

İletişim ve İkna Odağında
HALKLA İLİŞKİLER

Prof. Dr. Yücel ERTEKİN

Ankara, 2022

Bu kitabın yayın hakkı SİYASAL KİTABEVİ'ne aittir. Yayınevinin ve yayıncısının yazılı izni alınmaksızın kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve yayınlanamaz.

İletişim ve İkna Odağında Halkla İlişkiler

Yazar: Prof. Dr. Yücel Ertekin

Editör: Ertan Akkaş

Kapak ve Sayfa Düzeni: Buse Dilara Dirim

©Siyasal Kitabevi Tüm Hakları Saklıdır.

2022 Aralık, Ankara

ISBN No: 978-625-7424-70-7

Siyasal Kitabevi-Ünal Sevindik

Yayıncı Sertifika No: 14016

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay-Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

Baskı:

Ankamat Matbaacılık Sanayi Tic.Limited Şirketi

Sertifika No: 46700

1344. Cadde No: 60

İvedik Organize Sanayi Bölgesi

Yenimahalle – ANKARA

Tel: (0.312) 394 54 94 – 95

Dağıtım:

Siyasal Kitabevi

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay/Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

e-posta: info@siyasalkitap.com

http://www.siyasalkitap.com

İletişim ve İkna Odağında
HALKLA İLİŞKİLER

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM YÖNETİM-HALK İLİŞKİSİ: KURAMSAL BİR YAKLAŞIM

GİRİŞ VE TARİHÇE	9
HALKLA İLİŞKİLERİN TANIMI VE BİR SÜREÇ OLARAK İNCELENMESİ	14
İLETİŞİM, GÖRÜNTÜ YARATMA VE HALKLA İLİŞKİLER	20
Belirsizlik ve Görüntü	27
Yüz Yüze İletişim ve Etkileşim	28
Konuşmacının Cinsiyeti.....	29
Konuşmacının Görünüşü	30
Konuşmacının Yaşı	31
Konuşmacının Irkı	32
Konuşmacının Fiziksel Yapısı.....	33
KULLANILAN DİL VE HALKLA İLİŞKİLER	35
İLETİŞİMİ ENGELLEYEN ETMENLER	39
YÖNETSEL SAYDAMLIK	42
HALKLA İLİŞKİLER HİZMETİNDE ÖRGÜTLENME VE PERSONEL SORUNLARI	43
ÖRGÜTLENME	43
ÖRGÜTLENMEDEN KAYNAKLANAN SORUNLAR	47
HALKLA İLİŞKİLER PERSONELİ	50
ARAŞTIRMA VE SONUÇLARI	51
Halkla İlişkiler Nedir?	51
Halkla İlişkiler Biriminin Yasal ve Yönetmelik Dayanağı	52
Halkla İlişkiler Biriminin Hangi Makama Bağlı Olduğu	52
Halkla İlişkiler Personeli	53
Halkla İlişkiler Birimlerinde Çalışan Yükseköğretim Görmüş Personelin Hizmet İçi ve Öncesi Eğitim Durumu	54
Halkla İlişkiler Birimi Hangi İsim Altında Görev Yapmaktadır?	54
Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Birim Yöneticiliği	55
Halkla İlişkiler Uzmanları Tarafından En Çok Kullanılan İletişim Araçları....	56
Halkla İlişkiler Birimleri Arasında İşbirliği ve Koordinasyon Sorunu.....	56
Hedef Kitleyi Anlamaya Yönelik Çalışmalar	57
Halkla İlişkiler Hizmeti Neden İyi Bir Biçimde Yapılmamaktadır?	57
Halkla İlişkiler Uzmanının En Çok Gerek Duyduğu Bilgiler	59
İdari Danışma Merkezleri.....	60
Basın Bildirileri ve Duyuruları	60
Basın Toplantıları	60
Türkiye'yi Tanıtabiliyor muyuz?.....	61

İKİNCİ BÖLÜM
HALKLA İLİŞKİLER İLE BİRLİKTE KULLANILAN KAVRAMLAR

Halkla İlişkiler ve Reklam	63
Halkla İlişkiler ve Propaganda	66
Lobicilik.....	67
Halkla İlişkiler ve İnsan İlişkileri	69
Halkla İlişkiler ve Pazarlama	70
Sorun Yönetimi	70
Halkla İlişkiler ve Basın	71
1- Zamanlama:	72
2- Vurgulanmak İstenen Bakış Açısı:	73
3- Haber Değeri:.....	73
4- Haber Kaynağının Kabulü:.....	73
a. Basın Toplantıları:	73

