

## BOURDIEU'NUN İLİŞKİSEL YAKLAŞIMI IŞIĞINDA HALKLA İLİŞKİLER VE GÜÇ

Güliden ÖZKAN<sup>1</sup>

### ÖZ

Halkla ilişkiler teori ve pratiğine ilişkin normatif yaklaşımlar ile bunların karşısında yer alan eleştirel yaklaşımların iki ucu oluşturdukları bilinmektedir. 2000'li yıllarla birlikte alanda varlığı beliren sosyo-kültürel yaklaşım ise, bu iki uç arasındaki dualiteyi aşmak üzere odağına, yapıları ya da failleri değil ilişkileri almıştır. Bu çalışmada üç halkla ilişkiler perspektifinin güç konusuna yaklaşımları irdelenmiş, sosyo-kültürel yaklaşımdan Bourdieu'nun dünyaya ilişkin ilişkisel bakış açısının halkla ilişkileri toplumsal bağlamı içinde anlama noktasında bir çerçeve sunduğu saptanmıştır. Bourdieu tarafından geliştirilen habitus, alan, sermaye ve sembolik güç kavramlarının halkla ilişkilerin toplumdaki güç dinamikleri ve güç ilişkileri içindeki konumunu serimleme noktasında üretken bir bakış açısı sağladığı görülmüştür.

**Anahtar kelimeler:** Halkla ilişkiler, güç, sosyo-kültürel yaklaşım, ilişkisel sosyoloji

### PUBLIC RELATIONS AND POWER THROUGH THE BOURDIEU'S RELATIONAL APPROACH

### ABSTARCT

It is known that normative approaches to public relations theory and practice and the critical approaches constitute the two pillars. The socio-cultural approach that took place in the field with the years of the 2000s has been focus the on relationships not the structures or the agents, to overcome the duality between these two perspectives. In this study, perspectives on approaches to power have been examined, from the socio-cultural approach, Bourdieu's relational viewpoint has been found to provide a framework for understanding the public relation to the social context. The concepts of habitus, field, capital and symbolic power developed by Bourdieu have provided a productive point of view at the point of revealing the position of public relations in power dynamics and power relations in society.

**Keywords:** Public relations, power, socio-cultural approach, relational sociology

### Giriş

Kurumlarda varlık gösteren halkla ilişkilerin toplumsal rolü nedir sorusuna getirilen açıklamaların uygulamaların biçimini ve teorilerin yönünü etkilediği açıktır. Halkla ilişkiler pratiğini irdelemek üzere geliştirilen teorilerin tümünün bu basit gibi

---

<sup>1</sup> Arş. Gör. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, guldensapozkan@hotmail.com,  
ORCID ID 0000-0002-0485-7015

görünen tek bir soruya verilen cevap niteliğinde olduğu kabul edilebilir. Bu noktada açıklamaların odağında yer alan iki taraftan söz etmek mümkündür: kurum ve toplum.

Halkla ilişkiler teori ve pratiğine ilişkin yaklaşımlardan merkezine kurumları, kurumsal çıkar ve başarıları alan normatif bakış açısı; Grunig tarafından 1984 yılında alana ilişkin ilk teorinin geliştirilmesiyle başlayan ve alanda teorilerin baskın paradigması olarak kabul edilen liberal yaklaşımdan temellenmektedir.

Öte yandan liberal yaklaşımların sorgulandığı; mükemmel halkla ilişkilere ilişkin simetrik teorinin ve temelini işlevselci-sistem yaklaşımından alan diğer kuramların eleştirildiği, merkezinde normatif teoriler tarafından ihmal edilen toplumun ve halkla ilişkilerin toplumsal etkilerinin yer aldığı teoriler 2000'li yıllarla birlikte gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. Artık periferik ya da marjinal olarak göz ardı edilmeyen bu teorilerin eleştirel yaklaşımlar ve sosyo-kültürel yaklaşımlar odağından geliştiklerini söylemek mümkündür.

Bu üç ana damardan yürütülen çalışmalar göstermektedir ki; her bir bakış açısı için güç kavramı merkezi önemdedir ve kavram her yaklaşımın kendi ontolojik kabulleri doğrultusunda irdelenmektedir. Güç; araştırmaların bir kısmında kamular üzerindeki kontrol ve otorite iken, bir diğer kısmında tahakküm kaynağı, bir başkasında değişim için bir fırsat olarak görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, halkla ilişkilere ilişkin bu üç perspektifin güç konusuna bakışını genel hatlarıyla ele almak ve karşılaştırmak dahası nispeten yeni bir bakış açısı olan sosyo-kültürel perspektifi irdelemeye çalışmaktır. Bu amaçla sosyo-kültürel perspektif ışığında halkla ilişkiler ve güç arasındaki ilişkinin serimlenmesinde Bourdieucu bir yaklaşımın sunduğu olanaklara yoğunlaşmıştır. Çalışma güce ilişkin genel bir anlam arayışı ile başlamakta, devamında halkla ilişkilere ilişkin temel bakış açıları olarak kabul edilen normatif ve eleştirel perspektiflerin güç konusuna yaklaşımları ele alınmaktadır. İzleyen satırlarda ise; güce ilişkin ilişkisel bir açılım yakalama imkanı veren Bourdieucu yaklaşımının ana hatları aktarılmakta böylece halkla ilişkilere ilişkin yeni bir bakış açısı sunan sosyo-kültürel perspektiften güç ilişkilerinin irdelenmesi ile çalışma tamamlanmaktadır.

## 1. Güç Kavramı

Bierstedt'in da ifade ettiği gibi sosyal bilimlerde çok az kavram güç kadar kafa karıştırıcıdır. Güç sosyolojik kavramların en rahatsız edicilerinden biridir (Bierstedt, 1950:730). Salt siyasal alanda değil ekonomik, finansal, bilimsel, askeri alanlarda da merkezi öneme sahip olan güç kavramı; toplumsal ilişkiler sisteminin de belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu yönüyle toplumlarda ve tüm sosyal ilişkilerde başat evrensel bir olgu olarak gücün sosyal etkileşimden ayrı düşünülmesi mümkün değildir. Bu başlık altında güç/iktidar tartışmalarına tümüyle yer vermek mümkün olmamakla birlikte kavramın taşıdığı anlam aktarılmaya ve güce ilişkin farklı yaklaşımların halkla ilişkilere ilişkin bakışı nasıl şekillendirdiği açıklanmaya çalışılmıştır.

Otorite, iktidar ve nüfuz gibi kavramlarla birlikte anılan *güç* kavramının dilimizdeki karşılığı; “fiziksel, düşüncel ve ahlaksal bir etki yapabilme ya da etkiye direnebilme yeteneği; kuvvet; bir olaya yol açan her türlü hareket; takat” olarak tanımlanmakta, ilişkili kavramlar irdelendiğinde ise; *otoritenin*; “yaptırma, yasak etme, emretme, itaat ettirme hakkı veya gücü”, *iktidarın*; “bir işi yapabilme gücü”, *nüfuzun*; “söz geçirme gücü” olarak yine güç kavramına işaret ettikleri ve gücün sınırlarına ilişkin belirleyicilik taşıdıkları görülmektedir (Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük). Sosyal bilimler alanında güç ve onunla ilişkili kavramlar noktasında esasen tartışmanın ona sahip olanlar ile sahip olanlardan etkilenenler ikiliğinde sürdüğü aşikardır.

