

## HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİ VE DAVRANIŞ İLKELERİ

### PUBLIC RELATIONS PROFESSION AND PRINCIPLES OF BEHAVIOR<sup>1</sup>

**Öğr. Gör. Hasan ÇİFTÇİ**

Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu, Şanlıurfa/Türkiye.

hasanciftci@harran.edu.tr. ORCID: 0000-0001-5595-5726

#### ÖZET

Halkla ilişkiler mesleğinin en önemli kısmı etik davranıştır. Bu çalışmada halkla ilişkiler uzmanlarının, meslek gruplarının ve meslek derneklerinin halkla ilişkiler meslek etiğine bakışı saptanmıştır. Halkla ilişkilerin etik sorunun özünde halkla ilişkiler uygulamalarının sahte imajlar yaratma, yanıltıcı olma ve gerçeği örtbas etme düşüncesi olsa da halkla ilişkiler mesleği etiğine verilen önem mesleğin geleceği için umut vermektedir. Diğer meslekler gibi halkla ilişkiler mesleğinde de mesleği geliştirme, meslek üyeleri arasında iletişimi, ortaklığı sağlama, mesleğin etik ve değerler çizgisinde icra edilmesini sağlama, kendi meslektaşları ve toplumdakiler için yararlı bir meslek olma, mesleği onurlu ve saygın bir konuma ulaştırma arzusu vardır. Bu amaçla halkla ilişkiler derneklerine ve meslek üyelerine büyük sorumluluk düşmektedir. Bu nedenle; Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin internet sayfasında yer alan halkla ilişkiler meslek etik ilkeleri, mesleki sorumluluklar ve mesleki örgütlenmelerle ilgili yer alan bilgilerden yola çıkılarak, halkla ilişkiler derneğinin mesleki sorumluluklara ve mesleki davranışlara bakışı saptanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Halkla İlişkiler, Meslek, Etik

#### ABSTRACT

The most important part of public relations' profession is ethical behaviour. In this article; the point of view on the ethical professions is determined by the group of that professions, professions foundation and public relations specialist. Even if the problem of the matter solutions of public relations bases on creating fake images, being seductive, and the idea of hiding the truth, the

<sup>1</sup> Yeniden Düzenlenip Güncellenmiştir.

importance of giving the public relation ethical understanding still gives hope to the future of In public relations profession,like all others there are some desires on the profession to reach a better and an honorable situation such as developing the professions, creating the relationship and the association, making possible to work on ethical plane and values, being beneficial professions on the society and the colleagues. The public relations foundations and member of the professions have great responsibility to reach that purpose. The point of view of the public relations' experts on the professionals responsibility and behaviour are determined on account of focusing on the standards of the public relations ethical standarts and professionals responsibilities and organizations which are standing online site of the public relations foundation of Turkey.

**Keywords:** Public Relations, Profession, Ethics.

Halkla ilişkiler mesleğinin en önemli kısmı etik davranıştır. Bu çalışmada halkla ilişkiler uzmanlarının, meslek gruplarının ve meslek derneklerinin halkla ilişkiler meslek etiğine bakışı saptanmıştır. Halkla ilişkilerin etik sorunun özünde halkla ilişkiler uygulamalarının sahte imajlar yaratma, yanıltıcı olma ve gerçeği örtbas etme düşüncesi olsa da halkla ilişkiler mesleği etiğine verilen önem mesleğin geleceği için umut vermektedir. Diğer meslekler gibi halkla ilişkiler mesleğinde de mesleği geliştirme, meslek üyeleri arasında iletişimi, ortaklığı sağlama, mesleğin etik ve değerler çizgisinde icra edilmesini sağlama, kendi meslektaşları ve toplumdakiler için yararlı bir meslek olma, mesleği onurlu ve saygın bir konuma ulaştırma arzusu vardır. Bu amaçla halkla ilişkiler derneklerine ve meslek üyelerine büyük sorumluluk düşmektedir.

Halkla ilişkiler dünyadaki gelişimi sonucunda ülkemizde de son zamanlarda hızla gelişim gösteren bir disiplindir. Bir işletme ya da kuruluş iç hedef kitlesini ve dış hedef kitlesini doğruluk, dürüstlük, inandırıcılık, güvenilirlik, tarafsızlık, şeffaflık ilkesini kullanarak benimsetme olarak tanımlanan halkla ilişkiler tanımdan da anlaşılacağı gibi etik olgusuna önem vermiştir.

Bütün halkla ilişkiler uzmanlarının tanımlarına göre halkla ilişkilerin temelinde doğruluk ve dürüstlük vardır. Etik kavramı son zamanlarda zorlaşan iş hayatının her alanında olduğu gibi halkla ilişkiler meslek hayatında da artan bir öneme sahiptir. Halkla ilişkilerin temelinde olan iki yönlü iletişim modelinde bulunan etik kavramı halkla ilişkilerin varlığını sürdürebilmesinde ve günümüzde kullanılmasında ne kadar etkili? Halkla ilişkilerde bulunan etik değerler gerçekten kullanılabilir mi? Halkla ilişkiler mesleğinin sahip olduğu etik ilkeler ütöpik bir fikir

mi? Halkla ilişkilerin etik ilkeleri nelerdir, ne zaman devreye girer? Halkla ilişkilerde etik kavramının avantajları ve dezavantajları nelerdir? Halkla ilişkiler mesleğinin uygulayıcıları derneklerin belirlemiş olduğu etik ilkelere bağlı kalabilir mi? Halkla İlişkiler derneklerinin yaptırımını nerede başlar, sınırı nereye kadardır? Tüm bu sorular halkla ilişkilerin ince sınırını oluşturmakta ve cevabı verilmesi zor sorular olarak karşımızda durmaktadır.

