

Subject Area  
Public RelationsYear: 2022  
Vol: 8 Issue: 97  
PP: 1441-1445Arrival  
05 March 2022  
Published  
30 April 2022Article ID Number  
61186Article Serial Number  
28Doi Number  
<http://dx.doi.org/10.29288/sssjs.61186>**How to Cite This Article**Uzun, G. (2022).  
"Grunig'in "İletişim  
Yönetiminde  
Mükemmellik Kuramı"  
Bağlamında Örgütsel  
İletişim Sürecinde  
Halkla İlişkiler  
Uygulamalarının  
Önemi" International  
Social Sciences Studies  
Journal, (e-ISSN:2587-  
1587) Vol:8, Issue:97;  
pp:1441-1445Social Sciences Studies  
Journal is licensed under a  
Creative Commons  
Attribution-NonCommercial  
4.0 International License.**Grunig'in "İletişim Yönetiminde Mükemmellik Kuramı" Bağlamında Örgütsel İletişim Sürecinde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Önemi****The Significance of Public Relations Practices During Organizational Communication Process in the Context of Grunig's "Theory of Excellence in Communication Management"**Gülcan UZUN<sup>1</sup> <sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Ankara, Türkiye**ÖZET**

Günümüzde örgütler değişen ve gelişen topluma ayak uydurmak ve rakiplerinden ayrılmak için etkili bir iletişime ihtiyaç duymaktadır. Bir stratejik halkla ilişkiler faaliyeti olarak tanımlanan örgütsel iletişim süreci, kurumların hem örgüt içi hem de örgüt dışı hedef kitleleri üzerinde olumlu etki oluşturmak ve var olan olumlu etkisini arttırmak amacıyla faaliyetlerini devam ettirdikleri süreçtir. Bu süreçte örgütlerdeki stratejik halkla ilişkiler faaliyetleri göz önüne alınarak James Grunig' in iletişim yönetiminde mükemmellik kuramı ön plana çıkmaktadır. Çalışmada, örgütsel iletişim sürecinde halkla ilişkiler uygulamalarının önemini ortaya koymak amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** iletişim, örgüt, örgütsel iletişim, halkla ilişkiler**ABSTRACT**

Today, organizations need effective communication in order to keep up with changing and evolving society as well as to differentiate from their rivals. The organizational communication process, which is defined as a strategic public relations activity, is the process in which organizations perform their activities not only to smite on both internal and external target groups of the organization but also to increase the existing positive impact on them. Regarding strategic public relations activities in organizations during this process, James Grunig's theory of excellence in communication management comes into prominence. This study, it is aimed to reveal the importance of public relations practices in the organizational communication process.

**Key words:** communication, organization, organizational communication, public relations**1. GİRİŞ**

Örgüt, bireylerin maddi ve sosyal ortak hedefleri doğrultusunda kurulmuş sistematik, birimleri arasında koordinasyon gerektiren ve iş sürecinde belirli bir hiyerarşik düzenin bulunduğu fiziki yapıdır. İletişim ise, kişilerin hedeflerine ulaşmak amacıyla kendini ifade edebilmeleri için gerçekleştirdikleri bilgi paylaşım süreci olarak ortaya çıkmaktadır. İletişim kişiler arasında gerçekleşebildiği gibi değişen ve gelişen yapılar olan örgütlerde de gerçekleşmektedir. Örgütler, olumlu faydalar sağlamak adına hem örgüt içerisindeki hem de örgüt dışındaki paydaşlarına yönelik etki düzeyi yüksek bir iletişime ihtiyaç duymaktadır.

Örgütsel iletişim süreci; örgüt ile hem iç hem de dış paydaşlar arasındaki çift yönlü bir iletişim süreci olup örgüt içinde yöneticilerin ve çalışanların birbirlerini etkilediği; örgüt dışında ise örgütün dış paydaşlarıyla karşılıklı bilgi alışverişi gerçekleştirdiği bir döngüdür. Örgütsel iletişim sürecinde örgüt ve paydaşları arasında gerçekleşen iletişim oldukça stratejik bir öneme sahiptir. Çünkü örgütler bu örgütsel iletişim sürecinde olumlu imajını oluşturma ve koruma fırsatı elde etmektedirler.

