

**Başvuru Tarihi:** 24.04.2015 **Received Date:** 24.04.2015

**Yayına Kabul Tarihi:** 13.07.2015 **Accepted Date:** 13.07.2015

**Yayınlanma Tarihi:** 29.07.2015 **Published Date:** 29.07.2015

**Kaynakça Gösterimi (APA Formatına Göre)**  
**Views in Bibliography (According to APA)**

Ustakara, F. (2015). Oydaşmaya-Yönelik Halkla İlişkiler: Halkla İlişkilerde Rasyonel İletişim Bağlamında Müzakareye Kuramsal Bir Bakış. *Akademia*, 4/2, 142-150.



akademia

## OYDAŞMAYA-YÖNELİK HALKLA İLİŞKİLER: HALKLA İLİŞKİLERDE RASYONEL İLETİŞİM BAĞLAMINDA MÜZAKAREYE KURAMSAL BİR BAKIŞ

### Öz

Jürgen Habermas'ın iletişimsel eylem kuramı, dilsel iletişim sürecinde rasyonelliği öne çıkararak anlaşmaya varma yolunu göstermektedir. İletişimsel eylem kuramında, önermelerin doğruluğu, anlatılan olguların geçerliliği, iletişim kuranların samimiyeti, iletişim sürecinin rasyonelliği açısından önem taşımaktadır. Avusturyalı halkla ilişkiler akademisyeni Roland Burkart, Habermas'ın formüle ettiği rasyonel söylemler ve tartışma yoluyla müzakereyi getiren süreci bir kuruluş ile kamuları arasındaki çatışmanın çözümü için kullanmaya yönelmektedir. Burkart, geliştirdiği Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkiler Modelinde kuram ile halkla ilişkiler uygulamasını buluşturmaktadır. Model, halkla ilişkiler iletişimine yönetsel bir işlev değeri kazandırmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkiler Modelini tanıtmaktır. Çalışma sonucunda adı geçen modelin örgüt-kamu ilişkilerinde gözlemlenen çatışma çözümü için katkı sağladığı anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İletişimsel Eylem Kuramı, Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkiler Modeli, Söylem, Müzakere.

## CONSENSUS-ORIENTED PUBLIC RELATIONS: A THEORETICAL PERSPECTIVE OF NEGOTIATION IN THE CONTEXT OF RATIONAL COMMUNICATION ON PUBLIC RELATIONS

### Abstract

Communicative action theory of Jürgen Habermas indicates reaching an agreement by putting forward rationality in a linguistic communication process. Truth of the proposals, validity of the facts, and truthfulness of communicators are important elements in communicative action theory for rationality of a communication process. Roland Burkart, Austrian public relations academician tends to use conflict management between an organization and publics in a discuss process formulated by Habermas with rational discourses and debates. Burkart brings a consistent perspective for a negotiation process which is between theory and public relations applications in Consensus-Oriented Public Relations Model. The model gives a managerial function worth for public relations communication. The paper introduces Consensus-Oriented Public Relations Model to Turkish academy. As a result, we realize that the model contributes about conflict resolution for organization-public relationships.

**Keywords:** Communicative Action Theory, Consensus-Oriented Public Relations Model, Discourse, Negotiation.

## Giriş

Halkla ilişkiler, ideal biçimiyle, bir örgüt ile kamuları arasındaki uzun dönemli ilişki süreçlerinin karşılıklı bir diyalog ekseninde olması esasına dayanmaktadır. Halkla ilişkileri demokrasilerin gelişiminde pay sahibi yapan yönü de, temelde bu anlayış olmaktadır. Bahsi geçen idealize edilmiş süreç, halkla ilişkileri müzakere yönünde bir tartışma kültürüne elverişli kılmaya yerleştirmektedir.

Rasyonelliği argümanlara dayalı bir iletişim sürecinde karşılıklı anlaşma için bir önkoşul olarak *İletişimsel Eylem Kuramıyla* belirleyen Jürgen Habermas (2001), bu kuram yoluyla esasen ideal halkla ilişkiler iletişimi için bir kavrayış getirmektedir. Habermas ile aynı dili konuşan Avusturyalı akademisyen Roland Burkart (1993, 1994, 2004, 2007, 2009), *Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkiler* (OYHİ) adıyla ortaya koyduğu çalışmalarla dikkatlerimizi Habermas'ın kuramını halkla ilişkiler bağlamında değerlendirmeye yöneltmektedir. Türkiye'de OYHİ Modelini bir örnek olayda inceleyen çalışma, EUPRERA-2012 Kongresi'nde açıklanmıştır (Ustakara ve diğerleri, 2012).

Burkart'ın Habermas'ın rehberliğindeki kuramsal bakış açısı, halkla ilişkilerin gerek kamu sektöründe gerekse özel sektördeki örgütler için üstlenmiş olduğu rolü işlevsel konuma getirmeye neden olmaktadır. Buna bağlı olarak, halkla ilişkiler iletişimi iletişim yöneticiliği ile güç kazanarak yönetsel açıdan önemli bir konum elde etmektedir.

