

HALKLA İLİŞKİLERDE İZLENEN AMAÇ VE İLKELER

4. BÖLÜM

Öğretim Görevlisi
Meral GÜNEŐ ERGİN



A) İşletmeler Açısından İzlenen Amaçlar



1. İşletmeyi Koruma:

- Karmaşık ve dinamik bir çevrede yaşamını sürdüren örgütün **varlığını koruyabilmesi** ve değişimlere uyum sağlayabilmesi halkla ilişkilerin sonucudur.



2. Finansal Destek Sağlama:

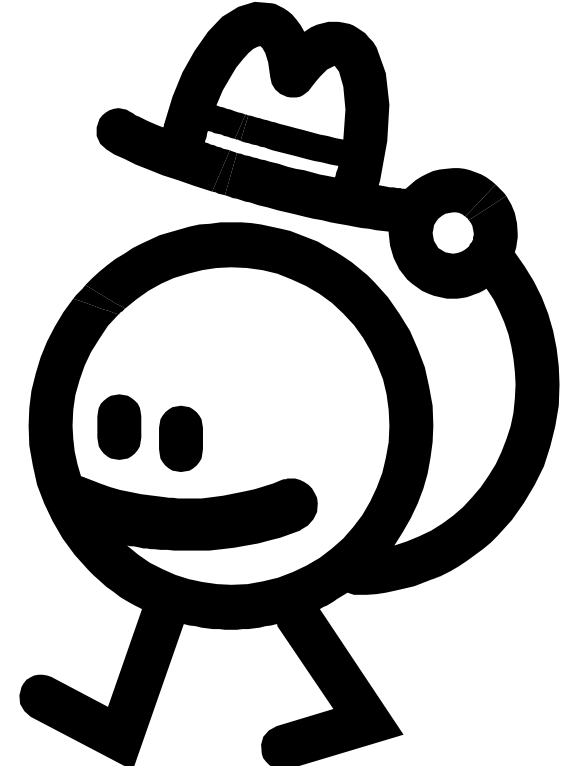


- Günümüz işletmelerinin **artan rekabet** ortamında hayatta kalabilmeleri güçlü bir finansal kaynaklara sahip olmasına bağlıdır. Bu nedenle, işletmelerin ihtiyaç duyacakları **sermayeyi daha kısa** sürede ve uygun Őartlarda temin etmesi işletmelerin halkla ilişkiler faaliyetleri önemli bir yer tutmaktadır.



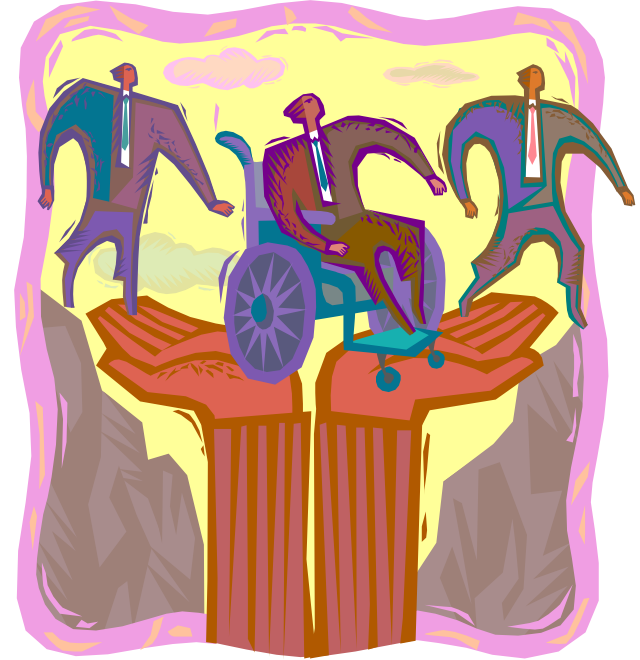
3. Saygınlık Kazanma:

- Ticari hayatta işletmelerin saygın bir yerde olması onların mal ve hizmet satışını kolaylaştırarak rekabet ortamında üstünlük sağlar.
- Tüketiciler, almış oldukları mal ve hizmetlerin kendi **sağlık ve güvenliklerini tehlikeye** atmayacaklarını bilmek isterler.
- Saygın işletmeler hedef kitlelerine bu güveni verirler.



