

BİLGİ HİZMETLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER 2. HAFTA

Halkla İlişkilerin Tarihine İlişkin Perspektifler ve
Günümüz Uygulamaları

GÜLER DEMİR

Kastamonu Üniversitesi

İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi

Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

gulerdemir@kastamonu.edu.tr

KAPSAM

- ▶ Giriş
- ▶ Halkla İlişkilerin Tarihsel Süreci
 - ❖ Antik Dönem ve İlk Uygulamalar
 - ❖ Dini ve Sosyal Hareketler
 - ❖ Propaganda ve Savaş Dönemi
 - ❖ Modern Halkla İlişkilerin Doğuşu ve Kurumsallaşması
 - ❖ Kurumsal ve Kitle Medyasına Yönelik Uygulamalar
 - ❖ Dijital ve Sosyal Medya Dönemi
- ▶ Günümüz Halkla İlişkileri ve Geleceğe Bakış
- ▶ Sonuç ve Değerlendirme
- ▶ Kaynakça

GİRİŞ

Halkla ilişkiler, insanların ve kurumların mesajlarını iletmek, kamuoyu oluşturmak ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak amacıyla kullanılan iletişim araçlarının bütünüdür.

Bu alandaki uygulamalar, insanlık tarihi boyunca çeşitli şekillerde ortaya çıkmış ve gelişmiştir.

Antik çağlardan başlayarak, dini hareketler, savaşlar ve modern endüstriyel toplumların gereksinimleriyle şekillenen halkla ilişkiler, teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli evrim geçirmiştir.

Günümüzde ise dijital çağın en önemli iletişim aracı olan sosyal medya, halkla ilişkilerin doğasını köklü biçimde değiştirmiştir.

Bu derste, halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi ve günümüzdeki uygulamaları incelenecek, bu alanın sürekli değişen doğasına vurgu yapılacaktır.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

Halkla ilişkiler (PR), insanların mesajlarını iletmek, kamuoyu oluşturmak ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak amacıyla kullanılan iletişim yöntemleri bütünüdür.

Antik Mısırlılardan Orta Çağ'a kadar insanlar, birbirlerine önemli bilgileri iletmek ve olup bitenlerden haberdar olmalarını sağlamak için çeşitli araçlar ve kanallar kullanmıŐlardır.

Bu iletişim yöntemleri, günümüzde halkla ilişkiler olarak bildiğimiz Őeyin Őekillenmesine yardımcı olmuştur.

Tarihsel bağlam, 4 ana kategoride özetlenebilir (Adoni Media, 2025):

- ▶ 18. Yüzyıldan nce: Halkla ilişkilerin Başlangıcı
- ▶ 18. Yüzyıl: Matbaanın ağı
- ▶ 20. Yüzyıl: Kitle İletiŐiminin ağı
- ▶ 21. Yüzyıl: Dijital ve Sosyal Medyanın ağı

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

18. Yüzyıldan Önce: Halkla İlişkilerin Başlangıcı

- ▶ Antik çağda halkla ilişkilerin kullanıldığı birçok örnek vardır; örneğin: MÖ 469 civarında, Yunan filozofları (Sokrates, Platon ve Aristoteles gibi) kamuoyunun değerini fark etmişlerdir.
- ▶ Bu filozoflar ve diğerleri, soylulara hitabet yoluyla ikna sanatını (yani halka açık konuşma veya sözlü yayın) öğretmişlerdir (Adoni Media, 2025).
- ▶ Antik Yunan filozoflarından Platon, ideal devlet anlayışını ve toplumun yönetim biçimini felsefi olarak şekillendirmiştir.
- ▶ Ona göre, iyi bir toplumun temelini adalet ve uyum oluşturur.
- ▶ Platon'un devlet anlayışında, yönetici sınıfın (filozoflar) bilgeliği ve erdemi ön plandadır; çünkü toplumu doğru yönetecek ve koruyacak olan bu sınıfın bilgisi ve ahlakıdır.
- ▶ Bu bağlamda, devlet ile toplum arasındaki karşılıklı ilişkide, halkın bilgiye ulaşması ve yönetimle iletişim kurması büyük önem taşır (Gültepe, 2023).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