Herhangi bir fikri, örgütü veya organizasyonu topluma anlatma, kaynakla hedef kitlesi arasında güven oluşturma, zamanı geldiğinde kendini savunur gibi onları savunma vazifesini üstlenen halkla ilişkiler uygulayıcıları mesleklerinin bu yönleri dolayısıyla eleştirilere maruz kalmaktadır.

Meslek standartlarının ve meslek ahlak ilkelerinin oluşturulması ve uygulamalarda etkinlik kazanma süreci oldukça uzun, zor bir yoldur. Halkla ilişkiler disiplini, yöntem ve uygulamaları ile etik tartışmalarına konu olan mesleklerdendir. Türkiye’de etkinlik ve saygınlıkları tartışılan Halkla İlişkiler dernekleri, etik konusuna yönelik çalışmaları ile meslek onurunu koruma konusunda kararlı davranmaktadır. Meslek ilkelerini hazırlayan, bu etkinliklerin etkilerini sağlamaya yönelik çalışmaları meslek uygulayıcılarına tanıtılan ilkeler ile bağdaşmayacak davranışları yaptırımlarla karşılayan İPRA, TÜHİD dernekleri ve dünyadaki diğer Halkla İlişkiler dernekleri ile ortak hareket etmekte, meslek ilkelerinin oluşturulması ve bunlar çerçevesinde uygulanmasına destek olmaktadır.

Dünyada bir meslek olan, bu konuda belli adımları geçmiş, fakat ülkemizde henüz “OLMAK ya da OLMAMAK” arasında gidip gelen halkla ilişkiler disiplinini tanıtılmaya çalışılmıştır. Bu bölümde Halkla ilişkilerde etik anlayışını incelenip halkla ilişkiler mesleğinin temelinde etik değerlerin ön planda vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra meslek içerisinde çalışan art niyetli meslek uygulayıcılarının olması ve bunların meslek etik ilkelerine önem vermemeleri mesleğin algılanış biçiminde kargaşa yaratmaktadır. Halkla ilişkilere ithaf edilen tüm olumsuz yorumları, görüşleri değiştirmenin yolu halkla ilişkiler mesleğini bir standarda oturtturarak geliştirmektir. Bu mesleği yapanlar arasında meslek birliği sağlama, güçlü mesleki örgütlenmeler oluşturma, mesleki alanda uygulanacak projelerde ise meslek etiği uygulamaları ön planda tutulmalıdır. Bu bağlamda halkla ilişkiler derneklerine, halkla ilişkiler şirketlerine, meslek üyelerine, halkla ilişkiler mezunlarına ve halkla ilişkiler akademisyenlerine büyük görev düşmektedir.

Ülkemizde halkla ilişkiler fakülte sayısının son yıllarda hızla artması, bu alanda lisans, lisansüstü ve doktora eğitimi alanların çoğalması Türkiye ‘de TUHİD, İDA gibi derneklerin var olması ve kendilerine göre mesleki ahlak ilkeleri oluşturmaları halkla ilişkilerin meslek olarak Türkiye’de kat ettiği yolu ve gelecekte alacağı mesafeyi ortaya koymaktadır. Halkla ilişkilerin

bu süreçte mesleğin etiksel değerler üzerine kurulması etik değerlerden ödün verilmemesi halkla ilişkiler mesleği için umut vaad etmektedir.

## ETİK KAVRAMI

Etik kavramı; ahlak bilgisi, ahlak felsefesi veya insan davranışlarını diğer alanlardan farklı olarak araştırarak, bu alanın nitelikleri ile bu alanı yöneten ilkelerin (değerlerin) niteliklerini inceleyen disiplin olarak tanımlanmaktadır (Aslan, 2001).

Etik; toplum içerisindeki kişi ya da grubun doğru ve yanlış birbirinden ayıran ve davranışlarını bu şekilde yönlendiren ahlaki değerler ve ilkeleri içeren kurallar topluluğudur. Etik davranış ve değerler ise yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olmakla birlikte hangi davranışın doğru hangi davranışın yanlış olduğuna yönelik standartları düzenleyen formal ve informal yaşamımızda karşımıza çıkan bir kavramdır (Ülgen, 2004).

Etik bilimi ise daha geniş çerçevede bu şekilde açıklanmaktadır:“Etik, insan yaşamında kişilerin günlük ve iş hayatında davranışlarının nasıl olması gerektiğini inceleyen bir disiplindir “(Bülbül,2001) .

Hızlı teknolojik gelişmelerin toplumsal değişimlere sebep olduğu günümüzde uyulması beklenen genel ahlaki değerlere duyulan ihtiyaç da zaman içinde farklılık göstermiş ama yine de varlığını korumuştur. Küreselleşmenin ve iletişim çağının beraberinde getirdiği rekabet ortamı, bilimin ve teknolojinin geldiği son nokta göz önünde bulundurulduğunda; meydana gelen durum ve gelişmelerin bireyler ve toplumlar üzerinde yarattığı etki, neden olduğu bunalımlar ve bunların neticesinde başvurulan etik dışı davranışların tartışıldığı günümüzde genel değerlere duyulan ihtiyacın var olduğu ve hala geçerli olduğu anlaşılacaktır. Meslek uygulayıcılarının içine düştükleri durumlarda kendilerini sorgulayacak kuralların olmasını istemeleri, etik kodlara ihtiyaç duymaları bir gerekliliğin sonucudur. Farklı bir söylemle etik, insan yaşamındaki değerler, ilkeler ve yargıları inceleyen felsefe dalıdır (Aktan, 1999).

