Raman (1999). "The World Wide Web as a Public Relations Medium: The Use of Research, Planning, and Evaluation in Web Site Development". Public Relations Review. 25(4):405-419. <http://www.sciencedirect.com>