

20411

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTUSU
KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

HALKLA İLİSKİLER
T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI'NDA BİR UYGULAMA
(DOKTORA TEZİ)

SELMA KARATEPE

TEZ DANIŞMANI: PROF.DR. ERSAN İLAL

Y. G.
Yükseköğretim Kurulu
Dokümantasyon Merkezi

İSTANBUL - 1992

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,
İş bu çalışma, jürimiz tarafından Kamu Yönetimi
Anabilim dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul
edilmiştir.

Başkan

Adı, Soyadı ve Unvanı

Üye

Adı, Soyadı ve Unvanı

Üye

Adı, Soyadı ve Unvanı

.....

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim
üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../ 1992

İmza

Adı Soyadı ve Unvanı

.....

Enstitü Müdürü

Kızlarım; FULYA ve HANDE'ye



ÖNSÖZ

Tez danışmanım olarak her konuda bana çok büyük destek olan; Sn. Prof.Dr. Ersan İLAL başta olmak üzere,

T.C. Sağlık Bakanlığından gerekli izinleri alabilmemde bana yardımcı olan Dekanımız;

Sn. Prof.Dr. Nihat BOZDAĞ'a

Bu çalışmamın çeşitli aşamalarında değerli yardımlarını esirgemeyen,

Sn. Prof.Dr. Kemal KARTAL'a

Sn. Doç.Dr. Mustafa ERGÜN'e

Sn. Yrd.Doç.Dr. Mehmet TIKICI'ye

Sn. Yrd.Doç.Dr. Saim YOĞLU'ya tesekkürü borç biliyorum.

Tezimin yazımı sırasında, bilgisayar kullanımı konusunda sürekli olarak yardımlarını gördüğüm,

Sn. Arş.Grv. Mustafa AKDAĞ'a

Sn. Arş.Grv. Mehmet TERZİ'ye

Ve, çalışmam süresince büyük sabır göstererek bana destek olan eşim, Alibey'e

Ayrıca, araştırmamda anket sorularını titizlikle yanıtlayarak bana yardımcı olan T.C. Sağlık Bakanlığı personeline tesekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

	<u>Sayfa</u>
1. HALKLA İLİŞKİLER NEDİR?	1
1.1. HALKLA İLİŞKİLERİN ANLAMI VE NİTELİKLERİ	1
1.1.1. Anlamı	1
1.1.2. Nitelikleri	4
1.2. HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ	9
1.2.1. Halkla ilişkilerin Doğuşu	9
1.2.2. Türkiye'de Halkla ilişkiler	11
1.3. HALKLA İLİŞKİLERİN AMAÇLARI, ÖGELERİ VE GENEL İLKELERİ	15
1.3.1. Amaçları	15
1.3.2. Ögeleri	16
1.3.3. İlkeleri	18
1.3.3.1. Dürüstlük	18
1.3.3.2. İnanırcılık	18
1.3.3.3. Yenileme	19
1.3.3.4. Bütçeleme	19
1.4. HALKLA İLİŞKİLERİN YÖNÜ VE SINIRI	21
1.4.1. Halkla ilişkilerin Yönü	21
1.4.1.1. İç Halkla ilişkiler	22
1.4.1.2. Dış Halkla ilişkiler	24
1.4.2. Halkla ilişkilerin Sınırı	25
1.5. HALKLA İLİŞKİLER VE YÖNETİMDE İNSAN İLİŞKİLERİ YAKLAŞIMI	28
1.6. HALKLA İLİŞKİLER İLE KARIŞTIRILAN KAVRAMLAR ...	30
1.6.1. Halkla ilişkiler Ve Reklamcılık	30
1.6.2. Halkla ilişkiler Ve Propaganda	32
1.6.3. Halkla ilişkiler Ve Tanıtma	34
1.7. HALKLA İLİŞKİLERİN İŞLEYİŞİ	37
1.7.1. Halkla ilişkilerin Araştırma Aşaması	37
1.7.2. Halkla ilişkilerin Planlama Aşaması	40

	<u>Sayfa</u>
1.7.3. Halkla İlişkilerin Haberleşme Aşaması	41
1.7.4. Halkla İlişkilerin Değerlendirme Aşaması	42
1.8. HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM	44
1.9. HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASINDA KULLANILAN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI	47
1.9.1. Yazılı Basın Araçları	50
1.9.1.1. Gazeteler	52
1.9.1.2. Dergiler	53
1.9.1.3. Brosürler	53
1.9.1.4. Bültenler Veya Sirkülerler	54
1.9.1.5. El Kitapları	55
1.9.1.6. Afisler Ve Pankartlar	55
1.9.1.7. Mektuplar	55
1.9.2. Yayın Araçları	56
1.9.2.1. Radyo Ve Televizyon	57
1.9.2.2. Sinema	59
1.9.3. Sosyal Olaylar	62
1.9.3.1. Festivaller	62
1.9.3.2. Yarışmalar	63
1.9.3.3. Toplantılar	63
1.9.3.4. Sergiler	63
1.9.3.4. Geziler	64
1.9.4. Diğer Haberleşme Ve Haber Verme Teknikleri ...	65
1.9.4.1. Yasama Organı İle İlişkiler	65
1.9.4.2. Baskı Grupları İle İlişkiler	65
1.9.5. Halkı Tanıma Yol Ve Yöntemleri	67
1.9.5.1. Halkla İlişkilerde Yüzyüze İlişkiler	67
1.9.5.2. Halkın Yönetime Katılması	70
1.9.5.3. Danışma	73
1.9.5.3.1. Kamusal Anketler	74
1.9.5.3.2. Kamuoyuna Başvurma (Referandum)	75
1.9.5.3.3. Temsilcilere Danışma	75
1.9.5.4. Basını İzleme	76

1.10. HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜMÜNÜN KURULUŞ İÇİNDEKİ YERİ VE GÖREVİ	78
1.10.1. Halkla İlişkiler Bölümünün Kuruluş Şemasın- daki Yeri	78
1.10.2. Halkla İlişkiler Bölümünün Görevleri	81
1.11. HALKLA İLİŞKİLERDE BAZI SORUNLAR VE ÖNERİLER ..	86
1.11.1. Sorunlar	86
1.11.2. Öneriler	89

İKİNCİ BÖLÜM

T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI'NDA HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASI	
GİRİŞ	91
ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLAMALARI	91
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, SAYILTILARI VE HİPOTEZLERİ (DENENCELERİ)	95
ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	99
ANKETİN UYGULANMASI	100
VERİLERİN ANALİZİ	101
1. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşların kendileriyle görüşebilme kolaylığı arasındaki ilişki	103
2. Bakanlığa yapılan yanlış başvuru ile danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı arasındaki ilişki	104
3. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bakanlıkla ilgili sorunla- rının çözümünde kendilerine danışılması arasın- daki ilişki.....	105

4. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bekledikleri danışma yöntemi arasındaki ilişki 106
5. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşla danışma isteği arasındaki ilişki 107
6. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın isteğini öğrenmede tercih edilen yöntem arasındaki ilişki108
7. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile kendilerine ön bilgi almak için başvuran vatandaşların kullandıkları başvuru yöntemi arasındaki ilişki110
8. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin danışma servisleri ve karşılama birimlerinin yararlılığı konusundaki düşünceleri arasındaki ilişki111
9. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve vatandaşla ilişkide ortaya çıkan sorunları azaltacağı konusundaki düşünceleri arasındaki ilişki112
10. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin bakanlığın halkla ilişkiler çalışmalarının düzeyi ile ilgili görüşleri arasındaki ilişki 114
11. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin görevleri ile ilgili işleri en kısa sürede bitirmelerinin ödüllendirilmesi arasındaki ilişki115

12. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin yönetsel karar ve faaliyetlerin oluşturulmasında ağırlık verdikleri ögeler arasındaki ilişki 116
13. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere başvuran vatandaşların aracı kullanması durumu arasındaki ilişki 117
14. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevliler ve vatandaşlar arasında aracılık yapan kişilerin niteliği arasındaki ilişki 118
15. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere ulaşmak için aracı kullanan vatandaşların gelir düzeyi arasındaki ilişki 120
16. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere iş takibi için gelen vatandaş kümelerinin niteliği arasındaki ilişki..121
17. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşla tartışma durumu arasındaki ilişki 122
18. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarına hedef olma durumu arasındaki ilişki 123

19. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarından yönetimi yeniden düzenleme çalışmalarında yararlanma düşüncesi arasındaki ilişki	125
20. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzey ile vatandaşların bu görevlilerin astlarına yönelik yakınmaları arasındaki ilişki	126
21. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzey ile bu görevlilerin, vatandaşın yakındığı astlarına karşı gösterdikleri tutum arasındaki ilişki	127
22. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları vatandaşların önerilerini üstlerine ulaştırmaları arasındaki ilişki	128
23. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasındaki ilişki	129
24. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerini etkilemesi arasındaki ilişki	130
25. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevi gereği ilişkide oldukları siyasal nitelikli kişilerle olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasındaki ilişki	131
SONUÇ VE ÖNERİLER	133
KAYNAKÇA.....	150
EKLER	154

GİRİŞ

Günümüzde, örgüt ve çevresi arasında, örgütten çevreye doğru tek yönlü iletişim ve etki fikrini içeren görüş, yerini iki yönlü iletişim ve etkileşim fikrini içeren görüşe terketmiştir.

Yönetimin kapalı bir kutu olma özelliğinden sıyrılıp halka açılması, halkla ilişkilerin doğusuna ortam hazırlamıştır. Başka bir deyimle, halkla ilişkiler kavramının doğusu ve gelişimi, toplumların demokratikleşmesine paralel bir gelişme göstermiştir.

Bugün, demokratikleşmenin yaygınlaştığı toplumlarda, her türlü toplumsal faaliyetlerin başarısının, bunların yöneldiği toplumsal çevre ile iyi ilişkiler içinde olmasıyla artacağı kabul edilmektedir.

Halkla ilişkiler, kavram olarak 20. yüzyılda yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte, bu kavramın tam olarak anlaşıldığı da söylenemez. Çok çeşitli tanımları mevcuttur. Ancak, bu kavramın bütün tanımlarında ortak olan bir düşünce vardır ki; o da halkla ilişkilerin iki yönlü bir iletişime dayalı olduğu düşüncesidir.

Diğer yandan, halkla ilişkiler kuruluşlarda bir yönetim kavramı ve organizasyonda bir kurmay fonksiyonu olarak, son yarım yüzyılda hızlı bir gelişme göstermiştir.

Nitekim, bugün kamu yönetimlerinde düzenli ve programlı bir şekilde yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarının en büyük hedefi toplumda olumlu bir izlenimin yaratılmasıdır.

Aynı şekilde, yönetimin toplum hizmetinde bir araç olması gerçeğinden yola çıkılacak olursa, toplum üzerinde olumlu izlenim yaratacak bir örgütsel işleyiş ve çabası içinde olmak, kamu kuruluşları için aynı zamanda bir görevdir. Kuskusuz bu durum, ancak demokratikleşmiş toplumlar için geçerli olup halka dönük, toplumsal beklentilere uygun bir hizmet anlayışına sahip olan kamu yönetiminde sözkonusudur.

Bu konu, ülkemiz açısından ayrı bir öneme sahiptir. Çünkü, kamuoyunun bireysel ya da örgütlenmiş-örgütlenmemiş gruplar olarak, bir çok nedenlerle kamu yönetiminden yakınmakta oldukları bilinen bir gerçektir.

İşte bu araştırma, Türk kamu yönetimindeki böyle bir eksiklikten yola çıkılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde; halkla ilişkiler konusu genel olarak ele alınmış ve halkla ilişkilerin anlamı, benzer kavramlarla ilişkileri, tarihsel gelişmesi, amaç ve ilkeleri gibi konular kuramsal bir çerçeve içinde ele alınmıştır.

İkinci bölümde ise, T.C. Sağlık Bakanlığı'ndaki halkla ilişkiler uygulamasını ortaya koymayı amaçlayan bir araştırma yapılmıştır. T.C. Sağlık Bakanlığı'nın Türk

kamu yönetiminin bir parçası olarak ele alındığı araştırmada adı geçen bakanlığın personeli buldukları düzey esas olmak üzere halkla ilişkileri yönünden incelenmiştir.

Elde edilen veriler çizelgeler halinde ifade edilmiş ve ikili değişkenler arasındaki ilişkiler, bu çizelgeler yardımıyla değerlendirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

1. HALKLA İLİŞKİLER NEDİR?

1.1. HALKLA İLİŞKİLERİN ANLAMI VE NİTELİKLERİ

1.1.1. Anlamı

Halkla ilişkiler, yaptığı işlere baktığımızda üç temel anlama gelmektedir.

1. Bilgi verme,
2. Halkın tutum ve davranışlarını biçimlendirmeyi amaçlayan ikna,
3. Kuruluşun amaç ve etkinlikleriyle, halkın istek ve ihtiyaçlarının bütünleştirilmesi.(1)

Ancak, halkla ilişkiler yalnızca bilgi vermek ya da karşımızdaki kitleyi kendi isteklerimiz doğrultusunda etkilemek ve yönlendirmek değildir.

Halkla ilişkiler, kitlenin isteklerinin de dikkate alınarak kendi kuruluşumuzda, politika ve faaliyetlerimizde, kitleyle ilişkilerimizde, belli düzeltmelerin, düzenlemelerin yapılmasını da gerektirir. Bu bağlamda baktığımızda, halkla ilişkiler;

1. Bilgi veren,

1) Birkan UYSAL-SEZER, Halkla ilişkiler, Orta Kademe Yöneticileri Semineri, Halkla ilişkiler ve Uygulama Sorunları, TODAİE Yay., Ankara 1986. 3.1

2. Kuruluşta kitlenin, kitlede kuruluşun amaçlarına uygun değişikliklerin gerçekleştirilmesine yönelik,

3. İki yönlü haberleşmeye dayalı, planlı ve sürekli bir işlev anlamını taşımaktadır.(2)

Diğer yandan, halkla ilişkilerin anlamı ile ilgili olarak çeşitli yayınlarda değişik tanımlara rastlanmaktadır.

Prof. Byron Christian'a göre halkla ilişkiler ; "halkın haberleşme yoluyla bir kuruluşun lehinde düşünmeğe, onu desteklemeye, güçlüklerle karşılaşsa dahi onu uzun süre yılmadan denemeye itmek ve onu bu yolda etkilemek" demektir.(3)

Encyclopedia Britannica'ya göre halkla ilişkilerin anlamı ise;"bir kurum veya bir kişinin halk ile olan ilişkilerinin düzeltilmesi, yorumlanması ve geliştirilmesi ile ilgili faaliyetlerdir."(4)

Aynı şekilde, Beş Yıllık Kalkınma Planlarında da halkla ilişkilere yer verilmiştir. Nitekim, Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporunda halkla ilişkiler aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır:

"Özel yada kamu kesimindeki kuruluşların ilişki kurdukları ve kuracakları grupların anlayış, sempati ve desteğini elde etmek ve devam ettirmek için gerçekleştirdikleri teşkilatlandırılmış, sürekli ve haberleşmeye dayalı bir etkileşim sürecidir. Yani, halkla ilişkiler kamu kuruluşlarında ve özel sektörde yönetimin eylem ve işlevle-

2) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e., s.3

3) Encyclopedia Britannica, Cilt:18, 1963, s.832

4) Scott M. CUTLIP, Allen H.CENTER, Effective Public Relations, Prentice Hall. Inc., New Jersey, 1961, s.6

rini hedef gruplara onaylatma çabası değil, eylem ve işlevlerini bu gruplarla etkileşerek gerçekleştirme ve böylece kendiliğinden oluşan bir onay elde etme sürecidir."(5)

Buna göre halkla ilişkiler uygulamasının iki temel evresi vardır ki, bu evreler:

1. Hedef grupları aydınlatma, yönetimin eylem ve işlevlerini ona açıklama,

2. Hedef grupların isteklerini ve şikayetlerini öğrenmedir.

Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin anlamını açıklayan bir başka tanım ise aşağıdaki gibidir:

"Kamu yönetiminde halkla ilişkiler; bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı ve sonuçta kamuoyunda kuruluşun kurulusta da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli cabalardır.(6)

Yukarıda verilen tanımda da görüldüğü gibi halkla ilişkilerin en belirgin özelliği, iki yönlü bir iletişim olayı olmasıdır. Bu özellik halkla ilişkilerin en önemli özelliğidir. Nitekim, sistemli ve bilinçle yürütülen

5) Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Tanıtma Ve Kamuoyunu Aydınlatma, D.P.T. yay., Ank., 1983

6) Selçuk YALÇINDAĞ, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara 20-21 Nisan 1987, A.U. S.B.F. ve B.Y.Y.O. Yay., Ank., 1988, s.57

halkla ilişkiler çalışmalarında ilk amaç kuruluştan halka, halktan kuruluşa bilgi akımını sağlamaktır.

Buraya kadar anlatılanlar dışında halkla ilişkiler konusunda oldukça çok sayıda tanım mevcuttur ve her biri halkla ilişkileri değişik yönleri ile ele almışlardır. Ancak, hangi yönden bakılırsa bakılsın, bütün tanımlarından ortaya çıkan sonuç; halkla ilişkilerin kişi ya da kuruluşlarca sürdürülmesi gerekli olan bir faaliyetler bütünü olduğudur.

1.1.2. Nitelikleri

Sosyologlara göre, halka bir şey yaptırabilmenin üç etkili yolu vardır. Bunlar; a)Para ile satın almak, b)Zor kullanmak c)İnandırmak'tır.(7)

Halkla ilişkilerin temel amacı ikna etmek ve inandırmaktır. Demokrasilerde halkın inanmadığı ve desteklemediği şeyleri gerçekleştirmek kolay değildir. Halkı sadece aydınlatma ve bilgilendirme, ilişkilerin olumlu ve yapıcı olabilmesi açısından yeterli değildir. Kamuoyunun tepkisi ve düşünceleri de yönetim için çok önemlidir. Ancak iki yönlü bir haberleşme akımının gerçekleşmesiyle karşılıklı güven, anlayış ve dayanışma sağlanmış olur. Kamuoyu yönetimdeki gelişme ve değişimlerden haberdar olmalı, yönetim ise; kamuoyunun görüş ve inançlarını yakından izlemeli, politikalarını buna göre belirlemelidir. Bugün "halk ta kim oluyor" düşüncesi çok gerilerde kalmıştır.(8)

7) Rex F.HARLOW and Marvin M.BLACK, Practical Public Relations, Harper and Row, New York, 1952, s.28

8) Nuri TORTOP, Halkla İlişkiler, Ank., 1982, s.5

Halkla ilişkiler faaliyetinin çift yönlü olması nedeniyle halkla ilişkiler çalışmalarında iki temel aşamadan geçilmektedir. Bunlar;

1. Tanıtma,
2. Tanıma, aşamasıdır.

Tanıtma, yönetilenin aydınlatılması, yönetim kararlarının ve faaliyetlerinin açıklanması ve tanıma, bilme eksikliğini gidermek için yönetilenin bilgilendirilmesidir.

Yönetim yaptığı işlerden dolayı yönetilene hesap verme sorumluluğunu duymaktadır. Tanıtma fonksiyonunu yerine getirmekle hem bu görevi gerçekleştirecek hem de halkın kendisi ile hemfikir olmasını ve desteğini sağlayacaktır. Bunun sağlanabilmesi için çeşitli haberleşme araçlarından yararlanarak kamuoyuna açık ve doğru bilgiler verilmek zorundadır. Ancak kamuoyu, halkın aynı fikirde birleşmesi şeklinde oluşmayabilir, burada amaç çoğunluğun olurluğunu almaktır.(9)

Tanıma ise, yönetimin karar almada bilgi eksikliğini gidermek, çevreyi tanımak, halkla belirli konularda sorumluluğu bölüştürmek, onların istek ve düşüncelerini öğrenmek amacıyla yapılan çalışmaları kapsamaktadır.

Tanıma fonksiyonunun tam anlamıyla yerine getirilmesi halkla ilişkiler uygulamasının etkinliğiyle, dolayısıyla yönetimin başarısı ile doğrudan ilgilidir.

Diğer yandan, tanıma fonksiyonunun yerine getirilmesinde geri besleme çok önemlidir. Geri besleme; her han-

9) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler; Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar, Olguç Matbaası, Ank.,1982. s.65

gi bir sistemin kendini yeniden üretmesi ve çevreye uyum sağlaması için gerekli girdileri içeren ve çevreden gelen tepkilerin tümüne verilen addır.(10)

Yönetimin ilettiği mesajların istenilen hedefe ve amaca ulaşip ulaşmadığının araştırılması ve yanılmasının ne kadar olduğunun bilinmesi; çevre tepkisinin ne olduğunun öğrenilip değerlendirilebilmesi için yönetim, geri beslemeye yer vermek zorundadır.

Buraya kadar anlatılanlar ve verilen tanımlardan da yararlanarak, halkla ilişkilerin niteliklerini aşağıdaki gibi sıralandırmak mümkündür:

1. Halkla ilişkiler dediğimiz çabalar iki yönlü bir akım göstermektedir. Bu akımın bir ucunda bu çabaya girmek durumunda olan özel ya da tüzel kişiler, öbür ucunda ise sınırı çizilmiş yani, ön çalışmalarla belirlenmiş hedef kitleler bulunmaktadır.

2. Halkla ilişkilerde yer alan iki uç arasında karşılıklı yarar bulunmaktadır. Halkla ilişki kuran özel ya da tüzel kişi hedefi aydınlatarak, arada sağlam bağlar kurup geliştirerek, onu olumlu tutum ve eylemlere yöneltmekte, onun destek ve güvenini sağlamaktadır. Buna karşılık, hedef kitlede çeşitli araçlarla kendini belli eden, ölçülebilen tepkileri ile kendisiyle ilişki kurmağa çalışan özel ya da tüzel kişilere yol göstermektedir.

3. Halkla ilişkiler, sözü edilen karşılıklı sağlam bağların kurulup geliştirilmesi, tanıtma mesajlarının hedef kitleye ulaştırılması için çeşitli araçlar kullanan bir yöneticilik sanatıdır.

4. Dördüncü nitelik, halkla ilişkilerin planlı olusudur. Halkla ilişkiler planlı çalışmayı gerektiren, belirli aşamaları bulunan bir süreçtir. Bu süreç içerisinde aşamalar birbirini izler, bir halkla ilişkiler çalışmasının son aşaması, bir diğer çalışmanın ilk aşaması olarak sürer gider.

5. Beşinci ve halkla ilişkilerin çok önemli bir niteliği ise halkla ilişkiler çalışması içerisinde hazırlanan duyurma ve tanıtma mesajlarının kesinlikle dürüstlükten ayrılmamasıdır.(11)

6. Dr. Rex F. Harlow'un mesleki açıdan yaptığı halkla ilişkiler tanımı, aynı zamanda halkla ilişkilerin diğer niteliklerini de özetle belirtir niteliktedir.

Rex F. Harlow'un tanımına göre ;" halkla ilişkiler, bir organizasyon ve bu organizasyonun hedef kitleler arasında karşılıklı iletişim, anlayış, genel kabul ve işbirliği oluşturulmasına ve bunların sürdürülmesine yardımcı olan bir yönetim fonksiyonudur; yönetim problemlerini veya yönetimle ilgili konuları kapsar, yönetimin yeni durumlardan haberdar olmasına ve kamuoyuna cevap verebilecek durumda olmasına yardımcı olur; yönetimin başarılarını sürdürmesine ve değişikliklerden etkin biçimde yararlanmasına yardımcı olur, ortaya çıkması muhtemel yeni eğilimlerin sezinlenmesine yardım eden bir ön uyarı sistemi olarak işlev görür ve başlıca araçlar olarak araş-

11) M.Alaeddin ASNA, "Yönetim- Halk ilişkileri", Amme İdaresi Dergisi, TODAİE Yay. Cilt:1, Sayı: 3-4, Ank., Aralık 1968, s.58

tırmaları, güvenilir teknikleri ve ahlâk prensiplerini kullanır."(12)

Görüldüğü gibi, halkın desteğini kazanmak bir yönetim için en önemli konulardan biridir. Bu yüzden, son yüzyılda hem özel kuruluşlar hem de kamu kuruluşları halk desteğini sağlayıcı çalışmalarda bulunmaktadır.

Nitekim, halkla ilişkiler bütün örgütlerin başvurduğu bir yol olmak niteliğindedir ve halkla ilişkiler ile uğraşan yöneticinin ana amacı kendi kuruluşuna karşı kamuoyunun saygısını ve güvenini sağlamaktır. Etkili bir halkla ilişkiler programı gerçek gereksinmelere ve etkili hizmet görmeye dayanır. Nitekim, halkla ilişkiler bu şekilde algılandığı sürece başarıya ulaşabilecek bir olgudur. (13)

12) The Education and Research Committee of the International Public Relations Association, Halkla İlişkiler İpra Raporu, (Cev.Okutman:A.Fikret İŞİKYAKAR), Anadolu Univ. Yay. No:251, Eskişehir, 1987, s.56

13) Turgay ERGUN ve Aykut POLATOĞLU, Kamu Yönetimine Giriş, 3. Baskı, TODAİE Yay. No: 222, Ank., 1988, s.255

1.2. HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.2.1. Halkla İlişkilerin Doğuşu

Halkla ilişkiler deyimini ilk kez Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Thomas Jefferson'un 1807 yılında Kongre'ye gönderdiği mesajda kullandığı bilinmektedir.(14)

Birinci Dünya Savaşı sırasında Wilson "Halkı Aydınlatma Komitesi" kurarak hükümetlerin halka çeşitli konularda bilgi vermek için özel bir örgütten yararlanmasına yol açmıştır. Bunun yanısıra, savaş sonrasında piyasada ortaya çıkan düzensizliklerin yiyecek sanayiindeki etkilerini ölçmek için General Foods adlı yiyecek firmasının ev kadınları arasında düzenlediği panel, bu konuda kamuoyu üzerinde yapılmış ilk ciddi araştırmalardandır.(15)

Bu arada Ivy Lee adlı bir gazeteci Rockefeller Şirketi'nde halkla ilişkiler uzmanı olarak ortaya çıkan sorunları çözmeye çalışmıştır. Ivy Lee daha sonraki çalışmaları ve yayınladığı küçük yapıtı ile halkla ilişkiler konusunda bugün bile geçerliliği olan ilkeleri ortaya koymuştur.

Ancak, bunlar birbirinden kopuk birer halkla ilişkiler uygulamasıdır. Halkla ilişkilerin öneminin yönetim ve işletmeler açısından kaçınılmaz olduğunun anlaşıldığı dönem, 1929 yılındaki büyük bunalım dönemidir. 1929 yılına kadar önemli olaylar, savaş, seçimler ve yerel grevler

14) Metin KAZANCI, a.g.e., s.315

15) M.Alaeddin ASNA, Halkla İlişkiler, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No:90, Ank., 1978, s.29

nedeniyle başvurulan halkla ilişkilerin Büyük Bunalım ile birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nde ve daha ziyade özel kesim içinde önemli bir yer tutmaya başladığı görülmektedir.(16)

Halkla ilişkilerin özellikle Amerika'daki bu gelişmesine paralel olarak bu alanda uluslararası meslek kuruluşları da oluşturulmaya başlanmıştır. Bu konuda oluşturulan ilk meslek örgütü 1955'te Londra'da kurulan "Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği"dir. Derneğin amacı; ülkeler arasında halkla ilişkiler alanında düşünce ve bilgi alışverişine yardım etmek, ülkelerdeki uygulama örneklerini izlemek, kullanılan metodları geliştirmek ve belli ilkeleri yerleştirmektir.(17)

Bu alanda oluşturulan bir diğer uluslararası kuruluş, merkezi Brüksel'de bulunan ve Ortak Pazar üyesi ülkelerin dernekleri tarafından 1959'da kurulan Avrupa Halkla İlişkiler Merkezi'dir.