4. *Kamuoyunun Destek ve Güvenini Sağlamak:*

- Hedef kitlenin yetersiz bilgilendirilmesi onlarda şüphe, endişe oluşturabilir ve desteklerinin sürdürmekte isteksizliğe itebilir.



5. Halkta İşletmeye Karşı Olumlu Davranışlar Oluşturmak:

- Toplumda olumlu bir davranış oluşturmak ancak, halkla veya kamuyla düzenli bir ilişki sistemi kurmakla mümkündür.



6. Talebi Artırma:

- Örgütlerin verimli çalışmalarlarıyla ilgili görülen bir sonuçtur.
- İşletmelerin **ürettikleri mal ve hizmetlere olan talebi artırma** ve talep düzensizliklerinin ayarlanması sonucu verimli ve etkin çalışmasına yardımcı olur.



7. Çalışanlarla İyi İletişim:

- **Çalışanların işletmenin amaçlarını** daha iyi anlamalarını sağlayarak, bu amaçların gerçekleşmesi için daha çok çalışmalarına zemin hazırlamak gerekir.



8. İş Gören Bulma:

- İş görenler çalıştıkları işyerlerini övgü dolu sözlerle çevrelerine anlattıkları ölçüde iş arayanlar üzerinde etkili olur ve onların örgüte başvurmalarını sağlar.



9. Toplumla İlişkilerini Geliştirme:

- Toplumla ilişki kurmak, bu ilişkiyi **geliştirmek ve sürdürmek** halkla ilişkilerin en genel amacıdır.



Genel hatları ile verilen amaçların yanı sıra, DAHA GENİŞ bir Şekilde amaçlara bakılırsa.

1. Bir Organizasyonun İmajını DeęiŐtirmek:

- Günümüzde, ekonomik sosyal ve politik nedenlerden ve çoğunlukla pazar glerinin etkisi sonucu işletmelerin iyi imaja sahip olmak için **sahip oldukları imajı deęiŐtirmek** halkla ilişkilerin çok önemli bir görüşü haline gelmiŐtir.



2. Bir Politikanın Değişimini Açıklamak:



- **Fiyat, dağıtım veya ürün politikasında** her hangi bir politika değişikliğine gidildiğinde halkla ilişkilerden yardım alınabilir.
- Politika değişimleri, elbette reklamlarla duyurulabilir, ya da normal bir reklam kampanyasının bir parçası olabilir, fakat yalnızca reklama güvenmek yetersiz olabilir. Eğer politikanın değişimi satışların tanıtımına katkıda bulunuyorsa, o zaman reklam mesajı iletmenin ideal yolu olabilir.



3. Halkı Yeni Projelerle İlgili Bilgilendirmek:



- Özellikle **kamu kurumlarının uygulamaya veya yapmaya çalıştıkları projelerde**, proje ilerledikçe toplum değişik kanallar yardımı ile bilgilendirilmelidir.
- Aksi durumda **medya her negatif görüşü dramatize etmek için fırsatlar arayacak** ve nadiren projeyi övecektir.



4. Pazarı Eğitmek:

Pazar eğitimi hem **ticareti ve hem de tüketiciiyi** içerebilir çünkü, perakendecinin ürüne güvenmesi gerekir ve onu tüketiciye açıklayabilmelidir.

5. Yanlış Anlaşılmayı Önlemek:

Yanlış anlaşılma **organizasyonun hatası olabilir ya da olmayabilir**, fakat iyi niyeti engelleyen böyle bir şey sadece insanların problemin çıkmayacağına ikna etmekle ortadan kaldırılabılır. Yanlış anlaşılma ayrıca kullanılan dilden de kaynaklanabilir.



