**HALKLA İLİŞKİLER GEREKSİNİMİ**

HALKLA İLİŞKİLERİN DÜZENLİ, PLANLI VE BİLİRLİ BİR AMACA YÖNELİK OLARAK ORTAYA ÇIKMASI YENİDİR.

HALKLA İLİŞKİLERİN ÇAĞIMIZIDA ORTAYA ÇIKMA SEBEBİ İSE; KAMU VE ÖZEL KESİMİN ÇEVRESİ İLE DÜZENLİ İLİŞKİ KURMA ZORUNLULUĞUDUR.

DAHA DA ÖNEMLİSİ DEMOKRASİ İÇERİSİNDE HALKIN KENDİNİ BİR GÜÇ OLARAK ÖTEKİ KURUMLARA KABUL ETTİRME GERÇEĞİDİR.

YÖNETİLEN BİREY STATÜSÜNDEN VATANDAŞ STATÜSÜNE GEÇEN HALK, ARTIK GÜNÜMÜZDE YÖNETİMLERDEN HESAP SORABİLMEKTE VE BİLGİ İSTEMEKTEDİR. YÖNETİLENLER KAMU YÖNETİMİ ÜZERİNDE DENETİM KURMAKTA VE İDAREYİ AÇIK OLMAYA ZORLAMAKTADIR.

GÜNÜMÜZDE ARTIK SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ DESTEĞİ VE KATKISI OLMADAN ÜLKE YÖNETİMİNİN OLMAYACAĞI NOKTASINA GELİNMİŞTİR.

HALKLA İLİŞKİLER İLE YÖNETİM VE YÖNETİCİLER, HALKIN BİLGİLENMESİNİ VE AYDINLANMASINI SAĞLAYARAK, TEPKİLERİ ÖĞRENİP EYLEMLERE YÖN VEREBİLMEKTERİ.

**DEMOKRATİK YÖNTEM HALKI İNANDIRMAK VE İKNA ETMEKTEN GEÇER.** BUNUN İÇİNDE HALKLA İLİŞKİLER VAZGEÇİLMEZDİR.

YÖNETEN İLE YÖNETİLEN, MÜŞTERİ İLE SATICI ARASINDA Kİ İKİLEMDEN BU TARAFA HALKLA İLİŞKİLERE GEREK DUYULMAYA BAŞLANMIŞTIR. ANCAK HALKLA İLİŞKİLERİN PLANLI VE KURUMSAL BİR ALT YAPIYA SAHİP OLMASI VE YÖNETİLEN BİR ÇABA OLARAK ORTAYA ÇIKMASI YENİDİR.

**HALKLA İLİŞKİLERİN ORTAYA ÇIKIŞI**

HALKLA İLİŞKİLER TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİYLE BİRLİKLE ORTAYA ÇIKMIŞTIR. İLK ÖRNEKLERİNE FORUMLAR ARACILIĞIYLA ESKİ YUNAN VE ROMA DA RASTLANMAKTADIR. MISIR, MEZOPOTAMYA VE İRAN’DA DÖNEMİN YÖNETİCİLERİNİ TANITAN TABLITLIRI RASTLANMAKTADIR. MANTIK, “HALKIN SESİ, HAKKIN SESİDİR”.

GÜNÜMÜZ ANLAMINDA HALKLA İLİŞKİLERİN İLK ORTAYA ÇIKTIĞI VE ŞEKLİNİ ALDIĞI YER ABD DİR. 1807 YILINDA ABD KONGRESİNE GÖNDERİLEN BİR MESAJ İLE İLK ÖRNEĞİ GÖRÜLMEKTEDİR. DAHA SONRASINDA BEYAZ SARAYDA DÜZENLİ VE SÜREKLİ OLARAK GERÇEKLEŞTİRİLEN BASIN TONLANTILARI YİNE ABD DE 19 YÜZYILDA BAŞLATILAN VE HIZLA YAYGINLAŞAN KAMUOYU ARAŞTIRMALARI VE 1896 YILINDA YAPILAN BAŞKANLIK SEÇİMLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER ÖNEMLİ BİR YER TUTMUŞTUR.

ABD DE 1917 YILINDA KURULAN HALKI AYDINLATMA KOMİTESİ KAMU YÖNETİMİNİN İLK HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİ OLMUŞTUR.

**HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİNİN ARTMASI**

IVY LEE VE ROCKFELLER ŞİRKETLER TOPLULUĞU KÜÇÜK BUROŞÜRLER HAZIRLAMIŞ VE ÇALIŞMALARINI İLKELERİ BİLDİRGESİ ADLI KÜÇÜK BİR YAPITTA TOPLAMIŞTIR.

BUNA GÖRE; “KAMU MUTLAKA BİLGİLENDİRİLMELİ, BASINLA İLİŞKİLER SAĞLIKLI BİR ŞEKİLDE YÜRÜTÜLMELİ, TÜM BU ÇALIŞMALAR KALİTELİ BİR HİZMETLE DESTEKLENMELİ, AYNI ZAMANDA HİZMETİN DENETLENMESİ VE DESTEKLENİLMESİ SAĞLANMALIDIR”.

HALKLA İLİŞKİLER KONUSUNDA İKİNCİ ÖNEMLİ İSİM İSE, **EDWARD BERNAYS**’DIR.

BERNAYS, HALKIN ANLAŞILMASI GÖREKTİĞİNİ SÖYLEYEREK, 1920 YILINDA HALKLA İLİŞKİLER DANIŞMANLIĞI SÖZÜNÜ BENİMSEMİŞTİR.

BERNAYS, 1923 YILINDA KAMUOYU AYDINLATILMASI ADLI KİTABINI YAYIMLAYARAK, SOSYAL VE DAVRANIŞ BİLİMLERİNDEN BESLENEN YENİ BİR HALKLA İLİŞKİLER ANLAYIŞINI ORTAYA KOYMUŞTUR.

