

**T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI**

HALKLA İLİŞKİLER

**HALKLA İLİŞKİLER VE BASIN
342PR0015**

Ankara, 2011

-
- Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul/kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
 - Millî Eğitim Bakanlığınca ücretsiz olarak verilmiştir.
 - **PARA İLE SATILMAZ.**

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	iii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. BASINLA İLİŞKİLER, BASIN BİLDİRİLERİ VE KUPÜR DERLEME.....	3
1.1. Basınla İlişkiler	3
1.1.1. Halkla İlişkiler Görevlilerinin Basın Hakkında Bilmesi Gerekenler	5
1.1.2. Halkla ilişkiler Görevlilerinin Basınla İlişkilerinde Dikkat Etmesi Gerekenler	6
1.1.3. Halkla İlişkiler Görevlilerinin Basınla İlişkilerde Kullanacakları Yol ve Yöntemler	7
1.2. Basın Bildirileri.....	8
1.3. Kupür Derlemek.....	10
UYGULAMA FAALİYETİ	11
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	13
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	14
2. BASIN BÜLTENİ.....	14
2.1. Basın Bülteni Tanımı	14
2.2. Basın Bülteni Yazma Teknikleri.....	15
4.2.1. Düz Metin Hâlindeki Basın Bültenleri	15
4.2.2. Haber Hâlindeki Basın Bültenleri.....	16
2.3. Basın Bülteni Çeşitleri	16
2.3.1. Bilgi Amaçlı	16
2.3.2. Davet Amaçlı.....	16
2.4. Basın Bültenlerinde İçerik, Biçim ve Üslup	17
2.4.1. İçerik ve Üslup Özellikleri.....	17
2.4.2. Basın Bülteninin Biçimsel Özellikleri	18
2.5. Basın Bülteninin Hazırlanmasında Etkili Olan Konular	19
2.6. Radyo ve Televizyon İçin Basın Bültenlerinin Hazırlanması.....	19
2.6.1. Radyo İçin Basın Bültenlerinin Hazırlanması	19
2.6.2. Televizyon İçin Basın Bülteninin Hazırlanması.....	20
2.7. Basın Bültenlerinde Fotoğraf Kullanımı	21
2.8. Basın Bülteni Hazırlamada Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar	21
2.9. Çeşitli Kurumlara Ait Basın Bülteni Örnekleri.....	22
UYGULAMA FAALİYETİ	24
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	26
ÖĞRENME FAALİYETİ-3	28
3. BASIN TOPLANTISI, BASIN KOKTEYLLERİ, BASIN GEZİSİ.....	28
3.1. Basın Toplantısı	28
3.1.1. Basın Toplantısının Tanımı ve Özellikleri.....	28
3.1.2. Basın Toplantısının Aşamaları	29
3.2. Basın Kokteyli/ Basın Resepsiyonu	33
3.2.1. Basın Kokteylleri (Basın Resepsiyonu)'nin Tanımı	33
3.2.2: Basın Kokteyli İçin Yapılması Gerekenler.....	34
3.3. Basın Gezileri.....	35
UYGULAMA FAALİYETİ	37
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	41

MODÜL DEĞERLENDİRME	43
CEVAP ANAHTARLARI.....	44
KAYNAKÇA	46

AÇIKLAMALAR

KOD	342PR0015
ALAN	Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri
DAL/MESLEK	Halkla İlişkiler
MODÜLÜN ADI	Halkla İlişkiler ve Basın
MODÜLÜN TANIMI	Basınla ilişkiler, basın bildirimleri ve basın bültenleri hazırlama, kupür derleme, basın toplantısı, basın gezileri ve basın kokteylleri hakkında bilgi kazandıran öğrenme materyalidir.
SÜRE	40/32
ÖN KOŞUL	Halkla ilişkiler ve organizasyon etkinlikleri dersine ait modülü almış olmak
YETERLİK	Basınla ilişkileri yürütmek
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç Bu modül ile gerekli ortam sağlandığında basınla iyi ilişkiler kurabileceksiniz. Amaçlar <ol style="list-style-type: none">1. Basınla ilişkileri sağlayabileceksiniz.2. Basın bülteni hazırlayabileceksiniz.3. Basın toplantısı,basın kokteyli ve basın gezisi düzenleyebileceksiniz.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Ortam: Sınıf, kütüphaneler, çeşitli firmaları, kamu kurum ve kuruluşları özel kuruluşlar kütüphaneler Donanım: Görsel, işitsel ve yazılı dokümanlar, bilgisayar ve bilgisayar ağı, TV, DVD, VCD, , internet kişisel arşivler, kütüphaneler, kitaplar, dergiler, makaleler çeşitli istatistiki veriler, gazeteler
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modül içinde yer alan her öğrenme faaliyetinden sonra verilen ölçme araçları ile kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmen modül sonunda ölçme aracı (çoktan seçmeli test, doğru-yanlış vb.) kullanarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek sizi değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenci,

Halkla ilişkiler biriminin en önemli görevlerinden biri basınla etkili ve verimli bir iletişim kurup sürdürebilmektir. Çünkü basın günümüzde kamuoyu oluşumunda en etkin araç olarak yerini almaktadır. Eğer bir kurum veya işletme iyi bir tanıtım yapıp kendi piyasasında başarılı olmak istiyorsa basının gücünden yararlanmasını bilmeli ve halkla ilişkiler birimine bu konuda gerekli yetkiyi vermelidir.

Kurumların başarısında en önemli görevi üstlenen halkla ilişkiler görevlilerinin basınla yürütülen ilişkilerde birtakım kurallara uyması, basını çok iyi tanıması ve kurumu ile ilgili birtakım bilgileri habere dönüştürebilme yeteneğine sahip olması gerekir. Ayrıca basında görev yapan yazı işleri müdürleri, köşe yazarları, ekonomi yazarları ve yapımcılarla tanışmalı, olumlu ve dostça ilişkiler kurmalıdır.

Bu modül ile basınla ilişkilerin kurulmasında nelerin yapıp nelerin yapılmaması gerektiğini ve kurulacak ilişkilerde izlenecek yol ve yöntemlerin neler olduğunu öğrenecek ve uygulama çalışmaları yapacaksınız.

Bu modül ile kupür derlemeyi öğrenerek kurumunuzla ilgili gazetelerde ve internette çıkan haberlerle ilgili kupür derlemesi yapıp arşivleme çalışması yapabileceksiniz. Ayrıca kurumunuzdaki gelişmelerle ilgili basına basın bildirimleri hazırlayabileceksiniz.

Bu modül ile basın bülteni hazırlamayı, gerekli yerlere göndermeyi ve medya takibini yapmayı öğrenecek ve uygulama çalışmaları yapacaksınız. Ayrıca basın toplantısı, basın gezisi ve basın kokteyli için yapılması gerekenleri öğrenip bunların kurumların tanıtımındaki öneminin farkına varacak ve uygulamalar yapmaya çalışacaksınız.



ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

Gerekli ortam sağlandığında basınla ilişkileri yürütebilecek, basın bildirisi hazırlayabilecek ve kupür derleyebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Çevrenizde bulunan bir kurumu ziyaret ederek halkla ilişkiler biriminin basınla ilişkilerinde izlediği yol ve yöntemler hakkında bilgi alınız ve öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Basının halkla ilişkiler birimleriyle neden iletişime geçme gereği duyduğunu araştırarak basın ve halkla ilişkiler ilişkisinin iki taraf içinde önemini arkadaşlarınızla tartışınız.
- Ülkemizde en fazla basında yer alan kurumların, hangi çalışmalarıyla yer aldığını araştırınız.
- Basının kamuoyunun oluşumundaki etkisini ortaya koyan örnekleri internetten araştırınız ve bulduğunuz örnekleri sınıfa getirerek arkadaşlarınızla inceleyiniz.
- Çevrenizdeki bir kuruluşa giderek kupür derleme çalışmaları hakkında bilgi alınız ve öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Çeşitli kişi ve kurumlar tarafından yayınlanan basın bildirisi örneklerini internetten araştırarak bulduklarınızı şekil ve içerik bakımından inceleyiniz.

1. BASINLA İLİŞKİLER, BASIN BİLDİRİLERİ VE KUPÜR DERLEME

1.1. Basınla İlişkiler

Bir işletmenin halkla ilişkiler konusunda giriştiği çabaların en fazla yoğunlaştığı alan basınla kurulan ilişkilere dir. Yazılı basın denildiğinde akla önce gazete daha sonra dergiler gelir. Kamuoyu oluşturmada en etkin araç olarak basının rolünü bugün bütün toplumlar kabul etmektedir. Bu durum aşağıdaki iki örnekle daha iyi açıklanabilir:

Basın, ABD'nin en güçlü başkanı Nixon'u aleyhine basında açılan kampanya dolayısıyla koltuğundan indirmiş ve yine halkla ilişkilerin kurucusu olarak kabul edilen Ivy

Lee'nin yürüttüğü özel kampanya sonucu Amerika'nın en sevimsiz kişisi olarak bilinen ve gazeteler tarafından her gün horlanan iş adamı John Dr. Rockefeller'i en üstün ve en iyi kişi konumuna getirmiştir.

HABERLER

Kuş gribi henüz insana ilişmeyi öğrenecek

Kuş gribi insanlarda ölümcül bir etki yaratabileceği gibi, aynı zamanda insanların kolay kolay yakalanabilecekleri bir hastalık değil.

Her ikisinin de nedeni akciğerlerimizin derinliklerinde yatıyor. Virüs taşıyıcı kişinin hücrelerindeki bir şeker molekülüne iliştiğinde, kuş gribi kuşları, insan gribi insanları etkiliyor. Ancak bu iki farklı virüs farklı şeker moleküllerine ilişiyor. Wisconsin-Madison Üniversitesi'nden Yoshihiro Kawaoka ve arkadaşları insanların burun, boğaz ve akciğerlerinde yalnızca insan gribiyle eşleşen şeker molekülünün olduğunu, ancak alveol hücrelerinde "kuş" şekerinin de bulunduğunu ortaya koydular.

Kuş gribine neden olan H5N1 virüsü alveolları yok ettiği için, insanlarda ölümcül bir etki yaratıyor. Bu virüs öteki grip virüsleri gibi insanların burun ve boğazlarına kolay kolay ilişmediğinden, hastalığa yakalanmak da çok kolay olmuyor.

Kuş gribinin insanlarda bir salgına dönüşebilmesi için, H5N1 virüsünün "insan"



şekerlerine ilişmeyi öğrenmesi gerekiyor. Kaliforniya Scripps Araştırma Enstitüsü'nden James Stevens önderliğindeki bir ekip tarafından yapılan araştırma H3 grip virüsündeki kimi değişimlerin buna olanak tanıyabileceğini ortaya koyuyor. Öyle ki, H5N1 virüsünde bu tür bir değişim hastalığın insanlara hızla yayılmasına neden olabilir.

Resim 1.1: Basının kamuoyunu kuş gribine karşı bilinçlendirmesi

İşletmelerde görev yapan halkla ilişkiler uzmanlarının yerel ve ulusal basınla çok iyi ilişkiler kurmaları gerekir. Çok geniş bir kitleye seslenen basının işletme açısından önemi büyüktür. Basında yer alması başarabilen bir firma kendisini kamuoyuna tanıtmak için çok büyük bir olanak yaratmış olur. Üstelik basın aracılığı ile böyle bir işlevin yerine getirilmesi duyuru ve reklam gibi bir ücret karşılığı olmamakta, üretilen haber basının ilgisini çektiği takdirde hiçbir ücret ödenmeksizin firmanın tanıtımı yapılmaktadır.

Halkla ilişkiler uzmanlarının basınla olumlu, düzenli ve sürekli iletişim kurmaları gerekir. Basında görev yapan yazı işleri müdürleri, köşe yazarları, ekonomi yazarları ile tanışmalı; aralarında yakın ve birbirlerini destekleyen türde ilişkiler kurulmalıdır.

