

# YEREL YÖNETİMLERİN VARLIK NEDENİ OLARAK “HALKLA” İLİŞKİLER



Kafkas Üniversitesi İktisadi ve  
İdari Bilimler Fakültesi Dergisi  
Cilt 4, Sayı 5, 2013  
ISSN : 1309 - 4289

M. Akif ÖZER

Doç. Dr.,

Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari  
Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi  
Bölümü

ozero@gazi.edu.tr

**ÖZET** | Bu çalışmada genelde kamu kuruluşlarının özelde de yerel yönetimlerin, yönetilen olarak halka her zamankinden daha fazla önem vermeleri gerektiği tartışılmıştır. Yönetim sürecinde halka en yakın birimler kamu kuruluşları olarak yerel yönetimlerdir. Varlıklarının kaynağı, demokrasinin temel kuralı olan seçimler aracılığı ile oy kullanarak iradesini ortaya koyan halktır.

Yerel yönetimler, bu durumun doğal bir sonucu olarak her zaman halkla iç içe olmak zorundadırlar. Yerel yönetimler, kendileri için bir meşruiyet aracı olan halka, geliştireceği halkla ilişkiler araçları ile hak ettiği değeri verebilirler. Halktan kopuk yerel yönetimlerin hizmet sunumunda başarılı olmaları mümkün değildir. Süreci etkin yönetebilmek için mutlaka halka dönük faaliyetleri esas almalıdırlar.

Bu temel öngörülerin esas alındığı çalışmada önce halkla ilişkilerle ilgili kuramsal bir çerçeve çizilmiş ve kamu kuruluşlarında halkla ilişkilerin sosyal sorumluluk ve kamu yararı gereği özel durumuna vurgu yapılmıştır. Ardından da yerel yönetimlerde halkla ilişkiler konusu incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Kuruluşları, Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Sosyal Sorumluluk, Kamu Yararı



Makaleyi çevrimiçi görüntülemek için QR  
Kodu okutunuz.

# “PUBLIC” RELATIONS AS A REASON FOR THE EXISTENCE OF LOCAL GOVERNMENTS



Kafkas University Journal of  
Economics and Administrative  
Sciences Faculty  
Vol. 4, Issue 5, 2013  
ISSN : 1309 - 4289

M. Akif ÖZER

Assoc. Prof. Dr.,

Gazi University, Faculty of Economics  
and Administrative Sciences,  
Department of Public Administration

ozer@gazi.edu.tr

**ABSTRACT** | In this study, it will be discussed that in particular local governments and in general public institutions should pay greater attention than ever to public as managed people.

In management process, local governments are the closest units to the public as public institutions. The source of their existence is the public that setting out their will by voting through the elections that are the basic rule of democracy. Local governments, as a natural consequence of this situation must always be nested with public. Local governments can value to the public which for them means a legitimacy by public relations tools that they can develop. Success of local governments to be detached from the people in service delivery is not possible. They should get essential the activities for the public in order to manage process effectively.

In the study that is accepted these basic framework, first theoretical study on public relations will be drawn and will be emphasized to the special status of

public relations for requirement of social responsibility and public interest in public institutions. Then public relations in local government will be examined

**Keywords:** *Public Institutions, Local Governments, Public Relations, Social Responsibility, Public Interest*



Scan QR Code to see this article online

**Cite this paper** | ÖZER, M.A. (2013). "Public" Relations as a Reason for the Existence of Local Governments". KAU IIBF Dergisi, 4(5), 19-50.

## 1. GİRİŞ

Halkla ilişkiler, özel ya da kamu kurum ve kuruluşlarının ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptıkları çalışmaların tümünü kısaca belirtmek için kullanılan bir kavramdır. Temelde bir iletişim faaliyeti olup, kuruluşun toplumda kendisiyle ilgili çeşitli çıkar gruplarıyla iyi ilişkiler geliştirmesi ve topluma yararlı faaliyetler konusunda bilgi vermek amacıyla gerçekleştirilir (Mucuk, 2005:183). Bu yönüyle halkla ilişkiler, belirlenmiş hedef kitleleri etkilemek için hazırlanmış, plânlı ve inandırıcı bir haberleşme çabasıdır (Gürüz, 2003:3). Esas itibarıyla bu çabanın özel sektör ve kamu kuruluşları boyutunda farklılaşmaması gerekir. Ancak uygulamaya baktığımızda durumun böyle olmadığı açık bir şekilde ortaya çıkar.

Bu çalışmada, özel sektör bakış açısını bir kenara bırakılarak, kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetlerini ele alınmıştır. Doğal olarak kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler faaliyetleri, özel sektörden hem etkilenme hem de etkileme yönleriyle örtüşmektedir. Bu gerçek doğrultusunda hareket ederek, halka en yakın hizmet birimleri olarak yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetlerine bakış açıları sorgulanmaktadır. Halkla ilişkilerin teorik tanımlarından hareket ettiğimizde, halkla ilişkiler faaliyetlerine en çok önem vermesi gereken kuruluşlar, başta belediyeler olmak üzere yerel yönetim kuruluşlarıdır.

Çalışmada halkla ilişkiler faaliyetlerinin yerel yönetim boyutlarına geçmeden önce genel itibarıyla halkı etkileyen söz, eylem ya da olaylardan oluşan halkla ilişkiler faaliyetlerinin teorik bir çerçevesinin çizilmesi düşünülmektedir.

## 2. HALKLA İLİŞKİLERİN TEORİK ANLAM

Literatürde halkla ilişkiler konusunda yapılmış çok sayıda tanım bulunmaktadır. Çalışmamızda bu tanımlara ayrı ayrı bakılmıyorsa, en önemli ve kapsamlı olan tanımlara değinilmiştir.

Halkla ilişkiler, bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlâki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur (Okay ve Okay, 2005:2).

Görüldüğü gibi yukarıdaki halkla ilişkiler tanımımız halkla ilişkileri bir süreç olarak ele almakta ve söz konusu faaliyetleri bir yönetim fonksiyonu olarak görüp, örgütsel katkılarını ortaya koymaktadır. Bu yönüyle tanımın geçerliliğinin ve kabul edilebilirliğinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Halkla ilişkilerin neredeyse literatürde geçen tüm tanımlarını kapsayabilecek bu tanımı, bize halkla ilişkilerin işlevleri konusunda da önemli ipuçları vermektedir. Esasında günümüzde halkla ilişkiler kuruluşların yürüttükleri günlük pratikler üzerine kurulan ve onların üzerine inşa edilmiş plânlı uygulamalar olarak değerlendirilmektedir.

Bu tür halkla ilişkiler aslında belli güç yapılarının halkla ilişkilerini belli amaca ulaşmak için profesyonel tarzda düzenlemeleri olarak da düşünülebilir. Dolayısıyla, halkla ilişkiler, belli tarz, yoğunluk ve yönde ilişkileri geliştirmeyi amaç edinen profesyonel inceleme, tasarım, karar verme, uygulama ve yönetim faaliyetleri olarak ortaya çıkmaktadır (İşler, 2007:81).

Bu noktada halkla ilişkiler dediğimiz görev, özel ya da tüzel kişinin, yani bir insanın, derneğin, özel ya da kamu kuruluşunun karşılıklı iş yaptığı gruplarla ilişkiler kurması, varsa ilişkilerini geliştirmesi için gösterilecek çabalar (Asna, 1998:7) olarak değerlendirilebilir.

Bunun yanında halkla ilişkileri, kendi tutumunuzun doğru olduğuna başkalarını inandırabilme işi olarak da kabul edebiliriz. Yani halkla ilişkiler, kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir. Bu süreçte kapsama, dış âlemin sempati ve iyi niyetini sağlamak amacı ile yönetici ve girişimcilerin başvurdukları usullerin tümü girer.

Halkla ilişkiler; en verimli haberleşme sistemini kurmak, kurum ve kuruluşlar içinde insan ilişkileri alanında büyük ölçüde sempati oluşturmak, bir faaliyet hakkında kapsamlı bilgileri sağlamak (Tortop, 1997:3-4) amaçlarıyla gerçekleştirilir.

Günümüzde kuruluş yönetimleri için geçerli en temel kurallardan birisi de halk desteğini sağlamaktır. Bunun için son zamanlarda hem özel hem de kamu kuruluşları halk desteğini sağlayıcı çalışmalarda bulunmaktadır. Bu süreçte yukarıdaki tanımlarda da ortaya konulduğu şekliyle halkla ilişkiler, bütün kuruluşların karşı karşıya kaldıkları sorunlar için başvurdukları bir çözüm yolu durumundadır.

Halkla ilişkiler faaliyetlerini yerine getiren yöneticinin amacı, kendi kuruluşuna karşı kamuoyunun saygısını ve güvenini kazanmaktır. Etkili bir halkla ilişkiler programı gerçek ihtiyaçlara ve etkili hizmet görme sürecine dayanmalıdır. Burada etkili halk desteği sağlamak bir kurmay yani danışma hizmeti olmaktan çok, kuruluşun her üyesince paylaşılan bir hat hizmeti olarak görülmelidir (Ergun-Polatoğlu, 1992:249).

Dolayısıyla halkla ilişkileri örgütün temel fonksiyonlarının gerçekleştirildiği ana hizmetler arasında gördüğümüzde, konuya verilen önem artacak, halkla ilişkiler faaliyetleri üzerinde hassasiyetle durulacak, bu paralelde de kuruluş yönetimleri halkla ilişkiler çalışmalarından bekledikleri olumlu sonuçlara daha kolay ulaşabileceklerdir.

### 3. KAMU KURULUŞLARINDA HALKLA İLİŞKİLER

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetleri, "bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta

kamuoyunda kuruluşun, kuruluşta da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli çabalaradır" şeklinde tanımlanmaktadır (Kazan, 2007:19).

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler, bu kuruluşların hedef kitleleri ile olumlu ilişkiler kurmalarının ve halkın kuruluşun amaç, politika ve etkinliklerini benimsemelerinin, onların etkinliğine ve verimliliğine katkıda bulunacağı varsayımına dayanmakta ve bunun sağlanmasını kendisine amaç edinmektedir. Söz konusu amaç, bir bütün olarak kamu yönetiminde halka karşı gerekli duyarlılığın da sağlanması anlamını taşımaktadır (Uysal, 1998:25).

Kamu kuruluşları halk yararına çalışmak ve halka hizmet etmek için kurulmuşlardır. Demokratik ülkelerde yetkili organların seçilmesi ile halkın görevi bitmemektedir. Kararların alınmasında, bunların uygulanmasında ve çalışmaların denetlenmesi aşamalarında halka da bir kısım görevler düşmektedir.

Halkın bu çeşitli aşamalarda yardımını, desteğini ve katkısını sağlamak iyi bir idare için mutlak gereklidir. Yönetimin başarısı da halkın bu yardım ve katkısını sağlayabildiği oranda artmaktadır. Bu yönden yönetimi başarılı kılmak için, her alanda kamu kuruluşlarının halka yakın işbirliği içinde olması gerekmektedir (Tortop, 1997:1).

Ancak bu tür durumların kamu yönetiminin halkın hizmetkârı olarak nitelendirilmesine yol açması, bir bakıma bu ast konumdan kaynaklanan ikilem içermekte ve kamu yönetiminin halkın temsilcilerine hesap verme sorumluluğu ile bu ast konum pekiştirilmektedir. Burada sorumluluk ile kişinin içten gelen ahlâki mecburiyetlerini anlatan bireysel hesap verme yerine, yürütmenin yasamaya hesap vermesini içeren kurumsal hesap verme kastedilmektedir.

Demokratik ülkelerde geçerli olan bu tür sorumluluk anlayışı içinde kamu kuruluşlarının teknik ve demokratik olmak üzere iki standarda uymaları gerekmektedir. Teknik sorumluluk, yönetimin sağlıklı ve gayretli olması için gerekli bir şart olduğu halde yeterli koşulu oluşturmamakta, siyasal sorumluluk ile de demokratik yönetimin olmazsa olmaz koşulunun yerine getirilmesi gerekmektedir (Uysal, 1998:24). Demokrasilerde siyasal sorumluluğun gereği ise halkın iradesini ortaya koymasını sağlayan kanallar aracılığı ile gerçekleşmektedir.

Siyasal sorumluluğun bir sonucu olarak kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetleri, bir ikna yöntemi ve bir onay süreci olarak devletin müdahale alanının genişlemesinin gerekçesi olarak kullanılmıştır. Üstelik bu rol, yalnızca devletle sınırlı görülmemiş, özel sektörün de bu süreçte kendisine yer edinmesi için imkân olarak sunulmuştur (Uysal, 1998:32).

Bundan dolayı da halkla ilişkiler her zaman için yönetimin temel bir işlevi olarak kabul edilmiştir. Yönetimin olduğu her alanda halkla ilişkiler faaliyetlerin gerçekleştirilmesi zorunludur. Bu süreçte önemli olan halkla ilişkilerin zamanında plânlanması, iki yönlü haberleşmenin, bilgi alışverişinin olması, etkileşimin sağlanması ve bu sürecin durmadan geliştirilmesidir.

Halkla ilişkiler; yönetimin izlemekte olduğu politikanın halka benimsetilmesini, çalışmaların devamlı ve tam bir şekilde halka duyurulmasını, yönetime karşı olumlu bir havanın oluşturulmasını, buna karşılık halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün ve yönetimden ne istediğinin bilinmesini ve halkla işbirliği yapılmasını sağlar (Erdem-Akbaba, 2007:182).

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkilerde temel amaç, halkı aydınlatmak ve onlara yapılan çalışmaları benimsetmektir. Bunun yanında halkla ilişkiler aracılığı ile halkın yönetime ya da kuruluşa karşı güven duyması, yönetimle halk arasında bilgi akışını da sağlayacaktır (Kazan, 2007:17).

Birçok akademik çalışmada ve ilgili literatürde halkla ilişkilerle ilgili tanımlara bakıldığında, halkla ilişkilerin yönetimin temel içsel bir parçası olduğu ve yönetimde halkla ilişkilerin, insan kaynakları ya da pazarlama gibi diğer yönetim fonksiyonlarından oldukça farklı olduğu belirtilir (Vercic-Grunig, 2003:9). Bundan dolayı özel ve kamu kuruluşlarında, düzenli ve programlı biçimde yürütülen halkla ilişkiler çalışmaları, gerek örgüt içinde bir halkla ilişkiler bölümü oluşturarak, gerekse danışman ve ajanslarla çalışılarak (Gürüz, 2003:36) profesyonel bir bakış açısıyla yürütülmelidir.