1929 YILINDA ABD DE YAŞANAN DÜNYA EKONOMİK BUNALIMI VE BÜYÜK BUHRANDAN SONRA HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ GİDEREK ARTMIŞTIR. BUHRANDAN SONRA KAMU YÖNETİMİ TOPLUMSAL SORUNLARI GÖRMEZDEN GELİP YOK SAYMA EĞİLİMİNDEN VAZGEÇEREK, TOPLUMSAL SORUNLARI BİR BÜTÜN İÇİNDE ELE ALIP ÇÖZÜME KAVUŞTURMA YÖNÜNDE ÇALIŞMALAR BAŞLATMIŞTIR. KAMUOYU’NUN ÇOK ÖNEMLİ BİR TOPLUMSAL GERÇEK OLDUĞU ANLAŞILMIŞ VE EDİLGEN BİREYDEN ETKEN BİREY ANLAYIŞINA YÖNELİNMİŞTİR.

BU DÖNEMDE **NEW DEAL** (EKONOMİK AĞIRLIKLI BİR DÖNÜŞÜM) PROGRAMI ORTAYA KONULMUŞTUR.

BUNDAN SONRA Kİ HAYATTA TELEVİZYONLARDA HALK SOHBETLERİ VE HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI SÜREKLİ BİR HAL ALMIŞTIR.

İDEOLOJİK DEVLET FAALİYETLERİNİN ÖNEM KAZANMASI, YÖNETSEL ETKİNLİĞİN ARTMASI, YÖNETİMLERİN KARMAŞIKLAŞMASI, HALKLA GÜVENE DAYALI İLİŞKİLERİ KURULMA ZORUNLULUĞU HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİNİ BİR KEZ DAHA ORTAYA KOYMUŞTUR.

**HALKLA İLİŞKİLER NEDİR?**

İNGİLİZCE’DE PUBLİC RELATİONS (PR),

PUBLİC : HALK

HELATİONS : İLİŞKİLER ANLAMLARINA GELİYOR.

YILLAR BOYUNCA HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI ÜZERİNDE TAM BİR GÖRÜŞBİRLİĞİNE VARILAMAMIŞTIR.

1976 YILINDA HALKLA İLİŞKİLER ARAŞTIRMA VE EĞİTİM VAKFI (FOUNDATİON FOR PUBLİC RELATİONS RESEARCH AND EDİCATİON) TARAFINDAN YAPTIRILAN BİR ARAŞTIRMA İLE 65 UZMAN BİR ARAYA GELEREK 472 TANIMI ANALİZ EDİP GENEL BİR TANIMA ULAŞMIŞLARDIR.

BUNA GÖRE; HALKLA İLİŞKİLER BİR İŞLETME İLE HEDEF KİTLE ARASINDA KARŞILIKLI,

* İLETİŞİMİ,
* ANLAYIŞI,
* KABULÜ VE İŞBİRLİĞİNİ SAĞLAYIP SÜRDÜRMEYE YARDIMCI BİR YÖNETİM FONKSİYONUDUR.

HALKLA İLİŞKİLER İLE İLGİLİ BAZI ÖRNEK TANIMALAMALARA DA YER VERECEK OLURSAK ONLAR DA ŞU ŞEKİLDEDİR:

BRİTANİCA ANSİKLOPEDİSİNDE Kİ TANIMA GÖRE HALKLA İLİŞKİLER; KİŞİNİN YA DA BİR KURUMUN HALKLA İLGİSİNİ GELİŞTİRME VE ANLAMA YOLUNDA Kİ ÇABALARDIR.

WEBTER’S NEW COLLEGİATE DİCTİONARY’E GÖRE HALKLA İLİŞKİLER; KİŞİ, ŞİRKET YA DA BİR KURUMLA HALK ARASINDA Kİ KARŞILIKLI ANLAYIŞ VE İYİ NİYETİ GELİŞTİRME BİLİM YA DA SANATIDIR.

WEBTER’S NEW İNTERNATİONAL DİCTİONARY’E GÖRE HALKLA İLİŞKİLER; BİR SANAYİ KOLU, SENDİKA, ŞİRKET, MESLEK GURUBU, HÜKÜMET YA DA BİR BAŞKA KURULUŞUN; MÜŞTERİ, İŞÇİ, ORTAK GİBİ ÖZEL KAMU GURUPLARI YA DA GENİŞ ANLAMINDA HALK İLE SAĞLAM VE VERİMLİ BAĞLAR KURUP BUNLARI GELİŞTİREREK KENDİSİNİ ÇEVRESİNE YERLEŞTİRME VE TOPLUMA TANITMA İÇİN GİRİŞTİĞİ ÇABALARDIR.

PROF. BYRON CRİSTİAN’A GÖRE İSE HALKLA İLİŞKİLER; HALKI HABERLEŞME YOLUYLA BİR KURULUŞUN LEHİNDE DÜŞÜNMEYE, ONU DESTEKLEMEYE, ZORLUKLARLA KARŞILAŞSA DA ONU UZUN SÜRE YILMADAN DENEMEYE TEŞVİK ETMEK VE BU YOLDA ETKİLEMEKTİR.

PROF. EMERSON REC’E GÖRE İSE HALKLA İLİŞKİLER; GÜDÜLECEK POLİTİKAYI, SUNULACAK HİZMETLERİ, YAPILACAK İŞLERİ, BİREYLER VE GURUPLARIN YARARLARINA UYGUN ŞEKİLDE PLANLAMAK İÇİN SÜREKLİ OLARAK GELİŞTİRİLEN BİR OLUŞUMDUR.

YARARLARI DÜŞÜNÜLEN BİREYLER VE GURUPLARIN, BU OLUŞUMU GERÇEKLEŞTİRECEK KİŞİ VE KRUMLARA GÖSTERECEKLERİ İYİ NİYET VE GÜVEN, PR ÇABASININ BAŞLICA AMACIDIR.