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER GÖREVLİSİ VE ARAŞTIRMA	75
Halkla İlişkilerde Araştırma İle İlgili Sorunlar ve Görüşler	82

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÖRGÜTTE HALKLA İLİŞKİLER.....	87
BÜROKRATİK ÖRGÜTLER VE HALKLA İLİŞKİLER	89

BEŞİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERDE HEDEF KİTLE VE ETİK

Hedef Kitle Türleri	92
Halkla İlişkiler ve Etik.....	92

ALTINCI BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERDE MÜKEMMELLİĞİN ÖZELLİKLERİ

1. Stratejik yönetim.....	95
2. Pazarlamadan Ayrılma	95
3. Üst Düzey Yönetime Doğrudan Raporlama İlişkisi	95
4. Tek Entegre olmuş Departman.....	96
5. İki Yönlü Simetrik Model.....	96
6. Üst Düzey Uygulayıcının Yönetimsel Rolü.....	96
7. Halkla İlişkiler İçin Potansiyel.....	96
8. Halkla İlişkilere Uygun Örgüt Yapısı.....	96
9. Eşit İmkanlar	97
10. Aktivizm	97
11. Üst Yönetim Desteği	97
12. Destekleyici Örgütsel Durum.....	97

YEDİNCİ BÖLÜM
KRİZ VE HALKLA İLİŞKİLER

Personelin Harekete Geçirilmesi	104
Kriz Rehberi Hazırlamak	106

SEKİZİNCİ BÖLÜM
HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİ

BİR MESLEK OLARAK HALKLA İLİŞKİLER	108
MESLEKLEŞME İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	113
HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİM VE ÖĞRETİMİ	118

DOKUZUNCU BÖLÜM
STRATEJİ VE HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI

SİYASAL KAMPANYALAR	123
Yeni siyaset	124
Seçmen Tercih Araştırmalarının Geçerliliği	126
Kamuoyu Yoklamalarının Yanıltıcı Bir Biçimde Kullanılması	127
Kitle İletişim Araçlarının Dolaylı Siyasal Etkileri	130

ONUNCU BÖLÜM
TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLER VE YÖNETİM

UYGULAMADA HALKLA İLİŞKİLER	134
CİMER (Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi)	137
TÜRKİYE'DE OMDUSMAN	138
Halkla ilişkiler ve İnternet	140

ONBİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN YÖNTEM VE ARAÇLAR	143
Halkın Ne Düşündüğünü Anlamak İçin Başvurulan Yöntemler	143
Vatandaşların Kişisel Başvuruları	143
Örgütlenmiş Gruplarla İlişkiler	144
Kamuoyu Araştırması	144
Referendum (Kamuoyuna Başvurma)	145
Halkla ilişkilerde Kullanılan Araçlar	145
Gazeteler	146
Dergiler	148
Radyo	149
Televizyon	150
Film	152

ONİKİNCİ BÖLÜM
YEREL YÖNETİMLER VE ÖZELLİKLE DE BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER

Belediye Başkanında Odaklanan Halkla İlişkiler Anlayışı ve Uygulaması.....	156
Belediye Meclis Üyeleri İle İlgili Olarak Halkla İlişkiler Anlayışı Ve Uygulaması.....	156
Belediye Çalışanlarının Halkla İlişkileri ve Ortaya Çıkabilecek Sorunlar	157
Belediye Danışma Merkezleri, Halkı Dinleme ve Halka Ulaşmanın Yolları	157
YEREL YÖNETİMLERDE BİR HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASI	158
İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin Beyaz Masa Uygulaması	158
Başvuru Yolları	159
İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ.....	160

ONÜÇÜNCÜ BÖLÜM
HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ İÇİN ÖRNEK OLAYLAR

ÖRNEK OLAY–I.....	161
ÖRNEK OLAY–II.....	162
ÖRNEK OLAY–III.....	163
ÖRNEK OLAY–IV	164
ÖRNEK OLAY–V	167
ÖRNEK OLAY–VI	169
ÖRNEK OLAY–VII	170
ÖRNEK OLAY–VIII	171
ÖRNEK OLAY–IX	172
ÖRNEK OLAY–X	173
ÖRNEK OLAY–XI	174
ÖRNEK OLAY–XII	174
ÖRNEK OLAY–XIII	176
ÖRNEK OLAY–XIV	177
ÖRNEK OLAY–XV	177
ÖRNEK OLAY–XVI	178
ÖRNEK OLAY–XVII	178
ÖRNEK OLAY–XVIII	180
KAYNAKÇA	181