Etkili ve rakiplerinden farklılaşmış örgütten söz edebilmek için ise örgütsel iletişim süreci olarak da ifade edilen halkla ilişkiler faaliyetleri önemli bir rol üstlenmektedir. Grunig (2005) örgütler tarafından gerçekleştirilen örgütsel iletişim sürecinin temelini halkla ilişkiler faaliyetlerinin oluşturduğunu belirtmiştir.

Günümüzde artan rekabet koşullarına ayak uydurabilmek için örgütlerde, profesyonel olarak iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Örgütlerde örgütsel iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi ve devam ettirilmesinde aktif rol oynayan birim halkla ilişkiler birimi olmaktadır. Halkla ilişkiler birimi, örgüt içerisindeki çalışanların birbirleriyle ve örgütün kültürüyle uyum sağlamasına katkı sağlarken aynı zamanda dış çevrede

oluşturulmak istenen olumlu örgüt imajı ve kurum itibarının şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Örgütler, örgüt içerisindeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinliğinde ne kadar başarılı iseler dış çevreye yönelik yürüttükleri halkla ilişkiler faaliyetlerinde de o denli başarılı olmaktadır.

## 2. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM KAVRAMI

Örgüt, bireylerin maddi ve sosyal ortak hedefleri doğrultusunda kurulmuş sistematik, birimleri arasında koordinasyon gerektiren ve iş sürecinde belirli bir hiyerarşik düzenin bulunduğu fiziki yapılardır. Örgütsel iletişim süreci, örgütün birbirlerine bağlı çalışan farklı sistemlerin aralarındaki uyumu sağlama ve devam ettirme sürecidir. Örgütsel iletişim hem örgüt içerisindeki hem de örgüt dışındaki paydaşlarla gerçekleşen iletişimdir. Sürekli değişen dünyanın değişen koşulları, yeni oluşan koşullarda yer edinmek ya da yerini koruyup sağlamlaştırmak isteyen örgütleri, değişime ayak uydurmaları için zorlamaktadır. Günümüzde örgütler arası rekabetin yoğunlaşmasıyla örgütlerin rakiplerinden farklılaşması artık daha da önemli bir hale geldiğinden örgütlerde bilgiye olan ihtiyaç da artmakta ve sürekli bilgi akışının gerçekleşmesi gerekmektedir. Örgütlerde örgütsel iletişim birimi, örgüt ile hedef kitleler arasındaki sağlıklı iletişimi ve birebir etkileşimi sağlayan örgütün halkla ilişkiler birimidir. Örgütün önemli birer parçası olan ve örgütün ortak amaçları için çalışan bireylerin işlerin doğru yürütülebilmesi için birbirleriyle aktif bir iletişim halinde olmaları gerekmektedir.

Örgütsel iletişimin etkin bir şekilde ilerlediği örgütlerde çalışanlar çalıştıkları kurum ile duygusal bağ kurarak kurum ile özdeşleşerek kuruma karşı aidiyet hissetmektedir. Örgütsel iletişimin süreci sonunda örgüt çalışanlarının örgüte karşı sorumluluk bilinçleri oluşmaktadır. Dolayısıyla çalışanlar örgütle ilgili olumlu tutum ve davranışlar göstermektedirler.

Doğru şekilde uygulanması halinde örgütsel iletişim sürecini sağlayan halkla ilişkiler birimi kuruma birçok fayda sağlamaktadır. Bu süreçte halkla ilişkiler birimi, kullanılacak bilgiyi yönetime sunmak ve yönetimin karar vermesinde etkili olmak, örgüt içerisinde kararların hızlı uygulanmasını sağlamak, örgütteki çalışanlara aidiyet duygusu aşılamak ve örgüt kültürünü pekiştirmek, çalışanların iş yapma motivasyonlarını artırmak, örgüte karşı olan tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkilemek, çalışanlar ve yönetim arasındaki anlaşmazlığı en aza indirmek gibi faydalar sağlamaktadır.

