

**KÜRESEL İLKELER
SÖZLEŞMESİ İLERLEME
BİLDİRİM RAPORU**

Ekim 2016

TÜHİD
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ



KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ İLERLEME BİLDİRİM RAPORU

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, Türkiye'deki halkla ilişkiler uzmanlarını bir çatı altında toplayarak, meslek içi dayanışma sağlamak, mesleğin tanınması, yerleşmesi ve gelişmesi yolunda çalışmalar yapmak amacıyla 1972 yılında kurulmuştur. 10.08.2004 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile "Türkiye" unvanını kullanmaya yetkili kılınmıştır. 2017 yılında 45. yılına ulaşacak iletişim sektörünün en eski örgütüdür. Birçok iş dünyası örgütünden daha önce kurulmuştur.

Başlangıç döneminde öncelikle halkla ilişkiler mesleğinin kamuoyunda tanınmasını sağlayan Dernek, daha sonraki dönemlerde dünyaya açılarak Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği - IPRA, Avrupa Halkla İlişkiler Federasyonu - CERP, Global Alliance ve diğer ulusal ve uluslararası mesleki kuruluşlarla bağlantı kurmuş ve halkla ilişkiler mesleğini profesyonel kimlik olarak kabul eden çok sayıda üye kazanmıştır. TÜHİD'in, 2016 yılı itibarıyla yüzde yetmiş beşi iş dünyası, STK, kamu ve akademik dünyadan 220 üyesi bulunmaktadır.

Dernek, CERP - Avrupa Halkla İlişkiler Federasyonu yönetiminde bulunmuştur ve CERP'in Global Alliance'a katılımıyla Global Alliance üyesi olmuştur. Her yıl birçok etkinliğe imza atan TÜHİD'in bu yıl on beşincisini düzenlediği Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri sektöründe ilk ve tek olma özelliğini taşımaktadır. TÜHİD, TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi'nde temsil edilmektedir. KalDer Üyesidir. YEKON-Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği kurucusudur.

TÜHİD Yönetim Kurulu

Yönetim Kurulu Başkanı: Gonca Karakaş / Effect Halkla İlişkiler
Başkan Yardımcısı: Merih Güngör / Mese İletişim Danışmanlığı
Genel Sekreter: Murat Göllü / Akbank
Sayman: Sinan Cem Şahin / Coca-Cola
Ayşe Kırımlı / Adel Kalemcilik
Ayşenur Aydın / Opet Petrolcülük
Berna Sağlam Naipoğlu / Bernaylafem
Çiler İlhan / Conde Nast Traveller Türkiye
Ercüment Şener / Ünite İletişim ve Tanıtım Hizmetleri
Fügen Toksü / Toksü ve Chase Halkla İlişkiler
Sevil Wittmann / Vodafone Telekomünikasyon
Şeref Gözütok / Mark&Mark İletişim Danışmanlığı
Şila Gök / İdea Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Şulecan Dalbudak Toközlü / Artı Değer Stratejik İletişim

Vizyon

Türkiye’de Halkla İlişkiler sektörünün en güçlü sesi ve uluslararası platformda mesleki referans noktası olmak.

Misyon

- Halkla İlişkiler mesleğinde etik kodları ve profesyonel standartları geliştirmek, benimsetmek ve gözetmek,
- Üyeleri, iletişim alanındaki diğer meslek örgütleri ve paydaşları ile ulusal ve uluslararası meslek etiği ilkelerine, dayanışmaya, bilgi alışverişine ve etkileşime dayalı ve sürekli gelişime odaklı bir iletişim ortamı yaratmak,
- Halkla İlişkiler mesleğinin itibarını yükseltmek ve bir yönetim bilimi olarak benimsenmesini sağlamak.

Değerler

Önderlik

İleri seviyede mesleki bilgi sahibi olmak ve uzmanlık seviyesine ulaşabilmek için araştırma ve eğitim yoluyla yetkinliğimizi geliştirir, mesleğimizin gelişimine katkıda bulunur ve halkla ilişkiler mesleği ile ilgili ulusal ve uluslararası kaynaklardan elde edilen bilgileri iletişim camiası ve üyelerimiz ile paylaşarak sürekli bir bilgi akışı sağlarız.

Türkiye’de iş dünyasını, kamu sektörünü ve genel olarak kamuoyunu halkla ilişkiler sektörü ve halkla ilişkilerin önemi hakkında bilgilendirmek doğrultusunda üzerimize düşen tüm rolleri ve görevleri yerine getiririz.

Halkla ilişkiler mesleğinin gelişimi için proaktif bir tutumla çalışarak ve yeni inisiyatifler üstlenerek; üyelerimizin hem kendi aralarında hem de derneğimizle çift yönlü, sağlıklı ve sürekli bir iletişim içinde olmasını sağlarız.

Saygınlık

Mesleki performansta yüksek standartları, itibarlı bir profesyonelliği ve TÜHİD Meslek Ahlakı İlkeleri’ni benimser ve bunları iletişimde mükemmelliğin koşulları sayarız.

Güvenilirlik

Halkla ilişkiler sektöründe bireysel ve kurumsal olarak yaptığımız tüm çalışmaların ve faaliyetlerin sorumluluğunu üstlenmeyi ve bunların ilgili paydaşlara hesabını vermeyi; üyelerimize, mesleğimize ve sektöre karşı sorumluluğumuzun bir gereği olarak görürüz.

Mesleğimiz dolayısı ile kurduğumuz tüm ilişkilerde ve üyelerimizle ilişkilerimizde adalet, güven, saygı ve dayanışmayı esas alırız.

Dürüstlük ilkesine ve TÜHİD Meslek Ahlakı İlkeleri’ne sadakatle bağlılığımız ile hem kişisel itibarımızı hem de mesleğimizin itibarını korur ve gözetiriz.

Mesleğimizle ilgili çalışmalarda ve Dernek çalışmalarımızda açıklık ilkesini benimseriz.

İşbirliği ve Uzlaşma

Meslektaşlarımız, sektörel kuruluşlar ve üyelerimiz arasında; uzlaşmacı ve yapıcı bir işbirliğine dayalı bilgi alışverişi platformunun oluşturulması doğrultusunda çaba gösteririz.

Mesleki bilgi ve deneyimimizi, bireysel ve kurumsal ilişkilerimizde karşılıklı anlayış ve güven yaratmak üzere kullanırız.

UN GLOBAL COMPACT

TÜHİD, Birleşmiş Milletler tarafından, küresel ekonomiyi sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek ve küreselleşmeyi tüm insanların yararına olacak şekilde işletebilmek için önerilen 10 temel ilkeyi içeren Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni 2008 yılında iş dünyasının örgütleri Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği – TOBB, Türk Sanayicileri Ve İşadamları Derneği – TÜSİAD, Türkiye Kalite Derneği – KalDer ile eş zamanda imzalamıştır.

TÜHİD; halkla ilişkiler meslek ahlakı ilkelerinin gözetilmesi konusunda IPRA, Global Alliance, PRSA ve CIPR başta olmak üzere ilgili tüm uluslararası meslek kuruluşları, Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünü temsil eden diğer meslek kuruluşları ve medya kuruluşları ile dayanışma ve bilgi alışverişi içinde olmaya inanır; bu kuruluşların meslek ahlakı ilkelerinin ruhunu benimser.

Un Global Compact 10 ilke; İnsan Hakları

İlke 1: İş dünyası, ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve haklara saygı duymalı.

İlke 2: İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalı.

Çalışma Standartları

İlke 3: İş dünyası, çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü desteklemeli.

İlke 4: Zorla ve zorunlu işçi çalıştırma uygulamasına son verilmeli.

İlke 5: Her türlü çocuk işçi çalıştırılmasına son verilmeli.

İlke 6: İşe alım ve işe yerleştirmede ayrımcılığa son verilmeli.

Çevre

İlke 7: İş dünyası, çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemeli.

İlke 8: Çevresel sorumluluğu arttıracak her türlü faaliyete ve oluşuma destek vermeli.

İlke 9: Çevre dostu teknolojilerin gelişmesini ve yaygınlaşmasını desteklemeli.

Yolsuzlukla Mücadele

İlke 10: İş dünyası, rüşvet ve haraç dahil her türlü yolsuzlukla savaşmalı.

