

BİLGİ HİZMETLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

4. HAFTA

HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ:
İKİ YÖNLÜ DENGESİZ (TWO-WAY ASYMMETRICAL)
İKİ YÖNLÜ DENGELİ (TWO-WAY SYMMETRICAL)
GÜNÜMÜZ
TÜM MODELLERE İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME

GÜLER DEMİR
Kastamonu Üniversitesi
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi
Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü
gulerdemir@kastamonu.edu.tr

KAPSAM

- ▶ Giriş
- ▶ İki Yönlü Dengesiz Asimetrik Model
 - ❖ Tarihçe ve Gelişim
 - ❖ Temel Kavramlar ve Kuramsal Arka Plan
 - ❖ Modelin İşleyişi ve Stratejik Fonksiyonları
 - ❖ Yapay Zekâ ve Duygusal Zeka Entegrasyonu
 - ❖ Güncel Yansımalar ve Avantajları- Dezavantajları
- ▶ İki Yönlü Simetrik Model
 - ❖ Tarihçe ve Gelişimi
 - ❖ Temel İlkeler ve Özellikler
 - ❖ Uygulama Alanları ve Güncel Kullanım
- ▶ Günümüz
- ▶ Modellere İlişkin Genel Değerlendirme
- ▶ Bilgi Hizmetlerinde Halkla İlişkilerde Modellerinin Rolü
- ▶ Sonuç ve Değerlendirme
- ▶ Kaynakça

GİRİŞ

- ▶ Kuruluşlar ile paydaşlar arasında kurulan etkili ve karşılıklı iletişim, güven ve anlayışın geliştirilmesinde önemli bir rol oynar. Halkla ilişkiler alanındaki iletişim modelleri, iletişimin yönü, amacı ve karşılıklı etkileşim biçimleri açısından çeşitlilik gösterir.
- ▶ İki yönlü dengesiz asimetric ve iki yönlü simetric modeller, özellikle iletişim süreçlerinin yönetimine ilişkin farklı yaklaşımlar sunar.
- ▶ Günümüzde teknolojik gelişmeler ve yapay zekâ entegrasyonu ile yeni boyutlar kazanan iki yönlü dengesiz asimetric model, kuruluşların müşteri ve paydaş görüşlerini dikkate alırken, genellikle kendi çıkarlarını ön planda tutar.
- ▶ İki yönlü simetric/dengeli model ise, taraflar arasında eşitlik ve karşılıklı anlayışa dayalı, sürdürülebilir ve etik ilişkilerin kurulmasını hedefler. Bu model, demokratik ve katılımcı iletişimin temelini oluşturarak, uzun dönemli güven ilişkileri inşa eder.

Bu ders, her iki modelin tarihsel gelişimini, temel kavramlarını ve günümüzdeki uygulama alanlarını detaylandırarak, halkla ilişkilerde etkili iletişim stratejilerinin seçimi ve uygulanmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

HALKLA İLİŞKİLER- MODELLER

Halkla İlişkiler Modellerinin tarihi ve temel özellikleriyle birlikte sınıflaması aşağıdaki gibidir (Grunig vd., 1995; Tarhan, 2008, s. 122):

- ▶ BASIN TEMSİLCİLİĞİ YA DA BASIN AJANSI/DUYURMA MODELİ (PRESS AGENCY)
- ▶ HALK BİLGİSİ YA DA KAMUYU BİLGİLENDİRME MODELİ (PUBLIC INFORMATION)
- ▶ İKİ YÖNLÜ DENGESİZ (TWO-WAY ASYMMETRICAL) MODEL
- ▶ İKİ YÖNLÜ DENGELİ (TWO-WAY SYMMETRICAL) MODEL
- ▶ GÜNÜMÜZ YAKLAŞIMLARI

HALKLA İLİŞKİLER- MODELLER

Bu derste işlenecek konular/modeller aşağıdaki gibidir (Diğer modellere bir önceki derste değinilmiştir):

- ▶ İKİ YÖNLÜ DENGESİZ (TWO-WAY ASYMMETRICAL) MODEL
- ▶ İKİ YÖNLÜ DENGELİ (TWO-WAY SYMMETRICAL) MODEL
- ▶ GÜNÜMÜZ YAKLAŞIMLARI

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

- ▶ Tarihçe: Bu model, 20. yüzyılın başlarında gelişmiş ve özellikle 1950'lerde ve 1960'larda Dennis L. Wilcox ve Glen T. Cameron gibi iletişim teorisyenleri tarafından detaylandırılmıştır.
- ▶ Halkla ilişkiler alanında "düzenli ve karşılıklı" iletişim kurmayı amaçlar, ancak genellikle kuruluşun çıkarlarını ön planda tutar.
- ▶ Temel Kavramlar ve Kuramsal Arka Plan:
 - ❖ Tanım: Bu model, geleneksel iki yönlü iletişimden farklı olarak, kuruluşların müşterilerin görüşlerini toplaması ve bu bilgileri kendi yararına kullanması amacıyla tasarlanmıştır. Amaç, müşteri memnuniyetini sağlamak ve marka imajını güçlendirmek için organizasyonun kararlarını ve iletişim stratejilerini şekillendirmektir.
 - ❖ Özelliği: Bu model, iletişimin iki yönlü olmasına rağmen, kontrol ve güç dengeleri kuruluş lehine olmayı sürdürür. Yani, müşteri geri bildirim alınır, ama genellikle kuruluş daha fazla denetim sahibidir (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