Güce dair bütün tartışmaların ardındaki temel ve merkezi nokta; A'nın B'yi bir şekilde etkilediği fikridir (Lukes, 2016:50). Toplumsal yaşam içinde bireylerin birbirlerini her daim sayısız biçimde etkilediği açıktır. Güç kavramının tanımlanmasının ardından toplumsal yaşam içinde saptanması noktasında farklı yaklaşımlara rastlamak mümkündür.

Örneğin Parsons'a göre meşrulaştırılmış haliyle, A'nın B üzerindeki gücü; kolektif süreç içerisindeki bir karar alma birimi olan A'nın kolektif işleyişin bir bütün olarak etkililiğini gözeterek B'nin kararlarına göre öncelikli ve daha önemli sayılan kararlarda bulunma hakkıdır (Lukes, 2016:52). Parsons gücü; sahip olanlarla tabi

olanlar arasında bir uzlaşma noktasına yerleştirmiş olmasına karşın gücün her daim birileri üzerinde uygulandığı gerçeğinden kaçamamıştır. Ancak Giddens'ın (2001:216) vurguladığı üzere Parsons yaklaşımında gücün zorunlu hiyerarşik karakterini ve onun sonucu olarak ortaya çıkan çıkar farklılıklarını kasten ve bilinçli olarak ihmal etmiştir. Çünkü Parsons' a göre güç; kolektif hedeflerin önceden var olduğu varsayımına dayanmaktadır.

Benzer yaklaşıma sahip Arendt ise; gücün (power) tek bir bireyin mülkiyetinde olmadığını bir gruba ve grubun biraradılığına ait bir kavram olduğunu dile getirmektedir (Arendt, 2011:57). Gücü/iktidarı zor ve şiddetten kati bir biçimde ayıran Arendt kavramı; emir-itaat ilişkisinden kopararak kanaat paylaşımına, rıza gösterimine ve destek vermeye bağlamaktadır (Arendt, 2011:60-62). Lukes'a göre her iki kavramsallaştırma da "gücün" geleneksel olarak kabul gören temel anlamlarından ve temel meselelerden uzaklaşarak düzeltme ve ikna etme amacı güden yeniden tanımlama çabalarıdır.

Böylesi bir bakış dikkati sadece gücü elinde bulunduranlar noktasına çekmekte (power to) bu gücün kimin üzerinde kullanıldığı (power over) sorusunu gözden kaçırmaktadır. Böylece gücün; bir potansiyel, bir araç olduğu işaret edilerek bir ilişki olduğu yadsınmaktadır. Dahası bu ilişkiye taraf olanların sosyal konumlarına bağlı olarak zihinlerinde ve bedenlerinde taşıdıkları toplumsal güç ilişkilerini (bilinçsizce) yansıttıkları bütünüyle görmezden gelinmektedir.

Çalışmanın izleyen başlıklarında irdelenen temel perspektiflerin güç kavramına ilişkin bakış açılarının bu perspektiflerden geliştirilen halkla ilişkiler yaklaşımları için de belirleyici oldukları görülmektedir. Halkla ilişkilere ilişkin normatif perspektif kurum içi baskın koalisyona odaklanarak karar alma sürecinde ve yönetim katında halkla ilişkiler biriminin etkisi üzerinde dururken merkezine açıkça gücü elinde tutmayı, güce vakıf olmayı (power to) almıştır. Eleştirel perspektif ise; güç ilişkilerinin dengesizliği kabulünden yola çıkarak bu gücün kimin üzerinde nasıl kullanıldığını (power over) kısaca tahakkümü gözler önüne sermeye çalışmaktadır. Sosyo-kültürel bakış açısı ise; gücün (ve güç ilişkilerinin hem sebebi hem sonucu olacak biçimde) bu güce tabi olanları, durumlarını doğal addetmeye hatta bunu değerli görmeye iten ilişki yapılarına dikkat çekmeye çalışmaktadır. Bu Lukes tarafından

radikal bir görüş olarak sunulan ya da Bourdieu tarafından sembolik olarak nitelendirilen güçtür.

## 2. Temel Halkla İlişkiler Perspektiflerinden Güç Kavramına Bakış

### 2.1. Normatif Perspektif ve Baskın Koalisyon

Halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin normatif yaklaşım; 1984 yılında Grunig ve Hunt tarafından kaleme alınan “Halkla İlişkiler Yönetimi” adlı ders kitabı ile başlayan, önce geniş ölçekli bir araştırma çalışmasına, sonrasında da bir model önerisine dönüşen simetrik iletişime dayalı mükemmel halkla ilişkiler teorisine ve bu teorinin temel bakış açısını oluşturan işlevselci sistem anlayışına adeta kenetlenmiştir.

James E. Grunig ve Todd T. Hunt'ın geliştirdiği halkla ilişkilerin dört modeli; Amerika Birleşik Devletleri'nde evrimsel ve ilerlemeci bakış açısıyla tek yönü iletişimden çift yönlü ve simetrik iletişime doğru evrilen halkla ilişkiler uygulamalarının tipolojisini belirlemekle kalmamış uluslararası literatürü de biçimlendirmiştir (Yamanoğlu vd., 2013:20).

Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk halkla ilişkiler uygulamalarını duyurum ve kamunun bilgilendirilmesi olarak tanımlayan Grunig ve Hunt, bu dönemi bilginin tek taraflı olarak aktarıldığı, iletişimin tanıtıcı ve yönlendirici niteliği ile kullanıldığı yıllar olarak tanımlamışlardır. Grunig ve Hunt göre bundan sonraki dönem, halkla ilişkiler uygulamalarının iki yönlü iletişime evrildiği dönemdir. Diyalog temelli bu gelişimin son kertesi ideal bir reçete olarak benimsenmesi beklenen mükemmel halkla ilişkilere ilişkin standartlardır. İki yönlü halkla ilişkilere ilişkin bu yeni model pozitif ve normatif teorilerin ideal kombinasyonudur (Grunig, 2001:26).

İlk çalışmalarına dayanarak Grunig ve arkadaşları (2001:24); 226'sı ABD, 58'i Kanada ve 37'si İngiltere'den olmak üzere içinde özel, kamu, kar amacı gütmeyen kurumlar ile halkla ilişkiler ajanslarının yer aldığı 321 katılımcı ile halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin nicel ve bu kurumların içinden 27'si ile de nitel araştırmaya dayanan uluslararası bir araştırma çalışması yürütmüşlerdir<sup>2</sup>. 1985 yılında başlanan araştırmanın ilk sonuçlarının 1992 yılında yayınlanmasından günümüze sayısız

<sup>2</sup> James E. Grunig başkanlığındaki araştırma ekibi International Association of Business Communication (Uluslararası İş İletişimcileri Birliği) tarafından 400.000 Dolar ile desteklenmiş, araştırma sonuçları birliğin kuruluşunun 10. Yıl dönümüne atfen basılmıştır (Grunig, 2001:20-21).

araştırmaya ve çalışmaya konu olmuş, yüksek lisans ve doktora tezlerinde model olarak kullanılmıştır.

Araştırma çalışmasının tamamlanmasının ardından biri kuram, diğeri araştırma ağırlıklı iki kitap derlenmiştir. Çalışmanın teorik zeminini konu alan “Halkla İlişkiler ve İletişim yönetiminde Mükemmellik (Grunig vd. 2005)” adıyla yayınlanan kitapta başka konuların yanı sıra; halkla ilişkiler ve yönetim kararları (White & Dozier), iletişim yöneticileri mükemmellik ve etkinlik kuramlarını nasıl uygulayabilir (Reper), stratejik yönetim (Grunig & Repper), yönetimde mükemmellik nedir? (Grunig), iletişim ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının örgütsel rolleri (Dozier), halkla ilişkiler ve iletişimin örgüte kattığı değer (Ehling) konuları ele alınmıştır.