MESLEK ETİĞİ

TÜHİD Meslek Etiği

Meslek ilkelerimiz, iş dünyasının ve iletişim sektörünün ulusal ve uluslararası gelişimlerine göre güncellenmiştir. Online iletişim bünyesine katılarak sektörle ve iş dünyasıyla paylaşılmıştır.

TÜHİD Meslek İlkeleri

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği üyeleri, halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel değerlerini ve itibarını korumak doğrultusunda aşağıda yer alan meslek ahlak ilkelerini benimser, uygular, yaygın ve doğru olarak uygulanması konusunda aktif rol üstlenir.

TÜHİD Üyeleri;

1. Tüm bireylerin, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nden doğan haklardan yararlanmaları gerektiği inancından hareket eder ve mesleklerini İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ruhu doğrultusunda icra ederler,
2. Halkla ilişkiler mesleğini, kamuoyu çıkarlarını zedelemeyecek biçimde icra ederler,
3. Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterirler,
4. Mesleki faaliyetleri sırasında karşılıklı anlayış yaratmayı hedefleyerek kurdukları iletişimin, hem yasal hem de ahlaki açıdan toplumun kültürel değer ve inançlarını zedeleyici nitelikte olmamasını gözetirler,
5. Mesleklerini icra ederken, ilgili tüm tarafların görüşlerinin adil bir biçimde temsil edilmesine özen gösterirler,
6. Meslekleri gereği edinebilecekleri sır niteliğindeki bilgilerin gizliliği prensibine saygı gösterirler,
7. Meslekleri gereği kurdukları iletişimin açık, doğru, iki yönlü ve tarafların tam anlamıyla bilgilendirilmesine dayalı olmasına özen gösterirler.
8. Çalışmaları esnasında Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu maddelerine uyum içinde davranırlar,
9. Meslek ahlakı ilkelerine ters düşecek görevleri kabul etmezler,
10. Mesleğin itibarını ve saygınlığını korumak ve yükseltmek için çalışırlar,
11. Meslektaşlarının itibarını zedeleyecek yorumlarda ve davranışlarda bulunmazlar,
12. Medyanın haber alma ve kamuoyunu bilgilendirme özgürlüğü ile Basın Meslek İlkeleri'ne saygı gösterirler,
13. Bloglar, forumlar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri, sosyal paylaşım ağları ve benzeri sosyal medya araç ve ortamlarının kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kamuoyu görüşlerinin yansıtılması açısından zenginleştirici nitelikte olduğundan hareketle; bu ortamlardaki mesleki faaliyetlerinde kimliklerini ve/ya temsil ettikleri kişi ve kurumların kimliklerini şeffaflık ilkesi doğrultusunda açıklarlar,
14. Kişisel veya kurumsal düzeyde rekabet etmek gereken durumlarda, rekabeti haksız olarak etkileyecek kişisel/kurumsal bağlantılarını; ikincil olarak üstlenilmiş görevlerini vb. bu amaca hizmet edecek şekilde kullanmazlar.

TÜHİD; halkla ilişkiler meslek ahlakı ilkelerinin gözetilmesi konusunda CERP, IPRA, Global Alliance ve ICCO başta olmak üzere ilgili tüm uluslararası meslek kuruluşları ve Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünü temsil eden diğer meslek kuruluşları ile dayanışma ve bilgi alışverişi içinde olmaya inanır; bu kuruluşların meslek ahlakı ilkelerinin ruhunu benimser.

TÜHİD FAALİYETLERİ

1. ALTIN PUSULA TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ

"Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri", Türkiye'de halkla ilişkiler çalışmalarının yarıştığı tek ödül programıdır. Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından itibarı yüksek kabul edilen bir programdır.

Başarılı halkla ilişkiler çalışmalarını ödüllendirmek, iş dünyası ve halkla ilişkiler şirketlerini teşvik etmek amacıyla Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından 1999 yılından itibaren "Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri" verilmektedir. İş dünyası ve kamu sektörünün yakından takip ettiği ödül programı 2016 yılında on beşinci kez verilmiştir.

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri yarışmasının bütün süreçleri internet



üzerinden online olarak yönetilmektedir.

Görev alan seçici kurul üyeleri yarışmanın şeffaf ve açık sistemli yönetimi ve online bilgilendirme sistemini övgüye değer bulmaktadır.

Her Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri; ayrı bir duyuru süreci, jüri belirleme safhası, resmi

yazışmalar, değerlendirme toplantıları, davet ve sponsorluk çalışmaları, tören hazırlıkları vb. birçok alanda yapılan yoğun çalışmalar ve işbirliklerini içermektedir.

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri; Kategori Ödülleri, Jüri Özel Ödülleri, Büyük Ödül, UNDP Özel Ödülü alanlarını içerir. Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri; Kurumsal İletişim, Gündem Yönetimi, Kurum İçi İletişim, Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama, Kriz İletişimi, Etkinlik Yönetimi, Kurumsal Sorumluluk, Dijital ve Sosyal Medya İletişimi, Sivil Toplum Kuruluşları, Kamu Kuruluşları, Sponsorluk İletişimi, Finansal Hizmetler ve Yatırımcı İlişkileri, Medya İlişkileri, Uluslararası Proje/Kampanya, Türkiye Markası Kategorisi, Kategori Dışı Projeler, Genç İletişimciler alanlarındaki projelere verilmektedir.

Tüm kategorilerde; hem proje sahibi kuruluşlar hem de o projeye katkısı olan halkla ilişkiler şirketlerine Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri takdim edilmektedir.

Ayrıca, Seçici Kurul başvuran tüm projeler arasından bazı projelere jüri özel ödülü ve büyük ödül vermektedir.

1.1. "Betûl Mardin Geleceği Şekillendiren Liderler" ve "Alâeddin Asna Kurumsal Sorumlulukta Tutarlılık ve Süreklilik" Ödülleri

İletişim duayenleri Betûl Mardin ve TÜHİD Kurucusu Prof. Dr. Alâeddin Asna adına, "Betûl Mardin Geleceği Şekillendiren Liderler Ödülü" ve "Alâeddin Asna Kurumsal Sorumlulukta Tutarlılık ve Süreklilik Ödülü" 2016 yılı itibariyle verilmeye başlandı.

Betûl Mardin Geleceği Şekillendiren Liderler Ödülü, "Vizyoner Türk iş kadını olarak dünya çapında başarılı temsiliyeti" nedeniyle başarılı iş kadınlarına verilmektedir. Alâeddin Asna Kurumsal Sorumlulukta Tutarlılık ve Süreklilik Ödülü ise meslek profesyonelleri ve iş dünyası nezdinde Alâeddin Asna'nın mesleki değerlerini ve vizyonunu yaygınlaştırmak amacıyla "Kurumsal Sorumluluk" kategorisinde başvuru yapan projelerden birine takdim edilmektedir.



1.2. UNDP ÖZEL ÖDÜLÜ:

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri kapsamında; TÜHİD'in UNDP - Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile yaptığı işbirliğiyle, 2011 yılından bu tarafa sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri en iyi ele alan, sürdürülebilirlik kriterlerini taşıyan projeye 'UNDP Özel Ödülü' verilmektedir. UNDP - Birleşmiş Milletler Mukim Koordinatörlüğü işbirliği ile verilen özel ödül, tarafların memnuniyeti ile devam etmektedir.

1.3. GENÇ İLETİŞİMCİLER ÖDÜLÜ:

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri kapsamında her yıl üniversitelerin iletişim fakültelerinde lisans ve yüksek lisans öğrenimi gören öğrencilerin yanı sıra üniversitelerin meslek yüksek okullarında "halkla ilişkiler" eğitimi gören öğrencilerin katıldığı genç iletişimciler yarışma kategorisidir. Her yıl ulusal ve uluslararası gündeme göre proje konusu belirlenmektedir. Herhangi bir kar amacı gütmeyen bu kategori genç iletişimcilerin pratik ve teorik dünyayı bir arada görmesini ve tecrübe kazanmasını sağlamaktadır. Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri Genç İletişimciler kategorisi, genç iletişimciler ile önemli bir bağ olma özelliği taşımaktadır.

