



Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi* (2)



Cengiz BECERMEN
Vergi Denetmeni

VI-KAMU YÖNETİMİNİN KARARLARINI HALKA AÇIKLAMASI (TANITMA) :

Tanım: Tanıtma, halkın aydınlatılması, kararların açıklanması, bunun yanında günümüzde karmaşık bir yapıya ulaşmış yönetim aygıtının yol açtığı tanıyabilme eksikliğini gidermek için, halka bilgi aktarma çalışması olarak tanımlanabilir.³⁵

Halkla ilişkiler olayı, yönetsel ve örgütsel bir olaydır. Yöneticiler tarafından yönetimin geliştirilmesi, örgütsel verimlilik ve etkinliğin gerçekleştirilmesi süreci bir arada düşünülmeli, bu amacın çok etkili bir aracı, ögesi olarak değerlendirilmelidir. Bu yaklaşımın doğal sonucu olarak, kuruluştaki halkla ilişkiler birimine ve uzmanlarına gerekli roller verilmeli, örgütsel konumları ona göre düzenlenmelidir. Kuşku yok ki, birimlerin görevlileri de, işlevlerini aynı yaklaşım içinde algılamalıdır.³⁶

Bir kamu kuruluşunda düzenli ve programlı yürütülen halkla ilişkiler çalışmaları, iki temel örgütsel amacın gerçekleştirilmesine önemli kat-

35 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 63.

36 YALÇINDAĞ, Selçuk. Selçuk. (1988)

"Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler"

"Halkla İlişkiler Sempozyumu-87" A.Ü.

BYYO Yayinevi, Ankara.. Sf. 59.

kılarda bulunabilmekte, daha doğru bir söyleyişle, bu amaçların gerçekleşmesinin vazgeçilmez öğeleri olmaktadır. Bu örgütsel amaçları;

-Halkta kuruluş için destek ve güven sağlamaya yönelik olumlu görüntü yaratılması,

-Kuruluşun hizmet politikalarının halk beklentileri doğrultusunda geliştirilmesi ve bu politikalara değgin uygulamaların daha verimli ve etkili duruma getirilmesi, olarak özetleyebiliriz.³⁷

Demokratik toplumlarda, halkın yönetimi eleştirmesi ve yönetiminde halka bilgi vermesi, zaman zaman da hesap vermesi (öz-eleştiri yapması) söz konusudur. Demokratik geleneğin bir ilkesi olarak, yönetim yaptığı işleri halka anlatacaktır. Sadece başarılı olduğu konuları değil, başaramadığı işleri de, gerekçeleri ile birlikte anlatacaktır. Ayrıca yönetim, kendisini halka anlatırken, yani tanıtmaya işlevini yerine getirirken, halkın beklentilerinin, isteklerinin kendi yapmak istedikleriyle aynı olmasını sağlayacak yöntemler geliştirir. Bir anlamda kamuoyu oluşturur. Kamuoyunu kendi yapmak istediği hedefler doğrultusunda hazırlar. Zaten, "*Kamuoyu tartışmalı bir konuda çoğunluğun kanısındır.*" ³⁸

Kamuoyu kavramının tarihsel süreç içerisindeki oluşumuna kısaca baktığımızda ise; Kamuoyunun ilk önce "tartışmalı bir konuya ilişkin bir ifade"³⁹ ile, sonra "*bir tavrın ifadesi*"⁴⁰ ile, daha sonra ise, bizzat "*tavrın kendisiyle*"⁴¹ özdeşleştirildi. Sonuçta ise, bir kanaatin, eylemleştirmeye elverişli olmasına bile artık gerek kalmaz; kanaat, sadece herhangi bir tasavvurda dışarı vuran alışkanlıkları ya da 18'inci yüzyılda kamuoyunun eleştirel bir şekilde karşısına dikildiği ve din, örf, adet ve basit "önyargı" tarafından biçimlendirilen kanaati değil, ayrıca davranış tarzlarını da kayıtsız şartsız kapsar. Kamuoyunu "*bi-reysel kanaatlerin toplamı olarak*" tanımlama girişimi,⁴² daha sonraları grup ilişkilerinin tahliliyle düzeltilmeye çalışılır.

37 YALÇINDAĞ, Selçuk. (1988) Adı geçen eser. Sf. 59.

38 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 63.

