

HALKLA İLİŞKİLERDE KİŞİSEL İLİŞKİLER¹

Z. Beril AKINCI

Kısa bir süre önce "Çöl Fırtınası Operasyonu"nu yöneten General H.Norman Schwarzkopf, ülkesine döndüğünde Amerika Birleşik Devletleri Harp Okulu öğrencilerine önemli bir konuşma yapmıştır. Schwarzkopf, konuşmasında şu önemli mesajı vermiştir:

"Orduda işinin ehli olan birçok liderle karşılaştım fakat maalesef karakterleri yoktu. Vet yaptıkları her iyi iş için terfi, nişan gibi birçok ödül alıyorlardı. Ancak bu işinin ehli olan insanlar, yeterli karakterden yoksundurlar. Aynı zamanda birçok süper karakterli lider de gördüm ama onlar da işinin ehli değillerdi. 21. Yüzyılın eşiğinde ise, sizlerden hem karakterli olmanız hem de işinizin ehli olmanız beklenmektedir."

Günümüzde halkla ilişkiler mesleğiyle ilgili birçok literatür, yeterlilik vet yeteneğin gerekliliği üzerinde durmaktadır. Her yanımız, mesleğin her yönünü kapsayan "Nasıl Yapmalı?" makaleleriyle doludur. Ne yazık ki bu, meslekteki bazı kişilerin etkinliğini kısıtlayan bilgi vet yetenek eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Halkla ilişkiler uzmanlarından gözlemlediğim 35 yıllık tecrübem bana , yetersizlikten öte karakter eksikliğinden dolayı birçok kişinin gerçek potansiyelinin farkına varamadığını

¹ Robert L.Gildea, "Personal Relations in Public Relations", PR Quarterly, New York, Summer 1993, s 47-48.

² Araş.Gör., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

göstermiştir. Bu yüzden General Schwarzkopf'un sözleri hepimizi ilgilendirmektedir.

Schwarzkopf'un sözlerinden hareketle, aşırı hırs veya düşüncesizlikleri neticesinde performanslarını lekeleyen egosentürk uygulayıcılarla, örnek karakter teşkil eden uzmanları birbirinden ayıran bazı temel prensiplere göz atmanın yararlı olacağı inancındayım. Bu subjektif listede, okuyucularım kendilerininkini de ekleyebilirler.

1.Gerçek halkla ilişkiler uzmanı, örgüte vet üstlerine bağlılık dışında hiçbir zaman dar kapsamda kişisel amaçlar belirlemez.

Bazılarına göre bağlılık, iki yönlüdür vet günümüzde birçok firma yöneticisinin zihni astlarını harcanabilir gördüğünden alt kademe ile meşguldür. Hatta fikri alınmadığında suratını asan veya CEO'su *** yüz üstü düşüğünde içten içe sevinen halkla ilişkiler uzmanı da güvenilir bir takı oyuncusu değildir.

Perde arkasında politikayla ilgili kararlar alan yöneticiler birçok farklılığa sahip olabilir, fakat bir kere görüşbirliğine varıldıktan sonra takım üyeleri statülerini bir kenara bırakarak tüm gayretlerini bu politikaları gerçekleştirmeye yöneltmelidir. Fakat zaman içinde gözlemediğim bazı halkla ilişkiler uzmanları, öyle yüreksiz vet hatta öyle zayıf davranışlar gösteriyorlar ki neticede kendi düşüncelerini daha mantıklı görünmesini sağlamak için tüm mevcut çabaları sabote etmeye çalıştıklarından şüphe etmeye çalışılıyorsunuz.

*** Açılımı Chief Executive Officer olan CEO bir şirketteki en üst düzey yetkilidir. Bu bazen Genel Müdür, bazen de Yönetim Kurulu Başkanındır. Tercümenin bundan sonraki kısımlarında sözkonusu kişiden CEO diye bahsedilecektir.

2. Gerçek halkla ilişkiler uzmanı hep odak nokta olmaktan kaçınır vet diğerlerinin iyiliği için çabalar.

CEO vet üst yönetim için fırsatlar yaratmaya çalışan halkla ilişkiler uzmanlarına tavsiyemfirmalarını hedef kitlelerine tanıtması vet bu işleyle üstün olmaya çalışmasıdır. Fakat bazı halkla ilişkilerci tipleri bu rolü dolaplar çevirerek kendileri için kullanmaya çalışmaktadır, çünkü bu onlar için daha iyi bir görünüş vet kamu tarafından daha bilinirlik demektir. Bazen halkla ilişkiler uzmanı örgütün tercümanı olur, özellikle de üst yönetim bunun böyle olmasını istiyorsa... Fakat hedef kitlenin çoğu, özellikle de medya üst yönetimden bilgi almayı tercih etmektedir, çünkü bu karşılıklı etkileşimde daha çok güvenilirlik sağlamaktadır. Bu görevi sırf kendilerie saklayan halkla ilişkiler uzmanları ise, firmalarına zarar vermektedir.

3. Gerçek halkla ilişkiler uzmanı iyi bir dinleyici olmalı vet sır saklamasını bilmelidir.

Bazı halkla ilişkiler uzmanları , kendi ses tonlarına o kadar aşıktır ki ne zaman sumaları gerektiğini bilmemektedir. Benim tanıdığım birkaç kişi, konuyu sadece ucundan tutmakla çarçabucak sonuçlar çıkarmaktadır. Tüm bilinen gerçeklere rağmen vet konu hakkında daha önce yaılan tüm açıklamaları duymuş olmalarına rağmen, hala problem için bir çözüme sahiptirler. Aslında onlara hatırlatılması gereken, iyi bir iletişimin yüzde 50'sinin dinlemekten geçtiğidir.