Habermas, İletişimsel Eylem Kuramıyla rasyonelliği bireylerarası iletişim düzeyinde açarken, aslına bakılacak olursa, bir bakıma örgütler ile kamular arasındaki halkla ilişkiler iletişimi için de bir kapı aralamaktadır. Halkla ilişkileri gerekli kılan unsurlardan biri, iletişim sürecindeki tarafların söylemlerinin oydaşmaya yönelik bir etkileşimi olası kılma kabiliyeti olmaktadır.

Çalışma, geniş bir açığa sahip olan iki temel bölümden oluşmaktadır. Çalışmada öncelikle Jürgen Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramına odaklanma gerçekleştirilmektedir. İletişimsel eylem kuramı, kamusal alan ile bağlantıyı da içeren kapsamlı bir düzeyde değerlendirilmektedir. İkinci bölüm, iletişimsel eylem kuramındaki perspektifi halkla ilişkiler iletişimine uyarlayan Roland Burkart'ın *Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkiler Modelini* açıklamaktadır. Bu bölümde, Burkart'ın çalışmaları ana hatlarıyla incelenmektedir. Literatür taramasına dayalı olarak yapılandırılan çalışma, Türkiye'deki halkla ilişkiler literatürüne *Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkiler Modelini* tanıtmayı amaçlamaktadır.

## 1. İletişimsel Eylem Kuramı

İletişimsel Eylem Kuramını anlamak için öncelikle kamusal alan kavramına bakmak gerekir. Çünkü Habermas (2009), *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* adlı eserinde iletişimsel eylem ile bağlantı kuracak bilgileri vermektedir. Keyman (2006, 149), kamusal alanın bir *müzakere* ve *farklı söylemler arası bir dolayım alanı* olmakla birlikte, *çoğulculuk* ethosunun uygulanabildiği bir mekân özelliğini barındırdığına işaret etmektedir. Bu vurgu, bizi iletişimsel etkinlik sürecinde bir fikir ve kanaat serbestisi ortamı oluşturduğu yargısına götürmektedir. Buna göre, Habermas'ın belirttiği şekliyle, kamusal alan, *toplumsal yaşamımızda kamuoyunun içinde olduğu alan* anlamına gelmektedir (Özbek, 2010, 31). Kamusal alan, her türlü fikrin müzakere edildiği ve karşıtlıkların üretici bir aradallığının sağlandığı bir katılım olanağı şeklinde tasavvur edilebilir (Rahte, 2010, 57). Çaha (2005, 143), Habermas'ın kamusal alandaki karşılıklı etkileşim üzerinde odaklanan ilişki biçimini "iletişimsel eylem" kavramıyla ifade ettiğini aktarmaktadır. Açık bir şekilde ifade edildiğinde, iletişimsel eylem, bireylerin kamusal alan çerçevesinde söylem üretmek ve tartışmaları bir yönetime sahip olmaktadır.

Kamusal alan ile iletişimsel eylem arasındaki ilişkiye kısaca değindikten sonra iletişimsel eylem kuramındaki bir diğer önemli detay olan rasyonelliğin üzerinde durmak gerekir. Habermas, Weber'den etkilendiği "rasyonellik" olgusuna önem vermektedir.

Habermas'a göre (2001, 32), *bilgi* ve *rasyonellik* arasındaki yakın ilişki, bir anlatımın rasyonelliğinin onda cisimlenen bilginin güvenilirliğine bağlı olduğunu gösterir. Kurumsal çerçevedeki rasyonelizasyon, *iletişimdeki sınırlamaları uzaklaştırmak* suretiyle sadece sembolik etkileşim ortamında ortaya çıkabilir (Habermas, 1992, 142). Rasyonelizasyon, kamusal tartışma ortamlarında gerçekleşir ve politik alanda üretilen söylemler, buna uygun bir görünüm vermektedir.

İletişim sürecinin idealize edildiği İletişimsel Eylem Kuramı, birtakım kuralların gerçekleşmesi ilkesini beraberinde getirmektedir. Kuramın içeriğine geçildiğinde, iletişim sürecindeki koşulların sağlanması gerektiği görülmektedir. Anlaşmaya yönelmiş bir aktör, sözcüsüyle örtük olarak aşağıda yer alan üç geçerlilik iddiasında bulunmak durumundadır (Habermas, 2001, 127):

- a) Yapılan önermenin doğru olduğu iddiası;
- b) Konuşma eyleminin geçerli bir normatif bağlamla ilişkili olarak doğru olduğu iddiası;
- c) Açık konuşan yöneliminde ne sözcelenmekte ise onun kastedildiği iddiası.

Yukarıda belirtilen kriterlere bakıldığında, iletişimsel eylem sürecinde *doğruluk*, *uygunluk* ve *içtenlik* ölçütlerinin iddiaların geçerliliği için aranan temel koşullar olduğu anlaşılmaktadır (Ustakara, 2013, 215). İletişim sürecindeki paydaşlar, aşağıdaki iddiaları yerine getirdiklerine karşılıklı olarak dayalı olarak güvenmelidirler (Burkart, 2004, 460; 2009, 146):

*Anlaşılabilirlik* (uygun yazım kurallarını kullanabilme);

*Doğruluk* (paydaşın da var olduğunu kabul ettiği bir şey hakkında konuşmak);

*Dürüstlük* (dürüst olma ve paydaşı yanlış bilgilendirmeme);

*Meşruluk* (karşılıklı kabullenilen değerler ve kurallar doğrultusunda davranmak).