Pasifik ülkelerindeki halkla ilişkiler derneklerini birleştiren uluslararası örgüt ise, 1958'de Sydney'de kurulan "Pan Pasifik Halkla İlişkiler Grubu" olmuştur. Bu gruba zamanla Kanada, Japonya, A.B.D., Taiwan, Tayland, Filipinler, Hindistan, Hong-Kong ve Yeni Zelanda da üye olmuş ve Avustralya ile birlikte üye ülkelerin sayısı 10'cıkmıştır. Bu grubun yanısıra, merkezi Meksika'da olan "Pan Amerikan Halkla İlişkiler Dernekleri Federasyonu" Güney ve Kuzey Amerika kıtalarındaki ülkelerin halkla

16) Metin KAZANCI, a.g.e., s.4

17) M. Alaeddin ASNA, a.g.e., s.26

ilişkiler derneklerini birleştiren bir uluslararası örgüttür. (18)

Sayıları oldukça artırılabilen bu örnekler, Kanada'dan Yeni Zelanda'ya kadar dünyanın her yanında gün geçtikçe gelişen halkla ilişkiler konusuna verilen değeri göstermek açısından önem taşımaktadırlar.

1.2.2. Türkiye'de Halkla İlişkiler

Türkiyede modern anlamda ilk halkla ilişkiler ünitesi, 1960 Devriminden sonra kurulan Devlet Planlama Teşkilatında görülmüştür. Teşkilatın kuruluş kanununda ve teşkilat şeması içerisinde yüksek bir düzeyde yer alan "Temsil Şubesi" Türkiye için çok yeni bir konu olan planlama fikrinin halk tarafından benimsenmesini sağlamış ve böylece başarılı bir halkla ilişkiler çalışması gerçekleştirmiştir. 1964'te özel bir kanunla kurulan Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü'nün teşkilat şemasında yine yüksek düzeyde yer alan "Tanıtma ve Halk Eğitimi Müdürlüğü" de kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler çalışmasına öncülük etmiş bir kuruluştur. Nitekim, bu iki kuruluşu diğer kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler üniteleri izlemiş, daha sonra özellikle İstanbul ve İzmir'deki özel kuruluşlarda kapılarını halkla ilişkiler çalışmalarına açmışlardır. (19)

18) M. Alaeddin ASNA, "Yönetim- Halk İlişkileri" a.g.m., s.61

19) M. Alaeddin ASNA, "Halkla İlişkiler", Sevk Ve İdare Dergisi, Sayı: 66 (Şubat 1974), s.9-14, nakleden; Fermani MAVİS, Halkla İlişkiler (Secme Yazılar), Anadolu Uni. Yay. No:154, Eskişehir, 1986, s.31-42

Türkiye'de halkla ilişkiler konusu ilk kez 1966 yılında üniversitelerin ders programlarına alınmış ve halkla ilişkiler eğitimi aynı yıl Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı Basın ve Yayın Yüksek Okulu'nda "Halkla İlişkiler Bölümü" kurularak resmi olarak başlatılmıştır. (20)

Ülkemizde halkla ilişkiler konusuna Anayasalarımızda da değinilmiştir. Daha çok kamu kuruluşları ile olan ilişkilerde halkın saklı olan hak ve hürriyetlerini kapsayan bu düzenlemeler halkla ilişkiler açısından önemlidir.

Anayasa ile getirilen bazı hükümler halk ile kamu kurum ve kuruluşları arasındaki ilişkileri düzenlemekte ve özellikle endüstrileşmenin önemli sonuçlarından biri olan ; toplumsal hayatta bürokratik örgütlerin yaygınlaşması ile ortaya çıkan sorunları da azaltmak amacını taşımaktadırlar. (21)

1982 Anayasası haberleşme ve dilekçe verme hakkı ile ilgili maddeleriyle halkla ilişkilerin ülkemizde uygulanmasına zemin hazırlamaktadır. Nitekim, haberleşme hürriyeti Anayasa'nın 22. maddesinde hükme bağlanmıştır ve şöyle demektedir; "Herkes haberleşme hürriyetine sahiptir. Kanunun açıkça gösterdiği hallerde, usulüne göre verilmiş hakim kararı olmadıkça, gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınan merciin emri

20) M. Aleddin ASNA, " Halkla İlişkiler" a.g.m., s.29

21) Emre KONGAR, "Türkiye'de Aile Yapısı Ve Bürokratik Örgütlerle İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, Haziran, 1970, s.58

bulunmadıkça, haberleşme engellenemez ve gizliliğine dokunulamaz."

Haberleşmenin, halkla ilişkilerin temeli olduğu göz-önünde tutulacak olursa, yukarıdaki Anayasa maddesinin halkla ilişkiler açısından taşıdığı anlam kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan, Anayasa'nın dilekçe hakkı ile ilgili 74. maddesi ise; "Vatandaşlar kendileriyle veya kamu ile ilgili dilek ve şikâyetleri hakkında yetkili makamlara ve Türkiye Büyük Millet Meclisine yazı ile başvurma hakkına sahiptirler." demektedir. Bu madde ile halkın kuruluşlar ile ilgili ihmal ve hataları görüp şikâyet edebilme, dolayısıyla kuruluşlarında halkla ilişkilerde söz konusu olan ve "geri besleme" denilen halktan kuruluşa akan bilgilerden yararlanması sağlanmış olmaktadır. Anayasamızda yer alan bu ve benzeri maddeler insan haysiyetinin ve kişiliği geliştirme hakkı kavramlarının bir gereğidir.(22)

Bu hükümler aynı zamanda ülkemizdeki halkla ilişkiler uygulamasına kanuni yol göstericilik niteliği taşımak açısından da önemlidirler.

Diğer yandan, ülkemizde halkla ilişkiler ile ilgili olarak dernek kurma çalışmaları da yapılmıştır. Nitekim, çalışmalarına 1969 yılında başlanıp 1971'de tamamlanarak "Kamu Kuruluşlarında Basın Mensupları" adıyla kurulan dernek, daha sonraları üye bulmakta güçlük çektiğinden dolayı adı değiştirilerek biraz daha kapsamlı bir dernek haline getirilmiş ve 1973 yılında "Basın ve Halkla İliş-

22) Tekin AKILLIOĞLU, Yönetim Önünde Savunma Hakları, TODAİE Yay., Ank., 1983, s.79

kiler Derneği" olarak tescil ettirilmiştir. Daha sonraki dönemlerde, İstanbul'da "Halkla İlişkiler" adı altında, genellikle özel teşebbüse dayalı çalışmalar yapan bir dernek daha kurulmuştur.(23)

Bu derneklerin amacı; kamu ve özel kurum ve kuruluşlarda halkla ilişkiler biriminin kurulmasını ve ayrıca bu birimlere konunun uzmanı kişilerin atanmasını sağlamaktır.

Buraya kadar anlatılanlar göstermektedir ki; halkla ilişkiler gerek dünyada gerekse ülkemizde çeşitli ekonomik olayların etkisi altında kalarak gelişmeler kaydetmiştir.

Ayrıca, günümüzde bürokrasinin halka yöneltilmeye çalışılması halkın desteğini gerektirmekte bu durum ise, halkla ilişkileri yönetim açısından vazgeçilmez bir unsur haline getirmektedir.(24)

23) Hayat İLHAN, "Günümüzde Türkiye'de Halkla İlişkiler Çalışmaları", Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri, M.P.M. Yay. Ank., 1976, s.110-111

24) Marshall E.DIMOCK and Glads O.DIMOCK, Public Administration, Third Edition, Holt., Rinehart and Winston, Inc. London, 1964, s.329

1.3. HALKLA İLİŞKİLERİN AMAÇLARI, ÖGELERİ VE GENEL İLKELERİ

1.3.1. Amaçları

Halkla ilişkilerin amacı, kuruluş ile halk ve kuruluş ile diğer kuruluşlar arasında iyi bir ortam yaratmaktır. Halkla ilişkiler bu anlamda kuruluşun yalnız halkla olan ilişkilerini değil, diğer kuruluş ve topluluklarla olan ilişkilerini de kapsamına almaktadır.(25)

Kamu kuruluşları yükledikleri görevler nedeniyle kişilerle, gruplarla veya toplumun daha büyük birimleri ile devamlı ilişkiler içerisinde bulunmaktadırlar. Bu ilişkilerin niteliği kamu kuruluşları için iki yönlü bir önem taşımaktadır. Demokratik yaşama düzenine sahip ülkelerde kamu kuruluşları bir yandan topluma karşı sorumlu ve saygılı bir yönetsel davranış içerisinde olmak, öte yandan üstlendikleri görevleri başarıyla yürütebilmek için toplumun güvenini, saygısını, ilgi ve desteğini sağlamak zorundadırlar. Nitekim, halkla ilişkiler de toplumla kamu kuruluşları arasındaki bu zorunlulukların gerektirdiği nitelikte ilişkiler kurmanın yol ve yöntemlerini bulmak için yapılan çalışmalar sonucu gelişmiştir. Bu şekilde gelişmesini sürdüren halkla ilişkilerin kamu yönetiminde belli başlı iki amacı kapsadığı öngörülmektedir.

1. Yönetimin toplum üzerinde olumlu izlenim bırakmasını sağlamak,

2. Mahalli hizmetlerin etkinliğini ve verimliliğini artırmak.(26)

Bilindiği gibi bürokrasinin temel karakteri içe dönük olmasıdır. Ancak bu özelliğin değiştirilip bürokrasinin halkın bilgisine sunulması, halkın desteğinin sağlanması halkla ilişkilerin temel amacıdır. Bu yönü ile ele alındığında pozitif bir halkla ilişkiler programının aşağıdaki amaçlara sahip olması gerekmektedir.(27)

1. İçsel yönetimi dışa dönük olarak belirlemeli,
2. Örgüt içerisindeki görevlilerin dikkatini vatandaş ve işletmenin planı, programı, amaçları ile politikaları üzerinde yoğunlaştırmalıdır,
3. İlave demokratik eğitim ve haberleşme olanakları sağlamalıdır,
4. Yukarıda belirtilen araçlarla örgütün devamlılık ve etkinliğini sürdürmelidir.(28)

1.3.2.Ögeleri

Halkla ilişkiler çeşitli çevrelere işletmenin konumunu ve görüntüsünü aktarırken kurduğu köprü üç ögeye dayanır. Bunlar;

1. Bilgi,
- 2.İlişkiler,

26) Selçuk YALÇINDAĞ, "Mahalli idarelerde Halkla ilişkiler" Amme İdaresi Dergisi, Cilt:1, Sayı:3-4, (Aralık 1968), s.69-92, nakleden; Fermani MAVİS, a.g.e., s.227-228

3. İletişim (haberleşme)'dir.(29)

Birinci aşamada yer alan öge bilgidir. Başka bir deyimle kuruluşa ilişkin bilgiyi yaymaktır. Bu aşamada kuruluş kamuyu aydınlatma, kuruluşu ve onun izlediği politikayı benimsetme amacını taşımaktadır.(30) Bu yayımın amacı ileriye dönüktür ve kısa zamanda bir kârlılık ve bir üretkenlik veya verimlilik öngörülmemektedir.(31)

Halkla ilişkilerin ilk ve önemli ögesi bilgi yayımı olmakla birlikte, ilişkilerin bu yayımdaki rolü ve etkisi çok büyüktür. Bir insan çevresiyle nasıl ilişki kurar ve iş arkadaşları, üst ve astlarıyla iyi bir ilişki içine girmek isterse; kuruluş da çevresiyle kendine özgü bilgileri sunmak için, ilişki kurmak amacını önde tutar. Ancak, ilişki kurmanın yani ikinci aşamanın gerçekleşmesi büyük ölçüde iletişime yani üçüncü aşamaya bağlıdır.

Üçüncü aşama olan iletişimin var olabilmesi büyük ölçüde işletme yönetiminin niteliğine bağlıdır. Yönetimde diktatör bir anlayışın egemen olduğu bir kurulusta halkla ilişkilerin başarılı olması çok zordur. "Arkadaşça bir yönetim" in kendini hissettirdiği bir kurulusta halkla ilişkiler , aşırı disiplinli ve bürokratik yönetime sahip olan bir kurulustaki halkla ilişkiler çalışmasından daha fazla etkinlik sağlayabilir.(32)

29) Fuat ÇELEBİOĞLU, "Yönetimde Halkla İlişkilerin Önemi" İ.U. İsl. Fak. İşletme İktisadi Dergisi: Yönetim Yıl: 1, Sayı:3, (Ocak-Mart 1976), s.87-88

30) Cemal MIHÇIOĞLU, "Kamusal İlişkiler Nedir?", Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorun..... a.g.e., s.16

31) Fuat ÇELEBİOĞLU, a.g.m., s.87

32) Fuat ÇELEBİOĞLU, a.g.m., s.88

1.3.3. İlkeleri

1.3.3.1. Dürüstlük:

Dürüstlük kavramı halkla ilişkilerin en önemli ilkesidir. Halkla ilişkiler çalışmasının her adımında dürüst davranmak, araştırma ve değerlendirmede mesajların ve programların hazırlanmasında ve planların uygulanmasında dürüstlükten ayrılmamak, çalışmaların başarı oranını artırıcı ve bu çalışma koluna özel nitelik kazandırıcı konuların başında gelir.(33)

1.3.3.2. İnandırıcılık:

Halkla ilişkiler çalışmasında inandırıcı olabilmek büyük ölçüde hedef kitlenin iyi tanınmasına, kamuoyu ile ilgili yasaların bilinmesine bağlıdır.

Halkla ilişkiler çalışması sırasında kullanılacak mesajları hazırlarken "inandırıcı" olabilmek için uyulması gereken bazı ilkeler vardır. Bunları aşağıdaki gibi sıralandırmak mümkündür.(34)

1. Mesajın halk tarafından kabulü, inandırıcı haberleşmede önemli bir etkidir.

2. Eğer öneriyi yapan kaynak konuyu iyi bilen ve güvenilir bir uzman olarak kabul ediliyorsa, önerinin olumlu karşılanma şansı daha fazladır.

3. Hedef, sunulan konuyu kabul etmeme eğilimi gösteriyor veya başka kaynaklardan sürekli olarak başka görüş-

33) M. Alaeddin ASNA, Halkla İlişkiler, TODAİE Yay., Ankara, 1969, s.189

34) James B. ORRICK, An Introduction Public Relations, 1967, s.40, nakleden; M. Alaeddin ASNA, ...a.g.e (1969), s.199

leri dinliyorsa, konunun iki yanını da ortaya koyarak kamuoyunda tartışma ortamı hazırlamak en etkili yoldur.

4. Mesajların hazırlanmasında hedef kitlenin özelliklerini dikkate almak büyük önem taşır. Bazan duygulara seslenmekte bazan da gerçekleri olduğu gibi yansıtmakta yarar vardır.

Yukarıda belirtilen bu ilkelerin halkla ilişkiler çalışmasının planlanmasında dikkate alınması mesajların inandırıcılığı bakımından önemlidir. İnandırıcılık, kalıcılıkla yakından ilgilidir. Bu yüzden inandırıcılığı olan halkla ilişkiler programları halkla ilişkiler çalışmasından beklenen sonucu verir.(35)

1.3.3.3. Yenileme:

Halkla ilişkilerde etkili ilkelerden bir diğeri ise, mesajların bir çok kez yenilenmesidir. Böylece mesajla sık sık karşılaşan hedefin verileni bir daha unutmayacak biçimde belleğine yerleştirmesi sağlanabilir.

1.3.3.4. Bütçeleme:

Bir halkla ilişkiler bütçesinin reklam bütçesi kadar kabarık olmadığı belirtilmelidir. Çünkü halkla ilişkiler ile ilgili bir çalışmada, reklam çalışması gibi gazete ve dergilerde sayfa yeri, radyo, televizyon ve sinemalarda ise zaman satın alınması sık rastlanan bir olay değildir. Ancak, yeterli personel çalıştırılması ve radyo, televizyon programı, sinema filmi, broşür, slayt gibi tanıtma

araçlarının hazırlanması için gerekli harcamadan da kaçınılmamalıdır.

Halkla ilişkilerin ilkeleri hakkında Uluslararası Halka İlişkiler Derneği'nin Meslek Yasası da bazı önerilerde bulunmaktadır. Halkla ilişkileri bir meslek olarak kabul eden ve bu mesleği yürütürken gözönünde tutulması gereken ilkeleri tek tek ortaya koyan bu yasaya göre, derneklerin bütün üyeleri;

1. "İnsan Hakları Evrensel Bildirisi" ile insanlığa verilmiş ve zamanışımına uğramayan haklardan insanlığın yararlanmasını sağlayan kültürel ve morâl şartların gerçekleşmesine katkıda bulunmayı,

2. Esaslı haberlerin serbestçe yayılmasını geliştirerek, grubun her üyesinde haberdar edilme, sorumluluk ve dayanışma hislerinin uyanmasını sağlayan haberleşme kanal ve yapıları kurmayı,

3. Bütün durumlarda takdire lâyıf davranmayı ve ilgili olduklarının güvenini elde etmeyi,

4. Mesleğinin kamusal niteliğini hesaba katarak, özel yaşamında da olsa, davranışının bir bütün olarak mesleği üzerindeki yargılarda etkisi olacağını gözönünde bulundurmayı, taahhüt eder.

Aşağıda sayılanlarla da kendini bağlar:

1. Mesleğin yürütülmesinde "İnsan Hakları Evrensel Bildirisi"nin moral ilke ve kurallarına saygı göstermek,

2. İnsan onurunu korumak ve saygı göstermek, herkesin kendi yargısına kendisinin varmasını sağlamak,

3. Gerçek bir diyalogun zihni, psikolojik ve morâl koşullarını yaratmak, mevcut tarafların kendi durumlarını

ve görüş açılarını açıklamaya hakları olduğunu kabul etmek.

4. Bütün koşullar altında tarafların karşılıklı yararlarını hesaba katacak şekilde hareket etmek,

5. Hiçbir karışıklığa meydan vermeyecek ifadelerle formüle edilmesi gereken söz ve yükümlülüklerine saygı göstermek, her durumda müşterilerinin veya işverenlerinin ve faaliyetlerinin ilgili olduğu bütün halkların güvenini muhafaza etmek için içtenlikle ve sadakatle çalışmak,

Aşağıda sayılanları yapmaktan kendisini yasaklar:

1. Gerçeği herhangi bir gerekten aşağıda tutmak,

2. Denetlenmemiş ya da denetlenemeyen olgulara dayanan haberleri yaymak,

3. İnsanın ahlâkına, namusuna veya onuruna ve bütünlüğüne zarar verebilecek bir faaliyete girisen her çeşit örgüte yardımda bulunmak,

4. İnsanın serbest yargıya varmasını engelleyen bilinçsiz bir güdülenme yaratabilecek her çeşit yöntemi, aracı ve tekniği kullanmaktan kendini alıkoymak.(36)

1.4. HALKLA İLİŞKİLERİN YÖNÜ VE SINIRI

1.4.1.Halkla İlişkilerin Yönü

Herhangi bir kuruluş, halkla ilişkiler açısından iki yönlü bir çalışma yapmak zorundadır. Bu zorunluluk büyük ölçüde işlerin türünden ileri gelmektedir. Zira, işletme

36) James B. ORRICK, Halkla İlişkiler Ders Notları, (Cev: Oğuz ONARAN) A.Ü. SBF. ve BYYO. Yay. No: 1, Ank., s.7-8

esas amacı olan işlerin yerine getirilmesi için, önce kapsamı dar denilebilecek bir çevreye yönelecek, daha sonra da daha geniş kapsamlı bir çevrede görüntüsünü vermeye çalışacaktır. İşletme dar kapsamlı bir ilişkiye girerse; "iç halkla ilişkiler", geniş bir çevreye köprü kurmaya çalışırsa; "dış halkla ilişkiler" söz konusu olur.(37)

1.4.1.1. İç Halkla İlişkiler:

Kurum veya kuruluş üyelerinin gerek işlerinden gerekse çalıştıkları kurum veya kuruluştan hoşnut olmaları ve bu hoşnutluğun derecesi, geniş ölçüde iletişim sisteminin istenilen biçimde işleyip işlememesine bağlıdır. Kurulusta gizli kapaklı işlerin varlığı bu iletişimi daha başında iken engeller. Bu nedenle olabildiğince açık olmakta yarar vardır ve kuruluşun içindeki halkla ilişkilerin en önemli ilkesi de budur.(38)

Dar çevreye yönelik olan iç halkla ilişkiler her kuruluşun örgütünde yer almak zorundadır. Kuruluşlar böyle bir organizasyona gitmezlerse, büyüme ve genişleme sorunlarının büyük bir parçasını daha başında iken çözmekten uzaklaşmış olurlar.

Genel olarak büyümeyi amaçlayan işletmelerde egemen olan sözü edilen dar çevreye yönelme, şu üç çevreyi içerir:(39)

37) Fuat CELEBIOĞLU, a.g.m., s.86

38) Metin KAZANCI, a.g.e, s.139 .

39) Jean CHAUMELY, Denis HUISMAN, Les Relations Publiques, Paris, P.U.F., 1967, s.23'den nakleden: Fuat CELEBIOĞLU, a.g.m., s.87

1. Pay (hisse senedi) sahipleri ile olan halkla ilişkiler, (Bu durum, Anonim Şirketler için geçerlidir.)
2. Müşteriler ve bayilerle olan ilişkiler,
3. İsgören (personel) ile olan ilişkiler.

Belirtilen bu üç çevreye yönelik iç halkla ilişkilerin varolması için gerekli gösteriler ve işler ise, bilgi verme konferansları, film gösterileri, grup toplantıları, seminerler ve iç işletme bültenleri vb. çalışmalardır.

Diğer yandan, kurum veya kuruluşlarda iç halkla ilişkilerin en önemli yanı, kurumu yönetenlerin, personelin morâl gücüyle, etkili bir halkla ilişkiler sistemi arasında güçlü bir ilişkinin bulunduğunu anlayan kimseler olmasıdır. Zira, insan ilişkileri alanındaki yetenek ve becerinin, yöneticiler için en az teknik yetenek ölçüsünde önemli olduğu, bugün artık genel olarak onaylanan bir gerçektir. Durum böyle olunca, yöneticilerin insan ilişkileri alanında yetisttirilmesi, onlara örgütler içinde bir araya gelen bireylerin günlük davranışlarını kavrama olanağını verecek bilgilerle becerilerin kazandırılması sorunu büyük önem kazanır. (40)

Nitekim, tatmin edilemeyen işçi sadece kurum içerisinde problem olmakla kalmaz aynı zamanda kurum dışında da problem olabilir. Çünkü, çalışanlar belli bir cemiyetin içerisinde yaşamakta ve çevresi çalıştığı kurumu onun davranışlarıyla özdeşleştirmektedirler. Eğer, çalışanlar işiyle daha az ilgilenir görülürse, çevresi ve arkadaşla-

40) Cemal MIHÇIOĞLU, Yönetimde İnsan İlişkileri, (Ders Notları) A.U. SBF. Yay. Ank., 1985, s. 86

rı çalıştığı kurumu uygun olmayan biçimde algılayabilirler.

Oysa, iç personel yönetimiyle kurumun şöhreti arasında yakın bir ilişki vardır. Bu yüzden, kurum içindeki personel aynı zamanda halkla ilişkiler açısından da eğitilmeli ve onların iletişim kurabilme kabiliyetleri geliştirilmelidir.(41)

1.4.1.2. Dış Halkla İlişkiler:

Dış halkla ilişkiler, doğrudan doğruya halka yani kamuoyuna yönelir ki; işletmenin (kurum veya kuruluşun) halkla ilişkileri denildiğinde akla gelen konu halkla ilişkilerin bu yönü olmaktadır. Burada amaç, kamuoyunda işletmeyi tanıtmak, işletmeye ilişkin iyi bir görüntüyü sokaktaki adamın kafasında yaratmak ve halkın üzerinde iyi bir izlenim bırakmaktır.

Kamuoyunun işletmeyi tanıması bir çok yöntemler aracılığıyla gerçekleştirilebilir. İşletmeyi tanıtma bülteni veya işletme dergisi bunun için en etkin araçtır. Bunun dışında fabrika gezileri, dış geziler, gezici sergiler, yarışmalar, film gösterileri, gazeteler ve dergilerde çıkan bildiriler (ilânlar) ve özellikle hisse senedi sahipleri ile muhtemel pay sahiplerine yönelik yorumlu bilanço yayınlanması gibi faaliyetler dış halkla ilişkilerde önemli bir yer tutar.(42)

41) Felix A.NIGRO, Modern Public Administration, Harper and Row Publishers, New York, 1965, s.229

42) Fuat ÇELEBİOĞLU, a.g.m.,s.87

1.4.2. Halkla İlişkilerin Sınırı .

Yöneten-yönetilen, satan-satınalan ayırımının bulunduğu her ortamda halkla ilişkiler uygulamasından söz edilebilir. Çünkü halkla ilişkiler, bir yandan örgütsel çıktıya bağlı ve onun ayrılmaz izleyicisi olan ilişki, öte yandan bu ilişkiye düzenlilik getirmek ve çevre öğelerini denetlemek için örgüt tarafından geliştirilmiş bilinçli bir çalışma olarak ortaya çıkar. Kuruluşların çevreleri ile olan etkileşimi kaçınılmaz olduğuna göre kuruluşun içinde bulunduğu her ortamda halkla ilişkiler ya kendiliğinden ya da planlı olarak ortaya çıkan bir çaba olmaktadır. Ancak, halkla ilişkilerin çok yönlülüğü ve birden çok amacının olması, halkla ilişkileri kuruluşun eylemi olarak tanımlama açısından büyük güçlükler yaratmaktadır. (43)

Burada şu soru akla gelmektedir: Tüm iyiniyetli çabalara dayalı bu halkla ilişkilerin bir sınırı yok mudur?

Başka biçimde soruyu sorarsak, denilebilir ki; halkla ilişkiler uygulama sırasında amaçlarından uzaklaştıramaz mı? Kısacası, halkla ilişkilerin bazı sakıncaları da yok mudur?

Bütün bu soruları tek bir sözcükle ve olumsuz bir biçimde yanıtlamak çok güçtür. Gerçekten de halkla ilişkiler, iyiniyetle işe başlarken, yarattığı iletişim süreci içerisinde ve sonucunda istenmeyen bazı yargıları da beraberinde getirebilir. Bu olumsuz yargıların en önemlisi hiç kuşkusuz, halkla ilişkilerin insan ruhunu şartlandırması, insan düşüncesinin bazı "psikolojik edimler" le

yönü saptırılmış bir propagandanın etkisinde bırakılmasıdır ki; iste bu noktada halkla ilişkilerin sınırı başlamakta, bu sınırın ötesinde reklamcılık, propagandacılık, tanıtma ve duyurma gibi teknikler yer almaktadır.(44)

Halkla ilişkilere getirilebilecek sınırlamalara bakıldığında, halkla ilişkilerin sınırında birinci öge olan "ben (veya biz)"e getirilebilecek ilk sınırlamanın ahlaksal olduğu görülmektedir. Kendini tanıtan kişi veya kuruluşun adeta Kant'cı bir anlayış içerisinde "sana yapılmasını istemediğin şeyi sende başkasına yapma, koşullar ne olursa olsun, kesinlikle dürüstlükten şaşma" ilkesini benimsediği varsayılsa bile, tek yönlü ve sadece kişinin vicdanına yönelik bu tür bir sınırlamanın mümkün olmadığı kadar ütöpik bir yaklaşım olduğu da kabul edilmelidir.