Gizliliği olan bilgilere ortak olan bazıları ise, sırf güç koltuğuna yakın kişilerden olduklarını göstermek için, bu bilgileri başkalarıyla paylaşarak egolarını tatmin etmektedirler. Evet, gerçekte dedikodu yapmak halkla

ilişkiler uzmanlarına yasaklanmamıştır. Bununla beraber, zamanında iletişime duyarlı yetiştirilen uzmanlar neyin ne zaman söylenmesi gerektiğini çok iyi bilirler. Birçok durumda olgunlaşmadan yapılan açıklamaların, firmaya çok zarar verdiği ise bilinen bir gerçektir.

4. Gerçek halkla ilişkiler uzmanı başarılılardan kaynaklanan krediyi başkalarıyla paylaşmaktan kaçınmaz vet başarısızlıklardaki kusurları da paylaşır.

Bizim işimizdeki en büyük hata, her şey iyi giderken fazlasıyla kredi toplanması, fakat planlar gerçekleştirilemediğinde bir günah keçisi aranmasıdır.

Fevkalade kibirli olanlar ise, örgütün iyiliği için yapılan halkla ilişkiler çabalarını kendilerinin tasarladıklarını vet yalnızca kendilerinin yürüttüklerine inanmaktadırlar. Mamafih, hepimiz böyle tiplerle karşılaşmışızdır. Gerçekte tüm başarılı halkla ilişkiler programları ise, birçok kişinin ortak katılımını gerektiren birer takım çalışmasıdır vet bazı kardeşlerimize bir takım çalışmasında "BEN" olmadığını hatırlatmak gerekmektedir.

5. Gerçek bir halkla ilişkiler uzmanı, herşeyin üstesinden gelebileceği konusunda ısrarcı olmaz.

Her problem için, çeşitli çözüm yolları muhakkak vardır. Fakat bazı halkla ilişkiler uzmanları, başkalarının önerileriyle dalga geçecek kadar kendilerini ciddiye almakta vet kendilerinininkilerinin tek geçerli çözüm yolu olduğuna inanmaktadırlar.

Arzu edilen sonuçları gerçekleştirmeye çalışan halkla ilişkiler mesleği, aslında herhangi bir cevabın doğru olabileceği, deneyeye dayanan mesleklerden biridir. Halkla

İlişkiler , gerçekliği ispat edilebilir yasalarda olmaması gereken istisnaları bile tolere edebilecek kadar katı bilimsellikten uzak bir bilim dalıdır. Bir halkla ilişkiler planının diğerine göre fazla tercih edilebilir olması ise, aslında sübjektif ir değerlendirilmez ve en azından diğer tekliflerin de bir nebze alçakgönüllülük içinde dikkate alınması gerekmektedir.

6. Gerçek halkla ilişkiler uzmanı, diğer departmanların da üst yönetimini dikkatini çekme konusunda iddiaları olduğunu farkındadır.

Birçok halkla ilişkiler uzmanı, kurum planlama toplantılarında yer almak ve firmanın hukuk danışmanlarının tüm diğer görüşleri geçersiz kılacak şekilde bir konuyu mahkemede savunma yetenekleri gündeme geldiğinde geri çekilmektedir. Gerçekte ise, kamuoyunu tüm diğer konuların dışında tutarak ve örgüt mahkemelerde görülebilen türden oyunlara teşvik eder hepimiz aynı şeyi yapmaktayız.

Gerçekçi halkla ilişkiler uzmanları ise, kendi görüşlerinin birkaç perspektiften sadece biri olduğunu ve tecrübeli bir CEO'nun bunları değerlendirerek bir karara varacağını bilirler. Halkla ilişkiler departmanından gelen önerilerin her zaman kazanacağını ummak yanlıştır. Gerçekte ise, bazı halkla ilişkiler uzmanları kendi taraflarının nadiren kazanan taraf olmasından şikayetçidir.

Unutulmaması gereken bir nokta, halkla ilişkiler departmanının üst yönetimin dikkatini çekme konusunda hukuk , pazarlama ve insan kaynakları departmanı ile sürekli bir çekişme halinde olduğudur ve ümit edilebilecek en iyi şey bu çekişmenin yıkıcı değil, yaratıcı olmasıdır.

7. Son olarak, gerçek halkla ilişkiler uzmanı iyi kişisel alışkanlıklara sahip olmalıdır.

Dakiklik, iyi vet temiz görünüş, kendine güven vet nezaket gibi erdemler, hep üst yönetime yakın olmaya çalışan bireylerde aranmaması gereken şeylerdir. Daha yüksek standartları yakalayarak iyi bir etki bırakmak için bireysel davranışlarını ön plana çıkaranlar yüzünden halkla ilişkiler uzmanları firma imajını esas zedeleyen kişiler olarak algılanmaktadırlar.

Kurum kültürünü taşımada esas sorumlu CEO olsa da, iç vet dış hedef kitlelere karmaşık mesajların verilmesini engellemek için halkla ilişkiler uzmanı hemen onun arkasında olması gereken kişidir.

Bu tür tutumlar, gerçek uzmanlığı oluşturmaktadır. George Will, " Bir toplumu sadece o toplumdaki insanların karakterlerine bakarak yargılama hakkına sahibiz"derken özellikle politikacıları kastetmişti. Fakat bu sözlerden çıkan ders aynen bizim için de geçerli.

Zaten sahip olduğumuz yetenek vet yeterlilik etrafımızda yeterince vardır. Fakat halkla ilişkiler mesleğinin gerçekten ihtiyaç duyduğu şey, daha "az karakterli" vet daha çok "çok karakterli" insanlardır.