18. Yüzyıldan Önce: Halkla İlişkilerin Başlangıcı

- ▶ Platon'un ideal devlet anlayışında, halkın devlet yönetimine katılımı ve bilgi edinme hakkı, halkla ilişkilerin temel ilkelerine koştur bir şekilde değerlendirilir.
- ▶ Çünkü Platon'a göre, halkın doğru bilgiye erişimi ve bu bilgiyi anlaması, toplumun bütünlüğü ve adaleti için elzemdir. Bu nedenle, halkla ilişkiler, halkın bilgiye ulaşmasını sağlayan ve devlet ile halk arasında sürekli ve doğru iletişim kuran bir araçtır.
- ▶ Platon, toplumun ve devletin uyum içinde olması için, yöneticilerin bilgili ve erdemli olması gerektiğini savunmuştur. Bu düşünce, günümüz halkla ilişkiler uygulamalarında da kendini gösterir; çünkü devletler, halkla ilişkiler aracılığıyla, toplumun, beklentilerini ve görüşlerini öğrenerek, daha uyumlu ve sürdürülebilir bir yönetim anlayışını benimser.
- ▶ Platon'un “iyi yönetim” ve “bilgiye dayalı toplum” kavramları, modern halkla ilişkiler uygulamalarının temel taşlarını oluşturmaktadır (Gültepe, 2023).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

18. Yüzyıldan Önce: Halkla İlişkilerin Başlangıcı

- ▶ MS 394'te Aziz Augustinus, günümüzde imparatorluk sarayı için halkla ilişkiler direktörü olarak bildiğimiz görevi üstlenmiştir.
- ▶ Kilise'nin yararına düzenli olarak imparatora ve halka övgü konuşmaları yapmıştır.
- ▶ Aziz Augustinus'un yaptıklarını günümüzde bir basın toplantısı olarak düşünebiliriz.
- ▶ Gerçek kurucusu tartışmalı olsa da, halkla ilişkiler ilk olarak sosyoloji ve kitle psikolojisi yoluyla kamuoyunu yönetme ve manipüle etme yolu olarak hizmet etmiştir.
- ▶ Ancak ilk başlarda halkla ilişkiler bazen önemli bir propaganda biçimi olduğu gerekçesiyle eleştirilmiştir (Adoni Media, 2025).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

18. Yüzyıl: Matbaanın Çağı

- ▶ Matbaanın icadından sonra propaganda çok yaygınlaştı. Bu, önde gelen kişilerin kitlelere bilgi yaymasına ve onları yönlendirmesine olanak sağladı. Birçok ülke demokrasiye geçtiğinde ve vatandaşlar hükümet seçimlerinde oy kullanma hakkına sahip olduğunda bu oldukça önemli bir araçtı. Bu dönemde, çeşitli amaçları desteklemek için halkla ilişkileri kullanan birçok insan vardı.

Örneğin

- ▶ Benjamin Franklin matbaayı köleliğe karşı kampanya yürütmek, ulusal güvenliği artırmak ve eğitimi iyileştirmek için kullandı.
- ▶ Amerikan Devrimi boyunca Thomas Paine, firar etmeyi düşünen General Washington'ın ordusunu kalıp savaşmaya ikna etmek için tasarlanmış bir broşür olan "Kriz"i yazdı.
- ▶ Halkla ilişkiler, özellikle siyasette, önemini korudu. Devonshire Düşesi Georgiana, Whig adayı Charles James Fox için yoğun bir kampanya yürüttü. Kendi kamuoyundaki profilini Fox'un profilini yükseltmek için kullandı ve bu da başarıyla sonuçlandı.
- ▶ Görece yeni gibi görünse de, modern halkla ilişkiler ilk olarak 18. yüzyılda ortaya çıktı, ancak ifadenin bugünkü anlamı 20. yüzyılda ortaya çıktı.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