Basının güvenilirliğini, saygınlığını kazanmış bir halkla ilişkiler uzmanı öncelikle kendi kuruluşunu çok iyi tanıyıp dürüst, tam ve doğru bilgiler aktardığı sürece bu etkili kitle iletişim aracından yararlanabilir. Bu nedenle halkla ilişkiler uzmanı, bir gazeteci gibi okuyucuların ilgisini çekecek geniş kitleleri ilgilendiren haberleri üretme yeteneğine sahip olmalıdır.

1.1.1. Halkla İlişkiler Görevlilerinin Basın Hakkında Bilmesi Gerekenler

Bir halkla ilişkiler görevlisinin basına yayınlanabilir materyal sağlamanın dışında, gazete ve dergilerin nasıl yayınlandığını bilmesi, kurumu ile ilgili haberin yayınlanma olasılığını, haberin basında yer alma şansını artıracaktır. Bunun için yararlanacağı iletişim aracının belirlenmesi aşamasında en uygun araçtan en uygun bir şekilde yararlanabilmesi için aşağıdakileri bilmesi gerekir. Bunlar;

- **Yayın politikası:** Yayın organının olaylara bakış açısı ve ilgi alanı hakkında halkla ilişkiler uzmanı net bir bilgiye sahip olmalıdır.
- **Yayın periyodu:** Günlük, haftalık, 15 günlük, aylık, 3 aylık ya da yıllık olabilen yayının, yayınlanma sıklığı ve de tirajının bilinmesi yayın organına doğru zamanda ulaşabilmek için zorunludur.
- **Dizgi-baskı tarihi:** Haber materyalinin verilebileceği en geç tarih bilinmelidir. Bu, yayın sıklığı ve basım tekniği ile ilgilidir.
- **Basım tekniği:** Sağlayacağı kolaylıklar nedeniyle baskı tekniklerinden hangisini kullandığı bilinmelidir.
- **Yayın alanı:** Gazete veya derginin, uluslararası, ulusal ve bölgesel olmasının bilinmesi doğru hedefe ulaşabilme konusunda yardımcıdır.
- **Okuyucu profili:** Doğru hedef kitleye ulaşabilmek için gazete, dergi ya da radyo-TV programının yaş, cinsiyet, sosyal statü, iş grubu ve özel uğraş alanlarına göre hangi tip okur ve izleyiciye hitap ettiği bilinmelidir.
- **Dağıtım yöntemleri:** Bir yayının bayilerde mi satıldığı yoksa abonelere ücretli ya da ücretsiz mi ulaştırıldığı dikkate alınmalıdır.

Kitle iletişim araçlarından yararlanma konusunda yeterli bilgiyle donatılmamış olan halkla ilişkiler görevlisi, psikoloji bilgisi nedeniyle yüz yüze iletişimde başarılı olabilir ama bu büyük bir işletmenin imajını değiştirmek, tercihleri etkilemek ve yönlendirmek gibi daha karmaşık konularda yeterli olamaz.

Halkla ilişkiler iletişim sürecinde, çoğunlukla araçlı iletişime gerek duyulmaktadır. Bu nedenle halkla ilişkiler görevini yerine getirecek kişi, kitle iletişim araçlarının yapısı ve diğer iletişim teknik ve yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmalıdır.

Halkla ilişkiler görevlisine basınla ilişkilerinde kolaylık sağlayacak olan bu özelliklerin bilinmesinin yanında, basına verilen hizmetin kalitesi, karşılıklı güven ve kurulacak kişisel ilişkilerde basınla iyi ilişkilerin geliştirilip sürdürülmesinde önemli rol oynamaktadır.

1.1.2. Halkla ilişkiler Görevlilerinin Basınla İlişkilerinde Dikkat Etmesi Gerekenler

- Halkla ilişkiler görevlisinin basınla diyalog kurma konusunda yöneticisinden tam yetki alması gerekir. Çünkü gazetecilere istediği bilgiyi zamanında verebilmesi ve gazetecinin rakip firmalara bilgi için gitmesini önlemesi için bu gereklidir.
- Bir gazete muhabirine gerçek bilgiler en hızlı biçimde verilmelidir. Bu nedenle muhabirlerin sorularına kesin, gerçekçi ve hızlı yanıt verilmeli, görüşme istekleri daima kabul edilmeli ve gereği gibi değerlendirilmelidir.
- Muhabirden istediği gerçek bilgileri saklamamak gerekir. Çünkü muhabir haberin kuruluşun lehinde olup olmadığı ile ilgili değil, sadece gerçeklerle ilgilenir. Bu nedenle, muhabirden bazı gerçekleri açıklamaması ya da örtbas etmesi istenmemelidir.
- Yayınlanmaya değer bulunmadıkça, bir haber basın ve yayın araçlarında yer almayacaktır. Bu nedenle muhabirden uygun olmayan haberin yayınlanması ricasında bulunmamak gerekir.
- Basın bildirimleri ile reklâm birbirine karıştırılmamalıdır.
- Basın mensupları arasında farklılık gözetilmemeli, bazılarına diğerlerinden fazla ilgi gösterilmemeli yani hepsine eşit mesafede yaklaşılmalıdır.
- Haberlerde oluşan küçük matbaa hataları ve yanlışlar için şikâyetçi olunmamalıdır.
- İstenilen bazı haberlerin yayınlanmamasından dolayı basın mensuplarına kızıp ilişkiler kesilmemelidir.
- Muhabirlerle görüşmeden önce sorulma ihtimali olan konularda ön hazırlık yapılmalıdır.
- İlişki kurulacak basın grubunu iyi seçmek ve hangi iletinin hangi basın yayını organına gönderilmesi gerektiğini iyi bilmek gerekir. Çünkü hangi iletinin hangi basın yayını organına gönderileceği konusunda seçici davranılması başarıyı da beraberinde getirmektedir. Örneğin, kadınlara yönelik bir ileti, bu alana dönük yayın yapan basın organlarına gönderilmelidir. Gençlikle ilgili iletiler de magazin içerikli yayın organlarına gönderilmelidir.
- Basınla ilişkilerde yer ve zamanı iyi seçmek gerekir. Örneğin, basın toplantısı düzenlenmesi, kültürel, sanatsal ve sosyal etkinlikler için en uygun saat, sabah saat 10.00-14.00 arasındadır. Hedef kitleye ulaştırılacak haberlerin cumartesi, pazar gibi "ölü günlere" denk gelmesine dikkat edilmelidir. Çünkü bu günlerde mesajın daha fazla kişi tarafından okunma ihtimali yüksektir.

- Basına ilgi çekici haberler gönderilmeli, gönderilen haberler taklit ve sıkıcı olmamalıdır.
- Basına her türlü çalışma kolaylığı ve olanağı sağlanmalıdır.

Tüm bu maddeleri özetlediğimizde halkla ilişkiler görevlisinin şu kurallara uyması gerekir. Bunlar dürüstlük, kullanılabilirlik, samimiyet, açık sözlülük ve materyalin medyaya zamanında ulaştırılmasıdır.



Resim 1.2: Basına ilgi çekici haberler gönderilmesi

1.1.3. Halkla İlişkiler Görevlilerinin Basınla İlişkilerde Kullanacakları Yol ve Yöntemler

Halkla ilişkiler uzmanının, basından yararlanma yol ve yöntemleri kısa başlıklarla şöylece özetlenebilir:

- Basın toplantısı düzenlemek
- Basın turları düzenlemek
- Tanıtım toplantıları ve gezileri düzenlemek
- Basın bildirisi açıklaması ve mesajı yayınlamak
- Basın bülteni yayınlamak
- Bilimsel, yıl dönümü, açılış, kuruluş toplantıları, seminer, kongre, sempozyum, konferans, panel ve açık oturumlar düzenlemek; sosyal, sanatsal ve kültürel etkinliklere ilişkin haber değerlerini öne çıkararak basın aracılığıyla hedef kitlelere ulaşmak
- Kurum ve kuruluşla ilgili anket, araştırma ve kamuoyu yoklamaları sonuçlarını haber hâline getirerek basına aktarmak
- Kuruluşa ait gazete ve dergi yayınlamak, tanıtıcı nitelikte el ve cep kitapları, broşür, deplian, magazin ve yıllıklar hazırlamak ve bunları basın mensuplarına da ulaştırarak haber olarak değerlendirilmelerini sağlamak
- Ödüllü yarışmalar yapmak ve sonuçlarını basın aracılığı ile kamuoyuna duyurmak
- Kurum ve kuruluşla ilgili bilgi, haber, röportaj, mülakat, anket, inceleme ve araştırma yazıları, makale ve fıkraları içerikleriyle kamuoyuna yansıtma
- Kuruluşa çeşitli nedenlerle gelen mesajları habere dönüştürmek

- Bütün bu etkinlikler, çalışma ve yöntemlerle, haber ve diğer yazınsal türlerle basında yer almak, iletileri, hedef kitlelere ulaştırmak



Resim 1.3: Tanıtım toplantılarının basın kurumuna daha yakından tanınmasını sağlaması

1.2. Basın Bildirileri

Kişi veya kuruluşların çalışmaları konusunda basını bilgilendirmek için kullandıkları araçlardan biridir. Periyodik olarak çıkarılmaz. Ancak, firmanın önemli bir faaliyeti, yıl dönümü olduğunda veya kamuoyunu ilgilendiren bir konuda firmanın tepkisini ortaya koymak için çıkarılır. Kurumun çıkarları doğrultusunda hazırlanan mesajlar seçilen medya araçlarında ücretsiz yayınlanır.

Basın bildirimlerinin yayınlanmasındaki amaç, bir konuda basın aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirmek, yapılan çalışmaları ve etkinlikleri duyurmak, bu etkinliklere katılımı sağlamak, tepki göstermek ve görüş bildirmek şeklinde sıralanabilir.

Basın bildirimleri, 5n + 1k kuralına göre yazılır. 5n + 1k “ ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim” sorularının kısaltılmış biçimidir. Verilmek istenen mesaj önceden belirlenmeli ve basın duyurusu o çerçevede 5n + 1k kuralına göre şekillendirilmelidir.

Bildirimlerde fazla teknik kelimeler ve karmaşık ifadeler kullanılmamalıdır. Ayrıca bildirinin kısa, açık olması ve kolay anlaşılması gerekir. Basın bildirisinin, halkın ve gazetecilerin anlayacağı hâle getirilmesi görevi halkla ilişkiler biriminin görevidir. Halkla ilişkiler uzmanının bir doktor, bir mühendis veya herhangi bir meslek elemanının ağzından çıkan ifadeyi özünü bozmadan yeniden kaleme alarak gazetecinin kullanabileceği bilgiye dönüştürmesi kolay olmamaktadır. Bildirilere varsa tutanaklar, fotoğraflar, vb. dokümanlarda eklenebilir.

Duyurunun genelde bir sayfayı geçmeyecek uzunlukta olması gerekir. Basın duyurularının yazıyı okutacak, çarpıcı nitelikte ve bir cümleyi geçmeyecek uzunlukta bir başlığı olmalıdır. Duyuruların altında mutlaka o konuyla ilgili daha fazla bilgi alınacak kişinin adı, soyadı, görevi ve telefon numarası yer almalıdır.

Basın duyurusu yazıldıktan sonra haber ajanslarına, ulusal televizyon ve gazetelerin haber merkezlerine faks ya da e-mail ile gönderilmelidir. Eğer konu yerel bir olayı ele alıyorsa gazete ve televizyonların yerel muhabirleriyle doğrudan bağlantıya geçilmeli, ancak yine de basın duyurusunun medya kuruluşlarının merkezlerinde yurt haberler servisine gönderilmesi gerekmektedir.