39 HABERMAS, Jürgen. (1997) "Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü" İltişim Yayınları, İstanbul. (W. Albig'den aktaran) Sf. 392-393.

40 HABERMAS, Jürgen. Adı geçen eser. (M. B. Ople'den aktaran) Sf. 393.

41 HABERMAS, Jürgen. Adı geçen eser. (Dob'dan aktaran) Sf. 393.

42 HABERMAS, Jürgen. Adı geçen eser. (H. L. Child'den aktaran) Sf. 393.

Bir grup kanaati, şayet kendini öznel açıdan egemen kanaat olarak kabul ettirmişse "kamusal" sayılır; tekil grup üyesi, kendi kanaatinin ve davranışının ağırlığı hakkında, yani diğer üyelerin kaçının kendisinin temsil ettiği alışkanlık ve yaklaşımı paylaştığı ya da reddettiği konusunda (muhtemelen hatalı) bir tasavvura sahiptir.⁴³

A. L. Lowel'in *"Public Opinion and Populer Government"* adlı ünlü incelemesi de, kamuoyunun kamusalılığına vurgu yapan betimlemeler içerir. *"Adını hak edecek ve demokrasi içinde gerçek bir motivasyon gücüne sahip olacak bir kamuoyu, gerçekten kamusal olmalıdır; sevilen, güvenilir [popüler] hükümet [kavramı] , bu türden bir kamuoyu varsayımına dayanır."*⁴⁴

Bentley ise, *"Bir grubun ya da gruplar kümesinin etkinliğini yansıtmayan ya da temsil etmeyen . . . bir kamuoyu olamaz."*⁴⁵ tezini öne sürmektedir.

Daha sonraları, kamuoyunun siyasal egemenlikle olan ilişkisi geliştirilir. Bu ilişkiyi kuran geliştirenlerden biri de Schmidtchen'dir. Schmidtchen'e göre; *"Kamuoyu egemenlikle karşılıklı ilişki içindedir . . . ve siyasal açıdan yalnızca egemenlik ile halk arasındaki belirli ilişkilerde varlık kazanabilen bir şeydir."*⁴⁶ Schmidtchen'in çabası, sonuçta şöyle bir tanıma varmaktadır; *"Halkın herhangi bir grubunun egemenliğin yapılarını, uygulamalarını ve hedeflerini tatil ya da muhafaza etmeye elverişli bütün davranış tarzları kamuoyu olarak nitelenir."*⁴⁷

Kamuoyu kavramının sonuçta vardığı ve bugün işlerlik kazandığı nokta ise; halkın yönlendirilmesi, yani manipüle edilmesidir. Böylece, siyasal egemenliğe sahip olanlar ve yönetim mekanizmalarını ellerinde tutanlar ve/ ya da bu mekanizmaları kontrol edenler, halkın eğilimlerini kendi hedefleri doğrultusunda yönlendirir ve karar alma süreci içerisinde eritirler. Bu amaçla çeşitli kitle iletişim araçları etkin bir şekilde kullanılır. Oluşturulan kültür politikaları da buna hizmet eder. Bugün yakın ve uzak çevremizdeki gelişmelere dikkatlice baktığımızda, göreceğimiz bundan farklı şeyler değildir. Önemli olan, doğru okuma ve görme alışkanlıkları edinebilmiş olmaktır.

43 HABERMAS, Jürgen. Adı geçen eser. (P. R. Hofstötter'den aktaran) Sf. 393.

44 HABERMAS, Jürgen. (aktaran) Sf. 392.

45 HABERMAS, Jürgen. (aktaran) Sf. 392.

46 HABERMAS, Jürgen. (aktaran) Sf. 394.

47 HABERMAS, Jürgen. Adı geçen eser. (aktaran) Sf. 395.

Kamu yönetiminin, kamuoyu oluşturma konusunda karşılaştığı en önemli engellerden biri gizliliklerdir. Gizliliğin arkasındaki temel neden ise, kamu yönetiminin halk nezdinde kendisini savunamayacak icraatlarda bulunmasıdır. Bu durumdaki yönetimler, halkın çıkarları yerine belirli grupların çıkarlarını gözetmen ve taraf olan yönetimlerdir. Dolayısıyla yönetimin, gizli davranmaktan ve belirli bilgileri halka açıklamamaktan başka çaresi yoktur. Çünkü, halkın bu bilgileri öğrenmesi güven bozulması yaratacak ve yöneticilerin konumlarının sarsılmasına neden olacaktır. Bu yönetimler halka güvenmeyen, halka dayanmayan, otoriter bir yapı sergileyen, halkı ikna etmekten çok baskı altında tutmaya çalışan yönetimlerdir.