Diğer yandan, halkla ilişkilerin sınırlandırılmasında ikinci öge olan "halk" yani toplum ele alındığında "toplumun günlük, gelişigüzel eğilimleri; kendini tanıtan kişi veya kuruluşun kendini tanıtımında temel dayanak olmalıdır." denilebilir. İste bu takdirde iş çok kolaylaşmış olur.

Ancak, bunun aksi olan bir durumda, kaldı ki; kitle iletişim araçları da halkla ilişkiler çabasında bulunan kişi ve kuruluşun elinde ise, toplumu belli yönlere sürükleyebilir. Ondan sonra da o yön ve çerçevede dilediği tarzda hareket ettirebilir.(45) Böylece, ünvan, iktidar, güç, menfaat ve para onun olabilir.

44) Fuat ÇELEBİOĞLU, a.g.m., s.88

45) Niyazi ÖKTEM, "Halkla İlişkilerin Sınırları", Halkla İlişkiler Semp...., a.g.e., s.193

Görülüyor ki, bir çıkar çatışması ile karşı karşıya bulunmaktadır. Bir yanda kuruluşun özgürlüğü ve çıkarı diğer yanda halkın, toplumun özgürlük ve çıkarı sözkonusudur.

O halde ne yapmalıdır? Bunun cevabı: " Halkla ilişkilerde sınırlama gerekmektedir" sözüdür.

Demokratik rejimlerde halkla ilişkiler alanında yasalardan metnine bağlı olan bazı sınırlamalar öncelikle söz konusu olur. Bunlar herşeyden önce şunlardır:(46)

1. Kişi, kurum veya kuruluşun kendi ilişkilerini sağlam temellere dayamak için diğer özel ve tüzel kişilere yönelik hakaretlerde bulunulamaz.

2. Bu bağlamda suç işlemeye teşvik ve tahrike yönelinemez.

3. Kuruluşu gruplara kabul ettirmek için ayrılıkçı eğilim ve akımlar desteklenemez, bunların propagandası yapılamaz.

4. Halkla veya belli bir grupla iletişim kurabilmek için devlete ihanet edilemez.

5. Aynı gerekçe ile ordunun ve ulusun maneviyatı demoralize edilemez.

Yukarıda sayılan bu kısıtlama ve sınırlamalar hiç bir şekilde istismar edilmemelidir. Bu sınırlamalar öne sürülerek belli kişi ve kuruluşlar üzerinde hükümetler tarafından baskı yapılırsa, bireysel özgürlüğün özü çig-nenmiş olur ve ortada halkla ilişkiler kavramı diye bir şey kalmaz.(47)

46) Niyazi ÖKTEM, a.g.m., s.194

47) Niyazi ÖKTEM, a.g.m., s.195

1.5. HALKLA İLİŞKİLER VE YÖNETİMDE İNSAN İLİŞKİLERİ YAKLAŞIMI

Günümüzde örgütlenme, planlama, denetim, işbölümü ve yoğun uzmanlaşma, hatkurmay ilişkileri ve kumanda birliği gibi kavramların uygulamaya aktarılmasında sadece örgütsel düzen ve dengeyi sağlamayı, işgören ilişkilerinde mekanik bir yaklaşımı kabul ederek örgütsel verimi artırmayı amaçlayan, "Geleneksel Yönetim" uygulaması çeşitli yönlerden çıkmaza girmiştir. Daha 1929 tarihli Büyük Bunalım'a ulaşmadan bazı düşünür ve uygulayıcılar uzmanlık, düzen, denge, denetim ve verim düşüncelerini kabul etmekle birlikte işgörenleri duygusuz, bir makinanın parçası gibi görmenin yöneten ve yönetilenler arasındaki ilişkileri olumsuz sonuçlara götürdüğünü dile getirmişlerdir. Bunlara göre, yönetim tekdüze (standart) beceri ölçekleri geliştirebilir ve üretim sürecini buna uygun biçime dönüştürebilir. Ancak, tekdüze insan aramak insan doğasına ve örgütsel yaşam koşullarına ters düşmektedir. Bu nedenle yönetim, çok çeşitli gereksinimleri olan, duyguları ve istekleriyle bir bütün oluşturan tüm insanlarla uğraşmalıdır.(48)

İşgörenlerin doğal eğilimlerini karşılamayan, sonuçta düşük çalışma moralinin oluşumuna ve örgütsel otoriteye karşı konulmasına neden olan uygulamanın değişmesi gerekiyordu. Başlangıçta bütünlük gösteren kuramsal bir te-

48) Süleyman TURKEL, Kamu İktisadi Tesebbüslerinde Yönetim Anlayışı, H.U. İİBF. Yay. No:3, Ank., 1983, s.42

melden yoksun olmalarına rağmen bu düşüncenin sahipleri, yönetim uygulamasında bazı değişikliklerin gerektiği düşüncesi ve uygulayıcıların sorunlarına çözüm arama isteği ile daha çok bilimsel yönetim anlayışından kaynaklanan çeşitli araştırmaları başlatmışlardır.(49)

Bunlar içerisinde bir grup toplumsal bilimcinin Elton Mayo başkanlığında Harward Üniversitesi İşletme Okulu Endüstriyel Araştırma Bölümü'nde yaptıkları araştırma ayrı bir özellik arz etmektedir. Elton Mayo ve arkadaşları yaptıkları gözlem, deney ve röportajlarla endüstride eski insan davranışları teorisinin geçersiz olduğunu ispat etmişlerdir.

Mayo ve ekibi yaptıkları çalışmalar sonucu, bireysel verimi belirleyen etmenlerin fiziksel koşullardan çok yönetim biçimi, özendirme araçları, işgören doyumu gibi toplumsal değişkenler olduğunu ortaya koymuşlardır.(50)

Buraya kadar anlatılanlar göstermektedir ki; halkla ilişkiler ve insan ilişkileri iç içe girmiş iki teknik durumundadırlar. Bu iki teknik arasında çok yakın bağıntı bulunmakta ve en önemlisi her ikisi de insan unsuru üzerinde çalışmaktadırlar.

Halkla ilişkiler gibi insan ilişkileri yaklaşımı da bireylerin gerek örgüt içinde gerekse örgütün çevresinde bir yana itilmelerini önlemek için ve daha önceki yanlış uygulamalara bir tepki olarak doğmuştur.(51)

49) Süleyman TURKEL, a.g.e., s.43

50) Amitai ETZIONI, Complex Organizations, Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1961, s.100-103

51) Metin KAZANCI, a.g.e., s.24

1.6. HALKLA İLİŞKİLER İLE KARİSTİRİLAN KAVRAMLAR

1.6.1.Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık

Reklam; "satışını sağlamak için bir mala ya da hizmete dikkati çekmek ve onu en geniş şekilde övmektir." (52)

Başka bir tanıma göre, reklamcılık; "haberleşme araçlarının parayla kullanılmasıdır."(53)

Aslında ticari bir müessese olan reklamcılıktan, bir fikrin kabulünü sağlamak ya da örgüt için iyiniyet ve itibar kazanmak amacıyla yararlanmak da mümkündür. Diğer bir deyimle reklamcılık halkla ilişkiler faaliyetlerinde de kullanılabilir bir araçtır. Ancak, halkla ilişkiler değildir.

Nitekim, halkla ilişkiler ve reklamcılık arasında bir çok farklılıklar vardır. Bu farklılıkları aşağıdaki gibi sıralandırmak mümkündür:

1. İlk bakışta reklamcılık ile halkla ilişkiler sanki aynı amacı benimser izlenimi yaratmaktadır. Hatta, halkla ilişkilerin bir parasız reklam olduğu inancı da yaygındır. Genel olarak her iki kavramda kendilerine konu olarak, kurumlarına ilişkin bilgileri halka aktarmayı seçmiştir. Ancak, reklam bilgiyi ya da gerçeği yönlendirerek halka aktarır. Reklamcılıkta, örgütü yeni bir biçime sokmamak veya ürünün markasını üstün bir şekilde tanıtmaktan uzak durulamaz.

52) Suat ÇADIRCI, Halkla İlişkiler, Ank., 1967, s.42

53) James B.ORRICK, a.g.e., s.10

Oysa, halkla ilişkilerin iletisi herşeyden önce gerçek ve doğru bilgidir. (54)

2. Reklam doğrudan doğruya kâr etmek amacıyla müşterileri etkilemek, malı satmak, hizmeti pazarlamak ya da onlara karşı talebi artırmak eylemi olarak tanımlanır. Oysa, halkla ilişkilerde kâr elde etmek dolaylı bir amaktır. Kârlılığını sürdürmek yani kuruluşu çevresel tehlikelerden özellikle kamudan gelecek tehlikelere karşı korumak esastır. Kısacası, halkla ilişkiler kısa dönemde ve dolaylı olarak kâr amacı gütmek açısından ayrılır. Reklamda kâr, kısa dönemde elde edilmeye çalışılır. Sonuç bir an önce alınmaya çalışılır. Halkla ilişkiler ise, daha uzun soluklu bir çalışma ve en önemlisi beklemek ve sabır ister. Halkla ilişkiler işletmenin esenliği için yürütülen bir görev iken, reklam kârı maksimize etmek için yapılan bir çalışmadır. (55)

3. Halkla ilişkilerde ilişki yelpazesi, yani ilişki kurulması gereken kümeler hem daha geniş, hem de sayıca daha kalabalıktır. Reklamcılıkta yalnızca müşteriler ya da belirli ölçüde müstakbel müşterilerle ilişki kurmak yeterli olmaktadır. (56)

4. Halkla ilişkiler ve reklamcılığın her ikisinde harcama gerektiren çalışmalardır. Ancak, reklam bütçeleri genellikle daha kabarıktır. (57)

54) Fuat ÇELEBİOĞLU, a.g.m., s.86

55) Metin KAZANCI, a.g.e. s.28

56) Metin KAZANCI, a.g.e., s.29

57) Rex F. HARLOW and Marvin BLACK, Practical Public Relations, New York, Harper Grow, 1952, s.120'den nakleden; M. Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.184

5. Halkla ilişkiler yöneticilik sanatı ile ilgilidir. Reklamcılık ise satıcı bayii ve mal dağıtıcısı diye adlandırılan kişilerin çalışmalarını kolaylaştırmaktadır.

6. Son olarak; daha önce de değinildiği gibi, halkla ilişkiler çok geniş bir sorumluluk alanını kapsamakta ve gerektiğinde reklamı da bir araç olarak kullanmaktadır. (58)

1.6.2. Halkla İlişkiler Ve Propaganda

Halkla ilişkiler faaliyetleri çoğu zaman propaganda ile karıştırılır ve hatta propaganda olmakla suçlanır.

Oysa, "bir öğretinin düzenli ve sistematik olarak yayılması, bir fikrin ya da davanın duyurulması" (59) anlamına gelen propaganda halkla ilişkiler alanında yararlanılabilecek araçlardan biridir. Propaganda, inandırılmak istenen fikrin niteliğine göre, topluma yararlı da zararlı da olabilir.

Diğer yandan etkin bir propagandanın dört şartını ifade ederek şöyle özetlemek mümkündür.:

1. Kitlelerin dikkati sağlanmış olmalıdır.
2. Kitlelerin itimadı sağlanmış olmalıdır.
3. Propagandanın yaratmak istediği değişiklikler, kitlelerin içinde bulunduğu anda beslediği umut ve beklentiler karşısında bile hoş görünen alternatifler olarak sunulmuş olmalıdır.

58) Cemal MIHCIOGLU, "Halkla İlişkiler Nedir?" a.g.m., s.26

59) Cemal MIHCIOGLU, "Halkla İlişkiler Nedir?" a.g.m., s.35

4. Kitlelerin içinde bulunduğu ortam, bekleme yapısındaki değişimin gerektireceği eylem yönünde harekete geçmeye elverişli olmalıdır.(60)

Yukarıda belirtilen nitelikler çerçevesinde propagandanın halkla ilişkilerden farklı olan yanları kısaca aşağıdaki gibidir:

1. Propaganda genellikle duygusal sözcükler kullanarak ve bir şeyi bir çok kez tekrar ederek, kamuoyunda veya bir kısım halk üzerinde belli davranışların özendirilmesini sağlayan örgütlenmiş bir çaba olarak tanımlanabilir. Bu durumu ile propaganda tek yönlüdür, yalnız hedef kitleyi etkilemeye yöneliktir ama "kaynak" olarak hedef kitleden etkilenme yani iki yönlü bilgi alışverişi yoktur. Tek yönlü olduğu için de tartışmaya açık değildir.(61)

Oysa, halkla ilişkilerde karşılıklı etkileşim ve iki yönlü bilgi alışverişi vardır.

2. Propaganda da kullanılan sözcükler genellikle abartılmıştır ve büyük oranda da duygusallığa yer verir. Bu nedenle her zaman doğru değildir, yanıltıcı olabilir. Fazla tekrar edilmesinden dolayı tekdüzeliğe dönüşür, sıkıcıdır ama belleklerde yer etmesi içinde tekrar edilmesinden başka çıkar yol yoktur.

Halkla ilişkilerde ise, asıl amaç doğru bilgiyi en uygun araçlarla vermektir. İyiniyet asıldır. Tartışmaya

60) Daniel LERNER, "Propagandada Etkinlik: Şartlar Ve Değerlendirme" nakleden ; Unsal OSKAY, Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, (Seçilmiş Yazılar), 3.Baskı, A.U. SBF. ve BYYO. Yay. No:7, Ank., 1985, s.267

61) Yücel ERTEKİN, Halkla İlişkiler, TODAİE Yay., Ank., 1986, s.48

açık olunduğu için demokratiktir. Korku ya da para ile satın almaya dayanmadığından dolayı inandırma (ikna etme) yolunu benimsemiştir.

Nitekim, ünlü Fransız düşünür August Comte'un "bir işyeri cam bir ev gibi olmalı, duvarları hiçbir şeyi gizlememeli, bakıldığı zaman içerisi görülebilmelidir" sözü halkla ilişkilerin parolası olarak kabul edilmektedir.(62)

3. Propaganda da kitle iletişim olayı, dolayısıyla kitle iletişim araçları çok önemli bir yer tutarken, halkla ilişkilerde yalnızca bu araçlar değil, en az onlar kadar yüzyüze ilişkiler, kuruluşun örgütsel eylem ve işlevleri de önem kazanmıştır.(63)

Halkla ilişkiler ile propagandanın belirtilen bu farklılıklarına karşılık her ikisinde de ortak olan bir özellik vardır ki; o da, çevreyi etkilemek gibi bir amacın her ikisinde de mevcut olmasıdır. Aynı özellik reklamcılıkta da mevcuttur, ancak her birinin izlediği politikalar farklılık göstermektedir.

1.6.3. Halkla İlişkiler Ve Tanıtma

Tanıtma; halkla ilişkilerin pazarlama ile yakından ilgili olan bir bölümüdür. Tanıtma, geniş kitlelere yönelik olup, reklama benzer. Ancak, ondan farklı olarak bir ücret karşılığı yapılmaz, ayrıca mesaj haber biçiminde sunulur ve basın-yayın aracının konu üzerinde kontrolü vardır. Bu yönü ile halkla ilişkilere yaklaşıp ve reklam-

62) M.Alaeddin ASNA, Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Ens., Yay., Ank., 1985, s.27

63) Metin KAZANCI, a.g.e., s.31

dan uzaklaşır ve bilindiği gibi reklam hep olumlu olduğu halde, tanıtma bazan olumsuz da olabilir.

Nitekim, halkın sağlığına ters düşen bir mal üreten işletme hakkında uzman kişilerin görüşlerine başvurmak, onlarla röportaj yapmak veya bir haber yayınlamak bir tanıtma işlevidir.(64)

Halkla ilişkilerin tanıtma ile ilgili olan yanı aynı zamanda pazarlama ile olan ilgisini de ortaya çıkarmaktadır. öyle ki; geleneksel olarak işletmelerin kuruluşunda halkla ilişkiler birimi içerisinde organizasyon pazarlaması da ele alınmıştır. Aşağıdaki tanımlama bu bağlantıyı ortaya koymak bakımından önemlidir.

" Halkla ilişkiler, halkın tutumlarını değerlendiren, ferdi veya kamu menfaatine çalışan bir organizasyonun politika ve süreçlerini tayin eden, kamunun anlayış ve kabulünü kazanmak için program planlayan ve yöneten, bir yönetim fonksiyonudur."(65)

Diğer yandan, pazarlama ve halkla ilişkiler arasındaki benzerlik her ikisinin de aynı teknikleri kullanmasından, dinleyici veya tüketicilerin istekleri, arzuları ve psikolojilerini dikkate almalarından, haberleşme yöntemi ve nüfus programlarının dizaynına varıncaya kadar göze çarpar. Bu yüzden halkla ilişkiler, pazarlama uzmanlarınca; "bir mal veya hizmetten bir organizasyona kaydırılmış pazarlama yönetimi" olarak tanımlanır.(66)

64) İsmet MUCUK, Pazarlama İlkeleri, İst.. 1987, s.117

65) Philip KOTLER, Principles Of Marketing, Third Edition, Englowood, Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, Inc..1986, s.686

66) Philip KOTLER, a.g.e., s.687

Halkla ilişkilerin karıştırıldığı bir başka kavram da "duyurma" dır. "Bilgi yayma, bir örgüt ya da kişi hakkında sistematik bilgi dağıtımı ve başkalarına bilgi vermek isteyen bir kimsenin bazı konuları kendi açısından açıklaması" anlamına gelen duyurma, iki yönlü bir faaliyet olan halkla ilişkilerin halka seslenme yönü ile ilgilidir. Bu benzerliğine rağmen bilindiği gibi halkla ilişkiler çalışmasında varolan "söyleme" ve "dinleme", "bilgi verme" ve "bilgi alma" aşamalarının karşılıklı etkileşiminden oluşan denge; duyurma çalışmasında söz konusu değildir.(67)

67) Cemal MIHÇIOĞLU, "Halkla İlişkiler Nedir?" a.g.m., s.31

1.7. HALKLA İLİŞKİLERİN İŞLEYİŞİ

Örgütlenmiş bir halkla ilişkiler, kuruluş ile kitle arasında ahenkli bir uyarlamayı, bütünleştirmeyi sağlama-ya yönelik sürekli, programlı çabalardır. Bu bütünleştirme herşeyden önce bilgilerin ve kanaatlerin değiş-tokuşunu gerektirmektedir. Bu durum ise, bir anda oluşabilecek bir şey değildir. Planlanması ve gereklerinin yerine getirilmesi ile mümkündür. Bu ise, halkla ilişkiler görevlisinin işidir. Ancak, böyle bir planlı çaba ile halkla ilişkilerci bir haberleşmeci, danışman ve değerlendirci olabilir.

Bir halkla ilişkiler programında dört temel aşama görülmektedir: (68)

1. Araştırma (bilgilerin toplanması ve yorumu),
2. Planlama (karar verme),
3. Haberleşme (iletişim),
4. Değerlendirme.

1.7.1 Halkla İlişkilerin Araştırma Aşaması

Bir halkla ilişkiler programının ilk aşaması araştırma aşaması bu aşamanın da en önemli çalışması, bilgilerin toplanmasıdır. İlişki kurulacak hedef hakkında bilgi sahibi olmadan kurulacak ilişkileri yürütmek kolay değildir.

Araştırmanın önde gelen hareket noktası, halkla ilişkiler sürecinin iki yönlü oluşuna dayanır, yani;

68) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e., s.11

"konuduğunuzdan çok dinlemek zorundasınız ve halkın ger-
çekten ne bildiğini ve neye inandığını siz bulacaksınız"
ilkesine bağlıdır. Bir yerde, halktan gelen istemleri,
arzuları, işletmeden neler öğrenmek istediklerini saptama-
mak, bir yerde de halkı nasıl aydınlatacağını incelemek
süreci halkla ilişkilerin iki yönlü sürecini oluşturu-
r.(69)

Bilgi toplamada üç temel yöntem kullanılmaktadır.
(70) Bunlara aşağıda kısaca değinilmiştir:

1. Mevcut Kaynakların İncelenmesi

Bunlar, hemen her kuruluştaki el altında bulunan ya da
kuruluş dışından elde edilen kaynaklardır. Kuruluş rapor-
ları, toplantı tutanakları, kayıtlar, benzer konularda
daha önce yapılmış çalışmaların raporları, kuruluş içinde
ve dışında belli alanlarda uzmanlaşmış ya da çeşitli et-
kinlikler hakkında bilgi sahibi olan kişilerin görüşleri,
bilimsel kuruluşların çalışmaları, gazetelerde çıkan ya-
zılar ve bunun gibi belli bir konuda yararlanılabilecek
kaynakları oluştururlar.

2. Kuruluş İçi Haberleşme:

Kuruluşa çeşitli konularda gelen mektuplar, şikayet-
ler, öneriler, kuruluş üyelerinin kişisel ilişkilerinde
edindikleri izlenimler ile danışma komiteleri kurulması
ve öneri sistemlerinin geliştirilmesi ancak kuruluş içi
haberleşme ile sağlanabilecek bilgilere dayalı olan faa-

69) Fuat ÇELEBİOĞLU, "Halkla İlişkiler Bölümünün Örgüt-
lenmesi" Organizasyon Dergisi, Yıl:1, Sayı:1, Kasım
1976, s.45

70) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e., s.12

liyetlerdir. Ancak, alınan bilgilerin sıkı bir değerlendirilmeden geçirilmesi, doğruluklarının kontrol edilmesi gerekmektedir.

3. Bilimsel Yöntemlerin Kullanılması:

Bilgi toplamada en güvenilir yol, masraflı ve zaman alıcı olmasına karşın bilimsel yöntemlerin kullanılmasıdır. Ancak bu yolla kuruluş ve etkinlikleri hakkındaki tutum ve davranışlar öğrenilebilir.

Bu çalışmalarda uyulması gerekli bazı temel kurallar bulunmaktadır ki, bunlar aşağıdaki gibi gösterilebilir:

1. Konuya ilişkin olarak tahminde bulunmaktan kaçınmak,
2. Kuruluşun görüşlerini, düşüncelerini empoze etmemek,
3. Toplumun temsil edebilecek büyüklük ve nitelikte bir kesitin görüşlerini basit ve açık sorularla saptamak,
4. Uygulamanın anonim olmasını sağlamak.

Yukarıda belirtilen bu yöntemlerin bir tanesi veya hepsini uygulayarak elde edilen bilgilerin analizi ve yorumlanması ile kuruluşun kuvvetli ve zayıf noktaları ve problemleri tespit edilir. Bu aşamada yapılacak işler ve alınacak kararlar daha sonraki aşamalara temel teşkil edeceğinden dolayı hayati önem taşımaktadır. Bu yüzden, bilginin elde edilmesinden analiz ve yorumuna varıncaya kadar kullanılacak araç ve yöntemler çok dikkatli seçilmeli, güvenilir ve objektif olmalarına özen gösterilmelidir. (71)

71) Mehmet KÜÇÜKKURT. "Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri Ve Değerlendirme", Halkla İlişkiler Semp..., a.g.e., s.155

1 7 2. Halkla İlişkilerin Planlama Aşaması

Bu aşamada elde edilen bilgilerden de yararlanarak çalışma planı hazırlanır. Bu çalışma sırasında hedefe neyin, nasıl söyleneceği de kararlaştırılır, bir başka deyimle haberleşme mesajları hazırlanır.(72)

Bilgi toplama aşamasında elde edilen veriler, bir soruna ya da kuruluşa ilişkin kanaat, tutum ve tepkilerin ayrıca değerlendirilecek sorunun nedenlerinin ve çerçevesinin çizilmesini kolaylaştırmaktadır.

Programın planlanması faaliyetlerini kapsayan bu aşama ise, birinci aşamada elde edilen bulguların kuruluşun politika ve programlarıyla bütünleştirilmesi ya da sorunun çözülmesi için ne yapılabileceğinin kararlaştırılması aşamasıdır.

Bu aşamada, program planlamasında dikkat edilecek noktalar vardır ve bu noktaları aşağıdaki gibi göstermek mümkündür:

1. Sorunun tüm yönlerinin, tüm etmenlerinin araştırılması.
2. Sorunu çözmek için mevcut ve gerekli kaynakların dökümü,
3. Gerekli para ve zamanın saptanması,
4. Gerekli uzmanlardan oluşan bir grubun kurulması,
5. Kısa dönemli ve gerçekçi olmayan zamanlamadan kaçınılması,
6. Hata ve başarısızlıklardan ders alınması.(73)

72) M. Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.160

73) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e., s.19

Basit gibi görünmekle birlikte program planlaması oldukça zor bir çalışmayı gerektirmektedir. Amaçların hem örgüt hem de hedef kitleler için kabul edilebilir biçimde saptanması; hangi alt amaçların hangi hedef kitleler açısından önem taşıdığına belirlenmesi, hedef kitlelerin özelliklerinin ve eğilimlerinin betimlenmesi, bu kitlelere en kolay ve en doğru kabul edilebilir biçimde, uygun haberleşme araçlarıyla aktarılmasının kararlaştırılması bu aşamanın ürünüdür. (74)

1.7.3. Halkla İlişkilerin Haberleşme Aşaması

Bu aşamada, karara bağlanan plana göre ne yapıldığı ve niçin yapıldığı üzerinde dikkatlice durularak kararlaştırılan bu plan ve programın fiiliyata geçirilmesi gerçekleştirilir.

Bu aşama, tüm halkla ilişkiler sürecinin en göze çarpan yönü olup hedef kitleleri etkilemeye yöneliktir. (75)

Haberleşme, daima üç ögeyi gerektirir. Bunlar;

1. Kaynak,
2. Mesaj,
3. Hedef' tir. (76)

Kaynak; konuşan, yazan, çizen veya beden ve yüz hareketlerinde bulunan herhangi bir birey veya haberleşim

74) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e., s.20

75) Mehmet KUCUKKURT, a.g.m., s.156

76) Wilbur SCHRAMM, "The Process and Effects of Mass Communication, Universty of Illinois, Urbana, 1965, s.3-27, nakleden; Unsal OSKAY , a.g.e., s.99

örgütü (örneğin; gazete, yayınevi, televizyon istasyonu, film stüdyosu vb..) olabilir.

Mesaj; kâğıt üzerine basılmış mürekkep şeklinde olabilir, havadaki ses dalgaları şeklinde olabilir, elektrik devresindeki titreşimler şeklinde olabilir, havada dalgalanan bir bayrak veya buna benzer ve kolayca yorumlanabilecek bir sinyal şeklinde olabilir.

Hedef ise; bir tek kişi olabilir, okuyan veya ekrana bakan birisi olabilir veya bir tartışma grubunun, bir dersanedeki öğrenci grubunun, bir futbol seyircisi grubunun veya bir gürhunun içindeki birey olabilir ; veya kitle dinleyicisi denilen ve kendine özgü bir grubun bireysel bir üyesi olabilir ; örneğin, bir gazetenin okuyucusu olan bir birey veya bir televizyon istasyonunun dinleyicisi olan bir birey olabilir.(77)

Burada, hedef kitleye yöneltilen mesaja karşı kitlenin vereceği yanıt haberleşmenin başarısını belirlemektedir. Alıcının yani kitlenin hiç bir tepkide bulunmaması (olumlu ya da olumsuz) haberleşmenin başarısızlığının kanıtını oluşturur.

