

The background is a dark grey chalkboard with various white chalk sketches. In the top left, there's a large 'V' and a globe. Below the globe is a microscope. In the bottom left, there's a stack of books. In the bottom center, there's an open book with some text. In the bottom right, there's a percentage sign and an exclamation mark.

Halkla İlişkiler ve Mesleki İletişim – VI

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

- Halkla İlişkilerde Kullanılan Başlıca Araçlar
 - Basılı Araçlar
 - Sergiler
 - Yöresel Festivaller-Şenlikler
 - Yarışmalar
 - Bilimsel Toplantılar
 - Geziler
 - Sosyal Sorumluluk Projeleri

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Halkla İlişkilerde Kullanılan Başlıca Araçlar

- Halkla ilişkiler çalışmalarında mesajın kamuoyuna ulaştırılması için çeşitli araçlar kullanıldığını biliyoruz.
- Yaygın hedef kitleler için KİTLE HABERLEŞME-İLETİŞİM ARAÇLARI dediğimiz bazı araçlardan yararlanıyoruz.
- Kullanılacak araçların seçiminde hedef kitlenin büyüklüğü kadar kültür, gelir, yaş, bölge, cinsiyet gibi özellikler dikkate alınmalı. Örneğin okuma yazma oranının çok düşük olduğu bir kitleye yönelik kullanılacak araçların basılı-yazılı araçlar dışında görsel-işitsel araçlardan oluşması gerekir.
- Türkiye’de kitle haberleşme araçları içinde en hızlı gelişim televizyon ve radyoların yaygınlaşması ile görülmüştür.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Basılı Araçlar:

■ Broşür:

- İlişki kurulan kitlelerin çeşitli konular üzerinde aydınlatılması için broşür etkili bir araçtır.
- Bizim tarafımızdan hazırlanacağı ve bastırılacağı için bu broşürlerin kapsamı da tüm olarak kontrolümüz altındadır. Dergi ya da gazetede yaptığımız tanıtma çalışmasından broşür işte bu noktada ayrılır.
- Genellikle az sayfalı (8-16), ufak bir dergi boyunda basılan ve bol resimli bir tanıtma aracıdır.
- Bir broşürün en önemli iki sayfası ön ve arka kapak sayfalarıdır. Bu yüzden kapak sayfalarının hem içerik hem de görsel olarak ilgi çekici şekilde tasarlanması gerekir.
- Broşürlerin renkli basılmaları maliyetleri yükseltse de oldukça önemlidir.
- Sayfaların konu bakımından bir sıra izlemesi, anlaşılabilir olması ve dikkati dağıtmaması gerekir (Asna, 1993, s.118).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

- **Basılı Araçlar:**

- **El Kitabı:**

- Broşürler 16 sayfadan çok ve resim değil yazıya önem ve öncelik verilerek kitap ağırlığı ile sunulmuşsa buna el kitabı denir.
- Bazı konuların anlatımı ve açıklanması için hazırlanmıştır.
- Her an el altında bulundurulup bilgi alınacak yardımcı kaynak niteliğindedir.
- Ayrı bir karton kapak içine alınması ve sayfa düzeninin kolayca okunacak şekilde hazırlanması gerekir.

- **Bülten:**

- Konu ile ilgili kişilerin gelişmelerden sürekli bilgi sahibi olmaları için belirli zamanlarda yayınlanan çok sayfalı mektuplar olarak tanımlanır.
- Bültenler kurumun iç ilişkilerinde kullanılabileceği gibi genel tanıtım amacıyla da kullanılabilir. İç ilişkilerde kullanıldığında ilan tahtaları, bildirim panoları yeterli olabilir.
- Kurumun dış ilişkileri için kullanıldığında ise haber bültenleri ile kurumla ilgili bilgiler dışarıya kolay ve ucuz yoldan iletilmiş olur.
- Fotokopi ile çoğaltılması kolay olduğunda çok fazla sayıda kişiye hızlıca ulaştırılabilir (Asna, 1993, s.118-9).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Basılı Araçlar