PR BU DÜŞÜNCELER GÖZÖNÜNDE BULUDURULARAK HAZIRLANAN POLİTİKALARIN, UYGULANAN HİZMETLERİN VE ÇABALARIN İYİCE ANLAŞILMASINA, HALK TARAFINDAN ANLAYIŞ VE KABUL GÖRECEK BİR İŞ PROGRAMININ İZLENMESİNE YARDIM EDER.

JHON MARSTON, THE NATURE OF PUBLİC RELATİONS’TA YAYINLADIĞI TANIMINDA; BELİRTİLMİŞ HEDEF KİTLELERİ ETKİLEMEK İÇİN HAZIRLANMIŞ PLANLI, İNANDIRICI HABERLEŞME ÇABASIDIR, DEMEKTEDİR.

SAM BLACK İSE PRACTİCAL PUBLİC RELATİONS’TA YAPTIĞI TANIMLAMADA; BİR KURULUŞU ÇALIŞANLARA, MÜŞTERİLERE, İLGİLİ OLDUĞU KİŞİLERE, SEVDİRME VE SAYDIRMA SANATIDIR, DEMEKTEDİR.

ALAADDİN ASNA İSE HALKLA İLİŞKİLERİ; ÖZEL YA DA TÜZEL KİŞİLERİN BELİRTİLMİŞ KİTLELERLE DÜRÜST VE SAĞLAM BAĞLAR KURUP GELİŞTİREREK, ONLARI OLUMLU İNANÇ VE EYLEMLERE YÖNELTMESİ, TEPKİLERİ DEĞERLENDİREREK TUTUMUNA YÖN VERMESİ, BÖYLECE KARŞILIKLI YARAR SAĞLAYAN İLİŞKİLER SÜRDÜRME YOLUNDAKİ PLANLARI, ÇABALARI KAPSAYAN BİR BİR YÖNETİCİLİK SANATIDIR.

JAMES GRUNİG VE FRAİSER SAİTEL İSE, HALKLA KURULUŞ İLE HEDEF KİTLESİ ARASINDA Kİ İLETİŞİM YÖNTEMİDİR DİYE TANIMLAMAKTADIR.

F. BALTA PELTEKOĞLU İSE, KİŞİ YA DA KURULUŞUN AMAÇLARINI GERÇEKLEŞTİRMESİNE YARDIMCI OLAN, ÖNEM SIRASI KİMİ ZAMAN TÜKETİCİ KİMİ ZAMAN DAĞITIMCI VE ÇALIŞANLAR GİBİ KURULUŞUN YAPISINA GÖRE, DEĞİŞKENLİK GÖSTEREN HEDEF KİTLELERLE GERÇEKLEŞTİRİLEN STRATEJİK İLETİŞİM YÖNTEMİDİR.

TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ TÜZÜĞÜNDE YER ALAN HALKLA İLİŞKİLER TANIMI İSE ŞÖYLEDİR; “HALKLA İLİŞKİLER, ÖZEL VE KAMU KURULUŞLARININ, MÜŞTERİ, İŞÇİ, ORTAK GİBİ ÖZEL GURUPLAR; RESMİ ÇEVRELER VEYA GENİŞ ANLAMINDA HALKLA SAĞLAM BAĞLAR KURUP GELİŞTİREREK KENDİSİNİ ÇEVRESİNE YERLEŞTİRME, TOPLUMA TANITMA VE ÇALIŞMALARINA HALK OYUNDAN GELEN YANKILARI DEĞERLENDİREREK TUTUMUNA YÖN VERME KONUSUNDA GİRİŞTİĞİ PLANLI ÇABALARDIR”.

ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİNİN (IPRA) BİR YAYININDA Kİ TANIMLAMADA ŞÖYLEDİR; “HALKLA İLİŞKİLER ORGANİZASYONLA HEDEF KİTLE ARASINDA KARŞILIKLI ANLAYIŞ, KABUL GÖRME, İŞBİRLİĞİ VE İLETİŞİMİN SAĞLANIP SÜRDÜRÜLMESİNE YARDIM EDEN, SORUNLARIN VE KONULARIN YÖNETİMİYLE İLGİLİ YÖNETİMİ KAMUOYU KONUSUNDA SÜREKLİ BİLGİLENDİREREK ONA KARŞI DUYARLI OLMASINA YARDIMCI OLAN, YÖNETİMİN KAMU YARARINA HİZMET ETME SORUMULUĞUNU TANIMLAYIP VURGULAYAN, EĞİLİMLERİN ÖNCEDEN SAPTANMASINA YARDIMCI OLMAK İÇİN ÖNCEDEN BİR ERKEN UYARI SİSTEMİ GÖREVİ YAPARAK YÖNETİMİN DEĞİŞİKLİĞE AYAK UYDURMASINA VE DEĞİŞİKLİKTEN YARARLANMASINA YARDIM EDEN, ARAŞTIRMA YÖTEMLERİYLE SAĞLIKLI VE ETİK İLKELERE UYGUN İLETİŞİM TEKNİKLERİNDEN BİRİNCİL ARAÇLAR OLARAK YARARLANAN ÖZGÜN BİR YÖNETİM FONKSİYONUDUR.

**HALKLA İLİŞKİLER TANIMLARINDA Kİ ORTAK NOKTALAR:**

* HALKLA İLİŞKİLER ORGANİZASYONLARA ÖZGÜ BİR FAALİYETTİR.
* HALKLA İLİŞKİLERDE HEDEF KİTLE (İLGİLİ ÇEVRE) HEM KURUM İÇİ HEM DE KURUM DIŞI ÇEVRELERİ KAPSAMAKTADIR.
* HALKLA İLİŞKİLER BİR İLETİŞİM ÇABASIDIR.
* HALKLA İLİŞKİLER, İLETİŞİMDE ANLAYIŞ, KABUL VE İŞBİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE GERÇEKLEŞİR.
* HALKLA İLİŞKİLERDE İLETİŞİMİN İKNA EDİCİ ŞEKİLDE TASARLANIP GERÇEKLEŞTİRİLMESİ GEREKİR.
* HALKLA İLİŞKİLER BİR YÖNETİM FONKSİYONUDUR.
* HALKLA İLİŞKİLER BİR SÜREÇTİR.