Bu gerekliliğe bilimsel bir bakış açısıyla da yaklaşmak gerekmektedir. Genel olarak kabul gördüğü gibi akademik bir disiplin olarak kamu yönetimi, kamu bürokrasisini ve onun mal ve hizmet sunduğu halkla ilişkilerini anlamaya ve geliştirmeye yönelik uygulamalardan ve teorilerden meydana gelen bir bilim dalıdır. Bu disiplin, devletin yürütmeye ilişkin kolunun daha etkin ve verimli işlemlerini sağlayacak olan örgütle, personelle, uygulamalarla ve yöntemlerle ilgilenmektedir (Eryılmaz, 2000:8). Bu çevrede yönetim; kuruluş içi amaçları ve öncelikleri belirlemek, bu amaçları başarmak için işlemsel plânlar yapmak, doğru kişileri doğru görevlerde kullanmak, birimleri ve pozisyonları gerekli otorite ve sorumluluklarla yüklemek, çalışanların bilgi ve becerilerini artırarak kurumsal kapasiteyi yükseltmek, insan kaynağını seçmek, eğitmek, ödüllendirmek ve cezalandırmak, farklı yönetim-bilgi, bütçeleme, hesaplama, raporlama, istatistik, performans ve ürün değerlendirme sistemlerinin ve karar verme tekniklerinin kullanılabilmesine ortam hazırlamak, kuruluşun dış birimleri ile ilgilenerek, amaçlara ulaşmada örnek model aramak, bağımsız örgütlerle ilgilenerek, baskı grupları, özel girişimciler gibi örgütün amaçlarına ulaşma yeteneğini geliştirecek kuruluşlarla ilişkide bulunmak, basın ve halkla ilişkilere önem vermek (Hughes, 1998:55) gibi fonksiyonları yerine getirmektedir.

Kamu kuruluşları halkla ilişkiler tekniklerini;

- \* Halkı hakları ve yükümlülükleri konusunda bilinçlendirmek
- \* Halka imkânlar dâhilindeki hizmetleri ve faydaları sunmak
- \* Kamusal görev ve süreçler konusunda halkı eğitmek
- \* Yasamanın etkisini açıkça ortaya koymak ve halkı bilinçlendirmek
- \* Tartışma ortamını güçlendirmek



\* İyileştirmeye yönelik yardımlar amacıyla kullanırlar (Stockwell, 2004:400).

Halkla ilişkiler, çağdaş yöneticilik anlayışının temel ögesidir. 20. yüzyılın başında kamuoyunu dikkate almayan ve özellikle işadamlarında belirginleşen tek hedefin kuruluşun daha çok kâr etmesi, yani sahiplerin daha çok para kazanması olduğu görüşü, kuruluşlar büyüyüp ortak sayısı artmaya başladıkça geçerliliğini yitirmiştir. Ticaret ve sanayi kuruluşları birkaç kişinin sermayesi ile yönetilemeyecek kadar büyüyüp, halka açık şirketler biçimine dönüşünce, önce yöneticilerin halktan gelen ortaklarla olumlu ilişkiler kurması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Daha sonra bu ilişkilerin çalışanları, müşterileri, bayileri, küçük satıcıları, kuruluşa yan madde sağlayanları, kuruluşun içinde bulunduğu yerel toplumu ve giderek eğitim kurumları ile hükümeti, 1930'larda da tüm kamuoyunu içine almasıyla sorumluluğunun bilincine varan yöneticilik görüşü değer kazanmıştır.

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler kavramının hızla gelişmesi sonucu, özel kesimde de yaygınlık kazanan kavram, yöneticilik anlayışında, yönetimin ilk ve temel amacının, kuruluşun ve ortaklarının kazançlarının artması kadar, kamuoyu için doyum ve beğeni yaratmak olduğunu vurgulayan bir devrime yol açmıştır. Bu yüzden, halkla ilişkiler, ekonomik, sosyal ve siyasal kuruluşların yöneticileri, her çalışma dalında halkın yararını ön plana alan bir görüş ve tutuma yönelten yönetim felsefesi haline gelmiştir (Asna, 1998:2-3).

Kamu kuruluşları, halka hizmet amacıyla kurulsalar da halk için ve halkla beraber hareket ettikleri sürece başarılı olabilmektedirler. Devletin varlık nedeni de budur. Amaç; halkın güven ve sevgisini kazanarak, halk yararına hizmet vermektir. Hizmetin halkın yararına olup olmadığı ise ancak halkın görüş ve eleştirileri de bilinirse belirlenebilmektedir (Kazan, 2007:19).

Ülkemizdeki önemli kuruluşların hemen hemen hepsinde halkla ilişkiler birimleri bulunmaktadır. Bu birimler halkla ilişkiler adı ile anılmasa bile kamunun aydınlatılması için ve kamuyla ilişki içinde kurulmuşlardır. Ancak öyle anlaşılmaktadır ki, yıllardır söylendiği gibi bu birimlerin verdiği hizmet, kupür kesme ve ender olarak da üst yöneticiye bilgi taşımaktır. Kaldı ki bunlar bile doğru dürüst yapılamamaktadır. Kimi kuruluşlarda da halkla ilişkiler üst düzey yöneticinin yani bakanın, belediye başkanının, vakıf başkanının, dernek başkanının halkla ilişkileri biçimine dönüştürülmüştür.

Görüldüğü gibi Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulaması niteliği ve önemi itibarıyla anlaşılammıştır. Türk kamu yönetiminde bu misyonu fark edip halkla ilişkilere önem verecek kuruluşların yeterli ve yetişmiş personeli yoktur. Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler, genel olarak üst düzey yöneticiyi tanıtmak ve onun kişisel halkla ilişkilerini yürütmekten ibarettir. Halkla ilişkiler ülkemizde böyle bir anlayışla başlamış ve aynı anlayışla devam etmektedir (Becerikli, 2005:123).

#### 4. HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE ÖZEL – KAMU İLİŞKİSİ

Kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler kavramının hızlı yaşanan gelişim sonucu özel

kesimde de yaygınlık kazanması, yöneticilik anlayışında, yönetimin ilk ve temel amacının, kuruluş ve ortaklarının kazançlarının artması kadar, kamuoyu için doyum ve beğeni yaratmak olduğunu vurgulayan bir devrime yol açmıştır. Bu yüzden Halkla İlişkiler, ekonomik, sosyal ve siyasal kuruluşların yöneticilerini, her çalışma dalında halkın yararını ön plana alan bir görüş ve tutuma yönelten yönetim felsefesi haline gelmiştir. Bu açıdan Halkla İlişkiler, bilinçli olarak kuruluşun çalışmalarını etkileyecek her kararda, kamu yararını en önde tutan bir yöneticilik felsefesi ve düşünce yönetimidir (Asna, 2006:11).

Halkla ilişkiler, toplumsal devinime koşul olarak hem özel sektörde hem de kamusal sektörde, kurum ve kuruluşların olmazsa olmaz bir parçası olmuştur. Halkla ilişkilerin amacı, yönetsel süreçlerin iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve hizmet etkinliğinin artırılmasıdır. Halkla ilişkilerin bilgi toplama ve yayma işlevleri, tamamıyla bu amaca yöneliktir. Bu yerel yönetimler için de geçerli bir amaçtır. Halkın yerel düzeyde neler yapıldığını öğrenmesi, hizmet verimliliğinin artırılması, hemşerilerin kenti benimsemesi, hizmetlerin kentsel gruplara eşit dağılımının sağlanması, yerel düzeyde kamu hizmetlerinin ve kamu yararının sağlanması için halkla ilişkilerin kurumsallaşması oldukça önemli bir konudur (Çukurçayır, 2010:11).

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler uygulamaları, tanıma ve tanıtma olarak iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Halkın yönetiminden ve hizmetlerinden şikâyetleri, verilen hizmet dışında kurumdan neler beklediği gibi konular tanıma çalışmaları kapsamında yer almaktadır.

Halkın, yönetim ve yönetimin yerine getirdiği ya da getirmeyi planladığı hizmetleri konusunda bilgilendirilmesi de tanıtma çalışmaları olarak adlandırılır.

Kamu sektöründe halkla ilişkiler görevlileri, tanıtım ve iletişimi sağlama görevlerinin yanı sıra yurttaşlara; kurum içerisinde görüşmeler için onlara yol göstermek, açıklamalarda bulunmak, yersiz ve yanlış başvurularını önlemek, süzme ve yönlendirme yapmak gibi halkla ilişkiler birimlerinin doğal görevlerini yerine getirmekle yükümlüdür (Kazan, 2007:20).

Özel sektör kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetleri ise iki temele dayanmaktadır. Bunlar; çevreyi tanıma ve örgütü çevreye tanıtmaktır. Bir işletme, varlığını müşterileri ile devam ettirebilmektedir. Kuruluş, çevreyi tanımaya çalışarak, müşterilerin düşünce ve isteklerini de öğrenmiş olmayı istemektedir. Bu şekilde, müşterilere yönelik olumlu kurum imajı yaratma, kuruluşa müşteri kazandırma, müşteriyi kuruluşa bağlama gibi halkla ilişkiler kampanyalarına nasıl yön verileceği belirlenmektedir.

Örgütü çevreye tanıtmak ise, kamuda olumlu imaj oluşturma, takdir toplama ve güven oluşturma gibi halkla ilişkiler çalışmalarına başvurarak, örgütün halk tarafından bilinir duruma getirilmesine yönelik çabaların tümüdür.

Günümüzde halkla ilişkiler çalışmalarının, özel sektörle kamuoyu arasında bir köprü görevi de üstlendiği gözlemlenmektedir. Özel sektörün toplumun içindeki konumunu daha da güçlendirmek, geliştirmek ve başarısını sürdürmek için halkla ilişkiler çalışmaları artık bir



ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır (Kazan, 2007:19).

Kamu kurumunun halkla ilişkiler uygulamasındaki aşamalarıyla özel sektördeki aşamalar arasında fark vardır ve amaçlar ayrı yönlere işaret eder. Kamu kuruluşu, yönetilen için bir veri kurumudur. Oysa özel sektörde aynı mal ve hizmeti sunan birçok kurumdaki söz etmek mümkündür. Kamu kesimi, halkın içinde ve önerilerine göre kendi yapı ve işleyişine değişiklik getirebilmesine karşılık özel kesimde, böyle bir değişiklik olanağı çok küçük ve sınırlıdır (Kazan, 2007:14).

Özel sektörde halkla ilişkiler uygulaması, tanıtım ağırlıklıdır. Kamu sektöründe ise tanıtım ön planda değildir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde, kamu kurumlarında hizmet; özel sektörde ise kâr amaçlanır. Özel kurumlarda yürütülen halkla ilişkiler kampanyalarında, kamu kurumlarında ön plana çıkan sosyoloji ve kamu yönetimi tekniklerinin yerini, iletişim sosyolojisi ve sosyal psikoloji alır (Kazan, 2007:16). Kamu yönetimi hükümetin amaçlarına ulaşması için belli işlevleri yerine getirir. Halkla ilişkiler bunlardan biridir. Bununla birlikte kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamalarının yalnızca siyasal destek kazanmaya yönelik olduğu konusunda kuşkuların bulunduğu, söz konusu kuşkuların belli bir gerçeklik payı taşıdığı söylenebilir. Halkla ilişkiler yalnızca kamu yönetiminde değil, içinde yer aldığı her tür yönetsel kuruluşun amaç ve politikalarına hizmet eder (Uysal, 1998:35).

Kamu yönetiminin kamuoyu oluşturma, özellikle ussal kamuoyu oluşturma çalışmalarının başarıya ulaşmasını engelleyen; örgütlenme eksikliği, umursamazlık, bilinçli eylem olarak gizlilik gibi önemli sorunlar bulunmaktadır. Burada gizlilik halkla ilişkileri engellemekle kalmamakta, değişik alanlarda da olumsuz etkiler yapmaktadır. Gizlilik siyasal ve örgütsel bir hastalıktır ve çok yaygındır (Kazancı, 1999:65).

Bu süreçte ortaya çıkan gelişmeler neticesinde halkla ilişkiler birimlerinin görevleri şu şekilde oluşmuştur (Kazan, 2007:15):

- \* Kuruluşların iç ve dış çevreleriyle ilgili bilgileri toplamak, bu bilgileri rapor halinde yönetime sunmak.
- \* Kuruluşun sosyal ve ekonomik çevresindeki gelişmeleri izlemek, bu konularda yönetimi bilgilendirmek.
- \* Üst düzey yöneticilere, izlenecek politikaların halkla ilişkiler yönüyle ilgili öneriler geliştirmek.
- \* Kuruluşu tanıtıcı bilgiler vermek, faaliyet raporları hazırlamak.
- \* Kuruluş içi ve dışı haberleşmeyi sağlayacak yayınları hazırlamak.
- \* Meslek birlikleriyle ilişkiler kurmak ve geliştirmek.
- \* Özel gün, sergi, toplantı, seminer ve konferanslar düzenlemek.
- \* Müşterilerin ya da vatandaşların kuruluşla ilgili sorunlarını çözmeye yardımcı olmak.
- \* Özel ya da kamu kuruluşlarında, yöneticilerle görüşmek isteyen fertlerin, doğru kişilerle

ve doğru zamanda görüşmelerini sağlamak.

- \* Kişisel başvuruları düzenlemek ve yöneticiye başvuruları aktarmak.

## 5. HALKLA İLİŞKİLERDE SORUMLULUK ANLAYIŞI

Kamu veya özel kurum ve kuruluşların sunduğu hizmet; üretilen malın, belirlenen hedef kitlelere medya ve tanıtım teknikleri kullanılarak aktarılmasıdır. Bunu yaparken de çift yönlü iletişim süreci izlenir ve hedef kitle ile kurum arasında mesaj akışı sağlanır. Halkla ilişkiler birimleri, kurum ve hedef kitle arasında kurulan bir köprüdür (Kazan, 2007:13).

Toplumsal sorumluluk ve dürüstlük ilkesi halkla ilişkilerin felsefesini de ortaya koyan bir kavramdır. Toplumsal sorumluluk ilkesi gereği, işletmeler günümüzde yalnızca kar elde etmeye yönelik ürün ve hizmet üreten kuruluşlar olarak görülmezler. Artık üretim yapmak ve üretilenleri satmak biçimindeki anlayışın yıkıldığını, yerine yaşamlarını borçlu oldukları topluma karşı sorumluluk taşımaları gerektiği düşüncesini egemendir. Günümüzde ticari koşullar, şirketleri yalnızca kendi çıkarlarını değil, toplumun çıkarlarını da gözetmeye zorlar (Çamdereli, 2005:29).

Halkla ilişkiler iki yönlü ilişkiye dayalı bir iletişim süreci üzerinde kurulur. Halkla ilişkiler çalışmaları mutlaka gerçekler, gerçek olaylar üzerine kurulmuş olmalıdır. Halkla ilişkilerin siyasal, toplumsal, eğitsel işlevleri vardır. Bu işlevlerde karşılıklı etkileşimde, çeşitli taahhütler söz konusudur. Bunların yerine getirilmesi karşılıklı güven ortamının oluşturulmasıyla mümkün olmaktadır (Karadoğan, 2003:146).

