

HALKLA İLİŞKİLER DERS NOTLARI

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Kuruluş Yayınları

Kuruluşların iç halkla ilişkiler faaliyetlerini sadece yüz yüze iletişim ile gerçekleştirmeleri mümkün değildir. Yoğun gündeme sahip kurumlar iç halkla ilişkiler faaliyetlerinde basılı araçlara, yani kuruluş yayınlarına ihtiyaç duyarlar.

Kurum Gazetesi ve Dergisi

Kurum gazetesi ve kurum dergisi süreli yayınlardır. Kuruluşun başarıları ve yeni atılımları, çalışma koşullarıyla ilgili değişiklikler, kuruluşa yeni katılan çalışanların tanıtımı, kanı önderlerinin (siyasetçiler, devlet yöneticileri, sanatçılar vb.) veya tüketicilerin kurum hakkındaki görüşleri, kuruluşun hedefleri ve vizyonu, iş ortamlarıyla ilgili bilgiler (kalite prosedürleri, güvenlik vb.), sosyal/sanatsal etkinlikler, kutlama veya başsağlığı mesajları bu tarz yayınların içeriğini oluşturur.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Kitap

Uzun yıllar sektörde faaliyet gösteren ve başarı hikayelerine imza atan kuruluşlar, yayınladıkları kitaplarla kurumsal imajlarına katkıda bulunurlar. Kitaplar kalıcıdır ve tarihe iz düşerler. Başarılı bir kuruluş, kurucularının hayat hikayelerini ve iş yaşamlarından anekdotlarını kitaplar aracılığıyla çalışanlarıyla paylaşır

Mektup

Mektup önemli bir iç halkla ilişkiler aracıdır. Çalışanlara isimlerine özel olarak ulaştırılan, yönetici tarafından yazılmış ve imzalanmış bir mektubun yaratacağı duygusal etki her zaman en üst seviyededir. Okuyucu, mektup yoluyla ulaştırılan bilgileri daha büyük bir ilgiyle karşılayacaktır.

Broşür

Broşürler, pazarlama iletişiminin önemli araçlarından biridir. Yolda yürürken size uzatılan veya posta kutunuzdan çıkan pek çok broşürle hemen her gün karşılaşıyorsunuz. Broşür reklam amacıyla yaygın olarak kullanıldığı gibi, halkla ilişkiler uzmanları tarafından da iç halkla ilişkilere yönelik bir araç olarak değerlendirilir.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Duyuru Panosu ve Afiş

Duyuru panoları ve afişler, iç halkla ilişkilerde sıklıkla kullanılan araçlardır. Çok sayıda kişiye az masrafla ulaşmak için tercih edilirler. Duyuru panoları ve afişlerin kurumda uygun yerlere yerleştirilmeleri gerekir. Çalışanların önünde rahatça durarak okuyabilecekleri alanlar tercih edilmelidir.

Internet Temelli Araçlar

Internet günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçasını oluşturuyor. Artık banka işlemlerinden e-devlet uygulamalarına, eğlenceden eğitimi haberleşmeden alışverişe kadar pek çok alanda sadece internet aracılığıyla ihtiyaçlarımızı karşılayabiliyoruz. Internetin gelişimi insanları ve ilişkileri de değiştiriyor. Bilgiye ulaşmak kolaylaşıp hızlandıkça, bu değişime ayak uyduramayan kuruluşları önemli tehlikeler bekliyor. İletişim mesajlarının üretimi, dağıtımı, sergilenmesi ve saklanması da değiştiren bu yeni iletişim teknolojileri her alanda olduğu gibi halkla ilişkiler alanını etkilemiş ve değiştirmiş, yeni olanaklar sağlamıştır.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Intranet

Intranet; Kuruluşa özel, sadece çalışanların yararlanabildiği bir internet ağı gibi düşünülebilir. Bu ağ üzerinden çalışanlar çeşitli bilgilere ulaşabilir, haberleşebilir, iş süreçlerini takip edebilirler. Intranet çalışanlara önemli ve acil bilgilerin ulaştırılmasında büyük önem taşır.