Sözü edilen bu koşullar, savunulan argümanların rasyonel bir düzeyde ifadesini mümkün kılmaktadır. Habermas'a göre (2001, 128; Burkart, 2009, 146), bu türden bir ilişki her defasında sözcüler ile şu üç dünya arasında gerçekleşir: *Nesnel dünya*, *sosyal dünya*, *özel dünya*. Bu yaklaşım açılacak olursa, Burkart (2009, 146), yukarıda geçen dört geçerlilik iddiasını Habermas tarafından ifade edilen gerçekliğin üç dünyasının üç alanı üzerine planlandığını açıklamaktadır: dış evrenin “nesnel dünyası” (doğru açıklamaların yapılması hakkındaki); iç evrenin “özel dünyası” (bireysel deneyimlerden oluşur ve sadece ilgili konuşmacıya erişebilir) ve toplumun “toplumsal dünyası” (örneğin, değerler ve kurallar tarafından kontrol edilen toplumsal ilişkilerin dünyası). Habermas, gerçekliği üç farklı alana açarak bireyin iç dünyası, toplumun kendine özgü yapısı ve dış dünya açısından değerlendirmektedir. Mutlu'nun belirttiği gibi (2004, 150), iletişim kurma yeteneğine sahip olan bir aktör, doğal bir nesnel ve olaylar dünyasıyla diğer iki dünyayı; özneler arasında meşru yönelimdeki kişilerarası beklentilerden oluşan bir toplumsal dünya ile bireyin kendi isteklerinden, duygularından ve umutlarından oluşan bir özel dünyayı birbirlerinden ayırt etme yeteneğini de taşımaktadır.

İletişim sürecindeki paydaşlardan biri bu iddiaların yerine getirilmesi hakkında bir şüphe durumuna düşmedikçe, iletişim süreci durdurulmadan işleyecektir. Bununla birlikte, açık bir şekilde ifade edilmelidir ki, bu ideal durumlar ideal bir tasarım iması olmaktadır. Habermas'ın ileri sürdüğü şekliyle, böylesi durumlar gerçek hayatta hemen hemen hiç meydana gelmezler (Burkart, 2004, 460). Çoğu zaman iletişimin bu kurallarının tüm yönleriyle gerçekleşmiş olmadığı kabul edilmekle birlikte, burada aslında rasyonellik açısından ideal bir durum bağlamında ileri sürüldüğü görülmektedir. İletişim sürecine ilişkin olarak, iletişimin temel kuralları sıkça ihlal edilir ve bu yüzden bir “onarım mekanizması” olarak söyleme ihtiyaç duyulur. *Söylem* terimi, Habermas tarafından kullanıldığı şekliyle şunu ima eder ki,

iletişim sürecindeki ilgili tüm insanlar *iddiaların doğruluğundan, ifadelerin dürüstlüğünden ve çıkarların meşruluğundan* şüphe etmek fırsatına sahip olmalıdır. Ancak akla yakın cevaplar iletildiğinde, iletişim akışının devamı gelecektir (Burkart, 2004, 460).

Kurama ilişkin bilgiler özetlendiğinde, iletişimsel eylem kuramı, gündelik yaşamın iletişimsel pratiği içerisinde yerleşik haldeki rasyonellik potansiyelini görünür kılmak durumundadır (Habermas, 2009, 39). İletişimsel eylem kuramının amacı, “yaşam biçimleri”nin ve somut dönemlerin eleştirel değerlendirilmesini bütünlükleri içinde üretmektir. Bu kuram, normatif bir unsur olarak kendini göstermektedir (Assoun, 2012, 127). Habermas, insanların ortak görüşe erişmek için varsayımlar üzerinden ve rasyonellik beklentisi doğrultusunda hareket ettiklerini düşünmektedir ve bu durum özellikle iletişimin meydana geldiği yol aracılığıyla yansıtılmaktadır (L’Etang, 2002, 210).

## 2. Oydaşmaya-Yönelik Halkla İlişkiler Modeli: Rasyonel İletişim ve Çatışma Çözümü

İkinci bölüm, kuramsal temelin atıldığı birinci bölümün de bir uzantısı olarak çalışmanın ana kuramsal çizgisini oluşturan bölüm olmaktadır. Burada şunu belirtmek gerekir ki, Burkart (2007, 2009), iletişimsel eylem kuramını doğrudan kendi halkla ilişkiler modeline uyarlamış değildir. Burkart’ın yaptığı şey, köklerini Habermas’ın kuramından alarak modelin halkla ilişkiler iletişimi için yol gösterici olmasını sağlamaktır.