**HALKLA İLİŞKİLER BİR SÜREÇTİR**

HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNDE HEDEF KİTLEYİ İYİ TANIMAK GEREKİR.

TANIMA; HALKLA İLİŞKİLERDE İYİ VE ETKİLİ BİR İLETİŞİM İÇİN, İŞLETMENİN, KURUMUN VEYA ÇALIŞILAN REKLAM AJANSININ HEDEF KİTLEYİ İYİ TANIMASI GEREKİR.

HEDEF KİTLE ANALİZİ YAPILIRKEN; HEDEF KİTLENİN EĞİTİM SEVİYESİ, KÜLTÜR DÜZEYİ, GELİR DURUMU, MESLEKİ DAĞILIMLARI, DEMOĞRAFİK ÖZELLİKLERİ, KURUMLA İLGİLİ BEKLENTİ VE ŞİKAYETLERİ DİKKATE ALINMALIDIR.

TANITMA; KURUMUN YAPISI VE İŞLEYİŞİ İLE İLGİLİ OLARAK HEDEF KİTLEDE HİÇBİR KUŞKUYA YER BIRAKMAKSIZIN BİLGİ VE HABERLERİN AKTARILMASIDIR.

KURULUŞUN YAPISI VE İŞLEYİŞİ İLE İLGİLİ OLARAK HEDEF KİTLEDE HİÇBİR KUŞKUYA YER BIRAKMAKSIZIN BİLGİ VE HABERLERİN AKTARILMASI GEREKİR.

TANITMA SIRASINDA KULLANILAN YÖNTEM VE TEKNİKLER; YÜZYÜZE İLİŞKİLER, BASILI ARAÇLAR (YAZILI KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE İLETİŞİMİN BASILI KAYNAKLARI VB.), KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI, RADYO, TELEVİZYON, İŞLETMENİN YAYIN ARAÇLARININ YANI SIRA, YARIŞMALAR, FUARLAR, SERGİLER, FESTİVALLER, SEMİNERLER VE İŞLETME GEZİLERİ GİBİ TEKNİKLER VE ARAÇLARDIR.

JHON MASTER HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNİ :

1. ARAŞTIRMA (RESEARCH); PROBLEM VEYA DURUM NEDİR?
2. EYLEM (ACTİON); BU KONUDA NELER YAPILABİLİR?
3. İLETİŞİM (COMMUNİCATİON); BU KONU HEDEF KİTLEYE NASIL ANLATILACAK?
4. DEĞERLEME (EVALUATİON); HEDEFE ULAŞILDI MI? ETKİLERİ NE OLDU?

ŞEKLİNDE SIRALAMIŞTIR.

BU KONU DA DİĞER BİR YAKLAŞIM İSE; ALTI ÖGEDEN OLUŞAN ZİNCİRİN SONSUZ BİR SÜREÇ OLDUĞU DÜŞÜNCESİNE DAYANIR.

DÜZEY - 1

A – HALKLA İLİŞKİLER UZMANI BİRÇOK KAYNAĞI İNCELEYEREK PROBLEMİ AÇIKÇA ORTAYA KOYAR.

B – HALKLA İLİŞKİLER UZMANI BU VERİLERİ ANALİZ EDEREK YÖNETİME TAVSİYELERDE BULUNUR.

C – YÖNETİM TAKTİK VE EYLAM KARARLARINI OLUŞTURUR.

DÜZEYİ – 2

D – HALKLA İLİŞKİLER UZMANI EYLEM PROGRAMINI UYGULAR.

E – HALKLA İLİŞKİLER UZMANI EYLEMİN ETKİLERİNİ DEĞERLENDİRİR.

HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNİN BAŞARIYA ULAŞMASINDA BU ADIMLARIN UYGULANMASI SON DERECE ÖNEMLİDİR.

UYGULAMA ÖNCESİ YAPILACAK ARAŞTIRMA VE PLANLAMAYLA DOĞRU HEDEF KİTLEYE DOĞRU ZAMAN VE ARAÇLA ETKİLİ BİR MESAJ GÖNDERMEK MÜMKÜNDÜR.

UYGULAMA SONRASI YAPILACAK BİR DEĞERLENDİRME İLE PROGRAMIN SÜREKLİLİĞİNİN SAĞLIKLI BİR BİÇİMDE GERÇEKLEŞMESİ MÜMKÜNDÜR. ANCAK BÜTÜN BUNLARIN GERÇEKLEŞMESİNDE DOĞRU HEDEF KİTLEYE ULAŞMAK OLDUKÇA ÖNEMLİDİR.

**HALKLA İLİŞKİLERDE HEDEF KİTLE**

ROBERT ROSS HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN HEDEF KİTLEYİ; “ KURULUŞUN DİKKATE ALMASI GEREKEN, ORTAK BEKLENTİLERİ OLAN, KURULUŞLA DOĞRUDAN YA DA DOLAYLI BAĞI OLAN İNSAN TOPLULUKLARI OLARAK” TANIMLAR.

BAŞKA BİR SÖYLEYİŞLE, İŞLETME, KURUM VEYA KİŞİNİN İLETİŞİM KURUP MESAJLARINI İLETMEK İSTEDİĞİ KİŞİ VE KURULUŞLAR HEDEF KİTLEYİ OLUŞTURUR.

GÜNÜMÜZDE YOĞUN REKABET ALTINDA KURULUŞLAR HEDEF KİTLELERİ İLE İŞBİRLİĞİ YAPMADAN, ONLARIN DÜŞÜNCELERİNİ DİKKATE ALMADAN AYAKTA KALAMAZLAR.

**TÜRKİYE’DE HALKLA İLİŞKİLER**

TÜRKİYE’DE HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI İLK OLARAK KAMU KESİMİNDE BAŞLATILMIŞTIR.

BASIN YAYIN ENFORMASYON GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI YAYIN VE TEMSİL ŞUBESİ, DIŞ İŞLERİ BAKANLIĞIENFORMASYON DAİRESİ, BAKANLIKLARIN BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER MÜŞAVİRLİKLERİ GİBİ.

