

Bölüm 4

KURUMSAL MEŞRUIYET ARACI OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

Gül Dilek TÜRK

Halkla ilişkiler, işletmelerin toplum nezdinde saygın, desteklenen, güvenilen, sevilen ve tercih edilen olmasını sağlamak üzere işlev gören uzun dönemli faaliyetlerdir. Bu özellikleri kazanan işletmeler toplum tarafından onaylanmakta yani meşru kabul edilmektedir. Dolayısıyla halkla ilişkiler işletmelerin, markaların, hedef kitleye arz edilen kaynağın meşruiyetini sağlamakla yükümlüdür. Rekabetin vahşileştiği günümüz dünyasında hiçbir şey gizli kalmamakta, tüm kusur ve açıklar rakiplere artı değer olarak yüklenmektedir. Bu nedenle işletmelerin tercih edilebilmek, kriz dönemlerinde hedef kitle tarafından desteklenebilmek için meşru bir zeminde marka kimliğini ve stratejilerini oluşturması gerekmektedir.

Meşruiyet kısaca toplum tarafından onaylanma, kabul edilme anlamı taşımaktadır. Bir devletin, iktidarın, yönetimin, örgütün (işletme, kurum, kuruluş vb.) toplum tarafından kabulü onun meşru olduğu anlamına gelmektedir. Toplumsal konsensusu ifade eden meşruiyet, toplum tarafından desteklenmeyi ifade etmektedir.

Meşruiyet kelimesi Arapça tasarlama, ortaya koyma, çıkarma anlamına gelen şera kelimesinden türetilmiş olup kanuni, hukuki, yasal anlamına gelen meşrua kelimesinden dilimize geçmiştir (Wehr, 1976, s. 29). Sözlük anlamı “çoğunlukla onaylanan, Tanrı buyruğuna uygun olan, yasanın, dinin ve kamu vicdanının doğru bulduğu eylem, tavır ve norm” (Hançerlioğlu, 2000, s. 255-256) olan meşruiyetin Türkçe’de tarihsel olarak ilk kullanımında anlam bir eylemin mevcut moral değerlere aykırı olması (Çetin, 2003, s. 67) olup Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre “yasaya, töreye vb. uygunluk, geçerlilik, yasallık” anlamlarına gelmektedir.

Toplumun kültür ve değerleri temelinde siyaseti oluşturan unsurların birbiriyle olan ilişkilerinin hangi kurallara göre belirleneceği meşruiyetin alanı içine girmektedir (Harris, 1978, s. 290).

Ernest Hirsch meşruiyeti toplumu oluşturan tek tek her bir unsur için toplumsal olarak tartışılmaz, onları bağlayıcı şekilde temellenmiş bir norm, bir hukuksal kural olarak tanımlamaktadır (Hirsch, 1987, s. 42). Gürbüz, meşruiyetin genel olarak yürürlükte olan bir hukuk normuna uygun olmak olarak anlaşılrsa da aslında bağlayıcılığı olan benimsenmiş norm ve olguların bir özelliği olarak kabul edilmesi gerektiğini, dolayısıyla toplumsal bir olgunun beklendiği şekilde gerçekleşip gerçekleşmemesinin sorgulanması olduğunu ifade etmektedir (Gürbüz, 2013, s. 9-11). Meşruiyet, bir toplumsal baskı aracı olarak da görev yapmakta, toplumu oluşturan üyeleri toplumun değer ve normlarına göre biçimlendirmektedir. Bu toplumun dü-

mografik özellikleri stratejileri belirlemede etkilidir. Eğitim seviyesi yüksek bir hedef kitle için bilişsel meşruiyet uygunken, kapalı toplumlar içinse ahlaki meşruiyet daha uygun olabilmekte, topluluğun özelliklerine bağlı olarak bazen bu meşruiyet türleri birlikte kullanılabilir.

Halkla ilişkiler için meşruiyet tesisindeki en önemli görev, hedef kitleyi tanımak ve özelliklerine hakim olmaktır. Bu özellikler belirlendikten sonra stratejiler ve faaliyetler bu özellikler üzerine inşa edilmelidir.

Sonuç

Halkla ilişkiler kurumsal meşruiyetin hem mimarı hem de aracı olarak örgütlerde kilit bir role sahiptir. Kurumların hem parçası olduğu toplumla hem de hedef kitleleri ile ilişkilerini ilerletmede, onlar nezdinde kurumu itibarlı, saygın ve meşru olarak inşa etme de büyük öneme sahiptir. Bunun için halkla ilişkiler öncelikli olarak sosyokültürel yapıyı ve bu yapıyı oluşturan sembolik kodları ve değerleri belirleme ve kurumun değerlerini, faaliyetlerini bu kodlarla hazırlayarak hedef kitleye sunmakla görevlidir.