Buna göre tıpkı Yunancada etik kavramını karakter anlamına gelmesi gibi ahlaki değerlerin tümüne etik denilebilir. Etik, bir davranış sergilerken sonuca ulaşana kadar, sonucu elde edene kadar ahlaki davranışların tamamına denir. Etik kavramı kimi meslek örgütlerinde maddeler halinde belirtilmiş uyulması gereken zorunlu kuralları olsa bile kimi meslek örgütlerinde geleneksel olarak devam etmektedir. Örneğin; bir cami imamının daha fazla kibar olması, güler yüzlü olması, doğruyu yaşayıp öğretmesi, insanların kalbini kırmaması, açık olan

elektrik lambalarını kapatması, çeşmede boş yere akan su musluğunu kapatması gibi. Bir öğretmenin öğrencilerine sevecen davranması, öğrencileri arasında ayırım yapmaması doğru davranışlar sergilemesi, yere atılan bir su şişesini yerden kaldırması, bir ağacın eğilen dalını düzeltmesi, kavga eden iki öğrenciyi ayırıp nasihat etmesi, iyi güzel durumlardan bahsetmesi, meslek ilkelerinin yazılı olmayan kurallarına örnektir çünkü bu kurallar öğretmenlik meslek ilkeleri değildir. Fakat etik olan budur. Etik doğru olanı yapmaktır ve vicdani olarak insanları huzurlu kılan, onlara 'keşke' kelimesini telaffuz ettirmeyen davranış biçimidir. Etik kimine göre derecelendirilebilir, kimine göre ise sınır koyulmayan sınırları olmayan bir kavramdır.

Etik standartlarının uygulandıkları alanları, etkilendikleri insan gruplarına göre dört alanda toplamak mümkündür: kişisel etik, meslek etiği, iş etiği – yönetsel etik, toplumsal etik, global etik.

**Kişisel etik:** İnsanoğlunun öncelikle kendi vicdanıyla oluşturduğu etik standartlardır. Bireyin giriştiği her eylemde yaptığı her işte ve aldığı her kararda doğru ve yanlış ayırıp kendine göre doğru kararı vermesini sağlayan ahlaki değerler içinden gelen ve ses olan 'vicdan'dır. Birey yakın çevresinin, ailesinin, iş arkadaşlarının, birtakım değer yargılarını ve içinde bulunduğu yasal koşulları bilmekle birlikte davranışlarını vicdanın sesini dinleyerek yönlendirir.

Bir işi yaparken vicdani rahat ediyorsa, vicdani olarak rahatsız olmuyorsa kişisel etik niteliğini yerine getiriyor demektir. Toplum içinde kişiler etik kurallara riayet ediyorsa bu toplumun en küçük yapıtaşdır. Etik davranış zamanla birçok insan tarafından uygulanmaya başlayınca toplumsal etik statüsüne ulaşır.

**Mesleki etik:** İnsanların çeşitli meslekleri uygularken uymak zorunda oldukları davranış kurallarıdır. Her meslek sahibi az ya da çok belirgin olan bu meslek kurallarına uymak zorundadır. Mesleki etiğin en önemli özelliği aynı mesleklerin, meslekle ilgili davranış kurallarının dünyanın neresinde olursa olsun geçerli olduğudur. Farklı bir söylemle, aynı meslekten olan bireylerin birbirleriyle veya müşteriyle ilişkilerinde belirli davranış kalıplarına uymaları ilişkin kurallarına oldukça bağlıdır.

Mesleki etiği görmezden gelen, ilke ve kurallarını yok sayan meslek mensupları yalnız kendi itibarlarını değil mesleğin itibarına da zarar verir. Etik dışı sergilediği tutum ve davranışlar meslek dernekleri veya odaları tarafından cezalandırılır. Örneğin; Tabipler Odası, Hukukçular Derneği, Şoförler Odası Mühendisler Odası ya da Mimarlar Odası kişi ya da kurumların uygulamadaki etik ölçütlere uymaları konusunda denetimler yapması mesleğin itibarı için oldukça önemlidir.

**İş etiği – Yönetsel etik:** İş etiği- yönetsel etik, iş yerinde iş yerinin doğru ve yanlış

kavramlarına uymak ve doğru olanı yapmak anlamına gelmektedir. Doğru olanın etik olduğunu yanlış olanın hem vicdani olmadığını hem de cezasının olduğunu bilmesidir.

**Toplumsal Etik:** Bir sosyo- kültürel varlık olan insanın içinde bulunduğu toplumun sahip olduğu değer yargılarına denir. Başka bir ifade ile yazılı davranış standartlarının yanı sıra bireyin içinde yaşadığı toplumun yazılı olmayan örf ve adetleri, ananeleri, kültürü, dini inanışlarından kaynaklanan değer yargıları ve ahlak anlayışı toplumsal etiğin temelini oluşturur.

Ayrıca toplumun tarihi öyküsü, sosyo-ekonomik özellikleri gününün yenilikleri de toplumsal etiğin şekillenmesinde rol oynar. Eski zamanlardan günümüze kadar gelmiş toplumun okur-yazar ve okur –yazar olmayan, şehirli, köylü insanların büyük bir çoğunluğu tarafından kabul edilmiş, çoğu zaman irdelenmemiş ve kendinden sonraki kuşaklara aktarılan yazılı olmayan kurallar bütünüdür.

**Global etik:** Global etik kısaca iş etiği ile toplumsal etik değerlerin uluslararası boyutta kullanılması olarak söylenebilir. İletişim çağı ile birlikte ithalat ve ihracat ilişkilerinin artmaya başlaması çeşitli ülkelerde büyüme, birleşme gibi stratejik kararlar, global işletmelerle birlikte global etik kavramını da gündeme getirmişlerdir (Pehlivan, 1998 ).

Günümüzde kabuğunu kırıp kurumsallaşan firmalar, yurt dışına ihracat yapan veya yurt dışında şubeleşen firmalar ile birlikte etik kavramı yani meslek etiği kavramı son zamanlarda daha da gündeme gelmiştir.

