

YENİ MİLLENNIUM'DA HALKLA İLİŞKİLER: TOPLUMSAL SORUMLULUĞA GERİ DÖNÜŞ

Robert L. Dilenschneider
Çeviren: Serra GÖRPE*

It has been a dramatic period for public relations over the last two decades of the 20th century. The field has enjoyed unprecedented growth and prosperity.

The period immediately ahead, writes counselor Robert Dilenschneider, is fraught with challenge and even peril. Setting out the new environment that awaits organizations in the 21st Century, Mr. Dilenschneider points out the pressures that CEO's will face in using their power wisely.

Their clear need, he states, is for wise public relations counsel.

Son yıllarda toplumsal sorumluluk kavramı bir balyoz gibi halkla ilişkiler alanına düştü. İmaj ve algılamının önemi nasıl bir zamanlar halkla ilişkiler kanalıyla ortaya çıkartılıp, bu doğrultuda kurum ve kuruluşlar yönlendirildiyse, şimdilerde bu önem toplumsal sorumluluk alanlarına kaymış bulunmakta. Bill Clinton'un saksofon çalması, bir siyaset adamının gençlere yakın gözükmek için lacivert takımlarının çıkartılıp balıkçı kazak ve blazer giydirilmesi, eşinden ayrılmak isteyen bir kadının mahkeme günü hakim karşısına beyaz giysilerle çıkma düşüncesi artık olağan taktikler ise bunun mimarı kurum imajları konusunda çok önemli çalışmalar yapan halkla ilişkilercilerdir. Kanımca toplumsal sorumluluk kavramı da bir zaman sonra imaj sözcüğünün günlük yaşantımıza girişine benzer bir biçimde gelişecek. Toplumsal sorumluluk kavramı konusunda halkla ilişkilercilerin hizmet

* Öğr.Gör.Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

verdikleri kuruluşlara önerdiklerinin çeşitliliği, sayılarının artışı ve bundan da öte kuruluşların bunları talep etmeye başlaması 21. yüzyılda bu alanda dört nala koşuların olacağı çağrışımını özellikle ülkemiz için de yaptırmakta. Artık her işin çevresinde, önünde, sağında solunda ve arkasında bir toplumsal sorumluluk arıyoruz. Kamuoyu ve tüketiciler artık seçimlerini daha çok bir işletmenin bir şeyler aldığı topluma neler verdiğine ve önemsedığı alanlara o işletmenin gösterdiği duyarlılığa bakarak yapıyorlar. İlerlemenin bir kazanımı olarak ürün ve hizmetler arasında ayırıcı özelliklerin hemen kopyalandığı bu dönemlerde her bir tüketiciye rahat bir biçimde de ulaşıyor. Ancak böyle bir ortamda ileti bombardımanı ile karşılaşan bireyler kendilerine tutarlı iletilerin gelmesinden etkileniyor, (bütünleşik pazarlama iletişimi) en yakın hissettiği ürünü, hizmeti seçiyor ve arkasındaki kurum hakkında olumlu konuşuyor. Yıllar önce bir derste hocamızın toplumsal sorumluluk konusuna girmeden önce sorduğu bir soruyu anımsıyorum: “Çevreye duyarlı mısınız?” Parmak kaldırmayan kimse olmamıştı. Onun için ne yapıyorsunuz sorusunda ise ancak bir kişinin bir tüketici olarak, hayvanlar üzerinde deneme yapmayan bir kozmetik ürünü savı ile kurulan Body Shop’un ürünlerini satın alıyorum, dediğini anımsıyorum. O zamandan bu zamana çok şey değişti. Artık biz tüketiciler seçimlerimiz konusunda daha bilinçliyiz. Kurum ve kuruluşlar da bunun ayırıcında. Aklımızı ve kalbimizi kazanmak için kıyasıya bir mücadele veriyorlar. Kuşkusuz değişik ideolojilerin toplumsal sorumluluk kavramına değişik bakış açıları olabilir: Robert Dilenschneider’in toplumsal sorumluluğun neden önemli olacağını irdeleyen makalesini okuyunca çevirme istemi duydum. Sanırım ülkemizde de bu bağlamda birçok iyi işlere sektörümüz çalışanları tarafından katkıda bulunuluyor. Ve hemen aklıma Cif’in Topkapı Sarayı için yapmış olduğu çalışma geliyor. Derin yapıda kuruluşlar kazanç amacı gözetmeler de, çabalarını ve kazançlarını hayırlı bir neden için harcıyorlar. Bunu yapmamak daha kötü ancak toplumsal sorumluluk kavramı bir kuruluşun sistemi içine entegre edilmeli. Bu belki de bir sonraki adım olacak. Şimdilerde bunu Body Shop, Ben and Jerry gibi çok az kuruluş başarmış durumda. Dilerim 21. yüzyıl halkla ilişkiler mesleği için iz bırakan olaylara imza atılan bir dönem olur. Ve toplumsal sorumluluk örnekleri de ülkemizde katlanarak artar.