Çünkü meşruiyet somut olmayan, tamamen zihinsel olarak inşa edilen kavramsal bir ölçüt olarak içinde bulunulan toplumun devamlılığını sağlamak üzere inşa edilmektedir. Hangi boyut ya da türüyle olursa olsun meşruiyetin inşası hedef kitlenin değer ve normlarıyla uyumlu şekilde sembolik anlama alanlarıyla örtüşecek biçimde sağlanabilmektedir. Meşruiyet toplumsal onay ve kabul demektir. Toplum kendine saldırı olarak gördüğü, tehlike olarak algıladığı hiçbir şeyi kabul etmeyeceği gibi ona direnç gösterecektir. Bu yüzden halkla ilişkiler, toplum tarafından benimsenecek ve destek görecektir. Bu yüzden halkla ilişkiler, toplum tarafından benimsenecek ve destek görecektir. Bu yüzden halkla ilişkiler, toplum tarafından benimsenecek ve destek görecektir. Bu yüzden halkla ilişkiler, toplum tarafından benimsenecek ve destek görecektir.

Halkla ilişkiler hem toplumu hem kurumu korumak için toplumun ihtiyaç duyduğu/duyacağı, hassasiyet göstereceği konuları ve alanları belirleyerek kurum meşruiyeti için doğru faaliyetleri belirlemek ve uygulamakla da yükümlüdür. Halkla ilişkiler stratejik öneme sahip bir departman olarak kurumların meşruiyetinin mimarıdır. Meşruiyetin inşası ve devamlılığı için her aşamada hayati öneme sahiptir.

Kaynakça

- Alatlı, A. (2014). *Alev Alatlı: Her yasal olan hak helal değildir. Mühim olan helalleşmektir.* Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=LqmLvYczdg0> adresinden alındı
- Anık, C. (2015). *Meşruiyetin Sosyal Psikolojisi.* İstanbul: Kaknüz Yayınları.
- Ashforth, B., & Gibbs, B. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organizational Science*(1), 177-194.
- Asna, A. (1998). *Public Relations Temel Bilgiler* (2 b.). İstanbul: Osmanlı Matbaası.
- Aydede, C. (2003). *Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları* (3 b.). İstanbul: Kapital Medya A.Ş.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi.* (V. S. Öğütle, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Sosyal Bilimler Yönetim ve Çevre

- Binark, M. (2001). Kadının Sesi Radyo Programı ve Kimliği Konumlandırma Stratejisi. *Toplumbilim* (14).
- Black, S. (1976). *Practical Public Relations*. Londra: Pitman.
- Campell, J. (2006). *İlkel Mitoloji Tanrının Maskeleri* (3 b.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Cohen, A. P. (1999). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Yayınları.
- Cutlib, S., Center, A., & Broom, G. (1985). *Effective Public Relations* (6 b.). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Çetin, H. (2003). Siyasetin Evrensel Sorunu: İktidarın Meşruiyeti-Meşruiyetin İktidarı. *AÜSBF Dergisi*, 58(3).
- Deegan, C. (2002). Introduction-the legitimising effect of social and enviromental disclosures-a theoretical foundation. . *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
- DiMaggio, P. J. (1997). Culture and cognition. *Annual Review of Sociology*(23), 263-287.
- DiMaggio, P., & Powell, W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *The New Institutionalism in Organizational Analysis* . içinde Chicago: University of Chicago Press.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: social values and organizational behaviour. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-126.
- Elsbach, K. (1994). Managing organizational legitimacy in the California cattle industry: The construction and effectiveness of verbal accounts. *Administrative Science Quarterly*(39), 57-88.
- Ertekin, Y. (1995). *Halkla İlişkiler* (3 b.). Ankara: TODAİE .
- Flathman, R. E. (1992). Legitimacy. R. E. Pettit (Dü.) içinde, *A Companion to Contemporary Political Philosophy*. Oxford: Blacwell Publishing.
- Gürbüz, A. (2013). *Hukuk ve Meşruluk Meşru Hukukun Temel Unsurları* (3. baskı b.). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting-a review of the literature and longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(2), 47-77.
- Hall, S. (1998). Kültürel Kimlik ve Diaspora. J. Rutherford içinde, *Kimlik: Topluluk/Kültür/Farklılık* (r. Sağlamer, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Hançerlioğlu, O. (2000). *Türk Dili Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harlow, R. F., & Black, M. M. (1952). *Practical Public Relations*. New York: Harper and Row.
- Harris, M. (1978). *Cannibals and Kings* . New York: Random House, Vintage Books.
- Hirsch, E. E. (1987). İktidar ve Hukuk. 2(3).
- İşçi, M. (2002). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Der.
- Jepperson, R. (1991). Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (s. 143-163). içinde Chicago: University of Chicago Pres.
- John, W. M., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations Formal Structures As Myth And Ceremony. *The American Journal Of Sociology*(83), 340-363.
- Kalemci, R. A., & Tüzün, İ. (2008). Örgütsel Alanda Mesruiyet Kavramının Açılımı: Kurumsal Ve Stratejik Mesruiyet . *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 403-413.
- Mannheim, K. (2009). *İdeoloji ve Ütopya*. (M. Okyayuz, Çev.) İstanbul: De Ki Basım Yayım.
- Marston, J. (1996). *The Nature of Public Relations*. New York: McGraw Hill.
- Massey, J. E. (2001). Managing organizational legitimacy: Communication strategies for organization in crisis. *Journal of Business Communication*, 38(2), 153-183.
- Mazza, C. (1999). *Claim, Intent, and Persuasion: Organizational Legitimacy and The Rhetoric of Corporate Mission Statements*, Springer Science Business Media. Boston: Springer.
- Meyer, J., & Rowan, B. (1991). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. W. Powell, & P. DiMaggio içinde, *The new intitutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press.