### 5.1. Halkla İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk

Etkili halkla ilişkiler içinde, genişleme planlarının ve yeni çalışmaların, yerel toplulukların ve hayır bağışlarının medyadaki ilanı ve yeni konular hakkında uzmanların yorumları gibi bir dizi etkinlik bulunmaktadır. Dolayısıyla sosyal sorumluluk, kuruluşun halkla ilişkiler fonksiyonuna sahip olması için iyi bir sebep olmaktadır. Halkla ilişkiler uygulayıcısı, genellikle kuruluş içinde hedef kitle adına ombudsman olarak hizmet etmektedir. Toplam uygulamayla karıştırılmaması gerekmesine rağmen bu sosyal sorumluluk uygulaması halkla ilişkiler ideali olarak önemli bir rol oynar ve halkla ilişkiler fonksiyonunun bütüncül bir yönü olarak algılanır (Akdağ, 2007:210).

Günümüzde işletmeler sadece teknik ve ekonomik kuruluşlar olarak tanımlanmayıp, sosyal kuruluşlar olarak da anılmaktadır. Toplumun beklentilerinin değişmesinin işletmenin yeni kimlik kazanmasında önemli payı olduğu bir gerçektir. Yönetim alt sisteminin bir parçası olarak ve toplumsal beklentileri karşılama işleviyle, halkla ilişkiler bu görevi üstlenmektedir. Adam Smith'in maksimum kar anlayışının yerini topluma sorumlu davranılması anlayışına bırakmasının bir sonucu olarak, sosyal sorumluluk adı verilen yeni bir kavram ortaya çıkmaktadır (Özüpek, 2008:251).

Sosyal sorumluluk kurumların hissedarlar ve kanun ya da sendika sözleşmesi tarafından öngörülenlerin dışında toplumdaki diğer tamamlayıcı gruplara karşı da yükümlülüklerinin

olmasını gerektirir. Kurumlar açısından bakıldığında sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, kurumlara yüklediği sorumluluklar şu şekilde belirtilebilir:

- \* İhtiyaç hissedilmeden önce düzeltici önlemler alınması.
- \* Ortak sorunları çözmek için etkilenmiş bileşenlerle birlikte çalışılması.
- \* Tüm sektörü kapsayan standartları ve iç düzenlemeleri yerleştirmek için çalışılması.
- \* Hataların aleni olarak kabul edilmesi.
- \* Uygun sosyal programlara başlanması.
- \* Çevresel sorunların çözümüne yardımcı olunması.
- \* Değişen sosyal çevrenin takip edilmesi.
- \* Yönetim ile ilgili kurumsal kuralların yerleştirilmesi ve uygulanması.
- \* Toplumsal sorunlarda gerekli halk desteğinin sağlanması (Solmaz, 2008:160-161).

Sosyal olarak sorumlu kuruluş uygulamaları ve ahlaki standartlar, her örgütün bir yansımasıdır. Kuruluşlar, sosyal olarak sorumlu olmanın iş için bir fayda sağladığını ve bu faydanın aynı zamanda kendilerine de fayda sağladığını öğrenmektedirler. Sosyal sorumluluğu esas alan halkla ilişkiler uygulayıcıları şu avantajları elde ederler (Akdağ, 2007:210-211):

- \* Halkla ilişkiler ahlaki davranışı ve performans standartlarını güçlendirerek ve kodlayarak mesleki uygulamayı geliştirir.
- \* Halkla ilişkiler hedef kitlenin onayını alma ihtiyacını vurgulayarak örgütlerin hareketini geliştirir.
- \* Halkla ilişkiler hedef kitle nezdinde dile getirilen bütün görüş açılarını ifade ederek hedef kitlenin menfaatine hizmet eder.
- \* Halkla ilişkiler, parçalara ayrılmış sosyal ortamda iletişimi kullanarak ve arabuluculuk yaparak yanlış bilginin yerine doğru bilgiyi, uyumsuzluğun yerine de uyumu koyarak topluma hizmet eder.
- \* Halkla ilişkiler sosyal sistemlerin değişen ihtiyaçlarına göre, çevreye uyum sağlanmasına yardım ederek insan refahını artırmak için sosyal sorumluluğunu yerine getirir

## 5.2. Halkla İlişkiler ve Kamu Yararı

Genel anlamda hedef kitlenin eğiliminin belirlenmesi konusunda adeta erken uyarı sistemi gibi işleyen ve yönetimin çevresindeki değişikliklere uyum sağlamasında önemli bir yeri olan halkla ilişkiler, kar amacı güden ya da gütmeyen tüm kuruluşların faaliyet alanında kurmak istedikleri süreklilik için başvurduğu bir uygulama alanı olarak kabul edilmektedir (Balcı-Tarhan, 2007:245):

Halkla ilişkiler 20. yüzyılın başlarında bilgilendirmeyi ya da kamuoyunun aydınlatılmasını önceleyen tutumuyla dünyanın gündemine giren özü bakımından bütüncül bir iletişim sanatıdır. Bilgilendirme işlevini öteki iletişim bileşenlerince (reklâm, propaganda, pazarlama gibi) de yerine getirildiği düşünülecek olursa, temel ayrım, halkla ilişkilerin kurumsal yarardan çok kamusal yararı hedeflemesindedir (Çamdereli, 2003:66). Halkla ilişkilerle hedeflenen kamusal

yararları şu şekilde belirtebiliriz (Tortop, 1997:11):

- \* Bütün kamu kurum ve kuruluşlarında vatandaşların, özellikle fakir olanların hizmetinde olan benzeri kuruluşların daha modern, daha rasyonel örgütlenmelerinin yapılması.
- \* Sosyal sorumlulukla hareket edilmesi, bütün vatandaşlarda toplumsal görevlerini yerine getirecek bilinç oluşturulması.
- \* Her vatandaş için kendi ihtiyaçlarına ve yeteneklerine uygun sürekli bir iş sağlayan daha güvenli ortamlar oluşturulması.
- \* Yalnız mal sahiplerinin değil aynı zamanda işçilerin, fakirlerin ve işsizlerin de ihtiyaçlarına cevap veren mevzuat oluşturulması.
- \* Tekel haline gelmeyecek, güvenliği, toplumun yaşantısı ve çalışma olanaklarını incitmeyecek serbest teşebbüse hürmet eden, koruyucu ekonomik düzen oluşturulması.
- \* Egoizme veya keyfiliğe kaçmayan, kendi kendini denetim ve sosyal sorumluluğa yer veren bir özgürlük düzeni kurulması.

## 6. YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER

Yerel yönetimlerin, buldukları bölgede yaşayan insanları yakından ilgilendiren hizmetler yaptıkları için halkla ilişkileri yaşamak zorunda oldukları çok açıktır. Halk üzerinde etkili olabilmek için onu iyi tanımak gerekecektir.

Yerel yönetimler, merkezden yönetim kuruluşlarından farklı olarak ayrı seçilmiş organları, ayrı gelir ve giderleri, bütçeleri bulunan, özerkliğe, tüzel kişiliğe sahip ve buldukları bölge halkının ortak ve yerel ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile kurulmuştur. Başarıları, halkla ilişkilerde gösterdikleri çaba ve başarı ile ilgilidir. Yerel yönetimlerin organları ilde, vali ve encümenin atanmış üyeleri hariç, hepsi halk tarafından doğrudan doğruya seçilmiştir (Tortop, 1997:152). Dolayısıyla halkla en sıkı ilişkileri geliştirmesi gereken kuruluşlardır.

Yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin dört temel amacı vardır:

- \* Vatandaşların yerel yönetimlerin politikasından ve günlük faaliyetlerinden haberdar etmek.
- \* Yerel yönetimler tarafından kesin kararlar alınmadan önce, önemli yeni projeler hakkında vatandaşlara görüşlerini belirtme fırsatı vermek.
- \* Yerel yönetimlerin işleyiş sistemi ile kendi hak ve sorumlulukları konusunda vatandaşları aydınlatmak.
- \* Vatandaşlık gururunu aşılacak ve geliştirmek (Tortop, 1997:153).

Seçimle işbaşına gelen, hem toplumsal hem de siyasal baskılar altında hizmetleri yürütmek durumunda kalan yerel yönetimler, sunulan hizmetlerin çeşitlenerek artması ya da yerel sorunların büyümesi ve karmaşık bir hale dönüşmesi dolayısıyla halkla kaçınılmaz bir biçimde daha çok karşı karşıya gelmektedirler.

Bu durum, yerel yönetimler açısından plânlı ve programlı bir halkla ilişkiler faaliyetini daha

da önemli kılmaktadır. Amaçları kâr etmek olmayan kamu hizmeti veren yerel yönetimlerin de gerek görevleri gereği gerekse siyasal nitelikleri dolayısıyla toplumla iletişimi bir yönetim işlevi gibi kabul edip uygulamaları gerekmektedir. İletişim yönetimi veya halkla ilişkiler yönetimi; yerel yönetimden topluma ve toplumdaki yerel yönetime doğru işleyen iletişim sürecinin plânlanması, uygulanması ve sonuçlarının değerlendirilmesidir. Bu iki yönlü akış başarılı bir yerel yönetim biriminin uygulaması gereken iletişim stratejisini ifade etmektedir (Atik-Taşçıoğlu, 2009:161).

Tarihi süreçte kentleşmenin hızlanmasından dolayı, yerel yönetimlerin üzerindeki görev ağırlığı ve baskısı sürekli artmakta ve bu durum ise çok ciddi sonuçlar doğurmaktadır. İlk olarak, halkın yönetime ulaşması, yönetimle doğrudan diyalog kurabilmesi, yönetime katılmasının sağlanması için yerel yönetimlerin halka daha yakın halde tutulması, diğer taraftan da, yerel yönetimlerin karşılaşılan sorunların çözümü için kolaylık sağlayacak birimler kurmaları ve örgütsel yapılarında değişikliğe gitmeleri gerekmektedir. Çünkü kamu hizmeti yapılmadığı zaman, karşılığında ihtiyaç kendisini göstermeye başlar. Bu hizmetin görülmemesinden doğan bir takım sıkıntılar belirir.

Halkla ilişkiler çalışmalarının yerel yönetimlere girmesinin nedenlerinden biri de, idari yapının giderek büyümesi ve karmaşıklaşmasıdır. Kamu yönetiminin devasa sistemi içinde yerel yönetimler de, kuralları ve formaliteleri ile halk için karmaşık, kavranılmaz ve anlaşılabilir bir yapıdadırlar. Bu yüzden günümüzde, idarenin halk tarafından anlaşılabilirliğini azaltarak, kendini tanıtmaya çabasına girmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu zorunluluğun sonucunda, yerel yönetimler de kendisi ile toplum arasında iletişim sürecini gerçekleştirecek çalışmalar başlatmışlardır. Bu amaçla yapılacak her türlü faaliyet yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetleri olarak adlandırılır (Aksoy, 2010:1-2).

Halkla ilişkilerin en önemli yönlerinden birisi de yerel meclis üyeleri ve memurları ile bunların hizmet etmekte oldukları vatandaşlar arasındaki kişisel ilişkilerdir. Yerel yönetimlere başvuran vatandaşların ilgisizlik veya saygısızlıkla karşılanmasının bıraktığı kötü etkiyi hiçbir propaganda kolay kolay silemez. O halde, halkla ilişkilerin ilk hedefi memurla vatandaş arasındaki büyük engelleri kaldırarak, işlerin bir dostluk havası içinde çözümlenmesini sağlamaktır.

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler konusunda en güzel örnek ABD'nin çoğu eyaletinde uygulanan recall-geri çağırma uygulamasıdır. Seçimle işbaşına gelen bir kamu görevlisi, yine halkoyu ile dönem sonundan önce bu görevinden alınabilmekte veya görevinden düşürülebilmektedir. Bu toplumsal kurumu ve nedenlerini benimseyenler, onu geniş bir uygulama alanı haline getirmişlerdir. Sözünde durmayan yahut yetersiz bir kamu görevlisinin seçim dönemi sonuna kadar halkın başında kalması yerine, bu noksanlıkları öğrenilir öğrenilmez düşürülmesi gerekir. Bu araç her zaman kullanılabilir. Görevden düşürme uygulaması, ilk olarak dünyada 1903 yılında ABD'nin Los Angeles şehir kanununa konularak uygulanmıştır.

Yerel yönetimlerde genel halk görüşmesi de halkla ilişkiler açısından iyi bir yöntemdir.

Genel yönetimle ilgili olarak karar alınmasında, vatandaşların katıldığı toplantılar oldukça başarılı sonuçlar vermektedir. ABD'de iyi işleyen bu uygulama Avrupa'da işlerlik kazanmamıştır. Burada genel siyaseti etkileyen her önemli karar konusunda toplum görüşünün alınması, en azından bilgi verilmesi gerekir. Genel halk görüşmesi aslında biraz gayri resmi usulleri kapsar, çünkü buna katılan her vatandaş konuşmak istediğinde buna izin verilir. Daha doğrusu konuşma hakkı vardır. Halk görüşmesi, sorumlu memurlara karar vermeden önce hangi politik ortamda buldukları konusunda yargıya varma olanağı verir (Tortop, 1997:154-159).

Referandum zorunlu olarak uygulanan veya bazı hallerde isteğe bağlı olarak uygulanan bir kamu hukuku kurumudur. Bu yöntemde ilgili konuda halkın görüşü alınmaktadır. Federal düzeyde Anayasa değişiklikleri için referandum zorunludur. Yasal düzeyde, uluslar arası anlaşmalar ve bazı istisnalar hariç, referandum seçimliktir (İşçi, 2002:125).

Günümüzde merkezi yönetimlerden ayrı bir yapılanma gösteren yerel yönetimler kamu tüzel kişiliğine sahip kuruluşlar olarak, birçok konuda bağımsız davranmaktadırlar. İşlerin iyi yürütülmesi ve hizmetler arasında uyumsuzluk ve çelişkinin ortaya çıkmaması için merkezi yönetim vesayet yetkisine dayanarak yerinden yönetimi denetlemektedir.

Yerel yönetim hizmetlerinin halkla iç içe olarak gerçekleştirilmesinden dolayı halkla ilişkiler birimlerinin yeniden örgütlenmesi yoluna gidilmiştir. Halkın ihtiyaçlarını karşılayan birimler, yerel yönetimlerde halkın iradesi ve isteği doğrultusunda işbaşına gelmeye başlamışlardır. Bu yönetimlerde karar organları halk tarafından belirlenmektedir.