Halkla ilişkilerin toplum, toplumsal ilişkiler ve güç ilişkileri arenasındaki yerine örgüt odağından yaklaşan, merkezine kurumsal etkinliği alan çalışmada güç; halkla ilişkiler biriminin kurum içi yapılanmada elde etmesi gereken konuma ilişkindir. Bu bağlamda çalışmanın bir bölümü L. A. Grunig tarafından kaleme alınan halkla ilişkiler ve güç konusuna ayrılmıştır (Grunig, 2005:507-526). Esasen eserin geneline yayılmış bu anlayış, halkla ilişkiler biriminin baskın koalisyonun bir parçası olması gerektiği iddiasını taşıırken gerçekte sadece birimin kurum içi konumunu değil uygulamaları da güç alanı ile ilişkilendirmektedir. Şöyle ki; halkla ilişkiler uygulamalarından yararlanan kurumların ekonomik ve siyasi olarak avantaj elde ettiği aşikardır (Curtin & Gaither, 2005:95).

Uygulayıcıların örgütün basın koalisyonuna alınması, Broom ve Dozier'e (1985'ten aktaran Grunig, 2005:508) göre, “halkla ilişkiler mesleği açısından belki de en önemli profesyonel gelişim kriteridir”. J. Grunig ve Hunt bir adım daha ileri giderek, uygulayıcılar baskın koalisyonun içinde bulunmadıkça halkla ilişkiler uygulamasının fazla bir anlam taşımadığını ileri sürmüştür (Grunig, 2005:508).

Kurumlarda yer alan halkla ilişkiler birimlerinin ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının gücü ve bu gücün anlamı konusunda Larissa A. Grunig'in temel önermeleri gücün yönetsel işlevini açıklar niteliktedir:

“Halkla ilişkiler uygulayıcılarının baskın koalisyon içinde yani karar alıcılar katında yer alması onu teknik işlevinden sıyrarak yönetim işlevine taşır, bu; ancak uygulayıcıların eğitim, deneyim ve profesyonelleşmesine bağlı olan uzmanlıklarını arttırmaları yoluyla mümkündür. Dolayısıyla

mükemmel örgütlerde tepe yönetimde yer alan halkla ilişkiler birimlerinin baskın koalisyon içinde yer alması bir zorunluluktur (2005:509-516).”

Böylelikle halkla ilişkiler teori ve pratiğine ilişkin normatif yaklaşımın; halkla ilişkiler uygulayıcılarının işletme yönetimi kavramlarını ve yöntemlerini daha etkin, sistematik ve en önemlisi stratejik olarak anlamaları, benimsemeleri ve uygulamaları gerektiği iddiası anlaşılır olmaktadır. Grunig'in halkla ilişkiler uygulayıcılarının baskın koalisyon içinde yer alabilme şartlarını sıralarken örgütün yapısal niteliklerini ve bu niteliklerin belirleyicisi olan toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasi bileşenlerin ihmal edildiğini, baskın koalisyon içinde yer alabilmenin ölçütünün kişisel özelliklere indirildiğini görmek mümkündür.

Öte yandan Grunig'in önerileri halkla ilişkilerin yönetsel karar alıcılar arasında masada yer almasını bir zorunluluk olarak tanımlarken aslında bu gücün toplumsal etkilerine göz kırpmaktadır. Ancak gücün ya da nüfuzun bu niteliği ısrarla göz ardı edilmiş ya da daha doğru kelimelerle ifade etmek gerekirse gizlenmeye çalışılmıştır. Gücün görünmez kılınması en temel anlamda kurumlar ile kamular arasındaki eşitsizliği doğallaştırmaktadır. Nitekim; Karlberg (1996:273) simetrik iletişimin halkın her kesiminin kamusal söylemde kendisini temsil etmek için iletişim becerilerine ve kaynaklarına sahip olduğunu varsaydığını dile getirirken, mükemmellik araştırmasının yazarlarından biri olan Dozier ise; egemen modelin güçsüz halkları hesaba katmadığını belirtmiştir (Dozier & Lauzen, 2000:12).

## 2.2. Eleştirel Perspektif ve Zihnin Denetimi

Eleştirel yaklaşım, temellerini yapısalcılık, kültürel çalışmalar ve ekonomi politikten alan, Frankfurt okulu teorisyenlerinin yanı sıra Gramsci, Althusser, Habermas, Hall, Hoggart, Williams gibi çığır açan isimlerin çalışmalarıyla gelişen, liberal yaklaşımlara ve bu yaklaşımların temel varsayımlarına karşı duruşlarıyla ayırt edilen, güç ve meşruiyete ilişkin bir meydan okuma olarak konumlanan disiplinler arası teoriler kümesidir.

Temelde tüm düşünce biçimlerinin tarihsel ve toplumsal olarak kurulan iktidar ilişkileri aracılığıyla oluştuğu ve bu nedenle “gerçeklerin” “değerlerden” soyutlanamayacağı (Kincheloe & McClaren, 1994:139) fikri üzerine kurulu yaklaşım; tarih, iletişim, kültürel çalışmalar, toplumsal araştırmalar, yönetim ve örgütsel

araştırmalar ve kamu yönetimi gibi sosyal bilimler disiplinlerini etkilemiştir, kuşkusuz bu etki alanı içinde halkla ilişkiler de yer almaktadır.

Eleştirel yaklaşım, insan potansiyelini sınırlayan sosyal, ekonomik ve politik yapıların bu yapılarla ötüşen tahakküm stratejilerinin tanımlanması ve tartışılması yoluyla dönüşebileceği inancı üzerinde yükselir (L'Etang, 2005:521-522). İletişim ve halkla ilişkiler alanında oldukça köklü bir geleneğe sahip olan pozitivist iletişim çalışmalarından beslenen Anglo-Amerikan (normatif) halkla ilişkiler anlayışına (Becerikli, 2008:64) karşın alandaki eleştirel yaklaşımlar; egemen paradigmanın geçerli varsayımlarına karşı çıkmış, özellikle medya sosyolojisinin etkileriyle siyasalar ve uygulamalar eleştirilere konu olmuştur (L'Etang, 2005:522).

Akademik alanda halkla ilişkilere ilişkin yürütülen çalışmaların büyük bir bölümünün liberal değerleri yansıtan normatif çalışmalar olduğu ve bu çalışmaların halkla ilişkilerin içinde doğduğu, geliştiği ve uygulama alanı bulduğu, etkilediği ve etkilendiği toplumu ve toplumsal ilişkileri ihmal ettiği açıktır. Örneğin, Curtin ve Gaither tarafından 2005 yılında kaleme alınan çalışmada, egemen normatif teorilere karşı geliştirilen dört temel eleştiri unsuru tespit edilmiştir: halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olarak tanımlanması, aktarımsal ve işlevsel iletişim modelinin temel alınması, örgütsel teorilerin vurgulanması ve ilişkilerdeki güç eşitsizliğinin ihmal edilmesi (Curtin & Gaither, 2005: 92).

Eleştirel yaklaşımlar, gücün ilişkilerin doğasında olduğu ve bu nedenle göz ardı edilemez veya indirgenemez olduğu fikrini merkeze alır (Curtin & Gaither, 2005:96). Eleştirel yaklaşımların odağında yer alan güç konusu ve bu konuda yürütülen çalışmalar esasen halkla ilişkilerin ideolojik gücünü serimlemek üzere kaleme alınmışlardır. Bu çizgiyi izleyen bir perspektif, halkla ilişkilerin ideolojisini ve bu ideolojinin hizmet ettiği ekonomik çıkarları sorgulamaktadır (Smudde & Courtright, 2010:186).