Dr. Serra Görpe

20. yüzyılın son yirmi yılı halkla ilişkiler için oldukça anlamlı bir dönem oldu. Bu alanda görülmemiş bir gelişme ve zenginlik yaşandı.

Danışman Robert Dilenschneider'a göre önümüzdeki dönem hem yeni olanaklar hem de tehlikelerle dolu olacaktır. Dilenschneider 21. yüzyılda işletmeleri bekleyen yeni düzenlemeler için yöneticilerin güçlerini akıllıca kullanma konusundaki baskıların arttığını vurgulamaktadır.

Dilenschneider'a göre yöneticilerin en önemli gereksinimi akılcı halkla ilişkiler danışmanlığıdır.

Yeni millennium'un ilk yirmi yılında gerçekleşecek değişiklikleri ve bu değişikliklerin halkla ilişkiler üzerine önemli etkilerinin ayırdına varmak için gelecekbilimci olmamız gerekiyor. Önümüzdeki dönem benim geçmiş yirmi yıl önceki deneyimlerime benzeşiyorsa, hızla değişen bu yeni düzende varolmak için hazır olmalı ve mesleğimizde yer alan herkesin zekasına ve cesaretine meydan okuyabilecek değişimleri de hemen saptayıp, kullanabilmeliyiz. Gelecek yirmi yılda, iletişimi hızlandıran ve yeni iletişim teknolojileri yaratan iletişim teknolojisinin inanılmaz gelişimine ayak uydurmaya devam etmeliyiz. Yeni işe başlayan çalışanlardan, daha iyi yazı yazma ve çözümleyici yetenek aramalı ve en az bir, hatta iki yabancı dili bilmelerini ve bugünkü durumdan daha farklı olarak yönetim ve finans konusunda daha yararlı bilgilerle donanmalarını istemeliyiz.

Cesarete Çağrı

Yapılacak en önemli iş, alınacak en önemli önlem tüm işletmelerin çalışanlarına, müşterilerine ve iş yaptıkları ortamlara sorumluluklarını daha geniş kapsam içerisinde benimsetmek ve işletmelerin toplumsal açıdan da sorumluluklar konusunda duyarlı olmalarını özen göstermektir.

Son yirmi yıl içinde dünyayı tam anlamıyla küresel bir pazar ortamına çeviren bilgi ve iletişim teknolojilerindeki devrim ile bankacılık, yatırım, sigorta, üretim, enerji, eğlence, kitle iletişim araçları ve bilgi sanayileri gibi tüm dünyaya yayılan oluşumların geliştirilmesi sürecinde "kurum sorumluluğu" kavramına çok az önem verildi.

Yirmi yıl önce nerede olduğumuza bakarak bu inanılmaz değişimi daha iyi gözlemleyebiliriz:

- 1979 yılında Internet çok az bilinen bir iletişim yöntemiymi ve Pentagon tarafından bilim adamları ve araştırmacıların birbirleriyle iletişimini sağlamak amacıyla kurulmuştu.
- 1979'ta dünya hala iki kutuplu idi. ABD ve müttefikleri SSCB ile soğuk bir savaş içine hapsedilmişti. Başkan Carter Sovyetler Birliği'nin Afganistan'ı işgalini protesto için Moskova'da yapılan 1980 Olimpiyatlarını boykot etmişti.
- Yirmi yıl önce demokrasi sanki geri çekiliyor gibiydi: Sandinista Nikaragua'da iktidarı ele geçirdi. Latin Amerika ve Afrika ülkeleri otoriter diktatörler tarafından yönetiliyordu. Humeyni tarafından yönlendirilen köktendinci Müslümanlar İran'da kontrolü ele geçirip, 63 Amerikalı'yı rehin almıştı.
- Yirmi yıl önce Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Batı'da yaygın kavram, "büyümenin sınırlanması, beklentilerin düşük tutulması ve küçük güzeldir," fikriydi. Birçok sanayi ülkeleri enflasyon ortamında durgunluk, yüksek enflasyon, düşük büyüme ve yüksek işsizlikten zarar gördü. İşinden ayrılmak zorunda kalan işçiler tarafından korumacı önlemler talep edilmeye başlanınca, sanayi ülkelerinde serbest ticaretin savunucuları geri adım atmaya zorunda kaldı.
- Amerika Birleşik Devletleri'nde ve birçok sanayileşmiş demokrasilerde yirmi yıl önce faiz oranları yüksekti, enflasyon iki haneli idi ve işsizlik kabul edilemeyecek bir biçimde artmıştı.
- 1979 yılında Dow Jones sanayi ortalaması, on yıl önce bulunduğu yere, 800 değerinin altına düşmüştü.
- Tüm bunların belki de en ironiği yirmi yıl önce yüksek teknoloji kuruluşlarının en tanınmışlarından birinin evde kişisel bilgisayarlar için uygun bir pazar ortamı olmadığını söylemesiydi.

Sınırlı, Yayılan İyimserlik

Son yirmi yıl içindeki teknolojik, ekonomik ve siyasal gelişmeler ve kararlılık demokrasiyi canlandırdı, kapitalizme yeniden enerji verdi ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde küresel ekonomik büyümenin gelişmesine yol açtı. Bunun bir sonucu olarak yirmi yıl önce yaşanmış endişeler günümüzde temkinli ancak süregelen iyimserlikle yer değiştirdi.

Bazı örnekler verirsek:

- Soğuk savaş artık gerilerde kaldı.
- Amerika Birleşik Devletleri dünyanın tek süper gücü oldu. Dünyada demokrasi ve düzenin gelişmesine yardımcı olmak ve tüm dünyada ekonomik büyüme için bir motor görevi görmeye başladı.
- Demokrasi artık tüm Latin Amerika'da hüküm sürmekte. Afrika ve dünyanın başka yerlerinde ise bir turmanışa geçti.
- Bir on yıllık küresel ekonomik büyüme ve sürekli genişlemenin ardından küresel pazar ortamının ilerleyerek varoluşu yönündeki beklentiler oldukça yükseldi.
- En azından şimdilik Amerika Birleşik Devletleri'nde enflasyon oranı kendiliğinden düştü, işsizlik oranı aşağılara indi ve bu arada üretim ve reel gelir yükselmeye başladı.
- Kadınlar çalışma ortamının doğasını değiştirdi.
- Uyuşturuculardan kurtulma mucizesi yaşanmakta.
- Dünyanın her bir yerine gezi yapma artık çok olağan.
- Baş döndürücü bir on yıl sonra, öz kaynak ve tahvil pazarlarının Amerika ve diğer ülkelerde yukarılarda seyretmekte ve piyasadaki oyuncuların (yatırımcılar, spekülâtörler, hükümet, şirketler vb) 10 ya da 20 oranlarındaki düzenlemeleri bile yıkıcı olamamakta.
- İnternet çok büyük bir hızla gelişmekte ve dünyadaki milyonlarca insana ucuz ve anında iletişim olanağı sağlayarak sanal küresel bir pazar ortamına hizmet etmekte.

Yeniden Biçimlendirilen Halkla İlişkiler

Tarihte bir örneği olmayan bu ekonomik ilerleme sonucunda diğer işler ve sanayiler gibi halkla ilişkiler de yaşanan bu geniş ve büyük değişikliklere uyum sağlamaya çalışıyor. Bunu yaparken geleneksel görevlerimiz kapsamında sayılan, müşterilerimize stratejik danışmanlık, kriz yönetiminde yardımcı olma, kurum imajlarını güçlendirme ve haklı nedenlerden iş ortamında meydan gelen değişiklikleri rasyonel bir biçimde örgütlemek gibi işleri yeniden irdelemeliyiz.