Modelin içeriğine geçmeden önce, modele ismini veren “consensus” (oydaşma) sözcüğünü anlamakta yarar olduğu açıktır. Oydaşma, sözlük anlamıyla “düşünce birliği içerisinde olma” anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2015). Bir düşünce birliği içerisinde olma, iletişim sürecindeki paydaşların karşılıklı rıza durumunu göstermektedir (Ustakara, 2013, 180). Oydaşmayı sağlamak için bir müzakere sürecine girmek gerekir. Luecke (2010, xi), müzakereyi “diyalog yoluyla karşılıklı anlaşmayı aramak” olarak açıklamaktadır. Bir başka ifadeyle, oydaşmayı sağlayan mekanizma, iletişim sürecinde müzakere girişimi olmaktadır.

Oydaşma kavramını açıkladıktan sonra Burkart’ın önerdiği modelin içeriğini incelemek gerekir. Burkart (R. Burkart ile kişisel iletişim, 15 Ağustos 2013), halkla ilişkileri -OYHİ bakış açısının dışında- “halkla ilişkiler uygulayıcılarının eleştirel bir kamunun mesajlarını sorgulayabileceğini ve geçerlilik iddialarına inanmayabileceğini göz önünde tutmaları esnasındaki bir iletişim süreci” olarak kavramaktadır. Burkart, her ne kadar kendi modeli dışında ifade etmiş olsa da, ilke olarak modeline uygun bir tanım geliştirmiş olmaktadır.

Burkart (2009, 144), modeli geliştirmekteki amacının Habermas’ın kuramının anlama yönünü halkla ilişkiler araştırması için kullanmak olduğunu belirtmektedir. Buna göre, Burkart, halkla ilişkiler iletişiminde örgüt ile bir soruna ilişkin kamularının birbirlerini anlama potansiyelini geliştirdiklerinde çatışma çözümünün gerçekleşebileceğini öngörmektedir. Dozier ve Ehling (2005, 194-195), örgütler ile kamuları bir konu hakkında aynı görüşlere sahip konumdaysa, bu durumda tam bir anlaşma durumunun söz konusu olduğunu açıklamakta ve buna dayanarak, her iki taraf için de bir uyuşmanın varlığından haberdar oldukları gerçekliğini eklemektedirler.

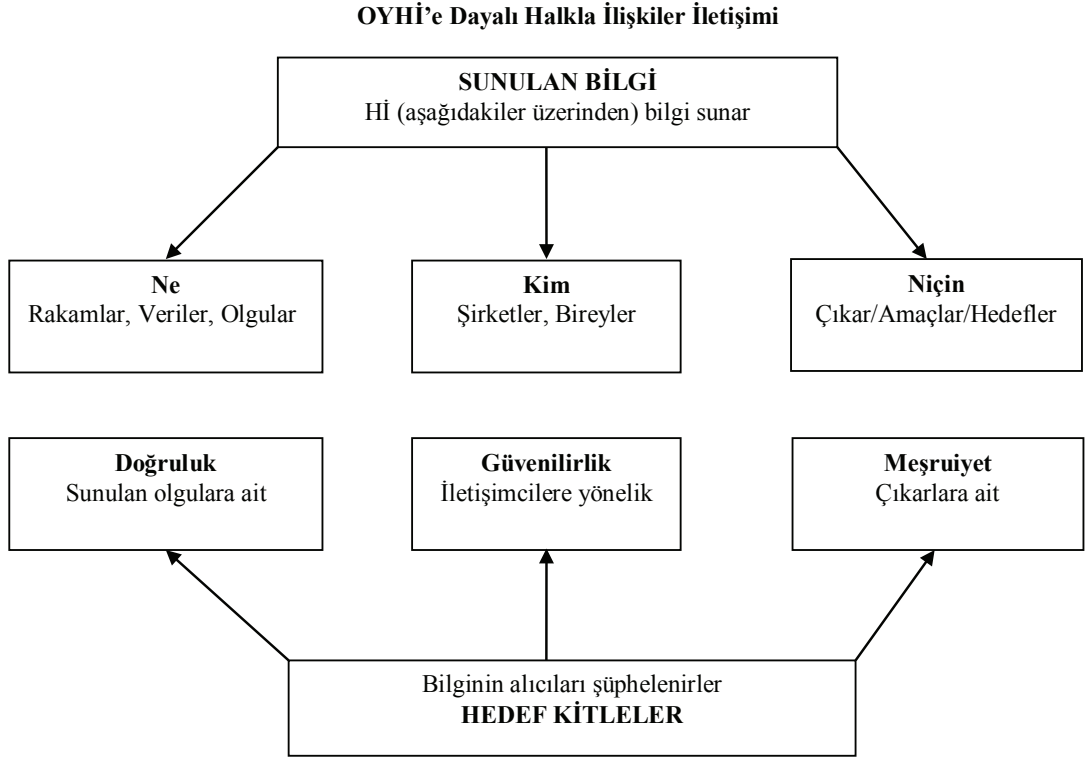
Burkart’ın modeline bir temel oluşturan özgün örnek olay incelemesi, Avusturya’daki boş bir atık alanı hakkında cereyan eden aleni anlaşmazlıkla ilgilidir (bkz. Burkart, 1993, 1994, 2004, 2007, 2009). Atık alanlarının konumlandırılması, genellikle olası atık alanlarının yakın yörede yaşayan kimselerin bunu onaylamayışı durumuyla karşılaşır ve sıklıkla açık protestoları harekete geçirir (Burkart, 1994, 223). Böyle çatışma durumlarında halkla ilişkiler iletişimi devreye girmektedir. *Açıklık, güven ve anlayış*, müzakere ve çatışma literatüründe yoğun kullanılan kavramlar olarak öne çıkmaktadır (Grunig ve Grunig, 2005, 338). Bentele ve Wehmeier (2007, 298-299), halkla ilişkilerin işlevinin *güven ve meşruiyet* yaratmak olduğuna işaret etmektedirler.