Halkla ilişkilerde eleştirel araştırmalar Holtzhausen'in de (2000:100) dile getirdiği gibi, halkla ilişkileri odağına modernizmin ve kapitalizmin bir ürünü olarak alır ve uygulamaların kurumların konumlarını muhafaza etmek amacıyla egemen çıkarların yani gücün korunmasına hizmet ettiğini açığa çıkarmaya çalışır. Yaklaşım halkla ilişkilerin rolünün, kurumların ellerinde bulundurdukları güç ve kontrolü korumak adına toplumsal sistemdeki konumlarını sürdürmek, dolayısıyla toplumsal



işleyişi olduğu haliyle devam ettirmek olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle, eleştirel yaklaşımlar odağından yürütülen çalışmalar, halkla ilişkileri yapısal olarak daha geniş toplumsal ilişkiler ve sosyal işleyiş içinde güç paylaşımı evrenine yerleştirilerek çözümlenmeye, halkla ilişkilerin gücünün kaynağını ve etkileri ortaya çıkarmaya çalışırlar.

Halkla ilişkiler alanına egemen normatif işlevsel yaklaşımın gözlerden uzak tuttuğu, mesleğin kurumsal çıkarlar için gücün koruması misyonu eleştirel bir yaklaşım ile toplumsal düzenin var olan haliyle kabul ettirilmesi daha net olarak kapitalist anlayışın ve liberal değerlerin benimsetilmesi işlevi olarak açığa çıkar.

Normatif yaklaşımlar iktidara dair mücadele ve müzakere zemininde halkla ilişkileri meşru bir taktik olarak kabul etmektedirler. Eleştirel bakış açısından kültür endüstrisi, bilinç yönetimi, hegemonya, zihnin denetimi gibi kavramlarla da karşılanan halkla ilişkilerin bu işlevi; Becerikli (2003: 23) tarafından “halkla ilişkilerin kamu zihninin denetlenmesi amacına hizmet etmesi, liberal kapitalist demokrasilerde egemenliğin sağlanması için kullanılan bir teknik” olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan, işlevselci sistem teorisinin baskın paradigmatik niteliğine gönderme yaparak diyalog ya da monolog farkı olmaksızın her türlü iletişimin içinde anlam yaratımı olduğunu dile getiren Heath, Motion ve Leitch, yaratılan bu anlamın bireysel, örgütsel ya da toplumsal düzeylerde gücü ve güç kaynaklarını işaret ettiği noktada toplumsal etki yarattığını belirtmektedirler (2009:190). Bu bağlamda Heath, Motion ve Leitch'e göre; kelimelerin çıkarlar, güdüler, eylemler, kurumlar, ilişkiler ve seçimler şeklini alan “gerçekliği” belli bir bakış açısından sunan toplumsal inşacı bir etkisi bulunmaktadır. Halkla ilişkilerin gücü ise; bireysel, kurumsal ve toplumsal düzeyde gerçekliğe ilişkin ortak paylaşım duygusu oluşturan anlam üreten söyleminden kaynaklanır.

Böylece halkla ilişkiler, anlam yaratımı, söylem üretimi rolü ile toplumsal bağlam içine taşınmakla birlikte bu kez de yapıların belirleyiciliğinden kurtulamamıştır. Eleştirel yaklaşımlar; kurumların gücüne yaptıkları vurgu ile iktidar ilişkilerini, eşitsizlikleri, gücün belirleyiciliğini görmemize olanak sağlarken, toplumsal olanın değişkenliğini, akışkanlığını, ilişkiselliğini ve müzakereye dayalı niteliğini ihmal etmiştir.

### 3. Bourdieu İlişkiselliği ve Halkla İlişkiler

#### 3.1. Bourdieucu Yaklaşımın Ana Hatları

Özne-nesne, birey-toplum, yapı-fail ikiliklerinin zıtlık değil birliktelik ilişkisi içinde konumlandırıldığı ilişkisel kuramlar, sosyal bilimler çatısı altında toplumsal ilişkilerin incelenmesine kılavuzluk ederler. Zaman ve konum olarak birbirinden bağımsız araştırmalarla gelişen bir yaklaşımlar bütünü olarak ilişkisel teori, sosyal şeylerin (birey, grup, toplum, sosyal hareket) tözlere sahip olmadıkları; bakışı şeyler arasında olup bitenlere, şeylerin birbirleriyle nasıl ilişki kurduklarına, bağlantıları karmaşıktıkça nasıl ilişkileri tarafından kısıtlandıklarına yöneltmekle ilgili bir perspektif olarak tanımlanabilir (Çeğin ve Göker, 2012:14).

Bourdieu'nun ilişkisel yaklaşımı; toplumsal dünyanın birbirine bağlı, bağımlı ve karmaşık halinin çözümlenebilmesi için nesnelci ve öznelci bakış açılarının bağlantılandırılmasını önerir. Çünkü ona göre “gerçek bağlantısaldır”. Bourdieucu yaklaşımda, toplumsal yapılar ve zihinsel yapılar karşılıklı inşa ve tekabüliyet ilişkisi içerisindedir (Wacquant, 2007:61) .

Bourdieu benimsediği ilişkisel bakış açısı ile toplumsal dünyanın işleyişini habitus, alan ve sermaye kavramlarının kılavuzluğunda açıklar. Yaklaşımda, eylemi failsiz mekanik bir tepki olarak anlayan nesnelcilik ile bilinçli bir niyetin maksatlı işi olarak tasvir eden öznelcilikten kurtarma gayesiyle Bourdieu, sosyal uzamdaki konumlar ve temel bir dolayım sağlayan açıklayıcı bir şema olarak habitus kavramını geliştirmiştir (Çeğin ve Göker, 2015:18). Habitus, bireylerin içinde doğup yaşadıkları kültürel çevre neticesinde sahip oldukları bilgi birikimini, eğilimleri, yatkınlıkları ifade eder. Habitus ne tam anlamıyla bireyseldir ne de davranışları tek başına belirler; eyleyicilerin içinde işleyen yapılandırıcı bir mekanizmadır, çok çeşitli durumlarla başa çıkmayı sağlayan bir strateji üretme ilkesidir (Bourdieu & Wacquant, 2014:27).

En basit şekli ile habitus dışsal toplumsal yapıların içselleştirilmesi ve pratikler yoluyla davranışa dönüşerek dışsallaştırılmasıdır. Habitus, toplumsal dünya tarafından üretilirken aynı zamanda onu üretir. Bireylerin içinde buldukları toplumsal varlık koşulları onların eylemlerini şekillendiren habitusu üretir. Davranışlar, tutumlar, yatkınlıklar, düşünceler habitus tarafından biçimlendirilirken, habitusu biçimlendiren nesnel, kurumsal yapıları da yeniden üretme özelliği gösterir.

“Habitus, bir eyleyicinin pratiklerinin tümünü, hem özdeş kalıpların uygulanmasının bir ürünü olmasından dolayı sistemli kılan, hem de aynı zamanda başka bir yaşam stilini oluşturan pratiklerden belli bir sisteme göre ayrı kılan şeydir (Bourdieu, 2015:255).”

Bireyin toplumsallaşma sürecinde edindikleri yoluyla toplum, toplumsal işleyişin bedenleşmesi olarak habitus, dünyayı belli bir dünya olarak var eden şeydir. Görülmektedir ki, toplumsal gerçeklik varlığını iki kez kanıtlar: içsel ve dışsal olarak, zihinlerde ve şeylerde, habituslarda ve alanlarda.