Sosyal Bilimler Yönetim ve Çevre

Meyer, J., & Scott, W. R. (1983). *Organizational Environments: Ritual and Rationality*. Beverly Hills: SAGE Publications.

Okumuş, E. (2010). Meşruluğun Toplumsal Boyutları. E. Okumuş (Dü.) içinde, *Meşruluğun Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yayınları.

Özbilgen, T. (1969). *Hukukta Meşruiyet Meselesi Üzerine Bir Deneme (Ferdietçi Bir Hukuk Anlayışının Müdafası)*.

Paksoy, A. Ç. (1999). *Türkiye'deki Halkla İlişkiler Uygulamaları*. İstanbul: Rota .

Pfeffer, J. (1981). Management as symbolic action: The creation and maintenance of organizational paradigms. *L.L. Cummings & B.M. Staw*.

Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. NewYork: Harper & Row.

Powell, W. W., & Colyvas, J. A. (2008). Microfoundations of institutional theory. R. Greenwood, K. S. C. Oliver, & R. Suddaby içinde, *The Sage handbook of organizational institutionalism*. London: Sage.

Robinson, E. J. (1958). *Communication and Public Relations*. Ohio: Ohio State University Press.

Searle, J. R. (2005). *Toplumsal Gerçekliğin İnşası*. (M. Macit, & F. Özpilavcı, Çev.) İstanbul: Litera Yayıncılık.

Stephanson, H. (1960). Public Relations Practices. H. Stephanson içinde, *Handbook of Public Relations*. New York: McGraw Hill.

Strauss, L. (2013). Tabii Hak ve Tarih. C. B. Akal içinde, *Devlet Kuramı* (4 b.). Ankara: Dost Yayınları.

Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic And Institutional Approach. *Academy Of Management Review*, 20(3), 571-610.

Şahin, E. (2015). *Türk Siyasi Tarihinde Anayasa İktidar ve Meşruiyet Sorunu*. Ankara: Adalet Yayınevi.

Türk, G. D. (2018). Benoit'in İmaj Restorasyon Teorisi. H. Babanaca, T. Soldatovic, & N. D. Dzanic içinde, *SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER'DE AKADEMİK ARAŞTIRMALAR -II*. Ankara: Gece Kitaplığı.

Tengilimoğlu, D., & Öztürk, Y. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. İstanbul: Seçkin.

Tolbert, P. S., & Zucker, L. G. (1996). The institutionalization of institutional theory. S. Clegg, C. Hardy, & W. Nord içinde, *Handbook of organization studies*. London : Sage.

Tost, L. P. (2011). An integrative model of legitimacy judgments. *Academy of Management Review*, 36(4), 686-710.

Ullman, A. (1985). Data search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and academic performance of U.S. firms. *Academy of Management Review*, 10(3), 540-547.

Wehr, H. (1976). A Dictionary of Modern Written Arabic. J. M. Cowan içinde, *A Dictionary of Modern Written Arabic*. New York: Meriam-Webster INC.

Woodward, D., Edwards, P., & Bikrin, F. (1996). Organizational Legitimacy and Stakeholder Information Provision. *British Journal of Management*(17), 329-347.

Yılmaz, A., Negiz, M., Kıray, A., & Koç, O. (2016). Örgütsel Meşruiyet Krizinden Nasıl Korunulur? Bir Örnek Olay İncelemesi. *15. Ulusal İşletmecilik Kongresi*. İstanbul Üniversitesi.

Zucker, L. G. (1987). Institutional Theories of Organizations. *Annual Review of Sociology*(13), s. 443-464.