► Modelin gelişimi ve evrimi:

- ❖ İlk dönemler: 1940-1950'lerde, halkla ilişkilerde iki yönlü iletişim kavramı ortaya çıkmış, özellikle Grunig ve Hunt'un 1984'te geliştirdikleri "Dengeli (Mutual) İki-Yönlü Model" temel alınmıştır.
 - ✓ James E. Grunig (18 Nisan 1942 doğumlu), halkla ilişkiler kuramcısı ve Maryland Üniversitesi İletişim Bölümü'nde Emekli Profesördür
 - ✓ Todd Hunt, halkla ilişkiler ve iletişim alanında tanınmış bir isimdir. Rutgers Üniversitesi'nde iletişim ve bilgi bölümünde profesör olarak kariyerini sürdüren Hunt, "Public Relations Writing: Form & Style" ve "Fundamentals of Public Relations" gibi önemli ders kitaplarının yazarıdır.
- ❖ Kademeli evrim: 1990'lara gelindiğinde, iki yönlü iletişim, daha şeffaf ve karşılıklı anlayışa dayalı duruma gelirken, "düzenleyici ve denetimci" yapılar değişmiş ve daha çok iki taraflı diyaloglar öne çıkmıştır.
- ❖ Günümüzde: Dijital teknolojilerin gelişimiyle, özellikle yapay zekâ ve otomasyonun entegrasyonu ile, iki yönlü iletişim yeni boyutlar kazanmış, müşteri katılımı ve kişiselleştirilmiş iletişime odaklanmıştır.

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

► Modelin Temel Öğeleri:

- ❖ İletişim Süreci: Hem kuruluş hem de müşteri karşılıklı bilgi paylaşır, ancak kuruluş, müşterinin gereksinimlerini anlamak ve kendi çıkarlarına göre stratejiler geliştirmek için bu iletişimi kullanır.
- ❖ İletişim Amaçları: Müşteri memnuniyetini artırmak ve kurumsal hedefleri desteklemek
- ❖ İletişim Yöntemleri: Anketler, geri bildirim formları, dijital platformlar, chatbotlar ve diğer otomasyon araçları (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

Two-way asymmetric PR

- This model introduces the idea of feedback or two-way communication.
- It is asymmetric or imbalanced because the **intended change is in the audience's attitudes or behaviour rather than in the organisation's practices.**
- It is also described as **persuasive communication** → relies on an understanding of the attitudes and behaviour of the targeted publics (e.g. health campaign)
- Planning and research are important to this kind of public relations.

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

Yapay Zekâ ve Duygusal Zeka Entegrasyonu:

- ▶ Yapay Zekâ (AI): Müşteri ilişkilerinde otomasyon, kişiselleştirilmiş iletişim, chatbotlar ve veri analitiği yoluyla müşteri gereksinimlerini anlamada kullanılır.
- ▶ Duygusal Zeka (EI): Empati, sosyal farkındalık ve iletişim becerileri, yapay zekanın müşteriyile duygusal bağ kurmasını sağlar; bu da müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırır.

Modelin Tarihsel Gelişimi ve Literatürdeki Yeri

Dönem	Gelişmeler	Temel Katkıları	Temsilci Araştırmacılar
1950-60	İki yönlü iletişimin temel kavramı	İlk model tanımlamaları	Wilcox, Cameron
1984	Denge (Mutual) iki yönlü iletişim	Halkla ilişkilerde temel model	Grunig ve Hunt
2000 sonrası	Dijital dönüşüm ve yapay zekâ entegrasyonu	Yeni teknolojiler ve uygulamalar	Güncel çalışmalar

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

► Modelin İşleyişi ve Stratejik Fonksiyonları:

❖ İletişimin İki Yönlü Olması

- ❑ Müşteri geri bildirimleri toplanır.
- ❑ Kuruluş, bu geri bildirimleri analiz ederek stratejilerini şekillendirir.
- ❑ Amaç, müşteri gereksinimlerini anlamak ve karşılık vermek.

► İki Yönlü Asimetrik Yapının Özelliği:

- ❖ Müşteri görüşleri alınır, ancak kuruluşun bu bilgileri kendi yararına kullanması ön plandadır.
- ❖ Bu yapı, müşteri memnuniyeti ve kurumsal çıkarların dengeli yönetimini sağlar.