Yukarıda belirtilen çöp sahası örnek olayında, çatışma çözümü sürecinde kamularla iletişimin önemi açığa çıkmaktadır. Yöre sakinleriyle iletişim kurmak için vatandaşlara danışma kurulu adlı bir birim oluşturulmuştur. Burkart (1994, 230), çöp sahası inşası sürecinde çöp sahası projesi hakkında bilgilendirilenlerin çöp sahasını kabul etmeye daha yatkın olduğuna işaret etmektedir. Çatışma çözümünde rasyonel argüman sunmanın önemine de vurgu yapılmaktadır. Çöp sahası inşası örnek olayında bu mekanizmayı sağlayan Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) adlı bilimsel bir rapor olmuştur. Bu rapor, çöp sahasını yöreye inşa etmenin uygun olduğunu kanıtlamıştır. Burkart'a göre (1994, 230), çöp sahası yöneticileriyle ilişki imkânlarından daha çok yararlananlar bu fırsatlardan yararlanmayanlara göre çöp sahası, vatandaşlara danışma kurulu ve ÇED hakkında daha iyi bilgilendirilmişlerdi. Bu, bir yeniliğin kabullenilmesinde kamuları bilgilendirmenin etkisini göstermektedir. Netice olarak, Burkart (1994, 223-232), çöp sahasının inşa edileceği yöredeki insanların bu sürece karşı durmasını önlemek için girişilen rasyonel bilginin önemi üzerine eğilmektedir. Onlara rasyonel bir bilgilendirme yapıldığında (örneğin, olumlu bir ÇED raporu), çatışma çözümünün başarılı bir sonuç verdiğini açıklamaktadır.

Oydaşmaya-Yönelik Halkla İlişkiler Modeli, halkla ilişkiler iletişiminin belirli bir türüne gönderme yapar. Bu halkla ilişkiler iletişiminin belirli türü, halkla ilişkilerin kendi müşterisinin adına savunduğu çıkarlar ile hedef kitlelerin çıkarları üzerinde anlaşmayı amaçlar. Halkla ilişkiler iletişimcisinin planlarının reddedilmesi durumunda, muhalif yöndeki çıkarlara yönelik bu türden bir düzenleme özellikle gerekli görünür. Böyle durumlarda, bir iletişim süreci başlatmak kaçınılmaz görünmektedir; bu iletişim süreci karşılıklı anlayış bakımından "gerçek" bir anlaşmayı amaçlar (Burkart, 1994, 223). OYHİ Modeli ile simetrik iletişim modeli arasındaki benzerlik dikkat çekicidir ve bu gerçeklik, OYHİ Modeline değer katmaktadır.

Burkart'a göre (2007, 254; 2009, 141), özellikle çatışma durumlarında uygulayıcılar eleştirel bir kamunun onların mesajlarını sorgulayabileceğini ve öne sürülen geçerlilik iddialarına inanmayabileceğini dikkate almak durumundadırlar. Bu açıdan bakıldığında, mesaj alıcıları *önergelerin doğruluğundan, iletişimcilerin dürüstlüğünden ve meşruluğundan* şüphe edebilirler. Bu durum, söylemi gerekli kılar ve OYHİ Modeli, uygulayıcıların buna nasıl kolaylık getireceğini gösterir. Buna benzer olarak, Grunig ve Hunt (1984), ortaya koydukları dört halka ilişkiler modelinden biri olarak simetrik modeli göstermektedirler. Simetrik halkla ilişkiler, farklı değerlere sahip insanların genellikle farklı sonuçlara ulaştığı sorunlar için bir *diyalog, tartışma* ve *söylem* zemini oluşturan bir yaklaşım olarak açığa çıkmaktadır (Grunig ve Grunig, 2005, 331). OYHİ Modeli ile simetrik iletişim modeli arasında pek çok benzerlik mevcuttur. Her iki modelde *iki yönlü iletişim, karşılıklı anlaşma durumu* ortak özellikler olarak görülmekte; ayrıca geribildirimler neticesinde *kamunun beklentileri doğrultusunda kuruluşun eylemlerini değiştirebilmesi* söz konusu olabilmektedir. Her iki model de, *müzakere* ile *çatışma çözümüne* odaklanmaktadır. Netice olarak, modellerdeki eğilimin halkla ilişkiler yönetimiyle *örgüt-kamu dengesini kurmaya* yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Farklılığa bakılacak olursa, simetrik iletişim modeli *sistemler yaklaşımından*, OYHİ Modeli ise *Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramından* köklerini almaktadır.