Basın bildirimlerinde dikkat edilmesi gereken bir başka konu ise bildirin yayınlanma zamanıdır. Haberi, eksiksiz yayınlama telaşı içinde geciktirmek, olayı gündemden düşüreceğinden, beklenen etkiyi yaratmama riski ortaya çıkaracaktır. Bunun için haberin zamanında basın kuruluşuna gönderilmesi ve özellikle bildirin ne zaman haber olarak kullanılacağı konusunda karşı tarafa açıklama yapılması gerekir. Bazı haberler hemen yayınlanmayabilir bunlara “ambargolu haber” denir. Böyle bir durumda bildirin üzerine”.....tarihinden önce yayınlanmaması ricası ile.....” ifadesinin konulmasıyla haberin belli bir tarihten önce kullanılmasının istenmediği belirtilmiş olur.

BASIN BİLDİRİSİ

21 Şubat 2007

Güzel ve Doğru Türkçe Kullanımı Ödülleri İçin

Son Başvuru Günü 30 Mart 2007

Radyo ve televizyon üst kurulu tarafından düzenlenecek olan “Radyo ve Televizyon Üst Kurulu güzel ve doğru Türkçe kullanımı ödülleri” için başvuru süresi 30 Mart 2007 günü saat 18.00’e kadar uzatılmıştır.

Ulusal, yerel, bölgesel radyo ve televizyonlarda, 1 Ocak-31 Aralık 2006 tarihleri arasında yayınlanan eğitim, kültür, haber, haber program, güncel programlar, müzik-eğlence, çocuk, spor, drama ve filmler, kuşak programlar, belgesel programlara verilecek ödüller için yayıncı kuruluşlar, program yapımcıları bizzat başvurabilecekleri gibi radyo ve televizyon üst kurulu veya seçici kurul tarafından da aday gösterilebileceklerdir. Her yayıncı kuruluş veya yapımcı, en fazla üç yapım ile başvurabilecektir. Tek bölümden oluşmayan veya dizi şeklinde süren yapımlar bütün olarak değerlendirmeye alınacaktır.

Belirtilen şartları taşıyan tek bölümlük programlardan 3’er adet cd veya dvd kaydı, tek bölümden oluşmayan veya dizi şeklinde süren programlardan ise örnek olarak seçilen 3 bölümden 3’er adet cd veya dvd kaydı, programa ilişkin yapımcı, sunucu, yönetmeni gibi detaylı bilgi notu ile 30 Mart 2007 günü saat 18.00’e kadar, elden veya posta ile radyo ve televizyon üst kurulu izleme ve değerlendirme dairesi başkanlığına ulaştırılabilecektir.

BASIN BİLDİRİSİ

7 Şubat 2007

RTÜK Haber Bültenlerini Ele Alıyor

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu başkanı ve üst kurul üyeleri, televizyon kanallarında yayınlanan haber bültenleriyle ilgili görüş alışverişinde bulunmak amacıyla haber sorumluları ile 8 Şubat 2007 Perşembe günü İstanbul'da bir araya geleceklerdir.

Toplantının ardından saat 12.30'da gelişmelerle ilgili basın mensuplarına açıklama yapılacaktır. Kamuoyunun ve ilgililerin dikkatine sunulur.

Toplantı Yeri: X Otel
Taksim/İstanbul

1.3. Kupür Derlemek

Kurum ile ilgili, gazete ve dergilerde çıkan haber, fotoğraf gibi materyalin kesilerek arşivlenmesine kupür derleme adı verilir. Kupür derleme işini halkla ilişkiler görevlileri yapar.

Kupür derleme, değişik biçimlerde yapılabilir. Yalnız kuruma ait, basında çıkan haberlerin kupür derlemesi yapılabileceği gibi kurumla doğrudan ilgisi olmayan üretim, hizmet ve ekonomik gelişmelerle ilgili konularda da yapılabilir. Kupür her şeyden önce bir belgedir ve geçmişte çıkan bir habere gereksinim olduğunda kullanılır.

Halkla ilişkiler görevlileri, her sabah görevine gazete okuyarak başlamalı ve kurumla ilgili gördüğü haberleri kupür derlemesi durumuna getirmelidir. Kesilen bu kupürler, "dolaşım" adı verilen sistem ile kurumun, tüm yöneticilerine çoğaltılarak dağıtılmalı, bu kişilerin konuyla ilgili bilgilenmeleri sağlanmalıdır.

Haber ve fotoğrafları yayın organı, sayfa, santim, sütun hesabı ve tarihe göre tasnif edilirse kurumla ilgili bilgilerin arşivlenmesinde ve daha sonra kullanılmasında kolaylık sağlar. Ayrıca kupür derleme işini internet ortamından da takip edip gerekli bölümleri tarayıcıdan tarayarak dosyalama yapılması elde daha fazla dokümanın depolanmasını sağlayarak kurumla ilgili belgelerin sayısını artıracaktır.

UYGULAMA FAALİYETİ

Arkadaşlarınızla aranızda iş bölümü yaparak çalışma grupları oluşturunuz. Birinci grup, eğitim aldığınız kurumun basınla ilişkilerinin yürütülmesinde gerekli olan çalışmalarla ilgili bir dosya hazırlayarak basınla kurumunuz arasında iyi bir iletişim kurulmasına yardımcı olunuz.

İkinci grup, kurumunuzdaki çalışmalar ve kamuoyuna duyurulması gereken konular hakkında basın bildirimleri hazırlayıp basında yayınlanmasını sağlayarak medya takibini yapınız.

Üçüncü grup, kurumunuzla ilgili basında çıkan haber, yazı ve fotoğraflarla ilgili kupür derlemeyi internet ortamından da faydalanarak yapmaya çalışınız. Daha sonra yapılan tüm çalışmalar hakkında raporlar hazırlayarak kişisel dosyalarınıza koyunuz. Gerektiğinde öğretmeninizden yardım alınız.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Kurumla ilgili haber değeri taşıyan bilgileri toplayınız.	➤ Basınla iyi ilişkiler kurmaya özen gösteriniz.
➤ Bilgilerden basit haberler yazmaya çalışınız.	➤ Türkçe yazım kuralları ve noktalama işaretlerine uygun haberler yazmaya özen gösteriniz.
➤ Basın bildirisini hazırlayınız.	➤ Basın bildirisini 5N+1K kuralına göre hazırlayınız.
➤ Basın bildirisinin yayınlanmasını sağlayınız.	➤ Basın bildirisinin yayınlanmasının sağlamak için basın mensuplarıyla konuşurken güzel ve etkili konuşmaya özen gösteriniz.
➤ Basın bildirisinin yayınına takip ediniz.	➤ Medya takibi yapınız.
➤ Yazılı basında işletme ve sektörle ilgili çıkan haber ve yazı metinlerini kesiniz.	➤ Araştırmacı ve dikkatli olunuz.
➤ Yazılı basında işletme ve sektörle ilgili çıkan fotoğrafları kesiniz.	➤ Kurumla ilgili haber ve resimleri tararken internetten de araştırma yapınız.
➤ Haber ve fotoğrafları yayın organı, sayfa, santim, sütun hesabı ve tarihe göre tasnif ediniz.	➤ Dikkatli ve titiz olunuz.
➤ Aynı işlemleri bilgisayar ortamında yapınız.	➤ Bilgisayar ve scanner kullanmayı tüm ayrıntılarıyla öğreniniz.
➤ Medya takip ajanslarından gelen haberleri arşivleyiniz.	➤ Arşivleme yaparken tüm teknolojik imkânları kullanınız.
➤ Basın dosyası oluşturunuz.	➤ Basın dosyasını hazırlarken planlı ve dikkatli olunuz.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadıklarınız için **Hayır** kutucuklarına (X) işareti koyarak kontrol ediniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Basınla iyi ilişkiler kurmaya özen gösterdiniz mi?		
2. Bilgilerden basit haberler yazmaya çalıştınız mı?		
3. Basın bildirisi hazırladınız mı?		
4. Basın bildirisinin yayınlanmasını sağladınız mı?		
5. Basın bildirisinin yayınlanıp yayınlanmadığının takibini yaptınız mı?		
6. Kurumla ilgili haber ve resimleri tararken internette de araştırma yaptınız mı?		
7. Yazılı basında işletme ve sektörle ilgili çıkan haber ve yazı metinlerini kestiniz mi?		
8. Yazılı basında işletme ve sektörle ilgili çıkan fotoğrafları kestiniz mi?		
9. Haber ve fotoğrafları yayın organı, sayfa, santim, sütun hesabı ve tarihe göre tasnif ettiniz mi?		
10. Aynı işlemleri bilgisayar ortamında yaptınız mı?		
11. Medya takip ajanslarından gelen haberleri arşivlediniz mi?		
12. Basın dosyası oluşturduunuz mu?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “Hayır” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınız “Evet” ise “Ölçme ve Değerlendirme” ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıda verilen ifadelerin başındaki boşluğa doğru ise (D) yanlış ise (Y) koyunuz.

1. () Kamuoyu oluşturmada en etkin araç olarak basın rolünü bugün bütün toplumlar kabul etmektedir.
2. () Halkla ilişkiler görevlisinin haber materyalinin başına verilebileceği en geç tarihi iyi bilmesi gerekir.
3. () Halkla ilişkiler görevlisi tarafından bir yayının bayilerde mi satıldığı yoksa abonelere ücretli ya da ücretsiz mi ulaştırıldığı dikkate alınmamalıdır.
4. () Basın mensuplarından haberlerde oluşan küçük matbaa hataları ve yanlışlar için şikâyetçi olunmalıdır.
5. () İstenilen bazı haberlerin yayınlanmamasından dolayı basın mensuplarına kızıp ilişkiler kesilmemelidir.
6. () Basın toplantısı düzenlenmesi, kültürel, sanatsal ve sosyal etkinlikler için en uygun saat, akşam saat 17.00-18.00 arasındır.
7. () Basın bildirimlerinin yayınlanmasındaki amaç, bir konuda basın aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirmek, yapılan çalışmaları ve etkinlikleri duyurmak bu etkinliklere katılımı sağlamak, tepki göstermek ve görüş bildirmek şeklinde sıralanabilir.
8. () Basın bildirimleri 5n + 1k kuralına göre yazılmasına gerek yoktur.
9. () Bazı haberler hemen yayınlanmayabilir bunlara "ambargolu haber" denir. Böyle bir durumda bildirinin üzerine".....tarihinden önce yayınlanmaması rica ile....." ifadesinin konulmasıyla haberin belli bir tarihten önce kullanılmasının istenmediği belirtilmiş olur.
10. () Kupür derleme işini kurumun yöneticileri yapar.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-2

AMAÇ

Gerekli ortam sağlandığında basın bülteni hazırlayabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Çeşitli kaynaklardan basın bültenlerine ait tanımları araştırarak araştırmalarınızı arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Düz metin hâlindeki basın bültenlerine ait örnekleri araştırarak sınıfa getiriniz.
- Haber hâlinde yazılmış olan basın bülteni örneklerini araştırınız ve araştırmalarınızı arkadaşlarınızla inceleyiniz.
- Çeşitli kurumlar tarafından yazılmış basın bülteni örneklerini internette araştırarak sınıfa getiriniz.
- Çeşitli basın bülteni örneklerinden bir arşiv oluşturunuz.

2. BASIN BÜLTENİ

2.1. Basın Bülteni Tanımı

Basın bültenleri, kurum ile ilgili etkinlikleri, stratejileri, düşünceleri ve olayları içeren haber değeri taşıyan, önemli bilgilere yer veren ve medyaya gönderilen yazılı metinlerdir. Daha kısa bir şekilde “Basın bülteni, kurumun faaliyetlerini basına periyodik olarak duyurmak amacıyla hazırlanan duyurulardır” diye tanımlanabilir.