Bourdieu'ya göre toplum; salt ekonomik olanın belirleyiciliğinde değildir. Eğitim, din, sanat, spor, gibi kısmi olarak özerk ancak türdeş alanlar da toplumsal yaşamın temel belirleyicileridir. Habitusun bireyleri içten yapılandırması gibi alanlar da dışsal biçimlendiriciler olarak işler. Bireyler toplumsal uzamda çeşitli alanlara dahil olarak toplumsallaşırken, dahil oldukları alanların belirlenimlerine bağlı olarak şekillenirler, bu alanın güç yapısıdır. Örneğin bilim insanı olmak isteyen birisi o alandaki bilimsel sermayeyi edinmek ve o bilimsel çevrenin habitusunu kendisi için çıkış noktası kabul etmek zorundadır, yani bu alanın kurallarına bağlı kalmak zorundadır (Wacquant, 2007:63).

Öte yandan bu alanların yapısal-nesnel ilişkiler ağı, öznelerarası görünür ilişkilerin ve etkileşimlerin şeklini ve içeriğini belirler. Bireylerin toplumsal yaşamdaki varlığı ilişkili oldukları diğerleri yoluyla vücut bulur, bu nedenle alandaki güç mücadelesi tüm konumlara ilişkindir.

Bourdieu'nun alan kavramsallaştırmasında merkezi önemde olan sermaye yine onun bakış açısıyla maddi birikimlerden farklılaşır ve daha fazlasını ifade eder. Alanı güç ile ilişkilendiren yazar, gücü de sermayeye bağlı olarak konumlandırır. Bourdieu'ya göre, her bir alanda değerli bulunan birikimler, kazanımlar ve nitelikler o alanın sermayesini oluştururken, sermayenin miktarı ise alan içindeki konumun belirleyicisidir. Temel olarak ekonomik, kültürel ve toplumsal sermaye tipleri ile bu birikimlerin anlamını ve değerini oluşturma ayrıcalığını veren sembolik sermaye; kişinin belli bir toplumsal alana katılımını ve bu alan içinde rekabetin getirdiği özel kazançlara ulaşmasını mümkün kılan belirli bir toplumsal arenada mevcut etkili kaynaklardır (Wacquant, 2007:62). Alandaki güç eşitsizliklerinin temel sebebi sermaye eşitsizliğidir. Bu, eşitsizlik, bir yandan alanın hakim ve madun gruplarını

yaratırken bir yandan da gücü elinde bulunduran hakim gruplara toplumsal gerçekliği oluşturabilme ayrıcalığını sağlar.

Bourdieu'nun sembolik sermayeye bağlı olarak geliştirdiği sembolik güç kavramı, artifactlerin içinde barındırdığı maddi değerden daha fazla ve farklı bir anlam içerdiği şeklindeki bilişsel dönüşüme dayanmakta ve maddi anlamından daha değerli olduğu hissini yaratmaktadır. Sembolik güç, bu gücü elinde bulunduran gruplar tarafından kendi çıkarlarının topluma farklı yansıtılması yoluyla yaratılır, böylece hem habitus hem de toplumsal yapı normalleştirilir (Edwards, 2006:230).

İlişkisel bakış açısıyla Bourdieu tarafından geliştirilen kavramlar, halkla ilişkilerin toplumsal rolünün güç ilişkileri üzerinden değerlendirilmesine olanak sağlamaktadır. Bu bakış açısıyla, mesleğin güç ilişkileri ağında aldığı konum ve halkla ilişkiler uygulamalarının gücün elde edilmesi veya korunması noktasındaki rolü daha anlaşılır hale gelmektedir.

Sembolik güç; sözcüklerle şeyleri yapma gücüdür. (Bourdieu, 2012:363). Dolayısıyla Bourdieu, güç ilişkilerini gerçekliğe taşıyan, gücü koruyan ve sürdüren, ona uygulama alanı yaratan “dili” temel araç olarak nitelendirmektedir. İşlerinin merkezinde dilin yer aldığı gazetecilik, politikacılık, reklamcılık, halkla ilişkiler uzmanlığı gibi bazı meslekleri, çıkarları tarafsız anlamlandırmalarla gizleyen ya da dönüştüren ve keyfi güç ilişkilerini meşrulaştıran sembol üreticileri olarak adlandırmak mümkündür (Bourdieu, 2015:516-517).

### 3.2. Sosyo-Kültürel Perspektif ve İlişkiler

Eleştirel yaklaşımın ana kollarından biri olan kültürel çalışmalar disiplininin kılavuzluğunda 2000’li yıllarla birlikte halkla ilişkiler çalışmalarında beliren kültürel açılımın, halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin bakış açısını kayda değer ölçüde değiştirdiğini söylemek mümkündür.

Bu bağlamda Waymer (2012:1) kültürün; toplumsallaşma sürecinde öğrenilen ortak etkileşim ve davranış örüntüleri, bilişsel yapılar ve duygusal anlayışlar bütünü olarak kabul edildiğini ve buradan yola çıkarak kültürün öğrenilebilir ve aktarılabilir olduğunu saptamanın mümkün olduğunu söyler. Bu tanım ışığında kültürün basit ancak kapsamlı niteliğinin halkla ilişkiler çalışmalarını, öğrenimini ve uygulamalarını da içerdiği açıktır.

Halkla ilişkiler uygulayıcıları kültürel olarak kodlanmış mesajların üreticileri ile bu mesajları kültürel anlamları ile çözen tüketiciler arasında kültürün üretiminde birer aracı olarak yer alırlar. Ayrıca uygulayıcıların temsil ettikleri kurumların içinde buldukları toplumu ve ideolojileri yansıtan, belli değerleri sahiplenen kurum kültürleri ve kültürel kimlikleri vardır. Tüm bunlara uygulayıcıların kendi kültürel kimliklerini, mesleğe ilişkin zamanla oluşmuş yaygın kültürel değerleri eklemek mümkündür (aslında zorunluluktur<sup>3</sup>). Tüm bu nedenlerle halkla ilişkiler kültürel bir pratiktir (Bardhan & Weaver, 2011:8).

Sosyoloji, kültürel çalışmalar, post-kolonyal, post-yapısal, ekonomi politik, ekoloji, feminizm, quer teori gibi geniş yelpazedeki disiplinlerden beslenen; antropoloji, etnografi, sosyal psikoloji alanları ile kesişen, iletişime ilişkin eleştirel-kültürel bakış açısını temel alan halkla ilişkilere ilişkin sosyo-kültürel yaklaşımı benimseyen akademisyenlerin işe; halkla ilişkilerin toplumsal konumuna bakmakla başladıkları söylemek mümkündür (Edwards & Hodges, 2011: 4).

Normatif perspektiften yürütülen ya da eleştirel bakış açısından temellenen önceki çalışmalar halkla ilişkileri ya kurumlar için itici bir kuvvet ya da tahakküm kaynağı olarak konumlandırmaktaydılar. Esasen halkla ilişkiler; ontolojik açıdan hem iradeyi şekillendirdiği varsayılan yapılardan hem de iradeyi ortaya koyan faillerden ayrı olarak her iki dinamiğin birlikte varlık gösterdiği bir alan olarak belirlemekteydi.

Edwards ve Hodges (2011) kaleme aldıkları çalışmalarında bu dualiteyi aşmak üzere radikal bir sosyo-kültürel viraj önererek halkla ilişkileri toplumsal ve kültürel anlamların önerildiği eylem ötesi (transaction - işlemsel) bir alan olarak tanımdılar ve halkla ilişkilere ilişkin ontolojik ve epistemolojik bir değişimin gerekliliğini ortaya koydular.