1.4. Rakamlarla Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri;

TÜHİD Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri yarışmasının on beş yıllık istatistikî verilerine bakıldığında;

- 298 Seçici Kurul Üyesi yarışmada görev aldı.
- 56 İletişim Fakültesi 310 proje ile katıldı ve 55 ödül kazandı. Her projede ortalama 3 öğrenci çalıştığı düşünülürse, yaklaşık 1000 iletişim öğrencisinin sektöre hazırlandığı görülmektedir. Ayrıca, öğretim üyelerinin de bu süreçte sektörel bir çalışma gerçekleştirmesine imkan sağlandı.
- Özel / Kamu kuruluşları ve STK'lar 1376 proje ile katıldı ve 326 proje Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri sahibi oldu. Her bir projenin arkasında ortalama 5 kişilik bir ekip ve yönetim ile yaklaşık 6-7 bin kişilik bir ekibe ulaşıldı.



2. TÜHİD ANADOLU BULUŞMALARI

TÜHİD Anadolu Buluşmaları; Halkla İlişkiler sektörünün Anadolu ayağını harekete geçirmek, bölgesel iş dünyasını iletişim konusunda bilgilendirmek, kamu ile işbirliği yapmak ve halkla ilişkiler mesleğini icra edenleri bir araya getirmek amacıyla programlandı. Hedef kitlesi; TÜHİD Üyeleri, Bölgesel İletişim Profesyonelleri, İş Dünyası Temsilcileri, Yerel Medya, Akademisyenler ve Genç İletişimcilerden oluşuyor. Bu doğrultuda; İzmir, Bursa ve Gaziantep olmak üzere üç etkinlik gerçekleştirildi.

2.1. TÜHİD ANADOLU BULUŞMALARI İZMİR

TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, İZSEV - İzmir'i Sevenler Platformu ve DESİKÖB- İzmir Demokratik Sivil Kitle Örgütleri Birliği ile birlikte 1923 İzmir İktisat Kongresi'nin 91. Yıldönümü kapsamında "45. İzmir İktisat Kongresi Sempozyumu 2014" etkinliği "iletişim" teması konseptiyle 17-18 Şubat 2014 tarihinde gerçekleştirildi.



Sempozyum oturumları ve panelistleri şöyleydi;
"Bir Sevdadır Halkla İlişkiler" Oturumu Başkanı İzmir'i Sevenler Platformu Derneği Başkanı, TÜHİD Onursal Üyesi ve HİSDAŞ Halkla İlişkiler Kurucusu **Sancar Maruflu**, TÜHİD Kurucusu ve İletişim Duayeni merhum **Prof. Dr.**

Alâeddin Asna, TÜHİD Geçmiş Dönem Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyesi **Fügen Toksü**.

"Halkla İlişkiler ve İş Dünyası" Oturum Başkanı TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı ve Effect Halkla İlişkiler Ajans Başkanı **Gonca Karakaş**, Tribeca İletişim Danışmanlık Genel Müdürü **Cem İlhan**, Kurum İtibarı Danışmanı **Salim Kadıbeşegil**, Ogilvy Türkiye Başkanı **Aytül Özkan**'dan oluştu.

"İletişimin Geleceği" oturumu TÜHİD Geçmiş Dönem Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyesi **Fügen Toksü** Başkanlığı'nda İzmir Reklamcılar Derneği Başkanı Yiğit Sal, Project House Yönetici Ortağı **Serhat Akkılıç** ve TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı **Gonca Karakaş** ile gerçekleşti.

"Yeni Nesil İletişimciler" Oturumu TÜHİD Onursal Üyesi **Sancar Maruflu** Başkanlığı'nda, Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı **Prof. Dr. Ümit Atabek**, İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi **Doç. Dr. Ebru Uzunoğlu**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi **Dekan Yrd. Doç. Dr. Nilay Başok** tarafından sunuldu.

"Her Alanda Marka Olmak, Kentsel Markalaşma ve İzmir" oturum Başkanı

Profesyonel Yönetici-Pazarlama İletişimcisi **Nur Akgerman**, konuşmacılar ise; Seferihisar Belediye Başkanı **Tunç Soyer**, Marka Uzmanı ve D&S Prodüksiyon **Serhat Demirel** ve İzmir Esnaf ve Sanatkar Odaları Birliği Başkanı **Zekeriya Mutlu**. **Sağlıkta Sağlıklı İletişim - Hastanelerde Halkla İlişkiler Ve Hekim Güvenliği** Oturumu; DEÜ Eski Rektörü ve Başkent Üniversitesi Bölge Koordinatörü **Prof. Dr. Namık Çevik başkanlığında**, İzmir Milletvekili - Sağlık Bakanlığı Eski Müsteşarı **Dr. Aytun Çıray**, İzmir Tabip Odası Başkanı **Dr. Suat Kaptaner**, D.E.Ü. Tıp Fakültesi **Prof. Dr. Süha Miral** ve Uluslararası Acil Tıp Önderi **Dr. Ülkümen Rodoplu** katılımıyla gerçekleşti.

2.2. TÜHİD ANADOLU BULUŞMALARI BURSA

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği-TÜHİD tarafından düzenlenen "TÜHİD Anadolu Buluşmaları" Şekerbank'ın Ana Sponsorluğunda, BTO-Bursa Ticaret ve Sanayi Odası 37. Komitesi ve BHİD-Bursa Halkla İlişkiler Derneği desteğiyle, **Bursa Valisi** Münir Karaloğlu,



Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı İbrahim Burkay ve **Bursa Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili** Atilla Ödünç başta olmak üzere, belediye başkanları, BTO üyeleri, iş dünyası ve dernek yöneticileri, Bursa Halkla İlişkiler Derneği ve Bursa Reklamcılar Derneği üyeleri

ile akademik çevrelerin katılımıyla 15 Nisan 2014 tarihinde gerçekleşti.

"TÜHİD Anadolu Buluşmaları" Bursa panel konuşmacıları şöyle;

Yönetici İçin İletişimin Önemi Paneli; TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı **Gonca Karakaş** moderatörlüğünde, Şekerbank Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi Grup Başkanı **Aybala Şimşek**, Kurumsal İletişimciler Derneği Başkanı ve TAV Kurumsal İletişim Direktörü **Bengi Vargül** ve Yeşim Tekstil Kurumsal İletişim Müdürü **Dilek Cesur**. **Medya İletişimi ve İş Dünyası Paneli;** TÜHİD Geçmiş Dönem Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyesi **Fügen Toksü** moderatörlüğünde, TOBB Medya ve İletişim Meclisi Başkanı ve Dünya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni **Hakan Güldağ**.

Kentsel Markalaşma ve Bursa Paneli; TÜHİD Geçmiş Dönem Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyesi **Fügen Toksü** moderatörlüğünde, Marka Danışmanı ve The Brand Age Dergisi Genel Yayın Yönetmeni **Bülent Fidan** ve Marka Danışmanı ve Kültür Üniversitesi Öğretim Görevlisi **Ali Gökçe Ertan**.

Yeni Nesil İletişim Paneli; BHİD Başkanı **Serdar Ömeroğulları** moderatörlüğünde, Allianz Türkiye Kurumsal İletişim Direktörü **Fatmanur Erdoğan**, TÜHİD Yönetim Kurulu

Başkanı **Gonca Karakaş**, Project House Kurucu Ortağı **Serhat Akkılıç** ve Pamukkale Turizm Kurumsal İletişim Müdür **Mustafa Sönmezay**.

2.3. TÜHİD ANADOLU BULUŞMALARI GAZİANTEP

TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından düzenlenen "TÜHİD Anadolu Buluşmaları"nın üçüncüsü Şekerbank'ın Ana Sponsorluğunda, GSO-Gaziantep Sanayi Odası, Sanko, Iconova ve Divan Otel desteğiyle 9 Mayıs 2014 tarihinde Gaziantep'te gerçekleşti.



Etkinliğe, **Gaziantep Valisi** Erdal Ata, **Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı** Fatma Şahin ve **Gaziantep Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı** Adil Konukoğlu başta olmak üzere, Gaziantep Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Yavuz Coşkun, Sanko Üniversitesi Rektörü

Prof. Dr. Ahmet Sınav, Şahinbey Kaymakamı Uğur Turan, Şehitkamil Kaymakamı Mehmet Aydın, Özel Sani Konukoğlu Hastanesi Genel Müdürü Yusuf Ziya Yıldırım, Sanko Okulları Genel Müdürü Murat Köylüoğlu, Sanayi Odası üyeleri, iş dünyası, dernek temsilcileri ve üyeleri, akademik çevreler ve öğrenciler katıldı.