Örgütler amaç ve hedeflerine ancak örgüt çalışanlarının örgütsel amaçlara katkı ve katılım sağlamasıyla ulaşabilmektedirler. Çalışanların örgütsel iletişim sürecine dahil olmasının sağlanması, ortak ilişkilerin geliştirilmesi, kalitesinin artırılması, ortak problem çözme ve karar alma, takım ruhunun ortaya çıkarılması gibi süreçler halkla ilişkiler birimi tarafından hedef kitleye uygun seçilen örgütsel iletişim araçlarıyla oluşturulmaktadır.

Grunig (2005), örgütsel iletişim sürecini; bir örgüt içerisinde yöneticilerin ve çalışanların birbiriyle sağlıklı iletişim kurma biçimi olarak tanımlamış ve örgütler tarafından gerçekleştirilen örgütsel iletişim sürecinin temelini halkla ilişkiler faaliyetlerinin oluşturduğunu belirtmiştir. Son yıllarda iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle örgütlerin, iç ve dış hedef kitlelerine ulaşılmasında iletişim ve örgütsel iletişim kavramları ön plana çıkmıştır.

Grunig (2005), örgütsel iletişim sürecini, örgüt tarafından, iletişim alanında uzmanlar tarafından örgüt adına gerçekleştirilen ve yönetilen iletişim etkinliklerinden oluşan bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Grunig 'in iletişim yönetiminde mükemmellik modeline göre; örgütsel iletişim süreci stratejik olarak gerçekleştirilmesi gereken halkla ilişkiler faaliyetlerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla örgütsel iletişim sürecinin stratejik olarak etkin bir şekilde yönetilmesi örgütteki halkla ilişkiler biriminin etkin çalışmasına bağlıdır. Model bağlamında iletişim sürecinde mükemmelliği sağlayan örgütler yenilikçi ve mükemmel örgütlerdir. Örgütsel iletişim sürecini etkili bir şekilde stratejik olarak yöneten iletişim birimleri ise mükemmel halkla ilişkiler birimleri olarak tanımlanmaktadır (Grunig, 2005).

Örgütler iç ve dış çevresinde gerçekleşen gelişmelerden ve değişimlerden etkilenmektedir. Örgüt içerisindeki yöneticiler, çalışanlar, örgütün beraber iş yaptığı kurumlar örgütün çevresini oluşturmaktadır. Bu bağlamda örgütün dış çevresi ile etkileşiminin ve iletişiminin de etkili olabilmesi için öncelikle örgütün iç çevresindeki iletişiminin ve etkileşiminin güçlü olması gerekmektedir.

Örgütsel iletişim, örgüt kültürünü oluşturma, halkla ilişkiler, değişimi gerçekleştirme, medya ile ilişkilerini geliştirme, örgütsel iletişim politikaları belirleme, reklam ve imaj oluşturma, etik ve teknolojik yenilikleri takip etme konularında gerekenleri yapma, örgütsel vatandaşlık, liderlik gibi işlevleri vardır (Solmaz, 2007).

Örgütler hiyerarşik bir yapıya sahip olduklarından iletişimde bilginin akış yönüne göre yöneticilerden astlara doğru gerçekleşen bir bilgi akışının olduğu yukarıdan aşağıya iletişim, yapılanlarla ilgili astların üstlere bilgi vermesi şeklinde gerçekleşen aşağıdan yukarıya iletişim, örgütte birbiriyle aynı ya da benzer düzeyde çalışanlar arasında

bilgi alışverişi gerçekleşen yatay iletişim ve çapraz iletişim olmak üzere uygun iletişim araçlarıyla örgütsel iletişim sürecini gerçekleştirmektedirler.

Her bir iletişim türünün kendine özgü özellikleri, yapıları ve kullandıkları iletişim araçları vardır. Etkili bir iletişim ile örgüt bu örgütsel iletişim kanallarını kullanarak örgütsel amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadır. Örgütsel iletişimde kullanılan iletişim araçlarını yazılı araçlar (broşür, ilan panoları, kurum gazeteleri, afiş, bülten), sözlü araçlar (konferans, seminerler, toplantılar, görüşmeler) ve görsel/işitsel araçlar (televizyon, radyo, tanıtım filmleri) şeklinde gruplandırılmaktadır.