Yerel yönetim organları, vali ve encümenin atanmış üyeleri hariç hepsi halk tarafından doğrudan seçildiklerinden halkın yönetime katılmasını sağlayacak tedbirleri almak zorundadırlar. Halkın karar vermeye katılması, planlama işleminin basitleştirilmesi ve işlerin kolaylaştırılmasını, hareket alanının genişlemesi ile ve alternatiflerin artmasını sağlar. İl Genel Meclisi ve Belediye Meclisi toplantılarının halka açık yapılması bu konuda yararlıdır. Köydeki köy derneği ve imece uygulamaları da, bütün köylülerin katılımını sağladığından başarılı halkla ilişkiler uygulamalarıdır.

Halkla ilişkilere yerel yönetimlerde bu derece ihtiyaç olmasına rağmen gereken önem verilmemekte, hatta çoğunlukla ne teşkilatı ne de personeli bulunmakta, tabeladan öte hiçbir ifade etmemektedirler. Bu ihtiyacı birçok yerel yönetim teşkilatında belediye meclisleri yürütmektedir. Ondan dolayı halkla yönetim arasındaki bağlar kopmakta, güven azalmakta ve bir defa seçilen yönetimin ikinci defa seçilme şansı azalmaktadır (İşçi, 2002:125-127).

Bu kapsamda gündeme gelen yerel yönetimler için halka dönüklük; halkın gerçek beklenti ve ihtiyaçlarını, ilişki kurma ve derdini anlatma becerisini, işbirliği yapma ve yönetime katılma yeteneğini ve yönetsel sistemi anlama seviyesini dikkate alabilen ve işleyişini ona göre ayarlayabilen bir yönetim modeli gerektirmektedir (Gökçe, 2010:63).

Yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin işlevsel kılınması; ilgili yerel yönetim biriminin kendini



yerel halka tanıtmasını, hizmetleri hakkında doğrudan ve sağlıklı bilgiler aktarmasını sağlar. Bununla birlikte işlevsel kılınmış halkla ilişkiler etkinliği aracılığıyla yerel halkın ihtiyaçlarına, duyarlılıkları ve beklentilerine yönelik bilgilere doğrudan ulaşılmış olacaktır. Halkla ilişkilerin yerel yönetim birimi ve yerel halk açısından sağlaması muhtemel söz konusu amaçlara ulaşılması için bazı yöntemlere de ihtiyaç bulunmaktadır. Bu yöntemlerin uygulanması ile yerel halk ile yerel yönetim birimi arasında karşılıklı iletişim ve etkileşimin sağlanmasının yanı sıra yerel katılıma yönelik kazanımların da elde edilmesi mümkün görünmektedir (Öner, 2001:103).

## 7. GÜNÜMÜZDE YEREL YÖNETİM – HALK İLİŞKİLERİ

Dünyada kamu yönetiminin genişlemesi birçok soruna çözüm getirirken, yeni ve çok önemli kimi sorunların da doğmasına yol açmıştır. Bu yeni sorunların bir bölümüne getirilen çözümlerde oynadığı rol halkla ilişkilerin ideolojik olarak nitelenmesinin ana nedenidir. Halkla ilişkiler temelde yönetsel bir işlemdir ve bu niteliği ile doğrudan bir siyasal misyon yüklenmez. Ancak, kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulaması nihai olarak bir yandan yönetimin etkinliğini artırarak toplumda yönetime karşı bir güven duygusunun gelişmesini amaçlar, bir yandan da bazen kimi sorunların doğmasını, kimi sorunların krize dönüşmesini engelleyerek sistemin sürekliliğine katkıda bulunur. Bu açıdan bir tampon işlev niteliği taşır ve bu nedenle rahatlıkla ona doğrudan bir siyasal misyon yüklendiği düşünülebilir (Uysal, 1998:21). Halkla ilişkilerin bu yönü, günümüzde yerel yönetim halk ilişkilerinde de birincil belirleyici unsur olmuştur.

Bilindiği gibi yerel yönetimlerin yürüttüğü hizmetler, günlük hayatımızda önemli bir yere sahiptir. Bu hizmetler, "beşikten mezara" kadar hayatımızın çeşitli yönlerini kapsamaktadır. Yerel yönetimlerin önemi ve kamuoyunda sürekli tartışılmasının sebebi, onların şöyle ya da böyle yürütmeye çalıştıkları bu hizmetlerden ileri gelmektedir.

Böyle bir ortamda yerel yönetimler, halkın gereksinimlerinin, beklenti ve isteklerinin ne olduğunu öğrenmek ve aldıkları bilgilere göre hizmet politikalarını ve uygulamalarını halkın isteklerine, gereksinimlerine uyarlamak zorundadırlar.

Yerel yönetimler, aslında, tümüyle bir halkla ilişkiler faaliyeti uygulama alanıdır. Çünkü yerel yönetimler, kent halkının seçimiyle harekete geçen; halkın yakın denetim ve gözetiminde hizmet veren, hizmetleri ve personeliyle sürekli eleştirilen ve gündemde kalan kuruluşlardır. Yerel yönetimlerin yerine getirdikleri görevlerin artması, yerel sorunların büyümesi ve karmaşık bir hale dönüşmesi halkla yerel yönetimleri kaçınılmaz bir biçimde daha çok karşı karşıya getirmektedir (Aksoy, 2010:2-3). Bu zorunlu karşı karşıya kalmalar aşağıda belirteceğimiz unsurların sonuçlarıyla şekillenmektedir. Yerel yönetimlerin, halkla olan ilişkilerinde söz konusu bu unsurlara dikkat etmeleri ve sürecin gereklerine göre hareket etmeleri gerekmektedir.

### 7.1. Yönetimin Halk Tarafından Görünüşü

Maalesef günümüzde gerek merkezi gerekse de yerel hizmetler halkın istediği yeterlilikte

yapılamamaktadır. Halk kendisine yönelik tüm hizmetlerin en iyi şekilde yapılmasını ister. İdarenin mali gücünün yeterli olduğuna inanır. Buna karşılık hizmetlerin ağır ve pahalı yapıldığı kanısındadır. Halk genellikle idare ile sık sık yüz yüze gelmekten çekinir ve idare hakkındaki izlenimi onun bir yardımcı, yol gösterici olmayacağı tersine bir fren, dayanılmaz bir sıkıntı olacağı şeklindedir. Halk, idareyi yavaş, pahalı işleyen, personel sayısı hızla artan, az iş yapan ve halkı tedirgin edici bir organ olarak görmektedir.

Halk genellikle bütün dünyada yönetimden yakınmaktadır. Devlet dairelerinde işlerin görülmediğinden, gecikmelerden, kırtasiyecilikten şikâyetçidir. Memurları tembel, formalitelere düşkün olarak görür. Hatta devlet dairelerinde yapılan işlerin dedikodusunu yapmaktan hoşlanır. Bir İngiliz profesörü bir çalışmasında "eğer trende yolculuk yaparken karşınızda oturan kimse ile konuşacak bir şey bulamıyorsanız ona yönetimin kötülüğünden bahsedin, hemen sizinle anlaşacaktır" demektedir.

Yönetim hakkında olumsuz kanılar çeşitli meslek grupları tarafından ortaya atılır. Birçok serbest meslek mensupları, tüccarlar, doktorlar vb. mesleklerde çalışanlar kendilerini ilgilendiren konularda yapılan işlemler dolayısıyla yönetimi eleştirirler, keza gazetelerde de yönetimle ilgili birçok yazı çıkar. Halkın yönetime bakışını, yönetici ve memur davranışı da doğrudan etkilemektedir. Yönetici ve memurların halka iyi muamele etmemeleri, sert davranmaları da halkın başvurmasını güçleştirmektedir. Gerçekten geçmişten günümüze halkın yönetim ile ilişkilerinde iyi muamele edilmediği şikâyet konusu olmaktadır. Her hükümet değişikliğinde, genellikle yeni hükümetin bakanları genelge yayınlayarak, özellikle taşra örgütünde çalışan personelin vatandaşlara iyi ve tarafsız muamelede bulunmalarını istemektedir. Halkın yönetimden yakınmasının ortadan kaldırılması için yönetimin çaba göstermesi, halkın olumsuz kanılarını olumlu bir biçime çevirecek usullere, yollara başvurması gerekir.

## 7.2. Halkın Yönetimden Yakınma Nedenleri

Yapılan araştırmalarda yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetlerinde en çok karşı karşıya kalınan yakınma nedenleri arasında halkın yönetim çalışmalarından habersizliği ve yönetimin halk isteklerine önem vermemesi yer almaktadır. Şimdi bu nedenlere biraz daha ayrıntılı bakalım.

\* Halkın yönetim çalışmalarından habersizliği: Halk, kamu kuruluşlarında memurların kapalı odalar içinde neler yaptığından, halka yararlı ne gibi hizmet projeleri hazırladığından çok kez habersizdir. Bunun için memurların dairelerde, genellikle boş oturduğu, halkın şikâyetçi olduğu konulara çare bulmak için çalışmadığı kanısına kapılır. Buna sebep, halkın kamu kuruluşlarında yapılan çalışmalardan haberdar edilmeyişi, halka bilgi verilmemesidir. İyi bir yönetim, çalışmalarını, gelecek hakkındaki projelerini mümkün olan araçlarla halka duyurmalıdır.

\* Yönetimin halk isteklerine önem vermemesi: Yönetim, çeşitli basılı araçlar ve diğer

şekillerde yansıyan halk dilek ve ihtiyaçlarına önem vermeyebilir. Bu şekilde halkın tepkileri gittikçe çoğalabilir. Hâlbuki halk, sendika, dernek, mesleki örgütler veya basın yolu ile dilek ve isteklerini yönetime yansıtmayı düşünür. Yönetim bu isteklere kulak vermemiş, onları değerlendirmemiş ise halkın güvenini kaybeder. Halk, kamu kuruluşlarının keyfi hareket ettiğine, isteklerinin çözümlenmesi için çaba harcamadığına inanır. İyi bir yönetim, halkın isteklerini izlediğine ve olumlu çözüm yolları bulmak için çaba harcadığına halkı inandırmalıdır (Tortop, 1997:89-93).

Yerel yönetimlerin sosyal sorumluluklarını, bir kamu kurumu olmaları yönüyle kuruluş amaçlarıyla ilişkilendirilerek ortaya koymak mümkündür. Yerel yönetimler, bir belde yaşayan halkın mahalli ortak ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kurulmuş kurumlardır. Yerel yönetimlerin kuruluş amaçlarını ortaya koyan bu tanım, aynı zamanda yerel yönetimlerin sosyal sorumluluklarının belirlenmesinde de önemli bir rehber olmaktadır. Bu durumda yerel yönetimlerin sosyal sorumluluk alanları, temel işlevlerinin yerine getirilmesi, yani kurulduğu belde gerekli yerel ihtiyaçların üretilmesi, halka sunulması ve vatandaşın beklentilerinin giderilmesidir.

Çağımızda yaşanan hızlı kentleşme süreci, yerel yönetimlerden beklentileri ciddi anlamda artırmıştır. Kentlerde nüfusun hızla artmaya devam edeceği yönündeki tahminler, yerel yönetimlerin sorumluluklarında benzer yönde bir artış olacağına işaret etmektedir. Nitekim günümüz kentlerinde ortaya çıkan; altyapı yetersizliği, kent arazilerinin talan edilmesi ve çarpık kentleşme, yeşil alanların yok edilmesi, küresel boyutlarda yaşanan çevre kirliliği, konut yetersizliği ve gecekondulaşma, kente eklenme gibi, birçok sorunun çözümü giderek güçleşmektedir. Bütün bu gelişmeler, yerel yönetimlerin sosyal sorumluluklarını genişletmektedir. Günümüz kentlerinde, ranta konu olmuş kent arazilerinin toplum zararına kullanımının önlenmesi, bir anlamda sağlıklı bir kentin oluşturulması, yerel yönetimlerin sorumluluk alanlarının temelini oluşturmaktadır. Nitekim kent arazilerinin mülkiyete konu olması ve dolayısıyla ortak kullanıma imkân verecek şekilde düzenleyen imar planlarının oluşturulması ve titizlikle uygulanması, beklenen sorumluluğun yerine getirilmesinde ayrı bir öneme sahiptir. Yerel yönetimlerin kendinden beklenen görevleri yerine getirebilmelerinin bir ölçüsü olarak değerlendirilebilecek vatandaş memnuniyetinin sağlanması, yerel yönetimlerin, vatandaşın istek ve taleplerine duyarlı olmasını ve bunların, kuruma yön vermesini gerektirmektedir.

Halkın ihtiyaçlarının karşılanarak memnuniyetinin sağlanması, kurumların dışı açık olmasıyla yakından ilgilidir. Dışa açık kurumlar, kendi varlıklarını korumak için değil, temel işlevlerini yerine getirmek için var oldukları gerçeğinden yola çıkarak, hizmet verdikleri kesimlerin önceliklerine duyarlı olmak zorundadırlar. Nitekim yerel yönetimlerin, belde halkının ihtiyaçlarını sürekli takip edebildiği ve giderdiği oranda başarılı olmaları mümkün olmaktadır. Vatandaş odaklı bir yönetim olarak da ifade edilebilecek bu yönetim anlayışı, yerel yönetimlerin sadece belde halkının ihtiyaç öncelikleri doğrultusunda hareket etmesini sağlamakta ve ihtiyaç

dışı bir üretimin önüne geçebilmektedir. Bu durum, kıt kamu kaynaklarının daha verimli kullanımını sağlarken, aynı zamanda yönetsel etkinliği de artırmaktadır. Böylece yerel hizmet kalitesi artan ve temel işlevlerine uygun olarak, belde halkının ihtiyaçlarını sunabilen yerel yönetimler, sosyal sorumluluklarına da uygun hareket etmiş olmaktadır (Yüksel vd., 2010: 299).

### 7.3. Halk İle Yönetim Arasında İşbirliği Yolları

Halk ile yönetim arasındaki yaklaşımın sağlanmasında en önemli rol yönetime düşmektedir. Yönetim bu yaklaşımı sağlayıcı bazı hareketlere girişebilir. Halk dediğimiz kitle, dağınıktır, homojen değildir. Onları bir araya getirecek, bir doğrultuya yöneltecek ancak yöneticilerdir. Yine halk ile yönetim arasındaki açıklığı ortadan kaldıracak, ikisi arasında yaklaşımı sağlayacak eylemlere girişecek yönetimlerdir, yöneticilerdir, memurlar ve diğer halkla ilişkiler görevlileridir (Tortop, 1997:94).