"TÜHİD Anadolu Buluşmaları" Gaziantep panel konuşmacıları şöyleydi;

Yönetici İçin İletişimin Önemi Paneli; TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı **Gonca Karakaş** moderatörlüğünde, Şekerbank Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi Grup Başkanı **Aybala Şimşek** ve IPRA-Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği Başkanı ve Stage İletişim Danışmanlığı Ajans Başkanı **Dr. Zehra Güngör**.

Kentsel Markalaşma ve Gaziantep Paneli; Gaziantep Üniversitesi Rektörü **Prof. Dr. Mehmet Yavuz Coşkun** moderatörlüğünde, Marka Danışmanı ve Kültür Üniversitesi Öğretim Görevlisi **Ali Gökçe Ertan**, Marka Danışmanı ve The Brand Age Dergisi Genel Yayın Yönetmeni **Bülent Fidan**, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı **Fatma Şahin**, A&B İletişim Yönetim Kurulu Başkanı **Sibel Asna**.

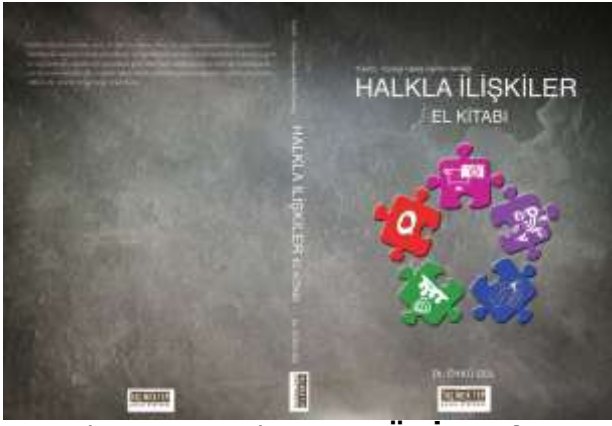
Medya İletişimi ve Yeni Nesil İletişim Paneli; SANKO Basın Müşaviri **Cengiz Halil Çiçek** moderatörlüğünde, Kurumsal İletişimciler Derneği Başkanı ve TAV Kurumsal İletişim Direktörü **Bengi Vargül**, TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı **Gonca Karakaş**, Project House Kurucu Ortağı **Serhat Akkılıç** ve Dünya Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Yardımcısı **Talip Aktaş**.

3. TÜHİD GENÇ İLETİŞİMCİ DESTEK BURSU

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği 2010 yılı itibariyle İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü öğrencilerine burs vermeye başladı. Bugüne kadar 70 iletişim fakültesinden 780 öğrenci online sistem üzerinden başvuruda bulunarak, gereken kriterleri ve dokümanlarını sisteme ekledi. 28 halkla ilişkiler öğrencisi burs almaya hak kazandı. Bütün iletişim fakültelerine açık olan burs programı tamamen dijital ortamda yönetilmektedir.

TÜHİD, Genç İletişimci Bursunun yanı sıra iletişim duayenlerimiz Betül Mardin ve Prof. Dr. Alâeddin Asna adına da burs vermektedir.

4. TÜHİD HALKLA İLİŞKİLER EL KİTABI



Halkla İlişkiler El Kitabı TÜHİD'in kırk ikinci yılında, halkla ilişkiler sektörü için bir rehber hazırlama fikrinden yola çıkılarak hazırlandı. Komitemiz uzun emekleriyle Şubat 2013 tarihinden itibaren çalışmalara başladı.

Hazırlıklar neticesinde İş dünyası, iletişim profesyonelleri, iletişim akademisyenleri, genç iletişimciler için mesleğin temel taşlarını bir araya toplayan bir kitap oluşturuldu.

Bu çalışmaya emek veren **TÜHİD Çalışma Komitesi** şöyle;

Bârika Göncü / BG İletişim

Canan Noyan / İmage Halkla İlişkiler

Çiğdem Antlı / Türkiye Halkla İlişkiler Derneği - TÜHİD Koordinatörü

Çiler İlhan / Conde Nast Traveller

Fadile Paksoy / Benchmark

Fügen Toksü / TÜHİD

Gamze Koçer / Amazon İletişim ve Etkinlik Hizmetleri

Gonca Karakaş / Effect Halkla İlişkiler

İpek Özgüden Özen / On İletişim

İpet Altınay (Merhume) / Plan Tanıtım ve Organizasyon

Merih Güngör / MESE İletişim Danışmanlığı

Serhat Akkılıç / Project House

Şulecan Dalbudak Toközlü / Artı Değer Stratejik İletişim Danışmanlığı

Tolga Yücel / Türkiye Halkla İlişkiler Derneği - TÜHİD Geçmiş Dönem Yönetim Kurulu Üyesi

Yankı Özkan (Merhume) / Shell

Kitabın editörlüğü Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Dr. Öykü Gül tarafından yapıldı. Kitap tamamen **e-kitap** formatında hazırlandı ve D&R'da yayınlandı.

5. KONFERANSLAR & EĞİTİMLER

5.1. GLOBAL PR TRENDLERİ KONFERANSI

Burson-Marsteller EMEA Bölgesi CEO'su Jeremy Galbraith'in “İletişime Etki Eden Global Trendler” konulu konferansı, Pera Palace Jumeirah Otel'de gerçekleşti. PR'ın geleceğini şekillendiren trendlere değinen Galbraith sunumunda; açık ve temel iletişim, mobil yönetim, sosyal medyanın halkla ilişkiler ve iletişim üzerine etkileri, kriz ve konu yönetimi, gazeteciliğin gelişimi, imaj, kişiselleştirme ve şeffaflık konularını anlattı.



5.2. TÜHİD İTİBAR YÖNETİMİ VE DİJİTAL/SOSYAL MEDYA ETKİNLİĞİ

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından Project House'un desteğiyle düzenlenen “İtibar Yönetimi ve Dijital / Sosyal Medya” etkinliği TNET Konferans salonunda gerçekleşti.

Etkinlikte, Salim Kadıbeşgil, Serhat Akkılıç, Esra Günel, Gonca Karakaş, Yrd. Doç. Erkan Saka, Özgür Ünlü itibar yönetimi ve dijital/sosyal medyayı anlattı. Yükselen değer dijital/sosyal medya ve itibar kavramlarının önemini konuştuğu konferansta konuşmacılar, itibar ve sosyal medyaya bakış açılarını katılımcılarla paylaştı.



5.3. SOSYAL MEDYA EĞİTİMİ

TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği ve Project House desteğiyle "Sosyal Medya Eğitimi" verildi. Eğitimin amacı; kurumsal iletişim bölümlerinin iş süreçlerine sosyal medya operasyonlarını doğru bir şekilde dahil edebilmelerini sağlamak ve çalışanların sosyal medya kullanımı alanındaki en güncel yetkinliklere sahip olmalarını sağlamaktır.



6. TÜHİD-İDA İLETİŞİM HİZMETLERİ ALGILAMA ARAŞTIRMASI

TÜHİD ve İDA tarafından 2006-2009 yıllarında gerçekleştirilen "İletişim Hizmetleri Algılama Araştırması", KİD - Kurumsal İletişimciler Derneği'nin de katılımıyla 2014 yılında tekrarlandı. Halkla İlişkiler sektörünün gelişimine yön vermek üzere iletişim yöneticilerinin algılarını ve beklentilerini anlamak ve geliştirme alanlarını tespit etmek için çalışıldı.

7. MEDYA & HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMA PRENSİPLERİ

7.1. TÜHİD ve TGC Deklarasyonu

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve TÜHİD işbirliğiyle; gazeteciler ve halkla ilişkiler uzmanlarının çalışmasını kolaylaştıracak standartlar konusunda çalışma ekipleri tarafından bir yıldan fazla çalışılarak hazırlanan Deklarasyon, 27 Temmuz 2010 Salı günü

TOBB İstanbul merkezinde düzenlenen bir törenle sektör örgütleri başkanları tarafından imzalandı ve kamuoyuna duyuruldu.



Deklarasyona, TGC ve TÜHİD'in yanı sıra medya ve iletişim alanındaki diğer örgütler; EGD - Ekonomi Gazetecileri Derneği, İDA - İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği, İMD - İnternet Medyası Derneği, BMD - Bilişim Muhabirleri Derneği, MGD - Magazin Gazetecileri Derneği, RTGD - Radyo Televizyon Gazetecileri Derneği, ESAM - Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği, TSYD - Türkiye Spor Yazarları ve Spor Kulübü Derneği de desteklediklerini ve kabul ettiklerini belirterek, imza attılar.