► Teknolojinin ve Yapay Zekanın Katkısı:

- ❖ Chatbotlar ve otomatik sistemler, 7/24 müşteri desteği sağlar.
- ❖ Veri analitiği ve makine öğrenimi ile müşterilerin gereksinim ve davranışları tahmin edilir.
- ❖ Yapay zekâ, müşteri duygularını tanıyıp, empatik ve kişiselleştirilmiş iletişim kurabilir duruma gelir (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

Modelin Güncel ve Modern Yansımaları:

- ▶ Dijital ve Sosyal Medya: Günümüzde, bu model, sosyal medya ve dijital platformların kullanımıyla daha da güçlenmiştir.
- ▶ Yapay Zekâ ve Duygusal Zeka Entegrasyonu: AI, müşteri ilişkilerinde duygusal zekâyı taklit ederek, daha insancıl ve empatik iletişim sağlar.
- ▶ Veri Güvenliği ve Gizlilik: Güncel tartışmalar arasında, müşteri verilerinin gizliliği ve etik kullanımı yer alır.
- ▶ Kişiselleştirilmiş Deneyim: Müşteri verilerine dayalı, kişiselleştirilmiş hizmetler ve iletişim stratejileri geliştirilir (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

Modelin Avantajları ve Dezavantajları

Avantajlar	Dezavantajlar
Müşteri/kullanıcı gereksinimlerini doğru anlama ve yanıt verme	Çok yönlü ve karmaşık teknolojik altyapı maliyetleri
Müşteri/kullanıcı sadakatini artırma	Gizlilik ve veri güvenliği riskleri
Kurumsal imaj ve güvenilirliğin gelişimi	İnsan odaklı iletişimin azalması, empati eksikliği

(Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGESİZ MODEL (TWO-WAY ASYMMETRICAL)

Sonuç ve Özet

- ▶ Bu model, kuruluşların müşteri ilişkilerinde karşılıklı iletişimi temel alan, ancak genellikle kuruluşun daha fazla denetimi ve çıkarını gözeten «düzenleyici» ve «denetimci» bir yapıya sahiptir.
- ▶ Ancak, teknolojik gelişmeler ve yapay zekanın entegrasyonu ile bu model yeni boyutlar kazanmaktadır.
- ▶ Özellikle yapay zekanın ve duygusal zekanın kullanımıyla, müşteri ilişkileri daha insancıl ve empatik duruma gelirken, kurumsal faydalar da artmaktadır.
- ▶ Tarihsel olarak, bu model 1950'lerden itibaren gelişmiş ve dijital çağla birlikte yeni teknolojik uygulamalarla dönüşüm yaşamıştır.
- ▶ Günümüzde, özellikle AI ve El'nin entegre edilmesi, modelin etkinliğini ve müşteri memnuniyetini artıran en önemli etmenler olmuştur.

İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

► Tanımı ve Temel Özellikleri:

- ❖ Tanım: "Two-Way Symmetrical" (İki Yönlü Simetrik) halkla ilişkiler modeli, örgütlerin ve paydaşların karşılıklı ve dengeli iletişim kurduğu, her iki tarafın da birbirinin görüşlerini anlamaya çalıştığı ve ortak çıkarlar doğrultusunda diyalog kurduğu bir iletişim yaklaşımıdır.

► Temel Özellikleri:

- ❖ Eşitlik (Symmetry): Hem örgüt hem de paydaşlar iletişimde eşit konumdadır; güç dengesi sağlanır.
- ❖ İki Yönlü Olma: Hem örgüt hem de paydaşlar karşılıklı olarak bilgi paylaşır ve geri bildirimde bulunur.
- ❖ Mutuality (Karşılıklılık): Taraflar birbirinin görüşlerini dikkate alır, anlamaya çalışır ve ortak çözümler üretir.
- ❖ Güven ve Şeffaflık: Bu modelde güven ve karşılıklı saygı temel unsurlardır.
- ❖ Sürekli ve Uzun Dönemli: İlişki ve iletişim sürekli ve sürdürülebilir bir şekilde yürütülür . (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

Kökenleri ve Tarihsel Gelişimi:

Tarihçe:

- ▶ 1960-1970'ler: Halkla ilişkiler alanında ilk defa ortaya çıkmıştır.
- ▶ 1984: James E. Grunig ve Todd Hunt tarafından "Managing Public Relations" kitabında formüle edilmiştir.
- ▶ Gelişimi: Bu model, özellikle Grunig ve Hunt'un "Excellence Theory" (Mükemmellik Teorisi) çerçevesinde geliştirilmiş ve halkla ilişkiler uygulamalarında en ideal iletişim biçimi olarak öne çıkmıştır.
- ▶ Tarihsel Bağlam: Bu model, 1980'lerde ve 1990'larda, örgütlerin toplumsal sorumluluk ve etik ilkeler çerçevesinde hareket etmesi gerektiği görüşüyle şekillenmiştir (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

Kurucuları ve Öncüleri:

- ▶ James E. Grunig ve Todd Hunt: En önde gelen öncülerdir.
- ▶ James E. Grunig: Özellikle iki yönlü simetrik iletişimin etik, sürdürülebilir ve demokratik halkla ilişkiler uygulamalarında temel bir model olduğunu savunmuştur.
- ▶ Diğer Katkısı Olanlar: Kent ve Taylor gibi araştırmacılar, iki yönlü simetrik iletişimin kuramsal ve pratik önemini vurgulamışlardır.