Dünyada yerel yönetimlerin artan önemi Türkiye'de de 2000'li yıllarla birlikte yerel yönetimlerde reformu gündeme getirmiş, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu, 5393 sayılı Belediye Kanunu, 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ve 5355 sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu kabul edilmiş ve uygulanmaya başlanmıştır. Yasal düzenlemelerin uygulanmaya başlandığı günümüzde, yerel yönetimlerde yaşanan değişimin gözlenmesi mümkün olacaktır. Fakat aksayan yönlerin ve yanlışlıkların hızla düzeltilmesi ve bu konuda bilimsel görüşlerin de uygulayıcılarca takip edilmesi gereklidir. Kısaca yerelleşme ve sürdürülebilir kalkınma kriterleri, müzakereci demokratikleşme açısından önemli olup, bu süreçte yerel yönetimler, tarihsel önemde "yeni" bir durumla karşılaşmıştır (Özsalmanlı, 2010:28).

#### 7.3.1. Halka Yönetimin Çalışmaları Hakkında Bilgi Verilmesi

Halkın yönetimden şikâyet nedenleri arasında yönetimin çalışmaları hakkında bilgi sahibi olmayışı ön sıralarda gelmektedir. Gerçekten halk, çeşitli kuruluşların kendisine yaptığı hizmetlerin kusursuz yapılmasını ister. Diğer yandan halk, kendisine yapılacak kamu hizmetlerinin çok çabuk gerçekleştirilmesini ister. Yönetim eğer zamanında halka hizmetteki aksaklıklar ve gecikmeler hakkında bilgi verirse, yapılan çalışmalar, alınan kararlar vatandaşlar tarafından hoş karşılanır. Yönetim, yasaları, tüzükleri, yönetmelikleri yayınlamakla yükümlüdür. Bunların yürürlüğe girmesi ve uygulanmaları, yayınlanmaları koşuluna bağlıdır. Ancak, yayınlanmış yasaları bilmemek özür sayılmaz. Vatandaşların sorularına, özellikle yazılı dilekçelerine belirli bir süre de cevap vermek yönetimin ödevidir (Tortop, 1997:100).

Yönetimin saydamlığı aslında onun elinde bulundurduğu bilgi ve belgelere ulaşmakla sağlanabilir. Aynı şekilde kamu yönetiminin hesap verebilmesi de halkın bilgilenebilmesi yoluyla gerçekleşir. Ayrıca yönetime katılmak için yönetimin işleyişini, karar süreçlerini veya karar mekanizmalarını bilmek gerekir. Bu bilgilere ise ancak bilgi edinme hakkı ile ulaşılabilir.

Türk Kamu Yönetiminde halkla ilişkiler açısından bir devrim niteliğine sahip 4982 sayılı Bilgi Hakkı Kanunu 24 Nisan 2004 tarihinde, 27 Nisan 2004 tarihinde de Uygulama Yönetmeliği

yürürlüğe girerek, bilgi edinme mevzuatı ile yüzyıllardır varlığını ve egemenliğini sürdüren Türk Kamu Yönetimi saydam, hesap verebilir ve katılımcı bir yönetim yapısına kavuşmanın anahtarını yönetilenlerin eline vermiştir. Bundan sonraki gelişmeler halkın anahtarı kullanarak değişimin kapısını zorlamasıyla gelişecektir (Aksoy, 2006:56).

### **7.3.2.Halkın Dileklerinin Yönetim Tarafından Değerlendirilmesi**

Yönetimin halkı ilgilendiren önemli konularda ona bilgi vermesi ve ayrıca halkın eğilimlerini öğrenmek için çaba harcaması gerekir. Yönetimin aktif olarak yaptığı bu çalışmalar yanında, halk da dilek ve isteklerini duyurmak için çeşitli yollara başvurur. Halk, yönetimin kendi isteklerini tespit etmesini beklemez. Çeşitli kaynaklardan yararlanarak yönetime etkide bulunmaya çalışır. Halk, kendi haklarını, isteklerini savunmak için, yönetimi rahat bırakmaz. Örneğin, halkın kişisel olarak yönetime başvurması, yazılı dilekçe ile başvurması, aracı kişiler göndermesi, yönetimin kamuoyunu yoklaması, referandum, sosyolojik araştırma veya anket yapmak yollarına zorlaması, bunlar arasında sayılabilir (Tortop, 1997:99-102).

Halkla ilişkiler, kişi ya da kurumun hedef kitlesi ile sürekli, hızlı ve geri bildirimli doğrudan iletişim sağlayan, hedef kitleden gelen yankılarla çalışmalarına yön veren, kuruluş felsefesini oluşturan önemli bir yönetim görevidir. Bu doğrultuda doğru hedefe doğru mesajı sunmakla görevli olan, araştırma ve iletişim tekniklerini kullanan halkla ilişkilerin hedef kitlesine yönelik tutarlı izlenim yaratılması gerekmektedir (Mengü, 2003:148).

### **7.3.3.Dilekçe Hakkı**

Halk dileklerini tek tek veya dernek veya diğer kuruluşlar aracılığı ile yönetime duyurabilir. Türkiye'de 1982 Anayasası'nın 74. maddesinde dilekçe hakkı başlığı altında, "Vatandaşlar ve karşılıklılık esası gözetilmek kaydıyla Türkiye'de ikamet eden yabancılar kendileriyle veya kamu ile ilgili dilek ve şikâyetleri hakkında, yetkili makamlara ve Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne yazı ile başvurma hakkına sahiptir. Kendileriyle ilgili başvuruların sonucu, gecikmeksizin dilekçe sahiplerine yazılı olarak bildirilir. Bu hakkın kullanılma biçimi kanunla düzenlenir" denilmektedir. Anayasadaki bu hakkın gereği gibi kullanılması için yol ihtiyacının giderilmiş olması, başvurma usullerinin basitleştirilmesi, okuma, yazma olanağının yaygınlaşması, anlaşılır dil kullanılması gibi koşulların varlığı gereklidir. Dilekçeler, halkın ihtiyaç ve dileklerinin öğrenilmesi yollarından en önemlisidir. İdareciler, memurlar için halkın ihtiyaçlarını öğrenme bakımından dilekçeler kıymetli birer belgedir. Dilekçeler, hangi kanun, yönetmelik ve tüzüklerde ne gibi aksaklıklar bulunduğunu ve halk ihtiyaçlarını ortaya koyabilir. Fakat bunların da tam anlamı ile çoğunluğun dilek ve isteklerini yansıttıkları iddia edilemez (Tortop, 1997:103).

### **7.3.4.Ombudsman (Kamu Hakemi/Denetçisi)**

Genelde adli ve idari yargı ayrımının yapılmadığı ülkelerde yönetimin hukuka uygunluğunun sağlanmasında, diğer denetim yollarının yanında dilimizde kamu denetçisi anlamına gelen Ombudsman isimli bir kuruma da yer verilmektedir. İskandinav ülkelerinde



doğan ve Anglo-sakson ülkelerinde yaygınlaşan bu kurum ile yönetimin eylem ve işlemleri denetlenmektedir (Gözübüyük, 1992:296).

Ombudsmanın evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı yoktur. Ancak bu konuda otorite kabul edebileceğimiz Uluslararası Barolar Birliğinin Ombudsman Komitesinin yaptığı tanım bizim için muteberdir: "Anayasa, Yasama Organı veya Parlamento tarafından temin edilen, başında Yasama Organı veya Parlamento'ya karşı sorumlu olan, yüksek seviyeli, bağımsız bir bürokratin olduğu, hükümet kuruluşları, yetkilileri ve çalışanları tarafından haksızlığa uğramış insanların şikâyetleri doğrultusunda veya kendi inisiyatifi ile harekete geçen, araştırma yapma, disiplin uygulaması önerme ve rapor yayınlama hakkı olan bir ofis"(Babüroğlu, 1997:15). Bu şekilde tanımı yapılan ombudsman, araştırma, eleştirme, düzeltici eylemler önerme ve bulgularını kamuoyuna duyurma yetkisine sahiptir. Ancak resmi bir yaptırım yetkisi yoktur (Hansen, 1996:195).

Tarihte ilk olarak ombudsman kurumu 1713'te İsveç'te oluşturulmuştur. İsveç Kralı 12. Charles askeri ve diplomatik işlerinin fazlalığından dolayı merkezde güvendiği bir kişiyi, vergi toplayanların, yargıçların ve diğer memurların çalışmalarının denetlenmesi ile görevli kılmıştır. 1809 Anayasası ile Kraliyet Temsilcisi Adalet Şansalyösi yanında Parلمانtonun bir temsilcisi Yönetimin yasalara uygunluğunu denetlemekle görevli bir ombudsman olarak kabul edildi. 1915 yılında da askeri işler için ayrı bir ombudsman kurumu oluşturuldu (Tortop, 1974:40). Bazı kaynaklarda İsveç Kralının bu kurumu oluştururken Osmanlı İmparatorluğundaki uygulamalardan etkilendiği belirtilmektedir. Rus yenilgisinden sonra Osmanlı topraklarında kalan İsveç Kralı buradaki uygulamaları görmüş, ülkesinin buradan idare edebilmek için bir ombudsman atama yoluna gitmiştir (Pickl, 1986:37-40). Kral böyle bir uygulamaya giderken özellikle Osmanlı, Abbasi, Selçuklu gibi İslam devletlerinde bulunan "Dar-ül Adl" (Adalet Evi), "Divan-ı Mezalim" (Haksızlıklar Divanı) gibi haftada en az iki kez toplanan ve halkla yöneticiler arasındaki davalara bakan kurumlardan etkilenmiştir (Eryılmaz, 1994:79).

Kaynağını Osmanlı İmparatorluğundaki uygulamalardan alan bu kurumun birçok ülkede farklı özellikler taşımasına rağmen, başarılı bir ombudsmanda bulunması gereken özelliklerde ortaklık vardır. En başta böyle bir kurum mutlaka kanunla kurulmalıdır. Fonksiyonel anlamda görevlerini yerine getirirken mali, hukuki, idari yönden özerk olmalıdır. Merkezi idarenin dışında yer almalı, tarafsızlığını korumalı, halk tarafından kolay ulaşılabilecek ve başvurulabilecek bir makam olmalı, bu makama getirilecek kişilerin uzmanlığından ve tecrübesinden kimse kuşku duymamalıdır (Arslan, 1986:161). Aksi takdirde bu kurumun tarafsızlığından ödün verebileceğinin düşünülmesi, temel işlevlerinin yerine getirirken büyük sorunlar doğuracaktır.

Ülkemizde 2010 yılında yapılan anayasa değişikliği doğrultusunda 14/6/2012 tarihinde Kamu Denetçiliği Kurumu oluşturulmuştur. Kurumun kuruluş, görev ve çalışma usullerine ilişkin ilkeler ile kamu baş denetçisi ve kamu denetçilerinin niteliklerine, seçimlerine, özlük haklarına ve kurum personelinin atanmaları ile özlük haklarına ilişkin hususları düzenleyen



6328 sayılı yasanın bazı hükümlerinin Anayasaya aykırı olduğu iddiaları ile açılan davayı Anayasa Mahkemesi reddetmiştir (27.12 2012). Önümüzdeki dönemde bu kurumun halkla yönetim arasında nasıl bir işbirliği mekanizması oluşturacağını, bu alanda yaşanacak gelişmeler gösterecektir.

#### 7.4. Hemşeri Hukuku ve Yerel Yönetimler

Yerel yönetimler reformu kapsamında 2005 yılında çıkarılan 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun "hemşeri hukuku" başlıklı 13. maddesinde hemşeri tanımı yapılmış, belediye ve hemşerilerin birbirlerine karşı yükümlülükleri düzenlenmiştir. Bu maddeye göre; herkes, ikamet ettiği beldenin hemşerisidir. Hemşerilerin, belediye karar ve hizmetlerine katılma, belediye faaliyetleri hakkında bilgilenme ve belediye idaresinin yardımlarından yararlanma hakları vardır. Yardımların insan onurunu zedelemeyecek koşullarda sunulması zorunludur. Belediye, hemşeriler arasında sosyal ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ve kültürel değerlerin korunması konusunda gerekli çalışmaları yapmakla görevlidir. Belediyeler bu çalışmalarında; üniversitelerin, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının, sendikaların, sivil toplum kuruluşlarının ve uzman kişilerin katılımını sağlayacak önlemleri almakla görevlidir.

5393 sayılı Belediye Kanunu ile temelde hemşeri kavramı için öngörülen nitelik değiştirilmiştir. 1580 sayılı eski Belediye Kanunu'na göre, vatandaşlar nüfus kütüğüne kayıtlı olunan yerin hemşerisi olarak kabul edilirken, 5393 sayılı kanunla ikamet edilen belde, hemşerilik ilişkisi açısından temel kriter olarak alınmıştır. Kanunda hemşerilerin hakları üç başlık altında toplanmıştır. Buna göre tüm hemşerilerin; belediye karar ve hizmetlerine katılma, belediye faaliyetleri hakkında bilgilenme, belediyenin yardımlarından yararlanma hakları bulunmaktadır.

Hemşeri hukuku başlığı içinde belediyeler hemşeriler arasında, sosyal ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ve kültürel değerlerin korunmasına yönelik gerekli çalışmaları yapmakla görevlendirilmiştir. Söz konusu çalışmaların gerçekleştirilmesinde ise yine belediyelere, üniversitelerin, meslek kuruluşlarının, sendikaların, sivil toplum kuruluşları ve uzman kişilerin katılımını sağlayacak önlemleri alma görevi verilmiştir. Kültür hizmetlerinin belediyelerin görevi olduğunu dikkate aldığımızda, belediyenin bu konudaki görevini yaparken katılımcı bir uygulama sergilemesi ve katılımı sağlayacak önlemleri alması kanuni bir zorunluluk şeklinde düzenlenmiş olmaktadır. Böylece hemşeri hukuku başlığında sivil toplum kuruluşlarının işleyişe katılımları kurumsallaştırılmış olmaktadır.

5393 sayılı Kanun bir beldede ikameti hemşerilik açısından temel kriter olarak hemşeri belediye ilişkisi kurmaktadır. Bununla birlikte aitlik duygusunu oluşturmak/geliştirmek için (olsa gerek) belediye sınırları içinde oturan, bulunan veya ilişkisi olan her şahsın belediyenin, kanunlara dayanan kararlarına, emirlerine ve duyurularına uymakla ve belediye vergi, resim, harç, katkı ve katılma paylarını ödemekle yükümlü oldukları hüküm altına alınmıştır. Söz

konusu düzenleme ile 5393 sayılı kanunla sadece belediye sınırları içinde oturanların değil, belediye sınırları içinde bulunan veya ilişkisi olan her şahsın, belediyenin kanunlara dayanan kararlarına, emirlerine ve duyurularına uymakla ve belediye vergi, resim, harç, katkı ve katılma paylarını ödemekle yükümlü olduğuna hükmedilmiştir (Bayındırlık ve İskân Bak., 2009:41-42).