1962 YILINDA UYGULANAN MERKEZİ HÜKÜMET TEŞKİLATI ARAŞTIRMA PROJESİ (MEHTAP) BUNLARDAN İLKİ SAYILIR.

DEVLET KURULUŞLARININ HER KADEMESİNDE YÜRÜTÜLEN ÇALIŞMALAR VE ALINAN KARARLARDA HALKLA YAKIN İLİŞKİ KURULMASI KAÇINILMAZ HALE GELMİŞTİR.

HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN 1961 ANAYASASI ÖNEMLİDİR VE 1970 LER ÖZEL SEKTÖRÜN HALKLA İLİŞKİLERE YÖNELİM GÖSTERDİĞİ DÖNEMLERİN BAŞLANGICIDIR.

**HALKLA İLİŞKİLERİN UYGULAMA ALANLARI**

**DANIŞMANLIK:** BU KAVRAM KURULUŞLARIN ÜST YÖNETİCİLERİNESTRATEJİK KONULARDA DANIŞMANLIK HİZMETİ VERİLMESİNİ İÇERİR. HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI KİMİ ZAMAN KURUMLARA, İŞLETMELERE VE KİŞİLERE DANIŞMANLIK HİZMETİ SUNARLAR. ŞÜPHESİZ DANIŞMANLIK UZMANLIK İSTEYEN BİR KONUDUR. ÇÜNKÜ DANIŞMANLAR; KURUM ETKİLEYECEK, EKONOMİK, SOSYAL, POLİTİK, TEKNOLOJİK VB. KONULARI SÜREKLİ TAKİP EDERLER VE BU DEĞİŞİMLER KARŞISINDA KURUMUN NASIL ETKİLENECEĞİNİ VE YÖNETİMİN TAKİP EDECEĞİ STRATEJİ VE POLİTİKALARIN ÜRETİLMESİYLE İLGİLİ YÖNETİME BİLGİ AKTARIP ÖNERİLERDE BULUNURLAR.

**ARAŞTIRMA:** HALKLA İLİŞKİLER STRATEJİLERİNİ PLANLAMAK İÇİN KONU İLE İLGİLİ TUTUM VE DAVRANIŞLARI BELİRLEMEK GEREKİR. BÖYLE BİR ARAŞTIRMA, İLK OLARAK KARŞILIKLI ANLAMA, İKİNCİ OLARAK HEDEF KİTLEYİ ETKİLEME VE İKNA ETME AMACIYLA KULLANILABİLİR. DİĞER BİR DEYİŞLE, DÜZENLENECEK KAMPANYADA HALKLA İLİŞKİLER UZMANI AMAÇLARINI DOĞRU BELİRLEMEK VE HEDEF KİTLESİNİ SEÇEBİLMEK İÇİN BULUNULAN DURUMU BÜTÜNÜYLE VE OBJEKTİF OLARAK DEĞERLENDİRMELİDİR. BÖYLE BİR ARAŞTIRMA SONRASINDA OLUŞTURULAN HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYASI ÇOK DAHA İYİ PLANLANACAK VE SONUÇLARI ETKİLİ OLACAKTIR.

**MEDYA İLİŞKİLERİ:** HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI MESAJLARINI HEDEF KİTLELERİNE ULAŞTIRABİLMEK İÇİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINA İHTİYAÇ DUYARLAR. ÖTE YANDAN İLETİŞİM ARAÇLARI DA VARLIKLARINI SÜRDÜREBİLMEK İÇİN BİLGİ VE HABER GEREKSİNİMİ İÇİNDEDİRLER. İŞTE BU KARŞILIKLI GEREKSİNİM, İYİ İLİŞKİLERİN GELİŞTİRİLMESİNİ ÖZELLİKLE HALKLA İLİŞKİLER ADINA ZORUNLU HALE GETİRMEKTEDİR.

HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI KURUMLARINI İLGİLENDİREN OLAYLARLA İLGİLİ OLARAK MEDYA KURULUŞLARINDAKİ KİŞİ VE GURUPLARLA MESAJ ALIŞVERİŞİ VE ETKİLEŞİM İÇERİSİNDE BULUNURLAR. BURADA İLETİŞİM ARAÇLARINDAN BİRİNİ DİĞERİNE TERCİH ETMENİN ANA ÖLÇÜTÜ, GÜVENİLİRLİĞİNİ VE HEDEF KİTLEYİ BELLİ BİR TAVIR VEYA EYLEME MOTİVE ETME ÜSTÜNLÜĞÜDÜR.

İLETİŞİM ARAÇLARININ BELİRLENMESİNDE KURUMSAL DEĞER VE STANDARTLARIN HALKLA İLİŞKİLER UZMANI TARAFINDAN GÖZÖNÜNE ALINMASI VE MESAJIN BU DURUMLA UYUM İÇİNDE OLMASI, DOĞRU MESAJIN DOĞRU ARAÇTA OLDUĞU ANLAMINA GELMEKTEDİR. HALKLA İLİŞKİLER UZMANI MEDYA ÇALIŞANLARI İLE İYİ İLETİŞİM KURABİLMEK İÇİN ÖNCELİKLE KENDİ KURULUŞUNU İYİ TANIMAK ZORUNDADIR. MEDYA İLE İLİŞKİLERİNDE GÜVENİLİR OLMALI, MUHABİR VE EDİTÖRLERİN İŞİNİ OLABİLDİĞİNCE KOLAYLAŞTIRMALIDIR.

BARY; MEDYA İLE İLİŞKİ KURARKEN “3N” ADINI VERDİĞİ TEMEL KONULARA UYULDUĞU TAKDİRDE GAZETECİLERLE İYİ İLİŞKİ KURMA VE AYNI ZAMANDA DA MESAJI YAYINLATMA ŞANSININ ARTTIĞINI İFADE ETMEKTEDİR.