Kısaca etik kavramı bir eylemi ahlaki açıdan ‘iyi bir eylem‘ yapan niteliksel durumu sorgulamakta, insanlık için ‘doğru veya değerli olan eylem‘ de etiğin konusunu oluşturmaktadır. Ahlaki olarak sergilenen davranışlar etik kavramının temelini oluşturur.

## MESLEK ETİĞİ KAVRAMI

Meslek ahlak ilkeleri uygulama boyutunda yazılı olmak zorunda değildir. Fakat yazılı olmayan aktarılagelen meslek ahlak ilkeleri zamanla deformasyona uğrayıp kaybolabilmekte veya çarpıtılarak aktarılmaktadır. Aynı mesleğin yıllardır uygulanan ilkeleri teknoloji çağında gereksinimlerinin yanı sıra ekonomik kaygılar nedeni ile geçmişten farklı değişik biçimde uygulanmaktadır. Ama yazılı olan ahlak etik ilkelerinin yıllar sonra değişime uğrayıp değişiklik geçirmesi, yazılı olmayana göre daha muhtemel dışıdır. Bir meslek örgütü tarafından oluşturulan meslek ilkeleri nesnedir. Uygulanma şartı vardır. Uygulanmadığı, uygulanmadığı takdirde mesleğin bağlı bulunduğu meslek örgütü tarafından cezaya tabi tutulabilmektedir. Meslek örgütlerinin benimseyip yazıya döktükleri etik ilkeler meslekler için bir rehber niteliğindedir. Karşılaşılan sorunların çözümünü gösteren yazılı kurallardır. Yazılı etik ilkeleri

dışında karşılaşılan her sorunun çözümüne ise birey kendi içsel etik mekanizmasını çalıştırmaktadır.

İnayet Pehlivan'dır. Ona göre bir uğraş şu unsurları içeriyorsa meslek olarak kabul edilebilir:

1. Bir meslek dalı, toplumun kaçınılmaz olan bir gereksinimini karşılar
2. Meslek, kişinin salt kendi doyumunu için değil, aynı zamanda başkalarının yararı için de yaptığı bir uğraştır.
3. Meslek sistemli bir eğitimle kazanılmış özel bilgi ve becerilere dayalıdır.
4. Meslek dalları araştırma ve deneylerle geliştirilerek zamanla kendine özgü tekniklere sahip olurlar.
5. Meslekler kazanç elde etmek için yapılan uğraşlardır

Meslek olarak kabul edilecek bütün uğraş alanlarının kendine özgü değer ve etik ilkeleri vardır ve bu mesleğin üyeleri bu değer ve ilkeler doğrultusunda davranırlar (Pehlivan,2001) .

## BİR MESLEK OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

Günümüzde akademisyen kadrosunun, halkla ilişkiler meslek derneklerinin ve uygulayıcılarının üzerinde kesin olarak karara vardıkları bir halkla ilişkiler tanımı yoktur. Bunun böyle olmasındaki en büyük etken halkla ilişkilerin diğer bütün disiplinlerle iç içe olması farklı alanlarda da uygulanabilir olmasıdır. Fakat yapılan bu kadar fazla tanımda gözden kaçmayan pek çok ortak kavramların yer almaktadır.

Ceyda Aydede'ye göre; *Halkla ilişkiler, bir kurumun algılanma birikimidir. Bir kurumun üretiminin, icraatının, felsefesinin ve başkalarının o kurum hakkındaki sözlerinin ve düşüncelerinin tümünün irdelenmesi, yönlendirilmesi sanatıdır*" (Aydede, 2002).

Halkla ilişkiler mesleğinin duayenlerinden Alâeddin Asna'ya göre: *"Halkla ilişkiler, özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır"* (Asna,1997) .

IPRA'nın tanımına göre halkla ilişkiler: *"Bir kuruluş ya da işletmeyi müşterilere, çalışanlara, bağlı olduğu ya da olacağı kişilere, dürüstlük, inandırıcılık ve güvenilirlik ilkelerini kullanarak benimsetme, onları anlayış, sempati ve desteklerini elde etme amacı taşıyan sürekli ve örgütlenmiş bir yönetim fonksiyonudur."*( www.ipra.org.)

472 farklı tanımlama ve 65 uzmandan alınan tanımları inceleyen Harlow, şu tanımı

yapmıştır: “Halkla ilişkiler, bir örgüt ve örgütün halkları arasında ortak iletişim, anlayış, kabul ve işbirliği çizgisini kurarak sürdüren kendine özgü bir yönetim fonksiyonudur; sorunlar ve konular yönetimini içerir, yönetimi kamuoyu hakkında haberdar eder ve kamu yuna duyarlı olmasına yardım eder. Yönetimi değişimlerden haberdar eder ve etkili bir şekilde değişimden faydalanmasına yardım eder” (Akt Özge Bayar; R. Harlow).

Filiz Balta Peltekoğlu, halkla ilişkileri: “Bize göre Halkla ilişkiler, kuruluş ile hedef kitlesi arasında iletişim yönetimidir” olarak ifade eder. Balta Peltekoğlu’na göre, halkla ilişkiler tanımlarının hemen hepsinde açık olan nokta, halkla ilişkilerin bir iletişim çabası olmasıdır (Peltekoğlu, , 2004).