## 8. YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE KULLANILAN ARAÇLAR

1980'li yıllara kadar halkla ilişkiler uygulamalarında merkezi idare için yukarıda belirtilen hususlar yerel yönetimler için de aynen geçerli olmakla birlikte, karar organları yerel halk tarafından seçimle işbaşına gelen belediyelerde basın büroları kurulmuş ve başkan adına basınla ilişkileri yürütmüşlerdir. Ancak bu uygulama; çağdaş halkla ilişkiler uygulamalarından ziyade başkanın basınla ilişkilerini yürütme fonksiyonu görmüş, vatandaşların belediye yönetimi ile olan diyalogunu kurmayı, yönetilenlerin istek ve arzularını öğrenmeyi hedeflememiştir. İdari örgütlerinde halkla ilişkiler birimleri bulunan Büyükşehir belediyelerinde ise bu birimler yayın ve kültürel organizasyon faaliyetleri yapmış, halkla ilişkiler birimlerine yeterli personel, araç-gereç ve mali imkânlar tanınmamıştır. Küçük belediyelerde halkla ilişkiler görevini başkanın kendisi yürütmektedir.

1980–1990 yılları arasında özellikle büyükşehir belediyelerinde halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütmek üzere bürolar kurulduğu, vatandaşların sorunlarını bu bürolara iletmesinin beklendiği, bu bürolara özel numaralı doğrudan telefon hatlarının bağlandığı görülmektedir. Örneğin İstanbul Büyükşehir Belediyesinde Şikâyet ve Yıldırım Servisi, İzmir Büyükşehir Belediyesinde Halkla İlişkiler Servisi ve Yıldırım Servisi, Ankara Büyükşehir Belediyesinde Halk Danışma Masası, Bursa Büyükşehir Belediyesinin Semt Danışma Merkezleri (SEDAM), Eminönü Belediyesinde "Mavi Hat" ve Kadıköy Belediyesinde Mavi Nokta uygulamaları başlatılmış, yine Mart 1990'da İstanbul Büyükşehir Belediyesinde Bilgisayarlı Cevap Bürosu kurulmuştur. Belediyenin çeşitli birimlerine yapılan başvurular bu büroda bilgisayara geçirilmekte olup vatandaşlardan gelen istek ve şikâyetler aynı gün ilgili birime iletilmekte, o birimden gelen cevap başvuru sahibine telefonla ya da yazılı olarak iletilmekteydi. Belediye başkanı ve genel sekreter ofislerindeki bilgisayarlardan kayda alınan her başvuru anında görülebiliyordu (Aksoy, 2006:56).

1994 yılında yapılan seçimlerin ardından belediyelerde halkla ilişkiler faaliyetleri hız kazanmış, bugün halkla ilişkiler birimi bulunmayan büyükşehir ve il belediyesi nerede ise kalmamıştır. Bu kapsamda Ağustos 1994 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi "Beyaz Masa<sup>1</sup>" uygulamasını başlatmıştır. Beyaz Masa bilgisayar destekli 153 Alo Büyükşehir Sesli Bilgi Servisi ve Gezici Ekipleriyle bir başkan Danışmanının gözetiminde 24 saat hizmet sunmaktadır." Beyaz Masa modeli birçok belediyede benzer isimlerle uygulanmış ve artık yerel yönetimlerde halkla ilişkiler biriminin markası olmuştur (Aksoy, 2006:56-57).

Yerel yönetimler temelde; bilgilendirme, ikna etme ve harekete geçirme amaçlarına yönelik faaliyetlerinde halkla ilişkilerin tüm yöntem ve araçlarına başvurabilmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlar da çeşitlilik kazanmıştır. Günümüzde halkla ilişkiler, cep telefonlarındaki kısa mesajlardan internet sitelerine, sosyal sorumluluk kampanyalarından televizyon programlarına kadar oldukça farklı iletişim yöntem ve araçlarını kullanabilmektedir. Halkla ilişkiler uygulamalarında en sık görülen ve uzmanlarca kontrol altında tutulabilen araçlar olarak, kurumsal yayınlar başı çekmektedir. İçeriği tamamen halkla ilişkiler uzmanları tarafından belirlenen kurumsal yayınlar; yıllık raporlar, broşürler, kitapçıklar, haber mektupları, kataloglar, teknik raporlar, personele yönelik video yayınları, propaganda ve tanıtım filmleri, toplantılarda ve fuar-sergi gibi yerlerde gösterilen slâytlar ve filmler, kuruluşun hazırlattığı reklâmlar, internet yayınları, bilgilendirme mesajları vb. olarak gerçekleştirilmektedir. Kontrol altında olmayan araçlar ise içeriği daha çok halkla ilişkiler uzmanının inisiyatifi dışında belirlenen ulusal ve yerel gazete ve dergiler, radyo televizyon kuruluşlarının yayınları ve kurum dışı örgütler ve kişiler tarafından yapılan filmler, programlar, haberler gibi yayınlar olarak gelişmektedir. Bu araçların kullanılması halkla ilişkiler faaliyetinin belediyeden halka giden ilk aşamasını oluşturmaktadır. İkinci aşama ise halktan belediyeye geri-bildirim (feedback)'in nasıl gerçekleştiğinin anlaşılmasına yöneliktir. Bu amaçla da mektup, faks, telefon, panolar, istek kutuları, danışma masaları, kamuoyu yoklamaları gibi teknikler kullanılmaktadır. Bu yolla halkla ilişkiler uygulamasının amacına ulaşım ulaşıldığı öğrenilebilmektedir.

Görsel ve işitsel elektronik kitle iletişim araçları olarak radyo ve televizyonun halkla ilişkilerde iletişim stratejileri açısından önemi çok büyüktür. Özellikle yaşanan çağın en popüler medyası olan televizyon, halkla ilişkiler uzmanları açısından her zaman, medya planlamasının merkezinde düşünülen bir araçtır. Radyo ve televizyon tüm dünyada kamuoyu oluşturmada ve tüketici tercihlerini belirlemede son derece önemli bir işleve sahiptir. Bu nedenle etkili bir reklâm ortamı olarak kabul edilen televizyon, halkla ilişkiler açısından da öncelikli bir araç konumundadır. Popüler bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun tercih edilme nedenlerinin başında geniş halk kitleleri tarafından yoğun olarak izlenmesi gelmektedir. Türkiye'de her yaş grubunda günde ortalama olarak televizyon izleme süresi 5 saate yükselmiştir (Atik-Taşçıoğlu, 2009:163).

Radyo ise; erişim alanının yüksek olması, dinleme ediminin kolaylığı ve ucuzluğu, aynı anda başka işlerle uğraşmaya olanak tanınması gibi avantajlarıyla özellikle iş saatlerinde yoğun olarak tercih edilmektedir. Elektronik kitle iletişim araçları arasında radyo ve televizyon; uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel nitelikli istasyonlarla değişik kategorilerdeki hedef kitlelere ulaşmanın en etkili araçlarıdır. Bu nedenle, halkla ilişkiler çalışmalarında öncelikli konumlarını sürdürmektedirler.

Günümüzde internetle birlikte özellikle gelişmiş ülkelerdeki belediyelerin web siteleri

üzerinden radyo ve televizyon yayıncılığını daha da işlevsel kullandıkları görülmektedir. Örneğin, Fransada Paris belediyesinin web sitesinden yayın yapan Paris.fr TV adlı bir televizyon kanalı bulunmaktadır. Televizyonda belediye başkanının çeşitli yerlerde yaptığı konuşmalardan, belediye faaliyetlerine kadar pek çok video kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır. On-line olarak izlenebilen programlarda belediye faaliyetleri, bütçe, projeler, sorunlar, toplumun belediyeden istek ve beklentileri gibi konular işlenmektedir (Atik-Taşçıoğlu, 2009:164).

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde dünyada özellikle gelişmiş ülkelerde görülen yeni bir iletişim aracı da bloglar kabul edilmektedir. İlk blog uygulamasının 1997 yılında başladığı ve 2007 tarihli bir çalışmada her gün dünyada 120.000 bloğun kurulduğu tespiti, bu uygulamanın etkinliğini açık olarak göstermektedir. Günümüzde halka ilişkiler uzmanları bu yöntemi "nasıl daha etkin kullanabiliriz" sorusuna cevap aramaktadırlar (Park-Jeong-Han, 2008:581). Yapılan bazı araştırmalara göre birçok kuruluş bu yöntemi, müşterilerinden çok çalışanları ile etkin ilişkiler kurmak ve bir tür yönetime katılma mekanizması olarak kullanmak istemektedirler (Wright-Hinson, 2006:589). Tabi ki bu süreçte yerel yönetimler için de bu yöntemden nasıl yararlanılabilir konusunda araştırmalar yapılmaktadır. Ülkemizde Cumhurbaşkanı'nın Twitterdan mesajlarını gönderdiği düşünüldüğünde, yerel yönetimlerin, hizmet alanlarında sayıları hızla artan bloglar üzerinden halkla ilişkiler faaliyetlerini rahatlıkla yürütebilecekleri söylenebilir.

Günümüzde halkla ilişkiler faaliyetlerinde halkla ilişkiler paradigmasının stratejik yönetimi de oldukça önemli hale gelmiştir. Sürekli gelişen yeni dijital medyanın global, interaktif, diyaloga açık, ilişkileri ön plâna çıkaran yönü, paradigma değişimi yaşayan halkla ilişkilerin stratejik yönetimine alt yapı hazırlamaktadır. Bu alanda çalışan uzmanlar artık klasik yöntemlerden vazgeçip, stratejik yönetim araçlarını halkla ilişkiler alanında da kullanmaya başlamışlardır (Grunig, 2009:6).

Günümüzde yerel yönetim alanında ve yeni bilişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar kapsamında ortaya çıkan her bir değişim için, yerel yönetimlerin yaptığı stratejik bir tasarıma ve eylem planına ihtiyaç vardır. Stratejik yönetim planları çok kısa bir süre önceye kadar özel sektördeki kuruluşların toplam kalite yönetimi çalışmaları çerçevesinde veya pazarlama biriminin ürün gelişimi, dağıtımı, tutundurulması gibi çabalarının bir uzantısı niteliğini taşıyordu. Oysa günümüzde kamu kurumları da teknolojik, sosyokültürel ve ekonomik değişimlere ayak uydurabilmek için, kısa ya da uzun vadeli stratejik eylem planları hazırlamaya başlamışlardır. Burada amaçların içerisinde yapılan hizmetlerin devamlılığı veya tutunma özellikleri de yer almaktadır. Hizmetlerdeki tutunmanın sağlanabilmesi ya da kamuoyu tarafından benimsenmesi için çeşitli adımlar vardır. Bu adımlar;

Neyin geliştirilmek istendiğinin kararlaştırılması: Burada belediyeler için önemli olan, kendileri için neyi geliştirmek istediklerine karar vermeleridir. Belediye öncelikli olarak özel hizmetlerini mi yoksa mevcut hizmetlerini mi geliştirmek; ya da yeni bilgi teknolojisi araçlarını mı geliştirmek istiyor, buna karar vermelidir.

Hedef kitleyi belirlemek: Geliştirmek istenilen faaliyetler için hedef kitleler saptanmalıdır. Bu hedef kitleler hangileridir ve özellikleri nelerdir?

Hedef kitleye ulaşma biçiminin seçilmesi: Belediyenin İzleyeceği tutundurma stratejisinin belirlenmesi gerekir. Bir olaya yönelik dikkat çekmek için hangi duyurma tarzı kullanılacaktır?

Programın değerlendirilmesi: Programla ilgili alınan geri bildirim gözden geçirilmelidir (istatistikler, kamuoyu yoklamaları ve yorumlar). Tutundurma belediye ve yerel halk arasındaki ilişkilerle değerlendirilir

Belediye teşkilatının birbirleriyle ve halkla sağlıklı bir iletişim kurmasının temelinde kamuoyunun bilgilendirilmesi ve onların katılımının sağlanması gerekir. Belediye hizmetlerinde hedef kitlelerden haberdar olan veya onları faaliyetlerinden haberdar eden, sorunlarla ilgili olarak aldığı geri bildirimini değerlendiren bir belediye anlayışının hizmetlerdeki başarısı da kaçınılmaz olur (Acar, 2010:8).

Son yıllarda yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetlerinde internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte kuruluşların web sayfaları da çok önemli hale gelmiştir. Yerel yönetimler bu teknolojiyi etkin bir şekilde kullanarak öncelikle vatandaşları ile sanal bir ağ kurmuş olmaktadır. Bu sayede yerel yönetimler hizmetlerinin duyurulması konusunda en hızlı ve kapsamlı iletişim aracından yararlanmaya başlamışlardır. Çünkü internetin bu yönü yani diğer mevcut araçlara göre üstünlüğü artık her alanda kabul görmüştür. Ancak bu teknolojinin kullanımı konusunda, hizmet alanların interneti kullanma becerileri, ekonomik durumlarına göre teknolojiye ulaşma imkânları ve web sitelerinden etkin yararlanma becerileri (Narcotics Anonymous, 2006:10) yerel yönetimlerin internet aracılığıyla halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunma kapasitelerini belirlediği de unutulmamalıdır.

Yeni teknolojiler ve internet, geleneksel iletişim araçları karşısında halkla ilişkiler çalışmalarını etkileyerek yeni bir yön vermiştir. Günümüzde artık kurum ve kuruluşların halkla ilişkiler çalışmaları bilgisayarla ve internet üzerinden yapılmaktadır (Aksoy, 2006:57-59). Bu durum halkla ilişkiler alanında uzmanlaşmanın öneminin artmasıyla network, internet, web sayfaları uzman ve tasarımcılarının, halkla ilişkiler faaliyetlerinde etkinliklerinin ve ağırlıklarının artmasına yol açmıştır (Dawson, 2006:45).

Halkla ilişkiler tanımlarında da belirttiğimiz gibi, halkla ilişkiler çalışmalarının en önemli amacı; hedef kitlenin istenilen yönde karar vermesinin sağlanmasıdır. Kurum imajını geliştirme, kurum kimliğini güçlendirme ve kuruma statü sağlama, hedef kitle hakkında bilgi toplama, çalışanlarla iletişimi geliştirme, yönetime katılma araçlarını kolaylaştırma, uzak yerlerdeki hedef kitleye kolay ulaşım ve son olarak da internette gezinen herhangi potansiyel bir kullanıcıya ulaşmak amaçlarıyla hazırlanan internet sitelerinin büyük çoğunluğu halkla ilişkiler çalışmaları amacıyla düzenlenmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ilk defa yapılan Belediye Web Hizmetleri Araştırması sonuçlarına göre; 2005 yılı Ağustos ayı itibariyle, nüfusu 10.000 den



fazla olan 662 belediyenin % 99'u internete erişim imkânına, % 82'si intranete (kurum içi ağ) sahiptir. Söz konusu belediyelerin % 64'ü web sitesine sahip olup web sitesine sahip olmayan belediyelerin % 24'ü bir yıl içerisinde web sitesine sahip olmayı planlamaktadır. İnternetin<sup>2</sup> halkla ilişkiler uygulamalarına sağladığı avantajlar şunlardır (Aksoy, 2006:57-59):

\* Birebir iletişim sağlaması: internette hedef kitle değil hedef bireyle birebir iletişim sağlamak mümkündür. Bu sayede kişisel geri dönüşüm anında mümkün olmakta, etki veya tepki birebir gerçekleşmektedir.