NEDEN? MEDYA YA GÖNDERİLEN MESAJ NEDEN GAZETECİLERİ İLGİLENDİRSİN? HABER NİTELİĞİ TAŞIYOR MU? MEDYA’NIN OKUYUCULARI/İZLEYİCİLERİ İÇİN İLGİ ÇEKİCİ Mİ? ÖRNEĞİN; YENİ BİR ÜRÜN TANITIMI, HİZMETTE YENİLİK, YENİ BİR ÜYE, BÜYÜME.. NEDEN BASININ İLGİSİ ÇEKİLMEYE ÇALIŞILIYOR? OBJEKTİF OLUNDUĞU TAKTİRDE HEDEFE ULAŞMA DA EN CAN ALICI NOKTA ÇÖZÜLMÜŞ OLUR.

NE ZAMAN? YAZI VEYA HABERİN SON TESLİM TARİHİ/SAATİ NEDİR? GÜNLÜK, HAFTALIK YA DA AYLIK BİR YAYIN MI? MEDYA YA GÖNDERİLEN BASIN BÜLTENİ, BASIN MAKALESİ VS. GAZETECİNİN ELİNE GEÇ ULAŞIRSA, TARİH/SAAT KAÇIRILIRSA, BÜLTENDEN BELKİ BİR SONRA Kİ GÜN/ SAYIDA YARARLANILIR BELKİ HİÇ YARARLANILMAZ. BUNUN İÇİN DAHA DİKKATLİ OLMAK ÖNLEM ALMAK GEREKİR.

NE? GÖNDERİLECEK BASIN BÜLTENLERİ, BASIN MAKALELERİ VS. HANGİ FORMATTA GAZETECİLERİN ELİNE GEÇMESİ TERCİH EDİLİYOR? GAZETECİLERİN TERCİH ETTİĞİ BİR YÖNTEM VAR MIDIR? ÖRNEĞİN: POSTA, FAX VEYA E-POSTA..TERCİH EDİLEN YÖNTEM UYGULANMAZSA, BİLGİ DEĞERLENDİRMEYE ALINMAZ VEYA ELLERİNE ULAŞMAZ. BÜTÜN BASINA AYNI ANDA BASIN BÜLTENİ YOLLAMAK (MEDYANIN ÖZELLİĞİNE UYGUN BİÇİM, İÇERİK VE FORMATTA GÖNDERMEK.) GEREKİR.

**DUYURUM:** KURULUŞLA İLGİLİ HAERLERİN, HABER OLMA DEĞERİNE BAĞLI OLARAK MEDYA DA ÜCRETSİZ OLARAK YAYINLANMASIDIR. İNSANLAR YAZILI YA DA GÖRSEL BASINDA ÇIKAN HABERLERE DEĞER VERİRLER. HALKLA İLİŞKİLER MESAJLARI REKLAM VE DİĞER ETKİNLİKLERDEKİ GİBİ TİCARİ İÇERİKLİ OLARAK ALGILANMAMAKTA, HABER OLARAK GÖRÜLMEKTEDİR. ŞÜPHESİZ BU DURUM İNANILIRLIK VE GÜVENİLİRLİK AÇISINDAN DUYURUMU ÇEKİCİ KILMAKTADIR.

HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI PLANLANMIŞ MESAJLARI SİSTEMLİ BİR ŞEKİLDE MEDYAYA GÖNDERİRLER. GÖNDERİLEN BU MESAJLARIN MEDYADA YAYINLANMA OLASILIĞI HABER DEĞERİ TAŞIMASIYLA İLGİLİDİR. OBJEKTİF OLMA ÖNEMLİDİR..

**ÇALIŞANLARLA / ÜYELERLE İLETİŞİM:** BİR KURULUŞ İLE ÇALIŞANLARI ARASINDA İLİŞKİ KURMAYA YÖNELİK OLARAK YAPILAN ÇALIŞMALARDIR. ÇALIŞANLARLA İLETİŞİM, ÇALIŞANLARI KURUMUN ÇALIŞMALARINDAN, HEDEFLERİNDEN VARSA PROBLEMLERİNDEN HABERDAR EDEREK TAKIM RUHU OLUŞTURMAYI, KURUM BİLİNCİNİ YERLEŞTİRMEYİ AMAÇLAR. BU AMAÇLA YAPILAN GİRİŞİMLER, ÇALIŞANLAR ARASINDA Kİ SORUNLARI AZALTMAKTA, MEMNUNİYETİ SAĞLAMAK, TAKIM RUHUNU OLUŞTURMAK, MOTİVASYONU ARTTIRMAK GİBİ ÇALIŞMALARI İÇERİR. DİĞER BİR SÖYLEYİŞLE, ÇALIŞANLAR KENDİLERİNE DEĞER VERİLDİĞİNİ, İHTİYAÇLARININ GÖZÖNÜNE ALINDIĞINI HİSSEDER VE İŞLERİNDE GEREKLİ OLAN HER TÜRLÜ BİLGİYE ULAŞABİLİRLERSE ÜRETKENLİKLERİ VE MOTİVASYONLARI ARTAR.

**YAKIN ÇEVRE İLİŞKİLERİ:** BİR KURULUŞUN BULUNDUĞU BÖLGE İÇİNDE YAŞAYAN ÇEVRE HALKLA İLETİŞİMİ VE ONLARA YÖNELİK OLARAK YAPTIĞI ÇALIŞMALARDIR. BURADA HALKLA İLİŞKİLERİN HEDEFİ KURUMUN BİR PARÇASI OLDUĞU, İÇİNDE YAŞADIĞI ÇEVREYLE, KOMŞULARIYLA, SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİYLE İLETİŞİMİNİN SAĞLANMASIDIR. BU AMAÇLA KURUMU TOPLUMSAL SORUMLULUĞU NOKTASINDA BİLİNÇLENDİRİR. KURUMUN TOPLUM İÇİN ÖNEMLİ OLAN EĞİTİM, ÇEVRE, İŞSİZLİK, SAĞLIK GİBİ KONULARDA AKTİF ROL ALMASINI SAĞLAR.