Bültenler, kurumun çalışmalarıyla ilgili kişi ve grupları bilgilendirmek amacıyla belirli zamanlarda yayımlanır. Basın bültenleri, basınla ilişkilerde kullanılan en yaygın yöntemlerden biridir. Haftalık ve aylık olduğu gibi önemli bir etkinliğin özellikle hatırlatılması için zamana bağlı olmaksızın da çıkarılabilmektedir. Basın bültenleri sayesinde basın görevlileri, kurumun etkinliklerini daha kolay izleyebilmekte ve haber değeri olan gelişmeleri değerlendirme yoluna gitmektedir.

Halkla ilişkiler uygulamaları içinde en çok kullanılan yöntemlerden biri olan basın bültenlerinde kurumun amblemi, adresi, telefon ve belgeçer numaraları, hangi tarihte çıkarıldığı, kaçınıcı yılı olduğu ve bülten numarası yer almalıdır.

Basın bültenleri içerik bakımından haber özelliği taşımalıdır. Ayrıca bülteni yazan kişinin objektif gazetecilik kurallarına uyması da gerekmektedir. Basına gönderilen bültenler güncel nitelik taşımalı ve basın organlarına sabah saatlerinde ulaştırılmalıdır.

Hemen her konuda yazılan basın bültenlerinin uygulamada en sık görülen örnekleri, ürün veya kuruluşla ilgili değişiklikleri aktaran duyurular, yönetimde yaşanan değişiklikler ve yapılan konuşma metinleriyle ilgili olanlardır.

2.2. Basın Bülteni Yazma Teknikleri

Gerek zamana ve duruma göre yayınlanan basın bültenleri gerekse periyodik biçimde belli aralıklarla hazırlanarak gönderilen basın bültenleri Frank Jafkins'e göre aşağıdaki formüle uygun olarak yazılmalıdır.

KONU: İçerik
ORGANİZASYON: Kuruluşun Adı
YER: Kuruluşun Yeri
AVANTAJLAR: Sunulan Yenilik ve Avantajları
UYGULAMA: Ürün ya da Hizmetten Yararlanacak Kişiler
AYRINTILAR: Ürünün Rengi, Ücreti, Performansı İle İlgili Ayrıntılar
KAYNAK: Haberin Kaynağı (Örneğin haberleşme merkeziyle olayın gerçekleştiği yer birbirinden farklı olabilir.)

Basın bültenlerinin bu formüle uygun olarak yazılması, yazım aşamasında, gerekli bilgilerin bültende yer almasını sağlarken yazdıktan sonra aktarılması gereken bir noktanın atlanıp atlanmadığını kontrol imkânı sağlamaktadır.

Frank Jefkins formülünün yanında basın bültenlerinin genelde iki çeşit hazırlama tekniği vardır. Bunlar:

4.2.1. Düz Metin Hâlindeki Basın Bültenleri

Kurumla ilgili ya da kurumun yöneticisi tarafından doğrudan verilen ve haber aktarma yüklemelerinin kullanılmadığı metinlerdir. Düz metin basın bültenlerinde, olay yetkili kişinin ağzından doğrudan aktarılır. Bu tür bültenleri, bir muhabirin alarak haber şekline dönüştürmesi, habere başlık ve spot ekleyerek yetkili kişinin aktardığı sözleri haber aktarma yüklemeleriyle süsleyerek haberde işleme gereklidir.

Düz metinleri habere dönüştürürken cümle sıralarını ve sözcükleri aynen uygulayacaksınız diye bir zorunluluk yoktur. Burada yapılması gereken basın bültenini bir bilgi kaynağı olarak kabul ederek haberi yazmaktır.

Örnek:

Cumhurbaşkanı 30 Ağustos Zafer Bayramı ile ilgili bir bildiri yayımladı. Bildiri şöyledir:

4.2.2. Haber Hâlindeki Basın Bültenleri

Bu tür bültenler, başlık, spot, haber metni ve ara başlıklarla, haber yazımının tüm unsurlarını içerecek şekilde hazırlanır. Bu tür bültenlerin haber merkezlerinde ufak değişikliklerle yayına verilmesi mümkün olmaktadır. Bu nedenle bu bülten türü haber merkezleri tarafından ek çaba sarf ettirmemesi nedeniyle daha fazla tercih edilmektedir.

Örneğin,

Ulusal bir felaket hâline gelen orman yangınlarına karşı alınacak önlemlere ilişkin, Orman Bakanlığınca bir bildiri yayımlandı.

Bildiride, kaynaklarımız arasında, ormanların ayrı bir yeri ve önemi bulunduğuna dikkat çekilirken küçük ihmaller sonucu çıkan yangınların büyük ölçüde zarara yol açtıkları belirtildi.

2.3. Basın Bülteni Çeşitleri

2.3.1. Bilgi Amaçlı

Kurum veya firmayla ilgili gelişmelerin, kadro değişikliklerinin, yeni bir ürünün tanıtımının veya “haber” nitelikli olayların rakamlar ve teknik terimlerle derinlemesine anlatılmasıdır.

2.3.2. Davet Amaçlı

Yapılacak olan etkinlikle ilgili basına haber vermek ve basın katılımını sağlamak amacıyla yazılan bültenlerdir. Etkinliğin amacının ne olduğu, niçin yapıldığı, nerede yapılacağı, saati, kimlerin katılacağını, etkinlik programının ne olduğu ana hatlarıyla anlatılır. Davete cevap istenir, irtibat telefonu ve davetle ilgilenen kişinin adı yazılır.

Basın bültenleri yukarıdaki çeşitlerinin yanında Frank Jefkins tarafından da türlere ayrılmaktadır. Bunlar:

- **Yayınlanmaya hazır tek sayfalık basın bültenleri:** Yukarıda sözü edilen yedi noktayı açıklayarak yazılan editöre pek fazla iş bırakmayan basın bültenleridir. Bilgiler oldukça açık, net ve özet olarak verilir, bu yüzden editörün haberi kısaltmasına olanak tanımaz.
- **Destekleyici bilgi içeren basın bültenleri:** Yayınlanma amacından çok gazeteciyi konu hakkında bilgilendirmeye yönelik bültenlerdir.

- **Özet eklenmiş teknik bültenler:** Teknik ürünler genellikle iki veya üç sayfalık uzun açıklamalar gerektirir. Bunun için editöre kolaylık sağlaması için haberin giriş paragrafına konuyu açıklayan bir özet eklenir.
- **Konuşma metni ya da raporları desteklemek amacıyla yazılan basın bültenleri:** Basına gönderilen rapor, katalog ve konuşma metinlerine, eşlik eden ve ileri sürülen tezle vurgulanmak istenen konuların özetlendiği basın bültenleridir.
- **Ayrıntılı resim alt yazısı:** Fotoğrafın ayrıntılı bilgi gerektirdiği durumlarda yararlanılan fotoğraf başlığı kadar kısa, basın bülteni kadar uzun olmayan açıklayıcı bilgilerdir.
- **Kısa duyurular:** Bunlar, kurumdaki yeni atamalar, terfiler, adres ve telefon değişiklikleri gibi basit bilgileri içeren tek bir cümle veya tek bir paragraftan oluşan duyurulardır.

2.4. Basın Bültenlerinde İçerik, Biçim ve Üslup

2.4.1. İçerik ve Üslup Özellikleri

- Basın bülteninde ilk sözcük mesajı iletmeli, ilk paragraf ise bütünü özetler nitelikte olmalıdır.
- Bir bültenin içerik bakımından haber niteliği taşıyabilmesi için beş N, bir K formülüne (ne, nerede, nasıl, niçin, ne zaman ve kim sorularına) cevap vermesi ve bülteni yazan kişinin objektif gazetecilik kurallarına uyması gerekir.
- Halkla ilişkiler uygulamaları içinde en çok kullanılan yöntem olan basın bülteni, yapılacak bir hatayla reklam havasına bürünerek haber olma özelliğini ve yayınlanma şansını kolaylıkla yitirebilir.
- Basın bülteninde kısa paragraflar, kısa cümleler, anlaşılır kelimeler tercih edilmelidir.
- Sayfa sayısı birden fazla olmamalıdır.
- Basın bülteninde övgüden uzak durulmalıdır.
- Bülteinde belirsiz genellemelerden sakınılmalıdır.
- Basın bültenleri farklı gazeteler ya da dergiler için farklı versiyonlar da yazılmalıdır.
- Hem gazete ve dergilere hem de radyo ve televizyona gönderilen basın bültenleri, okurların düzeyi ne olursa olsun basit, kısa anlaşılır ve rahatlıkla kavranabilir olmalıdır. Uzun cümleler yerine kısa cümleler tercih edilmeli ve yabancı sözcüklerden kaçınılmalıdır.
- Bültenin üzerine "**BASIN BÜLTENİ**" yazısı koyu renkte yazılarak konulmalıdır.
- Bülten yazımında çift satır aralığıyla 3,5 cm kenar boşluğu bırakarak yazılmalıdır. Beyaz renkli A 4 kâğıtları kullanılmalıdır.

2.4.2. Basın Bülteninin Biçimsel Özellikleri

- Basın bültenlerinde, kuruluş logosu ve kağıdın alt kısmında gazetecinin ulaşabileceği adres, fax nu.sı gibi ayrıntılı bilginin yer aldığı antetli kağıtlar kullanılmalı, kurumsal kimliği yansıtan renk ve dizaynın bülteni diğerlerinden ayırıcı özellikte olmasına dikkat edilmelidir.
- Yazım stili olarak el yazısı ve italik harf karakterlerine rağbet edilmemeli, standart yazı karakteri kullanılmalı, çok büyük harf karakteri ise sayfa sayısını artıracak için tercih edilmemelidir.
- Bültenin başlığı haberi açıklar nitelikte olmalı ve başlığın değişimi konusunda esnek olunabilmelidir. Yani gazeteci yayınlanacak olan gazetenin tarzına göre değişiklikler yapabilmelidir.
- Bültenlerde alt başlıklar kullanılmamalıdır. Sadece teknik bültenlerde konunun açıklanması için ara başlıklardan yararlanılmalıdır.
- Bir bülten için en uygun paragraf uzunluğu iki satır olup hiçbir paragraf dört satırı aşmamalı ve paragraflar kitaplarda olduğu gibi içerden başlamak yerine alt alta sıralanmalıdır.
- İşletme ya da ürünün adı tamamen büyük harf kullanılarak yazılmamalıdır. Büyük harf, coğrafik bir bölge veya özel isimlerin ilk harfi olarak kullanılmalıdır. Örneğin, satış müdürü ve yönetici gibi kişilerin iş statülerini ifade eden sıfatlar küçük harfle, ancak Başbakan, Başkan, Profesör gibi bazı unvanlar büyük harfle başlar. Yani iş yaşamındaki statüyü ifade eden durumlarda büyük harfe gerek olmamasına karşın politik, dini, askerî ve akademik unvanlar büyük harf ile başlamalıdır.
- Kısaltmalarda ise “vs.” ve “vb.” gibi kısaltmalar dışında, kısaltmalarda araya nokta konulmaması gerekir. Örneğin IBM, TRT, THY yazılmalıdır.
- Bültenlerde rakamların kullanılması durumunda ise genel imla kurallarının gerektirdiği gibi bir ve dokuz arasındaki rakamlar, tarih, fiyat, ölçü ve adres numaraları hariç, yazı ile ifade edilmeli ancak 10’dan daha büyük sayısal ifadeler için rakam kullanılmalıdır.
- Her bültene mutlaka tarih atılmalıdır. Bültenin bir olayı açıkladığı durumlarda ise bugün, “gelecek salı ve son zamanlarda” gibi net olmayan ifadelerden kaçınılmalı ya da tarih parantez içinde dahi olsa belirtilmelidir.
- Bültenlerin bir sayfaya sığdırılması gerekir. Eğer sığmıyorsa ilk sayfanın sağ alt köşesine bunu açıklayan bir ifade yazılmalı, devam eden sayfada ise haber bülteninin başlığı ve sayfa nu.sı yeniden belirtilmelidir.
- Haber bültenlerinde başkasına ait konuşma ya da ifade kullanılmadıkça tırnak işaretine gerek yoktur. Örneğin, ürün adı tırnak içinde verilmemelidir.
- Ambargolu bültenden yani belirtilen tarih ve saatten önce bültenin basılmaması anlamına gelen ambargodan mümkün olduğu oranda kaçınılmalıdır. Zorunlu olduğu durumlarda ise bitiş saati mutlaka bildirilmelidir. Yaptırım gücü olmamakla birlikte, ülkeler arası saat farkından doğabilecek yanlışlıkların ve henüz yapılmamış konuşma metninin basılmasının önlenmesi için ambargolu haberden yararlanılır.

