

Sürdürülebilirlik İletişimi ve Halkla İlişkiler

Ebru ÖZGEN^{ID}

“Yalnız yaptıklarımızdan değil, yapmadıklarımızdan da sorumluyuz.”

Moliere

Sürdürülebilirlik, son yılların en yaygın kullanılan sözcüklerinden biri olarak karşımıza çıksa da hala öneminin tam olarak anlaşılmadığı bir gerçek. Pek çok kavram “sürdürülebilir” olarak tanımlanabilir ve ilişkilendirilebilir. Sürdürülebilir şehirler, ekonomiler, kaynak yönetimi, ticaret, geçim kaynakları ve sürdürülebilir kalkınma buna örnek olarak verilebilir. Birleşmiş Milletler tarafından 1987 yılında yayımlanan “Our Common Future (Ortak Geleceğimiz)” isimli kitapta “sürdürülebilir kalkınma” şu şekilde ifade edilmiştir: “Sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden, bugünün nesillerinin ihtiyaçlarını karşılayan kalkınmadır”. Bu tanımdan bazı ifadeleri çekerek her alan için sürdürülebilirliği mikro düzeyde anlamlandırmış oluruz; “Gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden....” O halde temel misyon her alanda bu cümleyi esas alan kültürel kodlar oluşturmayı sağlamaktır. Bu kültürel kodların sağlanması sağlam bir farkındalık, gelişkin bir bilinç ve stratejik bir iletişim gerektirir.

Bir yaklaşım olarak bakıldığında sürdürülebilirlik, kaynakları başkaları için de var olmaya devam etmelerini sağlayacak şekilde kullanan bir kalkınma yaklaşımıdır (Mohieldin, 2017). Evers (2018), kavramı ayrıca, doğal sistemlerin, ekonominin ve toplumun bağlı olduğu doğal kaynakları ve ekosistem hizmetlerini sağlama yeteneğini sürdürürken, insani gelişme hedeflerini karşılamaya yönelik düzenleme ilkesiyle ilişkilendirir. Bu açıdan bakıldığında sürdürülebilirlik, sosyal ilerlemeyi, çevresel dengeyi ve ekonomik büyümeyi sağlamaya amaçlar. Bu noktada, insanın dünya üzerinde yaptığı veya yapmayı planladığı hemen hemen her şeyin çevre, ekonomi veya toplum ve dolayısıyla insanlığın devam eden varlığı ve refahı üzerinde etkileri olduğu söylenebilir. Bu sürecin başarılı ve

* Konuk Editör, Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye.
E-Posta: eozgen@marmara.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4103-2386>

sürdürülebilir olması için katılımcılığı sağlaması gerektiği de tartışılmaktadır (Guo, 2017). Sistem teorisini çağrıştıran argüman, sürdürülebilirliğin yalnızca bir kişi veya kuruluşun çabalarıyla gerçekleşmeyeceği fikrine dayanmaktadır. Sürdürülebilirlik anlayışı, tüm kişilerin ve ilgili kuruluşların katılımını gerektiren toplu bir sorumluluktur. Bu anlayışa göre, anlamlı ilerlemenin sağlanabilmesi için sürdürülebilirlik süreçleri istikrar, sorumluluk, hesap verebilirlik ile insanların olumlu tutumlarını gerektiren katılım ilkesi üzerine inşa edilmiştir.

Kurumların, toplumlarda önemli bir aktör olduğu düşünüldüğünde ve günümüz dünyasında birlikte hareket etme, toplumla bütünleşme ve katkı sağlama misyonları dahilinde sürdürülebilirlik uygulamalarına ihtiyacı olduğu çok açıktır. Kurumun içinde bulunduğu eko-sistemi nasıl daha yukarı çekebileceği, çalışanların arasında homojen dağılımın olduğu, eğitime ve bilime önem veren kurumsal vatandaşların arttığı ve bu noktada çevresel, ekonomik ve sosyal anlamda daha eşitlikçi bir dünya düzeninin ortaya çıktığı bir geleceği inşa etmek sürdürülebilirlik anlayışı ile mümkün olacaktır. Bununla birlikte Dow Jones'un 1999 yılında yayımladığı Sürdürülebilirlik Endeksinde "kurumsal sürdürülebilirlik"; "fırsatları besleyen uzun vadeli hissedar değeri yaratan ve ekonomik, çevresel ve sosyal gelişmelerden doğacak riskleri yöneten bir iş yaklaşımı" olarak tanımlanmıştır.