Modelin Anlamı ve Temel İlkeleri:

Anlamı:

- ▶ Eşitlik ve karşılıklı saygı: Taraflar birbirlerini dikkate alır, güç dengesi sağlanır.
- ▶ Ortak çıkarlar: Amaç, taraflar arasında karşılıklı anlayış ve ortak çözümler geliştirmektir.
- ▶ Sürdürülebilir ilişkiler: Uzun dönemli, güvene dayalı ilişkiler kurmayı hedefler.
- ▶ Etik ve Demokratik iletişim: Güç odaklı değil, etik ve katılımcı iletişim ön plandadır (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

- ▶ İki yönlü simetrik model ("two-way symmetrical model" (2WS)), temel olarak iletişimde karşılıklı anlayış ve ortak paydaşların gereksinimlerine göre hareket etmeyi esas alan bir yaklaşımdır.
- ▶ Bu model, klasik tek taraflı iletişim anlayışının ötesine geçerek, örgütlerin halklarıyla aktif olarak dinleyip, onların görüşlerini dikkate aldığı bir iletişim sürecini temsil eder.
- ▶ Bu yaklaşımda, örgütler hem kendilerini ifade ederken hem de halklardan geri bildirim alır; böylece iletişim karşılıklı ve dengeli olur.
- ▶ Bu sayede, hem örgütler hem de paydaşlar birbirine güven duyar ve ortak çıkarlar doğrultusunda hareket eder.
- ▶ Bu model, aslında PR'nin temel felsefesine uygun olup, 50 yılı aşkın süredir süregelen ve zamanla daha da önem kazanan bir anlayıştır.
- ▶ Bu nedenle, iki yönlü simetrik iletişim, ilişkilerin güçlenmesini, güvenin artmasını ve sürdürülebilir iletişimin sağlanmasını sağlar (lips, 2008).


İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

İlkeleri:


- ▶ İletişim karşılıklı ve dengelidir.
- ▶ Taraflar birbirlerinin görüşlerini anlamaya çalışır.
- ▶ Amaç, ikna veya manipülasyon değil, ortak anlayış ve çözümdür.
- ▶ Güven ve şeffaflık temel unsur olarak kabul edilir (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

2-way symmetrical model

- Research gauges public needs and expectations
- Research leads to strategy that adapts organization to publics needs and expectations
- Facilitated by ongoing conversations/ exchanges with key publics and influencers
- Negative feedback and criticism are welcome
- Public has more control, management less control



Jim Grunig



İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

AVANTAJLAR	AÇIKLAMA	DEZAVANTAJLAR	AÇIKLAMA
Güçlü ve sürdürülebilir ilişkiler	Karşılıklı anlayış ve güven sağlar, ilişkilerin uzun vadeli olmasını destekler.	Uygulama zorluğu	Eşitlik ve karşılıklı anlayışın sağlanması zaman alır, pratikte zorluklar çıkar.
Etik ve demokratik iletişim	Paydaşların sesini duyurma ve katılım hakkını güçlendirir.	Kaynak ve zaman gereksinimi	Sürekli iletişim ve güven inşası maliyetli ve uzun dönemli bir süreçtir.
İtibar ve güven artışı	Şeffaf ve samimi iletişim sayesinde örgütün itibarı pekişir.	Her durumda uygun olmaması	Acil krizlerde veya hızlı karar gerektiren durumlarda zaman kaybı olabilir.
Kriz yönetiminde etkinlik	Güven ve karşılıklı anlayış krizlerin yönetiminde avantaj sağlar.	Güç dengesinin bozulması	Taraflar arasında güç veya bilgi eşitsizliği varsa, modelin uygulanması güçleşir.
Gelişmiş paydaş ilişkileri	Paydaşların örgüte olan bağlılığı ve sadakati artar.	Manipülasyon ve yanlış anlaşılma riski	Taraflar iyi niyetli değilse, iletişim manipüle edilebilir veya yanlış anlaşılabilir.

(Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

Modelin Güncel ve Pratikteki Kullanımı

- ▶ Kurumsal iletişim: Şeffaflık, etik ve karşılıklı anlayış ilkeleriyle iletişim kurar.
- ▶ Kriz ve çatışma yönetimi: Güven inşa ederek, uzun vadeli çözümler sağlar.
- ▶ Toplum ve paydaş katılımı: Demokratik süreçler ve karar alma mekanizmaları desteklenir.
- ▶ Sosyal medya ve dijital iletişim: İki yönlü ve katılımcı iletişim ortamları oluşturur (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

İKİ YÖNLÜ DENGELİ MODEL (TWO-WAY SYMMETRICAL)