Bu teorik dönemeçte halkla ilişkiler; örgütsel bağlamda işlevsel bir süreç olarak görülmekten, sembolik ve materyal gerçekliği toplum tarafından yapılandırılan iletişimsel sürecin şekillendirilmesinde rol oynayan sosyo-kültürel bir eylem olarak algılanmaya doğru hareket etmektedir (Daymon ve Hodges,2009'dan aktaran Edwards ve Hodges, 2011:3). Dolayısıyla halkla ilişkiler bu yeni bakış açısıyla; toplum tarafından kurulan toplumsal gerçekliğin iletişim süreçleri ile biçimlendirildiği

<sup>3</sup> Parantez içi bana ait.

kültürel bir etkinlik, yeni toplumsal ve kültürel anlamların üretildiği ve yaratılan bu yeni anlamların zamanla toplumsal dokunun bir parçası haline getirildiği etkileşim alanı olarak görülmektedir.

Güç; anlamın üretiminde taraflar arasında gidip gelen söz sahibi olma yetisi noktasında belirir. Ortak yaratım sürecinde söylem alanı kazanılan ya da kaybedilen değil, üzerinde sürekli mücadele verilir. Dolayısıyla taraflarda değil onlar arasında olan bu güç; kişiye ya da kuruma indirgenemez, güç öncelikli olarak toplumsal konuma ilişkindir. Gerçeklik; gücün belirleyiciliğinin yadsınamayacağı ilişkililerdedir. Toplumsal konumlar arasında varlık bulan güç, ilişki biçimlerinin kalıplaştığı veya vücut bulduğu şekillerde ortaya çıkar (Bourdieu ve Wacquant,1992'den aktaran Emirbayer, 2012:36). Bu noktada eylem-ötesi/işlemsel (transaction) olarak adlandırılan şey, etkileşimden (interaction) yani varlıkların karşılıklı olma halinden farklı olarak varlıkların arasındaki şeydir.

Bu yönüyle alanda açıkça zikredilmemiş olmasına rağmen sosyo-kültürel yaklaşım, ilişkisel sosyoloji bakış açısının derin izlerini taşır. Kültürel, toplumsal, ekonomik ve siyasi tüm bileşenleri ile birlikte halkla ilişkiler uygulamaları kurumlar ile kamular, devlet ile halk, markalar ile tüketiciler, filmler ile izleyiciler, ünlüler ile hayranları "arasında" yani tam da transaction (eylem-ötesi/işlemsel) alanda varlık gösterir.

Sosyo-kültürel yaklaşım halkla ilişkileri anlam yaratan söylem üretimi rolü ile güç ilişkilerinin aracı, gücün taşıyıcısı noktasına konumlandırır. Bourdieu'ya göre bu gücün belirlediği andır. Halkla ilişkilerin ürettiği söylemin ya da yarattığı anlamın tek belirleyicisi olarak kurumu ya da yönlendiricisi olarak kamuyu işaret etmek mümkün değildir, böyle bir indirgeme ya da başlangıç noktası kurumu ya da kamuyu diğerine çıpalamak birinin önemini diğerine göre belirlemek anlamına gelecektir.

Bu, pratiklerle vücut bulan anlamların toplumsal dokunun bir parçası haline gelmesi, aynı zamanda toplumsal ve kültürel yükleriyle birlikte kelimelerin gücün taşıyıcıları olarak toplumu yapılandırmasıdır. Sosyo-kültürel yaklaşımın halkla ilişkiler alanına ilişkin ontolojik ve epistemolojik kabullerin dönüşümü ile işaret ettiği şey; uygulamaların değerlendirilmesinde tözcü yaklaşımların belirleyiciliğinden kurtularak ilişkisel yaklaşımların gerçekliğinin kabul edilmesidir.

Bourdieu'nun habitus, alan ve sermaye kavramları ile açıklığa kavuşturduğu sembolik gücün toplumsal ilişkiler üzerindeki yapılandırıcı etkisi halkla ilişkiler ve güç konusunda yürütülen bu çalışmanın son durağını oluşturmaktadır.

Halkla ilişkiler adına çalıştıkları kurumların varlık gösterdikleri alanda konumlarını korumak ya da ileri taşımak göreviyle güç ilişkilerine dahil olur. Sembolik gücün sağladığı toplumsal gerçekliği yaratabilme yetisi ile halkla ilişkiler, kurumların konumlarını yaratırken aynı zamanda habitusları da tanımladıkları için bireysel konumları da yaratırlar. Dolayısıyla, halkla ilişkiler uygulamaları konumlar yoluyla sahiplenilen değerleri ve bu değerlerin toplumsal gücünü tüketim, satın alma veya oy verme gibi pratiklerle bireylere aktaran bir kayış görevi görürler.

Öte yandan bu işleyiş, kurumun iş yaptığı faaliyet alanını (gıda, tekstil, turizm, taşımacılık vb.), ilişkili olduğu diğer alanları, genel olarak ekonomik alanı ve ekonomik alanla bağlantılı tüm alanların işleyişini meşrulaştırır bu yönüyle toplumsal işleyişin onanmasına ve onaylanmasına katkıda bulunur. Dolayısıyla halkla ilişkiler uygulayıcıları kitleleri belli bir bakış açısına ikna etmek suretiyle kurumların toplumdaki yerini korumak ya da ileriye taşımak için çalışırlar (Motion & Weaver, 2005:50). Eleştirel bakış açısı halkla ilişkilerin toplumsal yapı içindeki bu rolünü çok sayıda çalışma ile gün yüzüne çıkarmıştır. Dolayısıyla tartışmayı bu noktada bırakmak sosyo-kültürel bakış açısıyla eleştirel bakış açısını farksızlaştırır.

Oysa, uygulayıcıların tüm bunları güç ilişkilerinde başat konumların belirlenmesinde payı olan toplumsal bağlam içinde yürüttükleri, toplumsal bağlamın bu türden faaliyetlerin gerçekleştirilmesini hem kolaylaştırdığını hem de neredeyse seçenezsizleştirdiğini söylemek mümkündür.

Halkla ilişkiler ulusal, uluslararası ve bireysel kültürler dâhilinde sosyal, siyasal, ekonomik, kurumsal ve profesyonel geniş bir yelpazedeki türlü bağlamlarda söylemi dizayn etmekte ve yaymaktadır. Uygulayıcıların kültürel rolü ürün, hizmet, fikir ya da bireylerin “anımlar” ile ilişkilendirilmesine yardımcı olmaktır (Hodges ve Edwards, 2014:89-90).

Halkla ilişkilere ilişkin sosyo-kültürel perspektifin başlangıç noktası, halkla ilişkilerin toplumsal bağlamdan yalıtılmış özgür ve yansız bir uğraş olmadığının kabul edilmesidir. Aksine halkla ilişkiler, müşteri, seçmen, yurttaş, öğrenci, akademisyen vb.

kimlikler konusunda toplumsal dokunun en derinlerinde hissedilen ve inanış, değer ve tavırları yani *habitusu* belirleyenlerle ilgilidir (Edwards, 2011:61). Beğenileri şekillendirmek ve yeni yatkınlıklar oluşturmak (Nixon ve Du Gay, 2002:497) göreviyle donanmış kültürel aracılık meslekleri, topluma toplum tarafından kabul edilebilir *habitus* türlerini tanıtmakta, mal ya da hizmetlerin toplumsal uzamdaki konumlarını işaret ederken aynı zamanda bu konumlara ilişkin anlamların yaratımı ile *habitusları* da sınıflandırmaktadır.