Burkart (2007, 252), Public Relations Review dergisindeki makalesinde, bir belediyenin atık alanı inşa etme girişiminde OYHİ Modelinin uygulanabilirliği üzerine tartışmaya girişmektedir. Aşağıdaki şekilde ortaya konan iletişim sürecini bu tartışma içerisinde formüle etmektedir.



**Şekil 1. Oydaşmaya Yönelik Halkla İlişkilere Dayalı Halkla İlişkiler İletişimi**

Kaynak: (Burkart, 2004, 462; Burkart, 2007, 252; Burkart, 2009, 151)

Yukarıdaki şekil açılacak olursa, bireyler veya şirketler adına iletişim sürecine giren halkla ilişkiler birimlerinin ilettiği bilgilerden soruna ilişkin hedef kitleler şu bağlamda şüphelenirler: Rakamlar, veriler ve olguların doğruluğu (*Ne* sorusu); bilgiyi aktaran şirketin veya bireylerin güvenilirliği (*Kim* sorusu); bilgiyi sunan tarafın çıkarları, amaçları ve hedefleri (*Neden* sorusu). Ustakara'nın belirttiği gibi (2013, 252-253), verilen bilgiler kapsamında rakamlar ve verilerle bilgi içeriğinin gerçekliği sorgulanmakta; bilgiyi aktaran kaynak konumundaki birey veya şirketin güvenilirlik durumu hedef kitleler tarafından bir değerlendirme içerisine girmektedir. Bu süreçte, iletilen bilgi ve mesajların mesajı ileten açısından ne amaçla iletiildiği sorgulanmakta; mesaj kapsamında elde edilebilecek çıkarların neler olduğu alıcılar tarafından araştırılmaktadır. Böylece kamuların anlama süreci halkla ilişkiler yönetimince doğal bir biçimde karşılanmaktadır.

Burkart'a göre (2007, 253; 2009, 146), OYHİ Modeli asla çatışmaların oluşmasının önüne geçemez. Bu gerçeklikten hareketle denilebilir ki, çatışmalardan salt iletişim yoluyla kurtulmak mümkün görünmemektedir. Ama bu gerçeklik, Burkart'ın ortaya attığı modelin uygulanabilir oluşunu engellemektedir. Nitekim Burkart, bu modelin atık alanı üzerine başarıyla uygulandığı bilgisini vermektedir.

Burkart (1994, 225), oydaşmaya-yönelik halkla ilişkiler sürecinde halkla ilişkiler iletişiminin dört aşamasını veya amaçlarını belirlediğini; bunlara aşama aşama ulaşılması gerektiğini açıklamaktadır. Birinci aşamada (*bilgi edinme*), rasyonel kanıların oluşmasına dayanarak esas görev belli başlı konulardaki bilgiyi temin etmek olarak gösterilmektedir. Bu, ilgili kamuların aktif katılımı olmaksızın tek-yönlü bir süreç olarak tasarlanabilir. Buna karşıt olarak, ikinci aşama (*tartışma*), ilgili kamularla (en azından bir bölümüyle) bir görüşme yoluna girmek amacı ile doğrudan temas sağlamak için koşulları yaratmayı amaçlamaktadır. Sadece böyle etkileşimler dahilinde üçüncü bir aşama (*söylem*) gerekli hale gelebilir. Bu söylem aşaması, iddia yoluyla şüpheli bir anlaşmayı yeniden tesis etme sürecidir. Dördüncü ve son aşama (*durumun tanımlanması*), halkla ilişkiler uygulayıcısı ve ilgili kamunun bir anlaşmaya varıp

varmadığının ve başka eylemlerin karara bağlanabilirliğinin bir değerlendirmesi olmaktadır. Eğer anlaşmazlık artarsa, söylem adına fırsat uzamalıdır. Şekil 2’de tanımlanan iletişim amaçları aşamalara göre gösterilmektedir.

Aşağıdakiler üzerinden iletişim

Hİ aşamaları	Sorunlar Gerçekler Gerçekliğin nesnel boyutu	Örgüt/kurum/kişiler Gerçekliğin öznel boyutu	Çıkarın meşruiyeti Gerçekliğin sosyal boyu
1. Bilgi Edinme	Konuyla ilgili gerçeklerin ve terimlerin saptanması/tanımlanması ve sonuçların açıklanması	Öz-imağın, niyetlerin açıklanması; iletişim paydaşlarının duyurulması	Akıl yürütme ve savlar yoluyla çıkarın gerekçelendirilmesi
2. Tartışma	Konuyla ilgili gerçeklerin ve terimlerin tartışılması	Tartışılmaz	İddiaların yeterliğinin tartışılması
3. Söylem	Konuyla ilgili gerçekler üzerine muhakemelerin değerlendirilmesi kurallarında anlaşma (Sachurteile)	Bir söylem konusu olamaz	Meşruiyet üzerine muhakemelerin değerlendirilmesi kurallarında anlaşma (moralische Urteile)
4. Durumun tanımlanması	Konuyla ilgili gerçekler üzerine muhakemelerde anlaşma	Faillerin güvenilirliği üzerine anlaşma	Meşruiyet üzerine muhakemelerde anlaşma (moralische Urteile)