Deklarasyona ilişkin bülten ve fotoğraflar, TÜHİD üyelerine mail yöntemiyle iletildi, TÜHİD resmi web sitesine yerleştirildi ve elektronik imzaya açıldı. Her türlü toplantıda ve Anadolu Buluşmaları'nda paylaşıldı. Deklarasyon geçerliliğini hala koruyor ve <http://www.tuhid.org/deklarasyon.html> sitesinden imzalanabiliyor.



TÜHİD
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

DEKLARASYON



GAZETECİLER ve HALKLA İLİŞKİLER PROFESYONELLERİ MESLEKLERİMİZİ BİRLİKTE YÜCELTELİM!

TGC ve TÜHİD olarak Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Profesyonellerinin ortak iş süreçlerinde çalışma ortamının iyileştirilmesi konusunu önemsiyoruz. Bu doğrultuda, yeni bir deklarasyon hazırlayarak mesleklerimizle katkıda bulunmak istedik. Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Profesyonellerinin mesleklerini icra ederken Deklarasyonumuzun dikkate alınmasını, çalışma alanımız açısından önem taşıyacağını inanıyoruz.

Bu Deklarasyon, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) tarafından hazırlanmıştır. Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD), İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA), İnternet Medyası Derneği (İMD), Bilgi Mühürleri Derneği (BİMD), Magazin Gazetecileri Derneği (MGD), Eğitim ve Sağlık Mühürleri Derneği (ESAM), Radyo Televizyon Gazetecileri Derneği (RTGD), Türkiye Spor Yazarları ve Spor Kulübü Derneği (TSYD) tarafından da kabul edilmiştir.

Giriş

Teknolojik gelişmeler, ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik sınırlarını hızla genişletmektedir. Bu genişleme süreci, bireyler, topluluklar, toplumlar ve tüm insanlığın karşılıklı bağımlılık ilişkilerini alabilmesine artırmaktadır. Meslek ve uzmanlıklar arasında katı sınırlarla ayrılmaya yerine, birbirine yakın ve uzak disiplinler arasında "içbirlik" ve "dayanışma" başarılı iş yapabilmenin "olmazsa olmaz şartı" haline gelmiştir.

Medya ve halkla ilişkiler çalışmalarını bilgiye ulaştırma, bilgiyi derinleştirme, analiz etme, sunular halinde hazırlama ve kitlelere ulaştırma, düşünce ve fikirlerin oluşmasında, beklenti ve yönlendirmelerin oluşmasında hizmet gören birbirine yakın iki meslektir. İki mesleği yürütenler, kamuoyuna doğru ve yararlı bilgiyi şeffaf biçimde iletme noktasında ortak sorumluluk taşımaktadır.

Medya ve halkla ilişkiler mesleklerinin, kitleler gözünde güvenilirliğinin artması ve mesleki alanlarda uzun dönemli geleceğinin güven altına alınması, mesleki örgütlerin insan - sermaye kaynaklarını üretin sürecinde etkin kullanılmasına bağlıdır.

Bu Deklarasyon, Medya ve Halkla İlişkiler mesleği mensuplarına, kamuoyunu doğru, eksiksiz, sorumlu ve şeffaf bir biçimde bilgilendirilmesi doğrultusunda;

- Ortak değerler üzerinde birleşilmesi,
- Ortak hareketi besleyecek ilkelerin oluşturulması,
- Mesleki bütünlüklerin korunması,
- Gözetim ve denetim sorumluluğunun üstlenilmesi,

İçin gerekli mekanizmaların kurulması, işletilmesi ve sürdürülmesi yönünde harekete geçme çağrısı yapmaktadır.

Amaç

Bu Deklarasyon, haber üretme ve kamuoyunu bilgilendirme süreci içinde yer alan halkla ilişkiler profesyonelleri ve gazeteciler arasındaki karşılıklı ilişkilerin ve iş süreçlerinin iyileştirilmesini amaçlamaktadır.

Ortak Değerlerimiz

Toplumsal Değerler

- 1- Hepimiz, mesleklerimizi icra ederken toplumun dönüdü, bugünü ve geleceğini dikkate alırız.
- 2- Ahlakî tutarlılıkla davranırız.
- 3- İyi niyet temel hareket noktasımızdır.
- 4- Bireyin, toplumun ve ilgili tüm paydaşlarımızın çıkarlarını dengeleyerek, hak ve adaleti koruyarak toplumsal gelişime katkıda bulunuruz.

Mesleki İçbirlik

- 1- Temel amaç, kamuoyunu şeffaf, doğru, eksiksiz ve mesleki sorumlulukla bilgilendirilmesidir.
- 2- Çerçevesi olarak Halkla İlişkiler mesleki standartları yükseltilebilir.
- 3- Mesleki içbirlik ve dayanışma önem taşımaktadır.

Mesleki Değerler

Önemli

Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Mesleklerinde; İleri seviyede mesleki bilgi sahibi olmak, yetkinliklerinizi geliştirerek, mesleğinizin gelişimine katkıda bulunmak. İş dünyası ve kamuoyunu olumlu yönde bilgilendirme konusunda içbirlik sağlamak.

Sorumluluk

Mesleki performansta yüksek standartları, itibarlı bir profesyonelliği, gazetecilik ve iletişim meslek ilkelerini benimsemek ve uygulamak, uygulanmasını sağlamak.

Güvenilirlik

Bireysel ve kamusal olarak yaptığımız çalışma ve faaliyetlerin sorumluluğunu üstlenmek, ilgili paydaşlara hesap vermek, bunu da mesleğe ve camiaya sorumluluğun bir gereği olarak benimsemek.

İçbirlik ve Uzun Ömür

Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Profesyonelleri olarak, ortak çalışmalar gerçekleştirdiğimiz zamanlarda ve kamuoyunu aydınlatılmasını sağlayacak konularda, iletişim mesleğinin tarafları olarak içbirliğine dayalı bilgi alışverişini doğrultusunda çaba göstermek. Mesleki bilgi ve deneyimimizi, bireysel ve kamusal ilişkilerimizde karşılıklı anlayış ve güven yaratmak için kullanmak.

Ortak Hareket İlkeleri

Medya ve Halkla İlişkiler mesleki mensupları tutum ve davranışlarında, ortak hareket ilkelerine güçlü ve tavizsiz bir biçimde bağlı olduklarında, mesleki saygınlık ve geleceğinin güven altına alınmasında ciddi yol alınacaktır.

Bu bağlamda Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Profesyonelleri:

- Mesleki yarımdayıma yaygın biçimi haline getirir,
- Bism ve yayın organlarına ve halkla ilişkiler profesyonellerine eğitim verilir,
- Haber değerine gölge düşürcek, haberlerin değerlendirilmesinde yanlış algılar yaratabilecek ilişkiler kurulmaz,
- Kimsenin "haber" değeri taşıyıp taşımadığını bilimsel olarak değerlendirmeye denetir,
- Mesleki edilemeye yaratacak ehliyetli ve korunan hareketlere karye durur, bu türden hareketleri tüm meslek camiasına mal etmez,
- Haberlerin kaynaklarını net bir biçimde ortaya koyar, haberlere konu olanların görüşlerinin alınmasını gözetir,
- Ambargolu ve kısıtlı haberlere saygı gösterir,
- Haberin sağlıklı, eksiksiz ve zamanında olmasını için gerekli kanalları ve bilgi akışını sağlar,

Gözetim-Denetim ve Mesleki Bütünlük

Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Profesyonelleri mesleklerinin iş dünyasında, kamuoyunda ve tüm paydaşlar nezdinde saygın bir yer edinmesi için:

- Mesleki bütünlüklerini korur, meslek örgütlerine katılmayı tercih eder.
- Meslek örgütleri içinde meslek ilkelerinin gözetim ve denetimine özel önem verir.
- İleri ve yönlendirmelere mesleki dayanışma içinde katkı sunar.
- Yasal çerçevelerle sağlanacak düzenlemelerin derinlik kazanması için mesleklerin öz denetim mekanizmalarını güçlendirir ve işlerlik kazandırır.
- Kurumlarındaki çalışanların meslek ahlakı ilkeleri konusunda eğitime tabi tutar.