- İşaretlerde ise % işareti kullanmak yerine yüzde ifadesinin kullanılması yine kural hâline gelmiş bir uygulamadır.

2.5. Basın Bülteninin Hazırlanmasında Etkili Olan Konular

Bir kurum için haber değeri oluşturulabilecek ve dolayısıyla basın bülteni hazırlanabilecek konuları şöyle sıralayabiliriz:

- Piyasaya yeni çıkan ürünler
- Uzun süredir piyasada olan bir ürünün yeni kullanım biçimleri
- Dağıtım politikasındaki değişiklikler
- Ürünün fiyatındaki değişiklikler(özellikle indirimler)
- Araştırma-geliştirme faaliyetleri
- Ürünün, hizmetin, yöneticilerin veya çalışanların aldığı ödüller ve ödül törenleri
- Kredi koşullarındaki değişimler
- Kuruma yeni seçilen yöneticiler
- Yönetim kurulundaki değişiklikler ve toplantılar
- Özellikle yurt dışından alınan büyük siparişler
- Yeni anlaşmalar
- Örgütün kuruluş yıl dönümleri
- Kurumun yeni kuracağı fabrikanın, yaptıracığı okulun vb. temel atma töreni
- Kurumun düzenlediği konferanslar, seminerler ve özel toplantılar
- Kurumun gerçekleştirdiği sergilerin açılışı
- Kurum yöneticilerinin önemli konulardaki görüşleri (işsizlik, enflasyon vb.)
- Kurumda yapılan yeni atamalar
- Kurumun düzenlediği yarışmalar ve bunları kazananlar

2.6. Radyo ve Televizyon İçin Basın Bültenlerinin Hazırlanması

2.6.1. Radyo İçin Basın Bültenlerinin Hazırlanması

- Cümleler, yazılı basına gönderilen mesajlara oranla daha kısa ve anlaşılır olmalıdır. Her cümlede ideal olanı 10 kelime bulunmasıdır.
- Radyoya gönderilen bültenler zaman olarak olabildiğince kısa olmalı süre olarak 30 ile 60 saniye arası olmalıdır.
- Noktalama işaretlerine dikkat etmeli ve kısaltmaları açık olarak belirtmelidir.
- Metnin üstünde mesajın yayın süresi belirtilmelidir.

- 5N+1K kuralına burada da uyulmalıdır.
- Bültenin konuşma dilinde yazılması gereklidir.



Resim 6: Radyoya gönderilen metnin üzerinde yayın süresi belirtilmesi

2.6.2. Televizyon İçin Basın Bülteninin Hazırlanması

- Televizyon bültenleri önce yazılı olarak hazırlanır sonra ses ve görüntüye dönüştürülür.
- Televizyon için hazırlanan mesajlar, 35mm veya 16mm'lik film veya video teyp formatında hazırlanır.
- Hazırlanan mesajın yanında slayt, fotoğraf ve çeşitli görüntüler olsa bile bunların ses ve müzikle desteklenmesi gerekir.
- Televizyon için hazırlanan mesajların kurgucular ve yazarlar tarafından hazırlanması gerekir.
- Televizyona gönderilen metinde, film kaydının her sahnesinin süresi açık olarak belirtilmelidir.



Resim 2.7: Televizyona gönderilen metinde, film kaydının her sahnesinin süresi açık olarak belirtilmesi

2.7. Basın Bültenlerinde Fotoğraf Kullanımı

Fotoğraflar, basın bültenlerinin önemli unsurlarından biridir. Basın bültenlerindeki haber metnine görsellik açısından önemli bir katkı sağlar. Metne canlılık kazandırmanın yanında anlatılan olaya kanıt niteliği de taşır.

Fotoğrafın sadece dikkat çekici olması yeterli değildir. Aynı zamanda verilmek istenen mesajı yansıtabilme özelliği taşıması da çok önemlidir. Fotoğraflar metinlere geçişi kolaylaştırmakta ve metnin okunabilirliğini arttırmaktadır.

Özellikle fotoğraf alt yazıları başlıkla birlikte ilk etapta okunan bölümler arasındadır. Bu nedenle yazımına özen gösterilmeli ve metnin tamamını okumaya sevk edecek biçimde hazırlanmalıdır. Fotoğraflar alt yazısız olmamalı, uzun bir metne ait fotoğraflar için ise kısa bir alt yazı yeterli olmaktadır. Metinle fotoğraf birbirinden kopuk olmamalı ve fotoğrafın alındığı yer belirtilmelidir.



Ayrıca fotoğrafın yanında karmaşık olayların açıklanmasında infografiklerden de (bilgi grafiklerinden) faydalanılır. İnfografikler karmaşık olayların bir bakışta anlaşılmasını sağlayarak metinleri destekler. Tıpkı fotoğraflar gibi infografikler de açıklayıcı bilgi notları ile birlikte basın bültenine iliştilereditöre gönderilir.

2.8. Basın Bülteni Hazırlamada Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

- Cümleler kısa olmalı ve anlaşılır sözcükler tercih edilmelidir.
- Bülte de yer alacak bilgiler, haber değeri taşımalıdır.
- İlan ve reklamlarla duyurulması gereken konulara bülte de yer verilmemelidir.
- Bülte de boşluklar bırakılarak basın mensuplarının aralarda not tutmasına olanak verilmelidir.
- Bülte n bilgisayar veya daktilo ile temiz bir şekilde çift aralıklı ve okunaklı bir şekilde yazılmalıdır.
- Basın bülte nlerinin dağılımı genellikle basın kuruluşları bizzat ziyaret edilerek ya da internet veya belgegeçer ile gerçekleştirilmektedir. Basın bülte ni belgegeçer ile gönderilirse sayfanın başına bülte nin ulaşması istenilen basın görevlisinin ismi yazılmalıdır. Örneğin, ‘‘Tülay Sinör’ün dikkatine’’ gibi.
- Bülte nin hangi kuruluşa ait olduğu açıkça belirtilmelidir.
- Gerçekle çelişen ya da doğrulanamayan bilgilere bülte de yer verilmemelidir.
- Geçmiş bilgiler ‘yeni’ olarak sunulmamalıdır.
- Çok sayfalı bülte nlerde her sayfa numaralandırılmalıdır.
- Çok sayfalı bülte nlerde sözcük, cümle ya da paragrafların sayfalar arasında bölünmemesine özen gösterilmelidir.

2.9. Çeşitli Kurumlara Ait Basın Bülteni Örnekleri

75.Uluslararası İzmir Fuarı Açılıyor



BASIN BÜLTENİ

**T.C. SANAYİ VE
TİCARET BAKANLIĞI
BASIN VE HALKLA
İLİŞKİLER
MÜŞAVİRLİĞİ**

01.09.2006

BASIN DANIŞMANI: 0312
2864740

FAX.: 0312-285 4318

WWW.SANAYİ.GOV.TR

75. ULUSLARARASI İZMİR FUARI AÇILIŞI

Dünyanın önemli fuarları arasında yer alan, ülkemizin en büyük sanayi ve ticaret fuarı olma özelliğini koruyan “75. Uluslararası İzmir Fuarı” 01 Eylül cuma günü açılıyor.

Bu yıl 75 ncisi gerçekleşecek olan uluslararası İzmir fuarına yaklaşık 25 ülke katılacaktır. Onur konuğu Kazakistan olan fuara KKTC, Benin, Litvanya, Moğolistan, Suriye, Burkina Faso, Kongo Cumhuriyeti, Irak, Çin Halk Cumhuriyeti, Küba, Özbekistan, Tunus, Etiyopya, Kuveyt, İran, Azerbaycan gibi ülkeler katılıyor. Fuara iştirak edecek ülkelerden 8’i bakan düzeyinde katılırken diğer ülkelerden de üst düzey yöneticiler ülkelerini temsil edecektir.

Fuara ev sahipliği yapacak olan sanayi ve ticaret bakanı sayın ali coşkun, 01 Eylül cuma günü saat 09.30’da ülkemize gelen bakan ve üst düzey ülke yöneticileri ile İzmir-Hilton otelinde kahvaltıda bir araya gelecek ve ardından katılımcı bakanlar ile ikili görüşmelerde bulunacaktır.

Dost ve kardeş ülkelerin bakan ve üst düzey yetkilileri ile sanayi ve ticaret sektörünün temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşecek fuar açılış seremonisi, Sanayi ve Ticaret Bakanı Sayın de katılımıyla saat 18.30’da Lozan Kapısı’nda açılacaktır.

Başarı dileklerimizle, bilgilerinize sunarız.

Basın Bülteni

THY'den Sevgililer Gününe Özel Promosyon

27.01.2007

1 Avro'ya Yurtdışına Uçma Fırsatı

Türk Hava Yolları 14 Şubat Sevgililer Günü nedeniyle 12,13 ve14 Şubat 2007 tarihlerinde seyahat edecek olan yolcularına yurtdışı hatlarda özel promosyon fiyatı uygulayacaktır.

İstanbul çıkışlı Avrupa, Türk Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika noktaları varışlı olmak üzere vergiler hariç ekonomi sınıfta bir kişi gidiş-dönüş 199 avroya seyahat ederken beraber yolculuk yapacağı ikinci kişi biletini sadece 1 avroya alabilecek. Bu hatlardaki business sınıf ücreti ise gidiş-dönüş 499 avro olarak belirlendi.

Amerika ve Uzak Doğu noktaları varışlı hatlarda ekonomi sınıfta gidiş-dönüş 399 avroya bilet alan yolcularımızın birlikte seyahat edeceği ikinci kişi ise yine 1 avroya seyahat edebilecektir. Amerika ve Uzak Doğu hatlarında business sınıf yolcuları için uygulanacak sevgililer günü özel fiyatı gidiş-dönüş 699 avro olacaktır.

Yolcularımızın eş, dost ve arkadaşlarıyla birlikte de yararlanabileceği özel promosyon fiyatları 12,13 ve14 Şubat tarihlerinde seyahate başlamak ve en az 3, en çok 8 gün kalış yapmak koşuluyla geçerli olacaktır. İstanbul çıkışlı uygulanacak fiyatlara Türkiye'nin diğer noktalarından ve KKTC Ercan Havalimanından seyahat edecek yolcular 40 avro ilave ederek bu fiyatlardan yararlanabileceklerdir.

Promosyon uygulamasıyla ilgili diğer bilgiler THY satış ofisleri ile THY rezervasyon 444 0 849 nu.lı telefon ile www.thy.com adresinden alınabilir.