6. Bir Ürün Dönüşümünü Organize Etmek:

- Ara sıra bir **ürünün düzeltilmesi gereken bir hatası olabilir.**
- Bunda bir kusur yoktur ve birçok ünlü şirket açık sözlülüğü ve bir hatayı düzeltmek için bir ürünü değiştirmedeki aceleciliğiyle tüketicilerin saygısını kazanmıştır.



7. Hisse Senetlerinin Güvenliğini Korumak:

Bazen **hisse fiyatları şirketin kontrolünde olmayan** boş piyasa güçlerinden de etkilenebilir.

Halkla ilişkilerin amacı, para piyasasının şirketin gücünde tutulduğundan emin kılarak, şirket hisselerinin el değiştirme riskinden kaçınmak olabilir. Tutarlı bir güvenlik, hisse **fiyatlarını yüksek veya en azından sabit** tutabilir.



8. İşe Yeni Başlayanlara İşletmenin İyi Olduğunu Göstererek Cesaretlendirmek:

Burada iki amaç edinilebilir. Söz konusu piyasa **işçilerini eğitmek** ve işe başvurmak için **yeni üyeleri çekmek.**



9. Çalışanların Devamlılığın Sağlamak:

Şirketler bünyelerine yeni katılanlara eğitim vermekte ve bunlar için büyük miktarlarda paralar yatırmaktadırlar. Bundan dolayı ve **işlerinin devamlılığı, verim kayıplarını önlemek** amacıyla ise aldıkları ekibin devamlılığını istemektedirler. Bu amaçlara ulaşmanın yollarından bir tanesi de hiç kuşkusuz çalışanlara yönelik halkla ilişkiler faaliyetleridir.



10. *İşçi-Yönetim İlişkilerini Geliştirmek:*

İlişkiler yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya olabileceği ekibin kendi arasındaki iletişimi de gerektirir.



11. Doğru Nitelikteki Başvuruları Sağlamak:

Bazı işler zaman kaybı ve her iki taraf için de hayal kırıklığı oluşturacak şekilde başvuru toplayabilir. İşletmenin burada seçici bir sistemin oluşturulması gereklidir.

İşletmeye doğru personelin alınmasında halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinliğini ifade etmek gerekir.



12. Satın Alımlardan Sonra Tüketici İlgisini Sağlamak:

İşletmeler için bir defa satın almaldan ziyade **devamlı alışverişler** işletmeyi belirli bir yere taşıyabilir. Bu nedenle, tüketicilerin ilgileri değişik metotlarla satış sonrasında da devam ettirilmesi gerekir.



13. Dağıtımçıları Eğitmek:

İşletmelerin ürettikleri mal ve hizmetleri geniş kitlelere ulaştıranları sadece rafları dolduran ve sipariş alan biri olarak değerlendirmemek gerekir.

Halkla ilişkiler çerçevesinde şirketle ilgili bilgilendirmek işletmeleri daha iyi noktalara getirebilir.



14. *Güveni Artırmak:*



Bilgi eksikliği şüphelere, endişelere ya da destek vermeyi devam ettirmede isteksizliğe neden olabilir.



15. İyi Topluluk İlişkileri Sürdürmek:

Halkla ilişkiler eşikte başlar ve diğer halkalarla devam eder. Her zaman sorumluluk sahibi davranış yalnızca şirketin ününü iyileştirir ve en çok ihtiyacı olduğunda şirkete yardım edebilecek iyi niyetin sürekliliğini sağlar.



16. İyi Politik İlişkileri Sürdürmek:



Karar mekanizmalarında olanlarla iyi geçinmek, işletmenin faaliyetleri hakkında ilgili yerlere bilgi vermek işletme adına olumlu sonuçlar doğurabilir.



17. Sponsorluk İçin Medyanın Desteğini Almak:

Sponsorluk, reklam, pazarlama ya da halkla ilişkiler faaliyetleri için olsun öncelikli amaç medyada ve özelliklede televizyonda yer bulmaktır.