Özet

- ▶ "Two-Way Symmetrical" modeli, «güç ve iletişimde eşitlik, karşılıklı anlayış ve etik değerleri temel alan ideal» bir halkla ilişkiler yaklaşımıdır.
- ▶ Kökenleri:
 - ❖ 1960-70'lerde halkla ilişkiler alanında ortaya çıkmış,
 - ❖ 1984 yılında Grunig ve Hunt tarafından formüle edilmiştir.
 - ❖ Günümüzde sürdürülebilir ve etik iletişimin temel modeli olarak kabul görmektedir.
- ▶ Avantajları:
 - ❖ Güçlü ilişkiler, güven ve etik ilkelerle hareket edilmesi
 - ❖ Paydaş katılımını ve demokratik iletişimi güçlendirmesi
- ▶ Dezavantajları:
 - ❖ Uygulamada güç ve zaman maliyetleri
 - ❖ Her ortam ve durumda uygun olmaması
 - ❖ Manipülasyon ve yanlış anlamalara açık olması

Değerlendirme ve Günümüz Perspektifi

Hangi modeller daha etkili?

- ▶ Profesyonel ve etkili halkla ilişkiler, özellikle «dengeli ve karşılıklı anlayış sağlayan iki yönlü modeller» ile sağlanır.

Kültürel Farklılıklar:

- ▶ Gelişmekte olan ülkelerde ve otoriter toplumlarda «press agency» ve «public information» modelleri yaygındır.
- ▶ Demokratik ve katılımcı toplumlarda «two-way symmetrical» model öne çıkar.

Yeni Modeller ve Yaklaşımlar:

- ▶ Kişisel Etki (Personal Influence): Güçlü kişiler ve ilişkiler kullanılır.
- ▶ Kültürel Çevirmen/Yorumcu (Cultural Interpreter): Uluslararası şirketlerde, yerel kültür ve dil uzmanları rol oynar (Setoutah vd., 2024, ss.1136-1147).

Değerlendirme ve Günümüz Perspektifi

Hangi modeller daha etkili?

- ▶ Profesyonel ve etkili halkla ilişkiler, özellikle «dengeli ve karşılıklı anlayış sağlayan iki yönlü» modeller ile sağlanır.

Kültürel Farklılıklar:

- ▶ Gelişmekte olan ülkelerde ve otoriter toplumlarda «press agency» ve «public information» modelleri yaygındır.
- ▶ Demokratik ve katılımcı toplumlarda «two-way symmetrical» model öne çıkar.

Yeni Modeller ve Yaklaşımlar:

- ▶ Kişisel Etki (Personal Influence): Güçlü kişiler ve ilişkiler kullanılır.
- ▶ Kültürel Çevirmen/Yorumcu (Cultural Interpreter): Uluslararası şirketlerde, yerel kültür ve dil uzmanları rol oynar.

Değerlendirme ve Günümüz Perspektifi

Kişisel Etki (Personal Influence)

- ▶ Bu modelde şirketler, halkla ilişkiler faaliyetlerini, toplumla birebir ve kişisel iletişim kurarak yürütürler. Yani, şirketler, toplumun önemli kişilerle (liderler, dini liderler, yerel yöneticiler gibi) yakın ilişkiler kurar ve bu kişiler aracılığıyla halkla iletişim sağlarlar.
- ▶ Bu yöntem, güven ve samimiyet inşa etmeye dayanır. Örneğin, şirketler bölgedeki önemli liderlerle samimi ilişkiler kurar, onların desteğini almaya çalışır ve bu sayede toplumdaki güveni kazanır.
- ▶ Bu modelde, yüz yüze görüşmeler, kişisel ziyaretler ve samimi ilişkiler ön plandadır.
- ▶ Bu sayede, halkla ilişkiler daha çok birebir iletişim ve kişisel bağ kurma üzerine odaklanır. Güçlü kişiler ve ilişkiler kullanılır (Yudarwati, 2008).

Değerlendirme ve Günümüz Perspektifi

Kültürel Çevirmen/Yorumcu (Cultural Interpreter)

- ▶ Şirketlerin ve çalışanların, etrafındaki toplumun kültürel değerlerini ve farklılıklarını anlamalarına yardımcı olan kişidir. Bu kişi, farklı kültürlere sahip toplulukların davranışlarını, inançlarını ve iletişim tarzlarını iyi bilir. Böylece, şirketler bu bilgiyi kullanarak toplumla daha iyi iletişim kurar, sorunları daha kolay çözer ve güven inşa eder.
- ▶ Örnek olarak, şirketlerin saha çalışanlarının çoğu, aynı kültürel arka plana veya iyi bir kültürel anlayışa sahiptir. Bu kişiler, kendi kültürel dilini ve davranışlarını kullanarak, toplumla daha yakın ve etkili iletişim kurarlar. Örneğin, farklı etnik gruplarla iletişimde, onların ana dilini veya kültürel normlarını kullanmak, güven ve samimiyet sağlar.
- ▶ Özetle, "Cultural Interpreter" şirketlerin ve çalışanların, toplumun kültürel yapısını anlayıp, ona uygun iletişim ve davranış biçimleri geliştirmelerine yardımcı olan kişidir. Bu sayede, şirketler kültürel farkları aşar ve toplumla daha uyumlu ilişkiler kurar.
- ▶ Uluslararası şirketlerde, yerel kültür ve dil uzmanları rol oynar (Yudarwati, 2008).