**KAMU YARARINA FAALİYETLER:** ÇOĞUNLUKLA HALKLA İLİŞKİLERİNE YERİNE KULLANILAN BU KAVRAM KAMU YARARININ GÖZETİLDİĞİ ETKİNLİKLERİ İÇERİR. KAMU YARARINA YAPILAN FAALİYETLER KURUMUN İÇİNDE YAŞADIĞI TOPLUMUN MENFAATLERİNE, REFAHININ YÜKSELTİLMESİNE YÖNELİK OLARAK YAPILAN ÇALIŞMALARDIR. KURUM YAPTIĞI BU FAALİYETLERLE SADECE KENDİNİ DÜŞÜNMEDİĞİNİ, İÇİNDE YAŞADIĞI TOPLUMU DA DÜŞÜNDÜĞÜNÜ İFADE ETMEYE ÇALIŞIR. DOLAYISIYLA TOPLUMUN GÖZÜNDE KURUMUN İMAJININ ARTTIRILMASI AMAÇLANIR.

**HÜKÜMET İLİŞKİLERİ:** HÜKÜMETE YÖNELİK OLARAK PLANLANAN HALKLA İLİŞKİLERİN HEDEFİ, KURUMUN HÜKÜMETLE, PARLEMENTERLERLE, BAKANLARLA, ÇEŞİTLİ KAMU KURULUŞLARIYLA İLİŞKİLERİNİN GÜÇLENDERİLMESİ ÇALIŞMAKTIR. AYNI ZAMANDA KURUMU İLGİLENDİREN HÜKÜMET KARARLARINDA, KURUMUN GÖRÜŞÜNÜNDE ALINMASI SAĞLANIR. HALKLA İLİŞKİLER UZMANININ BU KONUDA KULLANACAĞI YÖNTEM, KAMUOYU ETKİSİNİ KULLANARAK HÜKÜMETİ BELİRLİ KONULARDA KARAR ALMAYA YÖNLENDİRMEKTİR. MECLİSLE DOĞRUDAN İLİŞKİLİ VE KURUMLARIN ADINA İLİŞKİLERİ YÖNETEN AJANSLAR VARDIR. LOBİCİLİK BU PROGRAMIN BİR PARÇASI OLARAK SAYILABİLİR. HALKLA İLİŞKİLERİN ÖGELERİNDEN BİRİSİ OLAN LOBİ FAALİYETLERİ, BELİRLİ BİR SİYASİ KONU DA DEĞİŞİM SAĞLAMAK YA DA BÖYLE BİR DEĞİŞİMİ ENGELLEMEK İÇİN KAMU KARAR MEKANİZMASINI ETKİLEMEYE YÖNELİK PLANLI ÇABALARDIR. HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI BU FAALİŞETLERİ YÜRÜTÜRKEN, KONUYLA İLGİLİ KAMU GÖREVLİLERİNİ, PARLEMENTERLERİ BELİRLİ BİR GÖRÜŞ ÇEVRESİNDE İKNA ETMEK İÇİN ÇEŞİTLİ PREZANTASYONLAR YAPARAK KONUYA FARKLI YÖNLERİYLE DE ÇALIŞMALIRINI SAĞLAMAYI AMAÇLAMAKTADIRLAR. KUŞKUSUZ BU AÇIDAN LOBİ FAALİYETLERİNİ GERÇEKLEŞTİREN KİŞİLERİN KAMU KESİMİNDE YASAMA VE KARAR ALMA SÜREÇLERİNİ VE BUNLARLA İLGİLİ MEVZUATI YAKINDAN BİLMELERİ GEREKİR.

 **HALKLA İLİŞKİLER VE GAZETECİLİK**

HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI VE GAZETECİLER YAZDIKLARI BAZI METİNLERDE BENZER ESASLAR DOĞRULTUSUNDA HAREKET ETMELERİNE RAĞMEN, HALKLA İLİŞKİLER VE GAZETECİLİK BİRBİRİNDEN FARKLIDIR. ASLINDA HALKLA İLİŞKİLER UZMANI DA GAZETECİ DE AYNI YÖNTEMLERİ KULLANARAK KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA YAYINLANMAK ÜZERE MESAJ ÜRETİRLER. FAKAT HER İKİSİNİN DE AMAÇLARI, HEDEF KİTLELERİ VE İLETİŞİM KANALLARI BİRBİRİNDEN FARKLIDIR.

AMAÇLAR; BİR GAZETECİNİN AMACI HEDEF KİTLESİNİ OLABİLDİĞİNCE OBJEKTİF BİÇİMDE BİLGİLENDİRMEKTİR. HALKLA İLİŞKİLER UZMANININ YAPTIĞI İSE ÇALIŞTIĞI KURUMU SAVUNMAKTIR. ŞÜPHESİZ HALKLA İLİŞKİLER UZMANI HEDEF KİTLESİNİ HEM BİLGİLENDİRMEK HEM DE İKNA VE MOTİVE ETMEK AMACINI TAŞIR. BURADA HALKLA İLİŞKİLER UZMANI İŞE BAŞLARKEN KENDİSİNE ŞU SORUYU SARMALIDIR?

“YAZACAĞIM METİN KURUMUN AMAÇLARINI GERÇEKLEŞTİRMESİNDE NASIL YARDIMCI OLACAKTIR?”

**HEDEF KİTLELER**; GAZETECİLER GÖREV YAPTIKLARI MEDYANIN HİTAP ETTİĞİ KİTLEYE, YANİ TEK BİR HEDEF KİTLEYE HETAP EDERLER. HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI İSE, FARKLI FARKLI HEDEF KİTLELERE BAZEN AYNI ANDA BAZEN DE FARKLI ZAMANLARDA HİTAP EDERLER. BÖYLE BİR DURUM DA HEDEF KİTLEYİ ÇOK İYİ TANIMALI, ONLARIN İHTİYAÇLARINI ÖĞRENMELİ VE ONLARI NASIL ETKİLEYEBİLECEĞİNİ BİLMELİDİR.