18. Yüzyıl: Matbaanın Çağı

- ▶ 19. yüzyılın sonlarına doğru, endüstrileşme ve şehirleşmenin hızlanmasıyla birlikte halkla ilişkiler faaliyetleri de gelişti.
- ▶ Özellikle P.T. Barnum gibi gösteri ve eğlence dünyasının öncüleri, dikkat çekmek için yaratıcı ve bazen de abartılı yöntemler kullandı.
- ▶ Bu yaklaşıma “basın temsilciliği” (press agency) denir ve genellikle eğlence sektöründe sınırlı kalmıştır. Ancak, bu yöntemlerin olumsuz yönleri de ortaya çıktı; manipülasyon ve güven kaybı gibi sorunlar baş gösterdi.
- ▶ 20. yüzyılın başlarında, endüstri ve büyük şirketler kamuoyunun güvenini kazanmak ve korumak amacıyla profesyonel halkla ilişkiler uzmanlarına gereksinim duymaya başladı.
- ▶ Ivy Lee, halkla ilişkilerin çağdaş anlamda temellerini atan önemli bir figürdür.
- ▶ Lee, 1914’te Rockefeller ailesinin imajını düzeltmek amacıyla şeffaflık ve doğru bilgi ilkelerini benimsemiş ve “açık olma” yaklaşımını geliştirmiştir.
- ▶ Bu, halkla ilişkilerin temel ilkelerinden biri durumuna gelmiştir.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

18.Yüzyıl: Matbaanın Çağı

- ▶ İlk kurumsal halkla ilişkiler departmanları, 1900'lerin başında ortaya çıktı.
- ▶ Örneğin, AT&T ve Westinghouse gibi büyük şirketler, iç ve dış iletişimlerini düzenlemek amacıyla bu bölümleri kurdu.
- ▶ Ayrıca, 1917'de I. Dünya Savaşı sırasında ABD hükümeti, George Creel liderliğinde büyük çaplı propaganda ve halkla ilişkiler kampanyaları yürüttü.
- ▶ Bu çalışmalar, halkın savaş bilincini artırmak ve destek sağlamak amacıyla geniş çapta medya ve etkinlikler kullandı.
- ▶ İkinci Dünya Savaşı sırasında ise, ABD Hükümeti tarafından kurulan Ordu ve Savaş Bakanlığı'nın halkla ilişkiler çalışmaları önemliydi.
- ▶ Bu dönemde, kamuoyu oluşturma ve toplum desteği kazanma stratejileri daha sistematik duruma geldi.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

20. Yüzyıl: Kitle İletişim Çağı

- ▶ Son birkaç yüzyıl boyunca, halkla ilişkiler, insanların güçlü ilişkiler kurmaları ve olumlu bir kamu imajı sürdürmeleri için başvurulan bir araç olmuştur.
- ▶ Teknoloji geliştikçe, halkla ilişkiler de gelişti. Televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması, mesajların dünya çapında yayılmasına yardımcı oldu ve şimdiye kadar yaratılmış en etkili halkla ilişkiler kampanyalarından bazılarının yolunu açtı.
- ▶ 1900'lerin başlarında, «Kadın Kurtuluş Hareketi» sırasında, sigara şirketi Lucky Strike'in satışlarını artırmak için Edward Bernays'ı işe almasıyla belki de en ünlü halkla ilişkiler gösterilerinden biri gerçekleşti.
- ▶ Halkla ilişkilerin öncülerinden Bernays, kadınların kamusal alanlarda sigara içmesinin hala uygunsuz görüldüğünü saptadı. Bu kamuoyu algısını değiştirmek için Bernays, kadınların sigara içmemesinin feminist bir mesele olduğunu öne sürerek bir kadın özgürleşme hareketi yarattı.
- ▶ New York'taki Paskalya Pazar Geçit Töreni'nin ortasında sigara içmeleri için kadınlara para ödedi. Bu olayın fotoğrafları ve görüntüleri kitle iletişim kanalları aracılığıyla tüm dünyaya gösterildi, kadınlar sigara içmeyi benimsedi ve satışlar hızla arttı.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

20. Yüzyıl: Kitle İletişim Çağı

- ▶ 1950'ler ve sonrası, halkla ilişkiler alanında profesyonelleşme ve eğitim faaliyetlerinin artmasıyla şekillendi.
- ▶ Üniversitelerde halkla ilişkiler bölümleri açıldı, meslek kuruluşları kuruldu ve etik kurallar geliştirildi.
- ▶ Bu dönemde, halkla ilişkilerin temel modeli olan “düzenli araştırma, planlama, iletişim ve değerlendirme” döngüsü benimsenmeye başladı.
- ▶ Ayrıca, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, internet ve sosyal medya gibi yeni araçların kullanılmasını sağladı.
- ▶ 2000'li yıllarda, sosyal medya platformları (Facebook, Twitter, YouTube) halkla ilişkilerin doğasını değiştirerek, karşılıklı iletişim ve doğrudan etkileşim olanağını sundu.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