GENEL ÇERÇEVESİ İLE HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ: ŞEMATİK ÖZET

Basın Ajansı Modeli

Tek taraflı, propaganda amaçlıdır. Halkla ilişkiler etkinlikleri, medya aracılığıyla kısa dönemli tanıtım ve dikkat çekme üzerine kuruludur.

Kamuoyu Bilgilendirme Modeli

Tek yönlü, tarafsız bilgi yaymaya odaklıdır. Amaç, doğru ve şeffaf bilgiyle kamuoyunu aydınlatmaktır.

Çift Yönlü Asimetrik Model

İki yönlü, ancak dengesiz ve manipülatif iletişim. Kitleyi ikna etmeye ve yönlendirmeye çalışır.

Çift Yönlü Simetrik Model

Karşılıklı anlayış ve dengeli iletişimi esas alır. Kurum ve halk arasında karşılıklı diyalog ve işbirliği sağlar.

GENEL ÇERÇEVESİ İLE HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ: ÖZET

Temel PR Modelleri

- ▶ Kurumlar, halkla ilişkilerde «dengeli ve karşılıklı iletişime» dayanan modelleri tercih etmelidir.
- ▶ «Kamuoyu Bilgilendirme» ve «Çift Yönlü Asimetrik» modeller, performansı artırmada etkilidir.
- ▶ «Çift Yönlü Simetrik» model ise, uzun dönemli ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak için idealdir.

Genel Öneri

- ▶ İşletmeler, halkla ilişkilerde «dengeli ve etik» modeller kullanmalı, iletişimi karşılıklı ve şeffaf tutmalıdır.
- ▶ «Eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarına önem verilmelidir (Uğurlu ve Yeşil, 2021, ss. 291-309).

GENEL ÇERÇEVESİ İLE HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ ve UYGULAMA FARKLILIKLARI: ÖZET

Temel Kavramlar ve Tanımlar:

Halkla ilişkiler, kurumlar ile hedef kitleler arasında iletişim kurmayı, anlayış ve işbirliğini geliştirmeyi amaçlayan yönetim işlevleridir. Modeller, halkla ilişkilerin doğasını ve uygulama biçimlerini anlamada önemli araçlardır.

Halkla İlişkiler Modelleri:

Grunig ve Hunt'un 1984'te belirlediği dört temel model bulunmaktadır:

- ▶ Basın Ajansı/Tanıtım Modeli: Tek yönlü, propaganda amaçlı iletişim
- ▶ Kamuoyu Bilgilendirme Modeli: Tek yönlü, tarafsız ve doğru bilgi verme
- ▶ İki Yönlü Asimetrik Model: Dengesiz, ikna amaçlı, karşı tarafın tutumunu değiştirmeye yönelik iletişim
- ▶ İki Yönlü Simetrik Model: Karşılıklı anlayış ve dengeyi hedefleyen, iki taraflı ve dengeli iletişim (Pir, 2019).

GENEL ÇERÇEVESİ İLE HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ ve UYGULAMA FARKLILIKLARI: ÖZET