Bunu etkili bir biçimde gerçekleştirmek için İnternet ve diğer iletişim ve bilgi teknolojilerini yoğun bir biçimde kullanmak zorundayız. Sayısız yeni iletişim kanallarını kullanmayı öğrendik: 24 saat yayın yapan haber kanalları, etkin televizyon ve "talk show" programları, belli bir ödentisi karşılığında izleyebildiğimiz televizyon

kanalları, kablolu yayınlarda büyük gelişme, doğrudan postalama ile pazarlama, nedene dayalı pazarlama ve daha birçok iletişim yolları... Bunlardan, hizmet ettiklerimiz adına yararlanmaya çalışırken aynı zamanda kendimizi yaratılan bu yeni iletişim yollarının oluşturduğu hedef kitledeki "bölümlere" karşı da hazırlamalıyız. Bizler ayrıca, müşterilerimize aç gözlü avukatların şiddetli saldırılarından gelen zararlardan, iş dünyasında yapılan düzenlemelerden korumak ve tüm uğraşını kişisel ve vicdansız bir biçimde kazanç sağlamak adına sistemleri değiştirmeye çalışan birçok kişiyi eylemlerinde sınırlayabilmek için yöntemler geliştirdik. En önemlisi, halkla ilişkilerciler olarak bizler, devlet değil, iş dünyası ekonomik büyümeye en önemli katkıyı sağlar, düşüncesini savunarak kapitalizmin bu şekilde geri dönüşüne katkıda bulunduk.

Gelecek yirmi yıl içinde değişikliğe götürecek güçler geçmiştekenden oldukça farklı olacaktır. Bunlar arasında iş dünyasının küreselleşmesinin devam etmesi, teknoloji ve iletişimde devrimci atılımlar ve hemen hemen tüm sanayilerde tekelleşmeye odaklanma sayılabilir.

21. Yüzyıl Paradigması

Deneyimlerimize dayanarak en yalın biçimiyle, 21. yüzyılın başlarında yeni bir paradigma olacağı öngörüsünde bulunabiliriz. Literatüre baktığımızda yirmi, otuz yıl öncesi düşünürlerinin ve tahmincilerin yanlıya düştüğünü görüyoruz. İçinde yaşadığımız küresel köyü tahmin eden gelecekbilimci Marshall McLuhan belki de tek doğru tahminde bulunan kişiydi. Gerçek şudur ki gelecek yirmi, otuz yılın neler getireceğini çok azımız öngörebilir. Gelecekte gerçekleştirdiğimiz ilerleme uyguladığımız kuram ve düşünceleri birbirlerine katarak ve kavrayarak mümkün olacaktır.

Gelecek, bir konuyla ilgili düşünme yeteneği taşıyan ve bir takım olasılıkları deneyebilecek kişiler tarafından biçimlendirilecektir. Yeni ortamın bazı özelliklerini incelediğimizde:

1) Özgürlük üzerine Tartışmalar

Bir görüşe göre sınırsız özgürlük karmaşa yaratır. Doğru ya da yanlış, ama hepimiz gelecek yıllarda bu konu üzerine ateşli tartışmalar yapacağız.

2) Dar Görüşlülüğü Aşmak

İşletmelerin ve sanayilerin hep Wall Street'te ve Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğunu düşünürüz. Dünya ve onun üstünde hareket eden güçler aslında çok büyüktür. Bizler işletmelere günlük işlemlerinde yardım etmeye çalışsak da, asıl katkımız işletmenin dünyadaki rolünü anlatma ve ona göre yön çizme, hareket etme konusunda olacaktır.