Mesleki Sürdürülebilirlik

Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Profesyonelleri, mesleki sürdürülebilirlik için:

- Her mesleğin kendi olanak ve sınırlarının nesnel bir biçimde farkındadır,
- Gazetecilik ve halkla ilişkiler mesleklerinin, dünya genelindeki eğilimlerin yarattığı fırsat ve tehditlerin bilincinde hareket eder,
- Mesleki bilgi ve becerilerin edinilmesi, geliştirilmesi ve mesleki yeteneklerin hayata taşınması için "sürekli mesleki eğitim ve gelişim" ilkesini benimser.
- Mesleklerinin sürdürülebilir gelişimini sağlayacak katımcı projeler üretir.

Bu Deklarasyon bir çağrıdır; Mesleklerimizi hep birlikte yüceltelim, Mesleklerimizin geleceği için birlik ve dayanışma sağlayalım.



Fügen Toksü
Yönetim Kurulu Başkanı
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, TÜHİD



Orhan Erinc
Yönetim Kurulu Başkanı
Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, TGC



Celal Toprak
EGD



Bilal Güncü
İDA



Nadi Örsök
İMD



Fatih Sarı
BMD



Sinan Tosun
MGD



Ziyaseti Kocayayık
ESAM



Metin Özkın
RTGD



Esat Yılmaz
TSYD

7.2. İLETİŞİM VE MEDYA İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNDE MESLEKİ İLKELER

“İletişim ve Medya İlişkileri Yönetiminde Mesleki İlkeler”; Bilişim Muhabirleri Derneği (BMD), Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD), İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA), Kurumsal İletişimciler Derneği (KİD), Reklamverenler Derneği (RVD), TOBB Medya ve İletişim Meclisi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)’nin katılımıyla, kamuoyunun doğru bilgi ve habere ulaşmasında kendi sorumluluklarını azami ölçüde yerine getirmek, yüksek anlayış işbirliği içinde sağlıklı bir iş modeli oluşturmak amacıyla 28 Temmuz 2016 tarihinde imzalandı.



7.3. EKONOMİ GAZETECİLERİ DERNEĞİ - EGD TOPLANTILARI



TÜHİD; kendi alanında uzmanlaşmış bir sektörel dernek olan EGD - Ekonomi Gazetecileri Derneği'nin her yıl Kartepe’de gerçekleştirilen toplantısına katılarak, gazeteci ve halkla ilişkiler uzmanlarının çalışma standartlarına yönelik görüş bildirmektedir.

8. TEMSİL EDİLEN KURUMLAR

8.1. TOBB TÜRKİYE MEDYA VE İLETİŞİM MECLİSİ



TÜHİD meslek odası olamamanın verdiği sıkıntıları aşmak üzere girişimlerde bulundu ve TOBB'da meclis olarak bulunmak üzere davet edildi. Meclisin kuruluşuna Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile birlikte öncülük edildi. TÜHİD, 2007 yılında beri TOBB Medya ve İletişim Meclisi'nde Başkan Yardımcılığı ve 3 üye ile temsil edilmektedir. İlk gündenden itibaren Halkla ilişkiler mesleğinin temsili ve lobi çalışmaları için meclis içerisinde faaliyetlerde yer almaktadır.

8.1.1. TOBB Medya Ve İletişim Meclisi Sektör Raporu

TOBB Medya ve İletişim Meclisi için yapılan sektör raporunun halkla ilişkiler ile ilgili bölümü hazırlanarak genel bir tablo sunuldu.

8.1.2. TOBB'DA Tüketici Kanunu Korunması Hakkında Çalışmalar

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Yayınlanan Yasanın 61. maddesinin 4. bendi "Örtülü Reklam" ile ilgili olarak sektörümüzü ilgilendiren madde hakkında çalışmalar yapıldı.

Yasa çerçevesinde, Reklam Kurulu yeniden düzenlendi. Bu doğrultuda, uzun zamandır çaba gösterilen, TOBB Medya ve İletişim Meclisi'nden bir üyenin Reklam Kurulu'nda yer alması sağlandı.

Örtülü reklam konusunda, TÜHİD'in de içinde yer aldığı TOBB Medya ve İletişim Meclisi çok çaba gösterdi. Süreç içinde konu Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın çalışma alanından Gümrük ve Ticaret Bakanlığı çalışma alanına dahil edildi. Meclis olarak bu konu özelinde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Zafer Çağlayan iki defa, Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı bir defa makamlarında ziyaret edildi. TOBB'un bütün meclislerinin ortak toplantısında konu, Başbakanlık Müsteşarı ve Bakanlıklara yeniden ifade edildi. Konunun doğrudan ilgilisi olarak, Reklam Kurulu Genel Müdürleri birkaç defa ziyaret edildi ve her fırsatta konu açıklanarak Meclis gündemine taşındı.

Ayrıca, yayınlanan yasanın 61. maddesinin 4. bendi "**Örtülü Reklam**" ile ilgili olarak sektörümüzü de ilgilendiriyor. Detaylı açıklanması, sorularımızın cevaplanması amacıyla TOBB Medya ve İletişim Meclisi'nin 19 Aralık 2013 tarihli toplantısında görüşülmek üzere, bu konunun gündeme alınması sağlandı ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu Genel Müdürü Ramazan Ersoy, Meclisin bir üyesi olmasına rağmen, bilgi paylaşımı için özellikle davet edildi. TÜHİD üyelerine konuyla ilgili bilgi geçildi ve görüşleri soruldu. **Bu konuyu takiben;** üyesi bulunduğumuz, TOBB Medya ve İletişim Meclisi'nin **19 Aralık 2013** tarihli toplantısında konu gündeme alındı. Bu toplantıya, aynı zamanda Meclisin de üyesi olan ve yasanın sorumlusu Reklam Kurulu Genel Müdürü Ramazan Ersoy da katıldı.

Ramazan Ersoy yasayla ilgili bilgi verdi ve Mayıs ayına kadar uygulamayı içerecek yönetmeliklerin hazırlanacağını belirtti. Ayrıca Halkla İlişkiler, Medya, Reklam, Reklamveren sektörünün temsilcileri de görüşlerini dile getirdiler.

“Örtülü Reklam” konusu ilk defa bu tüketici yasasında net olarak tarif edildi. Yasanın 61. maddesinin 4. bendinin hem halkla ilişkiler sektörü çalışmalarında, hem gazetecilerin haber oluşturma sürecinde hem de markalar ve kurumlar açısından sıkıntılı olduğu toplantıda paylaşıldı. Ayrıca, ülkemizin ekonomiyi canlandırma politikası ile de çalıştığı ve yeni markaların yaratılması, Kobilerin desteklenmesi, tüketimin ve üretimin canlandırılmasına engel teşkil ettiği belirtildi.

Meclis içinde “Örtülü Reklam” konusu için bir çalışma komisyonu oluşturuldu. Burada “Örtülü Reklam”ın tam tarifi yapıldı, bu alandaki uygulama örnekleri belirtildi ve yönetmeliğin yaşanması muhtemel sorunları çözmesine katkıda bulunuldu.

8.2. KALDER-TÜRKİYE KALİTE DERNEĞİ



Mükemmellik kültürünü yaşam biçimine dönüştürerek, ülkemizin rekabet gücünün ve refah düzeyinin yükseltilmesine katkıda bulunmak amacıyla 1990 yılında kurulan Türkiye Kalite Derneği'nin mükemmellik sürecine katkıda bulunmak üzere üye olduğu günden bugüne kadar TÜHİD olarak Yönetim Kurulu'nda aktif olarak yer aldı ve çalışmalara katkıda bulundu.

8.2.1. İş Dünyasında Dijital İletişim ve Sosyal Medya Kullanımı Araştırması



TÜHİD'in de aralarında bulunduğu KalDer İş Dünyası ve Dijital İletişim Uzmanlık Grubu tarafından İş Dünyasında Dijital İletişim ve Sosyal Medya Kullanımı Araştırması gerçekleştirildi. Araştırmanın başlıca amacı, katılımcı kurumların dijital dönüşümün etkisiyle özellikle iletişim fonksiyonundaki değişime ve

yönetmeleri gereken unsurlara bakış açılarını anlamaktı. Bu çalışmayla, iş dünyasında dijital iletişim araç ve mecralarının kullanımı ve geleceği ile ilgili Türkiye'deki kurumların nabzını tutmayı ve elde edilen fotoğrafin kurum sonuçlarını daha iyiye götürmek için KalDer'in yapacağı çalışmalarda bir kılavuz olması hedeflendi. Ayrıca, araştırma sonuçları 24. Kalite Kongresi'nde katılımcılarla paylaşıldı.