Bireylerin dünya üzerindeki yerlerini belirleyen toplumsal hiyerarşi *habitusun* temelini oluşturmakta, *habitus* dünyayı kavrama noktasında toplumsal yapıların normalleştirilmesine ve geçerli kılınmasına hizmet etmektedir. Yaşamın erken dönemlerinde içselleştirilen ve normalleştirilen *habitus*, bireylerin olağan dünya kavrayışı içinde toplumsal yapıların farkında olmaksızın ölümsüzleşmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla toplumsal dünya ile uyum içinde işleyen *habitus*, bireyler için uygun olanların çerçevesini belirlemektedir.

Bourdieu'ya göre bireylerin *habituslarını* yapılandıran ise; gerçekliği yayma yetisine sahip alan hiyerarşisinin en üstünde konum alanlar yani sembolik sermaye sahipleridir. Dahası, sembolik egemenler; kendi çıkarlarını bu gerçekliğin içine gizleyerek alandaki diğerlerinin özellikle hiyerarşik olarak altta kalanların dezavantajına olacak şekilde onu normalleştirir ve basitçe ortak yarar olarak kabul edilmesine uğraşırlar.

Bu normalleştirme süreci, sembolik güce sahip olanları yerinden etmenin neden bu kadar zor olduğunun kanıtı niteliğindedir. Sembolik güç sahipleriyle mücadele etmek çoğu zaman alanın işleyişini sağlayan fakat kim tarafından desteklendiği bilinmeyen tüm inanış sistemiyle mücadele etmek anlamını taşımaktadır (Edwards, 2011:63). Bu noktadan bakıldığında halkla ilişkiler uygulayıcıları hem mesleki alanlarına hem de *habituslarına* uygun olacak şekilde toplumsal hiyerarşiyi korumaya ve sürdürmeye yönelik mesajların üretimi, yayımı ve türlü sermayelere ilişkin sembolik değer ve dolayısıyla gücün yaratımı için çalışmaktadırlar. Kaçınılmaz olarak kendileri de bu gücün etkisi altında olan halkla ilişkiler çalışanları hem toplumsallaşma süreci hem de mesleki eğitim sürecinde şekillenen *habitusları* yoluyla alana ve işleyişe uygun halkla ilişkiler çalışmaları yürütmektedirler.



Bourdieu, habitus kavramıyla bireysel hatta öznel olanın dahi toplumsal olduğu fikrini ortaya koymaktadır. Böylece halkla ilişkiler uygulayıcılarının toplumdaki baskın güç ilişkilerine göre şekillenmiş olan *habitus* ve *alan* tarafından bilinçsizce tanımlanmış olduğu ve uygulamaların sadece bu başat ilişkileri yansıtabileceği düşüncesi toplumsal gerçekliğe daha yakın düşmektedir.

Sosyo-kültürel perspektiften Bourdieucu bir bakışla bakıldığında halkla ilişkilerin elinde bulundurduğu, uygulamalarla toplumsal uzamda ilişkilerin niteliğini belirleyen ve onları hiyerarşize eden güç; çeşitli çalışmalarda zikredilen kurumsal çıkarlardan çok daha karmaşıktır. Bu bağlamda halkla ilişkiler sadece adına çalıştıkları kurumların, işletmelerin veya organizasyonların değil, tüm kurumsal yapının yani alanların kelime dağarcığını, dilini özetle zihnini ifade eder.

### Sonuç

Bu çalışmada, halkla ilişkiler teori ve pratiğine ilişkin normatif, eleştirel ve sosyo-kültürel yaklaşımların güç konusuna bakışları tartışılmış, nispeten yeni bir yaklaşım olan sosyo-kültürel perspektiften Bourdieu'nun ilişkisel yaklaşımının halkla ilişkiler ve güç arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi noktasında sunduğu olanaklara yoğunlaşmıştır.

Normatif yaklaşımların gücü, kurum içi yapılanma temelinde halkla ilişkiler biriminin baskın koalisyon içinde yer alarak örgütsel kararlarda söz sahibi olma düzeyinde, eleştirel yaklaşımların ise kurumsal çıkarlar uğruna kamunun tahakküm altına alınabilmesi için zihnin denetlenmesi noktasında değerlendirdiği görülmüştür.

Sosyo-kültürel bakış açısına göre güç, anlamın üretiminde taraflar arasında gidip gelen söz sahibi olma noktasındadır. Bourdieu'nun sembolik güç adını verdiği "sözcüklerle dünya kurma gücü" öncelikli olarak toplumsal konumlara ilişkindir. Toplumsal yapıyı oluşturan alanlar içinde türlü sermayelerin miktarlarına bağlı olarak belirlenen konumlar ve konumlar arası güç mücadelesi toplumsal işleyişin belirleyicisidir.

Böyle bir sosyal işleyiş içinde zihnin ve eylemlerin yönlendiricisi olarak habitus, toplumsallaşmış kurallar ve eğilimler aracılığıyla gerçeklik bulur. Toplumsal olarak belirlenmiş, biçimlenmiş şekilde düşünmek, hissetmek ve davranmak eğilimi; toplumu kişiler seviyesinde kalıcı hale getirme biçimidir. Dolayısıyla halkla ilişkiler

uygulamalarını bu toplumsal işleyişten ayrı düşünmek mümkün değildir. Halkla ilişkiler pratikleri de diğer tüm toplumsal pratikler gibi içinde bulunduğu toplumsal ve kültürel çevre yoluyla biçimlenir ve onları biçimlendirir.

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda toplumsal alanın sadece ekonomi ile ilişkilendirilemeyeceği ve maddi değerlerle açıklanamayacağı aşikârdır. Maddi olanın değerinin sembolik olarak belirlendiği bu noktada, bilgi ve iletişim yapılarının önemi her geçen gün artmakta ve bu yapılar adeta yegâne belirleyici haline dönüşmektedir. Artık bir ürünü, bir kurumu, bir lideri, bir oluşumu tüketicisi ile kurduğu iletişim ve ilişkiden bağımsız düşünebilmek olanaksızlaşmıştır. Bu iletişim yapılarından biri olarak halkla ilişkiler; dilin, sembollerin, kodların işin merkezinde yer aldığı bir uğraştır. Sosyo-kültürel bakış açısından halkla ilişkiler; belirli bir faaliyet alanına ilişkin toplumsal ve kültürel kuralları dile dökmek, kimliklere ve eylemlere ilişkin tutum ve değerleri etkilemek ve bu alanı belirleyen üretim ve tüketim pratiklerini düzenlemek üzere tasarlanmış bilginin üretimi ve yayılımı göreviyle bir kültürel aracı olarak hareket eder (Edwards, 2012:440). Halkla ilişkilerin kültürel aracılık mahiyetinin anlaşılabilmesi için bu bağlam elzemdir. Çünkü mesleğin, karşılıklı ilişki içinde olduğu, etkilendiği ve etkilediği toplumsal bağlamından koparmadan sosyal ilişkiler bütünü içindeki yeri ve işleyişi ancak bu yolla kavranabilir.

Buradan yola çıkarak tıpkı toplumsal olarak forme edilmiş habituslar dolayısıyla bireysel eylemlerin toplumsal yapı ve işleyişi yeniden üreterek güçlendirmesi gibi, halkla ilişkiler uygulamaları da alanın yapısını ve güç ilişkilerini yansıtır, korur ve kuvvetlendirir, toplumsal işleyişe ilişkin normları meşrulaştırır.