Yukarıda yer verdiğimiz tanımların bütüncül değerlendirilmesinden şöyle bir tanım çıkarabiliriz: Halkla ilişkiler; belli amaçları olan kurum ve kuruluşların hedef kitleyi etkilemek, hedef kitlenin olumlu desteğini alarak olumlu ilişkiler kurarak kurumunu onure eden, sürekli değişken olan, sıradan olmayan iletişim biçimidir. Yani hedef kitleyi etkilerken kurumun olumlu algılanışını sağlamak için kullanılacak yöntemin doğruluk, dürüstlük kavramlarına uygun olması ile planlanmış analizi yapılmış bir süreci kapsamaktadır. Halkla ilişkiler süreci ilişki kurulacak hedef kitlenin belirlenmesi, hedef kitlenin aynı ve farklı özelliklerini belirleme, konular üzerinde araştırma yapma, halkla ilişkiler stratejisini oluşturma, hedef kitleye gönderilecek mesajı belirleme, hedef kitleye etkili bir şekilde

Ulaşılabilecek doğru kanalı seçmek, feedback (geri beslenme) ile yapılan çalışmadan kalan sonuçların yazıya dökülmesi veya başarısız bulunulan noktaların, karşılaşılan eksikliklerin tespit edilerek sonraki halkla ilişkiler çalışmalarına veri olacak pek çok önemli basamaktan oluşmaktadır.

## **HALKLA İLİŞKİLER UZMANININ ÖZELLİKLERİ**

Genel olarak halkla ilişkiler uzmanı alanına hakim, dürüstlüğü, sadakati, tarafsızlığı, şeffaflığı, saygıyı, güvenilirliği, doğruluğu ve samimiyeti hedef almıştır. Bir halkla ilişkiler uzmanın sahip olduğu özellikler aşağıda sıralanmıştır.

1. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı, sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim dilini konusunda etkili olmalıdır. Yazılı ya da sözlü iletişimde kelimeler, semboller halkla ilişkilerin başlıca aracıdır. ve dikkatle seçilerek akıllıca kullanılan sözcükler, iletişimin sağlanmasında büyük fayda sağlar.

2. Bir halkla ilişkiler uzmanı, kurum içinde ve dışında karşılaştığı sorunlarda kendi sorunlarını bir yana bırakacak, kızgınlığını, üzüntülerini içine atıp güler yüzlü olabilmeli sabırlı davranmalıdır. En sıkıntılı anlarda bile gülümsemeye çalışıp sıkıntıları dışı vurmamalıdır.

3. Halkla ilişkiler uzmanının mesleği gereği en fazla iletişim içinde olduğu meslek grubu basın mensuplarıdır, basın mensupları ile doğru verimli bir iletişim kurabilmesi için yazılı ve sözlü basının zor çalışma koşullarını bilmeli ve bu yönde bir iletişim kurmalıdır. Bu sebeple halkla ilişkiler mezunlarının lisans döneminde aldıkları gazetecilik derslerinin büyük önemi vardır.

4. İlk izlenim insanların zihnindeki ilk imaj olduğu için bir halkla ilişkiler uzmanı dış görünüşüne dikkat etmelidir. dış görünüşü ile içinde bulunduğu grup içinde fark edilebilmelidir. İlk etki dış görünüşte saklıdır. Etkili bir iletişim için uzman kişi karşıdakine itici gelmemelidir. Giydiği giysilerin mutlaka pahalı olmasına gerek yoktur. Sade, temiz, uyum içinde bir kombine yaratmalıdır.

5. Halkla ilişkiler uzmanının diğer bir özelliği bireyi ve toplumu sevebilmesidir. Sevince sevileceğini bilmelidir. Toplumda sevilen ve saygı gören bir uzmanın istediği haber, bilgi ve belgeye daha kolay ulaşması mümkündür. Sevilen biri kapalı kapıları çok daha kolay açabilir.

6. Bir halkla ilişkiler uzmanı etkili dinleyici olmalıdır. Ancak etkili bir dinleme doğru cevabın yarısıdır. Karşısındakinin sözünü kesimden, gözlerinin içine bakarak dinlemelidir. Gerektiği yerlerde geri dönüşler sağlamalıdır.

7. Sabır bir halkla ilişkiler uzmanının en önemli özelliklerinden biridir. Sorunlar karşısında fevri davranmamalı, dinleyip anladıktan sonra işe koyulmalıdır. Profesyonel olmalıdır.

8. Bağlantılı bulunduğu iç ve dış hedef kitleye karşı güler yüzlü, olmalıdır.

9. Toplumdaki görgü kuralları bir davranış biçimidir. Bu davranış biçimi bir halkla ilişkiler uzmanının mesleği boyunca vazgeçilmezidir. Biri ile tanışırken, söze başlarken, vedalaşırken, telefonla konuşurken, yemek yerken, topluluklara hitap ederken, görgü kurallarından ödün vermemelidir.

10. Bir halkla ilişkiler uzmanı olayları başkalarının kavrama süresinden daha erken bir sürede kavramalıdır. Olaylara alternatif çözümler getirebilmelidir.

11. Halkla ilişkiler uzmanı eleştirilere açık olmalıdır. Başkalarını ve olayları eleştirirken adaletli, tarafsız ve nesnel olmalıdır.

12. Halkla ilişkiler uzmanı grupları harekete geçirebilen, sakin, hoşgörülü hayal gücü gelişmiş liderlik vasfı olmalıdır.

13. Halkla ilişkiler uzmanı sorunları uzlaşma yolu ile çözebilen kavgacı ve sinirli bir yapıdan uzak barışçıl bir kişiliğe sahip olmalıdır.

14. Halkla ilişkiler uzmanı empati kurabilmelidir. ilişki içinde olduğu kişilerin sorunları

karşısında empati kurup çözümler üretebilmelidir.

15. Halkla ilişkiler uzmanı kendi ana dili dışında dünya dili İngilizceyi akıcı olarak konuşabilmeli ve farklı diller öğrenmeye açık olmalıdır. Öğreneceği her yeni dil meslek hayatına katkı sağlayacaktır.

16. Halkla ilişkiler uzmanı, halkla ilişkiler mesleğine ve diğer mesleklerin etik kurallarına saygı gösteren ve kendi mesleğinde etik ilkelerini yol haritası edinmelidir.