\* Ölçülebilir olması: Kuruluşlar internet sitelerini kaç kişinin ziyaret ettiğini günlük, aylık hatta saatler itibariyle öğrenebilmektedir.

\* Güncellenilebilir olması: Hedef kitle ile etkileşimli iletişim sağlanması halkla ilişkilerin başarısında önemli yer tutmaktadır. Bu sebeple farklı hedef kitlenin farklı istekleri dikkate alarak internet sayfalarında, yaş gruplarına, cinsiyet gruplarına, meslek gruplarına göre farklı bilgilerin verilmesi mümkün olabilmektedir.

\* Ekonomik olması: Elektronik ortamda bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşmak mümkündür. Farklı zaman ve mekânlarda bulunan hedef kitleye aynı anda ulaşmak internet sayfalarıyla oldukça hızlı ve ekonomik bir şekilde mümkün olabilmektedir.

\* Kurumsal imaj: Halkla ilişkiler birimlerinin üstlendiği en önemli işlevlerden biri de kurumsal imajın tesisidir. Birkaç dille hazırlanmış, içerik ve fonksiyonel açıdan hedef kitlenin tamamını kuşatıcı bir internet sitesiyle kurum imajını oluşturmak çok kolaydır.

## 9. SONUÇ

Türk kamu yönetiminde yerel yönetimler özelinde halkla ilişkiler faaliyetlerinde etkinliğe ulaşabilmek için vatandaş ile bireysel veya kitlesel olarak bir şekilde veya her şekilde ama doğru şekilde iletişim kurulması gerekmektedir. Bugün yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin bir türlü iyi olamamasının en büyük nedenlerinden birisi, halk ile arasında bir türlü sağlam, güvenilir ve kalıcı bir "iletişim köprüsü" nün kurulamamasıdır. Bu süreçte köprünün iki tarafındakiler arasında bir temas ya da ilişki gelişebilir ve iletişim köprüsü ne kadar sağlam ise ilişkiler de o kadar sağlam ve kalıcı olur (Aydın, 2010:5).

Günümüzde yerel yönetimlerin toplum yaşamında bu denli önemli yer tutması, sorumluluklarını bir kat daha arttırmaktadır. Bu süreçte yerel yöneticiler, gösterecekleri olumlu davranışlarla halkın bu kuruluşlara olan güveninin kazanılmasında başrolü oynayacaklardır. Bugünün şartlarında yerel yönetimlerde halkın destek ve katkısını almak sadece ve sadece halkla ilişkiler yolu ile mümkündür. Varlıklarının gerekçesi halka hizmet götürmek olan yerel yönetimlerin başarısı halkın yardımını ve katkısını aldıkları sürece devamlı olacaktır.

Yerel yönetimler, uygulamada halkla ilişkiler faaliyetleri sayesinde isabetli kararlar alarak, yaptıkları hizmetleri tanıtmakta ve bu şekilde halka kendisini daha sempatik ve daha yakın gösterebilmektedir. Bu kapsamda bir yönetim felsefesi ve bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkilerin yerel yönetim düzeyinde etkili ve verimli hizmet sağlanması ile demokratik bir yerel



yönetim yapısının oluşturulmasına önemli katkı sağlamaktadır (Aksoy, 2010:2-3).

Bu gerçekler doğrultusunda ülkemizde de artık yerel yönetimler; vatandaşların mahalli nitelikli ortak ihtiyaçlarını karşılayan, merkezi yönetimle ilişkilerinde idari ve mali özerkliğe sahip, yönetişim ilkesine dayalı yönetim işleyiş ve anlayışının geçerli olduğu yaşam alanlarına ait kurumsal yapılar olarak tanımlanmalı ve görülmelidir. Daha da önemlisi idari ve mali özerklik açılımını sadece kanuni bir perspektif olarak kalmamalı ve uygulamaya aktarılmalıdır (Bayındırlık ve İskân Bakanlığı, 2009:36).

Yeni anlayışta artık yerel yönetim kuruluşlarımız; ekip çalışmasına öncelik veren, adalet ve tarafsızlık ilkesini uygulamaya amaç edinen, politika, program ve projelendirme sürecinde kaynakların yerinde kullanılmasını sağlayabilen, süreci kolaylaştıran, tüm tarafları kucaklayan, birleştiren, yolsuzluk ve savurganlığın olmadığı, ilkeli bir yönetim sistemine sahip olmalıdırlar. Hukuktan ve dürüstlükten ödün vermeden herkese âdil davranabilen, toplumun tüm kesimlerinin yönetime katılımını sağlayabilen, şeffaf, denetlenebilir, gelişmeye açık, sürekli öğrenen-öğreten ve çözüm üreten bir kurum olmalıdırlar.

Yerel yönetim kuruluşlarında insan kaynağı potansiyelinden tam olarak yararlanmak için her kademedeki katılım sağlanmalı, yetki ve sorumlulukların devri ile hiyerarşik kademe sayıları azaltılmalı, yalın organizasyon prensipleri benimsenmeli ve iletişimin geliştirilmesi için herkese açık bilgi sistemi kurulmalıdır. Yerel yönetimlerde verimlilik ve etkinlik ya da kalite için yönetimin, hem personelini kaliteli hizmet sunacak şekilde motive etmesi, hem de hizmet sunduğu topluma kaliteli hizmet bekleme alışkanlığı kazandırması gerekir. Bir anlamda yönetimin kaliteli personel ve müşteriye sahip olması gerekir. Bunun için de, hem kurum içi iletişim ve insan ilişkileri hem de halkla ilişkilerin geliştirilmesi, daha çok yerinden yönetim, halka karşı sorumluluk ve halkın yönetime katılımı gibi ilkeler benimsenmelidir. İletişimde kaliteyi sağlayacak anlayış ve duyarlılığı kazandırmaya yönelik bir eğitim anlayışı ve kültür yapısı oluşturulmaya çalışılmalıdır.

Görüldüğü gibi yerel yönetimlerde halkla ilişkiler etkinliklerinin uygulanması için demokratik yönetsel anlayışın hâkim kılınması gerekir. Demokratik işleyiş yaklaşımı halkla ilişkiler etkinliğine bu çerçevede yönetsel açıklığa ve katılıma imkân tanıyacak uygulamaları gerektirecektir. Bu nedenle yerel düzeyde halkla ilişkiler ve demokrasi arasında çift yönlü bir ilişki ağını belirlemek mümkündür. Karşılıklı ilişkinin gerçekleşmesiyle halkla ilişkiler demokratik işleyişin gelişmesine ve yerel halkın demokratik işleyişe yönelik birikim ve sisteme olan güvenin artmasına yol açacaktır. Bu yönüyle yerel düzeyde halkla ilişkiler etkinlikleri katılımın amaçlarına ulaşılmasını kolaylaştırıcı bir gereklilik olarak önem kazanmaktadır. Yerel yönetimlerin halkın katılımını sağlamaya dönük uygulamaları ve yaklaşımlarını içeren halkla ilişkiler etkinlikleri; demokratik yönetim, sorumlu ve duyarlı yerel halk, yönetsel açıklığın işler kılındığı idare, toplumsal barış ve sorumluluk alanlarının (Yatkın, 2006:382-383) belirlendiği bir yerel yönetim modelinin yerleşmesine ve zamanla güçlenmesine önemli katkılar sağlayacaktır.

Soruna biraz daha halkla ilişkiler odaklı yaklaştığımızda öncelikle yerel yönetimlerin halkla ilişkiler birimlerinde çalışan personele ve bu hizmeti veren reklâm ajanslarına, özel sektördeki şirket yöneticileri ile hissedarlar arasındaki iletişimle ilgili ciddi eğitimler verilmesi gerekmektedir.

Çalışmamızda ayrıntılı bir şekilde ortaya koyduğumuz gibi yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin geliştirilmesi sürecinde halka müşteri gibi bakmak önemli hataların yapılmasına yol açmaktadır. Bundan dolayı olaylara sadece müşteri memnuniyeti açısından bakış tarzı değiştirilmelidir. Halka dönük her türlü bilgilendirme çalışmalarında hem üretilen ürün ve hizmetlerin kalitesi anlatılmalı ve hem de bu çalışmalar yapılırken yerel yönetim kaynaklarının ne kadar etkin ve verimli kullanıldığı bilgisi de verilmelidir.

Ayrıca yerel yönetimin hissedarı olan halkın, gerçekte sahibi olduğu kurumu sahiplenmesi yönünde çalışmalar yapılmalıdır. Tabi ki sahiplenme ancak karar ve uygulamalara katılmakla mümkündür. Halka yönelik her türlü bilgilendirme gazetecilikte çok kullanılan, basit ama kullanışlı olan 5N 1K modeline benzer biçimde tasarlanmalıdır. Ne, nerede, ne zaman, nasıl, niçin ve kim sorularının cevaplarını içeren bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Yerel yöneticiler siyasi ilişkilerini sağlıklı zemine oturtmalı ve kamu kaynakları ile siyaset kurumunu destekleme yanlışlığına düşmemeli ancak partisi ile olan ilişkilerini askıya alarak da kendisini ve kurumunu yıpratmamalıdır. Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler halkın bilgilendirilmesi değil hissedarlarla bilgi paylaşımı anlayışı üzerine geliştirilen bir anlayış olmalıdır (Kaya, 2010:24).

Bunun yanında yerel yönetimler halkla ilişkiler faaliyetlerinin standardını belirlemeli ve sınırını çizmelidir. Bu kapsamda bazı yerel yönetim kuruluşlarımız<sup>3</sup> ulusal mevzuat eksikliğine rağmen uygulamada yapmak istediklerini mevzuat haline getirerek, âdete halka daha iyi ilişkiler kurmak için kendilerini zorlamakta ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin sınırlarını ve standartlarını belirlemektedirler. Bunların daha iyisini yapmak ve bu alanda karşılaşılan sorunları çözmek konusunda başta yerel yöneticiler, siyasiler ve akademisyenler olmak üzere herkese görevler düşmektedir.

## 10. SONNOTLAR

1. Yerel Yönetimlerde Beyaz Masa uygulamasının yararları şu şekilde belirtilebilir: Bürokrasiyi rahatlatmak: Vatandaş kamu kurumunda bir sorun ile karşılaştığında o sorunu çözdürmek için hemen tanıdık bir yetkili arama ihtiyacı hissetmektedir. Proje üretmesi gereken, görev ve yetki alanına giren hususlarla ilgili çalışma yapması gereken bürokratların bekleme salonlarında kalabalıklar oluşmakta, temel hizmetler aksamaktadır. Yöneticiler iş takibi yapmaktan şehrin sorunlarına gereği gibi eğilememektedir. Bu durum da doğal olarak kent ve kentliye zarar vermektedir. Beyaz Masa bürokrasiyi rahatlatarak yöneticilerin sırtından bu yükü kaldırmaktadır. Zaman Kaybını Önlemek: Vatandaş bir sorunla karşılaştığı takdirde kamu kurumuna gelip dilekçe vermesi istenmektedir. Bu durum zamanın çok kıymetli olduğu günümüzde kişinin saatlerce zaman harcamasına neden olmaktadır. Bazen bu sorunlar çok basit çözülebilen meseleler de olabilmektedir. Ortaya çıkan kâğıt israfı da olayın bir başka boyutudur. Oysa Beyaz Masa zaman kaybına ve kâğıt israfına sebebiyet vermeden gerektiğinde yapılan müracaatları hiç evrak haline getirmeden, takibi gerekiyorsa evraklaştırmakla vatandaşın isini kısa sürede çözüme kavuşturmaktadır. Aracıların Ortadan Kaldırılması: Vatandaş kamu kurumlarında bir zorlukla karşılaştığında işinin halli için araçlar bulma arayışına girmektedir. İmar izninden, çevre temizliğine, caddesini veya sokağını ilgilendiren bir meseleden birçok benzeri meseleye bir takım araçlardan yardım istemektedir. Bazen bu araçlar vatandaştan farklı taleplerde de bulunabilmektedirler. Araçların olduğu yerde rüşvet

sektörü gelişmektedir. Beyaz Masa vatandaşla belediye arasında köprü vazifesi görerek vatandaşın meşru taleplerini ivedilikle karşılamaya çalışmaktadır. Yerel Yönetim – Halk Kaynaşmasını Sağlamak: Yerel yöneticiler demokrasi gereği halk tarafından en fazla oy alan siyasi parti veya bağımsız adaylar arasından seçilirler. Gerek yöneticilerin kalıcılığı gerekse kurumun itibarı ve güvenilirliği halk ile geliştireceği ilişkilere bağlıdır. Bunu yaparken eşit hizmet ilkesinden hareketle siyasi ayırımı yapmadan, her türlü kayırmacılıktan uzak durmak, halk ile birlikte yönetimi esas almak gerekmektedir. Halkla ilişkiler uygulaması ile halkın istek ve taleplerini ayırımı tabi tutmadan kısa zamanda yerine getirilmesi mümkündür. Beyaz Masa bu amaca hizmet etmektedir. Kurum İçi Denetimi Sağlamak: İlgili yerel yönetim birimleri içerisinde personel arasında zaman zaman görev ve yetkilerini yerine getirmede ihmali olanlar bulunabilmektedir. Beyaz Masa sistemi çözüm süreci içerisinde yetki ve sorumluluğunu yerine getirmeyenlerin ortaya çıkmasını sağlamakta ve bu durumu üst yönetime bildirmektedir. Böylece ilgili personelin daha dikkatli olması sağlanmaktadır. Bunun yanında başarılı olan personelin ödüllendirilmesinde de Beyaz Masa rol almaktadır. Halkın Denetimini Artırmak: Demokratik yönetim, şeffaf, saydam ve açık olmayı zorunlu kılar. Kararların kamuoyuna açıklanması, tartışılması ve olgunlaştıktan sonra kesinlik kazanması, kamuoyunun tepkilerinin değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu tür bir yönetim biçimi sorunların çözümünü geciktirmez. Tersine daha sağlıklı ve doğru olan çözüm yoluna ulaşılır. Beyaz Masa aracılığı ile yerel yönetim birimini ilgilendiren tüm konularda vatandaş herhangi bir sorunu dile getirebilmekte ve tepkisini ortaya koyabilmektedir. Böylece şehri sahiplenme duygusu da gelişmektedir. Beyaz Masa, tek elden birçok yolla ve kolay bir şekilde ulaşılmasıyla vatandaşın yaşadığı şehirle ilgili denetim yapma olanağı da sağlamaktadır. Rüşveti Önlemek: Yönetimde saydamlığın sağlanması, açıklık ve etkin bir denetim yolsuzluk yapma ve rüşvet almayı büyük ölçüde engeller. Kişiler yaptıkları yolsuzluk ve aldıkları rüşvetin gizli kalacağı zannı ile bu yola başvurabilirler. Kuskusuz kişilerin zayıf karakterli, kirli, yolsuz, kanun dışı işlemlere eğilimli olmaları yolsuzluk ve rüşvetin en önemli nedenidir. Yerel yönetimler yönünden geçerli olan bu kurallar, genel idare ve tüm kuruluşlar için geçerlidir. Kamu kurumlarının birçoğu ülkemizde rüşvet ve yolsuzlukla birlikte anılmaktadır. Bu durum kamuya olan güven ve desteği azaltmaktadır. Vatandaş yasal işlerini dahi yaptırmak için bazen iş yavaşlatan görevliye rüşvet verme ihtiyacı duymaktadır. Bu olumsuzlukları engelleyebilmek için Beyaz Masa'lar çalışmayan personelin rapor edilmesi, rüşvet aldığı iddia edilen personelin takibe alınması ve vatandaşın doğru ve eksiksiz bilgilendirilmesi (Aksoy, 2010:4-5) gibi uygulamalar yapabilmektedirler.