Sosyo-kültürel bakış açısından halkla ilişkiler, uygulamalar ve mesleğin toplumsal işleyiş içindeki gücü konusunda yürütülecek bundan sonraki çalışmalarda halkla ilişkiler uygulayıcılarının habituslarının analizinin, kullanılan dilin analizinin, bu yolla yansıyan güç ilişkileri ve baskın söylemin çözümlenmesinin, halkla ilişkilerin mesleki alanıyla ilişkili sosyal, ekonomik, kültürel ve sembolik sermaye türlerinin ve bunlar arasındaki ilişkinin irdelenmesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ayrıca sosyo-kültürel bakış açısından ve Bourdiecu bir perspektifle yaklaşıldığında halkla ilişkilerin sembolik ve etkili bir dil yaratma noktasında söylemsel gücü açıktır. Bu yönüyle halkla ilişkiler uygulayıcıları diğer iş kollarına nazaran müzakerelere dahil olma konusunda daha fazla fırsata sahiptirler. Bu; halkla

ilişkiler uygulayıcılarının hali hazırda var olan güç ilişkilerini devam ettirecek anlamın yaratımı hususunda ehliyetlerinin olduğuna işaret ederken aynı zamanda durumu tersine çevirebilecek değişimi yaratmak için fırsatları olduğunu da göstermektedir.

### KAYNAKÇA

- ARENDR, Hannah (2011). Şiddet Üzerine, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BARDHAN, Nilanjana ve WEAVER, C. Kay (2011). Introduction. (Editörler) N. Bardhan ve C.K. Weaver, Public Reations in Global Cultural Context: Multi Paradigmatic Perspectives. New York: Routledge, s.1-28.
- BECERİKLİ, Sema Yıldırım (2003). Eleştirel Yaklaşımlar Çerçevesinden Halkla İlişkiler Disiplinine İlişkin Bir Değerlendirme; Amerika ve İngiltere Örnekleri, (Editörler) A. Okay, M. Çamdereli ve E. Karadoğan., Halkla İlişkiler Kitabı, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, s.13-23.
- BECERİKLİ, Sema Yıldırım (2008). Ve Halkla İlişkiler, Ankara: Karınca Yayınları.
- BOURDIEU, Pierre (2012). Toplumsal Uzay ve Sembolik İktidar, (Editörler) G. Çeğin ve E. Göker. Tözcülüğün Tasfiyesi İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar, Ankara: Notabene, s.349-366.
- BOURDIEU, Pierre (2015). Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi, Ankara: Heretik.
- BOURDIEU, Pierre ve WACQUANT, Loic (2014). Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevapla, İstanbul: İletişim.
- CURTIN, A. Patricia ve GAITHER, T. Kenn (2005). "Privileging Identity, Difference, and Power: The Circuit of Culture As a Basis for Public Relations Theory", Journal of Public Relations Research, 17:2, p.91-115.
- ÇEĞİN, Güney ve GÖKER, Emrah (2012). Tözlere Elveda: İlişkisel Sosyolojinin Alametifarikası, (Editörler) Güney Çeğin ve Emrah Göker. Tözcülüğün Tasfiyesi İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar, Ankara: Notabene, s.11-22.
- ÇEĞİN, Güney ve GÖKER, Emrah (2015). Araştırmasından 50 yıl, Kitabından 35 yıl sonra Ayrım, (Editör) Pierre Bourdieu, Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi, Ankara: Heretik, s.9-21.

- DOZIER, M. David ve LAUZEN, M. Martha (2000). "Liberating The Intellectual Domain From The Practice: Public Relations, Activism, And The Role of The Scholar", *Journal of Public Relations Research*, 12, p. 3–22.
- EDWARDS, Lee ve HODGES, Caroline (2011). Introduction Implications of a (Radical) Socio-Cultural Turn in Public Relations Scholarship, (Editörler) Lee Edwards ve Caroline Hodges. *Public Relations, Society & Culture*, London: Routledge, p. 1-14.
- EDWARDS, Lee ve HODGES, Caroline (2011). *Public Relations, Society & Culture*, London:Routledge.
- EDWARDS, Lee (2012). "Exploring The Role Of Public Relations As A Cultural İntermediary Occupation." *Cultural Sociology*, 6 (4), p. 438-454
- EDWARDS, Lee (2011). "Public Relations and Society." (Editörler) Lee Edwards ve Caroline E.M. Hodges. *Public Relations, Society & Culture*. London:Routledge, p. 61-74.
- EDWARDS, Lee (2006). "Rethinking Power in Public Relations", *Public Relations Review*. 2006;32(3), p.229-231.
- GIDDENS, Anthony (2000). *Siyaset, Sosyoloji ve Toplumsal Teori*, İstanbul: Metis Yayınları.
- GRUNIG, E. James (2001) *Two-Way Symetrical Public Relations Past, Present and Future*, (Editör), Robert L. Heath. *Handbook of Public Relations*, California: Sage, p.11-30.
- GRUNIG, Larissa (2005). *Halkla ilişkiler Departmanları ve Güç*, (Editörler) James E. Grunig vd. *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, İstanbul: Rota, s.507-526.
- HEATH, L. Robert; MOTION, Judy ve LEITCH, Shirley (2009). "Power And Public Relations: Paradoxes And Programmatic Thoughts", 12th Annual International Public Relations Research Conference, March 11-14 2009, p.190-211.
- HODGES Caroline ve EDWARDS Lee (2014). "Public Relations Practitioners." Şu kitapta: Smith McGuire J; Matthews, James (Ed.) *The Cultural Intermediaries Reader*. London / Thousand Oaks: Sage, p. 89-99.
- HOLTZHAUSEN, R. Derina (2000). "Postmodern Values in Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 12:1, p.93-114.

- KARLBERG, Michael (1996). “Remembering The Public in Public Relations Research: From Theoretical To Operational Symmetry”, *Journal of Public Relations Research*, 8, p.263–278.
- KINCHELOE, L. Joe ve MCLAREN, Peter (1994). *Rethinking Critical Theory And Qualitative Research*, (Editörler), Norman K. Denzin ve Yvonna S. Lincoln. *Handbook Of Qualitative Research*, Thousand Oaks : Sage Publications, p.138-157.
- L'ETANG, Jacquie (2005). “Critical Public Relations: Some Reflections”, *Public Relations Review*, 31, p.521–526.
- LUKES, Steven (2016). *İktidar Radikal Bir Görüş*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- MOTION, Judy ve WEAVER, C. Kay (2005). “A Discourse Perspective For Critical Public Relations Research: Life Sciences Network And The Battle For Truth”, *Journal of Public Relations Research*, 17(1), p.49–67.
- NIXON, Sean ve DU GAY, Paul (2002). *Who Needs Cultural Intermediaries?*, *Cultural Studies*, 16:4, p. 495-500.
- SMUDDE, M. Peter ve COURTRIGHT, L. Jeffrey (2010). *Public Relations and Power*, (Editörler), Robert L. Heath, The SAGE Handbook of Public Relations, California: SAGE Publications, p.177-190.
- TÜRK DİL KURUMU, “Güncel Türkçe Sözlük”, <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 1502.2019
- WACQUANT, J. D. Loic (2007). “Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi”, (Editörler), Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı ve Ümit Tatlıcan. *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*, İstanbul: İletişim Yayınları. s. 53-76.
- WAYMER, Damion (2012). *Culture, Social Class, and Race in Public Relations: An Introduction*, (Editör), Damion Waymer. *Culture, Social Class, and Race in Public Relations*, Maryland: Lexington Books, p. 1-12.
- YAMANOĞLU, A. Melike; HIZAL, G. Sinem ve ÖZDEMİR, B. Pınar (2013). *Türkiye’de Halkla İlişkiler Tarihi Kurumsallaşma Yılları 1960-1980*, Ankara: Deki.