Örgütler hem iç hem de dış paydaşları ile örgütsel iletişim kurma süreçlerinde hedef kitlesine ileteceği mesajı etkili kılacak en uygun olan örgütsel iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Bazen bu süreçler planlandığı şekilde gerçekleşmemekte ve örgütsel iletişim süreci fiziksel uzaklık, statü ve hiyerarşik farklılıklar, kesintiler, örgütsel stres, zaman baskısı gibi örgütsel engellerle karşılaşarak örgütün hedeflediği mesaj planlanan alıcılara ulaşmamaktadır. Örgütsel iletişim sürecini engelleyen faktörlerden fiziksel uzaklık engeli; örgüt çalışanlarının farklı yerlerde olmasından dolayı birbirleriyle yüz yüze iletişim kuramamalarını, statü ve hiyerarşik farklılıkların yarattığı engel; bireyin örgüt içerisindeki statüsünün getirdiği yetki ve sorumluluklarının aynı statüde yer aldığı ve farklı bir statüde yer aldığı kişiler arasında kurduğu iletişimin farklılık göstermesini, kesintilerden ortaya çıkan engel; iletişim sürecini engelleyen her türlü gürültüden dolayı iletişim sürecinde örgüt üyelerinin dikkatinin başka yöne kaydığını, örgütsel stres; çalışanların farklı nedenlerden dolayı örgüt içerisinde yaşadığı stresin artarak örgüt içerisindeki diğer üyeler ile iletişim kurmakta zorlanmasını, zaman baskısı ise örgüt içerisinde çalışanın hızlı hareket etmesi için baskı görmesinin ve bir işin hızlı tamamlanması sürecinde çalışanda oluşan baskıyı tanımlamaktadır.

Örgütsel iletişim sürecindeki engeller alıcının, kaynaktan gelen bilgileri farklı şekilde değerlendirmesine, anlaşmazlıklara, zıtlamalara ve çatışmalar gibi büyük sorunlara yol açabilmektedir. Örgütün örgütsel iletişim sürecini engelleyici faktörleri ortadan kaldırmasıyla paydaşları ile daha sağlıklı bir iletişim kurması mümkün hale gelmektedir.

### 3. HALKLA İLİŞKİLER OLGUSU

21.yy'da örgütlerin vazgeçilmez yönetim fonksiyonlarından biri haline gelmeye başlayan halkla ilişkiler kurumların etkinliklerini devam ettirmeleri ve verimliliklerini artırmalarının temel şartlarından biri haline gelmiştir. Halkla ilişkiler; sürekliliği olan ve planlı şekilde yürütülen bir iletişim faaliyetidir. Halkla ilişkiler birimleri, örgütün hem örgüt içi hem de örgüt dışı hedef kitlesi ile arasındaki iletişimi sağlamak, karşılıklı iş birliği kurma sürecini ve var olan örgütsel iletişim sürecinin sürdürmeye yardım eden stratejik bir yönetim fonksiyonudur. En kapsamlı tanımıyla "Halkla ilişkiler bir örgütün, kuruluşun en önemli amacı olan kendini devam ettirebilme ve geliştirebilme olanağının kullanılabilmesi için, çift yönlü bir iletişimle, etkileşime dayalı olarak, örgüt içinde hedef kitlenin sözcüsü ve gözcüsü, hedef kitle içinde ise örgütün sözcüsü ve gözcüsü kimliklerine bürünen, genel etik prensipler dahilinde propaganda, reklam, tanıtım gibi dalları da kendi içinde görerek kullanan bir yöntemdir"(Hazar, 2012).

Halkla ilişkilerin örgütlerdeki temel işlevleri, taraflar arasında karşılıklı iletişimi sağlaması, stratejik bir yönetim fonksiyonu olması, örgütsel iletişim sürecinin planlı, programlı, devamlı, bilinçli ve örgüt amaçlarına göre örgütlenmiş anlamlı çabalar olması, tarafların karşılıklı anlayışına ve iş birliğine ihtiyaç duyulması, dürüstlük ve açıklık esaslarının temel alınması, iki yönlü olumlu değişim ve değişiklikleri de içine alması beklenen uyum çabalarından oluşmaktadır (Acar,1993). Örgütteki halkla ilişkiler birimleri, özetle hedef kitlenin örgüte karşı varsa olumsuz tutumunu değiştirmek, olumlu tutumu pekiştirmek için stratejik ve planlı iletişim stratejileri ve taktikleri oluşturan ve uygulayan birimlerdir.