3) Herkes Kendi Başına ve Hukuk Devleti

Bir ülkeden diğerine işletmelerin bağlı olduğu kanunlar ya da belki de bu alandaki kanun eksikliği, birbirinden oldukça farklıdır. Biz Amerika Birleşik Devletleri'nde oldukça sıkı bir hukuksal denetim altında çalışıyoruz ve kişilerden davacı olarak günlük yaşamımızda da tehditler alabiliyoruz. Başka ülkeler daha çok Dodge City gibi. Çin, Malezya Hindistan, Endonezya ve birçok Afrika ülkesi günlük yaşamlarında farklı biçimlerde yolsuzluk ve başı bozukluk ile karşı karşıya. İletişim yalnızca pek az kişinin iyi başardığı bir alandır. Bu alan iyi yapıldığı zaman tecimsel organizasyonlara çok önemli katkılarda bulunabilir.

4) İslamın Büyüyen Gücü

Müslümanlar içimize alınmıyor. Sayılarına, coğrafi alanlarına ve varlıklarına karşın Müslümanlar bizimle birlikte çalışmaya davet edilmiyor. Bir milyardan fazla insan İslam dininin bir parçası ve artık hiç bir kurum onları önemsememezlik edemez.

5) Uzun Yaşama- Yeni Bir Güç

Bir çok insan 100 yaşına kadar yaşayacak. 60'larında olan sağlıklı erkekler 87 yaşına kadar, 60 yaşlarındaki sağlıklı kadınlar da 92 yaşına kadar yaşayacak. Genellikle önemsenmemiş bu nüfus dilimine seslenebilmek için düşüncelerimizde önemli bir değişikliğe gitmek gerekecektir.

6) Gelişim

Şimdi genetik mühendislik çağındayız. Şu ana kadar bildiklerimize ve yaşadıklarımıza dayanan temelimizi, bundan böyle bilimin bu yeni biçimi etik sorularla sarsacaktır.

7) Olması ve Olmaması Gerekenler

Amerika her yerde bulunuyor ve bu da iyi bir şey. Ancak dünyanın diğer yerlerinde, fakirliğin egemen olduğu yerlerde durum böyle değil. CNN ve CNBC'de refah toplumunu izleyen aç, fakir insanlar Batı'da bizi pek yüceltmeyecek düşünceler taşıyacaktır.

8) Hızın Önemi

Yaşamın hızı arttı ve şu anki anlayışımızın dışında bir biçimde hızla da artmaya devam edecek.

- İletişim ağları, zevkleri ve fikirleri eskisinden çok daha hızlı uyarıyor. Artık *South China Morning Post*'u izleyemiyorum, diyemezsiniz.
- İnternet hepimizi anında iletişime geçirdi ve olay devam edecektir.
- İş dünyası yapabileceğinin en fazlasını stoklamaya çalışıyor. Beş yıllık planlamalar artık bir yıldan aza inecek. Geçmişin iletişim teknolojileri bunu beceremezdi.

9) Yeni Liderlik Biçimleri

En üst düzeydeki yöneticilerin nitelikleri konusunda çok şey yazıldı. Okullardan biri onların daha az kahraman ve devrimci ancak daha fazla teknokrat olacağını söylüyor ve bunun da finansal pazarların baskısı ve hemen "gerçekleşmesi" gereksiniminden kaynaklandığı görüşünde. Ancak hemen seçilebilen, varlığı değer getiren lider sürüden ayrılma yollarını her zaman bulacak, onları gerektiğinde bir araya getirecek, iyileştirecek ve tüm dış oluşumlara tek bir görünüm sunacaktır.

10) Özel Alana Girilmesi- Kötüye Kullanma

Hemen hemen herkesin izi bugün değişik teknoloji yöntemleriyle takip edilebilir. Gerçekten de veri ortalaması kişisel bir bilginin 400 kez gibi bir sıklıkta kullanılmakta olduğunu göstermekte. Kişilerin özel yaşamlarını korumaya yönelik bir yol bulunmadığı sürece bundan doğan karışıklık ve kızgınlık yükselişi sürecektir.

11) Yeni İzlek ve Yöntemler Bulmak

Amerika Birleşik Devletleri'nde bizler göçten, demokrasi adına dünyayı korumaktan ve komünizm ile savaşmaktan konuşurduk. Şimdi yeni referans noktalarına gereksinimimiz var. Bunun bir kısmı teknolojiyi takip etmek ve bir diğeri de ölümlü olduğumuzun bilincidir. Öbür kısmı ise stres ve baskı altında çalışmanın bizi yöneten güçler olmaması gerektiğini zamanla anlamamızdır.