Bu uygulamaları yerine getirirken, paydaşları ile bilgi paylaşımı, medya ilişkileri, stratejik karar süreçlerine katkı sağlaması, raporlama ve raporların kamuoyu ile paylaşılması gibi nedenlerle sürdürülebilirlik iletişiminden yararlanılmalıdır. Stratejik iletişim, toplumla bütünleşen, toplumu bilgilendiren, bilinçlendiren, temelinde sosyal sorumluluk anlayışı ile hareket eden planlı süreçler olduğuna göre sürdürülebilirlik süreçlerinin iletişimi de aynı stratejiyle yönetilmeli ve bu açıdan bakıldığında da halkla ilişkiler alanı ile derinleştirilmiş bir çerçevede düşünülmelidir.

Sürdürülebilir kalkınmanın temel üç boyutu olan ekonomik, çevresel ve sosyal konularını, geniş bir kitleye açıkça iletme ihtiyacı vardır, bu nedenle kurulacak olan iletişimsel eylemin önemi artmaktadır. Sürdürülebilirlik iletişimi, kurumsal hedeflere ve sürdürülebilir kalkınmanın uzun vadeli hedeflerine ulaşmak için bütünleştirici ve bütünsel bir yaklaşımı benimseyen bir kavram olarak karşımıza çıkar. Sürdürülebilir kalkınmanın katmanlı yapısının insanlara doğru bir şekilde yansıtılabilmesi, toplumsal ve çevresel konular ile ilgili farkındalığın artırılabilmesi, davranış ve hayat biçimlerinde değişikliklere sebep olabilmek, toplumun farklı kesimleri arasındaki sorunların çözülebilmesi için doğru iletişim stratejileri ve yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik iletişimi ile iletişimin sürdürülebilirliğini de ayrı ayrı sınıflamak gerekir. Sürdürülebilirliğin çok boyutlu olması, küresel ve geleceğe yönelik planlar içermesi nedeniyle katılımcı yaklaşımlara ve bu yaklaşımlardan çıkacak sonuçlara ihtiyaç vardır. Diyalojik temelli bir sürdürülebilirlik iletişimi, hem tüm paydaşları kapsayıcı olacak hem de sürdürülebilirliğin temelinde olan sosyal yakınlaşma ve bütünleşme için bir köprü görevi görecektir (Franz-Balsen & Heinrichs, 2007, 435). Bu açılardan bakıldığında sürdürülebilirlik iletişiminin, çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlikle ilgili bilinç yaratması, bir niyet oluşturması için paydaşlar arası ilişkilerin yönetilmesi amacıyla yararlanılan bir iletişim yaklaşımı olduğu görülmektedir. Sürdürülebilirliğin iletişim alanından bakıldığında bir boyutu olan iletişimin sürdürülebilirliği ise; iletişimin uzun vadeli olması, sonuç odaklı yaklaşım taşıması, toplumsal duyarlılık içermesi, paydaş ilişkilerini yönetmesi,

zamana göre değişim göstermesi, ölçümlenmesi ve uzmanlık gerektirmesi gibi özelliklerinin bulunması ile özünde sürdürülebilir olmasını ifade eder.

Görülüyor ki, sürdürülebilirlik iletişimi; çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlikle ilgili bilinç yaratılması ve davranış değişikliği oluşturulması amacıyla paydaşlar arası ilişkilerin yönetilmesi için yararlanılan bir iletişim yaklaşımıdır. Bu bağlamda sürdürülebilirlik iletişiminin, insanın doğaya hâkim olması yerine, refah içinde bir dünya için çalışılması olarak algılanması çok önemlidir. Kavram, toplumsal refah seviyesini iyileştirmek için hedef kitlenin davranışlarını bu yönde etkileyebilmek niyetine sahiptir.