2. Yerel Yönetimlerin internet sayfalarıyla yapabilecekleri halkla ilişkiler faaliyetleri şu şekilde belirtilebilir: Araştırma: Hedef kitle hakkında detaylı bilgi elde etme ve kullanıcıların istediği bilgileri onlara sağlama. Bilgi sunma: Haber bültenleri, raporlar, konuşmalar, broşür metinleri, kurumsal reklâmlar, makaleler, hizmet bilgileri gibi hedef kitlenin ilgisini çekebilecek veriyi internet sayfalarında yazmak mümkündür. Kurum içi haberleşme ve intranet: Kurum içinde yapılan yazışmaları intranet ortamında yaparak zaman ve kaynak israfından kurtulunabilir. Ayrıca personel bilgilerini güncel tutma, personele özel sayfalar ile kurumsal kimlik edindirme, iş tatmini ve haberleşme yapılabilir. Elektronik uygulamalar: Vergi ödeme, kurum işleyişi (hizmet sunma yöntemleri) ile ilgili bilgiler, anketler ve kamuoyu araştırmaları yapılabilir. Bire bir iletişim: Yerel internet kullanıcılarına gönderilen-alınan elektronik mektuplar ve dosya transferleriyle faaliyetler hakkında birebir iletişim mümkündür. Link verme: İnternet sayfalarında çok kullanılan, konu ile ilgili, faydalı diğer internet sayfalarına link verme ya da bu sayfalardan link alma yoluyla daha çok kullanıcının dikkati çekilebilir. Sponsorluk: kullanıcı kitlesinin çeşitliliğine göre çok kullanılan haber, görüntü vb. sitelere, kampanyalara, kitap, film ya da sempozyumlara sponsor olarak hedef kitlenin beğenisi kazanılabilir (Aksoy, 2006:57-59).

3. "Yerel Yönetimler ellerindeki yönetme erkini belde halkıyla sağladıkları iyi bir iletişim içerisinde olumlu kullanabilirler. Yönetimin en başta gelen görevi vatandaşlarla iyi ilişkiler kurmak onlara Belediyeyi sevdirmek, saygı duymalarını sağlamak, pozitif yönde etkileyerek yönlendirmektir. Vatandaşlarla en alt seviyede çalışanlar arasında başlayan ilişkilerin yukarıya doğru olumlu yönde gelişmesi ve ideal sosyal uzlaşma tesis edebilmesi için tüm tarafların uyumlu, açık ve dürüst olmaları gerekir. Yönetim - Vatandaş ilişkilerinin odağında Belediye çalışanları bulunmaktadır. Dolayısıyla yapılacak eylemlerin başarısında, ilişkilerin olumlu yönde gelişmesinde çalışanlar çok önemlidir. Çalışanların her hareketi vatandaşta güven ve sempati yaratmalı, şüpheleri ortadan kaldırmalıdır. Bu genelde Belediyenin itibarını arttırırken halkı memnun eder böylece de çalışanların huzuruna katkı sağlar. Huzurlu personelin üreteceği iş ve işlemler kaliteli, seviyeli, kalıcı olacaktır. Vatandaş mutlu eden iş ve işlemler yaratacağı güven ortamıyla uzlaşımın gereği olarak daha iyi ve kaliteli ayrıca çok çeşitli hizmetlerin üretilebilmesini, Belediye gelirlerinin artmasını, çağdaş yeniliklere kısa sürede adaptasyonu, personelin mesleki gelişim ile inisiyatiflerinin güçlenmesini sağlayacaktır. Tarafların gönüllü, inanmış katılımcılığı, sevgiyi, saygıyı ve böylece seviyeli bir yaşamı yaratacaktır. Bu sonuçları doğurabilecek bir ortamın yaratılmasında Halkla İlişkilerin önemi çok fazladır. Halkla İlişkiler seçilmiş, atanmış ve tayin edilmiş üç - beş kişiden ibaret bir birim ve bir birimin işi gibi düşünülmemelidir. Halkla İlişkiler tüm tarafların ortak çabasıdır. Halkla İlişkiler; Belediyemizin merkez binalarında verilen hizmetlerle birlikte fazlaca yerleşkenin yaygın alanlarında gerçekleşmektedir." (Ayдын Belediyesi Halkla İlişkiler Yönetmeliği, <http://www.aydin-bld.gov.tr>) (10.10.2010).

## 11. KAYNAKÇA

- ACAR, Ali; "Belediyelerin Kamuoyu Oluşturulmada Halkla İlişkilerin Önemi" Yerel Siyaset Dergisi, S.36, 2010.
- AKDAĞ, Mustafa; "Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk", Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ed. Metin Işık, Eğitim Kitapevi Yayını, Konya, 2007.
- AKSOY, Necdet; "Belediyelerde Bir Halkla İlişkiler Modeli: Beyaz Masa", www.necdetaksoy.com.tr (22.10.2010).
- AKSOY, Necdet; "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler ve Teknoloji Kullanımı", Türk İdare Der., S.452, 9/2006.
- ARSLAN, Süleyman; "İngiltere'de Ombudsman Müessesesi", AİD, C.19, Sayı.1, Mart 1986.
- ASNA, Alâeddin; Public Relations, 2. Baskı, Der Yay., No: 112, İstanbul, 1998.
- ATİK Abdulkadir - Raci TAŞÇIOĞLU; "Radyo Ve Televizyonun Yerel Yönetimlerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İletişim Yöntem Ve Aracı Olarak Kullanımı: Erzurum Belediyeleri Örneği", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 5, Sayı 10, 2009, ss. 159–170.
- AYDIN Belediyesi; Aydın Belediyesi Halkla İlişkiler Yönetmeliği, <http://www.aydin-bld.gov.tr> (10.10.2010).
- AYDIN, Ahmet Hamdi; "Belediyelerin "İletişim Köprüsü"nden Geçen Halk (ile İlişkiler)!" Yerel Siyaset Dergisi, S.36, 2010.
- BABÜROĞLU, Oğuz; Ombudsman ( Kamu Hakemi) Kurumu İncelemesi, TÜSİAD Yay. İstanbul, 1997.
- BALCI, Şükrü - Ahmet TARHAN; "Hastane Tercihinde Etkili Olan Değişkenler: Halkla İlişkilerin Rolünü Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ed. Metin Işık, Eğitim Kitapevi Yayını, Konya, 2007.
- BAYINDIRLIK VE İSKÂN BAKANLIĞI; Yerel Yönetimler, Katılımcılık Ve Kentsel Yönetim Komisyon Raporu, Kentleşme Şurası, 2009, Ankara, Nisan 2009.
- BECERİKLİ, Sema Y.; Uluslararası Halkla İlişkiler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005.
- ÇAMDERELİ, Mete; "Yönetim ve Halkla İlişkiler İletişimi", Halkla İlişkiler Kitabı, Ed. A. Okay vd., İstanbul Ün. Yay., No: 4413, İstanbul, 2003.
- ÇAMDERELİ, Mete; Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler, Salyangoz Yay., İstanbul, 2005.
- ÇUKURÇAYIR, M. Akif; "Halkla İlişkiler Ve Belediyecilik: İmaj Mı Vatandaş Mı?", Yerel Siyaset Dergisi, S.36, 2010.
- DAWSON, Ross; "Six Facets Of The Future Of PR: Looks at the future of the PR", Marketing March, 2006.
- ERDEM, Ayhan - Ebru AKBABA; "Halkla İlişkiler Nedir? Ne Değildir?", Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ed. Metin Işık, Eğitim Kitapevi Yayını, Konya, 2007.
- ERGUN, Turgay - A. POLATOĞLU; Kamu Yönetimine Giriş, TODAİE Yay., Ankara, 1992.

- ERYILMAZ, Bilal; "Kamu Bürokrasisinin Denetlenmesinde Yeni Gelişmeler", TİD, Y.66, Sayı.402, Mart 1994.
- ERYILMAZ, Bilal; Kamu Yönetimi, İstanbul, 2000.
- GÖKÇE, Gülise; "Yerel Yönetim ve Demokrasi İlişkisi", www.sosyalbil.selcuk.edu.tr (20.10.2010).
- GÖZÜBÜYÜK, Şeref; Yönetim Hukuku, Turhan Yay., Ankara,1992.
- GRUNIG, James E.; "Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. PRism 6(2):http://praxis.massey.ac.nz/prism\_on-line\_journ.html, 2009.
- GÜRÜZ, Demet; Halkla İlişkiler Teknikleri, 2. Baskı, Ege Ün. İletişim Fak. Yay., İzmir, 2003.
- HANSEN, H.S.; Ombudsman Kavramı, ( Çev. Turgay Ergun) AİD, C.29, Sayı.3, Eylül 1996.
- HUGHES, Owen; Public Management&Administration, ST.Martin's Press, USA, 1998.
- İŞÇİ, Metin; Halkla İlişkiler, Der Yay., İstanbul, 2002.
- İŞLER, Esmâ K.; Halkla İlişkiler, Mitler ve Gerçekler, G.Ü. İletişim Fak. 40. Yıl Kitaplığı, No:4, Ankara, 2007.
- KARADOĞAN, Ece; "Toplumsal Yaşamda ve Halkla İlişkilerde Güven Olgusu", Halkla İlişkiler Kitabı, Ed. A. Okay vd., İstanbul Ün. Yay., No: 4413, İstanbul, 2003.
- KAYA, Erol; "Belediyelerde Halkla İlişkiler: Tüketici mi, Paydaş mı?", Yerel Siyaset Dergisi, S.36, 2010.
- KAZAN, Emine; Eski Türkler ve Osmanlı'da Halkla İlişkiler, Yakamoz Yay., İstanbul, 2007.
- KAZANCI, Metin; Halkla İlişkiler, 3. Baskı, Turhan Kitapevi, Ankara, 1999.
- MENGÜ, Seda Ç.; "Halkla İlişkilerde Tutarlı İzlenim Yaratımı", Halkla İlişkiler Kitabı, Ed. A. Okay vd., İstanbul Ün. Yay., No: 4413, İstanbul, 2003.
- MUCUK, İsmet; Temel İşletme Bilgileri, Türkmen Kitapevi, 3. Baskı, İstanbul, 2005.
- NARCOTICS ANONYMOUS; Public Relations Handbook, Narcotics Anonymous World Services, Inc., Chatsworth, California, USA, 2006.
- OKAY, Ayla - Aydemir OKAY; Halkla İlişkiler, Kavram, Strateji ve Uygulamaları, Der Yay., İstanbul, 2005.
- ÖNER, Şerif; "Belediyelerde Yönetime Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü Ve Önemi", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 3, Sayı:2, 2001.
- ÖZSALMANLI, Ayşe Yıldız; "Yeni Kamu Yönetimi Yaklaşımı Açısından Yerel Yönetimlerde Modernleşme Çabalarının Değerlendirilmesi", Yerel Siyaset Dergisi, S.39, 2010.
- ÖZÜPEK, M. Nejat; "Sosyal Sorumluluk", Halkla İlişkiler, Ed. A. Kalender-M. Fidan, Tablet Yay., Konya, 2008.
- PARK, Nohil - JiYeon JEONG - Jung Ho HAN; "Who Are the Power Bloggers as Potential Target Public in PR?: Public Issue Involvement-Production of Messages Model", 11th International Public Relations Research Conference: "Research that Matters to the Practice", Ed: K. YAMAMURA, University of Miami, Holiday Inn University of Miami, Coral Gables, Florida, March 6 – 9, 2008.
- PICKL, Victor; "Ombudsman ve Yönetimde Reform", (Ç. T.Ergun), AİD, C.19, S.4, 12/1986.

- SOLMAZ, Başak; "Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları", Halkla İlişkiler, Ed. A. Kalender, Tablet Yay., Konya, 2008.
- STOCKWELL, Stephen; "Public Relations in Government", Public Relations, Theory and Practice, Ed. J. JOHNSTON-C. ZAWAWI, 2nd Edition, Allen&Unwin, 2004.
- TORTOP, Nuri; "Yönetimin Denetimi ve Denetlenme Biçimleri", AİD, C.7, S.1, Mart 1974.
- TORTOP, Nuri; Halkla İlişkiler, 7. Baskı, Yaygı Yay., Ankara, 1997.
- UYSAL, Birkan; Siyaset, Yönetim, Halkla İlişkiler, TODAİE, Ankara, 1998.
- VERCIC, Dejan-James E. GRUNIG; "The Origins of Public Relations Theory in Economics and Strategic Management", Perspectives on Public Relations Research, Ed. D. Moss-D. Vercic, Routledge, USA, 2003.
- WRIGHT Donald K. - Michelle HINSON; "Web Blogs and Employee Communication: Ethical Questions for Corporate Public Relations", 9th International Public Relations Research Conference Proceedings: "Changing Roles and Functions in Public Relations", Ed: Marcia Watson DISTASO, University of Miami, Best Western South Miami, South Miami, Florida, March 9 – March 12, 2006.
- YATKIN, Ahmet; "Hizmet Verimliliğinin Artırılmasında Halkla İlişkilerin, Örgütsel İletişimin Rolü ve Önemi (Elazığ Belediyesi Örneği)", II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler, Kocaeli Ün. İletişim Fakültesi, Kocaeli, 27-28 Nisan 2006.
- YÜKSEL Fatih-Gamze BOZKURT-Ahmet GÜVEN; "Yerel Yönetimlerde Etik Çerçevesinde Sosyal Sorumluluk Bilinci: Tokat Uygulaması", www.etikturkiye.com (20.10.2010).