Açık yönetimlerde ise, yönetimden halka doğru bir bilgi akışı vardır. Yönetimin eylemleri kamuoyunda tartışılır, yönetim bu tartışmalardan sonuçlar çıkarır ve yeni eylemlerinde/ icraatlarında bunları dikkate alır. Metin Kazancı'ya göre; *"Açık yönetim, tutum ve eylemlerini halka en küçük ayrıntılara varıncaya kadar açıklayan, onları kamuoyunda tartışabilen ve bu tartışmalardan sonuç çıkaran yönetimdir. Ancak bu tür bir yönetime İsveç dışında hiç bir ülkede rastlanmadığı yaygın bir görüştür."*⁴⁸

Toplumsal desteğini ve güvenini sağlamak kamu kuruluşları için yaşamsal önem taşır. Toplumsal destek, kamu kuruluşlarının başarısının ilk koşuludur. Ancak, bunun ötesinde toplum üzerinde olumlu izlenim yaratacak bir örgütsel yapı, işleyiş ve çaba içerisinde olmak kamu kuruluşları için, aynı zamanda temel bir görevlerdir.

Bunun nedeni, yönetimin toplumun hizmetinde bir araç olması gerçeğinde yatmaktadır. Yönetimin bu niteliği ise, ancak demokratikleşmiş toplumsal yapılar için söz konusu olabilmektedir. Toplumların bu evreye gelebilmeleri kolay olmamıştır. Ama demokratik değerlerin yerleşmiş olduğu toplumsal sistemlerde ya da bu değerleri oluşturmaya çalışan toplumlarda kamu yönetiminin kendisini hizmet eden, toplumu ise hizmet edilen olarak görmesi, dolayısıyla toplumsal yararı sağlayacak, halka dönük toplumsal beklentilere uygun bir hizmet anlayışına ve halka karşı sorumlu, duyarlı ve saygılı bir örgütsel

48 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 67.

davranışa sahip olması, demokratik değer sistemlerinin egemen olduğu yapılarda artık tartışılmamaktadır.⁴⁹

Tanıtma ve olumlu imaj yaratma konusunda bir kuruluş eğer halktan yana, halkın yararına ve halkın beklentilerini karşılayıcı bir hizmet politikası geliştiremiyor ve uygulamaya sokamıyorsa, en ileri iletişim tekniklerini kullansa bile yeterli düzeyde başarı sağlayamaz. Gerçek anlamda bir halkla ilişkiler uygulamasının yürütülebilmesi için demokratik, özgürlükçü ve yönetimin halkın hizmetinde olduğu bir toplumsal yapıya gereksinim vardır. Böyle bir toplumda, yönetim halka hizmet amacıyla hareket eder. Bu tür toplumlarda gerçekler halktan uzun süre saklanamaz ve zaten böyle bir şeye de gerek yoktur.

Üzerinde durulması gereken hususlardan birisi de kamu kuruluşlarının tanıtma etkinliklerinin, reklam ve propaganda ile karıştırılmamasıdır. Reklam ve propaganda faaliyetleri sonucunda, gerçeklerin belli oranlarda süslenmesi, abartılması, bilgilerin tek yönlü olarak aktarılması ve bunun sonucunda kamuoyunun belli bir yönde oluşturulması amacı söz konusudur. Oysa, halkla ilişkiler bağlamındaki tanıtma ve bilgi verme etkinliklerinin çok farklı bir yaklaşımla yürütülmesi gerekmektedir. Tanıtma programları aracılığıyla aktarılabilecek bilgiler, gerçeklere uygun olmalıdır. Kuruluşlar, başarılarının yanı sıra başarısız oldukları yönleri ve bunun nedenleri ile sonraki aşamalarda yapmayı öngördükleri çözümleri de içtenlik ve dürüstlikle kamuoyuna iletmelidirler. Toplumda yaratılacak sahte bir görüntünün, uzun soluklu olamayacağı ve beklenenin tam tersine kamuoyunun tüm sevgi, destek ve güveninin yitirilmesine neden olacağı unutulmamalıdır.