## **BİR HALKLA İLİŞKİLER UZMANININ SORUMLULUKLARI**

Bir halkla ilişkiler uzmanının meslek etiği çerçevesinde sorumlu olduğu birçok alan vardır. Bu alanlar şunlardır:

**Müşteri ve işverene Karşı Sorumluluk:** Halkla ilişkiler danışmanları ve görevlisi, mevcut veya geçmişteki müşterilerinin-işverenlerin mesleki sırlarını, ahlaka ve yasalara aykırı olmamak koşuluyla korumak zorundadır. Kişisel çıkarları doğrultusunda kullanmamalıdır. İşvereni ve müşteriyi etkileyecek şekilde doğrudan veya dolaylı olarak para, hediye ya da hizmet kabul etmemeli, maddi çıkar ilişkilerine girişmemeli, başkalarına da teklif etmemelidir. Müşteri memnuniyeti odaklı, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine en hızlı şekilde, en doğru şekilde cevap vermelidir. Müşterilerine saygı, onur, adalet, eşitlik ve nezaket kuralları çerçevesinde yaklaşmalıdır.

**Medyaya Karşı Sorumluluk:** Halkla ilişkiler danışmanı ve görevlisi medya ile ilişkilerinde basın özgürlüğünü ve onurunu zedeleyecek girişimlerden kaçınmalıdır. Medyanın gizli olmayan bilgi ve belgelere rahat bir şekilde ulaşmasına yardımcı olmalıdır.

**Topluma Karşı Sorumluluk:** Halkla ilişkiler danışmanı ve görevlisi hizmet verdiği müşteri veya işveren adına sürdürdüğü çalışmalarda, toplum çıkarlarına ters düşmemeye özen göstermeli, yanlış veya yanıltıcı bilgi iletmemeli ve iletilmesine göz yummamalıdır. Kendi çıkarlarını toplum çıkarlarında üstün tutmamalıdır. Toplumun sahip olduğu sosyo- kültürel değerlerine saygı gösterip gelişimine katkıda bulunmalıdır. Mesleki yeterliliklerini toplumun yararına kullanmalı, toplumda ayırım yapmadan kişilere karşı eşit hizmet sunmalıdır.

**Meslektaşlara Karşı Sorumluluk:** Bir halkla ilişkiler uzmanı sahip olduğu mesleki birikimlerini diğer tüm meslektaşlarının güvenini kazanacak bir şekilde ve mesleğin var olan

saygınlığını özen göstererek sürdürmelidir. Halkla ilişkiler danışmanı ve görevlisi ferdi olarak temsil ettiği halkla ilişkiler mesleğinin onurunu zedeleyecek davranışlarda, bir meslektaşının işini almaya yönelik gizli faaliyetlerde veya meslektaşlarını aşağılayacak girişimlerde bulunmaktan ve kendisine kar sağlayacak fakat başkalarına zarar verecek haksız rekabetlerden kaçınmalıdır. Kendinden sonra mesleğe başlayan meslektaşlarının gelişimi için büyük çaba harcamalıdır. Kendi alanları dışına çıkmadan yalnızca sahip oldukları uzmanlık alanında hizmet vermelidir. Farklı alanlardaki konular üzerine alanın uzmanlarına başvurmalıdırlar.(Aydede, 2001).

## **HALKLA İLİŞKİLER VE ETİK**

Günümüzde kar odaklı çalışan bütün işletmeler büyümek ve geleceğe kalabilmek zorundadırlar, ortaya koydukları bu stratejiler doğrultusunda hedef kitlelerin yapıcı tutum ve davranışlarına ihtiyaç duymaktadır. Bu kalıcı olma ve var olma ihtiyacı etik değerleri olmayan bir iş hayatının varlığına yol açmıştır. Halkla ilişkiler çalışanlarının kurumların ve işletmelerin hedefleri doğrultusunda kamuoyunu aldatan ve yanlış yönlendiren güçler olduğu inancı yerleşmiştir. Halkla ilişkiler mesleği etik boyutu tartışmaya açıktır. Çünkü günümüzde etkinliği gittikçe artmakta olan ve yurtdışından (Amerika) başlayarak dünyanın dört bir köşesine çok kısa sürede hızlı bir şekilde yayılan bu disiplin; cansız varlıklara değil, insan davranışlarına dayanmaktadır. İnsan davranışları, etiğin başlıca ilgi alanlarından ve her davranışın ahlaki olup olmadığı, soruşturmaya tabi tutulabilmesi mümkündür. Söz konusu alanın gerekleri, kurum ve hedef kitlesi arasındaki ilişkileri düzenlemek, geliştirmek ve sürdürmek olunca, etiğe konu olmasını gerekli kılmıştır. Her mesleğin ahlaki değerlerinin bitip tükenmeme arzusu, halkla ilişkiler mesleği için de geçerlidir. Meslek uygulayıcılarının, iletişim sürecinin iki tarafının insan olması davranışlarında ahlakiliğin sorgulanması ve mesleğin gerekleri nedeniyle ahlaki sınırlar dışına çıkma ihtimalinin olması gibi nedenler bu ihtiyacı daha da mecburi hale getirmiştir. Bu nedenle dünyadaki ve Türkiye'deki halkla ilişkiler dernekleri mesleğin ilkelerini ve etik çerçevelerini belirlemeye çalışmış, standartlar oluşturma yoluna gitmişlerdir.