■ Yıllık:

- Kurumun bir yıllık çalışmalarını kronolojik sıra ile özetleyen ve faaliyet gösterilen alanda yurt içinden ve yurt dışından ilginç bilgiler veren küçük çapta ansiklopedilerdir.
- Kurumla ilişkisi olan kişi ya da kurumların yararlanacağı bu yıllıklar adreslere gönderilebileceği gibi satılmak üzere kitapçılara dağıtılması için de hazırlanabilir.
- Kurumla ilgili olan yıllıklarda ortakların, yöneticilerin ve çalışanların fotoğrafları ile tanıtılması ve kurumsal atama, yükselme ve yeni yatırım planlamaları ile ilgili bilgiler verilmesi yerinde olacaktır.

■ Mektup-E-posta:

- Kişisel ilişkilerde, muhataba bildirilecek hususlar bir broşür veya bülteni dolduramayacak kadar az ya da belirli zamanlarda yayınlanan bülten ve broşürü bekleyemeyecek kadar acele ise mektuplar/epostalar kullanılabilir.
- Mektup/eposta diğer haberleşme araçlarından daha şahsi ve daha nazik bir hitap yoludur.
- Mektuplar şahsi ve iş mektupları olmak üzere ikiye ayrılırlar. Halkla ilişkiler kapsamında kullanılan şüphesiz iş mektuplarıdır.
- Bir olayın veya yeniliğin duyurulması, belirli bir konuda muhatabın görüş veya düşüncelerinin sorulması veya bir faaliyete davet için yazılan mektuplar iş mektuplarına örnek olarak verilebilir (Asna, 1993, s.119-120).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Basılı Araçlar

■ Mektup-E-posta:

- Bir mektubun karşı tarafta istenilen etkiyi uyandırabilmesi için uyulması gereken bazı kurallar vardır. Bunlar:
 - Öncelikle mektuba okuyucunun ilgisine çekecek şekilde başlanmalı.
 - İsteddiğimiz şeylerin yapılması ile bizim değil muhatabımızın bu süreçten kazançlı çıkacağı belirtilmeli.
 - Muhatabımızdan yapmasını istediğimiz şeyi hem ona hoş görünecek şekilde hem de açık bir biçimde ifade etmeye çalışmalıyız.
 - Mümkün olduğunca yumuşak ifadeler kullanılmalı.
 - Muhatabımıza bizim ona muhtaç olduğumuzu belirten ifadeler kullanarak gururlanmasını sağlayacak sözler söylemeliyiz (Asna, 1993, s.120).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Basılı Araçlar

■ Afiş:

- Kim olduğunu bilmediğimiz kişilerle de haberleşmemizi, daha doğrusu cevap almadan onlara ulaşmamızı sağlayan araçlardır.
- Geniş halk kitlelerine mesaj iletmek için kullanılan haberleşme araçlarından biridir.
- Kamusal mekanlara ya da işlek yollara asılan afişler pek çok kişinin dikkatini çekebilir.
- Başlıca iki afiş boyutu vardır: 57x82cm ve 70x100cm. Son yıllarda billboardlardaki afişlerin kullanımı yaygınlaşmıştır.
- İyi bir afişte bazı özellikler olması beklenir. Bunlar:
 - Bir afişte yazıdan çok grafik-çizgi olmalı çünkü söylenmek istenen az söz ile ifade edilmelidir.
 - Afişteki resimler konuya yakın olmalı, sözlerle resimler birbirine uygun ve tamamlayıcı olmalıdır.
 - En etkili ve en kısa cümleyi bulmak için çalışmalar yürütülmeli ve denenerek en uygun slogan seçilmelidir (Asna, 1993, s.122-3).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Basılı Araçlar:

■ Pankart:

- Daha çok dükkan vitrinlerinde ya da otel gibi kapalı mekanlarda ilan tahtalarına konulan duyuru kartlarıdır.
- Büyük puntolu harflerle yazılmış mesajlar taşır.
- Üzerinde yazıdan başka hiçbir özellik taşımayan pankartlarda ilgi çekmek amacıyla farklı karakterdeki harfler kullanılır.