UYGULAMA FAALİYETİ

Eğitim aldığınız kurumda yapılacak olan seminerler, konferanslar, ödül törenleri ve sergiler için arkadaşlarınızla gruplar oluşturarak her bir faaliyet için basın bültenleri yazınız. Yazdığınız basın bültenlerini uygun zamanda uygun araçlarla medyaya gönderiniz. Medyaya gönderdiğiniz basın bültenlerinin medya takibini yapınız. Daha sonra yaptığınız çalışmalarının geri dönüşümünü takip ederek rapor hazırlayınız.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Basın bülteninin konusunu tespit ediniz.	➤ Basın bülteninin konusunu tespit ederken dikkatli olunuz.
➤ Amaca ve haber yazım kurallarına uygun olarak bülteni yazınız.	➤ Basın bültenini yazarken, Türkçe yazım kuralları ve noktalama işaretlerine uygun yazmaya özen gösteriniz.
➤ Bültene eklenecek fotoğraf, doküman vb. ekleyiniz.	➤ Bültene eklenecek fotoğraf, doküman vb. eklerken düzenli olunuz.
➤ İçeriğe uygun başlık atınız.	➤ İçeriğe uygun başlık atarken araştırmacı olunuz.
➤ Basın bültenini uygun şekilde düzenleyiniz.	➤ Basın bültenini uygun şekilde düzenlerken zamanı etkin kullanınız.
➤ Bültenin medyada takibini yapınız.	➤ Çeşitli kurumlara ait basın bülteni örneklerinden arşiv oluşturunuz. Entelektüel birikime sahip olmak için gerekli çalışmaları yapınız.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadıklarınız için **Hayır** kutucuklarına (X) işareti koyarak kontrol ediniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Basın bülteninin konusunu tespit ettiniz mi?		
2. Amaca ve haber yazım kurallarına uygun olarak bülteni yazdınız mı?		
3. Bülteneye eklenecek fotoğraf, doküman vb. eklediniz mi?		
4. İçeriğe uygun başlık attınız mı?		
5. Basın bültenini biçimine uygun düzenlediniz mi?		
6. Bültenin medyada takibini yaptınız mı?		
7. Çeşitli kurumlara ait basın bülteni örneklerinden arşiv oluşturup entelektüel birikime sahip olmak için gerekli çalışmaları yaptınız mı?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “Hayır” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınız “Evet” ise “Ölçme ve Değerlendirme” ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyunuz ve doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Kurumun faaliyetlerini basına periyodik olarak duyurmak amacıyla hazırlanan duyurulara ne denir?
A) Kupür derleme
B) Basın toplantısı
C) Basın bülteni
D) Gazete
2. Haber merkezleri tarafından ek çaba sarf ettirmemesi nedeniyle en fazla tercih edilen basın bülteni aşağıdakilerden hangisidir?
A) Haber hâlindeki basın bültenleri
B) Düz metin hâlindeki basın bültenleri
C) Bilgi amaçlı
D) Davet amaçlı
3. Yayınlanma amacından çok gazeteciyi konu hakkında bilgilendirmeye yönelik olan basın bülten çeşidi aşağıdakilerden hangisidir?
A) Yayınlanmaya hazır tek sayfalık basın bültenleri
B) Özet eklenmiş teknik bültenler
C) Destekleyici bilgi içeren basın bültenleri
D) Davet amaçlı
4. Bir bültenin içerik bakımından haber niteliği taşıyabilmesi için hangi sorulara cevap vermesi gerekir?
A) Ne, nerede, nasıl, niçin, ne zaman ve kim sorularına
B) Konunun güncelliği
C) Tarafı olması
D) Hiçbiri
5. Aşağıdaki kısaltmalardan hangisini basın bültenlerinde kullanırsak doğru olur?
A) Türk Hava Yolları
B) T.H.Y
C) Tü Ha. Yo
D) THY
6. Aşağıdakilerden hangisi basın bültenlerinin ele aldığı konuların dışında kalır?
A) Toplantı ilanı
B) Araştırma-geliştirme faaliyetleri
C) Kuruma yeni seçilen yöneticiler
D) Örgütün kuruluş yıl dönümleri

7. Basın bültenlerinin basın kuruluşlarına dağıtım sırasında aşağıdaki yöntemlerden hangisi kullanılmaz?
- A) Basın kuruluşlarına bizzat ziyaretle götürülmesi
B) İnternet
C) Posta yoluyla
D) Belgegeçer
8. Radyoya gönderilen bültenlerin süresi aşağıdakilerden hangisi olmalıdır?
- A) 30 ile 60 saniye arası
B) 3 dakika ile 2 dakika arası
C) 10 ile 15 dakika arası
D) 20 saniye ile 70 saniye arası

Aşağıda verilen cümlelerde boş bırakılan yerlere doğru sözcükleri yazınız.

9. Televizyon için hazırlanan mesajların..... ve..... tarafından hazırlanması gerekir
10. Basın bültenlerinin dağılımı genellikle basın kuruluşları bizzat ziyaret edilerek ya da veya ile gerçekleştirilmektedir.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-3

AMAÇ

Gerekli ortam sağlandığında basın toplantısı, basın gezisi ve basın kokteyli düzenleyebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Ülkemizde en fazla hangi konularda basın toplantılarının yapıldığını araştırınız. Öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Bir basın toplantısını ve basın kokteyli izleyerek nelerin yapıldığını öğrenmeye çalışınız.
- Basın kokteyli düzenleyen bir kuruluşu ziyaret ederek yaptığı çalışmalar hakkında bilgi alınız.
- Basın gezilerinin kurumlara sağladığı faydalar nelerdir? Araştırarak öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Basın toplantısı, basın kokteyli ve basın gezisine ait örnekleri arama motorlarını kullanarak araştırınız. Bunları düzenlenme nedenleri ve sonuçları bakımından inceleyiniz.

3. BASIN TOPLANTISI, BASIN KOKTEYLLERİ, BASIN GEZİSİ

3.1. Basın Toplantısı

3.1.1. Basın Toplantısının Tanımı ve Özellikleri

Önemli bir konuda kamuoyunu bilgilendirmek, büyük bir açılış, bilimsel bir toplantı, temel atma gibi kamunun dikkatinin çekilmesi istenen olaylar söz konusu olduğunda ve ayrıca kamuoyunda ve basında yanlış yorumlanan bir haberin ortaya çıkmasından dolayı yapılan toplantılara basın toplantısı denir.

Kamu ve özel sektör kuruluşlarının tanıtımında ve her türlü mesajlarının kamuoyuna iletilmesinde en çok başvurdukları yöntemlerden biri basın toplantılarıdır. Basın toplantısının bütün aşamalarından halkla ilişkiler birimleri ya da uzmanları sorumludur.

Basın toplantısı ülkemizde çok fazla uygulanan bir yöntemdir. Düzenlenmesine ilişkin yasal bir kısıtlama söz konusu olmadığı gibi herhangi bir kurumdan izin almayı da gerektirmez. Bu yüzden ülkemizde çok fazla basın toplantılarının yapıldığı görülmektedir.

Yapılan toplantının etkin ve verimli olması için mutlaka güçlü bir gerekçe olmalı ve iletilecek mesaj haber değeri taşınmalıdır. Yoksa gösteriş için basın toplantısı düzenlenmiş gibi bir anlayış sergilenir ki hem katılımcılar düş kırıklığına uğrar hem de zaman boş yere harcanmış olur.



Resim 3.8: Basın toplantısı

Toplantıda hedef kitlelere verilmek istenen mesajın habere dönüşerek basında yer alabilmesi önemli olduğu için bu konuda çok ince hesaplar yapılmalı ve duyarlı davranılmalıdır. İlginç düzenlemeler, çarpıcı ve dikkat çekici sözler söylenmelidir.

Bazı basın toplantıları, tanıtım amaçlı gezi olarak da düzenlenmektedir. Yeni açılacak kuruluş, işletme ya da tanıtılacak ürün vb. ile ilgili kamuoyuna verilecek mesajlar gezi adı altında aktarılmakta ve basın mensupları tanıtımı yapılan işletmeyi ya da ürünü ayrıntılarıyla bizzat gözlemlemektedir.

Gezili basın toplantıları sürekli ayakta geçebileceği gibi son aşamasında bir mekânda oturarak elde edilen veriler değerlendirilebilir. Oturma aşamasından sonra klasik basın toplantısı uygulaması da başlamış olur.

3.1.2. Basın Toplantısının Aşamaları

Basın toplantısının planlama, uygulama ve toplantı sonrası olmak üzere üç aşaması vardır.

3.1.2.1. Basın Toplantısının Planlama Aşaması

- Önce toplantısının basını davet etme açısından tarihi ve saati belirlenmelidir. Toplantının yapılmasına birkaç gün varsa gazetecilere çağrı, davetiye yöntemiyle yapılmalı; ani ve kısa zamanda gerçekleştirilmesi gereken basın toplantılarında ise çağrılacak basın mensupları basın bülteni bilgisayar, telefon, faks ve telex ile davet edilmelidir. Ayrıca belli bir kural olmamakla birlikte

amaca ulaşabilmek için basın toplantılarının en az 48 saat önce ilgililere duyurulması gerekmektedir.

- Toplantı yerinin, gazetecilerin kolay ulaşabilecekleri, kuruluşun merkezi bir binasında olmasında yarar vardır. Böyle bir olanak yok ise basına merkezi yerden kalkacak bir araç tahsis edilmeli ve toplantı duyurusunda bu durum basına bildirilmelidir.
- Toplantı salonunun düzeni de çok önemlidir. Daha önce bu konuda hazırlanmış bir yer yoksa seçilen mekânda düzenleme çalışmaları yapılmalıdır. En iyisi (U) şeklinde bir oturma düzeni kurarak toplantı başkanını veya konuşmacıyı (U) düzeninin ortasına oturtarak gazetecilerin üzerinde bir statü baskısı yaratmamalı ve gazetecilerle yakın diyalog kuracak şekilde ayarlanmalıdır. Ayrıca salonun ses ve ışık sistemi gazetecilerin çalışmasına uygun hâle getirilmelidir.
- Toplantıdan amaç, tanıtımın ya da mesajın basın-yayın organlarında habere dönüşerek yayınlanması olduğuna göre zamanlama önemlidir. Gazetelerin baskı ve elektronik basının yayın saatine rahat yetişebilecek bir zaman seçilmelidir. Bu açıdan en uygun saat, sabah saat 10.00 ile 12.00 arasındadır. Basın toplantılarının sabahları yapılması haberin bir sonraki güne yetiştirilmesini sağlayacağından basılma şansı artar.
- Başkanın toplantıyı açıp gerekli açıklamaları yapmasından sonra çaylı, pastalı veya yemekli bir sohbete geçilecek tarzda planlama yapılması gerekir. Çünkü gazetecilerle halkla ilişkiler sorumluları bu sohbetler sayesinde daha yakın ilişkiler kurabilmekte ve bu da kurumun lehine olmaktadır. Ayrıca gazeteciler böyle bir ortamda sorularını daha rahat sormakta ve kurumla ilgili daha fazla bilgi öğrenmektedir.
- Toplantıya katılan basın mensuplarının sıralarına bloknot ve kalem vb. araçların konulması halkla ilişkiler açısından yararlıdır.
- Basın toplantısında dağıtılacak rapor, grafik, özet nitelikteki bilgi ve belgeler önceden bir dosya hâlinde hazırlanmalıdır. Hatta verilecek olan bilgi metni haber şeklinde düzenlenirse yayınlanma şansı daha da artacaktır.
- Basın mensuplarına film çekme, fotoğraf ve ses alma, telex, faks ve internet olanakları yaratılmalıdır.
- Basın toplantısının saatinin başka önemli toplumsal olaylarla çakışmaması gerekir. Örneğin, önemli bir futbol maçı, açık hava toplantısı ve kutlama töreni vb. sırasında basın toplantısı düzenlenmemelidir.
- Basın toplantısının yapılacağı zaman dikkatle belirlenmelidir. Örneğin toplantıların insanların daha çok gazete ve dergi okudukları hafta sonlarına doğru düzenlenmesi haberin okunma şansının artırır.
- Organizasyon açısından toplantıya kaç kişinin katılacağından önceden bilinmesinde yarar vardır.
- Basın toplantısına çağrılanların ülkedeki ya da bölgedeki kitle iletişim araçlarını temsil edecek sayıda ve nitelikte olmasına özen gösterilmelidir. Ayrıca çağrılan basın mensuplarının toplantının konusuyla ilgili olmalarına da özen gösterilmeli gerekirse bunun için haber müdürleriyle irtibata geçilmelidir.