1.7.4. Halkla İlişkilerin Değerlendirme Aşaması

Değerlendirme; bir norm veya ölçü kullanılarak veya karşılaştırma yapılarak bir şeyin değerini ortaya koyma işlemidir. Değerlendirme araştırmaları, halkla ilişkiler faaliyetleri ile gerçekleştirilmek istenen amaçların ne

kadarının gerçekleştirildiğini tespit etmek için yapılır.(78)

Uygulama sonuçlarının değerlendirilmesi ile halkla ilişkiler kampanyasının nasıl sonuç verdiği, hedef kitlenin tepkilerinin (feedback) ne yönde olduğu tespit edilir. Bu bilgiler, çalışma planlarındaki yanlışlıkları ve eksiklikleri düzeltme olanağını verir. Bu düzeltmelerden sonra halkla ilişkiler kampanyası sürdürüldüğü zaman eldeki bilgilerle işe başlandığı için yukarıdaki birinci aşamaya tekrar dönülmüş olur ve halkla ilişkiler çalışması böylece kapalı bir devre içerisinde sürüp gider(79)

78) M. Alaeddin ASNA. a.g.e. (1969). s.161

79) M. Alaeddin ASNA. a.g.e. (1969). s.163

1.8. HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM

En yakın ve özlü tanımına göre, iletişim;" bilgi, düşünce ve davranışların aktarılması sürecidir."(80)

Diğer varlıklar ve canlılar arasındaki iletişim olgusu inceleme alanı dışında bırakılırsa, insanlar arasındaki iletişimde sürecin temel öğelerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

1. İletiyi üreten kaynak,
2. İleti,
3. İletinin tüketicisi.

Burada belirlenmesi gereken önemli nokta, iletişimin temelde iki yönlü bir süreç olduğudur. Nitekim, iletişim süreci iletiyi aktaran birey, ileti ve iletinin alıcısı bireyden oluşan çift yönlü, çizgisel ve bireysel bir yapıdadır.(81)

Bilindiği gibi örgüt, belirli bir takım amaçları gerçekleştirmek için işbirliğinde bulunan insanlardan oluşan toplumsal bir birimdir. Çağdaş anlayışa göre, örgüt çevresiyle yoğun bir etkileşim içerisinde olan açık bir sistemdir. Her örgüt çevresinden insangücü, madde, bilgi ve teknoloji gibi bir takım girdiler alır. Ancak, girdilerin her biri kendi içlerinde çeşitli nitelikler gösterirler ve zaman içinde gelişir ve değişirler.

80) Willams, Raymond, Communications, London, Penguin Books, 1977, s.9' dan nakleden; Ersan İLAL, İletişim, Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum (Kavramlar-Kurumlar-Kuramlar), İst.,1989, s.1

81) Ersan İLAL ,a.g.e., s.2

Özet olarak, örgütler gereksinimlerine en uygun girdileri alabilmek için çevreyle devamlı bir iletişim içinde olmak zorundadır. Çevreden girdilere ilişkin bilgileri derleyip değerlendirmek ve girdi seçimini, öteki etmenlerin yanısıra çevre ile gerçekleştirdiği bu iletişime dayandırmak zorundadır.(82)

Çıktılara ilişkin olarak da benzer bir iletişim sürecine gereksinim duyulmaktadır. Nitekim, her örgüt çevresine mal ya da hizmet şeklinde bir takım çıktılar vermektedir. Çıktıların çevrede kabul görmesi, benimsenmesi ve sonuç olarak çevrede bir istem yaratması beklenir ki, örgüt (kurum veya kuruluş) çıktılar karşılığında elde edeceği olanaklarla yeni girdiler alabilsin ve yaşamını sürdürebilsin. İşte, bunu gerçekleştirebilmek için örgüt, çevresi ile çıktılarına ilişkin olarak iletişimde bulunmak, çıktıların çevrede yarattığı tepkiye ilişkin bilgi edinmek zorundadır.(83)

Bu açıdan ele alındığında örgütteki halkla ilişkilerin iletişim denilen süreçten ayrılmayan bir süreç olduğu görülmektedir ve halkla ilişkiler olgusunun iletişim olgu ve sürecinin dışında herhangi bir süreç olmadığı bile söylenebilir. Ancak, "halkla ilişkiler sadece bir iletişimdir" demek de doğru olmaz. Sunu söylemek doğru olur ki: "halkla ilişkilerin temelinde iletişim yatar" bu bakımdan iletişimi bilmeyen bir kişinin iyi bir halkla ilişkilerci olamayacağı da açıktır.(84)

82) Turgay ERGUN ve Aykut POLATOGLU, a.g.e., s.206

83) Turgay ERGUN ve Aykut POLATOGLU, a.g.e., s.207

84) Aysel AZİZ, "Halkla İlişkiler ve Sözlü Basın", Halkla İlişkiler Semp..., a.g.e., s.135

Bir karşılaştırma yapılacak olursa, iletişimde bildirildiği gibi bir kaynak vardır, bu kaynağın hedefi vardır ve kaynaktan hedefe iletilen mesajların iletiildiği kanallar vardır. Halkla ilişkilere bakıldığında da aynı unsurlar görülür. Halkla ilişkilerde bulunan kişi veya kuruluş (örgüt) mesajın kaynağını oluşturur, halkla ilişkilerin hedefi olan kitle, mesajı alan kitledir ve halkla ilişkilerin konusu, iletişim sürecinde ileti ve mesaj denilen olgunun kendisidir. (85)

Bu yüzden, her halkla ilişkiler olayı bir yönüyle aynı zamanda bir iletişim olayıdır. Doğal olarak, iletişimde kaynaktan hedefe mesaj yollanıp ve mesajın hedef tarafından algılanması ile iletişimin bittiği kabul edilir. Ancak, sorunun ikinci bir yönü daha vardır ki; halkla ilişkilerde bu ikinci yön özel bir önem kazanmıştır. Öyle ki; halkla ilişkiler uygulaması içinde hedefin yani alıcının cevabi bütün sürecin nedenini oluşturur. Dolayısıyla iletişim süreci, bir haber olarak cevabın, gönderene geri gitmesini de içermektedir. Ancak, bu cevabın kaynağa geri dönmesi kendiliğinden olmaz, bunu elde etmek için kaynağın özel bir çaba harcaması gerekmektedir.

Bu özelliğinden dolayı uygulamada halkla ilişkilerin iki yönlü bir iletişim olayına dayandığı kabul edilir. Hedef kitleden gelen "besleyici yankı" elde edilmedikçe, halkla ilişkilerin iletişim süreci eksik kalmış olur. Yine bu gerekçeyledir ki; halkla ilişkiler tekniklerinin

hemen tümü besleyici yankıyı yakalayıp onu değerlendirmeyi amaçlar.(86)

İletişim konusu, kuruluşun diğer kuruluş, grup ve bireylerle olan ilişkilerinin yanısıra kuruluş içindeki personelin biribirleriyle olan ilişkilerini kapsayan iç halkla ilişkilerde de büyük öneme sahiptir. Kurulusta çalışanlar arasında iyi kurulamayan bir iletişim ağı, personel arasında kopukluklara, işlemlerin aksamasına ve gereksiz zıtlasmaların ortaya çıkmasına sebep olur.(87)

1.9. HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASINDA KULLANILAN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Başarılı bir halkla ilişkiler uygulaması için kitle iletişim araçlarından yararlanılması bir zorunluluk olarak kendini göstermektedir. Çünkü, daha az yoğun bir emekle çok geniş bir yığına anında ve açıklayıcı, yönlendirici iletiler yollamak bu araçlarla olanaklıdır. Kitle iletişim araçlarından yararlanma kuruluş ve yönetim için hem bir zorunluluk hem de ussal bir girişim olmaktadır. Zira, yönetimin kendisini kamuya karşı savunmasında ya da eylem ve işlevlerini açıklamasında bu araçları kullanmasının büyük üstünlüğü vardır.(88)

Kitle iletişim araçlarının gözcülük, kitlelerin ulusal ya da yerel kararlara katılmasını sağlama ve inanc

86) Metin KAZANCI, a.g.e., s.34

87) Felix A.NIGRO, a.g.e., s.230

88) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler Açısından Yönetim ve Yönetilenler, A.U. SBF.Yay. No:417, Ank., 1978, s.39-40

aşılama görevi ile yönetimin halkla ilişkilerinde iki temel evre olan tanıma ve tanıma işlevleri arasında sıkı bir bağlantı bulunmaktadır.(89)

Bu bağlantı, özellikle yığın basını ile yapılacak bir karşılaştırmada ortaya çıkar. Basının yönetilenlere bilgi verme, buna karşılık yönetilenlerin düşündüklerini açıklama aracılığı ile halkın isteklerini yönetime duyurması işlevi, yönetimin halkla ilişkiler uygulaması için elverişli bir ortamdır.(90)

Halkla ilişkiler uygulamasında, kitle iletişim araçlarından yararlanırken gözönünde tutulması gereken bazı ilkeler vardır. Bu ilkeler şunlardır:(91)

1. Kaynağın Güvenilirliği: Haberleşmede güven iklimi büyük önem taşır. Güven ise, uygulayıcının görevini gerçekleştirme biçiminden kaynaklanır. Alıcı kaynağa güvenmeli ve verilen mesaj temelde alıcıya hizmet eder nitelik taşımalıdır.

2. Mesajın Kapsamı: Haberleşme programı çevresel gerçekliklere yer vermeli, günlük yaşamın verileriyle desteklenmeli ve alıcının katılımını sağlamaya yönelik olmalıdır.

3. Mesajın İçeriği: Mesaj alıcı açısından anlamlı olmalı, onun değer sistemleriyle uyum içinde bulunmalı ve geçerliliği olmalıdır. Dinleyicinin kendini ödüllendiren

89) Oya TOKGÖZ, Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde; Radyo-Televizyon Sistemleri, A.Ü. SBF: Yay., Ank., 1972, s.27'den nakleden; Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler Açısından.....a.g.e.. s.41

90) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler Açısından.....a.g.e.. s.42

91) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e.. s.33

haberleşmeye karşı seçici bir tutumda olduğu gözönünde bulundurulmalıdır.

4. Açıklık: Mesaj basit terimlerle yazılmalı, kullanılan sözcüklerin verici ve alıcı için aynı anlamı taşımaya özen gösterilmeli, karmaşık konular gerektiğinde sloganlar ve temalar ile desteklenmelidir.

5. Bütünlük ve Süreklilik: Haberleşme, sonu olmayan bir süreçtir, belli bir panorama çizmek yinelemelere gereksinme duyar. Bu yinelemeler tutumun öğrenilmesinde önem taşıdıkları için bir bütün oluşturmaktadır.

6. Kanallar: Alıcının kullanabileceği ve saygı duyduğu kanallar kullanılmalıdır. Yeni bir kanal yaratmak genellikle çok zordur. Ayrıca farklı kanalların farklı etkilere sahip olduğu ve herbirinin yayılma aşamasında farklı basamaklarında daha etkili olabildikleri unutulmamalıdır.

7. Alıcının Kapasitesi: Haberleşme daima dinleyicinin okuma alışkanlığı ve bilgi düzeyini dikkate almalıdır. Örneğin, bir toplumda öğrenim oranı arttıkça, kitle iletişimin ağırlık kazanmasına karşın, öğrenim düzeyi yükseldikçe, mekanik araçlardan (radyo, televizyon vb..) ziyade basılı araçlara (kitap, dergi vb..) ilgi gösterilmektedir. (92)

Kısaca açıklanan bu ilkeler çerçevesinde ve halkla ilişkilerin daha önce açıklanan amaçlarını gerçekleştirmek için kullanılan kitle iletişim araçları çok çeşitli-

92) Birkan UYSAL-SEZER, a.g.e., s.35

dir. Bunları aşağıdaki gibi sıralayıp açıklamak mümkündür:

1.9.1. Yazılı Basın Araçları

Basın, günümüzdeki sürecin bir parçasına dönüşüncüye kadar çok karmaşık ve uzun bir evrim geçirmiştir. Bu uzun evrim, iki toplumsal olguya bağlı olarak gelişmiştir ki, bunlar: okuma- yazmanın batı toplumlarında yaygınlaşması ve bunun yanısıra basım teknolojisindeki aşamalardır. Bu iki olgunun ise, birbiri üzerinde etkili oldukları açıktır.(93)

Günümüzde, basın artık kendisini toplumsal-ekonomik koşullara uydurmuştur. Teknolojik açıdan saatte yüzbinler basabilen ve bunu aynı zamanda bütün dünyaya yayabilen bir yapıya kavuşmuştur.(94)

Halkla ilişkiler alanında yazılı basın, radyo ve televizyon gibi sözlü basın araçlarına göre yüzyılların getirdiği birikimden ötürü, ayrıcalıklı durumunu halâ korumaktadır. Bu durum ise yazılı basının sözlü basından çok daha önce gelişmesi, yazılı basın kurallarınının sözlü basın araçlarıncada benimsenip kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bütün bunlar bir yana yazılı basının halkla ilişkiler ile olan ilişkisi çok yakın ve derindir.(95)

Diğer yandan, kuruluşların halkla ilişkilerinde basınla olan ilişkilerini düzenlemek için kurulmuş birim-

93) Ersan İLAL, a.g.e., s.31

94) Ersan İLAL, a.g.e., s.34

95) Oya TOKGÖZ, "Gazetecilik, Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi", Halkla İlişkiler Semp....., a.g.e, s.141

lerinin başında "basın büroları" gelir. Basın bürolarını, kitle iletişim araçları ile yönetim arasındaki ilişkileri düzenlemek için kurulmuş halkla ilişkiler birimleri, olarak tanımlamak mümkündür.

Ancak, hemen belirtmek gerekir ki; basın büroları, aslında tüm yığınsal iletişim araçları ile ilişki kurmaya çalışan birimlerdir. (96)

Kuruluşlardaki basın büroları yığınsal iletişim araçlarını kullanarak, halka bilgi vermeyi amaçlarlar. Halka bilgi vermek deyiminden; "kuruluşların kendilerini halka tanıtmak suretiyle, onda idareye karşı olumlu bir davranış yaratmak için gösterdikleri çabaların tümü" kastedilmektedir. (97)

Kuruluşun halka bilgi verme çabaları, uygulamada iki seri sorun ortaya çıkarmaktadır. Bunlar:

1. Bu çabalar hangi espri içinde yürütülmelidir?
2. Hangi araçlar kullanılmalıdır? sorularıdır.

Birinci sorunun cevabı için denilebilir ki; gerek kamu kuruluşu gerekse özel kesim kuruluşu olsun, bu kuruluşların yönetici ve halkla ilişkiler birimlerinin görevleri, projeleri ve gerçekleştirdikleri işleri özenli bir biçimde ve iyiniyet kuralları çerçevesinde halka sunulmalıdır.

İkinci sorunun cevabında ise, basın bürolarının ilişki kurduğu basın araçlarının gazeteler ve dergiler olduğu söylenebilir. Ancak, satılmasalar bile; kurumca

96) Metin KAZANCI, Yönetim, Yönetilenler Açısından.....
a.g.e., s.42

97) Bernard GOURNAY, Yönetim Bilimine Giriş, (Çev: İhsan KUNTBAY, TODAİE. Yay., Ank., 1971, s.88

çıkarılan broşürler, bültenler, el kitapları, afişler ve mektuplar da birer halkla ilişkiler aracıdır.(98)

Şimdi, kuruluşların basın büroları veya başka bir yolla ilişki kurdukları ve halkla ilişkilerinde bir araç olarak yararlandıkları yazılı basın araçlarını inceleyelim:

1.9.1.1. Gazeteler:

Hiç kuşkusuz, günümüzdeki halkla ilişkiler uygulamalarında tüm kitle iletişim araçlarının rolü bulunmaktadır.

Kitaptan sonra en eski kitle iletişim aracı olma niteliğini koruyan gazetelerin bu ilişkideki rolü ve önemi diğer kitle iletişim araçlarına göre, farklı bir konumdur. Günümüzde "yazılı basın" diye nitelenen gazete ve dergiler halkla ilişkiler alanında büyük ve önemli görevler üstlenmiş durumdadırlar.(99)

Gazeteler yoluyla yürütülecek bir halkla ilişkiler programı içinde, basın bildirileri ve basın toplantılarının büyük yeri vardır. Bunun yanısıra yazılı basından yararlanmanın bir başka yolu kuruma ilişkin olay ve gelişmelerin yazıya ve şekle dönüştürülerek "haber" şeklinde gazeteye ulaştırılmasıdır. Aynı şekilde gazetecilerle röportaj yaparak gazetelerde yer almak da gazetelerden yararlanmanın bir başka yoludur.(100)

98) Bernard GOURNAY, a.g.e., s.89

99) Oya TOKGÖZ, a.g.m., s.142

100) M. Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.99

Diğer yandan, gazetecilere bilgi vermek için kuruluş tarafından gazeteciler için basın seyahati denilen geziler düzenlenmesi ve özellikle basına ayrılan ve gazetecilere de önemli haberlerin verildiği bir gösteri biçimi olan basın toplantılarının da kuruluşun halkla ilişkilerine olan katkıları inkâr edilemez.(101)

1.9.1.2. Dergiler:

Gazetelerin halkla ilişkiler aracı olarak sahip oldukları özellikler aynı şekilde dergiler için de geçerlidir. Gazeteyi dergiden ayıran en önemli ayırım, zaman bakımındandır. Dergiler, genellikle haftada bir kez çıkarlar ve hafta içinde oluşan veya gelişen her olay "haber" niteliği taşıdığı takdirde dergi için yayınlana-bilme şansına sahiptir. Diğer yandan, gerek gazete ve gerekse dergilerde yayınlanan fotoğraf ve karikatürler de çoğu zaman yazılar kadar etkili birer tanıtma yoludur(102)

1.9.1.3. Brosürler:

İlişki kurulan kitlelerin, kurum tarafından işlenen konular üzerinde aydınlatılması için broşürler etkili birer araçlardır.

Brosürler, kurum ya da kuruluşun kendisi tarafından hazırlandığı için kapsamı kontrol altındadır ve bu yönü

101) Nuri TORTOP, a.g.e., s.54-55

102) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve....., a.g.e., s.151

ile dergi ve gazetelerde yapılan tanıtma çalışmalarından ayrılırlar.(103)

Kuruluşla ilgili olarak hazırlanan bu broşürlerin istenilen zamanda ve yeterli sayıda hazır olması gerekmektedir. En iyi biçimde yararlanılabilmesi için yazı stili ve forma büyüklüğü iyi seçilmek zorundadır.(104)

1.9.1.4. Bültenler Veya Sirkülerler:

Düzenli aralıklarla yayınlanan kuruluş içi bülten veya sirkülerler, kuruluş içi halkla ilişkiler açısından önemli rol oynamaktadır. Amaçları, özellikle büyük işletmelerde çalışanları, işletmenin güttüğü politika, gerçekleştirilmeğe çalıştığı hizmet ve gayeler hakkında aydınlatmak, bu arada elemanları arasında kuvvetli bir dayanışma duygusunu yaratmaktır. Bu bültenlerde yeni kuruluşlar, teşkilât haberleri, terfiler ve kişisel haberler yer alabilmektedir.(105)

Sadece kuruluş içindekilere hitap eden bu tür bültenlerin yanısıra, kuruluşa itibar sağlama amacını güden bir başka tür süreli yayınlar da, "yıllık"lardır. Yıllıklar, müşterilere, basın mensuplarına vb.. dağıtılmaktadır.

Genellikle resim, istatistikî bilgiler ile özlü bir metin taşıyan bu tip yayınlar çoğu kez genel basın için de kaynak görevi görmektedirler.(106)

103) M. Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.100

104) Nuri TORTOP, a.g.e., s.170

105) Nermin ABADAN, Modern Toplumlarda Halkla Münasebetler, TODAİE, Yay. No:80, Ank., 1964, s.15

106) Nermin ABADAN, a.g.e., s.16

1.9.1.5. El Kitapları:

Kuruluşla ilgili konuların anlatımını, kuruluşun uğraşı alanıyla ilgili sorunların açıklanmasını amaçlayan el kitabı adından da anlaşıldığı gibi her an el altında bulundurulup, bilgi alınacak kaynak niteliğindedir.(107)

1.9.1.6. Afişler Ve Pankartlar:

Geniş yığınlara öz anlatımla belirli mesajlar gönderilmek zorunda kalındığında kullanılan araçlardan birisi de afişlerdir. Afişlerde az yazılı ve çarpıcı biçimde düzenlenmesi yapılmış resimlere yer verilir.

Yazılı araçların bir başka türü de pankartlardır. Bunlar daha çok vitrin, ilan tahtaları gibi yerlere konulur. Boyutları ufak olup, üzerinde büyük puntolar ile yazılmış yazılar bulunur.(108)

1.9.1.7. Mektuplar:

Kuruluşla ilgili olaylar bir bülten veya broşür dolduracak genişlikte değilse, haberleşme aracı mektuptur. Bir toplantıya çağrı, yeni bir olayın duyurulması, görüş ve düşünceleri öğrenmek için sorulacak sorular böyle mektuplar içinde yer alır.(109)

107) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve.....
a.g.e., s.153

108) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve.....
a.g.e. s.154

109) M. Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.103

1.9.2. Yayın Araçları

Daha önceki yüzyıllarda iş hayatında veya politikada önemli bir mevki sahibi olan kimse, kamuoyununun desteğinden yoksun kalmağı göze alabiliyordu. O devirlerde henüz telefon bile icad edilmemiş, iş mektupları basma kalıp bir kaç cümle ile hazırlanmakta idi. Reklamcılık henüz emekliyordu. Bugün bu konudaki görüşler çok değişmiş bulunmaktadır. Haberleşmenin zorunluluğu ile birlikte ulaştırılacak haberde kullanılacak olan teknik araçlar çok büyük önem kazanmıştır. Böylece, özellikle son yüzyılda gerek yazılı ve gerekse yayına dayalı mesajları inceleyen ve aralarındaki hiyerarsik bağları kuran bir bilgi dalı gelişmiştir ki; iste bu bilgi dalı halkla ilişkilerin kendisidir.

Halkla ilişkiler ilk aşamada, tarafsız, objektif bir istihbarat servisi ile dökümanter haberler iletmektedir.

İkinci aşamada, yazılı ve yayına dayalı kaynakları ikna ve telkin usulleri ile birleştirerek aynı zamanda kamuoyunun ilgisini uyandırmaya çalışmaktadır.

Üçüncü aşamada ise, yazılı ve yayına dayalı haberleşme yolu ile bütün hitap edilenlerin sempatisi de kazanılmağa çalışılmaktadır. (110)

Çağımız, teknoloji çağı ve bilindiği gibi teknoloji de hızlı biçimde gelişmektedir. Bu bakımdan halkla ilişkilerin iletişim kanallarında da bir takım değişmeler olmaktadır. Bugün artık halkla ilişkilerin kullandığı araç-

lar eski klasik araçların dışına taşmış durumdadır. Halkla ilişkilerde klasik yöntemle yüzyüze ilişkilerin ağırlıklı olduğu; konferanslar, basın toplantıları, geziler, yarışmalar ve ödüller gibi yöntemler yerini giderek artan hızla yerini yeni kanallara bırakmaktadır ki; bu kanallar radyo, televizyon, sinema ve bunun gibi bir çok sosyal olaylardır.(111)

1.9.2.1. Radyo Ve Televizyon:

Radyo ve televizyon teknolojisi daha ilk bulunuş biçimlerinde bile, kendilerini geliştiren tüketim toplumunun koşullarına uygun teknolojiler olmuşlardır.

Nitekim, basın araçlarında:

1. Okuyucu metnin görünümünü kontrol edebilir,
2. Gösterinin tekrarı mümkündür ve çoğu kez tekrarlanır,
3. Konu daha tam ve daha iyi işlenebilir,
4. Her konuda uzmanlaşmış bir sunuma elverişlidir.(112)

Ancak, basın teknolojisinde her ürünün her tüketici tarafından satın alınamaması gibi bir dezavantaj da söz konusudur. Oysa, yayım araçları ve özellikle radyo ve televizyon teknolojisi, bugün çok büyük bir tüketim olanağı yaratmaktadır.(113)

Günümüzde, halkla ilişkilerde bulunan tüm kurum ve kuruluşlar, radyo ve televizyonu klasik yöntemlere ek

111) Aysel AZİZ, a.g.m., s.136

112) Joseph T.KLAPPER, "Değişik Haberleşme Araçlarının Karsılaştırmalı Etkileri", nakleden; Ünsal OSKAY, a.g.e., s.201

113) Ersan İLAL, a.g.e., s.35

olarak kullanılmaktadırlar. Bir anlamda bu tekniklerin artık içiçe girmesinin anlamı, bugün halkla ilişkilerde klasik tekniklerle yetinilmeyip yapılan çalışmaların çok daha geniş kitlelere aktarılmak istenmesidir.(114)

Halkla ilişkilerde radyo ve televizyondan en verimli şekilde yararlanabilmek için bazı kurallara uyulması gerekmektedir. Nitekim, gerek kanalın seçiminde gerekse ulaşılmak istenen hedefin seçiminde, çok fazla bilgi sahibi olunmadığında, milyonlara sesleneceği umulan mesajın etkisi olmayabilir ya da umulan etkiyi bulamayabilir. Bunun için, karşındaki hedef kitle iyi tanınmalı ve özellikleri iyi bilinmelidir. Aksi takdirde, yapılan halkla ilişkiler çalışmasının verimli olması kuşkuludur. Bunun için şu özellikler aranmalıdır:(115)

1. Seslenilen kitle kullanılmak istenilen araçların (kanalların) yayın kapsamına giriyor mu? Örneğin; televizyonun ülkenin her tarafından izlenmeyen yeni bir kanalından iletilen mesaj eğer izlenilemeyen yerleri ilgilendiriyorsa, o alan yayın kapsamına girmediği için amacına ulaşması söz konusu olamaz.

2. Seslenilmek istenen kitle yayın kapsamında olmasına rağmen acaba izleme olanağına sahip midir? Yani gerekli maddi olanağa sahip midir?

Gönderilecek mesaj çok iyi hazırlanmış olabilir, ancak izleyicinin olanağı yoksa yine hedefe ulaşılmamış olur. oysa halkla ilişkilerde amaç hedefe ulaşmaktır.

114) Aysel AZİZ, a.g.m., s.137

115) Aysel AZİZ, a.g.m.,s.138

3. Verilen mesajın zamanı izleyicinin kendi izleme zamanıyla uyusabiliyor mu? Örneğin: çalışan kadına seslenen bir halkla ilişkiler programı, kadının çalıştığı bir saatte verilirse, amaca ulaşması çok güçleşir.

Radyo ve televizyon kanalıyla halkla ilişkiler faaliyeti gerçekleştirmek isteyen kurum ve kuruluşların, yukarıda sayılan bu üç temel etmeni gözönünde bulundurmaları faaliyetin başarısını belirleyecek kadar önemlidir.