**İLETİŞİM ARAÇLARI;** GAZETECİ HAZIRLADIĞI HABERİ HEDEF KİTLEYLE PAYLAŞABİLMEK İÇİN SADECE GÖREV YAPTIĞI KURULUŞUN OLANAĞINDAN FAYDALANABİLİR. HALBU Kİ İYİ BİR HALKLA İLİŞKİLER UZMANI YAPTIĞI İŞE UYGUN OLARAK O AN HİTAP EDECEĞİ HEDEF KİTLENİN ÖZELLİĞİNE GÖRE FARKLI FARKLI ARAÇLARI KULLANARAK MESAJLARINI İLETİR. HALKLA İLİŞKİLER UZMANI MEDYA GÜNDEMİ BELİRLEME GİBİ BİR ÖZELLİĞE SAHİPTİR. ONUN İÇİN YENİ BİR KONUYA KAMUOYUNUN DİKKATİNİ ÇEKMEYE ÇALIŞMAKTA YARAR VAR. BU SEBEPLE HABER DEĞERİ TAŞIYACAK KONULARI ORTAYA ÇIKARMAKTA YARAR VARDIR. HALKLA İLİŞKİLER VE GAZETECİLİK ARASINDA BAZI FARKLARDAN SÖZETMEK MÜMKÜNDÜR. FARKLARIN YANI SIRA BU MESLEKLER ARASINDA DEVAMLILIKTANDA SÖZ EDİLEBİLİR. ÖTEYANDAN, HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI GAZETECİLER VE GAZETELERİN DESTEĞİ OLMADAN DUYURUM DA BULUNAMAZLAR. GAZETECİLERDE HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARININ GÖNDERDİĞİ BASIN BÜLTENLERİ İLE OFİSLERİNDEN HABERE ULAŞMA İMKÂNI BULABİLMEKTEDİRLER.

**HALKLA İLİŞKİLER VE PAZARLAMA İLETİŞİMİ**

TÜKETİCİ İSTEK VE BEKLENTİLERİNİ ANLAYIP, BU DOĞRULTUDA Kİ ADIMLARDAN SAPMADAN İŞLETMENİN PAZARLAMA STRATEJİLERİNE DE UYARAK MUTLU TÜKETİCİ, MUTLU İŞLETME YARATMA YÖNÜNDE Kİ KOORDİNASYON SÜRECİNE PAZARLAMA HALKLA İLİŞKİLERİ (MARKETİNG PUBLİC RELATİONS – PAZARLAMA İLETİŞİMİ DENİR.

**PAZARLAMA İLETİŞİMİ;** “BİR KURULUŞUN VAROLUŞUYLA ÜRÜN VE HİZMETLERİYLE İLİŞKİDE BULUNDUĞU VE BULUNACAĞI KESİMLERE NELER VAADETTİĞİ, NELER SAĞLAYABİLECEĞİNİ ANLATMASINI SAĞLAYACAK İLETİŞİM ÇABALARININ TÜMÜDÜR.”

İŞLETMENİN YENİ BİR ÜRÜNÜ VARSA, O ÜRÜNLERİN PAZARA SUNULMASI VE YENİ KULLANICILAR TARAFINDAN GÜVEN DUYULMASININ SAĞLANMASI, ESKİ ÜRÜNLÜRE YENİ KULLANIM ALANLARI YARATMAK, ÜRÜNLERİN ZAYIF YÖNLERİNİ TESBİT VE ONARIM, TÜKETİCİLERİ YAPILAN ETKİNLİKLERDEN HABERDAR ETMEK GİBİ ÇALIŞMALAR PAZARLAMA HALKLA İLİŞKİLERİ KAPSAMINDADIR. HIZLA ARTAN İLETİŞİM OLANAKLARI KARŞISINDA HEDEF KİTLEYE EN ETKİN ŞEKİLDE VE DOĞRU KANALDAN ULAŞMANIN GÜÇLEŞMESİ VE MAALİYETLERİN ARTMASI VE BUNA KARŞIN TÜKETİCİLERİN DEĞİŞEN VE ARTAN İLETİŞİM TALEPLERİ, ŞİRKETLERİN İLETİŞİM KONUSUNDA Kİ ARAYIŞLARINI HIZLANDIRMIŞ VE BU ARAYIŞLAR SONUCUNDA PAZARLAMA İLETİŞİMİ KAVRAMI DOĞMUŞTUR.

PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLER, HALKLA İLİŞKİLER TEKNİKLERİNİN VE YÖNTEMLERİNİN PAZARLAMAYA UYGULANMASIYLA ORTAYA ÇIKMIŞTIR. PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLER, TÜKETİCİLERİN İLGİLERİ, MERAKLARI, İSTEKLERİ VE İHTİYAÇLARIYLA ŞİRKETLERİ VE ÜRÜNLERİ TEŞHİS EDEN, GÜVENİLİR BİLGİ İLETİŞİMİ VE İZLENİMLERİYLE TÜKETİCİ MEMNUNİYETİNİ VE SATIN ALMAYI DESTEKLEYEN PROGRAMLARI PLANLAMA, YÜRÜTME VE DESTEKLEME SÜRECİDİR.

PAZARLAMA KARMASI, ÜRÜN (PRODUCT), FİYAT (PRİCE), DAĞITIM (DİSTRİBUTİON), TUTUNDURMA (PROMOTİON)DAN YANİ (4Ps)DEN OLUŞUR. HALKLA İLİŞKİLERDE TUTUNDURMANIN ALTINDA YER ALAN BİR FAALİYETTİR. DİĞER TUTUNDURMA FAALİYETLERİ İSE; REKLAM (ADVERTİSİNG), KİŞİSEL SATIŞ (PERSONEL SELLİNG), DOĞRUDAN POSTALAMA (DİRECT MAİL), SATIŞ PROMASYONLARI (SALES PROMOTİON), SPONSORLUK (SPONSORSHİP) TUR.