Örgütteki halkla ilişkiler uygulamaları sürecinin belirli ilkeleri vardır (Sabuncuoğlu, 2001). Bunlar; halka doğru bilgi vermek, iki yönlü ilişki kurmak, sabırla çalışmak, karşı tarafa güven vermek, gerçekleri gizlemeden iletmek, toplumun her kesimine kendisini sorumlu hissetmek, topluma olumlu bir firma imajı yaratmak, hedef kitlenin örgüt ile ilgili tutumlarını olumlu etkilemek ve örgütten hedef kitleye iletilen mesajları unutulmaması adına güncel tutmak için yinelemektir.

Örgüt içindeki yapılanmada halkla ilişkiler birimlerinin işlevleri (Bıçakçı, 2003): ortaya çıkabilecek sorunların ve örgüt yararına olabilecek fırsatların analiz edilmesi, örgüt imajına olumlu katkı sağlayacak etkinliklerin planlanması, ilgili paydaşlarla sağlıklı ilişkiler kurulması ve bunların devam ettirilmesi, örgüt ile ilgili yazılı ve görsel ürünler (tanıtım afişi, broşür, basın bülteni, ürün kataloğu vs.) hazırlanıp yayımlanması, medya ile sağlam ilişkiler kurularak örgütsel haberleşmenin sağlanması, sergiler, basın konferansları, yıldönümü kutlamaları gibi etkinliklerin organize edilmesi, yüz yüze iletişim kurulması, hedef kitleye uygun hazırlanan program planının değerlendirilmesi

ve program tamamlandıktan sonra uygulamanın etkililiğinin planla ne kadar uyumlu olduğu ve sonuçlarının ne şekilde örgüte yansıtıldığının değerlendirilme sürecini kapsamaktadır.

Grunig tarafından “iletişim yönetiminde mükemmellik kuramı” geliştirilirken psikoloji, felsefe, iletişim, sosyoloji, yönetim pazarlama, işletme, antropoloji, kadın çalışmaları gibi birçok sosyal disiplinlerden faydalanılmıştır. Grunig’e (2005) göre, stratejik iletişim yönetiminde en önemli unsur olan halkla ilişkiler birimleri tarafından desteklenen mükemmel örgüt yönetiminin özellikleri şunlardır:

- ✓ Yenilikçi ve girişimci bir ruhu vardır.
- ✓ Çalışanları bir misyon duygusunu paylaşır.
- ✓ Çalışanlarının örgüt işleyişinde stratejik kararlar almalarına imkân verirler
- ✓ İş birliği, katılımcılık ve karşılıklı sorumluluk bilinci olan bir örgüt kültürüne sahiptirler.
- ✓ Kadınlara ve azınlık grup üyelerine örgütte yer vererek farklılığa değer verdiklerini gösterirler.
- ✓ Aldıkları kararların hem örgütü hem de toplumu nasıl etkilediklerini gözlemlerler.
- ✓ Çalışanlarına, müşterilerine ve paydaşlarına yakın dururlar.
- ✓ Hiyerarşik örgütsel iletişim yapıları ortadan kaldırarak insanları örgütsel iletişim sürecine dahil ederler.
- ✓ Toplam kalite anlayışı hem eylemlerin gerçekleştirilmesi ve kararların alınmasında hem de kaynakların dağıtılması esnasında dikkate alınan bir önceliktir.

#### 4. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM SÜRECİNCE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARININ ÖNEMİ

Örgütsel iletişim süreci; örgüt ile hem iç hem de dış paydaşlar arasındaki çift yönlü bir iletişim süreci olup örgüt içinde yöneticilerin ve çalışanların birbirlerini etkilediği; örgüt dışında ise örgütün dış paydaşlarıyla karşılıklı bilgi alışverişi gerçekleştirdiği bir döngüdür. Örgütsel iletişim sürecinde örgüt ve paydaşları arasında gerçekleşen iletişim oldukça stratejik bir öneme sahiptir. Çünkü örgütler bu örgütsel iletişim sürecinde olumlu imajını oluşturma ve koruma fırsatı elde etmektedirler.