Halkla ilişkiler uzmanları mesleklerini icra ederken halkla ilişkilerin etik ilkelerini göz ardı etmeden çalışmalarını sürdürmelidir. Halkla ilişkiler mesleğinin Türkiye'de hak ettiği seviyelere gelebilmesi için halkla ilişkiler uzmanları tarafından mesleğin ahlaki değerlerine önem vermesi son derece önemlidir. Halkla ilişkiler, mesleği yapısı ve doğası gereği etik dışı davranışları reddeder. Çünkü yapılmış olan bütün halkla ilişkiler mesleği tanımlamalarında

temel olarak alınan ölçütler; dürüstlük, güvenirlilik ve inandırıcılıktır. Halkla ilişkiler mesleği uygulayıcıları kendi şahsi çıkarları için meslek etiği ilkeleri dışına çıkmamalıdır. Her bir halkla ilişkiler uzmanının amacı mesleğinin itibarını yükseltmek olmalıdır.

## IPRA DAVRANIŞ KURALLARI

Mesleki ahlak kurallarına büyük önem veren IPRA (İnternational Public Relations Association) 1961 yılında Venedik'te düzenlenen oturumunda, profesyonel davranış ilkeleri ve görgü kurallarını içeren “Meslek Ahlak Yasası”nı kabul etmiştir.12 Mayıs 1965'te Atina'da gerçekleştirilen toplantısında kabul edilen “Atina Bildirisi” ise halkla ilişkiler mesleğinin ilk yazılı kuralları, bir anlamda anayasasıdır.

2011 yılına adapte edilmiş olan IPRA Davranış Kuralları, Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği Üyeleri'nin profesyonel ve etik yönetimi onayıdır ve tüm dünyadaki halkla ilişkiler uygulayıcılarına önerilmektedir.. Bu Kurallar, 1961 Venedik Kuralları, 1965 Atina Kuralları ve 2007 Brüksel Kurallarını sağlamlaştıracak niteliktedir.

*(a) Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nin “temel insan haklarına, itibarına ve insan varlığına olan inancı yeniden doğrulama” maddesini ANIMSATMAK;*

*(b) 1948 tarihli “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi” ve özellikle 19'uncu maddeyi ANIMSATMAK; (c) Halkla ilişkilerin özgür bilgi akışını destekleme yoluyla tüm tarafların çıkarlarına katkıda bulunduğunu ANIMSATMAK;*

*(d) Halkla ilişkiler ve kamu işlerinin kamu makamlarına sağladığı gerekli demokratik etkinliği ANIMSATMAK;*

*(e) Halkla ilişkiler uygulayıcılarının geniş çaplı iletişim yetenekleri ile bir etkileme gücüne sahip olduğunu ve bunun profesyonel ve etik davranış kurallarına sadık kalınarak sınırlandırılmasını gerektirdiğini ANIMSATMAK;*

*(f) İnternet ve diğer dijital ortamlar gibi iletişim kanallarının, hatalı ve yanıltıcı bilgilerin geniş alana yayıldığı ve doğruluğunun tartışılmadığı kanallar olabileceğini, bu yüzden de halkla ilişkiler uygulayıcılarının güven ve inandırıcılığı korumaya özellikle dikkat etmesi gerektirdiğini ANIMSATMAK;*

*(g) İnternetin ve diğer dijital ortamların bireylerin, müşterilerin, işverenlerin ve meslektaşların kişisel güvenliği açısından özel dikkat gerektirdiğini ANIMSATMAK;*

*Halkla ilişkiler uygulayıcıları davranışlarında:*

- 1. Gözetim BM Sözleşmesindeki ve İnsan Hakları Evrensel Bildirgesindeki ilkeleri gözetmek;*
- 2. Dürüstlük Bütün süreç boyunca dürüst ve doğru davranarak, iletişim içinde olduğu kişilerde güveni sağlamlaştırıp devam ettirebilmek;*
- 3. Diyalog için gereken ahlaki, kültürel ve entelektüel koşulları oluşturmak için çabalamak ve ilgili tüm tarafların kendi durumlarını ortaya koymak ve kişisel düşüncelerini belirtme hakkı tanımak;*
- 4. Şeffaflık Adlarını, kuruluşlarını ve temsil ettikleri çıkarı açıklarken açık ve şeffaf olmak;*
- 5. Çatışma Olası profesyonel çıkar çatışmalarını önlemek ve çıktığı takdirde ise bu tarz çatışmalardan etkilenecek tarafları bilgilendirmek;*
- 6. Gizlilik Edinilen gizli bilgilere saygı göstermek;*
- 7. Doğruluk Temin edilen bütün bilgilerin gerçekliğini ve doğruluğunu sağlamak için her türlü önlemi almak;*
- 8. Sahtelik Sahte veya yanıltıcı bilgiyi kasten yaymamak için gereken bütün çabayı sarfetmek, bunu kasıtlı yapmaktan kaçınmaya özen göstermek ve herhangi bir hatayı acilen düzeltmek;*
- 9. Aldatma Aldatıcı ve dürüst olmayan yollardan bilgi edinmemek;*
- 10. Açığa Vurmak Açıklanmamış bir amaca hizmet eden ve aslında açıklanmamış menfaatler sağlayan herhangi bir organizasyon oluşturmamak veya bunları kullanmamak;*
- 11. Kâr Kamu makamlarından edinilen belgelerin kopyalarını üçüncü şahıslara özellikle kâr etmek amacıyla satmamak;*
- 12. Hak ediş Sağlanan profesyonel hizmet karşılığında, bu hizmetlerle ilgili yetkililer dışında hiç kimseden ücret kabul etmemek;*
- 13. Rüşvet Doğrudan ya da dolaylı olarak kamu görevlilerine, medya temsilcilerine veya diğer paydaşlara herhangi bir maddi rüşvet ya da diğer tür rüşvet teklif etmemek veya vermemek;*
- 14. Etki Kamu görevlileri, medya veya diğer paydaşları uygunsuz biçimde etkileyebilecek faaliyetleri ne teklif etmek ne de uygulamak;*
- 15. Rakipler Meslektaşlarının mesleki itibarına kasıtlı olarak zarar vermemek;*
- 16. Ayartmak Başka bir profesyonelin müşterisini, aldatıcı yollarla kazanmaya çalışmamak;*