Bugün tüm teknolojik gelişmelere rağmen özellikle radyo, nüfusun büyük bir kısmının köylerde ve şehirleşmemiş bölgelerde yaşadığı, nüfusun bazı tabakalarında halâ okur yazarlık oranının artmasına çalışılan şehirleşmemiş bölgelerde olduğu gibi şehirlerde de, bütün nüfusla haberleşmeyi sağlayarak, gerek okuma-yazma bilmemeye üstün gelerek hem de (televizyonda da olduğu gibi) dünya ile ani ve sürekli bir ilişki kurmakta çok önemli bir araç hem de haber alma, eğitim ve eğlence için bir kanaldır. Bu özelliklerinden dolayı halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılabilecek etkili bir araç olma niteliğini halâ korumaktadır. (116)

Nitekim radyonun, halk kitlelerine haberi ilk ulaştırılan ve duyuran araç olduğu için ve dinleyiciler arasında bir grup duygusu yarattığı farzedildiği için özel bir üstünlük atfedilmektedir. (117)

1.9.2.2. Sinema:

116) James B. ORRICK, a.g.e., s.53

117) Joseph T. KLAPPER, a.g.m., s.209

Ondokuzuncu yüzyılın sonuna doğru oluşan sinema teknolojisinin başlangıçtaki islev ve yapısına bakıldığında, sinema teknolojisi basına oranla tüketime daha elverişli ve ileti aktarmak açısından daha etkili görülmektedir. Bir kopyanın düşük maliyeti ve bir gösterim yerinde kol-tuk ücreti karşılığında yığınlara sürekli gösterim olanağı, ayrıca görsel iletinin gerçeklik etkisi sinemayı çekici bir yatırım alanı yapmıştır.(118)

Ancak, hemen sonra bulunan radyo ve televizyon teknolojileri tüketim toplumunun toplumsal-ekonomik koşullarına çok daha uygun gelince, sinema teknolojisi, McLuhan tarafından da özlü bir biçimde belirtildiği gibi; eskimekte ve bir sanata dönüşmektedir.(119)

Bugün ise sinema, somut bir görüntüsel materyal gösterdiği için ve sırf bu yüzden dahi olsa, kendine özgü bir üstünlüğe sahip farzedilmektedir.(120)

Sinemanın, halkla ilişkiler görevlisinin yararlanacağı haberleşme araçları arasında önemli bir yerinin olduğu ise inkâr edilemez. Nitekim, televizyondan önce sesli ve resimli haberleşme aracı olarak sadece sinemalar varolmuştur. Sinema seyircisi, televizyon seyircisinden farklı özellikler taşımaktadır. Yanında dostları, yakınları vardır. Salon ışıkları sönmüştür ve seyirci kendisini tamamen sinema perdesine yöneltmiştir.(121)

118) Ersan İLAL, a.g.e., s.34

119) Marshall McLuhan. Understanding Media, The Extensions of Man, s.284-296'dan nakleden Ersan İLAL, a.g.e., s.35

120) Joseph T.KLAPPER, a.g.m., s.209

121) Nuri TORTOP, a.g.e., s.66

Sinema tekniğinin halkla ilişkiler uzmanları üzerinde yoğun bir çekicilik etkisinin olması da çok doğaldır. Çünkü film, sanatın ifadecisi olduğu kadar bir bakıma yaşanan hayatın da kendisidir. Daha doğrusu, teknik, siyasi, idari, ekonomik unsurlardan oluşan maddi bir kadro ile fizikî, hissi, zihni, ahlaki ve estetik görevlerinin tümünü kapsayan insanların sunî sentezidir. Dolayısıyla ulaştırılmak istenen bir çok mesajlar bu elverişli çerçeve ve bunun sonucunda yaratılan şahsileştirme süreci ile daha tesirli bir şekilde muhataplara ulaştırılabilmektedir.(122)

Diğer yandan, genel olarak film deyimiyle adlandırılan çalışmaların sadece dört tanesi halkla ilişkiler alanında etkili olarak kullanılabilir.(123)

Bunlardan birincisi; "sinema filmi" deyimiyle tanınan konulu filmlerdir. Çoğunlukla hikâye ve romanlardan alınan konuların ya da tiyatro oyunlarının senaryo haline getirilmesi ile hazırlanan bu tür filmler uzun metrajlıdır. Konulu filmler, film çalışmaları içinde en çok ilgi toplayanlardır. Bu yüzden, hazırlanacak tanıtma filminin, belli bir öyküsü olan konulu film türünde olması, genellikle küçük kent ve kasaba halkı tarafından sonuna kadar ilgi ile izlenmesini ve içine yerleştirilen mesajın yarırganmadan alınmasını sağlar.

İkinci tür film, belge filmleri (dökümanter) 'dir. Sinemacılıkta "kısa metrajlı" adını alan bu tür filmlerde esas olan, tanıtma mesajıdır. Bu filmde oyuncu yoktur.

122) Nermin ABADAN, a.g.e., s.17

123) M. Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.123

sunucu (anlatıcı) vardır, öykü yoktur, gösterilen belgeler vardır. Burada önemli olan konunun iyi bir anlatım ve uyumlu bir sıra ile konulu film kadar ilgi toplayıp sürdüreceği biçimde sunulmasıdır.

Film alanında, halkla ilişkiler uzmanlarının kullanabileceği üçüncü tür ise; "film şeritleri" dir. Bunlar, çoğunlukla 16 mm.'lik kısa film parçalarıdır ve örneğin; 50 kare içerisinde mesajı anlatırlar. Genellikle sessiz olan film şeritlerini kullananlar küçük salonlarda kendi sesleriyle, büyük yerlerde mikrofon-oparlör düzeninden ya da ses kayıt makinasından yararlanarak, görüntülerin kendi başlarına anlatamadıkları konularda filme yardımcı olurlar.

Slayt ise; bu alanda faydalanılacak dördüncü görüntü aracıdır ve fotoğraftan farklı değildir. Kâğıda basılmadığı ve film negatifi dört köşe bir karton çerçeve içine konularak gösterici makina ile perdeye yansıtıldığı için birden çok kişi tarafından görülebilmesi, kitle ilişkilerinde fotoğraftan daha yararlı olması sonucunu verir.

1.9.3. Sosyal Olaylar

1.9.3.1. Festivaller:

Kuruluşun kendini tanıtmayı ya da doğrudan doğruya halkla ilişkiler çalışmasına girişmesi kadar etkili bir başka yol da, ülke halkının dikkatini içinde bulunulan kente ya da bölgeye çekmek yani dolaylı bir kampanyaya girişmektir.

Festivallere, ülkenin tanınmış kişilerinin katılması halkın ilgisini artırıcı bir rol oynar. Böyle bir ortamda sergi ve panayırlarda girişilecek tanıtma çalışmaları, festivale girildiği için kent halkının desteğini kazanan kuruluşun aynı zamanda kent dışından gelenler üzerinde de etkili olmasını sağlar.(124)

1.9.3.2. Yarışmalar:

Değişik kesimler ya da kişiler arasında düzenlenen yarışmalar halkın ilgisini kuruluş üzerine çekmek için düşünülmüş ve ilginç yöntemlerden biridir. Yarışmaların kendileri kadar ödül dağıtımı ve düzenlenen tören de halkla ilişkiler açısından ilgi çeker.(125)

1.9.3.3. Toplantılar:

Bir konunun tanıtılması için toplantılar düzenlenmesi, halkla ilişkiler alanında sık sık başvurulan bir yoldur. Bu toplantılar konuların her yönü ile ele alınması, varılan sonuçların kitle iletişim araçları ile halka duyurulmasını ve sağlanacak etkinin artmasını kolaylaştırır. Toplantılar; seminer, konferans, münazara, açık oturum ve kurslar şeklinde düzenlenebilir.(126)

1.9.3.4. Sergiler:

124) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve.....
a.g.e., s.158

125) M.Alaeddin ASNA, a.g.e. (1969), s.140

126) Nuri TORTOP, a.g.e., s.57

Sergiler, halka bir kuruluşu tanıtmak, güvenini sağlamak için düzenlenen bir enformasyon aracıdır. Sergi düzenleyen kuruluş sosyal, ekonomik ve teknik alandaki başlıca çalışmalarını gösterir. Böylece, sergiler bir prestij, enformasyon ve öğretim gösterisi niteliği taşırlar.

Cutlip ve Center, serginin ana amacının yoldan geçen kişilerin uğramalarını, sunulan belgelere ileride akıllarında kalacak kadar uzun bakmalarını ve öğrendikleri konuda bir eyleme başlamaları için heveslenmelerini sağlamak olduğunu söylemektedirler.(127)

1.9.3.4. Geziler:

Bir kuruluşun güven ve itimadı sağlamak ve adını duyurmak için kullandığı araçlardan birisi de; yerinde ziyaret ve gezilerdir. Kuruluş üyeleri, çalışanlar, çalıştıranlar ve ortakların kuruluşun çalışma alanındaki bilgilerini artırmaları için bu alandaki benzer çalışmalarını yerinde görmelerinde yarar vardır.

Diğer yandan, bu konuda bir başka yöntem ise; kuruluşun halkın gezilerine açık tutulmasıdır. Buna Amerika'da "açık ev (open house)" denilmekte ve belirli zamanlarda halkı kuruluşu gezmeye davet etmeyi ifade etmektedir. Böylece, halk kuruluşu çalışma saatleri içinde görme ve kuruluşun ne ile uğraştığını öğrenme olanağına kavuşmuş olur.(128)

127) Scott M.CUTLIP and Allen H.CENTER, Effective Public Relations, New Jersey, Prentice Hall Inc.,1961.s.199

128) Nuri TORTOP, a.g.e., s.58

1.9.4. Diğer Haberleşme Ve Haber Verme Teknikleri

1.9.4.1. Yasama Organı İle İlişkiler:

Yasaları hazırlayanlarla ilişkiler kurulması yani belirli konularda ülkenin temsilcilerinin aydınlatılması da halkla ilişkiler sanatının içine giren bir çalışmadır.

Burada kısaca "lobicilik" ten de bahsetmek gerekir. Başlangıçta, yasama meclisleri koridorlarında girilen faaliyeti ifade eden lobicilik bugün daha geniş bir anlam taşımaktadır.(129)

Türkçe'de "kulisçilik" de denen lobicilik, daha çok Amerika Birleşik Devletleri'nde yaygındır ve bu faaliyeti sürdürenler özellikle parlamentoda ve kamuoyunda bir topluluğun veya devletin lehine faaliyet gösteren menfaat gruplarıdır.(130)

Ancak, bir süredir yasama sözlüğüne kulis faaliyeti olarak girmiş olan bu çabalar nasıl tanımlanırsa tanımlansın, aslında şimdiye kadar çeşitli gruplar için anlatılan halkla ilişkiler çabalarının, yasama organlarına yöneltilmiş olanlarından başka birşey değildir.

1.9.4.2. Baskı Grupları İle İlişkiler:

Baskı grubu terim olarak; kamu makamlarının kararlarını herhangi bir toplum kategorisinin çıkarlarına ve dü-

129) Münci KAPANI, Politika Bilimine Giriş, A.Ü. Huk.Fak. Yay. No:468, Ank., 1983, s.161

130) Kemal GİRGİN, Politika Sözlüğü, Hür Yay, İst.,1982, s.294

süncelerine uygun hale getirmek için girisilen çalışmaları akla getirmektedir. (131)

Baskı grupları genel olarak iki şekilde sınıflandırılabilir. Bunlar; meslek kuruluşlarıyla ideolojik eğilimli gruplardır. Gerek meslek kuruluşu, gerek ideolojik eğilimli grup ve gerekse bu iki sınıf dışındaki bir grup olarak ortaya çıksınlar. bu tür baskı grupları demokrasilerde belirli görüşlerin kabulünde, belirli işlerin yapılmasında, etkili bir güce sahiptirler. Örgütlenmemiş kitleler veya kuruluşlardan daha güçlüdürler. (132)

Halkla ilişkiler çabası içinde bulunan kişi ve kuruluşlarca; amaçlar, problemler ve çözümler için hazırlanan çalışma planları ve bu çalışmadan sağlanacak faydalar açık ve dürüstçe anlatılarak baskı grubu ile gerekli görüşme ve tartışmadan kaçınılmadığı sürece böyle bir baskı grubunun desteğini kazanmak çok önemlidir.

Yukarıda belirtilenlerin dışında, kuruluşların kendileriyle ilgili haberleri yaymasının ve halkla ilişkileri geliştirmesinin diğer bir çok yolu daha vardır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Kurum ya da kuruluşla ilgili aylık veya üç aylık raporlar, küçük kitapçıklar ve tamimlerin doğrudan doğruya ilgili kişi veya kuruluşlara postalanması, kişisel mektuplar, telefon konuşmaları, posta kartları, mektup zarfları içine konacak basılı küçük ekler, yaka rozetleri, özel posta damgaları, lastik damgalar, bir olayı anmak

131) Jean MEYNAUD, Politikada Baskı Grupları, (Çev: Semih TIRYAKIOĞLU) Varlık Yay. No:1819, İst., 1975, s.5

132) Jean MEYNAUD, a.g.e., s.6

için bastırılan posta pulları, görevlilerin kişisel ziyaretleri, kuruluşlar arasındaki ilişkileri sağlamlaştırmak ya da gelirinin doğal afet ve benzeri olaylardan etkilenenlere bağışlanması amacıyla kurum veya kuruluşlar arasında spor müsabakaları düzenlemek gibi anlamlı olaylar, kuruluşun adını duyurarak onun tanınmasına yardım edecek halkla ilişkiler araçlarıdır.(133)

1.9.5. Halkı Tanıma Yol Ve Yöntemleri

1.9.5.1. Halkla İlişkilerde Yüzyüze İlişkiler:

Sosyal bilimciler ve kamuoyu uzmanlarının en yaygın görüşü, yüzyüze konuşmanın pedagoji ve ikna alanındaki etkinliğinin diğer araçların etkinliğinden çok daha fazla olduğu yolundadır. Bu tür haberbildirişime atfedilen özel üstünlükler doğrudan doğruya kişiler arası ilişki ile ilgili gerçeklere dayanmakta, bu yüzden de haberleşme sürecinin olduğu durum ne kadar bireyselleşirse, etkinlik de o derece artmaktadır.(134)

Günümüzde, toplumun değişik kesimleri ile özel ya da kamu kuruluşları arasında karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirmek zorunlu hale gelmiştir. Nitekim, yirminci yüzyılda yönetilenlerin geçmiş çağlarla kıyaslanmayacak ölçüde belirli bir bilinç düzeyine erismeleri, bu gelişmenin de toplumdaki örgütleri etkilemesi halkla ilişkilerin doğuş ve önemini artıran etkenler arasında yer almaktadır.(135)

133) James B.ORRICK, a.g.e.. s.54-55

134) Joseph T.KLAPPER, a.g.m..., s.206

135) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve.....
a.g.e. s.18

Anglosakson literatüründe halkla ilişkiler uygulamasının oluşumu ile yukarıda bahsedilen özellik arasında büyük bir bağıntı kurulmuştur. Hatta denebilir ki; Amerikan uygulamasında halkla ilişkilerin varlığının en önemli nedeni belirli bir örgüt ile onu çevreleyen toplumsal katmanlar arasında karşılıklı iyiniyete ve anlayışa dayalı ilişkiler kurulup geliştirmek olarak açıklanmaktadır.(136)

Oysa, bugün halk yakınmalarının önemli bir bölümünün, özellikle kamu görevlilerinin halkla ilişkilerindeki yanlış tutum ve davranışlarından kaynaklandığı bilinen bir gerçektir. Bir kamu görevlisini, iş sahiplerine karşı duyarsız, sorumsuz, ilgisiz ve saygısız davranmaya çeşitli nedenler itebilmektedir. Bunların bir kısmı kişisel nedenlerdir.(137)

Kamu görevlisinin kişiliğinin geçimsiz, kötümser, başkaları ile ilişkiler kuramayacak bir yapıda olması kuşkusuz işine de yansiyacaktır.

Diğer yandan, duruma halk açısından bakılacak olduğunda; özellikle, sosyo-ekonomik durumu görece olarak düşük olan yurttaşlar bürokrasiyi karmaşık ve güçlü bir nesne, kamu görevlilerini de kamu hizmetlerinden çok, bir efendi gibi görmektedirler. Kamu hizmetlerinden yarar-

136) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve....., a.g.e. s.19

137) Selçuk YALÇINDAĞ, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler". Anne İdaresi Dergisi, Cilt:19, Sayı:1, Mart, 1986, s.147

lanmak bir vatandaşlık hakkından çok bir lütûf olarak değerlendirilmektedir.(138)

Bürokratin ve vatandaşın kamu hizmetlerini bu şekilde algılayış biçimi ve aralarında eğitim ve statü farkından doğan "toplumsal uzaklık" yurttaşın kamu işlemlerine ilişkin bilgi kıtlığını da beraberinde getirmektedir.(139)

Halkın bu konudaki yakınmasının en aza indirilmesinin gerekliliği kadar, yönetimin de günlük işleyişi içinde kamu veya özel kuruluşun çeşitli düzeydeki görevlilerinin değişik nedenler sonucu yönetilenler ya da toplumun öteki kesimleri ile yüzyüze ilişkilere girmesi kaçınılmaz olduğuna göre; bu konuda en başta düşünülmesi gereken, halkla dolaysız ilişkide bulunacak görevlilerin ise alınırken halkla ilişkiler kurabilmek yetenekleri bakımından özenle seçilmeleridir. Bu şekilde seçilerek ise alınmış olan görevlilerin, kuruluşları adına olumlu imaj yaratacak davranış içinde olmalarını sağlamak için de ayrıca sürekli ve sistemli bir hizmet içi eğitim programı uygulanmalıdır.(140)

Buna rağmen, aksi takdirde gerçekleşen ve toplumun hakkını ihlal eden işlemler için; tüm demokratik ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de halkın yönetime karşı hak araması olanağı uzun yıllardan bu yana bireylere tanınmış haklardan biridir. Anayasaların yanısıra, çeşitli yasa,

138) A.Umit BERKMAN, Azgelismis Ulkelerde Kamu Yönetiminde Yolsuzluk ve Rüşvet, TODAİE Yay. No:203, Ank., 1983, s.75

139) A. Umit BERKMAN, a.g.e..., s.76

140) Selçuk YALÇINDAĞ, a.g.m..., s.148

tüzük, yönetmelik, yönerge ve genelgelerde de "yakınma hakkı" ilke olarak kabul edilmiştir.(141)

Yakınma hakkının halkla ilişkiler açısından varolan önemi; yöneticilerin ve her aşamadaki görevlilerin denetlenebilmesine olanak sağlamasıdır.(142)

Özetlemek gerekirse, yönetimin doğal işleminin bir parçası olan yüzyüze ilişkiler, halkı tanımak için kolay ve etkili bir halkla ilişkiler yöntemi olarak kullanılabilir. Ancak, herseyden önce yönetimin bunu istemesi, amaçlaması ve bunun için uygun önlemler alması gerekmektedir.(143)

1.9.5.2. Halkın Yönetime Katılması:

Yönetime katılma, kararları etkileme demektir. Düşünce, görüş bildirme, oy kullanma yolları ile kararların isabetli, verimli amaçlara yönelmesini sağlamak demektir.(144)

Yönetime katılmayı iç ve dış katılma olarak ikiye ayırmak olasıdır.

Dış katılma; yönetimin dışında olanların, halkın ve diğer ilgililerin katılmasıdır.

İç katılma ise, bizzat çalışanların, memurların yönetime katılmasıdır.

141) Firuz Demir YASAMIS, "Yakınma Hakkının Kullanılma Biçiminin Düzenlenmesi Üzerine", Amme İdaresi Dergisi, Cilt:15, Sayı:1, Mart 1982, s.49

142) Firuz Demir YASAMIS, a.g.m..., s.50

143) Selçuk YALCINDAĞ, a.g.e., s.153

144) Nuri TORTOP, a.g.e..., s.97

Dış katılmanın en klasik biçimleri; halka açık anketlerin düzenlenmesi, danışmanın türleri olan referandum, sondaj ve kamuoyu yoklaması gibi yöntemlerdir. Ancak hangi tür olursa olsun, yönetim bildirilen görüşlere uymak zorunda değildir. Son söz yine yönetimindir.

Dış katılmanın ikinci türü, danışmadan (consultation) farklı olan müşavere (concertation)'dir ve danışmadan bir adım daha ileri bir tekniktir. Birlikte yönetim veya birlikte karar verme alanına girilmiş olur. Yönetimsel çalışmalar, bürokratik mekanizmanın ve dışarıda bulunan yani örgüt dışında bulunan personelin ortak eseridir. Örgüt dışındakilerin olumlu görüşleri veya örgütü kısmen bağlayan önerileri alınır. Oysa, danışma böyle değildir, yani bağlayıcı değildir. Müşavere de iki yönlü tartışma vardır. (Örneğin, yönetimin tek yönlü sözleşmelerinin yerini tutan iki yönlü sözleşmeleri gibi..)

Müşavere yöntemine, sözleşme ve kamu hizmetlerinin yürütülmesi aracı olarak, hem hazırlık aşamasında hem de kararların yürütülmesinde, bir hizmet yaratılması ve yönetiminde başvurulmaktadır.

Yönetime katılma, yetkilerin bölünmeyerek ender hallerde genel kurullara ve çoğu kez de karma kuruluslara verilmesi halinde en güçlü düzeydedir. Bu alanda; yerel idareler, sade vatandaşlardan oluşan ve halk oyu ile seçilmiş meclisleri ile en etkili ve geleneksel bir tür olarak, örnek gösterilebilirler. (145)

İç katılmada ise, daha önce de değinildiği gibi personelin örgütteki kararlara istirak etmesi sözkonusudur.

Bu tür katılma, insan ilişkileri konusunun getirdiği fikirlerin en yanlış anlaşılmiş olanlarından biri olup bazıları tarafından övülmekte, bazıları tarafından da yerilmektedir.(146)

Katılmanın taraftarı olanlar bunu hemen hemen tüm yönetim sorunlarını çözen ve çatışma ile sürtüşmeyi ortadan kaldıran sihirli bir formül şeklinde gösterirler. Diğer taraftan, katılmanın eleştiricileri, bunu bir çeşit yönetimden vazgeçmek olarak görürler. onlara göre; bu fikir yöneticilerin ayrıcalıklarını zayıflatan ve denetimi elden çıkaran tehlikeli bir fikirdir. "Yumuşak yönetim" modeline uyan bu kavram elestirenlere göre, zaman kaybına, verimin azalmasına ve yöneticilerin etkinliğinin zayıflamasına neden olur.(147)

Üçüncü bir grup yönetici ise, katılmayı yönetim kurmazlıklarının yararlı bir ögesi olarak görmektedirler. Onlara göre katılma; katılanların karar vermede seslerini duyurduklarını sandıkları koşullar altında, insanlara istedikleri şeyleri yaptırmak için ustalıkla ve hileyle kullanılan bir araçtır. Amac, insanları o şekilde hileyle yönetmektir ki, bunun sonucunda yöneticinin başta zaten bildiği ve beklediği çözümü onlar, kendilerinin olduğuna inanarak ortaya atarlar. Bu, bir tür insanlara kendilerini önemli hissettirmek yoludur ve yöneticiler bu yolun, yönetimin teşvik edici aracı olduğunu belirtirler.

146) Douglas McGREGOR, Örgütün İnsan İlişkileri Yönü, (Cev: Doğan ENERGIN), ODTÜ. İİBF. Yay. No: 16, Ank. 1970. s.91

147) Douglas McGREGOR, a.g.e., s.91

Dördüncü bir grup yönetici ise, katılmayı başarı ile kullanmaktadır, ancak bunların hiç biri onu sihirli bir formül ya da her derde deva olan bir ilaç olarak görmemektedir. Bu gruptaki yöneticiler ne aşırı taraftarların sınırsız heyecanlarını, ne de eleştiricilerin korku ve endişelerini paylaşmazlar.(148)

Bu şekilde bakıldığında, katılma ne her derde deva bir ilaç, ne hile ve ustalıkla kullanılan bir araç, ne bir oyun ve ne de korkulacak bir tehlikedir. Akıllıca ve anlayışla kullanıldığında örgütü kaynaştırma ve kendi kendini denetim yoluyla yönetimin doğal bir parçası ve iç halkla ilişkilerin de bir gereğidir.

1.9.5.3. Danışma:

Danışmayı, halkla ilişkiler konusu ile bağıntılı olarak bir yanda yönetim, öte yanda halkın bulunduğu bir ortamda karar hazırlamak için yönetimin halktan bilgi alması, şeklinde tanımlamak olanaklıdır.(149)

Danışma, halkı tanımak için yönetimin yararlanabileceği en etkili yöntemlerden biridir. Halkla ilişkilerin bir yöntemi olarak, danışma; yönetim ile yönetilenler arasında uyum sağlamaya yönelik bir çabadır. Bu amacı gerçekleştirdiği oranda yönetsel etkinliğin sağlanmasının araçlarından birisi olarak yararlıdır. Ne var ki; danışma yönteminin özelliği, zorunlu ya da yönetimin isteğine de kalmış olsa, danışmadan sonra karar verme yetkisinin

148) Douglas MCGREGOR, a.g.e..., s.92

149) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler. Kuramsal ve.....
a.g.e., s.68

sonuçta yönetime ait olmasıdır. Bu, özellikle çok güçlenmiş baskı gruplarının görüşlerinin yönetimin kararlarına yön verecek ölçüde etkili olması ihtimali açısından önem kazanır. Burada vurgulanması gereken, kamu yönetiminin demokratik bir toplum yapısı içinde bir kamu projesi için karar verilirken, danışma yöntemini, ilgili tüm toplumsal kategorilerin görüşlerinin yansımalarına olanak sağlayacak bir biçimde kullanılmasıdır.(150)

Genel olarak, danışma yöntemleri aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:

1.9.5.3.1. Kamusal Anketler:

Kamusal sormaca da denilen kamusal anketlerin halk oylamasından ayrı bir anlam ve içeriği bulunur. Nitekim, kamusal sormaca (anket) daha çok yönetsel sonuçlar ortaya koyar.(151)

Kamuoyu araştırması, anket ve referandum halkın dilek ve isteklerinin saptanmasında uygulanan en modern ve ileri yöntemlerdir. Nüfusu kalabalık olan büyük kentlerde halkın genel çıkarlarını saptamak ve nelerden hoşlanmadığını ortaya koymak, kişisel ilişkiler, dilekçeler veya temsilciler yoluyla olanaksızdır. Ancak kamusal anketlere başvurarak bu genel eğilimler saptanabilir.(152)

150) Selçuk YALCINDAĞ, a.g.m..., s.81-82

151) Mümtaz SOYSAL, Halkın Yönetime Etkisi, TODAİE Yay. Ank., 1968, s.118

152) Nuri TORTOP, Yönetim Bilimi, Ank., 1979, s.68

1.9.5.3.2. Kamuoyuna Basvurma (Referandum):

Referandum: herhangi önemli bir iç sorun karşısında halka danışma formülüdür.(153)

Aynı zamanda, referandum; yasama organı tarafından alınmış veya alınacak bir karar hakkında halkın oyunu sormak anlamına da gelmektedir. Örneğin: Yasama organı tarafından hazırlanan bir kanun kamuoyuna sunulduğunda halk oyunu "evet" veya "hayır" demek suretiyle belli eder ve kanun ancak halkın kabulü ile hukuken kesinlik kazanır. uyulması gerekli bir durum halini alır.(154)

Referandum, demokrasiye ve diğer yandan ulusal egemenlik ilkesine uygun bir müessesedir. Temsili demokrasinin uygulandığı ülkelerde, halk egemenlik hakkını ve yetkisini yalnız seçim sırasında ve belli zamanlarda kullanır. Seçimlerden sonra tamamiyle hareketsiz, pasif bir durumdadır. Oysa, referandum müessesesi, milleti egemenlik hak ve yetkilerini sık sık kullanmaya teşvik eden, faal bir hale getiren, temsilcilerle ilişkisini sağlayan, onları denetlemesine meydan veren bir müessesedir.(155)

1.9.5.3.3. Temsilcilere Danışma:

Kamu yönetiminde oldukça çok başvurulan tanıma yöntemlerinden birisi de, temsilcilere danışmadır. Yönetim, çeşitli yönetilen kümelerinin kendi içlerinden seçerek ya da atama yoluyla görevlendirdiği kişilerle karşı karşıya

153) Kemal GİRGIN, a.g.e., s.428

154) Vakur VERSAN, Kamu Yönetimi (Siyasi ve İdari Teşkilât), 8.Baskı, 1st., 1984, s.39

155) Vakur VERSAN, a.g.e., s.40

gelir. Bu ilişki sürekli ya da geçici olarak görevlendirilen kurullar ile de olabilir. Danışmanın genel niteliğine uygun olarak karara değil, kararın hazırlanmasına katılma söz konusudur. Amaç her zaman yönetsel kararı ayırtısıyla oluşturmak olmayabilir. Yönetsel kararı alacakların bilgi belleklerini genişletmek ve onları etkilemek de, bazen başlı başına bir amaç olmaktadır.

