

HALKLA İLİŞKİLER

HALKLA İLİŞKİLERDE İMAJ
VE
SOSYAL SORUMLULUK

Yrd.Doç.Dr. Özgür GÜLDÜ

- Genel anlamda imaj, kişilerin bir başka kişi, obje ve kurumlar hakkında düşünceleridir.
- Kişi ve kuruluşlar ile ilgili görüşler ve düşüncelerin geliştirilmesi çabaları olarak tanımlanabilecek imaj yaratma, **medyanın etkin olarak kullanıldığı**, **medya kurallarına uygun görüntü oluşturulması ile başlayan**, davranış ve düşünce biçiminin yerleştirilmesiyle tamamlana bir süreçtir.
- İnsanların belli bir turum ve davranış almasını sağlamaya çalışan imajlar, **bireylerin çeşitli kültürel etkinlikler, reklam ve tanıtım faaliyetleri, halkla ilişkiler faaliyetleri**, kitle iletişim araçlarının sunduğu bilgi ve verilerden bilgilenmeleri sonucu, **bu bilgilerin zihinde doğruluk anlamlandırılmasıyla algıya dönüşmesiyle oluşur.**

▪ İmaj, bir kez elde edilen ve her zaman aynı şekilde sürdürülen bir olgu değil, her kişinin zihninde yavaş yavaş ve birikimsel olarak biçimlenen imgelerin bütünüdür.

▪ İmajın oluşum sürecinde izlenmesi gerekli adımlar şunlardır:

--- **Mevcut imajın güçlü ve zayıf yönleri ortaya konulmalıdır.**

--- **Mevcut durum belirlendikten sonra, zayıf yönleri güçlendirecek önlemler alınacak şekilde kurum adına yapılacakları planlamalı ve bu imaj tanımlanmalıdır.**

--- **Bu imaj hedef kitleye yansıtılabilecek konular oluşturulmalıdır.**

--- **İmaj oluşturma adına tüm araçlar kullanılmalıdır.**

--- **İyi bir imaj oluşturmak çok da kolay değildir. Uzun soluklu bir çalışmayı gerektirir.**

İmaj Türleri

- Farklı kaynaklarda farklı imaj çeşitlerini görebilmek mümkündür. Kurum imajı, marka imajı, ürün imajı, kuruluşun kendi algıladığı imaj, kişisel imaj ve profesyonel imaj, transfer imajı, yabancı imajı yabancı imajı, algılanan imaj, istenen imaj, mevcut imaj, öz imaj, pozitif ve negatif imaj gibi.

Kişisel İmaj

- Sözlü ve sözsüz verilen mesajlar, konuşma biçimleri, ses tonu gibi özellikler kişisel imajı tanımlamaktadır. **“Biriyle ilk kez karşılaşıldığında hissedilenlerdir”.**
- Kişisel imajımız kendimiz ve başkaları tarafından nasıl algılandığımızı ifade eder.

Kişisel İmaj

- Öz imaj, kendimiz nasıl gördüğümüzdür. Algılanan imaj, başkalarının bizi nasıl gördüğüdür. İstenen imaj ise, kendimizi nasıl görmek ve başkalarının nasıl göstermek istediğimizi anlatan iki boyutlu imajımızdır.
- Kişisel imajda ilk izlenim önemlidir. Karşınızdaki kişiyi ilk anda imajınızla olumlu ya da olumsuz etkileyebilirsiniz.

Kurumsal İmaj

- Bir kuruluş ya da firmanın dışarıya yansıyan görüntüsü olarak düşünülebilecek kurumsal imaj, kurumun hedef kitleleriyle geliştireceği iletişimde önemli yer tutar. *Kurumun, hem kendi içerisindeki hedef kitlesi ve hem de dışarıdaki kitlesinin zihninde oluşturacağı imaj, inandırıcı ve gerçekçi olmalıdır.*

Kurumsal İmaj

➤ Kurumsal imaj, kurumsal görünüm, kurumsal iletişim, kurumsal davranışın bütünlüğünde kendini bulur.

➤ İç ve dış hedef kitleler üzerinde inandırıcılık ve güven yaratmak ve bunu sürdürülebilir kılma işlevini yerine getiren kurumsal imaj ile ulaşılmak istenen sonuçlar şunlardır:

--- Kurumun daha geniş ve tanımlanabilir hedeflere ulaşabilmesi için işletmeye yol gösterir, güç katar,

--- Kurumun kendisi ile müşteriler arasında çelişkili ve bazen çakışan ihtiyaçların dengelenmesini sağlar,

--- Çok kültürlü takım çalışmasını ve eleman farklılığını değerlendirir.

Marka İmajı

- Marka imajı, en yaygın imaj türüdür. Üretilen mal ve hizmetlerin hedef kitesinde oluşturduğu güzel ve duygusal etkiler, doyumlardır.
- Marka imajı, doyuma ulaşmış bir pazarda, ürün ya da hizmetin diğerlerinden farklı olmasını ve ön plana çıkarmasını sağlayan en önemli unsurdur.

Kurum İmajı ile Kurum Kimliği Arasındaki İlişki

- Sık sık birbiriyle karıştırılan kurum kimliği ile kurum imajı birbirinden farklıdır.
- Kurumsal imaj ya da algılanan imaj, insanların kafasında var olandır.
- Kurumsal kimlik ise insanların gözünde oluşandır.
- Ancak birbirlerini tamamladıkları söylenebilir.
- Kurum imajı, bir kurum için ulaşılmak istenen bir noktayı tanımlarken, kurum kimliği ise, var olan çabaları içermektedir.

Sosyal Sorumluluk

- Sosyal sorumluluk, kurum, kuruluşlar vb. örgütlenmelerin karar mekanizmalarında yer alanların bağlı oldukları **örgütlerin çıkarları** yanında, bir bütün olarak **toplumsal refahın korunması** ve **topluma fayda sağlanması** ile ilgili çalışmalarıdır.
- Günümüzde, örgütlerin buldukları toplumda kalıcı olabilmelerinin ancak sosyal sorumluluk anlayışını benimsemeleri ile mümkün olacağı anlaşılmaktadır.
- Sosyal sorumluluk anlayışı, toplumun talepleri ve beklentileri doğrultusunda gerçekleşmektedir.

Sosyal Sorumluluk

- Günümüzde başarılı kurumlar ürettikleri ürün ve hizmetin kalitesi ile değil ama aynı zamanda sosyal görüntülerin verdiği imajla da fark yaratmaktadırlar.
- Dünya da özellikle de uluslar arası kurum ve kuruluşlar toplumların karşısına olumlu bir imaj ile çıkma ihtiyacını hissetmektedirler.
- Sosyal sorumluluk anlayışına sahip kuruluşlara hem de dış çevresi (müşteriler, rakipler vb.) tarafından saygı ve güven duyulur.