Kamu Yönetiminin Halkla İlişkilerde Kullandığı Araç ve Yöntemler :

Başarılı bir halkla ilişkiler uygulaması için kitle iletişim araçlarından yararlanmanın zorunlu olduğu bilinmektedir. Daha az yoğun bir emekle çok geniş bir kitleye ve anında, açıklayıcı, yönlendirici mesajlar yollamak bu amaçlarla gerçekleştirilebilmiştir. Kitle iletişim araçlarından yararlanma, yönetim için hem bir zorunluluk, hem de ussal bir girişim olmuştur. Halkla ilişkiler, çok yerinde belirtildiği gibi gazeteciliği değil, gazetecilerle ilişkiyi içermektedir. Televizyon-

49 YALCINDAĞ, Selcuk. (1988) Adı geçen eser. Sf. 60.

culuğu değil, televizyon program yapımcıları ve muhabirleriyle ilişkileri kapsamaktadır.⁵⁰

Halkın bilgilendirilmesi konusunda dikkat edilecek en önemli nokta, zamanlamanın sağlıklı bir biçimde yapılması, verilmek istenen mesajın amacına ulaşması yönünden hayatidir. Doğal olarak, böyle bir sürecin işlemesi/ işleyebilmesi için, yönetimde belirli karar mekanizmalarının çalışması gerekli olmaktadır. Örneğin; Bakanın izni ya da patron veya genel müdürün onayı gibi. Karar verme mekanizması işletilerek nelerin söyleneceği, nelerin söylenmeyeceği kararlaştırılmaktadır.⁵¹

En iyi bilinen tanıtım biçimi, hükümet yetkililerinin yaptığı basın açıklamalarıdır. Devlet başkanları ya da başbakanların düzenledikleri basın toplantıları da bir tanıtım biçimi sayılabilir. Yeni bir ürünün piyasaya çıkarılmasında da tanıtımdan yararlanılabilir. Piyasaya çıkan yeni ürünle ilgili olarak gazetelerin ekonomi sayfalarında ya da televizyonların ekonomi programlarında, bu ürünün tanıtımı ile ilgili haberlerin yayımlanması bir tanıtım etkinliğidir.

Kuruluşlar kamu yararına yaptıkları bağışlarla da tanıtımlarını yapabilirler. Eğitim ya da sağlık amaçlı yapılan büyük miktarlardaki bir bağışın gazetelerde ya da televizyonlarda yer alması, bağışı yapan kuruluşun tanıtımına katkıda bulunur. Yine, televizyonlarda yapılan kültür programlarını ya da spor faaliyetlerini finanse eden kuruluşlarda vardır.

Şimdi de, kamu yönetimlerinin veya kuruluşların tanıtım amacıyla kullandıkları/ kullanabilecekleri araç ve tekniklerine kısaca bir bakalım.

1-Basin ile ilişkiler :

Halkla ilişkilerde en çok yararlanılan kaynak basındır. Her kuruluş yaptıkları çalışmalarını, ekonomik başarılarını kamuoyuna tanıtarak onun güvenliğini kazanmak ister. Amaç, yalnız tanınma değil, aynı zamanda beğendirme ve onda kuruluşun amaçlarına uygun bir izlenim yaratmaktır.⁵² Yine, günümüzde yönetim ile halk arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi, diğer bir ifadeyle bir diyalog ortamının yaratılması gereklidir. Bu ortamın yaratılmasında, yaşanan

50 KAZANCI, Metin. (1997) Adı geçen eser. Sf. 68-69.

51 TOKGÖZ, Oya. (1988) "Gazetecilik- Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi" "Halkla İlişkiler Sempozyumu-87" A.Ü. B.YYO Yayınevi, Ankara. Sf. 142.