Özetlenecek olursa, vatandaşların dilek ve isteklerini onlar adına o bölgenin resmi temsilcisi veya seçilmiş temsilciler (muhtar, belediye başkanı gibi..) halkın dilek ve isteklerini yönetime ulaştırabilirler. Yönetim, temsilci ve yöneticiler aracılığı ile gelen bu tür istekler üzerinde de gereği gibi durmalı ve iyiniyetle yapılmış başvurular olduğu saptandığında asıl sahipleri tarafından yapılmış gibi işleme tabi tutmalıdır.(156)

1.9.5.4. Basını izleme:

Basının izlenmesi, yönetimin çevreden bilgi edinmede kullanılması kolay yollardan biridir. Nitekim, basın yönetimin kendi olanakları ile çok güç öğrenebildiği istek ve şikâyetleri ya da karara temel olabilecek bilgileri yönetime kolayca aktarabilecek bir durumdadır. Bu bilgilerin bir bölümü daha çok uygulamalı sorunların çözümüne ait, yönetim-halk ilişkisini aksatan konularla ilgili ama çoğunlukta bireysel nitelik taşıyan okuyucu mektuplarından oluşur.(157)

156) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve.....
a.g.e. s.74

157) Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler, Kuramsal ve.....
a.g.e. s.75

Diğer yandan, basında yer alan röportajlar, haberler, inceleme yazıları ve araştırma sonuçları toplum ile yönetim arasında köprü kuran ona, halk tepkilerini aktaran kaynaklardır. Yönetim için basının bilgi aktarma işlevi, özellikle toplumsal katmanları temsil eden belli kümelerin sözcülüğünü yapan gazetelerin, dergilerin çoğalması ile önem kazanmaktadır. Basının toplumsal bir güç olarak temsil ettiği toplum kesimlerinin sesine yönetimin kulak tıkaması, demokratikleşmiş toplumsal koşullarda olanak dışıdır. Ama, burada yönetimin çeşitli grup çıkarları ile genel kamu yararı arasındaki dengeyi hep gözönünde tutması gerekmektedir.(158)

Böylece, yöneticiler aslında görevleri olan fakat görmedikleri, duymadıkları iş aksaklıklarını basın yolu ile öğrenmektedirler. Ancak, burada yönetici ve ilgililerin basında yer alan aksaklıkları haber veren yazıları iyimserlikle karşılamaları ve gidermeye çalışmaları önemlidir.

1.10. HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜMÜNÜN KURULUŞ İÇİNDEKİ YERİ VE GÖREVİ

1.10.1. Halkla İlişkiler Bölümünün Kuruluş Semasındaki Yeri

Sanayi Devrimi'nden bu yana, önemi gün geçtikçe artan halkla ilişkiler, Ivy Lee'nin deyişiyle "halkın bilgi sahibi kılınması zorunludur" ilkesine dayalı bir iletişim mekânizması olarak artık vazgeçilmez bir örgüt ögesi olmuştur.

Bu kadar büyük öneme sahip olan ve kuruluşları canlı bir varlık gibi toplumla ilişkilere yönelten halkla ilişkiler faaliyetinin kuruluş tarafından organize edilmesi gerekmektedir ki; kuruluşlar, bu gereği örgütlenmelerinde "halkla ilişkiler bölümü" kurarak yerine getirmektedirler.

Halkla ilişkiler bölümünün kuruluş içerisinde oynadığı rolün büyüklüğüne göre belirlenmesi yönetimin dikkat etmesi gereken konulardan biridir. Nitekim, halkla ilişkiler bölümünün bir bakıma işletmenin Dışisleri Bakanlığını oluşturduğu düşünülürse; ya pazarlama, finans, personel ve benzeri yetkideki fonksiyonel müdürler ile aynı seviyede ya da kurmay (danışman) olarak tepe yöneticisinin yanında yer alması, kuruluş açısından yararlı olacaktır. (159)

159) Fuat ÇELEBİOĞLU, "Halkla ilişkiler Bölümünün Örgütlenmesi", a.g.m., s.44

Halkla ilişkiler birimi, ne kadar üst düzeydeki bir basamakta yer alırsa, o kadar da, işletmenin genel politikasını ve kuruluşun tamamını kavrayan çözümleri ortaya çıkarma gücünü kendinde bulur.

Bunu, kurmaylık yani yalnızca danışmanlık yaparak, öğüt vererek gerçekleştirmek mümkün değildir.

Özet olarak denilebilir ki; halkla ilişkiler birimi sorumluları derlediği bilgileri yorumlayarak ve değerlendirerek kuruluşunun kararlarını ve politikalarını etkileyeceğinden dolayı faaliyet gördüğü kuruluşun en üst düzeydeki yöneticisine bağlı olması gerekmektedir.

Nitekim, halkla ilişkilerde siyaseti belirlemenin ve planlamanın çok önemli olduğu gözönünde tutulursa, halkla ilişkiler biriminin üst düzey yöneticiye bağlı ve yapılan her iş de parmağı olan bir birim olması gerektiği ortaya çıkar. Öyle ki; her önemli kararın alınmasında halkla ilişkiler görevlisine danışılmalı, o da fikir ve düşüncelerini serbestçe söyleyebilmelidir.

Halkla ilişkiler görevlisi, halkta mevcut tavırlara veya örgütün siyasetinin kabul görmesi için halktan gelecek güçlülere aldırmadan sadece örgütün siyasetini anlatması ve onu halka duyurması için gönderilecek bir adam olarak görülüyorsa, o zaman bu kuruluş halkla ilişkilerini ciddiye almıyor demektir. (160)

Halkla ilişkiler bölümünün, kuruluş semasında hangi düzeyde yer alacağı, bir yerde onun örgütlenmesini de et-

kilemektedir. Bu durum, genel olarak beş etmene bağlıdır. (161)

1. Bölümün Tarihçesi: Bölümün tarihçesinin, kuruluş örgütündeki durumu açısından önemi açıktır. Zirâ, bölümün kurulması kimin tarafından istenmiş ve sağlanmış ise, bölüm o kişiye bağlı olarak kurulur. Eğer, bölümün kurulmasını genel müdür istemiş ise; ona, genel sekreter istemiş ise; ona veya pazarlama müdürü gerek gördüyse; ona bağlı olarak çalışır.

2. Kuruluşun Durumu: Eğer, kuruluş piyasada bir tekel olarak çalışıyorsa rakipleri olmadığı için kendisini tanıtmaya yarışına girmeye gerek duymaz. Böylece, doğal olarak tam rekabetin hüküm sürdüğü piyasada bulunan kuruluşlarda halkla ilişkiler bölümünün semadaki yeri daha ayrıcalıklı bir durum gösterir.

3. Bölümün Faaliyet Alanı: Halkla ilişkiler bölümünün faaliyet alanı bu bölümün kuruluştaki yerini belirlemede önemli olan etmenlerdendir. Eğer, bu bölüme halkla ilişkiler faaliyetlerinin tamamı veya yalnızca müşteriler, ortaklar gibi belirli kesimler ile ilgilenme görevi verilirse, halkla ilişkiler bölümünün hiyerarsik bağlılığı da ona göre değişiklik gösterir.

4. Bölüm Yöneticisinin Kişiliği: Halkla ilişkiler mesleğinde bölüm yöneticisinin kişiliği çok önemlidir. Halkla ilişkiler bölümünden sorumlu olan yönetici tepe

161) Fuat ÇELEBİOĞLU, "Halkla İlişkiler Bölümünün Örgütlenmesi", a.g.m., s.45

yöneticileri nazarında ne kadar etkin ise, bölümün işletme içindeki yeri de o derece üstün olur.

5. Kurulustaki Öteki Yöneticilerin Kişiliği: Halkla ilişkiler bölümünün kuruluşta hangi düzeyde yer alacağını belirleyen bir başka etmen de kuruluşta bulunan diğer yöneticilerin kişiliğidir. Eger, işletmedeki diğer yöneticiler, böyle bir bölümün varlığına karşı koyarlarsa, bölümün kurulması tehlikeye düşer ya da bu bölüm dar faaliyet alanını kapsayacak şekilde kurulur.

Sonuç olarak; halkla ilişkiler ya tüm organizasyonların yaşaması için kaçınılmaz bir öge olarak kabul görecektir ya da sadece yararlı teknikleri içeren bir olgu olarak devam edecektir.

1.10.2. Halkla İlişkiler Bölümünün Görevleri

Kuruluşlardaki halkla ilişkiler bölümünün görevlerini; kuruluşun faaliyet gösterdiği alanın önemi, büyüklüğü, halkın kurulusa karşı tutumu, kuruluşun büyüklüğü ve finansal kaynakları, kuruluşun çalıştığı ekonomik, sosyal ve politik ortam gibi faktörler belirler.(162)

Kuruluşta halkla ilişkiler görevi yapan bölümün bu faktörlerin etkisi altında ortaya çıkan görevlerini gerçekleştirirken ana amacı; daha önce de belirtildiği gibi tanımak ve tanıtmak görevleridir. Kuruluş tanıtmak ve halkı tanımak amacıyla yola çıkan bir halkla ilişkiler bölümü aşağıdaki faaliyetleri kapsamaktadır.(163)

162) İlhan CEMALCILAR, Doğan BAYAR vd... İşletmecilik Bilgisi, Eskişehir İİB. Akd. Yay.. Esk., 1980, s.310

163) A. Fikret İŞIKYAKAR, a.g.e... s.9

1. İnsan davranışlarını anlamaya yönelik faaliyetlerde bulunmak.

2. Gelecekle ilgili eğilimleri tahmin ve analiz etmek.

3. Kamuoyu tutumları ve beklentileri ile ilgili araştırmalar yapmak ve alınabilecek önlemler ile ilgili önerilerde bulunmak.

4. Doğru ve tam bilgi elde edebilmek için iki yönlü iletişim kanallarını açık tutmak.

5. İhtilâfları ve yanlış anlamaları önlemek.

6. Karşılıklı saygı ve toplumsal sorumluluğu teşvik etmek .

7. Özel ve kamu menfaatlerini uyumlaştırma.

8. Personelle, satıcılarla ve müşterilerle iyi ilişkileri teşvik etmek.

9. Endüstriyel ilişkileri iyileştirmek.

10. İyi elemanlar istihdam etmek ve ayrılmaları (personel devir hızını) en aza indirmek.

11. Mal ve hizmetleri geliştirmek.

12. Kârlılığını maksimize etmek.

13. Kurumsal kimliği yerleştirmek.

14. Uluslararası ilişkileri teşvik etmek.

15. Demokrasinin yerlesmesine yardımcı olmak.(164)

Yukarıda belirtilen, geniş çaptaki bu faaliyetlerin halkla ilişkiler birimlerince yerine getirilebilmesi ancak bu birimlere kuruluşlarca gerekli ilgi ve desteğin sağlanması ile mümkündür.

Bugün kamuoyu otoriteden kuşku duymakta ve herşeyi ayrıntılı olarak görmek istemektedir. Yalnızca satışlar ve kârlar üzerine ilgi gösterilmesini değil, aynı zamanda doğa ve insan kaynaklarına da ilgi gösterilmesini istemektedir. İnsanlar, çevre kirlenmesi ve korunması konusuna, tüketici sağlığı ve işgören emniyetine daha fazla ilgi gösterilmesini istemektedir.

Diğer yandan, finansal verilerin daha ayrıntılı olarak açıklanmasını, özel ve kamu sektörleri arasında daha yakın bağlar oluşturulmasını ve serbest pazarların kullanımında daha fazla dürüstlük istemektedir. İnsanlar "niçin" ve "neden" gibi soruları sorabilmeleri ve sorunların çözümüne katkıda bulunabilmeleri için bilgiye sahip olmak istemektedirler. Bütün bu sayılanların gerçekleştirilebilmesi ; özellikle kamu yönetiminde bürokratik işlemlerin basitleştirilmesi, sistematik ve mekanik hale getirilmesi, memur-halk ilişkilerinin karşılıklı anlayış ve saygı içerisinde yürütülmesine bağlıdır.

İsteklerini karşılayamayan ve bunun geçerli nedenlerini açıklayamayan yönetime halk güven de duymaz, destekte de bulunmaz. Bu yüzden, halkla ilişkiler birimlerinin temel görevleri: kamuoyunu devamlı olarak kuruluşunun çalışmaları ve politikaları konusunda bilgilendirmek ve amacına ulaşabilmek için anlayış ve işbirliğini temin etmek, yeni kararlara karşı kamuoyunun ve basının eş yönlü tepkilerini sağlayabilmek için kuruluş ile hedefin iyi ilişkiler içerisinde bulunmasını sağlamaktır.(165)

165) Meral ÇERÇİ, Halkla İlişkiler ve Kamu Yönetimindeki Rolü (Yayınlanmamış Master Tezi), DPT, Yay. Ank., 1983, s.29

Bu konuda halkla ilişkiler uygulayıcısının üç ana fonksiyonu söz konusudur. Bunlar:

1. Kuruluşla ilgili kamuoyu araştırmaları yapmak ve değerlendirmek,

2. Alınan kararlar ve uygulamalar konusunda halkın tepkisini ölçüp gerekli uygulama ve düzenlemeleri yapmak,

3. Kamuoyunu etkilemek için haberleşme araçlarını kullanmak.(166)

Sayılan bu fonksiyonlar ise, aşağıdaki aşamalardan geçmektedir:

1. Analiz: Politikalar ve amaçların tespit edilmesi ile kuruluşun ilişki kuracağı hedef kitlenin araştırılması.

2. Planlama ve Programlama: Kuruluş ile ilişki kurulacak hedef kitleyi etkileyecek halkla ilişkiler araçlarının seçimi,

3. Uygulama: Haberleşme kanallarını en etkin ve maksimum düzeyde kullanarak hedef kitle ile kuruluş arasında karşılıklı anlayış ve hoşgörüyü sağlamak.(167)

Halkla ilişkiler bölümü bu fonksiyonları yerine getirirken, halkın tutumlarına ilişkin bilgi toplayarak bunu yönetime bir kamuoyu yorumlaması biçiminde sunar.

Yönetimin sosyal, ekonomik ve politik alanlardaki gelişmelere dikkatini çekerek örgütün işleyiş koşullarındaki çeşitli yönlerin halkla ilişkilerini kurarak, yönetime bu ilişkilerin düzenlenmesinde önerilerde bulunur.

166) Meral CERÇİ, a.g.e., s.30

167) Scott CUTLIP and Allen CENTER, a.g.e., s.75

Özetlemek gerekirse; halkla ilişkiler çalışmalarında görevler hemen hemen aynıdır. Söyle de denebilir: Bir gazete hangi adı taşırsa taşıсын, temel görevi haber vermektir. İşte, halkla ilişkilerde de durum aynıdır. Temel görev, kuruluş ile ilişkide bulunan kitleler arasında bilgi, anlayış ve iyi ilişkileri geliştirerek olumsuz tutum, davranış ve düşünceleri kitle haberleşme araçlarından yararlanarak gidermektir. (168)

1.11. HALKLA İLİŞKİLERDE BAZI SORUNLAR VE ÖNERİLER

1.11.1. Sorunlar

Kuruluşlarda halkla ilişkiler faaliyetleri sürdürülürken ortaya bazı sorunlar çıkmaktadır. Bu sorunların ana sebebi, halkla ilişkiler konusunda kuruluşun, halkın ve halkla ilişkiler görevlisinin içine düştüğü hatalardır. Bu hatalardan ilki; halkın çıkarı ve bununla ilgili olarak faaliyetin ya da örgütün çıkarları hakkında geniş, kapsamlı bir görüş yokluğudur. Bu kısmen halkla ilişkiler plânlayıcısının analiz yapmadan işleme koyulması yüzünden. hizmet ettiği kuruluşun faaliyetlerini bütünüyle anlayamamaktan, bütün olguları çözümüleme eksikliğinden, olayları oldukları gibi değil de, bir üst yöneticinin hoslanacağı gibi görmekten ileri gelir.

Nitekim, hem astlarına hem de üstlerine karşı çok fazla "evet" diyen bir kişi, etkili bir halkla ilişkiler faaliyeti gösteremez.

İkinci olarak; halkla ilişkilerde planlama yapılırken yapılan araştırmada kendi kendini eleştirme noksanlığı halkla ilişkilerde büyük sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu kendi kendini eleştiri noksanlığı, bir örgütün siyasetinde zayıf noktaları olduğu kadar kuvvetli noktaları da görememek demektir. Ticari alandaki halkla ilişkilerde iktisat, pazarlama ve piyasa araştırmaları yöntemleri konularında bilgi eksikliği de bu başarısızlığı doğurur.

Sorunları teşhis edip ortaya koymakta sezgiye, tahmine, rastgele izlenimlere ya da halkın ne düşünüp duyduğu hakkında geleneksel bilgilere dayanmak da bir hatadır. Yeterli ve nesnel araştırma yöntemleri kullanılmalıdır. Ayrıca araştırmaya öznel olarak belirlenmiş sorunlar listesiyle ya da sabit soru kâğıtlarıyla başlamak da bir hatadır; araştırmaya önce resmi olmayan konuşmalarla başlamalı, sonra da soru kâğıtlarını hazırlayıp meslekten olan mülakâtçılar ve bilimsel olarak düzenlenmiş bir denetim sistemi kullanılmalıdır. (169)

Bunlardan başka, kullanılacak yöntemleri ve araçları seçmek konusunun çok basit görülmesi de bir hatadır. Ayrıca halkla ilişkiler mesajını iletmek için tek bir araca güvenmek ve sık sık onu kullanmak da bir hatadır. Çok fazla uzmanlaşma da (yalnız basınla ilişkiler, yalnız radyoda duyurma, yalnız görüntüsel araçlar kullanmak, yalnız ücretli reklam veya yalnızca "açık ev", ya da bir konuşma üzerinde durmak) tek taraflı bir programla ve halkın tümüne ulaşmada ya da verilmesi gereken bütün bilgileri iletmede başarısızlıkla sonuçlanır.

Yukarıda sayılan zayıflıkların çoğu su etkenden ileri gelebilir: halkla ilişkiler görevlisi; çoğunlukla örgütündeki diğer görevlilere, özellikle de üst yöneticilere halkla ilişkiler zihniyetini ve halkla ilişkiler işlemini uygulayabilmek için gerekli olan programı kavratamaz. Böylece, halkla ilişkiler görevlisi, kendi alanına giren işlemlerde karar verirken yetkisiz olduğunu hissederek. Bununla birlikte, bütün halkla ilişkiler programı da 169) James B. ORRICK, a.g.e., s.67

bir bütün olarak kuruluşun faaliyetinde vazgeçilemez bir öge olarak değil de bir "extra" olarak görülür. (170)

Buraya kadar anlatılanlar yönetim ya da halkla ilişkiler görevlisinden kaynaklanan sorunlardır. Bunun yanı sıra, bu konuda yönetilenden yani halktan kaynaklanan sorunlar da mevcuttur. Bunları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

1. Halkın bir bölümü mevcut sorunu yönetimin anlayacağı biçimde formüle edememektedir. Bazı konularda yönetsel dilde yazışma bugün artık tamamen uzmanlık işi olmuştur. Örneğin; malî konularda, gümrük işlerinde, yargı konusunda vb.. konularda kullanılan dili anlamayı her kimseden halkın başarabileceğini söylemek çok güçtür.

2. Yönetilenin ilgili ya da yeterli mercii bulmakta büyük güçlükleri bulunmaktadır. Yeterince örgütlenmemiş bir karşılama servisinin bulunmaması hem yönetilene boşuna zaman kaybettirmekte hem de ilgili servis yerine yanlış servis ve kimselere başvurmak gibi yöneticiye zaman kaybettirici bir sonuç doğurmaktadır.

3. Yönetilenlerin bir bölümü yönetimin yalnız alt düzeyi ile bir bölümü de üst yöneticilerle ilişki kurabilmektedir. Eğer, bir sınıflama yapılacak olunursa görülmektedir ki; sorunları ne olursa olsun, alt gelir gruplarının yönetime başvurmaları işe düzeyi veya büro sefleri basamağından yukarı çıkmamaktadır. Yönetimsel sorunları üst düzeyleri ilgilendirse bile başvurma alt dü-

170) Metin KAZANCI. "Türkiye'de Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamasına Genel Bir Bakış". Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semp.....
a.g.e.. s.37

zeylerde kalmaktadır. Oysa, üst gelir düzeyinde bulunan ekonomik ve kültürel statüsü yüksek olan kimselerin, sorunları ne türlü olursa olsun ilk elde üst yöneticiye başvurmakta oldukları saptanmıştır. Dolayısıyla yönetimin alt basamakları, yöneticiden gelen emirle ve kuşkusuz daha özenle sorunu çözmeye çalışmaktadırlar. Böylece üst yönetici, emrinde çalışanlarla toplumun statüsü yüksek olan kesimi arasında aracılık etmektedir. Ancak ender olarak alt gelir grupları, mutlaka bir aracıyla, üst yöneticilerle görüşme ve onlara sorunlarını anlatabilme olanağı bulurlar. (171)

1.11.2. Öneriler

Bilindiği gibi, yönetimin çevreden etkilenmesi, yönetilenden gelen öneri ve yakınmaları değerlendirerek faaliyet ve işlemlerini gözden geçirmesi ve yönlendirmesi temel bir halkla ilişkiler ilkesidir. Yönetilenin en çok yakındığı uygulama ve noktalarda yapılacak iyileştirmeler, kuşkusuz olumlu bir adımdır. Yöneticinin gözünden kaçan, ancak yönetilenin büyük önem verdiği aksaklıklar olabilir. Bunları yönetilenin gözüyle görüp gerekli düzeltmeleri yapmak, başarılı bir halkla ilişkiler uygulamasının ilk şartlarından biridir.

Diğer yandan, yönetimin kararları halkın ihtiyaçları ile ters düşmeyecek ve onun gerçek ihtiyaçlarına cevap verecek biçimde planlanıp uygulanacağına göre, halkla yönetim arasında çift yönlü bir haberleşme ağı kurulması zorunlu olmaktadır. Böylece yönetimle ilgili faaliyetler-

den halkı haberdar etmek, halkın yönetim kararlarına gösterdiği olumlu veya olumsuz tepkileri araştırma yöntemleri ile tespit ederek, bu bilgilerin ışığında kararları yeniden gözden geçirmek mümkün olacaktır.

Olumlu tepki; halkın alınan kararları, uygulamaları desteklemesi, olumsuz tepki ise; halkın karar ve uygulamaları istememesi ve uyum sağlayamaması demektir. Bu tepkiyi alan yönetim, kararları gözden geçirmeli, elde edilen sonuçlara göre yeni düzenlemelere gitmelidir. Ancak, bu karar devletin kaçınılmaz politikası ise; uygulamanın ülke çıkarları ve gerekleri açık bir dille anlatılarak geniş çapta bir onay sağlanmaya çalışılmalıdır.(172)

172) Metin KAZANCI, a.g.m., s.39

İKİNCİ BÖLÜM

T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI'NDA HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASI

GİRİŞ:

Çalışmanın ilk bölümünde, halkla ilişkiler konusu kuramsal bir çerçeve içerisinde incelenmiştir. Bu bölümde ise, halkla ilişkilerin Sağlık Bakanlığı'ndaki anlayış ve uygulaması ortaya konulacaktır.

ARASTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLAMALARI

Araştırmanın amacı, T.C. Sağlık Bakanlığında çalışan kamu görevlilerinin gerek biribirleriyle gerekse vatandaşlarla olan ilişkilerinde nasıl bir tutum izlediklerini ortaya koymaktır.

Araştırma, T.C. Sağlık Bakanlığı'nın Merkez Teşkilatı'nda çalışan kamu görevlilerini kapsamaktadır.

Bakanlık Merkez Teşkilatının aynı zamanda Türk Sağlık Teşkilatı'nın da merkezini teşkil ettiği düşünülerek, buradaki halkla ilişkiler anlayış ve uygulamalarının belirgin özelliklerinin T.C. Sağlık Bakanlığı Tasra Teşkilatı'na da yansıtacağı kabul edilmiştir.

Ancak, yine de genellemenin doğuracağı sakıncalar gözönüne alınak Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı ile ilgili bulgu ve önerileri belirli bir sınır içinde tutmak gerekmiştir.

Bakanlığın araştırma evreni olarak seçilmesinde değişik etkenlerin payı vardır.

Bugün, ülkemizdeki kamu sağlık kuruluşlarındaki halkla ilişkiler uygulamaları, ne yazık ki, pek içacıcı değildir. Oysa, sağlık kuruluşları halkla ilişkilere en çok ihtiyaç duyulan ve halkla ilişkiler uygulamasının en güzel örneklerinin verilebileceği kuruluşlardan biridir.

Bilindiği gibi, özel kesimdeki sağlık kuruluşları bir yana bırakılacak olursa, ülkemizdeki sağlık hizmetlerinin temelinde Anayasa'daki düzenlemeler yatmaktadır.

Nitekim, Anayasamızın 56. maddesi şöyledir:

"Herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Devlet herkesin hayatını, beden ve ruh sağlığı içinde sürdürmesini sağlamak, insan ve madde gücünde tasarruf ve verimi artırarak işbirliğini gerçekleştirmek amacıyla, sağlık ve sosyal yardım kurumlarından yararlanarak, onları denetleyerek yerine getirir."

Görüldüğü gibi, halkın sağlığı ile ilgili tedbirler almak, Anayasamız tarafından, devletin görevleri arasında sayılmaktadır. Devlet bu görevini, Sağlık Bakanlığı eliyle yerine getirmektedir. Bakanlık, halka sağlık hizmeti sunmak, sağlıkla ilgili sorunlarında yardımcı olmak ve bu hizmetleri sunarken de tüm personeli ile birlikte halka yakın olmak, gerekli moral rahatlığı da sağlamakla görevlidir.

Nitekim, bu amaçla Sağlık Bakanlığı bünyesinde, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği kurulmuş ve görevleri de Teşkilat Yasası ile belirlenmiştir. Buna göre, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği genel anlamda . Bakanlık-

la ilgili bazı halkla ilişkiler çalışmaları yapmaktadır. Müsavirlik bu çalışmalarını Teşkilat Yasası esas olmak üzere Resmi Gazete'de 27.9.1984 tarihinde yayınlanan ve "Bakanlıklarda basın ve halkla ilişkiler ile ilgili faaliyetlerinin belirlenecek usul ve ilkelere göre yürütülmesini sağlamak üzere Basın ve Halkla İlişkiler Müsavirliği teşkil edilebilir" şeklinde düzenlenen 26.maddeye dayanarak yürütmektedir.(173)

Buna göre; Basın ve Halkla İlişkiler Müsavirliği 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu'nda öngörülen ödev ve sorumluluklarla kendisine verilen görevlerin gereği gibi ve zamanında yapılmasından Bakan'a ve Müsteşar'a karşı sorumludur. Ayrıca, iç ve dış politikada Bakanlık ile ilgili basını takip eder, muhalefet partileri ve diğer Bakanlık'ların, Bakanlığını ilgilendiren konulardaki çalışmaları hakkında bilgi toplar. Bakanlığı ile ilgili iç ve dış yayınları, haber ve yorumları takip eder. Bakanın ve Müsteşarın verdiği diğer görevleri yapar.