### Şekil 2. Çeşitli İletişim Amaçlarıyla Birleştirilen Dört Hİ Aşaması

Kaynak: (Burkart, 1994, 227)

Yukarıdaki şekil aracılığıyla gerçekliğin nesnel boyutu, gerçekliğin öznel boyutu ve gerçekliğin sosyal boyutu çerçevesinde gerçekleşen iletişim; bilgi edinme, tartışma, söylem ve durumun tanımlanması olmak üzere dört halkla ilişkiler aşaması ile formüle edilmektedir. OYHİ Modeli; hükümet ile baskı grupları, belediye yönetimleri ile belde sakinleri, özel sektör kuruluşları ile soruna yönelik kamular arasındaki çatışma çözümünde uygulanabilen bir yapıya sahip görünmektedir. Günümüzde göze çarpan bir örnek arandığında, Türkiye’de “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan makro düzeydeki çatışma çözümüne yönelik hükümet girişimi, OYHİ Modeli ile uyumlu bir görünüm vermektedir.

### Sonuç

Habermas’ın kamusal tartışma ortamlarında gelişebilecek şekilde düzenlediği İletişimsel Eylem Kuramı, rasyonel iletişimi öne çıkarmakta ve demokratik bir tartışma mekanizmasıyla zıt fikirlerin çarpışmasını mümkün kılmaktadır. İletişimsel eylem kuramı, kişilerarası iletişim sürecinde müzakereyle doğru bilgiye erişimin önünü açmaktadır. Gerçek yaşamda, genellikle bu kuramdaki tüm koşulların tüm yönleriyle sağlanmamış olduğunu kabul etmekle birlikte, Habermas, iletişimsel eylemi idealize ederek günümüz liberal sisteminin anayasal devlet düzeninde kuramın uygulanabilir olduğunu öne sürmektedir.

İletişimsel Eylem Kuramında açıklanan kuralların halkla ilişkiler iletişimine uyarlanarak çatışma çözümünde kullanılması, Avusturyalı halkla ilişkiler akademisyeni Roland Burkart



tarafından önerilmektedir. Bu çalışmada, Oydaşmaya-Yönelik Halkla İlişkiler Modelinin temel önermeleri tanıtılmaktadır. Burkart'ın önerdiği halkla ilişkiler modeli, halkla ilişkiler uygulayıcılarının adına çalıştıkları bireylerin veya kurumların eylemlerinin sonuçlarından hedef kitlelerin şüphe duyabileceğini yönetim kademesine hatırlatarak, çatışma çözümüne rasyonel iletişim yöntemleriyle yaklaşmayı sağlamaktadır. Halkla ilişkiler uygulayıcısının hedef kitlelerle soruna yönelik çözüm üretmede dürüst davranması, öne sürülen argümanların geçerli bir bağlam içermesi ve halkla ilişkiler iletişiminin samimi olarak gerçekleşmesi, çatışma çözümünde adına çalışılan kişiler veya kurumlar ile hedef kitlelerinin karşılıklı yararını içeren bir sonuca götürecektir.

OYHİ Modelinde, gerçekliğin üç dünyasına ilişkin olarak yapılandırılan dört halkla ilişkiler aşaması, kamusalığın imkân verdiği bir ideal iletişim mekanizmasını beraberinde getirmektedir. Bilgi edinme aşamasında, halkla ilişkiler uygulayıcıları, sorunun tüm yönlerini kuşatan bilgiye erişme çabasına yönelmektedirler. Tartışma aşamasında, adına çalışılan bireylerin veya kurumların argümanları ve soruna ilişkin kamuların argümanları karşılıklı olarak açıklanmaktadır. Anlaşmazlık durumunun çözülememesi halinde, söylem mekanizmasıyla iletişim süreci uzatılmaktadır. Durumun tanımlanması aşamasında, halkla ilişkiler uygulayıcısının başlatmış olduğu çatışma çözümünde başarıya erişilip erişilemediği değerlendirilmektedir.

Halkla ilişkiler iletişimi, iletişim yönetimi bağlamında rasyonel söylemler aracılığıyla soruna ilgili hedef kitleler ile çatışma çözümünü getiren bir sürecin yolunu açmaktadır. Halkla ilişkiler uygulayıcıları, OYHİ Modelinden yararlanarak yönetsel bir fonksiyon üstelenebilirler. OYHİ Modeli aracılığıyla halkla ilişkilerin rolü, iletişim teknisyenliğiyle sınırlı kalmadan iletişim yöneticiliğine doğru evrilmektedir. OYHİ Modeli, hükümetler ile baskı grupları, belediyeler ile belde sakinleri, özel şirketler ile tüketici kitleler arasında uygulanabilecek bir halkla ilişkiler modeli olmaktadır. Buna en uygun örneklerden biri olarak, makro düzeyde uygulanmakta olan ve Türkiye'de yaygın olarak "Çözüm Süreci" niteliğiyle adlandırılan diyalog yoluyla bir çatışma çözümüne yönelme girişimi gösterilebilir.