Etkili ve rakiplerinden farklılaşmış örgütten söz edebilmek için ise örgütsel iletişim süreci olarak da ifade edilen halkla ilişkiler faaliyetleri önemli bir rol üstlenmektedir. Grunig (2005) örgütler tarafından gerçekleştirilen örgütsel iletişim sürecinin temelini halkla ilişkiler faaliyetlerinin oluşturduğunu belirtmiştir. Değişimi ve gelişimi önemseyen ve ait olduğu çevrede etkin olmak isteyen örgütler için halkla ilişkiler uygulamaları günümüzde daha çok önem kazanmış durumdadır. “Örgütsel iletişim, uzun vadeli uygulanan bir iletişimdir ve hedefi de bir imaj oluşturmak, korumak veya değiştirmektir” (Şimşek, 2006).

Örgütler sağlıklı iletişim kurmak için gerçekleştirdikleri örgütsel iletişim süreçlerinden olumlu çıktılar elde etmek için uzun vadede sistematik bir şekilde ve planlı bir çalışmayla faaliyet göstermek durumunda kalmışlardır. Örgütte yer alan halkla ilişkiler birimleri uygulamalarını gerçekleştirirken kısa vadeli uygulamalardan öte etkili bir örgüt imajı oluşturmak için uzun bir süreçte stratejik faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Örgütlerde gerçekleştirilen halkla ilişkiler uygulamaları örgütsel iletişim süreci olarak da ifade edilmektedir bu yüzden halkla ilişkiler ve örgütsel iletişim kavramları iç içe geçmiş ve birbiri yerine kullanılabilir hale gelmişlerdir.

21.yy’da rekabetin her geçen gün öneminin daha arttığı ve imajların önemli olduğu örgütlerde örgütsel iletişim süreçleri önemsenmektedir. Günümüzde artan rekabet koşullarına ayak uydurabilmek için örgütlerde, profesyonel olarak iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Örgütlerde örgütsel iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi ve devam ettirilmesinde aktif rol oynayan birim halkla ilişkiler birimi olmaktadır. Halkla ilişkiler birimi, örgüt içerisindeki çalışanların birbirleriyle ve örgütün kültürüyle uyum sağlamasına katkı sağlarken aynı zamanda dış çevrede oluşturulmak istenen olumlu örgüt imajı ve kurum itibarının şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Örgütler, örgüt içerisindeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinliğinde ne kadar başarılı iseler dış çevreye yönelik yürüttükleri halkla ilişkiler faaliyetlerinde de o denli başarılı olmaktadır.

Bir örgütte sağlıklı bir örgütsel iletişim süreci halkla ilişkiler birimleri sayesinde gerçekleştirilmektedir. Örgütsel iletişim sürecinde halkla ilişkiler birimleri gerçekleştikleri uygulamalar ile örgütte yer alan tüm birimler ve birimlerde çalışanların birbirleriyle olan iletişimini güçlendirerek daha güçlü bir örgüt yapısı oluşturmayı amaç edinmektedirler.

Halkla ilişkiler birimleri örgütsel iletişim süreçlerinde örgüt içerisinde oluşabilecek huzursuzluk, gerginlik ve çatışmayı en aza indirerek çalışanlara pozitif bir çalışma ortamının yaratılmasına katkı sağlar. Dolayısıyla halkla ilişkiler birimleri uygulamalarıyla, örgütsel iletişim sürecinde örgüt çalışanlarının iş yapma motivasyonu sağlanarak



verimlilik arttırılırken aynı zamanda çalışanların işe ve örgüte olan bağlılıkları arttırılmasına, çalışanların örgüte karşı aidiyet hissetmelerine, örgütün hedeflerini benimsemelerine ve tüm örgüt çalışanlarının örgüt imajına destek olmak için birer halkla ilişkiler temsilcisi gibi çalışmasına katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler birimleri örgüt ile çalışanların huzurlu, verimli, sağlıklı bir çalışma ortamı oluşturarak ve örgütsel iletişim sürecinde bütünleşmelerinin sağlanmasında kilit bir rol üstlenmektedir. Bu bütünleşme sağlanmaya çalışılırken; örgütlerin çalışanlarına ve dış çevresine yönelik gerçekleştireceği halkla ilişkiler faaliyetleri verdikleri mesajlarındaki etkiyi arttırmak için yazılı, sözlü ve görsel birçok örgütsel iletişim aracı ve stratejik iletişim teknikleri kullanmaktadırlar.