Yukarıda belirtilen bu görevler Basın ve Halkla İlişkiler Müsavirliğinin genel olarak yapması gereken görevlerdir. Ancak, Sağlık Bakanlığı'nın her biriminin ayrı ayrı konuları ve buna paralel olarak da her biriminin ayrı ayrı halkla ilişkiler uygulaması vardır. Oysa, bakanlığın birimlerinin tamamında, yalnızca ilgili birime hizmet etmekle yükümlü halkla ilişkiler birimleri bulunmamaktadır.

Araştırma, bu eksiklikten yola çıkarak, Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı'nda çalışan kamu görevlilerinin

173) Resmi Gazete, 9 Ekim 1984, Sayı:18540 . Kanun No: 3046, Kabul Tarihi: 27.9.1984

birbirleriyle ve vatandaşlarla olan ilişkilerinde, halkla ilişkilerin gerektirdiği tutum ve davranışları ne derecede gerçekleştirdiklerini ölçmeyi amaçlamıştır. Bunu yaparken kamu görevlileri buldukları düzeylere göre ele alınmış ve bu görevlilerin buldukları düzey ile gösterdikleri tutum ve davranışlar arasında ilişki aranmıştır.

Bilindiği gibi, Sağlık Bakanlığı çok değişik kümelerle ilişkidir. Sağlık sorunu bulunan veya Merkez veya Taşra Teşkilatı ile sorunu bulunan, her düzeydeki gelire sahip vatandaşlar, iş takibinde bulunan gerek sağlık gerekse diğer alanlardaki kamu görevlileri, iş adamları (özellikle ilaç firmaları) vd.. bakanlığın işlem çevresi içindedirler. Bu kümelerin Sağlık Bakanlığı ile değişik oranlarda ilişkileri bulunmaktadır.

Araştırma, yukarıda kısaca belirtilen bu kümelerle bakanlıktaki kamu görevlileri arasındaki ilişkileri kapsamaktadır.

Hemen belirtmek gerekir ki; halkla ilişkiler üzerinde yapılan çalışmalarda hem yönetici hem de yönetilenlerin araştırma kapsamına alınması gerekir. Ancak, araştırmanın yapıldığı tarihlerde bakanlıkla ilişkisi olanların böyle bir araştırmaya yer ve zaman olarak müsait olmaları ve bu konuda çekimser davranmaları bu girişimimizi engellemiştir.

ARASTIRMANIN YÖNTEMİ, SAYILTI LARI
VE HİPOTEZLERİ (DENENCELERİ)

Araştırmada iki ayrı yöntem kullanılmıştır.

Bunlardan birincisi, anket yoluyla bilgi edinme, ikincisi ise yöneticiler ile yapılan görüşmelerdir.

Ancak, araştırmanın bulguları daha ziyade anket yoluyla elde edilen bilgilere dayanmaktadır.

Araştırmanın sayıltıları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

1. Araştırmada veri toplamak için kullanılan anket ve görüşme yöntemlerinin bu araştırma için uygun birer araç oldukları kabul edilmiştir.

Çünkü, anket ile görüşme yönteminin birlikte uygulanarak veri toplanması sonucu, bu iki yöntem birbirlerinin eksikliklerini tamamlamışlardır. (174)

2. Verilerin test edilmesinde kullanılan "Normal ve Fisher Ki-Kare Test Yöntemi'nin en uygun test yöntemi olduğu kabul edilmiştir.

3. Araştırma için dağıtılan toplam 300 anket formundan 232'sine yanıt alınabilmiş olmasının yeterli olacağı kabul edilmiştir.

Araştırmada test edilmek amacıyla kurulan hipotezler (denenceler) ise aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

1. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları dü-

174) Muzaffer SENCER, Yakut SENCER, Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim, TODAİE Yay. No:172, Ank. 1978, s.181-184

zey ile vatandaşların kendileriyle görülebilmek kolaylığı arasında ilişki bulunmamaktadır.

2. Bakanlığa yapılan yanlış başvurular ile danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı arasında ilişki bulunmamaktadır.

3. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bakanlıkla ilgili sorunlarının çözümünde kendilerine danışması arasında ilişki bulunmamaktadır.

4. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın beklenen danışma yöntemi arasında ilişki bulunmamaktadır.

5. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşa danışma isteği arasında ilişki bulunmamaktadır.

6. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın isteğini öğrenmede tercih edilen yöntem arasında ilişki bulunmamaktadır.

7. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile kendilerine ön bilgi almak için başvuran vatandaşların kullandıkları başvuru yöntemi arasında ilişki bulunmamaktadır.

8. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin danışma servisleri ve karşılama birimlerinin yararlılığı konusundaki düşünceleri arasında ilişki bulunmamaktadır.

9. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve vatandaşla ilişkide ortaya çıkan sorun-

ları azaltacağı konusundaki düşünceleri arasında ilişki bulunmamaktadır.

10. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin bakanlığın halkla ilişkiler çalışmasının düzeyi ile ilgili görüşleri arasında ilişki bulunmamaktadır.

11. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile görevleri ile ilgili işleri en kısa sürede bitirmelerinin ödüllendirilmesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

12. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin yönetsel karar ve faaliyetlerin oluşturulmasında ağırlık verdikleri ögeler arasında ilişki bulunmamaktadır.

13. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere başvuran vatandaşların aracı kullanması durumu arasında ilişki bulunmamaktadır.

14. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevliler ve vatandaşlar arasında aracılık yapan kişilerin niteliği arasında ilişki bulunmamaktadır.

15. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere ulaşmak için aracı kullanan vatandaşların gelir düzeyi arasında ilişki bulunmamaktadır.

16. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere iş takibi için gelen vatandaş kümelerinin niteliği arasında ilişki bulunmamaktadır.

17. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşla tartışması arasında ilişki bulunmamaktadır.

18. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarına hedef olma durumu arasında ilişki bulunmamaktadır.

19. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarından yönetimi yeniden düzenleme çalışmalarında yararlanma düşüncesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

20. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzey ile vatandaşın bu görevlilerin astlarına yönelik yakınmaları arasında ilişki bulunmamaktadır.

21. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzey ile bu görevlilerin, vatandaşın yakındığı astlarına karşı takındıkları tutum arasında ilişki bulunmamaktadır.

22. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları vatandaşların önerilerini üstlerine ulaştırmaları arasında ilişki bulunmamaktadır.

23. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

24. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

25. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevleri gereği ilişkide oldukları siyasal nitelikli kişilerle olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

ARASTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evreni, daha önce de belirtildiği gibi; T.C. Sağlık Bakanlığı'dır.

Örneklem olarak; T.C. Sağlık Bakanlığı'nın Merkez Teşkilatı seçilmiştir. Bu teşkilatın ise, halkla yakından ilişkisi olan genel müdürlüklerinin yine halkla yüzyüze ilişkisi olduğu saptanan elemanlarına anket formu verilmiştir.

Buna göre, (alfabetik sırayla) anket uygulanan bakanlık birimleri şunlardır:

Ana ve Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü, Araştırma-Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, Danışma, İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü, Personel Genel Müdürlüğü, Savunma Sekreterliği, Sağlık Eğitimi Genel Müdürlüğü, Sıtma Savaş Daire Başkanlığı, Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Verem-Savaş Daire Başkanlığı.

Yukarıda belirtilen bu Genel Müdürlük ve Daire Başkanlığı'nda çalışan ve halkla yüz yüze ilişkisi olan üst ve orta düzey yöneticiler ve alt düzey görevliler araştırmanın örneklemini teşkil etmiştir.

Burada sözü edilen üst, orta ve alt düzey görevlisi ayırımı kamu görevlisinin gözetiminde çalışan asta sahip olma ölçütü ile belirlenmiştir. Buna göre;

Üst Düzey Yöneticileri: Müsteşar, müsteşar yardımcıları, genel müdür ve genel müdür yardımcılarını kapsamaktadır.

Orta Düzey Yöneticileri: Daire Başkanları, daire başkanı yardımcıları, şube müdürleri, şube müdürü yardımcıları ve büro müdürlerini kapsamaktadır.

Alt Düzey Görevlisi: Astı bulunmayan görevlilerden oluşmaktadır. (175)

ANKETİN UYGULANMASI

Anket 1992 yılı Ocak ayında uygulanmıştır. Dağıtım önceden hazırlanan listeye göre yapılmış daha sonra ilgili irim başkanlarının sorumluluğunda ve eksiklikler giderildikten sonra anket formları deneklerden toplanmıştır.

Toplam, 300 denekten 232'si soruları yanıtlamıştır. Bu % 77.3 'lük bir oran demektir.

Deneklerin seçiminde izlenen yol ise şöyledir: Üst orta ve alt düzey görevlilerden az ya da çok halkla yakından ilişkisi olduğu saptananlar araştırma kapsamına alınmıştır. Böylece, 14 üst düzey yöneticisi, 96 orta düzey yöneticisi ve 190 alt düzey yöneticisi olmak üzere toplam: 300 kişiye anket formu dağıtılmıştır. Dağıtılan

anket formlarınının 13'ü boş olarak geri verilmiş, 55 denekten ise anket kâğıdı geri alınamamıştır. Böylece, 232 denekten anket formları yanıtlanmış olarak geri alınabilmiştir.

Sonuçta anket uygulanan üst düzey yönetici sayısı; 6, orta düzey yönetici sayısı; 83 ve alt düzey görevlilerin sayısı ise; 143 olarak gerçekleşmiştir.

Anket uygulanırken anketör kullanılmamış ve gerektiğinde açıklayıcı bilgiler bizzat sunularak çıkabilecek yanlış anlamalar böylece önlenmiştir.

VERİLERİN ANALİZİ

Arastırmada elde edilen veriler işlenirken bilgisayar kullanılmış ve gözlem sayısınının yeterli olduğu durumlarda normal Ki-Kare Test Yöntemi, bunun dışındaki durumlarda ise Fisher Ki-Kare Test Yöntemi ile istatistiksel değerlendirmeye gidilmiştir.

Daha sonraki aşamada çizgeler hazırlanıp ikili değişkenler arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur.

Çizgeler hazırlanırken birbirine yakın düzey ve seçenekler birleştirilmiştir. Üst ve Orta Düzey Görevlileri tablolarda birlikte gösterilirken, her iki düzeyinde gözetiminde çalışan asta sahip olma ölçütü esas alınmıştır.

Çizelgeler sunulurken sadece çizelgedeki verilerle ilgili kısa açıklamalarda bulunulmuş, çizelgelerin yorumu ise "Sonuç ve Öneriler" bölümünde verilmiştir.



1. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşların kendileriyle görüşebilme kolaylığı arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-1

Kamu Görevlisine Engelleme Olmaksızın Başvurulup Vurulamayacağı

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Başvurulabilir	87	97.75	131	91.61	218	93.97
Başvurulamaz	2	2.25	12	8.39	14	6.03
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2 = 3.65$$

$$P > 0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşların kendileriyle görüşebilme kolaylığı arasında ilişki bulunmamaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey, vatandaşların bu görevliler ile kolayca görüşebilmelerinde önemli bir etken değildir.

Çizelge-1'den de görüldüğü gibi kamu görevlilerinin üst-orta ve alt düzey olması herhangi bir farklılık yaratmamakta ve bu görevlilerin büyük bir bölümü vatandaşların kendileriyle kolayca ve hiç bir engelleme olmaksızın görüşebileceklerini açıklamaktadırlar.

Nitekim, üst ve orta düzey yöneticilerin 87'si

(% 97.75) vatandaşın kendilerine kolayca başvurabileceğini belirtmektedir. Aynı şekilde alt düzey görevlilerin de 131'i (% 93.97) vatandaşın kendilerine kolayca başvurabileceğini açıklamaktadır.

2. Bakanlığa yapılan yanlış başvuru ile danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-2
Kendisine Yanlış Başvurular Yapılmakta Olan Kamu Görevlilerinin Danışma Ve Karşılama Birimleri Hakkındaki Düşünceleri

	Yanlış Başvuru Olanlar		Yanlış Başvuru Olmayanlar		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yararlıdır	91	64.54	69	75.82	160	68.97
Yararsızdır	50	35.46	22	24.18	72	31.03
T o p l a m	141	100.00	91	100.00	232	100.00

$$\chi^2 = 3.29 \quad P > 0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlığa yapılan yanlış başvuru ile danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı arasında ilişki bulunmamaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerden kendilerine yanlış başvurular olduğunu ve olmadığını belirten kamu görevlileri üzerinde danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı düşüncesi önemli bir etken değildir.

Çizelge-2'den de izlendiği gibi gerek kendisine yanlış başvuru olan gerekse yanlış başvuru olmayan kamu gö-

revlilerinin büyük bir bölümü danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığına inanmaktadır.

Nitekim, kendisine yanlış başvurular yapılmakta olduğunu belirten kamu görevlilerinin de 91'i (% 64.54) danışma ve karşılama birimlerinin yararlı olduğunu düşünmektedir. Diğer yandan, kendisine vatandaşlarca yanlış başvurular olmadığını belirten kamu görevlilerinin de 69'u (% 75.82) danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığına inandıklarını açıklamaktadır.

3. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bakanlıkla ilgili sorunlarının çözümünde kendilerine danışması arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-3
Vatandaşın Kamu Görevlisine Danışması

	Ust ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Danışır	45	50.56	52	36.36	97	41.81
Danışmaz	44	49.44	91	63.64	135	58.19
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=3.86 \quad P<0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bakanlıkla ilgili sorununun çözümünde kendilerine danışılması arasında ilişki bulunmaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin buldukları düzey, vatandaşın bakanlıkla ilgili sorunlarını kendilerine danışması üzerinde önemli bir etkindir.

Nitekim, Çizelge-3'den de izlendiği gibi üst ve orta düzey görevlisinin 45'i (% 50.56) vatandaşın bakanlıkla ilgili sorunlarında kendilerine danıştığını belirtmektedir. Oysa, alt düzey görevlilerin büyük bölümü tam tersine vatandaşların kendilerine danışmadıklarını açıklamaktadır. Çizelge-3'den de izlendiği gibi alt düzey görevlilerin 91'i (% 63.64) vatandaşın kendisine sorunlarıyla ilgili olarak danışmadığını açıklamaktadır.

4. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bekledikleri danışma yöntemi arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-4
Kamu Görevlisi Kendisine Hangi Yolla Danışılmasını İstemektedir?

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bizzat	88	98.87	143	100.00	231	99.56
Aracıyla	1	1.13	-	-	1	0.44
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.02

P<0.05

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın beklenen danışma yöntemi arasında ilişki bulunmaktadır.

Başka bir deyimle, kamu görevlilerinin buldukları düzey vatandaşın beklenen danışma yöntemi üzerinde önemli bir etkidir.

Nitekim, Çizelge-4'den de izlendiği gibi üst ve orta düzey görevlilerinin 88'i (% 98.87) vatandaşın kendilerine bizzat başvurmalarını istemektedir.

Oysa, alt düzey görevlilerin ise tamamı (% 100) bu şekilde düşünmektedir.

5. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın danışma isteği arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-5
Halka Danışmanın Yararı

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yararlı	87	97.75	138	96.50	225	96.98
Yararlı değil	2	2.25	5	3.50	7	3.02
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.18 P>0.05

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın danışma isteği arasında ilişki bulunmamaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey, bu görevlilerin halka danışma isteği üzerinde önemli bir etken değildir.

Çizelge-5'den de izlendiği gibi kamu görevlilerinin çok büyük bir bölümü halka danışmanın yararlılığına inanmaktadır.

Nitekim, üst ve orta düzey yöneticilerin 87'si (% 97.75) halka danışmanın yararlı olduğuna inandığını belirtmektedir. Aynı şekilde, alt düzey görevlilerin de 138'i (% 96.50) bu görüşü paylaşmaktadır.

6.Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın isteğini öğrenmede tercih edilen yöntem arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-6
Vatandaşın Düşünce Ve İsteklerini Öğrenmede Tercih Edilen Yöntemler

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Danışma	64	71.91	106	74.13	170	73.28
Katılma	25	28.09	37	25.87	62	26.72
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=0.138$$

$$P>0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın isteğini öğrenmede tercih edilen yöntem arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey, onların vatandaşların isteklerini öğrenmek için tercih ettikleri yöntem üzerinde önemli bir etken değildir.

Çizelge-6'dan da izlendiği gibi kamu görevlilerinin büyük bir bölümü vatandaşın düşünce ve isteklerini öğrenmede "danışma" yöntemini tercih ettiğini açıklamaktadır.

Nitekim, üst ve orta düzey yöneticilerin 64'ü (% 71.91) halkın isteğini öğrenmede "danışma" yöntemini tercih ettiğini açıklamaktadır. Aynı şekilde, alt düzey görevlilerin de 106'sı (% 74.13) bu görüşü paylaştığını açıklamaktadır.

Çizelgede "danışma" yöntemi ile kastedilen gruba: yöneticilerin karar alırken halk temsilcilerine danışması, kamusal anketler düzenlemesi ve basın yolu ile halkın düşüncelerini öğrenerek bunları gerçekleştirmeye çalışması gibi faaliyetler girmektedir.

Aynı şekilde, "katılma" yöntemi ile belirtilen grup ise; halka yönetsel faaliyetlerde, kararlarda bizzat sorumluluk vererek onların düşündüklerini açıklama ve gerçekleştirme gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Sonuçta çok az bakanlık görevlisi böyle bir yöntemi benimsediğini açıklamaktadır.

7. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile kendilerine ön bilgi almak için başvuran vatandaşların kullandıkları başvuru yöntemi arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-7

Vatandaşın Ön Bilgi Almak İçin Başvurduğu Yollar

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bizzat	71	79.77	122	85.31	193	83.19
Aracıyla	18	20.23	21	14.69	39	16.81
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=1.204$$

$$P>0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile kendilerine ön bilgi almak için başvuran vatandaşların kullandıkları başvuru yöntemi arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey, bu görevlilere ön bilgi almak için başvuran vatandaşların kullandıkları başvuru yöntemi üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, kamu görevlilerinin çok büyük bir bölümü vatandaşların kendilerine bizzat başvurarak ön bilgi almak istediklerini açıklamaktadırlar.

Çizelge-7'den de izlendiği gibi üst ve orta düzey görevlilerin 71'i (% 79.77) vatandaşların kendilerine

"bizzat" başvurduğunu açıklamaktadır. Aynı şekilde alt düzey görevlilerin de 122'si (% 85.31) vatandaşın ön bilgi almak için kendilerine "bizzat" başvurduğunu açıklamaktadır.

Çizelgede "bizzat" terimi ile ifade edilen grup; yüzyüze olduğu kadar, telefonla ,dilekçeyle ve mektup vs.. gibi vasıtalarla vatandaşların kendi adına kamu görevlisi ile görüşmesi faaliyetlerini kapsamaktadır.

"Aracı kullanmak" terimi ile ifade edilen grup ise siyasal nitelikli kişilerin, kamu görevlilerinin, yüksek gelirli vatandaşların, düşük gelirli vatandaşların vb. kişilerin bir başkası adına bakanlıktan ön bilgi istemesi faaliyetlerini kapsamaktadır.

8. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin danışma servisleri ve karşılama birimlerinin yararlılığı konusundaki düşünceleri arasındaki ilişki:

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre: bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı konusundaki düşünceleri arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey, onların danışma ve karşılama birimlerinin yararlı olduğu düşüncesi üzerinde önemli bir etken değildir.

ÇİZELGE-8

Danışma Ve Karşılama Birimlerinin Yararlılığı

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yararlı	87	97.75	139	97.20	226	97.41
Yararlı değil	2	2.25	4	2.80	6	2.59
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.24 P>0.05

Nitekim, üst ve orta düzey görevlileri ile alt düzey görevlilerin çok büyük bir bölümü danışma ve karşılama birimlerinin yararlı olduğuna inanmaktadır.

Çizelge-8'den de izlendiği gibi, üst ve orta düzey yöneticilerin 87'si (% 97.75) danışma ve karşılama birimlerinin yararlı olduğu inancındadır. Aynı şekilde, alt düzey görevlilerin de 139'u (% 97.20) gibi çok büyük bir bölümü bu inancı paylaşmaktadır.

9. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve vatandaşla ilişkide ortaya çıkan sorunları azaltıp azaltmayacağı konusundaki düşünceleri arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-9

Danışma Karşılama Birimlerinin Yöneticilerin İş Ve İlişki Yükünü Azaltması

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Azaltır	89	100.00	137	95.80	226	97.41
Azaltmaz	-	-	6	4.20	6	2.59
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.049 P<0.05

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve vatandaşla ilişkide ortaya çıkacak sorunları azaltacağı konusundaki düşünceleri arasında ilişki bulunmaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzey onların danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve vatandaşla olan sorunları azaltacağı hakkındaki düşünceleri üzerinde önemli bir etkidir.

Çizelge-9'dan da izlendiği gibi üst ve orta düzey görevlilerinin tamamı bu konuda olumlu düşünürken alt düzey görevlilerin çok küçük de olsa bir bölümü bunun tersini savunmaktadır.

Nitekim, üst ve orta düzey görevlilerinin 89'u (% 100) danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve sorunları azaltacağını düşündüğünü açıklamaktadır. Bu şekilde düşünen alt düzey görevli sayısı ise: 137 (% 95.80)'dir.

10. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin bakanlığın halkla ilişkiler çalışmasının düzeyi ile ilgili görüşleri arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-10

Bakanlığın Halkla İlişkiler Konusundaki Çalışmaları

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yeterli	27	30.34	35	24.48	62	26.72
Yeterli değil	62	69.66	108	75.52	170	73.28
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=0.96$$

$$P>0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin bakanlığın halkla ilişkiler çalışmaları ile ilgili görüşleri arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin buldukları düzey, bu görevlilerin bakanlığın halkla ilişkiler çalışmalarının düzeyi ile ilgili görüşleri üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, bakanlık görevlisinin büyük bir bölümü bakanlıktaki halkla ilişkiler çalışmalarının yeterli olmadığı görüşündedir.

Çizelge-10'dan da izlendiği gibi, üst ve orta düzey yöneticilerin 62'si (% 69.66) bakanlığın halkla ilişkiler

çalışmasını yetersiz bulmaktadır. Diğer yandan, alt düzey görevlilerin de 108'i (% 75.52) aynı görüşü paylaşmaktadır.

11. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin görevleriyle ilgili işleri en kısa sürede bitirmelerinin ödüllendirilmesi arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-11

Örgütsel İşlerin Çok Kısa Sürede Bitirilmesinin Kamu Görevlisinin Örgütten Beklentilerinin Gerçekleşmesine Katkısı

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Katkısı olur	19	21.35	25	17.48	44	18.19
Katkısı olmaz	70	78.65	118	82.52	188	81.03
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=0.53 \quad P>0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin görevleriyle ilgili işleri en kısa sürede bitirmelerinin ödüllendirilmesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlık görevlilerinin buldukları düzey, onların görevleri ile ilgili işleri en kısa

sürede bitirmelerinin ödüllendirilmesi üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, gerek üst ve orta düzey gerekse alt düzey görevlilerin büyük bir bölümü, görevleriyle ilgili işleri en kısa sürede bitirmelerinin bakanlıktan olan beklentilerine herhangi bir katkısının olmadığını belirtmektedir.

Çizelge-11'den de izlendiği gibi bu şekilde düşünüen üst ve orta düzey görevli sayısı 70 (% 78.65), alt düzey görevli sayısı ise, 118 (% 82.52)'dir.

12. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin yönetsel karar ve faaliyetlerin oluşturulmasında ağırlık verdikleri ögeler arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-12

Kamu Görevlisinin Yönetsel Davranış Ve Kararlarında Ağırlık Verdikleri Ögeler

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Teknik gerek.	86	96.63	135	94.41	221	95.26
Baskı küm.ist.	3	3.37	8	5.59	11	4.74
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.33

P>0.05

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin yönetsel karar ve

faaliyetlerin olusturulmasında ağırlık verdikleri ögeler arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin bulunduğu düzey, bu görevlilerin yönetimle ilgili kararlarında önem verdikleri ögeler üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, kamu görevlisinin çok büyük bir çoğunluğu yönetsel kararlarında teknik gerekler ve üstlerinin isteğine göre hareket ettiklerini açıklamaktadır.

Çizelge-12'den de izlendiği gibi üst ve orta düzey yöneticilerin 86'sı (% 96.63) ve alt düzey görevlilerin de 135'i (% 94.41) gibi büyük bir bölümü teknik gereklere göre yönetsel kararlar aldıklarını açıklamaktadırlar.

13. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere başvuran vatandaşların aracı kullanma durumu arasındaki ilişki:

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre, bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere başvuran vatandaşların aracı kullanması durumu arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlinin bulunduğu düzey, vatandaşın bu görevlilere karşı aracı kullanması durumu üzerinde önemli bir etken değildir.

ÇİZELGE-13

Vatandaşın Aracı Kullanması

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kullanır	87	97.75	140	97.90	227	97.84
Kullanmaz	2	2.25	3	2.10	5	2.16
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.63

P>0.05

Nitekim, gerek üst ve orta düzey gerekse alt düzey görevlilerin büyük bölümü vatandaşın aracı kullandığını belirtmektedir.

Çizelge-13'den de izlendiği gibi üst ve orta düzey görevlisinin 87'si (% 97.75), alt düzey görevlilerin ise 140'ı (% 97.90) vatandaşın kendilerine karşı aracı kullandığını açıklamaktadır.

14. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevliler ve vatandaşlar arasında aracılık yapan kişilerin niteliği arasındaki ilişki:

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevliler ve vatandaşlar arasında aracılık yapan kişilerin niteliği arasında ilişki bulunmamaktadır.

ÇİZELGE-14
Aracılık Yapan Kişiler

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Siy.nit.kişil.	63	70.79	106	74.13	169	72.84
Diğerleri	26	29.21	37	25.87	63	27.16
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=0.309$$

$$P>0.05$$

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlinin bulunduğu düzey, vatandaşların bu görevlilere karşı kullandığı aracılıkların niteliği üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, gerek üst ve orta gerekse alt düzey görevlilerin büyük bir bölümü vatandaşla kendi aralarında aracılık yapan kişilerin siyasal nitelikli kişiler olduğunu açıklamaktadır.

Çizelge-14'den de izlendiği gibi üst ve orta düzey görevlilerin 63'ü (% 70.79), alt düzey görevlilerin ise 106'sı (% 74.13) aracılık yapan kişilerin siyasal nitelikli kişiler olduğunu açıklamaktadırlar.

Çizelgede "siyasal nitelikli kişiler" grubu ile ifade edilmek istenen kişiler; milletvekilleri, belediye başkanları, belediye meclis üyeleri ve yerel siyasal önderler gibi kişilerdir.

Aynı şekilde, "diğerleri" grubu ile ifade edilmek istenen kişiler ise; vatandaşla bakanlık arasında aracılık yapan, devlet memurları, iş adamları, danışmanlar ve avukatlar gibi kişilerdir.

15. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere ulaşmak için aracı kullanan vatandaşların gelir düzeyi arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-15

Aracı Kullanan Vatandaşlar

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Düşük gel.vat.	50	56.18	58	40.56	108	46.55
Yüksek gel.va.	39	43.82	85	59.44	124	53.45
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=5.38$$

$$P<0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre: bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere ulaşmak için aracı kullanan vatandaşların gelir düzeyi arasında ilişki bulunmaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlisinin bulunduğu düzey bu görevlilere ulaşmak için aracı kullanan vatandaşların gelir düzeyi üzerinde önemli bir etken-dir.