52 TORTOP, Nuri. Adı geçen eser. Sf. 60.

sorunların giderilmesinde basın devreye girmekte ve halk ile basın arasında bir işbirliği oluşmaktadır. Bilindiği gibi, özel radyo ve televizyon kanallarının kurulması ve yayıncılığa başlaması ile, kamu yönetiminin gizliliği de belirli ölçüde aşılmış, kameralar aracılığıyla kamu yöneticilerinin pek çok icraatları (kamusal ve özel) odalarımıza kadar taşınmıştır. Bu konuda Metin Kazancı şunları söylemektedir: *"Özel radyo ve televizyon programlarında kamu yönetimi didik didik edilmekte, sorgulanıp adeta cezaya çaptırılmaktadır. Bu sorgulama hem genel idarenin bütün birimlerini, hatta görülmekte olan davalarda bırakın olayın kendisini, adli mercileri bile içermektedir. Devlet; yasama, yargı ve yürütmesiyle, tüm eylem ve işlemleriyle özel radyo ve televizyonlara ve yazılı basına hesap vermek zorunda bırakılmaktadır. Bu hesap önce özel televizyonlara, sonra da televizyon sunucularının şahsında halka verilmektedir. . . . Araştırmacı gazetecilik ve televizyon programcılığı kısa sürede ülkemizde çok önemli bir aşama kaydetmiş bulunmaktadır. Belirli hukuki sonuçlarına karşın bu gelişme halkla ilişkiler açısından çok önemli ve değerlidir. . . . Kuşkusuz izleyen yıllarda bu alanda bir durulma olacak ve sistem yerli yerine oturacaktır. Bu durulma döneminde hem her türlü kitle iletişim aracı kendine çeki düzen vermiş olacak hem de kamu yönetimi daha tutarlı, daha dürüst, daha açık davranmayı öğrenmiş olacaktır."*⁵³

Ancak, kitle iletişim araçlarının gerek bugünkü konumu ve gerekse gelişen dünya ve ülke koşullarında, kısa ve orta gelecekte göstermesi olası performans Kazancı'yı pek haklı çıkarır görünmemektedir. Kitle iletişim araçlarının, özellikle yazılı ve görsel basının yaşadığı gelişmeler, bir çürümenin ve kokuşmanın göstergesidir. Yapılan programların, özellikle haber programlarının kalitesi ortadadır. Haber programları içerisinde, kamu yönetiminin/ yöneticilerinin icraatlarının verilış tarzı, haberin içeriği ve yorumlanışı tüm etik değerlerin çiğnendiğini göstermektedir. Haberde konu ile ilgili çok az araştırma yapılmakta, kulaktan dolma bilgiler gelişı güzel halka iletilmekte (bu bilgilerde haberi yapan ya da yapanların istedikleri şekilde olmaktadır), haberin doğruluğu veya haklılığı, haberi sunan spikerin ya da muhabirin ruh hali ve mimikleri ile kanıtlanmaya çalışılmaktadır. Haberlerin daha çok medyatik yönü öne çıkarılmakta, haber değeri ya da toplumu ilgilendiren yönü ikinci plana itil-

53 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 70-71.

mektedir. Belirtmek gerekir ki, bu tür haberlerin izlenme oranları pek düşüktedir. Sanki, S. P. Say'ın 'mahreçler yasası' işlemekte ve arz talebini yaratmaktadır.

Burada kamu yönetiminin hataları da bulunmaktadır. Kamu yönetiminin basınla ilişkilerini sağlayan basın büroları vb. birimler, bu konuda gereken özeni göstermemekte, kitle iletişim birimlerini ya da basını yeteri kadar bilgilendirmemektedir. Bu konudaki bir güçlükte, basın bürolarının aktardığı bilgilerin ve çalışma düzenlerinin basının istek ve beklentileri ile önemli uyumsuzluklar göstermekte, hatta aralarında çelişkiler doğmaktadır. Bunun sonucunda, basın bir şekilde halka haber ulaştırma görevini, farklı açılımlar yaparak yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu da, belirtilen sorun ve çelişkileri ortaya çıkarmaktadır.

Basın ile ilişkilerde kullanılabilecek araçlar ise şunlardır;

a-Basin Büroları:

Basın bürolarını, kitle iletişim araçlarıyla yönetim arasındaki ilişkileri düzenlemek için yönetim içinde kurulmuş birimler olarak tanımlayabiliriz. Bürolar, tüm kitle iletişim araçlarıyla ilişki kurmaya çalışırlar ve kurumlarla bu araçlar arasında bir köprü işlevi görürler. Ancak, yazılı basının bu ilişki içinde özel bir yeri bulunur. Günümüzde özel radyo ve televizyonların artan önemi yazılı basının bürolar üzerindeki prestijini etkilememiştir. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre, bakanlık ya da genel müdürlüklerin halkla ilişkiler birimlerinin çalışmaları asıl olarak gazetelere yöneliktir.