Extranet

Extranet, intranet teknik altyapısı ve mantığı üzerine yapılandırılmıştır (Özer, 2009). Kuruluş tedarikçileri, bayileri, yatırımcıları, farklı şehirler ve ülkelerdeki iş ortaklarıyla da güvenli bir ağ kullanarak iletişim kurmak isteyebilir.

Sosyal Paylaşım Ağları

İnternetin tarihsel gelişimi aşamasında sosyal paylaşım ağlarına ayrı bir yer ayırmak gerekir. Bugün birçok kişinin sosyal paylaşım ağlarında profilleri bulunmaktadır. İnsanlar yarattıkları profilleri aracılığıyla iletişim kurmakta ve sanal dünyada kendilerini ifade etmektedirler.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

DIŞ HALKLA İLİŞKİLERDE ORTAM VE ARAÇLAR

Kuruluşlar hedef kitlelerine ve paydaşlarına ulaşarak, karşılıklı anlayış sağlamayı amaçlarlar. Halkla ilişkiler bu yönetim sürecinin önemli bir ayağını oluşturur. Kurumun dış çevresini hedefleyen halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği pek çok ortam ve araç söz konusudur.

Organizasyon Faaliyetleri

Kuruluşlar, halkla ilişkiler çalışmaları altında pek çok organizasyona imza atarlar. Hatta pek çok insan halkla ilişkileri sadece; lüks otellerde düzenlenen, katılımcıların şıklık yarışı içinde olduğu, güzel yemeklerin ve içeceklerin servis edildiği bir ortam olarak tanımlar. Bu durumda halkla ilişkiler uzmanları da sadece yakışıklı ve güzel, çokça konuşan ve gülümseyen kişilerdir.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Toplantı

Kuruluşlar dış halkla ilişkiler çalışmaları kapsamında, farklı amaç ve büyüklüklerde toplantılar düzenler. Her toplantı birbirinden farklı özellikler gösterip farklı düzenlemelere ihtiyaç duyar. Yine de hemen her toplantı için halkla ilişkiler uzmanının izlemesi ve her aşamasını kontrol altında tutması gereken planlama süreçleri vardır. Bir toplantı organize ederken uygulama planına sadık kalmak, sürecin yönetimini kolaylaştıracaktır.

Sergi

Kuruluşlar ürün veya hizmetlerini hedef kitlelere anlatmak için sergilerden yararlanabilir. Sergiler farklı amaç ve içeriklerle düzenlenebilir. Çok köklü bir kuruluş; tarihsel gelişimini, markanın dönüm noktalarını ve topluma katkılarını farklı bir mizansenle hedef kitlesine sergileyebilir.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Fuar

Fuar; belli bir konu veya sektörle ilgili olarak düzenlenen ve pek çok firmanın katılarak, marka ve ürün/hizmetlerini tanıttıkları geniş kapsamlı organizasyonlardır. Fuarlar, kuruluşu hedef kitleleriyle yüz yüze getirmesi açısından önemli bir halkla ilişkiler ortamıdır.

Festival

Festival denince çoğunlukla şehir veya bölge yönetimlerinin düzenlediği, kültür/sanat etkinlikleri aklı gelmektedir. Festivaller ülke, bölge ve şehir tanıtımları için sıklıkla kullanılan bir halkla ilişkiler ortamıdır. Bu organizasyonlar hem turist çekmekte hem de medyanın ilgisini o bölgeye yoğunlaştırmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Yarışma

Kuruluşlar, hedef kitlelerinin ilgisini çekecek ve kurum imajını kuvvetlendirecek çeşitli yarışmaları, bir halkla ilişkiler organizasyonu olarak kullanabilirler. Sanat, spor, bilim ve farklı alanlarda düzenlenebilecek olan yarışmalar geniş halk kitlelerine yönelik olabileceği gibi, kuruluşun stratejik iletişim planı çerçevesinde ulaşmaya çalıştığı daha dar bir kesime de hitap edebilir.