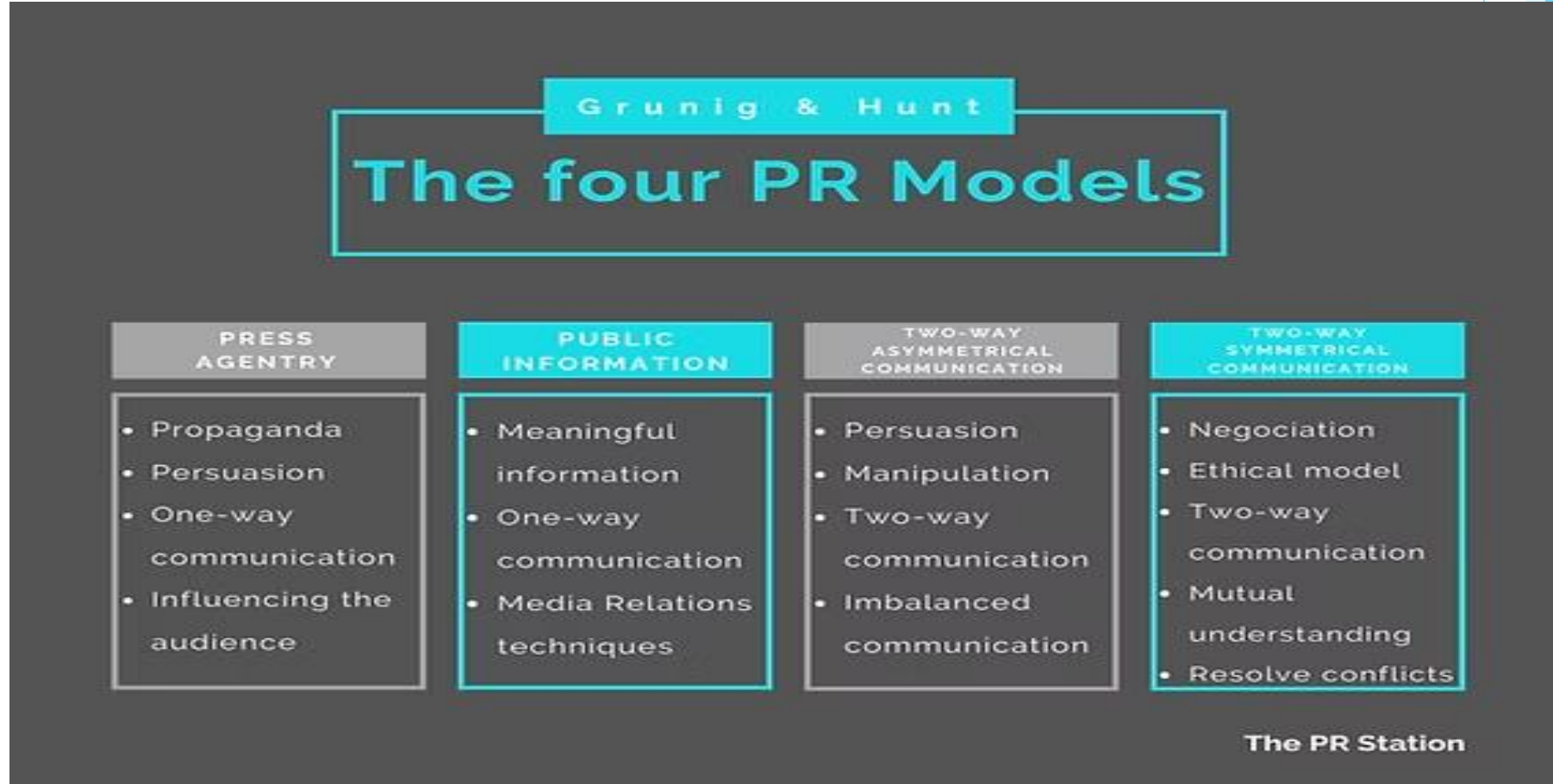
Sonuç olarak, James E. Grunig'in araştırması, kuruluşlar ve kamuoyu arasındaki iletişimin etkinliğini artıran dört temel halkla ilişkiler modelini belirlemiştir:

- ▶ Tek yönlü ikna ve manipülasyonu kullanan Basın Temsilciliği/Tanıtım modeli;
- ▶ Basın bültenleri aracılığıyla tek yönlü bilgi yayılımını kullanan Kamu Bilgilendirme modeli;
- ▶ Kamuoyunun geri bildirimini dikkate almadan iknaya dayanan İki Yönlü Asimetrik model; ve
- ▶ İki yönlü iletişim yoluyla karşılıklı anlayışı ve müzakereyi teşvik eden İki Yönlü Simetrik model

Bu modeller, uygulayıcıların hem kurumsal hem de kamu çıkarlarına hizmet edecek uygun stratejileri seçmelerine yardımcı olan teorik bir temel sağlar; manipülatif, tek taraflı yaklaşımlardan, güveni ve çatışma çözümünü teşvik eden daha etik, diyalog temelli etkileşimlere geçişi sağlar (Priyankakamble, 2012).

GENEL ÇERÇEVE

- ▶ İki yönlü asimetrik halkla ilişkiler geri bildirim içerir ancak yine de ikna yoluyla kamuoyunu etkilemeyi amaçlar; iki yönlü simetrik halkla ilişkiler ise karşılıklı anlayışı ve dürüst diyalogu teşvik eder ve uygulamaları iyileştirmek için geri bildirim kullanır; ilki stratejik manipülasyon, ikincisi ise etik ve dengelidir (The PR Station, 2020).



(The PR Station, 2020).

GENEL ÇERÇEVESİ İLE HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ ve UYGULAMA FARKLILIKLARI: ÖZET

Uygulama ve Eleştiriler:

- ▶ İki yönlü simetrik model, günümüzde en ideal ve çağdaş halkla ilişkiler modeli olarak görülmektedir. Çünkü bu modelde kurum ve hedef kitle karşılıklı anlayış ve diyalog kurar.
- ▶ İki yönlü asimetric model ise daha çok ikna ve manipülasyon amaçlıdır ve bilimsel verilere dayanarak hedef kitleyi etkilemeye çalışır. Dijital teknolojiler ve sosyal medya, iki yönlü iletişimi güçlendirmiş ve simetrik modelin uygulanmasını kolaylaştırmıştır.

Sonuç:

Günümüzde, özellikle etik ve sürdürülebilir ilişkiler açısından, iki yönlü simetrik model en uygun ve tercih edilen halkla ilişkiler yaklaşımıdır. Bu model, kurumların hedef kitleleriyle uzun vadeli ve karşılıklı faydaya dayalı ilişkiler kurmasını sağlar (Pir, 2019).