Bu nedenle, yapılacak sponsorluk faaliyetlerinden **azami ölçüde faydalanmak** için medyanın desteği alınması gerekir.



18. Rakip Düşüncedeki Liderleri Eğitmek:



Kişiler işletme veya organizasyonla ilgili **olumsuz fikirler aktardığında** halkla ilişkilerin amacı yanlış yönlendirici fikirli liderleri tespit etmek ve onları düzeltmek olabilir.

Yüz yüze konuşmalar, işletmeyi tanıtan kitaplar, videoları, iş gezileri ve benzer uygulamalarla bu süreç içinden çıkıla bilinir.



19. Emeklileri Bilgilendirmek:

Şirketten emekli olanlarla **irtibatın kesilmemesi gerekir.** Bu hem onlara bir vefa borcu olarak, hem de işletmenin faaliyetlerini çevresine aktaranlar olarak devam ettirilmesi gerekir.

Emekli olanların adreslerine gönderilen **dergiler, bültenler, özel günlerde aranmaları, kulüp faaliyetlerinden faydalandırma** ve benzeri şekillerde olabilir.



20. İşletmede Çalışanları Finansal Sonuçlarla İlgili Bilgilendirmek:

Halkla ilişkilerin bu amacı fazlasıyla önemli olabilir, çünkü işçiler **şirketlerinin parayı nasıl elde ettiğini ve onunla ne yaptığını** çoğu kez bilmezler. Onların bu konuda bilgilendirilmesi motivasyonu artırıcı bir etken olabilir.



Toplum Açısından İzlenen Amaçlar

1. Halkı **aydınlatmak**,



2. Halkla yüksek kalitede **iletişim kurmak**
ve sürdürmek,



3. Halk ve işletme arasındaki iletişim ve diğer problemleri analiz ederek **çözüm yöntemlerini** bulmak,



4. Halkın yönetimle olan ilişkilerinde **işlerini kolaylaştırmak,**

5. Halkla **işbirliği sağlayarak** hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak,



6. Halkın **dilek, istek ve şikayetlerini dinlemek,** aksaklıkların giderilmesi için çalışmalar yapmak,



HALKLA İLİŞKİLERDE TEMEL İLKELER

1. Halkla İlişkiler İki Yönlü İlişkiye Dayalı Bir İletişim Sürecidir:

İşletmeler bir yandan bilinçli bir halkla ilişkiler kampanyası ile **kamuoyuna gerekli ve yeterli bilgiler** sunarak onun ilgi ve desteğini kazanırken, öte yandan halkın işletmeden **beklentisini, istek ve tepkisini de anlamaya** çalışmalıdır. İki yönlü iletişim sayesinde verilen mesajların ne derece toplum tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı ve tepkisinin nasıl olduğu öğrenilmeye çalışılır.

2. Halkla İlişkiler Gerçekleri Yansıtmalıdır (Doğru Bilgi Vermek)

- Halkla ilişkilerin her aşamasında dürüst davranmak, araştırma ve değerlendirme, mesajların ve programların hazırlanmasında, planların uygulanmasında dürüstlükten ayrılmamak, çalışmaların başarı oranını arttırır. Kamuoyunun inanç ve desteğinin kazanılması **halka doğru bilgi vermekle muhtemeldir**. Onurlu çalışma, doğruluk ve güvenirlilik halkla ilişkilerin vazgeçemeyeceği ilkelerdir.