Yönetimle ilgili ve halkın öğrenmesinde sakınca görülmeyen bilgileri kitle iletişim araçlarına aktarma, bu bilgilerde birlik ve uygunluk sağlama, yanlış yorum ve gereksiz genellemelere engel olma ve yerli yerince işleyen bir iletişim ağı kurma, basın bürolarının başlıca görevleridir.⁵⁴

b-Basin Bildirileri :

Basın bildirisi, yönetimin halka aktarılmak üzere basın aracılığı ile yapmış olduğu açıklamalardır. *"Bildiri açık ve kesin olmalıdır. Anlaşılır olmalıdır. Çok teknik olan kelime ve cümleler çıkarılmalıdır. ... Bildirinin yayımlanma zama-*

54 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 72.

*nı da ... iyi seçilmelidir.*⁵⁵ Basın bildirisi aracılığıyla medya, o kuruluştaki güncel çalışmaları öğrenmekte ve eğer haber değeri varsa değerlendirme yoluna gitmektedir. Basın bildirilerinin medya görevlileriyle yüz yüze ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi açısından da önemli bir işlevi vardır.

c-Basın Gezileri :

Basın gezisi ve turları, kuruluşu ve yönetimi medyaya daha yakından tanıtırma amacı taşır. Haber amaçlı bu organizasyonlar, yeni teknolojik gelişmelerin yerinde görülmesi, ek ünitelerin incelenmesi gibi nedenlere dayandırılarak düzenlenirler.

d-Basın Toplantısı (Konferansı):

Basın konferansı, özellikle basına ayrılan ve gazetecilere bu sırada önemli haberlerin verildiği bir gösteri biçimidir. Basın konferansı çeşitli biçimlere bürünebilir. Örneğin; basın konferansı, bir yuvarlak masa toplantısı, kokteyl veya yemekli bir toplantı biçiminde de olabilir.⁵⁶ Basın toplantıları, kamuoyunu etkileme ve kitle iletişim araçlarına haber ulaştırmada önemli bir araç olduğu gibi, düzenleyen örgüte saygınlıkta kazandırabilir. Ayrıca resmi olmayan etkileşimlere, düşünce alışverişine, yöneticilere soru sormaya ortam hazırladığı için de önemlidir.⁵⁷

Basın toplantısının düzenlenme yer ve zamanı uygun olarak seçilmelidir. Basın toplantısının yapılacağı yer ve sağlanan ulaşım kolaylıkları üzerinde önemle durulmalı ve planlama iyi yapılmalıdır. Basın toplantısına konu ile ilgili kişiler çağrılmalıdır. Basın toplantısında konuşmalar çok uzun olmamalı, asıl iletilecek mesajlara ağırlık verilerek uygun bir süre içerisinde bitirilmelidir. 1,5-2 saatlik bir süre aşılmamalı, soru ve yanıtlara zaman bırakılmalıdır.⁵⁸

2-Radyo ve Televizyon :

Çok büyük kitlelere ulaşma olanağı vermesi nedeniyle radyo ve televizyon, halkla ilişkiler alanında çok önemli ve yaygın bir araç olarak kullanılmaktadır. Radyo ve televizyonlarda düzenlenecek programlar, hedef kitlelerle iç-

55 TORTOP, Nuri. Adı geçen eser. Sf. 62-63.

56 TORTOP, Nuri. Adı geçen eser. Sf. 66.

57 ERTEKİN, Yücel. Adı geçen eser. Sf. 38.

58 ERTEKİN, Yücel. Adı geçen eser. Sf. 40.

ten bağlar kurmaya yardımcı olabilir. Haber programlarının özellikle ilk başlarında yer almak geniş bir halk kesimine bir anda ulaşmayı sağlar. Programların ilgi çekici bir biçimde ve içerikte sunulması, iletilen mesajların program içinde dengeli dağılımının sağlanması, hedef kitlenin programla ilgili düşüncelerine yer verilerek katılımın sağlanması önem taşır.