Sonuç olarak denilebilir ki, OYHİ Modeli, örgütler (devletin yürütme organı, kamu kurum ve kuruluşları, özel şirketler, sivil toplum kuruluşları) ile soruna yönelik kamular arasındaki iletişim sürecini rasyonelleştirerek halkla ilişkilere değer katmaktadır. Kuramlar, halkla ilişkiler uygulamaları için rehber niteliğindeki önemli kaynaklar olarak görünmektedirler. Bu nedene bağlı olarak, sosyal bilimler alanındaki kuramların halkla ilişkiler alanına uyarlanması ve örnek olaylar eşliğinde test edilmesi önerilmektedir.

### KAYNAKÇA

- Assoun, P.-L. (2012). *Frankfurt Okulu*. (I. Ergüden, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bentele, G. and Wehmeier, S. (2007). Applying Sociology to Public Relations: A Commentary. *Public Relations Review*, 33(2007), 294-300.
- Burkart, R. (1993). *Public Relations als Konfliktmanagement Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit: Untersucht am Beispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich*. Vienna [Public Relations as conflict management: A model for consensus-oriented public relations. Based upon research about planning a hazardous waste facility in Lower Austria. Wien: Braumüller].
- Burkart, R. (1994). Consensus Oriented Public Relations as a Solution to The Landfill Conflict. *Waste Management & Research*, 12, 223-232.
- Burkart, R. (2004). Consensus-Oriented Public Relations (COPR): A Concept for Planning and Evaluation of Public Relations. B. Van Ruler & D. Vercic (Eds.). *Public Relations in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*. (p. 459-465). Berlin/New York, Mouton De Gruyter.

- Burkart, R. (2007). On Habermas and Public Relations. *Public Relations Review*, 33(2007), 249-254.
- Burkart, R. (2009). On Habermas: Understanding and Public Relations. Ø. Ihlen, B. Van Ruler, M. Fredriksson (Eds.). *Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*. (p. 141-165). New York and London: Routledge.
- Çaha, Ö. (2005). Mahrem Kamusal Alan. L. Sunar (Yayına Haz.). *Sivil Bir Kamusal Alan*. (s. 143-161). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Dozier, D. M. ve Ehling, W. P. (2005). Halkla İlişkiler Programlarının Değerlendirilmesi: Programların Etkileri Konusunda Literatürün Bize Söyledikleri. (E. Özsayar, Çev.). *Halkla İlişkiler Ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*. (s. 173-199). İstanbul: Rota Yayınları.
- Grunig, J. E. and Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Belmont CA: Thomson Wadsworth.
- Grunig, J. E. ve Grunig, L. A. (2005). Halkla İlişkiler Ve İletişim Modelleri. (E. Özsayar, Çev.). *Halkla İlişkiler Ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*. (s. 308-348). İstanbul: Rota Yayınları.
- Habermas, J. (1992). *Rasyonel Bir Toplum Doğru*. (A. Çiğdem ve M. Küçük, Çev.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. (T. Bora ve M. Sancar, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Habermas, J. (2009). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. (T. Bora ve M. Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Keyman, E. F. (2006). Kamusal Alan Ve “Cumhuriyetçi Liberalizm”: Türkiye’de Demokrasi Sorunu. A. Karadağ, (Ed.). *Kamusal Alan Ve Türkiye*. (s.134-158). Ankara: Asil Yayınları.
- L’Etang, J. (2002). Halkla İlişkiler Ve Retorik. J. L’Etang ve M. Pieczka, (Der.). *Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar*. (s. 153-187). Ankara: Vadi Yayınları.
- Luecke, R. (2010). *Müzakere*. (M. Ç. Şenerdi, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Mutlu, E. (2004). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.
- Özbek, M. (2010). Giriş: Kamusal Alanın Sınırları. M. Özbek, (Ed.). *Kamusal Alan*. (s. 19-89). İstanbul: Hil Yayınları.
- Rahte, E. Ç. (2010). Kamusallık, Toplumsal Katılım Ve Medya: Kadın Programları Etnografisi. *İletişim. Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını*, 55-84.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2015). Sözcük arama: “oydaşma”. Erişim: 20 Nisan 2015, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.553505395679f5.57528588](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.553505395679f5.57528588)
- Ustakara, F., Mavnacıoğlu, K., Görpe, S. (2012). The Change in the Perception of Public Relations: From Publicity to Consensus Building. Unpublished Proceeding. *EUPRERA Congress*, 20-22 September 2012, İstanbul.
- Ustakara, F. (2013). *Hegemonya-Müzakere İkilemi Bağlamında Halkla İlişkilere Yönelik Algı Araştırması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

### Görüşme

- Burkart, R. (2013). Answers to Questions about COPR Model via e-mail. Accessed on: 15 August 2013.