3. İnanđırıcılık:

- İnanđırıcılık ilkesi halkla ilişkilerin **en zor çalışmasıdır**. Başkalarını etkilemek, görüşlerini değiştirmek **büyük bir ikna yeteneği gerektirir**. Ancak bu çabaya girişirken karşı tarafa inanç ve güven aşılamağ gerekir.
- Büyük ve ünlü bir firmanın topluma ilettiği mesajların inandırıcılığı, tanınmamış bir firmanın mesajlarına göre her zaman daha güçlüdür

4. *Halkla İlişkiler Sabır İsteyen Sürekli Bir Çalışmadır:*

Halkla ilişkiler devamlı olan ve sabır ile çalışmak isteyen bir eylemdir. Bir günde, birkaç günde saygı, sevgi, nüfuz kazanılmaz. Güven, dostluk kurmak zaman ister. Dostluk, karşılıklı tanıma, yardımlaşma ve uzun süren bir arkadaşlık sonunda kazanılır. Sağlam dostluğun kazanılması nasıl zamana bağlı ise, iyi bir halkla ilişkilerin kurulabilmesi de zaman ve sabırlı çalışmaya bağlıdır.

5. Halkla İlişkiler Uzmanlık İşidir:

- Halkla ilişkilerin bir **ucu teknik, öteki ucu sanat** olan iki kutbu birleştirdiği söylenebilir.
- Bu nedenle, halkla ilişkiler alanında eğitim görmüş insanların daha büyük başarılarla ulaştıkları bilinmektedir.

6. Yaygın Sorumluluk:

Halkla ilişkiler çalışması işletmede sadece halkla ilişkiler bölümünün ya da işletmede görev alan bir halkla ilişkiler uzmanının yapacağı çalışma değildir.

Halkla ilişkiler sorumluluğu işletmenin genel müdüründen tabanda çalışan işçisine kadar herkesin omzundadır. İşletmedeki tüm yönetici ve iş gören kesimi halkla ilişkiler konusunda kendisini sorumlu hissetmelidir.

7. Yineleme ve Süreklilik

- Halkla ilişkilerde hedef kitleyi etkilemek ve iletilen mesajları kalıcı kılmak için tıpkı reklamcılıkta olduğu gibi **yineleme yöntemi** uygulanmalıdır.
- Halkla ilişkiler uzmanları halkın nabzını, eğitim ve tepkilerini yoklayarak usanma ve bıkkınlık noktasına gelmiş mesajları yeniden düzenleyerek, değişik bir görüntüde sunmaya ve yeni bir kabullenme süreci oluşturmaya çalışmalıdırlar.

8. Mesleki Etik Kurallara Uyma:

Halkla ilişkiler uygulamasında **neyin doğru neyin yanlış** olduğunu belirleyen standartlar bütünüdür. Halkla ilişkiler etiğini şekillendiren bir takım standartlar vardır. Bunlar; **kalite bilinci, sosyal sorumluluk ve yeni yönetim anlayışıdır.**

- **Sosyal sorumluluk**, çevreye zarar vermemek, güvenilir hizmet vermek, toplumun sosyal, politik ve ekonomik hayatına katkıda bulunmaktır.
- **Yönetimsel sorumluluk** ise, tüm çalışanların kendilerini işletmenin imajından sorumlu hissetmeleri ve davranışlarını ona göre ayarlamalarıdır.

9. Firma İmajı:

- Halkla ilişkilerin en önemli ilkelerinden ve amaçlarından birisi **kamuoyunda olumlu bir firma imajı oluşturma** çabasıdır. Bir işletmenin başarısı, ürün ve hizmetin maliyeti, kalitesi, firmanın dürüstlüğü ve toplumcu davranışlarıyla kanıtlanır.
- Eğer bir firma kamuoyunda güvenilir, dürüst ve topluma yararlı hizmetler yaptığı izlenimi yaratmışsa, o firmanın kriz dönemlerinde toplumu ve devleti yanında bulma ve kurtulma şansı çok yüksektir

10. Bütçesiz Halkla İlişkiler Olmaz:

Halkla ilişkilerin de bir **bütçesi olmalıdır.** Bütçesi belirlenmemiş bir halkla ilişkiler bölümünün dış dünya da itibarı olmayacaktır. Halkla ilişkiler birimi yıllık faaliyet planını hazırlayıp gerekli bütçeyi belirlemelidir.