17. *İstihdam Kamu makamlarından veya rakiplerden personel işe alırken, ilgili kuruluşların kurallarına ve gizlilik gereklerine saygı göstermek;*

18. *Meslektaşlık Tüm dünyadaki IPRA üyesi meslektaşlar ve halkla ilişkiler uygulayıcılarıyla ilgili olarak bu kurallara sadık kalmak. IPRA Üyeleri bu Kuralları onaylayarak, Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği'nin bu Kuralların ihlaline yönelik disiplin prosedürlerine sadık kalmayı ve bunların uygulanmasına yardımcı olmayı kabul etmektedir. (www.ipra.org)*

## **TUHİD ETİK İLKELERİ**

Türkiye'de ise TÜHİD (Türkiye Halkla İlişkiler Derneği), mesleğin etik ilkeler doğrultusunda korunması, haksız rekabetin önlenmesi, meslek içi dayanışmasının yerleştirilmesi, halkın ve iş dünyasının halkla ilişkilere güven ve saygı duymasını sağlamak amacıyla, mesleğinin etik kodlarını oluşturduğunu açıklamıştır. Etik kodları, akademisyenlerden, hukukçulardan ve deneyimli uygulayıcılardan oluşan etik kurulu tarafından oluşturulmuştur. Halkla ilişkiler mesleğinin etik kodları derneklerin de içinde bulunduğu birçok meslek derneği ve akademisyenler birliği tarafından gerçekleştirilen çeşitli çalışmalar sonucunda tanımlanmıştır. Genel olarak halkla ilişkiler etik kodları iletişimde dürüstlüğü, açıklığı, sadakati, tarafsızlığı, şeffaflığı, saygıyı, doğruluğu ve samimiyeti içerir. Türkiye halkla ilişkiler derneği (TUHİD) belirlemiş olduğu etik ilkeler aşağıdadır:

1. *Tüm bireylerin, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nden doğan haklardan yararlanmaları gerektiği inancından hareket eder ve mesleklerini İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ruhu doğrultusunda icra ederler,*

2. *Halkla ilişkiler mesleğini, kamuoyu çıkarlarını zedelemeyecek biçimde icra ederler,*

3. *Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterirler,*

4. *Mesleki faaliyetleri sırasında karşılıklı anlayış yaratmayı hedefleyerek kurdukları iletişimin, hem yasal hem de ahlaki açıdan toplumun kültürel değer ve inançlarını zedeleyici nitelikte olmamasını gözetirler,*

5. *Mesleklerini icra ederken, ilgili tüm tarafların görüşlerinin adil bir biçimde temsil edilmesine özen gösterirler,*

6. Meslekleri gereği edinebilecekleri sır niteliğindeki bilgilerin gizliliği prensibine saygı gösterirler,

7. Meslekleri gereği kurdukları iletişimin açık, doğru, iki yönlü ve tarafların tam anlamıyla bilgilendirilmesine dayalı olmasına özen gösterirler.

8. Çalışmaları esnasında Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu maddelerine uyum içinde davranırlar,

9. Meslek ahlakı ilkelerine ters düşecek görevleri kabul etmezler,

10. Mesleğin itibarını ve saygınlığını korumak ve yükseltmek için çalışırlar,

11. Meslektaşlarının itibarını zedeleyecek yorumlarda ve davranışlarda bulunmazlar,

12. Medyanın haber alma ve kamuoyunu bilgilendirme özgürlüğü ile Basın Meslek İlkeleri'ne saygı gösterirler,

13. Bloglar, forumlar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri, sosyal paylaşım ağları ve benzeri sosyal medya araç ve ortamlarının kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kamuoyu görüşlerinin yansıtılması açısından zenginleştirici nitelikte olduğundan hareketle; bu ortamlardaki mesleki faaliyetlerinde kimliklerini ve/veya temsil ettikleri kişi ve kurumların kimliklerini şeffaflık ilkesi doğrultusunda açıklarlar,

14. Kişisel veya kurumsal düzeyde rekabet etmek gereken durumlarda, rekabeti haksız olarak etkileyecek kişisel/kurumsal bağlantılarını; ikincil olarak üstelenilmiş görevlerini vb. bu amaca hizmet edecek şekilde kullanmazlar. (www.tuhid.org)

## KAYNAKÇA

- Aktan, C. C. (1999). Toplam Ahlak Felsefesi ve Toplam Ahlak. Ankara: Arı Düşünce ve Toplumsal Değişim Derneği Yayınları.
- Arslan, M. (2001). İş ve Meslek Ahlakı. Ankara: Nobel Yayınları.
- Asna, A. (1997). Halkla İlişkiler / Public Relations / PR. İstanbul : Sabah Kitapları.
- Aydede, C. (2001). Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Uygulamaları. Ankara: MediaCat Yayınları.
- Aydede, C. (2002). Halkla İlişkiler Kampanyaları. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Aydın, Pehlivan, İ. (1998). "Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik".Ankara: Pegem Yayıncılık
- Aydın, Pehlivan, İ. (2001).Yönetmel Mesleki ve Örgütsel Etik. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Balta, Peltekoğlu, F.( 2004).Halkla İlişkiler Nedir?. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Bayar, Ö. (2006).Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Harlow R., “Building a Public Relations Definition” Public Relations Review, 2(4), 1976.

Bülbül, A, R. (2001). İletişim ve Etik (2. baskı). Ankara: Nobel.

Ülgen, H. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim.(1. Basım). İstanbul: Literatür Yayınları.

<http://www.ipra.org/> ( ERİŞİM TARİHİ 05.06.2017)

<http://www.tuhid.org/tuhid-meslek-ilkeleri.html>( ERİŞİM TARİHİ 10.07.2017)