Bu noktada sürdürülebilirlik iletişimi, sürdürülebilirlik konularında paydaşlarla şeffaf iletişim kurmayı merkezine alarak, hedef kitlelerin sürdürülebilirlik süreçlerinin faydalarına ilişkin ikna edilmesi, sürece katılımlarının sağlanması veya sürdürülebilirlik bilincinin yaratılması için bir dizi iletişim çabasını içermektedir. Halkla ilişkiler, kurumun amaç ve hedeflerine ulaşması ve işleyişini sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmesi için kurumu oluşturan bölüm ve ögeler arasında eşgüdümü, bilgi akışını, motivasyonu, bütünleşmeyi, değerlendirmeyi, eğitimi, karar almayı ve denetimi sağlamak amacıyla belirlenen kurallar doğrultusunda gerçekleştirilen iletişim sürecini yöneten bir alandır.

Bu çerçevede halkla ilişkiler, kurumun sürekli değişen sosyal ve teknolojik çevresiyle ilişki kurmasına, bilgi alışverişi süreçlerinde gerekli değişiklikleri zamanında yapabilmesine ve böylece varlığını güçlü bir şekilde sürdürebilmesine imkân sağlayarak hem kurumun amaçlarının gerçekleşmesine hem de kurum üyelerinin motivasyonunun sağlanmasına önemli katkıda bulunmaktadır. Halkla ilişkiler, kurumun görünümünden, stratejik iletişim yönetimine; tutum ve davranışlarından kişiliğine kadar pek çok unsuru yönetirken; sürdürülebilirlik kavramı da kurumun felsefesi ile tüm tutum ve davranışında kendini göstermelidir.

Son derece önemli gördüğümüz sürdürülebilirlik süreçlerinin Halkla İlişkiler alanında daha geniş bir farkındalık ile yer almasını sağlamak amacıyla Türkiye İletişim Araştırmaları Dergimizin özel sayısını bu konuya ayırdık. Kıymetli hocamız Prof. Dr. Alaeddin Asna anısına tasarladığımız özel sayımız “Sürdürülebilirlik ve Halkla İlişkiler” başlığı altında bağlantılı çalışmaların yer aldığı bir sayı oldu. Prof. Dr. Alaeddin Asna, Halkla İlişkiler alanı için duayen bir akademisyen ve aynı zamanda profesyonel olmasının yanında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin dekanlık görevini yürütmüş çok kıymetli bir isimdir. Halkla İlişkiler alanının temelinde etik ve sorumluluk anlayışının bulunması gerektiğine her dersinde dikkat çektiğini bizzat bildiğim değerli hocamızı bu vesile ile saygıyla anıyor, dergimize değerli çalışmalarıyla ve hakem değerlendirmeleriyle katkıda bulunmuş olan tüm akademisyenlere teşekkürlerimi iletiyorum. Alan için katkı olmasını umuyor keyifli okumalar diliyorum.

Prof. Dr. Ebru Özgen

Konuk Editör

Kaynakça

- Evers, B. A. (2018). *Why adopt the sustainable development goals? The case of multinationals in the Colombian coffee and extractive sector* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Erasmus University Rotterdam.
- Franz-Balsen, A., & Heinrichs, H. (2007). Managing sustainability communication on campus: experiences from Lüneburg. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 8(4), 431-445. <https://doi.org/10.1108/146.763.70710823591>
- Guo, F. (2017). The spirit and characteristic of the general provisions of civil law. *Law and Economics*, 3(54), 5-16.
- Mohieldin, M. (2017, 4 Ağustos). *The sustainable development goals and private sector opportunities*. World Bank Group. <https://pubdocs.worldbank.org/en/394.231.501877501769/The-Sustainable-Development-Goals-and-Private-Sector-Opportunities.pdf>