21. Yüzyıl: Dijital ve Sosyal Medya Çağı

- ▶ 2000'li yılların başlarında, internetin halka bilgiye kolayca erişim sağlayan bir platform oluşturmasıyla halkla ilişkiler önem kazandı.
- ▶ İlgili kalabilmek için, halkla ilişkilerin değişen medya ortamına ayak uydurması ve yeni iletişim yollarına uyum sağlaması gerekiyordu.
- ▶ 2008'deki ABD Başkanlık Seçimlerinde, politikacıları seçmenleriyle buluşturmak için sosyal medya etkili bir şekilde kullanıldı.
- ▶ Eski Başkan Barack Obama, Facebook, Myspace, Twitter, LinkedIn ve YouTube gibi sosyal medya platformlarını kullanarak Amerika'nın gençleri arasında popüler bir takipçi kitlesi kazandı.
- ▶ Seçim sonrası anketler, bu taktiğin başarılı olduğunu ortaya koydu; Obama, 25 yaş altı seçmenlerin oylarının neredeyse %70'ini kazandı. Bu sonuç, 1976'da ABD'de seçim sonrası anketlerin başlatılmasından bu yana görülen en yüksek yüzdedir.
- ▶ Obama'nın halkla ilişkiler stratejisi, sosyal medyanın etkisinin artmaya başladığını gösterdi.
- ▶ Özellikle son birkaç yıldır, sosyal medya iletişim dünyasına hakim olmuş ve halkla ilişkiler uzmanlarının kamuoyuyla bağlantı kurmak için kullandığı popüler ve etkili bir araç durumuna gelmiştir.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

21. Yüzyıl: Dijital ve Sosyal Medya Çağı

- ▶ Günümüzde, halkla ilişkiler küresel bir iletişim alanına dönüştüğünden farklı kültürler ve pazarlar arasında iletişim kurmak, çok çeşitli iletişim kanallarını kullanmak ve hızlı bilgi akışını yönetmek gerekmektedir. Bu nedenle, halkla ilişkiler uzmanları, kültürel farkları anlamak ve çeşitli iletişim araçlarını etkin kullanmak zorundadır. Sürekli olarak yeni ve yenilikçi teknolojilerin ortaya çıkmasıyla, halkla ilişkiler büyümeye ve değişmeye devam edecektir.
- ▶ Halkla ilişkiler ve sosyal medya, müşteri/kullanıcı deneyimiyle yakından ilişkilidir. Bu iletişim noktaları, müşterilerin markayla/ürünle/hizmetle olan deneyimlerini etkiler ve olumsuz ya da olumlu geri dönüşler, iletişim stratejilerini şekillendirebilir. Ekipler arasındaki entegrasyonu sağlayarak, bu araçların gücünden faydalanıp müşteri/kullanıcı deneyimi iyileştirilebilir ve kalite geliştirilebilir (Zion & Zion, 2021).



(Zion & Zion, 2021).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

Benzer noktaları ile birlikte halkla ilişkilerin tarihine ilişkin bir diğer sistematik değerlendirme aŐađıdaki kategorilerde incelenebilir (Bharti, 2025):

- ▶ Antik Dönem ve İlk Uygulamalar (M.. 3000 - Antik ağlar)
- ▶ Dini ve Sosyal Hareketler (Orta ağ ve 18. Yüzyıl)
- ▶ Propaganda ve Savaş Dönemi (20. Yüzyıl Başları)
- ▶ Modern Halkla İlişkilerin Doğuşu ve Kurumsallaşması (1900'ler)
- ▶ Kurumsal ve Kitle Medyasına Yönelik Uygulamalar (20. Yüzyıl Ortaları)
- ▶ Dijital ve Sosyal Medya Dönemi (2000'ler ve sonrası)

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

Antik Donem ve İlk Uygulamalar (M.. 3000 - Antik ağlar)

- ▶ O donemlerde insanlar ve liderler, toplumu etkilemek ve fikirlerini yaymak için çeşitli iletişim araçları kullandı.
- ▶ Babilliler, tarım tekniklerini anlatmak için kil tabletler yaptı.
- ▶ Mısır firavunları, piramitler ve anıtlar inşa ederek güçlerini ve ilahi otoritelerini gösterdi.
- ▶ Yunan filozofları ve konuŐmacılar, ikna edici konuşmalar yapmayı ve sözlerin gücünü araŐtırdı.
- ▶ Julius Caesar, zaferlerini anlatmak ve halkın desteğini almak için mektuplar ve yazılar kullandı.