İş Dünyasından Gelen Tehdit

Gerçekten de tüm bunlara ve elimizde olanlara baktığımızda bazı kurum ve kuruluşlar çok güçlü bir noktaya gelerek, kazançlarını en üst düzeye çekmeye çalışırken kamuoyu çıkarını önemseme zorunluluğunu hissetmeyebilir. Bu karşılaşacağımız çok önemli bir sorundur ve hepimiz içinde çok önemli bir sınav olacaktır. Açıkça bazı açılardan bu zaten aslında oluyor. Çokuluslu kuruluşların hızla

büyümesi bu kuruluşlara o kadar finansal güç sağladı ki geçmişte onları düzenlemeye ve yönetmeye çalışan birçok ülkeden daha güçlü konuma geldiler. Tüm bu olasılıkları birlikte incelediğimizde iş dünyasının genelde güçlü ve yaygın bir tepki ile karşılaşacağı görülmektedir. Bu, özellikle kendini küresel ekonominin dayandığı serbest ticarete gösterecektir. Bu gerçekleşirse bir zamanlar Wall Street tarafından hayranlık duyulan ve ortaklarının ödüllendirdiği yöneticiler, küçülme ve dış kaynaklardan destek alma gibi bazı temel gider kısıtlamalarına giderek, gelecek yıllarda kamuoyu ve medya tarafından kötü adam olarak cezalandırılacaktır. Bu tepkinin bir sonucu da kuruluşun imaj ve kazanç açılarından sıkıntıya düşmesidir.

Bu tepki şimdilerde başlamış durumdadır. Yirmi yıl önce bu tarz değişikliklere zemin hazırlayan Reagan yönetiminin politikaları Bill Clinton'un 1992 ve 1996'da başkan seçilmesi ile geriledi. İngiltere'de 1970 ve 1980'lerde Thatcher tarafından başlatılan değişim Sosyal Demokrat Tony Blair'in 1997'de başbakan olması, Almanya'da Gerhard Schröder başkanlığında Oskar LaFontaine'in maliye bakanlığı ve Fransa'da Lionel Jospin'in başkanlığıyla duraklamıştır. Sosyal Demokratlar Avrupa Birliği'nin 15 ülkesinin 11'inde güç kazanmıştır. Muhafazakarların bozguna uğrayışının çok uzun süren bir döneme yayılan ekonomik büyüme, refah ve başlıca güçler arasında barışın yer aldığı bir dönem sonrası gerçekleşmesi bir uyarı olarak görülmelidir.

Kamuoyu hoşnutsuzluğunun bazı belirtileri ise hemen görülebilir.

- Genel refah ve zenginlik eşit bir biçimde paylaşılmamaktadır.

Zengin daha zenginleşmekte, orta sınıf konumlarını korumak için daha fazla çalışmakta ve fakirler de daha fazla fakirleşmektedir.

- Ekonomik iyileşmenin sıkıntısı da eşit paylaşılmamıştır.

Acımasız küçülmelerin faturası en üst düzeydeki yöneticilere değil, bölüm sorumlularına, orta kademe yöneticilere çıkarılmıştır.

- Yönetim kurulu başkanlarına çok yüksek maaşlar ödenirken, işçilerin kemerlerini sıkmaları istenmiş ve toplumsal haklarının bazılarının ellerinden alınması süreci yaşanmıştır. Yönetim kurulu başkanları genelde maaşlarında artışlar, prim ve şirketlerinin hisse senetleri ile ödüllendirilmiştir.

- Serbest ticaret, sanayi ülkelerindeki sendikalar ve işçiler tarafından top atışına tutulmaktadır.

Çokuluslu işletmelere gelişmekte olan ülkelerde yarattıkları kötü çalışma koşulları, ekolojii bozmaları, sömürmeleri ve kazançlarını bu ülkeler adına kullanmak ve orada yatırım yapmak yerine merkezlerine yolladıkları için kuşku ile bakılmaya başlanmıştır.