Ertekin ise, televizyonun karşılıklı konuşmaya, içtenliğe ve sosyal etkileşime ağırlık veren etkileme gücü çok yüksek bir kitle iletişim aracı olduğunu ve böylece televizyonun imaj yaratma da önemli rol oynayan, dolaylı etkileri oldukça yoğun bir araç olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır.⁵⁹

Son yıllarda özel radyo ve televizyonların ortaya çıkmasıyla birlikte, devletin bu araçlarla yürüttüğü halkla ilişkiler çalışmalarında önemli değişiklikler ortaya çıkmış bulunmaktadır. Yönetimin mesajlarını kolayca formüle edip halka ulaştırabilen devlet radyo ve televizyonlarının konumları da, kuşkusuz bu durumdan etkilenmiştir. Ancak, aynı isimleri taşımalarına karşın, özel ile devlet radyo ve televizyonlarını birbirinden ayırmak ve farklı yaklaşımlarla değerlendirmek gerekir.⁶⁰

Devlet radyo ve televizyonları, yönetim-halk ilişkilerinde yanlıdır. Tek taraflı olarak bilgilerin ve olayların halka aktarılmasını sağlar. Özel radyo ve televizyonlar üzerinde de, siyasi otoritenin belirli bir şekilde denetimi söz konusudur. İktidarda olan siyasi partiler değişik şekillerde radyo ve televizyonları kullanmaya, böylece siyasi görüş ve düşüncelerini halka anlatmaya ve benimsetmeye çalışırlar. Özel radyo ve televizyonlarda siyasi iktidarlardan yararlanırlar. Dolayısıyla, siyasi iktidarlar ile özel radyo ve televizyonlar arasında bir çıkar birlikteliği oluşur. Ancak, belirtmek gerekir ki, şu anda ülkemizde belirli bir siyasi partinin ya da düşüncenin etkisinde olan özel radyo ve televizyonlarda vardır.

3-Önderlerden Yararlanma:

Kitlelere ulaşmada, yönetimin isteklerini onlara aktarmada kullanılabilecek önemli yöntemlerden biri de önderlerden yararlanmadır. Azgelişmiş ülkelerde oldukça yaygın olan toplum önderliği kendiliğinden oluşmuş bir yöntem olup,

59 ERTEKİN, Yücel. Adı geçen eser. Sf. 110-111.

60 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 76-77.

toplumun değişik kesimlerine, özellikle kırsal alanlara ve gecekondulara ulaşmada büyük kolaylıklar sağlar. Toplum önderleri aracılığıyla kitlelere ulaşmak, kişileri tek tek aydınlatmaktan çok daha kolay, çok daha etkili ve çok daha çabuk sonuç veren bir yöntemdir. Örneğın, köy halkını etkilemede köy muhtarı, köy imamı ve köy öğretmeni mükemmel bir üçlü oluşturur. Bunların ittifakının sağlandığı konularda köylü adeta esir alınır.⁶¹

4-Devlet Yayınları:

Yönetimin kendini, kararlarını ve çalışmalarını tanıtmada kullanabileceği araçlardan biride, kendi girişimleriyle ve kendi sorumluluğu altında yayınladığı basılı araçlardır.⁶² Devlet yayınları çok geniş alanlarda ve değişik amaçlara yönelik olabilir. Bunlardan bazıları; kamusal yayınlar (yasal, yönetsel ve yargıya ilişkin düzenlemelerin yayımlandığı belgeler -örneğin, Resmi Gazete), dergi, broşür, bülten, el kitabı vb. gibidir.

5-Diğer Etkinlikler:

a-Festivaller: Halkla ilişkiler tekniğı içinde çeşitli toplumsal olaylardan yararlanılmaya çalışılır. Bu tür olaylar önemli bir fırsattır. Bir kentin kurtuluşu ya da önemli bir ürünün tanıtımı ve dolayısıyla tüketimi hızlandırmak için düzenlenen yöresel festivaller kadar ülke düzeyinde ses getiren önemli film, müzik festivalleri halkla ilişkiler uzmanlarına böyle bir fırsatı vermektedir.⁶³

Kent, bölge, ulusal ve uluslar arası düzeyde düzenlenen festivaller, geniş iletişim ortamı sağlarlar. Sanat, kültür, folklor gibi çok çeşitli konularda düzenlenen festivaller, iyi organize edildiğı takdirde son derece etkili bir halkla ilişkiler aracıdır. Festivaller, bir yandan çevrelerini etkilerken, bir yandan da festivale katılan kurumların ya da belirli bir olayın adının duyurulmasında önemli rol oynarlar.

b-Yarışmalar: Yarışmalar, kuruluşların oldukça ilgi gösterdikleri organizasyonlar arasında yer alır. Halk arasında düzenlenen yarışmalar, genel ilgiyi kuruluş üzerine çeken kitlesel bir halkla ilişkiler aracıdır. Yarışmalar, aynı zamanda kuruluşlar için bir araştırma görevi de üstlenirler. Katılanların çoklu-

61 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 80-81.