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

Dini ve Sosyal Hareketler (Orta Çağ ve 18. Yüzyıl)

Din insanları ve toplumsal hareketler, halkı ikna etmek ve destek almak için afişler, konuşmalar ve etkinlikler düzenledi.

Örneğin, Hristiyanlar, haçlı seferleriyle ve misyonerlik çalışmalarıyla halkı ikna etmeye çalıştı.

Kölelik karşıtı hareketler, kitaplar ve gösterilerle toplumda farkındalık yarattı ve değişim sağladı.

Propaganda ve Savaş Dönemi (20. Yüzyıl Başları)

- ▶ Birinci Dünya Savaşı'nda devletler, halkın savaşı motive olması ve düşmanları hedef göstermek için posterler ve sesli mesajlar kullandı.
- ▶ Bu iletişim araçlarıyla halkın moralini yüksek tutmaya ve destek toplamaya çalıştılar (Bharti, 2025).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

Modern Halkla İlişkilerin Doğu ve Kurumsallaşması (1900'ler)

- ▶ 1900'de Boston'da kurulan «Publicity Bureau», ilk resmi halkla ilişkiler ajansı sayılır.
- ▶ Ivy Lee (1906): Őirketlerin ve liderlerin aŐık ve dűrűst iletiŐim kurması gerektiđini savundu.
- ▶ Lee, ilk “basın bűlteni” őrneđini yaparak haberleri doğrudan medya aracılığıyla halka anlatmaya baŐladı.
- ▶ Edward Bernays (1920'ler): Psikolojiyi kullanarak insanların nasıl dűŐündűđűnű ve karar verdiđini anlamaya ŐalıŐtı.
- ▶ Bernays, űrűnleri ve fikirleri insanların dikkatini Őekmek ve ikna etmek iŐin ŐeŐitli kampanyalar dűzenledi.
- ▶ İngiltere'de Basil Clarke, iletiŐimin dűrűst ve gűvenilir olmasını savundu ve etik kurallar belirledi.
- ▶ Arthur W. Page ise bűyűk Őirketlerin gűvenini kazanmak ve iyi bir imaj yaratmak iŐin ŐalıŐtı (Bharti, 2025).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE

Kurumsal ve Kitle Medyasına Yönelik Uygulamalar (20. Yüzyıl Ortaları)

- ▶ 1950 ve 60'larda şirketler, televizyon ve gazeteler aracılığıyla halkla iletişim kurmaya başladı.
- ▶ Markalar, hikâyeler anlatarak ve halkın güvenini kazanarak büyüdü.
- ▶ Büyük kampanyalar ve etkinlikler düzenlenerek insanların fikirleri yönlendirildi.
- ▶ Bu dönemde internet ve sosyal medya olmasaydı bile, halkla ilişkiler daha çok medya ve haberler üzerinden yürüyordu.

Dijital ve Sosyal Medya Dönemi (2000'ler ve sonrası)

- ▶ 1999'da çıkan "Cluetrain Manifesto" adlı belge, internetin ve sosyal medyanın iletişimi nasıl değiştireceğini anlattı.
- ▶ Sosyal medya sayesinde şirketler ve insanlar doğrudan iletişim kurmaya başladı.
- ▶ Artık herkes, kendi fikrini paylaşabiliyor ve sorunlara hızlıca çözüm bulabiliyor.
- ▶ Yapay zeka ve veri analitiğiyle, halkla ilişkiler çok daha akıllı ve hızlı hale geldi (Bharti, 2025).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE CLUETRAIN MANİFESTOSU