Yönetim Kurulu Başkanlarına Sorunlarla Başa Çıkmaları İçin Yardımcı Olmak

Bu sorunlar tarafımızdan incelenmezse, gelecek yıllarda toplum çok büyük toplumsal sorunlarla karşılaşacaktır. Toplumun bazı katmanları iş dünyası uygulamalarından memnun değil ve birçok durumda da üst yönetimler bu konu ile ilgili herhangi bir şey duymak istemiyorlar ya da kolayca kabullenemiyor ve sakinlik istiyorlar. Yönetim kurulu başkanları Wall Street tarafından baskı altında ve bu yetkiye sahip olmayı bekleyenler de bu baskıyı kırma cesaretinde değil.

Son yirmi yılda halkla ilişkilerde olan bizler iş ortamını daha iyi noktalara getirmede kamuoyu onayının önemini göstererek ekonominin kalkınması konusunda önemli bir görev başardık. Vergi indirimlerini savunduk, hükümetlerin ekonomiye daha az düzenleme yapmaları yanında olduk, sağlık programlarında ve sosyal programlarda federal harcamanın azaltılmasını ve serbest ticareti destekledik.

İnanıyorum ki gelecek yirmi yılda bize düşen en önemli görev kuruluş liderlerini uzun süreli ekonomik kazançları sağlamak adına çok büyük kazançlarından vazgeçirerek yaptıklarından etkilenenlere karşı daha fazla sorumluluk duyma konusunda ikna etmektir. Omuzlarımıza yüklenen görevlerden birisi hizmet ettiğimiz kuruluşlarda çalışanlara lider olma konusunda yardım etmektir. Bunu gerçekleştirmek aslında güzel sözlerden daha fazla şeyler gerektirmektedir. Orijinal düşünme, yaratıcılık ve yeni fikirlere gereksinimiz vardır.

- Örneğin, var oldukları, iş yaptıkları ülkeye sadık olduklarını göstermek için kuruluşlar neler yapmalıdırlar?
- Yönetim kurulu başkanlarını fildişi kulelerinden çıkararak çalışanı için şefkat göstermelerini nasıl sağlayabiliriz?
- Bu ülkede ve dünyanın diğer yerlerinde barışı sağlamak amacı ve olanakları kısıtlı sınıfların sorunları adına, ülkede ve diğer yerlerdeki güzel fikirleri nasıl toplayabiliriz?
- Son yirmi yılda inanılmaz bir servet yapanlara tüm yaşamı boyunca böyle davranmaması gerektiğini ve toplumun gereksinimi olan

kesime bir bölümünü vermesi ve yardım etmesi gerektiğini nasıl söyleyebiliriz?

- Bilimden kazanç sağlama güdüsünün birazını alıp, bunu önemli hastalıklara çözüm getiren ürünler konusunda çalışmalar yapılmasına ayrılmasını nasıl sağlayabiliriz?
- Yönetim kurulu başkanlarının iş ortamında çeşitlilik konusunda neler yaptıklarına nasıl yardımcı olabiliriz?
- Öne çıkmaktan korkan yönetim kurulu başkanlarının korkularını yenmelerine nasıl yardımcı olabiliriz?
- Ego enflasyonu olanlara, “benim” diyenlere nasıl yardımcı olabilir, onların kendi güçlerini iyi işler için kullanmalarını nasıl sağlayabiliriz?

Liste böyle sürüp gidebilir. Aslında lider olmak isteyen siz ve sizin gibiler için bu işler öyle basit işler değildir. Ancak bunlar, şimdiden göz önünde bulundurulması gereken olgulardır.
Son bir söz?

“Geleceğe geçmişin mağaralarından bakma.”

- Kaynağı bilinmeyen atasözü

Robert L. Dilenschneider 1991 yılında kurduğu Dilenschneider Grubu'nun Başkanı. Dilenschneider 1986'dan 1991'e kadar Hill and Knowlton'da Başkan ve Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yaptı. Kendisi iyi bir konuşmacı, yazar ve en son yapıtı ise *Profesyonel Yaşamın 14 Yılının Eleştirisi*.

Dilenschneider, Robert “Public Relations for the New Millenium: Back to Social Responsibility,” *The Public Relations Strategist* Vol. 5, Number 1, Spring 1999 ss. 12-16.