8.3. YEKON - YARATICI ENDÜSTRİLER KONSEYİ DERNEĞİ

TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin de kurucu üyeleri arasında bulunduğu YEKON - Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği ülkemizde yaratıcı endüstrilerin ekonomik gücünü göstermek, fikri mülkiyet temelli üretim yapan endüstrileri bir araya getirmek, fikri



mülkiyetin önemine dikkat çekmek üzere 2012 yılında kuruldu.

Kurucu Üyeleri **TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, DPİD - Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği, ETMK - Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Derneği, GMK -**

Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği, İDA - İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği, RD - Reklamcılar Derneği, RY - Reklam Yapımcıları Derneği, RYD - Reklam Yaratıcıları Derneği, SSTD - Sergileme ve Stand Tasarımcıları Derneği, MTD - Moda Tasarımcıları Derneği, TESİYAP - Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Derneği'dir.

8.3.1. FİKRİ MÜLKİYET

Halkla ilişkilerde fikri mülkiyet hakları konusunda yaşanan sorunlara ilişkin YEKON çatısı altında güç birliği yapıldı ve çalışma komiteleri oluşturuldu.

8.3.2. İSTKA FONU

TÜHİD'in ortaklarından olduğu İstanbul Kalkınma Ajansı - İSTKA'ya yapılan fon başvurusu kabul edildi. YEKON kapsamında "**Reklam ve Halkla İlişkiler Atölyeleri**"nde reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerinin sorunlarının ve bu sektörlerin müzik, sinema ve yayıncılık gibi kültür endüstrileriyle ilişkileri konusu gündeme alındı.

Yapılan toplantılar neticesinde şöyle bir rapor ortaya çıktı;

Halkla İlişkiler Sektörü ve Yaratıcı Endüstriler:

Toplantıda halkla ilişkiler sektörü temsilcileri tarafından dile getirilen sorunlar, şu ana başlıklar altında özetlenebilir:

- Halkla ilişkiler sektörünün ülke ekonomisine katkısı / katma değeri yeterince ortaya konulamıyor.
- Halkla ilişkiler çalışmalarının sonuçlarının ölçülebilirliği ile ilgili yetersizlikler söz konusu.
- Sektörel standartların gözetilememesi, adil rekabet ortamını sarsıyor.
- Sektör ajanslarındaki nitelikli iş gücü, çoğunlukla kurumlar bünyesine geçiş yapıyor.
- Halkla ilişkiler sektörü, yaratıcılıktan çok bilginin yönetimiyle ilişkilendiriliyor.
- Dijital teknolojilerdeki gelişmelerle birlikte, halkla ilişkiler alanında yaratıcılığın payının artması öngörülüyor.

Öne çıkan noktalar ve tespitler:

Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörleri temsilcileri tarafından dile getirilen konular ve sorunlar değerlendirildiğinde, aşağıdaki noktalar öne çıktı:

- Sektörlerin çalışma alanlarına katkı sağlayabilecek freelance yaratıcılarla işbirliğini geliştirmenin, reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörleri için öncelikli bir konu olmadığı anlaşılıyor.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerinin freelance yaratıcılarla işbirliğinin önündeki temel engeller şunlar:
 - Freelance yaratıcıların, bu sektörlerin hizmet verdiği kurumların ve markaların formatlarını bilmemesi/benimseyememesi,
 - Freelance yaratıcılara yapılacak ödemelerdeki vergi payının sektörler tarafından yüksek bulunması,
 - Yaratıcı endüstrilere ve yaratıcı yeteneklere yönelik maddi ve manevi desteğin düşük olması,
 - Freelance yaratıcılık havuzunun yeterli büyüklükte olmaması.
- Reklam ve halkla ilişkiler sektörlerinin çalışma modellerinde yaratıcılık öncelikli bir konu değil.
- Sektörler, itibarsızlık, gelirlerin düşmesi ve haksız rekabet gibi daha acil ve yakıcı sorunlarla karşı karşıya.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerinde, dijital teknolojilerin de katkısıyla gelişmekte ve değişmekte olan iş modellerine yönelik belirgin bir arayış tespit edilemiyor.
- Yaratıcı ürünlerin tüketicilerle buluştuğu mecralar, reklam ve halkla ilişkiler iletişimi açısından öncelikli olarak değerlendirilemiyor.

Sonuç ve öneriler:

Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörleri temsilcileri tarafından dile getirilen sorunlar ve tespitler ışığında, bu sektörlerin diğer yaratıcı endüstriler ve freelance yaratıcılarla ilişkilerinin geliştirilmesi doğrultusunda şekillenen öneriler şöyleydi:

- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerini destekleyebilecek diğer yaratıcı endüstriler ve freelance yaratıcıların toplu olarak faaliyet gösterebileceği kümelenme alanları ve modelleri geliştirilmeli.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerinin bilgi ekonomisine ve yaratıcı ekonomiye katkıları, ciddi raporlama çalışmaları ile ortaya konulmalı, böylelikle bu sektörlerin yaratıcı çıktılarının telif hakları ile korunması yönünde adımlar atılmalı.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörleri, diğer yaratıcı endüstrilerin temsilcileri ile sistematik fikir ve bilgi alışverişinde bulunarak, yenilikçi ve yaratıcı iş modelleri üzerinde çalışmalı.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerinde halen ağırlıklı geçerli olan "geleneksel" / "dijital" ayrımı temelli bakış açısı sorgulanmalı.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörleri, diğer yaratıcı endüstrilerle işbirliği yaparak bağımsız yaratıcılara yönelik ödül ve teşvik sistemleri geliştirebilmeli.
- Reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerine katkı sağlayabilecek "dijital yaratıcılar" ve "dijital yapımcılar" gibi yeni iş tanımları üzerinde çalışılmalı.

- İstanbul kentinin yaratıcı potansiyeli ile ilgili farkındalığın artırılması için reklamcılık ve halkla ilişkiler sektörlerinin uzmanlıklarından yararlanılmalı.
Çalışma atölyelerinden biri olan Telif Hakları Atölyesi de yine YEKON içinde sektörlerin fikri mülkiyet hakları konusunda çalıştı.

8.4 TÜRKİYE İŞ KURUMU (İŞKUR)

Mesleki Bilgi, Rehberlik ve Danışmanlık Hizmetleri İşbirliği Protokolü kapsamında, TOBB Medya ve İletişim Meclisi üyeleri TÜHİD ve İDA tarafından 'Halkla İlişkiler Görevlisi İş Tanımı' dokümanı hazırlandı.

Mesleki Bilgi Komitesi Üyeleri Gonca Karakaş, Fügen Toksü, Işıl Arıdağ, Barika Göncü ve Arın Saydam tarafından hazırlanan doküman Meslek Bilgi Dosyası'na koyulmak üzere TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi'ne iletildi.

9. SEKTÖREL İŞBİRLİKLERİ

TÜHİD ulusal ve uluslararası iletişim sektörünün farklı özellikteki yan disiplinlerinin tamamıyla iletişim ve işbirliği içerisindedir. TÜHİD'in işbirliği içinde olduğu sektör örgütleri şöyle;

9.1. İLETİŞİM SEKTÖRÜ İŞBİRLİKLERİ

GLOBAL ALLIANCE AND COMMUNICATION MANAGAMENT DERNEĞİ - STOCKHOLM ACCORDS

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) olarak, üyesi bulunduğumuz Global Alliance and Communication Managament Derneği'nin 14-15 Haziran 2010 tarihinde İsveç Stockholm'de gerçekleşen 6. Dünya Halkla Forumu'nda sunulan 'Stockholm Accords'ın hazırlığına katkıda bulunduk.

'Stockholm Accords,' örgütsel başarıda halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminin önemli işlevini geliştiren/arttıran ve onaylayan bir çalışmadır ve her düzeyde halkla ilişkiler profesyonellerini bu hazırlanan ilkeleri, hem meslek hem yönetim hem de diğer sosyal paydaşlarla paylaşmaya davet eder.