- ▶ Bu manifesto, internet ve dijital iletişimin işletmeler, piyasalar ve insanlar arasındaki ilişkileri köklü biçimde değiştirdiğini vurgulayan, 1999 yılında ortaya çıkmış bir belgedir.
- ▶ Geleneksel iş ve pazarlama anlayışlarının geçerliliğinin sona erdiğini ve internetin, insanların doğal ve samimi dillerle konuştukları, gerçek ve karşılıklı iletişimin yeniden doğuşunu sağladığını savunur.
- ▶ Manifesto, iş dünyasının bu yeni iletişim biçimine uyum sağlaması ve “insanların sesine” kulak vermesi gerektiğini anlatırken, şirketlerin iç ve dış pazarlarda gerçek diyalog ve güven inşa etmeden ayakta kalamayacağını öne sürer.
- ▶ Amaç, şirketlerin sadece mesaj gönderen değil, samimi ve insan odaklı iletişim kuran aktörler durumuna gelmesiyle, piyasanın ve toplumun daha şeffaf, saygılı ve anlamlı bir yapı kazanmasını sağlamaktır. Özünde, geleneksel iş anlayışlarına karşı çıkan, insanın ve iletişimin gücüne dayanan yeni bir iş ve iletişim paradigmasını önerir (Levine, Locke, Searls ve Weinberger, 1999).

HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE GENEL ÇERÇEVE

Özetle

- ▶ Halkla ilişkiler çok eski zamanlardan beri insanların ve liderlerin fikirlerini ve imajlarını yönetmek için kullandığı bir sanattır.
- ▶ Zaman içinde devletler, şirketler ve toplumlar, iletişim araçlarını kullanarak halkı ikna etmeyi ve güven kazanmayı öğrendi.
- ▶ Günümüzde ise internet ve teknolojiler sayesinde bu iletişim çok daha hızlı ve güçlü duruma geldi (Bharti, 2025).
- ▶ Halkla ilişkiler, zaman içinde çeşitli gelenekler ve yaklaşımlar geliştirmiştir. Bu yaklaşımlar arasında retorik ve basın temsilciliği, gazetecilik ve tanıtım, ikna kampanyaları ve ilişkilerin uzun vadeli kurulması yer alır.
- ▶ Günümüzde ise, karşılıklı anlayış ve sürdürülebilir ilişkiler kurma ilkeleri ön plana çıkmaktadır. Bu alanın gelişimi, iletişim teknolojilerinin ve toplumların değişen gereksinimlerinin sürekli bir yansımasıdır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tarih boyunca halkla ilişkiler, toplumların ve kurumların fikirlerini ve imajlarını yönetmede önemli bir araç olmuştur.

Antik çağlardan günümüze kadar uzanan süreçte, iletişim araçlarının ve yöntemlerinin sürekli yenilenmesi, halkla ilişkilerin daha etkili ve sürdürülebilir duruma gelmesini sağlamıştır.

Özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte, halkla ilişkiler hızla değişmiş ve çeşitlenmiştir.

Günümüzde sosyal medya ve dijital iletişim araçları, kurumların ve bireylerin karşılıklı ve anlık iletişim kurmasını kolaylaştırırken, güven ve şeffaflık ilkeleri de ön plana çıkmıştır.

Gelecekte ise, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi yeni teknolojilerin entegrasyonu ile halkla ilişkiler alanı daha da gelişerek, iletişimin sınırlarını zorlayacaktır. Bu gelişmeler, halkla ilişkilerin toplumların ve kurumların sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Kaynakça

- ▶ Adoni Media (2025). *The history of Public Relations*. <https://www.adonimedia.com.au/blog/the-history-of-public-relations/>
- ▶ Bharti, R. (2025, 20 Ocak). *The evolution of public relations: A historical perspective*. <https://publicmediasolution.com/blog/history-of-public-relations/>
- ▶ Gültepe, M. (2023). Halkla ilişkiler toplumu ve devlet. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 1-14.
- ▶ Levine, R., Locke, C., Searls, D. ve Weinberger, D. (1999). *The Cluetrain Manifesto: The end of business as usual*. <https://ubereye.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/04/the-cluetrain-manifesto.pdf>
- ▶ Zion & Zion (2021, 23 Eylül). *Public relations and social media: Key facets of customer experience*. <https://www.zionandzion.com/public-relations-and-social-media-key-facets-of-customer-experience/>