Tören

Kuruluşlar pek çok tören düzenleyebilir ama bir dış halkla ilişkiler faaliyeti amacı güdülüyorsa, bu törenlerin medyanın ilgisini çekecek konularda hayata geçirilmesinde fayda olacaktır. Açılış ve yıldönümü törenleri bu kapsamda değerlendirilebilir. Kuruluşun yeni gireceği bir sektör, ürün/hizmetlerinin ilk kez piyasaya sürülmesi veya yeni açılan bir mağaza ya da fabrika; açılış törenlerine örnek olarak verilebilir. Piyasada belli bir süredir faaliyet gösteren kuruluşun yıldönümü kutlamaları da bu çerçevede değerlendirilir.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Kitle İletişim Araçları ve Medya İle İlişkiler

Kitle iletişim araçları, milyonlarca kişiye aynı anda ulaşma imkânı sunar. Kuruluşlar, halkla ilişkiler temalı mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmak için medyadan yararlanmak zorundadır. Medya kurumları da yayınlarını sürdürülebilir kılmak adına bilgi ve haber ihtiyacı duyarlar. Her iki tarafın ihtiyacının karşılanması ancak etkin bir işbirliği ve karşılıklı anlayışla sağlanabilir.

Gazete ve Dergiler

Gazete ve dergiler, yani basın kuruluşları, dış halkla ilişkiler açısından son derece önemli araçlardır. Milyonlarca insana ulaşan bu yayınlar; kitleleri etkilemek, olumlu imaj ve karşılıklı anlayış sağlamak için halkla ilişkiler mesleği için vazgeçilmezdir.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Televizyon

Televizyon hiç şüphesiz Türkiye’de en çok takip edilen kitle iletişim aracıdır. Toplumunun büyük kesimi günde azımsanmayacak bir süreyi televizyon başında geçirmektedir. Uydu ve dijital yayınlar, mobil teknolojiler ve internet üzerinden televizyon izleme gibi teknolojilerin gelişmesiyle bera

Radyo

Radyo, eskiye oranla etkisini kaybetmeye başlayan bir kitle iletişim aracıdır. Televizyonun kazandığı popülerliğin karşısında, sadece işitsel bir iletişim aracı olmanın dezavantajını yaşamaktadır.ber, televizyon yayıncılığının kalitesi artmıştır.

Sinema

Sinema doğrudan bir halkla ilişkiler aracı olarak görülmemelidir. Basın veya televizyon gibi bülten yollanabilecek bir iletişim aracı değildir. Diğer yandan, kuruluşların sanat dallarından biri olan sinemaya verdikleri desteğin hedef kitle üzerinde olumlu bir izlenim uyandıracakı unutulmamalıdır.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Internet

Internet hiç kuşkusuz günümüzün en önemli kitle iletişim aracıdır. Tüm dünyayı küçük bir köye çeviren internet sadece günlük hayatımızı değil toplumsal dinamikleri de değiştirmektedir. Pek çok insan interneti hayatlarını kolaylaştıran bir araç olarak kullandığı kadar, sosyalleşme ihtiyaçlarını da yine internet üzerinden gidermektedir. Internet bilgiye ulaşmak ve bilgi ulaştırmak için son derece hızlı ve etkin bir iletişim ortamıdır. İnternet sayesinde halkla ilişkilerciler hedef kitleleriyle daha fazla etkileşimli iletişim kurmaya başlamışlardır.

Dr.Öğr.Üyesi Filiz Çelikkaya

BU DERS NOTLARININ HAZIRLANMASINDA;

KALENDER, A., PELTEKOĞLU, Z.F., BAYÇU, S., ERGÜVEN, M.,S., YILMAZ, R.,A., OKAY, A., GÖZTAŞ, A. ve BECERİKLİ, S., (2018). HALKLA İLİŞKİLER, T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2713 AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1676, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI.

KİTABINDAN YARARLANILMIŞTIR.

Dr.Öğr.Üyesi Filiz ÇETİNKAYA