Resim 3.9: Basın toplantılarında U şeklindeki oturma düzeni

3.1.2.2. Basın Toplantısının Uygulama Aşaması

Konuşmacının ve uzmanların yerlerini almasından sonra basın toplantısına başlanmalıdır. Daha önce hazırlanmış olan basın toplantısının konusuyla ilgili rapor, grafik, fotoğraf ve bilgilerle beraber basına duyurulmak istenen konuların yer aldığı dosyalar, toplantı ile birlikte dağıtılmalıdır. Elinde gerekli dokümanı olan gazeteci, hem olayı daha kolay izler hem de ayrıntılı haber yapma imkânı veren adres, telefon ve dokümanlara kolayca ulaşabileceğinden daha rahat ve verimli çalışabilecektir.

Basın toplantısı çok uzun olmamalı, asıl iletilecek mesajlara ağırlık verilmeli, gereksiz ayrıntıya girilmemeli ve daha önce belirtilen sürede toplantı bitirilmelidir. Maksimum 2 saatlik süre aşılmamalı, soru ve cevaplara zaman ayrılmalıdır. Örneğin Cumhurbaşkanı, Başbakan, Bakanlar, üst düzey bürokratları, politikacılar, yabancı devlet adamları vb. kişilerin önemli konulardaki basın toplantılarının iki hatta üç saat sürdüğü görülmüştür.

Konuşmacı sözünü bitirdikten sonra sorular sorulmalıdır. Bazen sorular daha önceden konuşmacıya yazılı olarak da verilmektedir. Cevap verip vermemek konuşmacının takdirine bağlıdır. Eğer sorular cevaplanacaksa açık, net ve doğru cevaplandırılmalıdır.

Basın toplantısı kuru ve donuk bir atmosfer içinde gerçekleşmemeli, mümkün olduğunca kısa olmalı ve kuruluş tarafından basına saygılı davranılmalıdır.

Bunların dışında ayrıca basın toplantılarının sonunda bir kokteyl düzenlenirse daha renkli bir görünüm kazanır. Özellikle üst düzeyde yeni bir yönetici atanmışsa bir açılış yapıyorsa veya kuruluş yıl dönümü söz konusu ise basın toplantılarının bir kokteyllerle süslenmesi ilgi çekici olabileceği gibi işletme yöneticileri ve halkla ilişkiler uzmanlarının basın organlarına daha çok yaklaşmasına fırsat yaratılmış olur.



Resim 3.10: Basın toplantısında konuşmacı sözünü bitirdikten sonra sorular sorulması

3.1.2.3. Basın Toplantısı Sonrası Yapılacaklar

Halkla ilişkiler uzmanlarının görevi toplantının sona ermesiyle bitmemektedir. Basın mensupları zamanlama açısından haberlerini toplantı yerinden haber merkezlerine geçmek isteyeceklerdir. Bunun için gazetecilere gerekli olan bilgisayar, telefon, faks ve teleks gibi cihazlardan yararlanma imkânı sağlanmalıdır. Daha sonra basın mensupları toplantı sonrası iş yerlerine geldikleri araçlarla geri gönderilmelidir.

Halkla ilişkiler uzmanları, toplantı sonrası eksik görülen bilgileri isteyen basın mensuplarına iletmeli, sorularını ayrıntılarıyla cevaplamalı ve eksik kalan bilgileri tamamlamalıdır.

Basın toplantısı sırasında ve sonrasında çeşitli armağanlar vermek “yarım elma, gönül alma” bakımından halkla ilişkiler açısından olumlu bir yaklaşımdır. Örneğin, anahtarlık, çakmak, çanta vb. dağıtmak gibi.

Ayrıca basın toplantısını izleyen günlerde haberin gazetelerde çıkması hâlinde, gazeteciler aranmalı ve yaptıklarından dolayı teşekkür edilmelidir.

Tüm bu çalışmaların eksiksiz olarak sırasıyla yerine getirilmesinde bizzat görevli olan halkla ilişkiler uzmanları, amaçlarına ulaşmakta, etkin ve başarılı bir basın toplantısının gerçekleşip basında istenen etkinin meydana gelmesini sağlamaktadır.

3.2. Basın Kokteyli/ Basın Resepsiyonu

3.2.1. Basın Kokteylleri (Basın Resepsiyonu)'nin Tanımı

Basın kokteylleri, kurumların, medya ve kamuoyu önderleriyle ilişkilerini geliştirmek amacıyla düzenledikleri planlı ve programlı davetlerdir.

Basını ve kamuoyu önderlerini kuruluşa davet ederek olumlu izlenimlerin ve ilişkilerin oluşumunu sağlayan basın kokteylleri göreve yeni atanan bir yönetici, bir yıl dönümü, kutlama, bir açılış ve yeni bir ürün tanıtımı için düzenlenir. Eğer tüm bu sayılan nedenler yoksa bile herhangi bir neden yaratılmalı ve basınla dostluk zemini oluşturulmalıdır. Çünkü basın tarafından tanınmak ve basın mensuplarının güvenini kazanmak, faaliyet alanımızla ilgili bilgiye gereksinim duyduğu zaman gazetecinin sizi araması anlamına gelmektedir.



Resim 3.11: Basın kokteyli öncesi açılış töreni

Basın kokteylleri, basın toplantısının hemen ardından olabileceği gibi bağımsız olarak da düzenlenebilir. Halkla ilişkiler uzmanları, düzenledikleri basın kokteylleri ile basın mensuplarının kurumun tüm yöneticilerini yakından tanımalarını sağlar. Ayrıca, kurumun çalışmaları ile ilgili bilgileri ilk kaynaktan öğrenmelerini ve bu bilgiler ışığında haber yapmalarını sağlar.

Sadece bir kokteyl olarak düşünülmemesi gereken çok daha fazla şey ifade eden basın kokteyllerinde, ilginç bir açıklamanın yiyecek, içecek servisi ve hafif müzik eşliğinde verilmesi genellikle katılımı olumlu yönde etkilemektedir.



Resim 3.12: Basın kokteyllerinde yeni olan her şeyin basınla tanıştırılması

3.2.2: Basın Kokteyli İçin Yapılması Gerekenler

Basın kokteylleri düzenlenmesinde de basın toplantısında olduğu gibi çeşitli hazırlıkların ve planlamaların yapılması gerekir. Kokteylin, yeri, katılımcı listesi, servis listesi, tarihi, yeri ve konuşma metni daha önceden hazırlanmalıdır.

Hem katılım hem de maliyet açısından önemli olduğu için basın kokteyli düzenlerken iyi bir zamanlama yapılmalı, gazetecilerin iş yoğunluğuna girmeden bir araya gelmesini sağlamak ve daha az masraf için sabah saatleri seçilmelidir.

Ürün ve hizmet tanıtım materyalleri hazırlanmalı ve yeni olan her şeyle basın tanıştırılmalıdır.

Ulusal ve yerel basın temsilcilerine, ticari basın temsilcilerine davetiye gönderilmeli, politikacılar, orada bulunması gereken kişiler ve müşterilerde kokteyle davet edilmelidir. Ayrıca o gün yöreyi ziyaret edecek önemli kişilerde davet edilebilir.

Yiyecek servisi ve müzik için iyi bir yerle daha önceden anlaşılmalıdır.

Basın kokteylinde bir hafta önce cevap vermeyenler (LCV) teyit almak için aranmalı ve tüm isim kartları konuk gelecekmış gibi doldurulmalıdır.

Basın mensupları için kuruluş ve konuyla ilgili açıklayıcı bilgilerin yer aldığı basın dosyaları hazırlanarak davet günü alfabetik olarak düzenlenen isim kartlarıyla birlikte konuklara verilmelidir.



Resim 3.13: TBMM resepsiyon salonu

3.3. Basın Gezileri

İnsanların duyduklarından çok, gördüklerinden etkilenmesi gerçeğine dayanan basın gezileri, halkla ilişkiler uygulamalarında önemli bir yer tutar.

Basın gezileri, kurumu ve yönetimi medyaya daha yakından tanıtmaya amaçlıdır. Ayrıca, yeni teknolojik gelişmelerin yerinde görülmesi, ek ünitelerin incelenmesi gibi nedenlerle de düzenlenebilir.

Basın gezileri, bir gün içinde başlayıp bitebileceği gibi bir hafta da sürebilir. Bu nedenle gezi organizasyonunun zamanlamasının çok iyi yapılması gerekir. Bir günde tamamlanacak bir basın gezisi üç dört gün sürmemelidir.

Basın gezisinin programı, sorulabilecek tüm soruların cevaplarını da içerebilecek şekilde ayrıcalık yapmadan tüm medyaya gönderilmelidir.

Halkla ilişkiler görevlileri, basın gezisini en küçük ayrıntıları da dikkate alarak düzenlemelidir. Basın mensuplarının bu organizasyonu önemsemesini sağlamalıdır. Basına yönelik bu organizasyonun, amacından saparak eğlence gezisi ya da ziyafete dönüşmesini önlemelidir. Bu nedenle basın gezisinde kullanılacak araçlar, gezi esnasında yapılacak ikram, dağıtılacak yazılı malzemeler, fotoğraflar, konuklarla ilgilenecek kişiler ve diğer organizasyon hazırlıkları basın gezisinden önce tamamlanmalıdır.



Resim 3.14: Basın gezisinden bir görünüm

Konunun uzmanları bir araya getirilerek basın belirlenen alana götürülür. Gezinin ne zaman yapılacağını, alana nasıl gidileceğini ve gezinin neden yapıldığını anlatan basına yönelik bir davet mektubu yazılarak basın ve ilgili kişiler geziye çağrılır. Organizasyonun başından sonuna kadar, basın mensuplarına eşlik edilmesi gerekir.

Basın gezilerinde dağıtılmak üzere basın dosyaları hazırlanır. Bu dosyaların içinde toplantının amacını ve içeriğini anlatan bir basın duyurusu, gezinin düzenlenmesine neden olan konuyla ilgili çeşitli dokümanlar, broşür vb. bulunmalıdır.

Medya kuruluşlarına toplantıyla ilgili davet mektubu gönderildikten sonra telefonla arayarak takip edilmesi ve gezinin zamanı, yeri ve öneminin tekrar hatırlatılması gerekir.