62 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 79.

63 KAZANCI, Metin. Adı geçen eser. Sf. 273.

ğu, hem halkın kuruluşa duyduğu ilgi ve güveni, hem de yarışmayı halkın ilgisini çekecek kadar başarıyla duyurdukları için, kuruluşun halkla ilişkiler biriminin değerlendirilmesini sağlar.

c-Sergiler: Kuruluşun ürün ve hizmetlerini ya da belirli bir konudaki düşüncelerini çarpıcı, akılda kalıcı teknikler kullanılarak tanıtılması amacıyla düzenlenen organizasyonlardan birisi de sergilerdir. Beğenilen, ilgi gören sergiler kuruluşun imajını olumlu yönde etkiler. Sergiler, yeni ürünlerin tanıtımı ya da belirli bir sürede elde edilen başarıların grafik, fotoğraf gibi malzemelerle en kestirme yoldan anlatılma kolaylığı sağlar.

d-Toplantılar: Bir konunun tanıtılması için toplantı düzenlemek, halkla ilişkiler çalışmalarında çok sık başvurulanan yöntemlerden birisidir. Toplantı türü ve kapsamı ne olursa olsun onun değişmeyen en önemli özelliği, önceden planlanmış bir konuyu görüşmek üzere ilgili kişilerin bir araya geldikleri yüz yüze bir iletişim ortamı olmasıdır. Toplantılarda konuların her yönüyle ele alınması, varılan sonuçların kitle iletişim araçları ile halka duyurulması, toplantı ile amaçlanan etkinin daha da artmasına yol açacaktır.

Toplantının kalabalık bir kitle tarafından izlenmesi, toplantının hem daha çok ilgi çekmesini sağlayacak, hem de konuşmacılar üzerinde olumlu bir psikolojik etki yapacaktır. Bu nedenle, toplantının önceden çeşitli araçlardan yararlanılarak geniş ölçüde duyurulması gerekir.

e-Törenler: Törenler bir kuruluşun düzenlediği açılış ve yıldönümü kutlamaları amacıyla düzenlediği kutlamalardır. Açılış, bir kuruluşun ilk hizmete girişi veya bir malın ilk kez pazara sürülüşü nedeniyle yapılan bir etkinliktir. Yıldönümü kutlamaları ise, bir kuruluşun ilk kez çalışmaya başladığı veya bu günün yıldönümlerinde yapılan kutlamalardır. Her iki kutlama türü de, diğer halkla ilişkiler araç ve teknikleri kullanılarak kuruluşun tanıtımının ve etkinliğinin artırılmasında önemli bir işleve dönüştürülebilir.

f-Seminerler: Genellikle birkaç oturum devam eden, çeşitli konuların bilimsel bir eksen üzerinde tartışıldığı toplantılardır. Seminerlerde, birden fazla konuşmacı, hazırladıkları bildirileri sunarak, ele alınan konuyu çeşitli yönlerden incelerler. Bu tür bilimsel toplantılar yalnız medyanın değil, üniversitelerin ve

diğer bilimsel kurumların da dikkatini ve ilgisini çekeceğinden, düzenleyen kuruluşlara olumlu bir imaj kazandırır.

g-Konferanslar: Bu tür toplantılar, belirli bir konuda uzmanlaşmış kişilerin bilgi ve deneyimlerini başkalarına aktarmaları amacıyla düzenlenir. Konferanslar, seminerlerden daha geniş bir dinleyici kitlesi toplar. Eğer söylenenler gerçekten ilginç ve yeni şeyler ise, medyanın da ilgisini çekerek haber olarak medyada yer almasına neden olacaktır.

h-Fuarlar: Fuarlar, kuruluşları ve daha çok yeni ürün ve hizmetlerini potansiyel müşterilere tanıtmaya olanağı sağlayan etkili iletişim ortamları arasında yer alırlar.