Altı kıta üzerinde yer alan 20 ülkeden 59 halkla ilişkiler profesyonel/akademisyenin katkısı olan bu çalışma için 6 Şubat ve 9 Mart 2010 tarihlerinde iki sanal workshop gerçekleştirildi. Ardından yazışmalarla son haline getirilen 'Stockholm Accords' İsveç'te gerçekleşen 6. Dünya Halkla Forum'unda paylaşıldı. Bu çalışmalarda Ülkemizi ve Sektörümüzü Geçmiş Dönem Yönetim Kurulu Üyemiz Prof. Dr. Serra Görpe temsil etti. Sanal workshopların ilkinde 'Accords' temaları olarak önerilen yönetim(governance), yönetim(management), iç iletişim(internal communications), pazarlama(marketing), sürdürülebilirlik(sustainability) ile iç ve dış iletişimi uyumlandırma(alignment of internal

and external communications) temaları üzerinde görüşüldü. Katılımcılar ardından gruplara ayrılarak, bu temalar üzerinde içerik hazırladı.

Genel çalışmaya katkı dışında özellikle TÜHİD olarak 'iç iletişim' ve 'pazarlama' temaları üzerine yoğunlaşarak, içerik çalışması gerçekleştirdi.

Stockholm Accords'ın Türkçe çevirisi derneğimiz tarafından gerçekleştirildi. Metnin Türkçe ve İngilizce versiyonu TÜHİD'in web sitesine eklendi.

IPRA - ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ



TÜHİD Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği – IPRA'nın düzenlenen "Beyond Identity: New Frontiers in Branding" - Kimliklerin Ötesinde: Markalaşmada Yeni Sınırlar konferansına katılım gerçekleşti. Ayrıca, IPRA'nın Türkiye'de gerçekleşen 2014 devir teslim törenine de iştirak edildi. Ayrıca geçmiş dönemlerde TÜHİD işbirliğiyle IPRA Genel Kurulu Türkiye'de yapılmış, uluslararası iş ve iletişim dünyası ile Türk iş dünyasının bir araya gelmesi sağlanmıştır.

İDA - İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği



İDA ile ortak platformlarda mesleğimizi ve sektörümüzün gelişimi ve temsili konularında bir arada ve işbirliği içerisindeyiz.

KİD - Kurumsal İletişimciler Derneği



KİD ile ortak çalışmalarda iletişim sektörünün büyümesi hedefiyle işbirliği halindeyiz.

9.4. AHİD - Ankara Halkla İlişkiler Derneği & BHİD - Bursa Halkla İlişkiler Derneği



AHİD & BHİD ile mesleki işbirliği ve dayanışma devam ediyor.

9.2. MEDYA SEKTÖRÜ İŞBİRLİKLERİ

- BMD - Bilişim Muhabirleri Derneği
- EGD - Ekonomi Gazetecileri Derneği
- ESAM - Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği
- İMD - İnternet Medyası Derneği
- MGD - Magazin Gazetecileri Derneği
- RTGD - Radyo Televizyon Gazetecileri Derneği
- TGC - Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
- TESİYAP - Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Derneği
- TSYD - Türkiye Spor Yazarları ve Spor Kulübü Derneği.

9.3. İŞ DÜNYASI İŞBİRLİKLERİ

- KalDer - Türkiye Kalite Derneği
- TOBB - Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Türkiye Medya ve İletişim Meclisi
- KAGİDER - Türkiye Kadın Girişimciler Derneği

9.4. DİĞER İŞBİRLİKLERİ

- UNDP - Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
- DPİD - Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
- ETMK - Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Derneği
- GMK - Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği
- MTD - Moda Tasarımcıları Derneği
- RD - Reklamcılar Derneği
- RVD- Reklam Verenler Derneği
- RY - Reklam Yapımcıları Derneği
- RYD - Reklam Yaratıcıları Derneği
- SSTD - Sergileme ve Stand Tasarımcıları Derneği
- YEKON - Yaratıcı Endüstriler Derneği.



10. ÜNİVERSİTELERLE İŞBİRLİĞİ

İLETİŞİM FAKÜLTELERİ VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

TÜHİD, bütün İletişim Fakülteleri ile işbirliği içinde bulundu. Genç İletişimciler ve Öğretim Üyeleri ile çalışmalar paylaşıldı ve bilgi akışı sağlandı.

Etik Kurallar, Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri, TÜHİD çalışmaları konusunda sürekli bilgi verildi. İletişim Fakülteleri bir plan dahilinde ziyaret edildi ve genç iletişimcilerle buluşularak iletişim eğitimleri programına katkı ve mesleki işbirliği sağlandı. Ayrıca, iletişim eğitimlerinin sektöre uyumluluğu konusunda da TÜHİD yine danışılan noktada yer almaya devam etmektedir.

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ – İLEDAK İŞBİRLİĞİ



TÜHİD, İletişim Araştırmaları Derneği tarafından iletişim eğitiminin yükseköğretim düzeyinde kalitesini sağlamak ve iş hayatının ihtiyaç ve talepleriyle buluşturmak için kurulan İletişim Eğitimi

Değerlendirme Akreditasyon Kurulu – İLEDAK’da görev aldı. Toplantının neticesinde iletişimle ilgili mesleğin aradığı özellikleri saptamak ve mezunların kalitesinden yararlanmak konusunda paydaş bir kuruluş olarak ilettiğimiz görüş ve öneriler çerçevesinde hazırlanacak akreditasyon kurallarına göre üniversitelerin denetleneceği bilgisi paylaşıldı.

İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLAR TOPLANTISI

İletişim fakültelerindeki eğitim-öğretimin mevcut durumlarını tespit etmek, sorunlarına çözüm önerileri üretmek, yeni gelişim stratejileri belirlemek, fakülteler arasında işbirliği sağlamak ve ortak projelerin yapılmasına olanak tanımak amacıyla 2000 yılından bu yana iletişim fakültesi dekanlarının bir araya geldiği toplantılara katılarak, görüş ve öneriler sunuldu. İletişim fakültelerine gelecek stratejileri, iletişim eğitiminin geleceği ve iş dünyasının beklentileri konusunda görüş bildirildi.

CANNES GENÇ ASLANLAR YARIŞMASI



Cannes Lions Yaratıcılık Festivali’nin en dinamik bölümü ‘Genç Aslanlar’ yarışmasında, 2016 yılında ilk kez, genç PR profesyonellerimiz Türkiye’yi temsil etti. Bu kapsamda TÜHİD olarak başvuru süresi ve yarışma boyunca programa destek verildi. Cannes Lions Festivali ‘Genç Aslanlar’ yarışması Türkiye elemelerini, Artı İletişim

Yönetimi’nden Eda Erman ve Naz Uyulur kazandı. Kazanan ekip, 2016 yılı Haziran ayında gerçekleşen Cannes Young Lions PR yarışmasında Türkiye’yi temsil etti.

DİĞER

İletişim Fakültelerinden gelen bütün talepler değerlendirilerek genç iletişimcileri bilgilendirecek konferans, panel vs. talepler gerçekleştirildi ve iletişim anlatıldı.

Milli Eğitim Bakanlığının meslek liselerindeki halkla ilişkiler - iletişim bölümlerinin yapılandırılması konusunda destek olundu.

11. TEMSİL

TÜHİD, birçok kamu, özel, sivil toplum kuruluşları, medya, üniversite tarafından düzenlenen toplantılara, panellere, konferanslara katıldı, görüş bildirdi, halkla ilişkileri anlattı. Ayrıca, "İletişim" temalı birçok jüri ve toplantıya katılmaya devam etmektedir.

12. TÜHİD İLETİŞİM KANALLARI

www.tuhid.org / www.altinpusula.org

TÜHİD

Facebook / www.facebook.com

Twitter / www.twitter.com/tuhid

Instagram / www.instagram.com/tuhidd

Linkedin / www.linkedin.com

Google+ / www.plus.google.com

YouTube / www.youtube.com/tuhidd

Web Sitesi / www.tuhid.org

ALTIN PUSULA TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ

Facebook / www.facebook.com/altinpusulahalklailiskilerodulleri

Twitter / www.twitter.com/altinpusulaodul

Google+ / www.plus.google.com

Web Sitesi / www.altinpusula.org

TÜHİD Sosyal Medya



Altın Pusula Sosyal Medya



www.tuhid.org
www.altinpusula.org

Teşekkürler...