Yoğun rekabetin yaşandığı günümüz şartlarında örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri örgütsel iletişim süreçlerinde halkla ilişkiler uygulamalarını doğru ve etkili planlamalarıyla yakından ilişkilidir. Örgütün iç çevresiyle kurmuş olduğu iletişimin kalitesi dış çevresiyle kurduğu ilişki ve iletişimin etkinliğine olumlu yansımaktadır. Örgütler iç çevresini oluşturan çalışanlarıyla ne kadar etkin ve sağlıklı ilişki kuruyorsa dış çevresiyle de o kadar başarılı iletişim kurabilmektedir. Günümüzde hedef kitlesi ile doğru ve sağlıklı iletişim kurmayı başaramayan örgütler ne yazık ki yok olmaya mahkumdurlar.

## 5. SONUÇ

Günümüzde örgütler değişen ve gelişen topluma ayak uydurmak ve rakiplerinden ayrılmak için etkili bir iletişime ihtiyaç duymaktadır. Bir stratejik halkla ilişkiler faaliyeti olarak tanımlanan örgütsel iletişim süreci, kurumların hem örgüt içi hem de örgüt dışı hedef kitleleri üzerinde olumlu etki oluşturmak ve var olan olumlu etkisini arttırmak amacıyla faaliyetlerini devam ettirdikleri süreçtir. Örgütsel iletişim sürecinde örgüt ve paydaşları arasında gerçekleşen iletişim oldukça stratejik bir öneme sahiptir. Örgütlerde örgütsel iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi ve devam ettirilmesinde aktif rol oynayan birim halkla ilişkiler birimi olmaktadır. Halkla ilişkiler birimi, örgüt içerisindeki çalışanların birbirleriyle ve örgütün kültürüyle uyum sağlamasına katkı sağlarken aynı zamanda dış çevrede oluşturulmak istenen olumlu örgüt imajı ve kurum itibarının şekillenmesine katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak, örgütsel iletişim süreci; örgüt ile hem iç hem de dış paydaşlar arasındaki çift yönlü bir iletişim süreci olup örgüt içinde yöneticilerin ve çalışanların birbirlerini etkilediği; örgüt dışında ise örgütün dış paydaşlarıyla karşılıklı bilgi alışverişi gerçekleştirdiği bir döngüdür. Etkili ve rakiplerinden farklılaşmış örgütten söz edebilmek için ise örgütsel iletişim süreci olarak da ifade edilen halkla ilişkiler faaliyetleri önemli bir rol üstlenmektedir. Grunig (2005) örgütler tarafından gerçekleştirilen örgütsel iletişim sürecinin temelini halkla ilişkiler faaliyetlerinin oluşturduğunu belirtmiştir. Günümüzde artan rekabet koşullarına ayak uydurabilmek için örgütlerde, profesyonel olarak iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Örgütlerde örgütsel iletişim sürecinin gerçekleştirilmesi ve devam ettirilmesinde aktif rol oynayan birim halkla ilişkiler birimi olmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Acar, Muhittin (1993) Belediyelerde Halkla İlişkiler, Devlet Planlama Teşkilatı Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara
- Bıçakçı, İlker (2003) İletişim ve Halkla İlişkiler “Eleştirel Bir Yaklaşım”, Kapital Medya A.S., İstanbul
- Grunig, J. E. (2005) Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Rota Yayınları, İstanbul.
- Hazar, Çetin Murat (2012), Bir Aygıt Olarak Halkla İlişkiler ve Araçları, Eğitim Kitabevi, Ankara.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat, (2001). “İşletmelerde Halkla İlişkiler”, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Solmaz, B. (2007). Kurumsal İletişim Yönetimi, Tablet Yayınları, Konya.
- Şimşek, M. (2006). Toplam Kalite Yönetiminde Başarının Anahtarı İnsan Faktörü, 2.Basım, Babıali Kültür Yayıncılığı, İstanbul.