Bilgi Hizmetlerinde Halkla İlişkilerde Modellerin Rolü

- ▶ Bilgi hizmetlerinde halkla ilişkiler modelleri, bilgi hizmetleri ve iletişimin etkinliği ve karşılıklı anlayışın sağlanması açısından temel bir rol oynar.
- ▶ “İki Yönlü Dengesiz” (Two-Way Asymmetrical) model ile bilgi hizmetleri kullanıcılarının görüşleri ve tepkilerinin anlaşılması sağlanabilir ancak daha çok kurumsal çıkarlar ön plana alınır. Bu modelde bilgi akışı karşılıklı olsa da, genellikle manipülatif amaçlar güdülür.
- ▶ “İki Yönlü Dengeli” (Two-Way Symmetrical) model ise, bilgi hizmetlerinde kullanıcılarla kurulan iletişimi karşılıklı güven ve anlayış temelinde güçlendirir. Bu model, kütüphane ve bilgi merkezleri kullanıcılarının dönütlerinin aktif biçimde alınmasını, gereksinimlere ve/ya da sorunlara yönelik uygun çözümler üretilmesini; dolayısıyla sürdürülebilirliği sağlar.
- ▶ Günümüz modelleri ise, bilgi hizmetlerinin teknolojik gelişmelerle entegre edilmesiyle, iletişimi daha şeffaf, etkileşimli ve iki taraflı duruma getirmektedir.
- ▶ Bu yaklaşımlar, halkla ilişkilerde bilgi akışını hızlandırmakta, karşılıklı anlayışı artırmakta ve etik, sürdürülebilir ilişkilerin temelini oluşturmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu derste iki yönlü dengesiz asimetric ve iki yönlü simetrik halkla ilişkiler modellerinin temel özellikleri, tarihsel gelişimleri ve güncel uygulama alanları detaylandırılmıştır.

İki yönlü asimetric model, kuruluşların müşteri/kullanıcı dönütlerini almak ve bu bilgileri kendi çıkarlarına göre kullanmak üzere tasarlanmış olup, teknolojik gelişmelerle yeni boyutlar kazanmıştır. Bu modelin avantajları arasında müşteri/kullanıcı memnuniyetini artırma ve kurumsal imajı güçlendirme yer alırken, gizlilik ve manipülasyon riskleri ise önemli dezavantajlarındandır.

İki yönlü simetrik model, taraflar arasında eşitlik ve karşılıklı güveni esas alır. Demokratik ve etik iletişimi temel alan bu model, uzun dönemli ve sürdürülebilir ilişkiler kurmayı hedefler.

Günümüzde, özellikle dijital ve sosyal medya ortamlarında, bu modelin önemi artmış olup, şeffaflık ve katılımcılık ilkeleriyle kurumsal itibarı pekiştirmektedir. Ancak, uygulama zorlukları ve zaman maliyetleri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Sonuç olarak, halkla ilişkilerde etkin ve sürdürülebilir iletişimin sağlanması için, her iki modelin de avantajları göz önüne alınmalı, bağlam ve hedeflere uygun stratejiler geliştirilmelidir. Teknolojinin ve etik değerlerin entegrasyonu ile, iletişim süreçleri daha insancıl, güvene dayalı ve etkili duruma gelmektedir. Bu nedenle, modern iletişim stratejilerinde iki yönlü modellerin uyum ve denge içinde kullanılması, halkla ilişkilerin başarısında önemli bir etmendir.

Kaynakça

- ▶ Phillips, D. (2008, 26 Eylül). Symmetrical PR meets the 'Cluetrain Manifesto'. <https://toughsledding.wordpress.com/2008/09/25/symmetrical-pr-meets-the-cluetrain-manifesto/>
- ▶ Pir, E. Ö. (2019). Halkla ilişkiler modellemesinde iki yönlü simetrik model ile iki yönlü asimetric model arasındaki uygulama farklılıkları. *2nd International Congress On New Horizons In Education And Social Sciences (ICES-2019) Proceedings*, June 1, Doi: 10.21733/ibad.583840
- ▶ Priyankakamble (2012, 1 Eylül). *The Importance of the Four Models of Public Relations*. <https://priyankakamble.wordpress.com/2012/09/01/the-importance-of-the-four-models-of-public-relations/>
- ▶ Setoutah, S., Jeljeli, R., Farhi, F., Mallek, M., Hassan, D. ve Selim, N. (2024). Role of two-way asymmetrical communication in sustaining public relations. *Emerging Science Journal*, 8(3), 1136-1152.
- ▶ The PR Station (2020, 25 Nisan). *Models of PR according to Grunig & Hunt (PR Theories)*. <https://theprstation.wixsite.com/theprstation/post/models-of-pr-according-to-grunig-hunt-pr-theories>
- ▶ Uğurlu, F. ve Yeşil, S. (2021). İşletmelerin halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullandıkları modellerin işletme performanslarına ve halkla ilişkiler performanslarına etkileri: Özel sektörde bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 291-314
- ▶ Yudarwati, G. (2008). Personal Influence Model of Public Relations: A Case Study in Indonesiaâ€™s Mining Industry. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. 7. 10.24002/jik.v7i2.188.