UYGULAMA FAALİYETİ

Eğitim aldığınız kurumda yeni açılan bir bölüm, laboratuvar, sergi, mezuniyet töreni, ödül töreni ve kutlamalar için tanıtım amaçlı gezi şeklinde basın toplantısı ve basın gezisi düzenleyiniz. Gezi şeklindeki toplantının bitiminde kokteyl düzenleyerek basın mensuplarıyla yakından ilgilenip kurumunuzun gereken tanıtımını yapınız. Kokteylin bitiminde basın mensuplarını görgü ve protokol kurallarına uygun bir şekilde uğurlayınız. Daha sonra katılanlar teşekkür ederek kurumunuzla ilgili haberin çıkıp çıkmadığının takibini yapınız. Tüm bu yaptığınız çalışmalarla ilgili rapor yazınız.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Basın toplantısının ,basın kokteylinin ve basın gezisinin zamanını ve yapılacağı yeri belirleyiniz.	➤ Basın toplantısının basın kokteylinin ve basın gezisinin zamanını ve yapılacağı yeri belirlerken dikkatli ve planlı olunuz.
➤ Basın toplantısı, basın kokteyli ve basın gezisi için basın listesi hazırlayınız.	➤ Listeleri hazırlarken dikkatli olunuz.
➤ Basın toplantısının, basın kokteylinin ve basın gezisinin basın davetiyesini hazırlayınız ve medyaya ulaştırınız.	➤ Davetiyeleri hazırlarken ve medyaya ulaştırırken zamanı iyi kullanınız.
➤ Basın kokteyli ve basın gezisi için LCV yapınız.	➤ Basınla iyi ilişkiler kurmaya çalışınız.
➤ Basın toplantısında, basın kokteylinde ve basın gezisinde dağıtılacak dokümanı hazırlayınız.	➤ Dikkatli ve titiz olunuz.
➤ Basın toplantısında basının rahat çalışmasını sağlayacak ortam hazırlayınız.	➤ Basının rahat çalışması için gerekli dokümanları zamanında hazırlayınız.
➤ Basın toplantısını haberinin gazetelerde yer almasını sağlayınız.	➤ Gazete yayımlanan haberlere ait bir arşiv oluşturunuz. Ayrıca internette de haberleri takip ediniz.
➤ Basın toplantısına gelen medya mensuplarına teşekkür ediniz.	➤ Medya mensuplarına teşekkür ederken içten samimi, etkili ve güzel konuşunuz.
➤ Basın toplantısının haberinin medyada takibini yapınız.	➤ Gerekli medya takibini yaparken sabırlı ve dikkatli olunuz.
➤ Basın toplantısı raporu yazınız ve dosyalayınız.	➤ Basın toplantısı raporunu yazarken objektif olunuz.

➤ Basın kokteyli için müzik, yemek, süsleme organizasyonu ile ilgili fiyat teklifi alınız.	➤ Organizasyon becerisine sahip olunuz.
➤ Gelen teklifleri değerlendirerek karar veriniz.	➤ Gelen teklifleri değerlendirirken iş ahlakına ve iş disiplinine uygun davranınız.
➤ Organizasyonun hazırlanmasını takip ediniz.	➤ Organizasyonun hazırlanması aşamasında stresle başa çıkma konusunda etkili olunuz.
➤ Davetlileri karşılayınız ve ilgileniniz.	➤ Davetlileri karşılama da ilgilenmede beden dilinizi etkili ve iyi kullanmaya özen gösteriniz.
➤ Basın kokteyli ve basın gezisi süresince oluşabilecek aksaklıkları çözünüz.	➤ Olumsuzlukların çözümünde sabırlı olunuz.
➤ Basın kokteyline gelen medya mensuplarına teşekkür ediniz.	➤ Basın mensuplarına teşekkür ederken sıcak ve içten davranınız.
➤ Basın gezisinin programını belirleyiniz.	➤ Basın gezisinin programını yaparken zamanlamayı iyi ayarlayınız.
➤ Basın gezisi için konaklama ve yemek rezervasyonunu yapınız.	➤ Konaklama ve yemek sırasında basınla iyi ilişkilerin kurulması için gerekli ortamı oluşturunuz.
➤ Basın gezisi tanıtım konuşması hazırlayınız.	➤ Tanıtım konuşmasını herkesin dikkatini çekecek ve kurumun tanıtımını yapacak şekilde yazmaya özen gösteriniz.
➤ Basın gezisi bitiminde konuklara teşekkür ediniz, konukları uğurlayınız ve rapor yazınız.	➤ Konukları uğurlama sırasında nezaket ve görgü kurallarına uyunuz.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadıklarınız için **Hayır** kutucuklarına (X) işareti koyarak kontrol ediniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Basın toplantısının basın kokteylinin ve basın gezisinin zamanını ve yapılacağı yeri belirlediniz mi?		
2. Basın toplantısı, basın kokteyli ve basın gezisi için basın listesi hazırladınız mı?		
3. Basın toplantısının, basın kokteylinin ve basın gezisinin basın davetiyesini hazırlayarak medyaya ulaştırdınız mı?		
4. Basın kokteyli ve basın gezisi için LCV yaptınız mı?		
5. Basın toplantısında, basın kokteylinde ve basın gezisinde dağıtılacak dokümanı hazırladınız mı?		
6. Basın toplantısında basının rahat çalışmasını sağlayacak ortamı hazırladınız mı?		
7. Basın toplantısının haberinin gazetelerde yer almasını sağladınız mı?		
8. Basın toplantısına gelen medya mensuplarına teşekkür ettiniz mi?		
9. Basın toplantısının haberinin medyada takibini yaptınız mı?		
10. Basın toplantısının raporunu yazıp dosyaladınız mı?		
11. Basın kokteyli için müzik, yemek, süsleme organizasyonu ile ilgili fiyat teklifi aldınız mı?		
12. Gelen teklifleri değerlendirerek karar verdiniz mi?		
13. Organizasyonun hazırlanmasını takip ettiniz mi?		
14. Davetlileri karşılayıp ilgilendiniz mi?		
15. Basın kokteyli ve basın gezisi süresince oluşan aksaklıkları çözdünüz mü?		
16. Basın kokteyline gelen medya mensuplarına teşekkür ettiniz mi?		
17. Basın gezisinin programını belirlediniz mi?		

18. Basın gezisi için konaklama ve yemek rezervasyonu yaptınız mı?		
19. Basın gezisi için tanıtım konuşması hazırladınız mı?		
20. Basın gezisi bitiminde konuklara teşekkür ederek konukları uğurlayıp raporunuzu yazdınız mı?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “Hayır” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınız “Evet” ise “Ölçme ve Değerlendirme” ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

- Önemli bir konuda kamuoyunu bilgilendirmek, büyük bir açılış, bilimsel bir toplantı, temel atma gibi kamunun dikkatinin çekilmesi istenen olaylar söz konusu olduğunda yapılan toplantı aşağıdakilerden hangisidir?
 - Emir toplantısı
 - Koordinasyon toplantısı
 - Kurul toplantısı
 - Basın toplantısı
- Ülkemizde çok fazla basın toplantısının yapılmasının nedeni aşağıdakilerden hangisidir?
 - Nüfusun kalabalık olması
 - Çok fazla olay olması
 - Yasal bir kısıtlamanın olmaması ve herhangi bir kurumdan izin alınmaması
 - Kurum ve kuruluşların çok olması
- Basın toplantısı yapılması için en uygun vakit aşağıdakilerden hangisidir?
 - Sabah saat 10.00 ile 12.00 arasındır.
 - Akşam saat 16.00 ile 18.00 arasındır.
 - Sabah saat 8.00' dir.
 - Akşam saat 20.00' dir.
- Daha önceden hazırlanan ve toplantı başlamadan önce basın mensuplarına dağıtılan basın dosyasının içinde aşağıdakilerden hangisi yoktur?
 - Grafikler
 - Fotoğraflar
 - Kurumla ilgili verilmek istenen bilgiler
 - Gelecek toplantı tarihini gösteren yazı
- Kurumların, medya ve kamuoyu önderleriyle ilişkilerini geliştirmek amacıyla düzenledikleri planlı ve programlı davetlere ne denir?
 - Basın toplantısı
 - Basın kokteyli
 - Basın gezisi
 - Basın duyurusu
- Aşağıdakilerden hangisi basın kokteylinde önce yapılması gerekenlerin dışında kalır?
 - Kokteylin yeri ve konuşma metni
 - Servis listesi, tarihi
 - Tutanak
 - Kokteylin, yeri, katılımcı listesi

Aşağıda verilen cümlelerde boş bırakılan yerlere doğru sözcükleri yazınız.

7. Basın kokteylinden önce ve için iyi bir yerle daha önceden anlaşılmalıdır.
8. Basın gezileri ve medyaya daha yakından tanııtma amacı taşır.
9. Basın gezisinin , sorulabilecek tüm soruların cevaplarını da içerebilecek şekilde ayrıcalık yapmadan tüm gönderilmelidir.
10. Ayrıca basın toplantısını izleyen günlerde haberin gazetelerde çıkması hâlinde,.....
.....ve yaptıklarından dolayı

MODÜL DEĞERLENDİRME

Modülü bitirdiniz.

Modül sonunda kazanmanız gereken yeterliliği kazanıp- kazanmadığınızı ölçen bir ölçme aracı öğretmeniniz tarafından hazırlanarak size uygulanacaktır.

Bu uygulama sonunda bir üst modüle geçip geçemeyeceğiniz öğretmeniniz tarafından size bildirilecektir.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRENME FAALİYETİ – 1 CEVAP ANAHTARI

1	D
2	D
3	Y
4	Y
5	D
6	Y
7	D
8	Y
9	D
10	Y

ÖĞRENME FAALİYETİ – 2 CEVAP ANAHTARI

1	B
2	A
3	C
4	A
5	D
6	A
7	C
8	A
9	kurgucular, yazarlar
10	internet, belgegeçer

ÖĞRENME FAALİYETİ-3CEVAP ANAHTARI

1	D
2	C
3	A
4	D
5	B
6	C
7	Yiyecek servisi- Müzik
8	Kurumu- Yönetimi
9	Programı- Medyaya
10	Gazeteciler aranmalı- Teşekkür edilmelidir

KAYNAKÇA

- ASNA M. Alaeddin, **Halkla İlişkiler**, İkinci Baskı, Mısırlı Matbaacılık, İstanbul, 1998.
- BUDAK Gönül, Gülay BUDAK, **Halkla İlişkiler**, Beta Basım Yayım, İstanbul, 1995.
- BIÇAKÇI İlker, **İletişim ve Halkla İlişkiler**, Media Cat, 3. Baskı, Ankara, 2000.
- BÜLBÜL A. Rıdvan, **Halkla ilişkiler ve Tanıtım**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2000.
- GÖKSEL Ahmet Bülent, **Halkla İlişkiler**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1988.
- OKAY Ayla, Okay AYDEMİR, **Halkla İlişkiler** (Kavram Strateji ve Uygulamaları), Der Yayınları, İstanbul, 2005.
- PAKSOY Arzu Çekirge, **Türkiye'deki Halkla İlişkiler Uygulamaları**, Rota Yayınları, İstanbul, 1999.
- PELTEKOĞLU Filiz Balta, **Halkla İlişkiler Nedir**, Beta Basım Yayım, İstanbul, Haziran, 2001.
- SABUNCUOĞLU Zeyyat, **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2001.
- ŞEFKATLİ Murat, **Halkla İlişkiler Ders Kitabı**, Tutibay Yayınları, Ankara, 2005.
- KARACAN Açıköğretim, Geniş kapsamlı Yardımcı Temel Kaynak, **Halkla İlişkiler**, Ön Lisans 2, Karacan Yayıncılık, Ankara.
- YÜKSEL Erkan, Halil İbrahim GÜRCAN, **Haber Toplama ve Yazma**, Tablet Kitabevi, Konya, 2005.

FOTOĞRAFLAR

- <http://www.derinsular.com/im/2006/0307-gazeteler.jpg>
- <http://www.cisday.org/wp-content/uploads/2006/08/radio.>
- <http://www.muhasibat.gov.tr/say2000/imgs/meet1.gif>
- http://www.balikesir.gov.tr/pgae_blank1.asp?id=224
- www.meb.gov.tr/haberler/haberayrinti.asp?id=945
- <http://www.gyte.edu.tr/ebulten/sayi16/bastop.jp>
- <http://www.cankaya.gov.tr/tr>
- http://album.comu.edu.tr/albums/userpics/normal_plan%20basında%20basın%20mensp.jpg2

İNTERNET ADRESLERİ

- http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/icerikgoster.aspx?icerik_id=254374a7-f4ee-4364-ba69-89a6183617f3 basın bildirileri
- http://www.datapress.org/basin_gezi.htm basın gezileri