■ El İlanı:

- Daha çok reklam için kullanılan ve elden dağıtıldığı zaman okunmadan atılabileceği için fazla etkili olmayan haberleşme araçlarıdır.
- Pankartların, boyca daha küçük kağıtlara basılmış bir benzeridir.
- Yollarda para ile tutulmuş kişilerce dağıtılabileceği gibi araçlardan ya da posta kutularına bırakılarak da dağıtımı yapılabilir (Asna, 1993, s.123-4).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Sergiler:

- Grafik, afiş, fotoğraf gibi araçları bir araya toplayarak kitlelere mesaj vermeyi amaçlayan araçlardır.
- Daha çok okuma ve yazma oranının düşük olduğu ülkelerde kullanılan bir halkla ilişkiler aracıdır. Ancak zaman zaman kampanyanın desteklenmesi amacıyla da tercih edilir.
- Sergiler ikiye ayrılmaktadır:
 - Sürekli sergiler
 - Gezici sergiler

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Sürekli sergiler:

- Belirli bir yerde, belirli bir süre açık kalmak için hazırlanmış sergilerdir.
- Serginin ağır, büyük parçalardan olmamasına ve taşınabilir olmasına dikkat edilmelidir.
- Sergilerde düzen oldukça önemlidir. Konu birbirini izleyen ve tamamlayan parçalar halinde sunulmalıdır.
- Sergide belirtilen görüşün gezenlerce rahatlıkla anlaşılması için broşürler yardımcı olur. Sergi girişindeki bir aydınlatma masası ile broşürler katılımcılara sunulmalıdır.
- Sergide panoların yanı sıra maketler ve gerçek örneklerin de bulunması sergide verilen mesajın hedef kitleye kalıcı bir biçimde ve anlaşılır olarak sunulmasında oldukça yararlıdır.
- Serginin ana amacının, yoldan geçen kişilerin uğramalarını, sunulan belgelere, ileride akıllarında kalacak kadar uzun zaman bakmalarını ve öğrendiklerini konuda bir eyleme başlamaları için heveslenmelerini sağlamak olduğunu söylenmektedir (Asna, 1993, s.125-126).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Gezici sergiler:

- Portatif-taşınabilir parçalardan düzenlenmiştir ve her kasaba, kent ya da kentin çeşitli bölgelerinde kısa süreler için kurulu kalır.
- Panolar daha küçük ve daha az sayıda hazırlanır.
- Çeşitli haberleşme araçlarının (müzik-video gösterimi vs.) aynı anda kullanımı ile gezilen yerlerdeki halkın ilgisi çekilmeye çalışılır.
- Yüz yüze iletişim olanağına da imkan verdiği için gezici sergilerin farklı bölgelerdeki hedef kitleye ulaşılmasında oldukça büyük önemi vardır (Asna, 1993, s.126-7).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Panolar:

- Sergileri biraz küçültüp içlerinden maket, gerçek örnek, açıklayıcı broşür, ve sergi sunucusunu çıkarırsak geriye üzerinde resimler, fotoğraflar, şemalar, grafikler bulunan panolar kalır.
- Panolar, çeşitli sayılarda sürekli ya da geçici olarak belirli yerlere yerleştirilir.
- Konunun tanıtılması için önceden belirlenecek açık ya da kapalı mekanlara panolar yerleştirilebilir (Asna, 1993, s.127).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Özel tanıtma pavyonları:

- Kendi çabamızla değil, başka kuruluşların, fuar yönetiminin vs. çabalarıyla fuara getirilmiş, bir başka deyişle mesajımızı almaya kendi ayağı ile gelmiş, hazır kitlelerin ilgisini, bu fuarda düzenleyeceğimiz bir pavyon ile çekebiliriz.
- Bir pavyonunun ilgi çekici bir şekilde düzenlenmesi hazır bir hedef kitleye tüm mesajların kolaylıkla ulaştırılabilmesi bakımından oldukça önemlidir.
- Bir pavyonun hazırlanması bir ekip çalışması gerektirir. Proje aylar öncesinde planlanmalı ve ilginç ayrıntılar ile fuarı gezen kitlenin pavyonda olabildiğince vakit geçirmesi sağlanmalıdır (Asna, 1993, s.127-8).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Yöresel Festivaller-Şenlikler:

- Herhangi bir kuruluşun kendini tanıtmayı, yani doğrudan doğruya kitlesele ilişkiler çalışmasına girişmesi kadar etkili bir başka yol da, ülke halkının dikkatini, içinde bulunulan kente, ya da bölgeye çekmek, yani dolaylı bir kampanyaya girişmektir.
- Kente başka bölgelerden insanların gelmesi, yani bölgenin bir ulusal-uluslararası ilgi merkezi olması sağlandıktan sonra, dikkatlerin kurum ve kuruluşun hedeflerine çevrilmesi daha kolay olmaktadır.
- Festivallerin kente ekonomik ve sosyal anlamda getirileri de olacaktır.
- Festival içerikleri yöresel özellikleri öne çıkaracak şekilde planlanıp çeşitli etkinliklerle desteklenmelidir (Asna, 1993, s.130-131).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Yarışmalar:

- Halk arasında düzenlenen yarışmalar, genel ilgiyi kuruluş üzerine çeken olumlu bir kitlesele ilişkiler yoludur.
- Çeşitli özelliklerdeki gruplar için farklı yarışmalar düzenlenebilir. Bunlar için grup özelliklerine uygun ödüller konmalıdır. Örneğin üniversite öğrencileri için burs ya da ihtiyaçlarına yönelik aynı yardımlar.
- Yarışma sonuçlarının kitle iletişim araçları ile kamuoyuna duyurulması hem kuruluşun tanınması hem de bu tür yararlı çalışmalara önem veren bir kurum olarak genel destek ve beğeni kazanmasına yol açar.
- Yarışmalarda dikkat edilmesi gereken hususlar:
 - bir piyango niteliği taşımayıp katılanların çabasını gerektirmesi ve
 - yarışma sınavının konusunun katılımı cesaretlendirici olması ve ağır olmamasıdır (Asna, 1993, s.132).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Bilimsel Toplantılar:

- Bu toplantılarda konuların her yönü ile ele alınması, varılan sonuçların kitle haberleşme araçları ile halka duyurulması, sağlanacak etkinin artmasını kolaylaştırır.
- Bu toplantılarda konuşacakların, ülkede ün yapmış, sözüne güvenilir kişiler olması, halkın inancını artırıcı bir rol oynar. Ayrıca bu kişilerin olumlu düşünce sahibi, tarafsız, dürüst düşünür ve bilim insanları arasından seçilmesi gerekir.
- Bilimsel toplantılar düzenlenirken yapılması gerekenler listesi hayli uzundur (Asna, 1993, s.134).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Bilimsel Toplantılar:

- Bilimsel toplantılar düzenlenirken yapılması gerekenler:
 - Toplantı zamanının iyi seçilmesi.
 - Toplantının hedef kitleye duyurulması
 - Toplantı için uygun bir yer seçilmesi.
 - Toplantıda dağıtılmak üzere toplantı ile ilgili bilgilendirici, katılanlarının kullanımına yönelik ve anı niteliği taşıyan eşyaların temin edilmesi.
 - Salondaki ışık, ses, görüntü ve bilgisayar sistemlerinin kontrol edilmesi.
 - Toplantı salonunun girişine üzerinde konu ile ilgili grafik ve resimlerin olduğu panoların yerleştirilmesi.
 - Toplantı sonuçlarının duyurulması (Asna, 1993, s.134-136).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Geziler:

■ Geziler ikiye ayrılmaktadır:

■ Kuruluş ilgilileri için hazırlanan geziler:

- Kuruluş üyelerinin (çalışanlar, yöneticiler, ortaklar, sahipler vb.) kuruluşun çalışma alanındaki bilgileri arttırmaları için bu alandaki benzer çalışmalarını yerinde görmelerinde yarar vardır.
- Farklı kuruluşlardaki yöntemlerin ve uygulamaların görülmesi sağlanarak kurum için atılacak adımlarda destek oluşturulmasına sağlanır.
- Yatırımlarla ilgili tereddütlü olunan konularda yöneticileri, ortakları ve sahipleri ikna etmek için oldukça etkili bir yöntemdir (Asna, 1993, s.137).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Geziler:

■ Geziler ikiye ayrılmaktadır:

■ Kuruluşun halkın gezilerine açılması (Açık ev):

- Kuruluşun belirli zamanlarda, halkı çalışmalarını görmeye çağırması etkinliğidir.
- Halkın kuruluşun çalışmalarını benimsemesi, çalışanların çalışma ve yaşama koşullarını beğenmesi, zamanla kuruluşa duyulan ilgi ve güveni arttırır. Bu sayede halkla kuruluş arasında iyi ilişkiler geliştirilmesi amaçlanır.
- Açık ev de denilen bu gezilerin düzenleneceği tarih önceden belirlenerek gerekli hazırlıklar yapılır. Panolar en çok kullanılan araçlardır.
- Gezi boyunca gezenlere eşlik eden mihmandarlar vasıtasıyla kurum tanıtılarak bölüm ve birimlerle ilgili ayrıntılı bilgiler sunulur ve sorular yanıtlanır.
- Açık ev ziyaretlerinde tanıtıcı filmlerden ve uzmanların yapacağı sunumlardan da faydalanılır (Asna, 1993, s.138)

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Sosyal Sorumluluk:

- Kuruluşların toplumla bağıını kurarak itibar ve saygınlık kazanmalarını sağlayan halkla ilişkiler faaliyetleridir.
- Bir kuruluşun ahlaki kurallara, ekonomik ve hukuki ilkelere uygun düşecek bir yol izleyerek işlem çevresi ve sosyal çevresi içinde bulunan bireyleri ve kuruluşları hoşnut etmesine yönelik bir anlayışı ifade eder.
- Birçok şirket ya doğrudan ya da kendi sivil toplum örgütlerini kurarak sosyal sorumluluk projeleri uygulamaya girişirler.
- Toplumsal sorunlara çözüm üretilmesine, bu sorunların iyileştirilmesine, geliştirilmesine ve toplumsal adaletin sağlanmasına yönelik eğitim, çevre sorunları ve sağlık konularında düzenlenen çeşitli etkinliklerden oluşmaktadır (Kazancı, 2016, s.363-4).

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR

■ Sosyal Sorumluluk:

- Seçilen projelerin taşınması gereken bazı özellikler vardır:
 - Toplumsal gerçeklere ve gereksinimlere uygun düşmelidir.
 - Kurum ilke ve değerleriyle ilintili ve onlarla uyumlu olmalıdır.
 - Uygulanabilir ve sürdürülebilir nitelikte olmalıdır.
 - Hissedarların katılımına açık olmalı ve mutlaka ölçülebilir olmalıdır (Kazancı, 2016, s.365).

Kaynakça

- Asna, A. (1993). *Public Relations: Temel Bilgiler*. İstanbul: Der Yayınları.
- Kazancı, M. (2016). *Kamuda ve Özel Kuruluşlarda Halkla İlişkiler*. 11. Baskı. Ankara: Turhan Kitabevi.