Nitekim, beklenenin tersine bir ilişki gerçekleşmiş ve üst ve orta düzey yöneticilerinin çoğunluğu kendilerine karşı düşük gelirli vatandaşların aracı kullandığını belirtirken alt düzey görevlilerin çoğunluğu ise: kendilerine karşı yüksek gelirli vatandaşların aracı kullandığını belirtmektedir.

Cizelge-15'den de izlendiği gibi, üst ve orta düzey yöneticilerin 50'si (% 56.18) düşük gelirli vatandaşların aracı kullandığını açıklarken, alt düzey görevlilerin ise 85'i (% 59.44) yüksek gelirli vatandaşların aracı kullandığını açıklamaktadır.

Cizelgede düşük gelirli vatandaşlar grubu daha ziyade sabit gelirli vatandaşlar ve kamu görevlilerini ifade ederken, yüksek gelirli vatandaşlar grubu ise, daha ziyade iş adamı vb. kişileri ifade etmektedir.

16. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere iş takibi için gelen vatandaş kümelerinin niteliği arasındaki ilişki:

Cizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilere iş takibi için vatandaş kümelerinin niteliği arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle bakanlıktaki kamu görevlisinin bulunduğu düzey, iş takibinde bulunan vatandaşın niteliği üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, gerek üst ve orta gerekse alt düzey görevliler en çok iş izleyen küme olarak; cizelgedeki siyasal nitelikli kişiler dışında kalan "diğerleri" seçegini göstermektedir.

Cizelge-16'dan da izlendiği gibi, üst ve orta düzey görevlilerin 60'ı (% 67.42), alt düzey görevlilerin ise, 108'i (% 75.52) iş izleyen kümelerin, cizelgede "diğerleri" şeklinde ifade edilen grup olduğunu açıklamaktadır.

ÇİZELGE-16

Kamu Görevlilerine Göre, İş İzleyen Kümeler

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Siy.nit.kişil.	29	32.58	35	24.48	64	27.59
Diğerleri	60	67.42	108	75.52	168	72.41
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=1.806 \quad P>0.05$$

Çizelgede "diğerleri" şeklinde ifade edilen gruba; düşük gelirli vatandaşlar, yüksek gelirli vatandaşlar, iş adamları (genellikle ilaç firmaları) ve kamu görevlileri girmektedir.

Bakanlık görevlilerine göre bu gruptakilerin iş izleme dağılımı ise aşağıdaki gibidir:

İş izleyenler:	Sayı:	%
Düşük gelirli vatandaşlar	39	23.21
Yüksek gelirli vatandaşlar	30	17.86
İş adamları	28	16.67
Kamu görevlileri	71	42.26
T o p l a m	168	100.00

Görüldüğü gibi, bu grubun içinde en fazla iş takibinde bulunan kişiler ise; % 42.26'lık bir oran ile kamu görevlileridir.

17. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşla tartışması arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-17

Vatandaşla Kamu Görevlisinin Tartışması

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Tartışır	59	66.30	96	67.13	155	66.81
Tartışmaz	30	33.70	47	32.87	77	33.19
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=0.017 \quad P>0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin bulunduğu düzey ile bu görevlilerin vatandaşla tartışması arasında ilişki bulunmamaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzey, vatandaşın bu görevlilerle tartışması durumu üzerinde önemli bir etken değildir.

Çizelge-17'den de izlendiği gibi, gerek üst ve orta gerekse alt düzeydekilerin büyük bir bölümü aynı açıklamayı yapmaktadır.

Nitekim, üst ve orta düzey yöneticilerin 59'u (% 66.30), alt düzey görevlilerin de 96'sı (% 67.13) görevleriyle ilgili olarak vatandaşlarla tartıştıklarını itiraf etmektedirler.

18. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyi ile bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarına hedef olması arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-18

Vatandaşın Kamu Görevlisinin Tutumundan Yakınması

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yakınır	88	98.89	135	94.40	223	96.12
Yakınmaz	1	1.11	8	5.60	9	3.88
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

P=0.08

P>0.05

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre: bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşların yakınmalarına hedef olması durumu arasında ilişki bulunmamaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin düzeyi, vatandaşın kendilerinden yakınması durumu üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim gerek üst ve orta gerekse alt düzey görevlilerin çok büyük bir bölümü vatandaşın yönetimden ve kendisinden yakındığını açıklamaktadır.

Çizelge-18'den de bu durum açıkça görülmektedir. Çizelgeden de izlendiği gibi, üst ve orta düzey görevlisinin 88'i (% 98.89), alt görevlilerin ise, 135'i (% 94.40) gibi büyük bir bölümü vatandaşın kendilerinden şikayetçi olduğunu açıklıkla belirtmektedir.

19. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin. vatandaşın yakınmalarından yönetimi yeniden düzenleme çalışmalarında yararlanma düşüncesi arasındaki ilişki:

Cizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarından yönetimi yeniden düzenleme çalışmalarında yararlanma düşüncesi arasında ilişki bulunmaktadır.

Başka bir deyimle. bakanlık görevlilerinin bulunduğu düzey, bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarından yararlanma isteği üzerinde önemli bir etkidir.

Nitekim vatandaşın yakınmalarından yararlanılabilir olduğunu düşünen üst ve orta düzey görevlisinin oranı alt düzey görevlilerin oranından nisbi olarak daha büyüktür.

CİZELGE-19

Vatandaş Yakınmalarının Yönetimi Yeniden
Düzenleme Çalışmalarında Yararlanılabilir Olup
Olmadığı

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yararlanılabil.	74	83.15	101	70.63	175	75.43
Yararlanılamaz	15.	16.85	42	29.37	57	24.57
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=4.63$$

$$P<0.05$$

Çizelge-19'dan da izlendiği gibi, bu şekilde düşünen üst ve orta düzey görevlilerin sayısı 74 (% 83.15), alt düzey görevlilerin sayısı ise,101 (% 70.63)'dir.

20. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzey ile vatandaşın bu görevlilerin astlarına yönelik yakınmaları arasındaki ilişki:

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre:bakanlıktaki üst ve orta düzey kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşın bu görevlilerin astlarına yönelik yakınmaları arasında ilişki bulunmaktadır.

ÇİZELGE-20

Vatandaşın Astlardan Yakınması

	Üst Düzey		Orta Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yakınırırlar	6	100.00	64	77.11	70	78.65
Yakınmazlar	-	-	19	22.89	19	21.35
T o p l a m	6	100.00	83	100.00	89	100.00

P=0.02

P<0.05

Nitekim, üst düzey yöneticilerin tamamı vatandaşın tamamı vatandaşın kendi astlarından yakındığını belir- tirken orta düzey görevlilerin bir bölümü bu durumun tersini açıklamaktadır.

Çizelge-20'den de izlendiği gibi, üst düzey yöneticilerin 6'sı da (% 100) vatandaşın astlarından yakınlığını açıklarken, orta düzey görevlilerin ise, 64'ü (% 77.11) aynı açıklamayı yapmaktadır.

21. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınlığı astlarına karşı takındıkları tutum arasındaki ilişki:

Çizelgeye uygulanan fisher ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki üst ve orta düzey kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin vatandaşın yakınlığı astlarına karşı gösterdikleri tutum arasında ilişki bulunmamaktadır.

ÇİZELGE-21

Kendisinden Yakınılan Asta Karşı Üst'ün Tutumu

	Üst Düzey		Orta Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Söz.-yaz.uyar.	5	83.33	79	95.18	84	94.39
Scruşturm.açma	1	16.67	4	4.82	5	5.61
T o p l a m	6	100.00	83	100.00	89	100.00

P=0.30

P>0.05

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzey, vatandaşın yakınlığı astına karşı gösterdiği tutum üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim, gerek üst gerekse orta düzey görevlilerin her ikisinde de vatandaşın yakındığı asta karşı sözlü veya yazılı uyarıda bulunmak gibi bir tutum görülmektedir.

Çizelge-21'den de izlendiği gibi, bu şekilde düşünen üst düzey yöneticilerin sayısı 5 (% 83.33) ve orta düzey yöneticilerin sayısı ise, 79 (% 95.18)'dur.

22. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin, görevi gereği ilişkide oldukları vatandaşların önerilerini üstlerine ulaştırmaları arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-22

Vatandaş Önerilerinin Yeni Önlemler Alınması Amacıyla Üstlere Ulaştırılıp Ulaştırılmadığı

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ulaştırılır	80	89.89	118	82.51	198	85.34
Ulaştırılmaz	9	10.11	25	17.49	34	14.66
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=2.38$$

$$P>0.05$$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre: bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin görevi gereği ilişkide buldukları vatandaşların önerilerini üstlerine ulaştırma- ları arasında ilişki bulunmamaktadır.

Baska bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzey, bu görevlilerin ilişkide oldukları vatandaşların önerilerini üstlerine ulaştırmaları için önemli bir etken değildir.

Çizelge-22'den de izlendiği gibi, bakanlık görevlilerinin gerek üst ve orta düzey, gerekse alt düzey olsun büyük bölümü vatandaş önerilerini yeni önlemler alınması amacıyla üstlerine ulaştırdıklarını açıklamaktadırlar.

Çizelgeden de görüldüğü gibi üst ve orta düzey görevlilerin 80'i (% 89.89), alt düzey görevlilerin ise 118'i (% 82.51) vatandaşlardan gelen istek ve önerileri gerçekleştirmeleri için üstlerine bildirdiklerini açıklamaktadırlar.

23. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasındaki ilişki:

ÇİZELGE-23

Düşük Gelir Düzeyine Sahip Vatandaşlara Karşı Davranışın Üst'lerle İlişkiye Etkisi

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Etkisi olur	20	22.47	36	25.17	56	24.14
Etkisi olmaz	69	77.53	107	74.83	176	75.86
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$\chi^2=0.219$ $P>0.05$

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlinin bulunduğu düzey, bu görevlilerin düşük gelirli vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi için önemli bir etken değildir.

Nitekim, gerek üst ve orta düzey , gerekse alt düzeydeki görevliler olsun, düşük gelirli vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstleriyle ilişkilerini etkilemeyeceği düşüncesini paylaşmaktadırlar.

Çizelge-23'den de izlendiği gibi, üst ve orta düzey görevlilerin 69'u (% 77.53), alt düzey görevlilerin ise, 107'si (% 74.83) düşük gelirli vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstleriyle ilişkilerini etkilemediğini açıklamaktadır.

24. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasındaki ilişki:

Çizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre; bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin yüksek gelir

düzeyine sahip vatandaşlarla ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

ÇİZELGE-24

Yüksek Gelir Düzeyine Sahip Vatandaşlara Karşı Davranışın Üst'lerle İlişkiye Etkisi

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Etkisi olur	23	25.84	36	25.17	59	25.43
Etkisi olmaz	66	74.16	107	74.83	173	74.57
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$\chi^2=0.013$

$P>0.05$

Başka bir deyimle, bakanlıktaki kamu görevlilerinin bulunduğu düzey, bu görevlilerin yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi üzerinde önemli bir etken değildir.

Çizelge-24'den de izlendiği gibi, gerek üst ve orta düzey, gerekse alt düzey görevlilerin büyük bölümü yüksek gelirli vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstleriyle ilişkilerini etkilemediğini açıklamaktadır.

Nitekim, çizelgede de görüldüğü gibi, bu şekilde düşünüen üst ve orta düzey görevli sayısı 66 (% 74.16), alt düzey görevli sayısı ise, 107 (% 74.83)'dir.

25. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu kişilerin siyasal nitelikli kişilerle olan

ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasındaki ilişki:

Cizelgeye uygulanan ki-kare test yöntemiyle bulunan sonuca göre: bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile bu görevlilerin siyasal nitelikli kişilerle olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamaktadır.

Başka bir deyimle, bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzey, onların siyasal nitelikli kişilerle olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi üzerinde önemli bir etken değildir.

Nitekim üst-orta ve alt düzeyler arasında bu konuda bir farklılık görülmemekte, bakanlık görevlilerinin çok büyük bir bölümü aynı görüşü paylaşmaktadır.

Cizelge-25'den de izlendiği gibi, üst ve orta düzey görevlilerin 80'i (%89.89), alt düzey görevlilerin ise, 118'i (% 82.52) siyasal nitelikli kişilerle ilişkilerinin üstleriyle ilişkilerini etkilediğini açıklamaktadır.

CİZELGE-25

Siyasal Niteliği Olan Kişilere Karşı Davranışın Üst'lerle İlişkiye Etkisi

	Üst ve Orta Düzeyler		Alt Düzey		T o p l a m	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Etkisi olur	80	89.89	118	82.52	198	85.34
Etkisi olmaz	9	10.11	25	17.48	34	14.66
T o p l a m	89	100.00	143	100.00	232	100.00

$$\chi^2=2.38$$

$$P>0.05$$

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık Bakanlığı'ndaki halkla ilişkiler uygulamasının düzeyini ölçmeyi amaçlayan araştırmada elde edilen verilerle, konu ile ilgili olarak kurulan 25 hipotez (denence) test edilmiştir.

Bu çalışma sonucunda; araştırmaya örneklem teşkil eden Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı'nda bu konuda statik bir yapının mevcut olduğu görülmüştür.

Başka bir deyimle, bakanlık görevlilerinin üst, orta veya alt düzey olması onun bakanlıktaki halkla ilişkilerle ilgili davranış ve düşüncelerini değiştirmemiştir. Bundan dolayı, elde edilen verilerle oluşturulan çizelgelerin test edilmesi sonucunda değişkenler arasında çoğunlukla ilişki bulunamamıştır.

Araştırmada alt düzeyden üst düzeylere doğru gidildikçe görevlilerin daha farklı düşünceleri, geçirmiş oldukları tecrübelerle alt düzeydeki görevlilerden daha farklı yanıtlar vermeleri beklenmiştir. Ancak, bakanlıkta üst, orta ve alt düzey görevlilerin hemen hemen aynı yanıtları vermeleri, bizi; burada dinamik bir yapının olmadığı sonucuna götürmüştür.

Bakanlıktaki bu genel görüntünün yanısıra, araştırmanın başında iken saptanan ve bakanlıktaki kamu görevlisinin bulunduğu düzeyle, bakanlıktaki halkla ilişkiler uygulamasının ilişkili olup olmadığını ölçmeyi amaçlayan, toplam 25 hipotez (denence) ile ilgili olarak elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlara ilişkin öneriler ise aşağıdaki gibi maddeler halinde açıklanmıştır.

1. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin bulunduğu düzeyle vatandaşların bu görevlilerle görüşebilme kolaylığı arasında ilişki bulunamamıştır. Yani, bu konuda düzeyler arasında herhangi bir farklılık gözlenmemiş ve bakanlık görevlilerinin % 93.97 gibi büyük bir oranı vatandaşların kendileriyle kolayca görüşebildiklerini açıklamışlardır. Bu durum, bakanlığın halkla yüzyüze ilişkileri açısından olumlu bir uygulama olmakla birlikte bakanlıkta etkili bir halkla ilişkiler biriminin eksikliğini ortaya çıkarmak açısından da önemlidir. Nitekim, vatandaşın hiç bir engelleme olmaksızın görevlilerle görüşebilmesi, halkla ilişkiler biriminin gerekli yönlendirme işlevini yerine getirmemesi demektir.

Bu konuda önerilecek çözüm, halkla ilişkiler biriminin etkinliğinin sağlanması yönündedir. Böylece vatandaşın görüşeceği görevlilere halkla ilişkiler birimi tarafından gerekli yardım yapılarak görüşme gerçekleştirildiğinde, bakanlıktaki kamu görevlisinin sadece kendi yetkisi ile ilgili konularda vatandaşlarla görüşmesi sağlanarak bakanlıktaki iş saatlerinin kaybı önlenmiş olacaktır.

2. Bakanlığa yapılan yanlış başvurular ile danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 68.97 gibi bir oranı bu birimlerin yararlı olduğunu açıklamıştır. Bu arada, kendisine yanlış başvuruların yapılmasından şikayetçi olan kamu görevlilerinin de aynı şekilde % 64.54 gibi bir oranı bu tür birimlerin yararını savunmuşlardır.

Bu demektir ki; bu görevliler bakanlıkta böyle bir mekanizmanın eksikliğinden dolayı yanlış başvurulara maruz kaldıklarına inanmaktadırlar. Bu konuda önerilebilecek çözüm, bu birimlerin bakanlıktaki etkinliğinin artırılmasıyla beraber her bölümüm halkla ilişkilerini düzenleyecek yeni danışma ve karşılama birimlerinin kurulmasıdır.

3. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzey ile vatandaşların kendilerine danışması durumu arasında ters yönde bir ilişki bulunmuştur.

Araştırmada, bakanlıkla ilgili işleri olan düşük gelir düzeyine sahip vatandaşların alt düzey görevlilere, yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşların da üst ve orta düzey yöneticilere danışması beklenmiştir. Oysa, vatandaşların alt düzey görevlilerden ziyade doğrudan üst ve orta düzey yöneticilere danışmayı tercih ettikleri görülmüştür. Vatandaşa göre, alt düzey görevlisi işlem yapma yetkisinden yoksundur. Bu yüzden alt düzey görevlilerin sorunlarını çözemeyeceğine inanmaktadırlar. Böylece, üst ve orta düzey yöneticilerin bürosunda görüşmek isteyen vatandaş sayısı çoğalmakta ve bu yetkililer misafir ağırlamaktan dolayı belki çalışmaya bile vakit bulamamaktadırlar. Bu konuda önerilebilecek çözüm, bakanlığa gelen vatandaşların görüşmek istedikleri konulara göre belirlenip gerekli birimlere bu şekilde gönderilmeleridir. Böyle bir organizasyon ise, etkili bir halkla ilişkiler ve danışma ve karşılama birimleriyle mümkün olacaktır. Sonuç olarak, vatandaş gerektiğinde alt düzey görevlisinin yar-

dımcı olabileceği konularda onlara da gönderilecek ve üst ve orta düzeylerde birikmeler olmayacaktır.

4. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyle vatandaşın beklenen danışma yöntemi arasında aynı yönde bir ilişki bulunmuştur.

Bakanlık görevlilerinin % 99.56 gibi çok büyük bir oranı vatandaşın kendilerine yüzyüze, telefonla veya dilekçe vermek gibi yöntemlerle bizzat başvurmasını tercih ettiklerini açıklamışlardır. Kanımızca, kamu görevlilerinin bu şekilde düşünmeleri aynı zamanda kendilerine karşı vatandaşın aracı kullanmasından yakınmakta olduklarının da bir göstergesidir. Bu demektir ki, kamu görevlisi vatandaşın araya koyduğu aracılardan dolayı etki altında bırakılmakta ve belki de bu yüzden zor duruma bile düşmektedir. Bu durum, gerek bakanlığın aracıya gerek bırakmayacak şekilde herkese eşit davranarak işlemleri zamanında gerçekleştirmesi ile gerekse vatandaşa kendi sorununu kendisinin dile getirmesi alışkanlığının kazandırılması ile son bulacaktır. Ancak, belirtmek gerekir ki, ikinci çözüm yolunun belirli bir süreçle ilgili olduğu da bir gerçektir.

5. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilerin vatandaşın danışma isteği arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 96.98 gibi çok büyük bir oranı vatandaşın danışmanın yararlı olacağına inanmaktadır. Bu durum, bakanlıktaki görevlilerin kendi eylem ve işlemlerine ilişkin olarak halkın neler düşündüğünü, eğilimlerinin ne yönde olduğunu önceden öğrenmekten yana ol-

duğunu göstermekle birlikte, bakanlıkta bu yönde bir çalışmanın olmadığı da bir gerçektir. Yapılan ön çalışmalarda bakanlığın bazı yayınlarına rastlanmıştır. Ancak, bu yayınlar genel olarak bakanlığın kendi işlem ve faaliyetlerini duyurmak amacıyla gerçekleştirilmiş; el kitabı, broşür ve afiş gibi yayınlardır. Oysa, vatandaşın neler düşündüğünü, eğilimlerinin ne yönde olduğunu önceden öğrenmeye yönelik çalışmalara pek rastlanılmamıştır. Sadece, sevindirici bir olay olarak, son yıllarda bakanlığın "Genel Sağlık Sigortası" projesi ile ilgili bir çalışma taslağının kamuoyunun görüşlerine sunulduğu görülmüştür ki, bu uygulamanın vatandaşa danışma yöntemine örnek bir uygulama olduğunu vurgulamak gerekir.

6. Bakanlıktaki görevlilerin düzeyi ile vatandaşın isteklerini öğrenmede tercih edilen yöntemler arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 73.28 gibi bir oranı bu konuda danışma yöntemini benimsediğini açıklamıştır.

Buna göre, bakanlık görevlileri vatandaşın görüşünü almak için çaba harcanmasından yanadır. Ancak, vatandaşın etkisinin doğrudan doğruya yönetsel faaliyetlere katılması gibi bir duruma ise karşı çıkmaktadır. Anketlerde katılma yönteminin çok az görevli tarafından tercih edilmiş olması bizi böyle bir sonuca götürmüştür.

Kamu görevlisi vatandaşın isteklerini öğrenirken kendini en az bağlayacak yöntemi seçme eğilimi göstermiştir. Oysa, halkla ilişkiler yönetim-yönetilen bilgi alış-verisini ve yönetilenin isteklerinin de dikkate alınmasını gerektirmektedir.

7. Bakanlıktaki görevlilerin düzeyi ile vatandaşların ön bilgi almak için başvurduğu yöntem arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 83.19 gibi büyük bir bölümü vatandaşların kendilerine bizzat başvurduklarını açıklamışlardır. Bu durum daha önce de belirtildiği gibi kamu görevlisinin istediği yöntemdir. Bu açıdan bakıldığında, kamu görevlisinin isteği doğrultusunda bir uygulamanın gerçekleştiği görülmektedir.

Ancak, burada önerilmesi gereken, vatandaşça bizzat yapılan bu başvuruların iyi organize edilerek kamu görevlisinin çalışma saatlerinin ziyan olmasını önlemektir.

8. Bakanlıktaki görevlilerin düzeyi ile bu görevlilerin danışma ve karşılama birimlerinin yararlılığı konusundaki düşünceleri arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlıktaki görevlilerin % 97.41 gibi çok büyük bir bölümü bu konuda olumlu düşünceye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Böylesine büyük bir oranla yararlı bulunan bu tür birimlerin bakanlıkta yine bu görevlilerin istek ve teşvikleriyle kurulacağı kesindir. Önerilecek çözüm, bu düşüncelerin uygulamaya aktarılması yönündedir.

9. Bakanlıktaki görevlilerin düzeyiyle bu görevlilerin danışma ve karşılama birimlerinin iş yükünü ve vatandaşla ilişkide ortaya çıkan sorunları azaltacağı konusundaki düşünceler arasında aynı yönde bir ilişki bulunmuştur.

Bakanlıktaki görevlilerin % 97.41 gibi çok büyük bir oranı bu birimlerin kendi iş yüklerini de azaltacağını belirtmiştir. Bu demektir ki, bakanlık görevlileri vatan-

dasla görüserek geçirdikleri zaman kaybının danışma ve karşılama birimlerinin kurulmasıyla önleneceğine inanmaktadır. Bunun çözümü görevlilerin de belirttikleri gibi danışma ve karşılama birimlerinin kurulmasıyla mümkündür. Ancak, bakanlık içinde herhangi bir birimin oluşturulabilmesi için bireysel gücün kullanılması, öncülük etmesi zorunludur. Kuskusuz, böyle bir girişim üst düzey yöneticilerden gelmelidir. Bu yüzden, üst düzey yöneticilere büyük sorumluluklar düşmektedir.

10. Bakanlıktaki görevlilerin buldukları düzeyle bu görevlilerin bakanlığın halkla ilişkiler çalışmasının düzeyi ile ilgili görüşleri arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 73.28 gibi büyük bir oranı bakanlığın halkla ilişkiler çalışmasının yeterli olmadığı düşüncesinde birleşmişlerdir. Bu durum bakanlığın yüzyüze ilişkiler içinde yürüttüğü halkla ilişkilerin yeterince desteklenmediğini göstermektedir. Bilindiği gibi, örgüt içinde yetkiler üst düzey yöneticilerinde toplanmıştır. Yeni birimler kurmak, faaliyet ve işlemlere yeni bir yön vermek, üst yöneticinin etkinliğine bağlıdır. Üst düzey yöneticilerin % 75.52'lik bir oranının bakanlığın halkla ilişkilerinin vetersiz olduğunu belirtmeleri, kendi sorumluluk alanları içinde bulunan bir soruna eğilmemeleri anlamındadır.

11. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin bulunduğu düzey ile görevleriyle ilgili işleri kısa sürede bitirmelerinin ödüllendirilmesi arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 81.03 gibi büyük bir oranı görevleriyle ilgili işleri kısa sürede bitirmelerinin bakanlıktan beklentilerine herhangi bir katkısı olmadığını açıklamıştır. Burada sunu vurgulamak gerekir ki, bakanlık örgütü içindeki görevlilerin göreviyle ilgili işleri en kısa sürede bitirmeleri, aynı zamanda bakanlıkla ilgili işleri olan vatandaşların da sorunlarının en kısa zamanda çözülmesi demektir. Oysa, görevlilerin yanıtlarına göre, bu konuyla ilgili olarak bakanlıkta hiç bir motive edici araç ve uygulamanın olmadığı anlaşılmaktadır. Kanımızca, bakanlıkta kamu görevlisinin işlerini kısa sürede bitirmesi ve böylece bakanlık işlerinin de zamanında gerçekleşmesi motive edici tedbirlerin alınmasıyla mümkün olacaktır.

12. Bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzeyle bu görevlilerin yönetimle ilgili karar ve faaliyetlerini gerçekleştirirken ağırlık verdikleri ögeler arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 95.26 gibi çok büyük bir oranı karar alırken ve işlem yaparken, teknik gerekler neyi gerektiriyorsa ona göre davrandıklarını açıklamışlardır. Bu durum göstermektedir ki, görevliler kararlarında üstlerin emirlerine ve teknik gereklere uygun davranmayı görevlerinin bir parçası şeklinde algılamaktadırlar. Bunun sonucu olarak da yazılı kurallarla açıklanmış ve üst yetkili tarafından da belirlenmemiş olan durumlarda kamu görevlisi kendi girişimi ile sorunlara çözüm bulmak gibi bir faaliyete girişmemekte ve işlemleri bekletmektedir. Oysa, görevlilerin sorunlara eğilmeleri

kendiliğinden değil biraz da çevre öğelerinin etkisiyle gerçekleşir. Kanımızca, bakanlık görevlilerinin çevre ögesini gözardı etmek gibi bir tutum içerisinde olmaları kurumun halkla ilişkileri açısından büyük eksikliklerdir.

13. Bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzeyle bu görevlilere başvuran vatandaşların aracı kullanması durumu arasında ilişki bulunmamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 97.84 gibi büyük bir oranı vatandaşların kendilerine karşı aracı kullandıklarını belirtmişlerdir. Bunun nedeni, bakanlık yönetiminin zaman açısından esnek bir uygulamaya açık bulunması ve başvuran vatandaşların sorunlarının da değişik sürelerde çözümleniyor olmasıdır. Daha öncede değinildiği gibi yönetim, kamu görevlisinin bireysel girişkenliğine izin vermemektedir. Bu durum ise vatandaşların sorunlarının çözümünü kendilerinin izlemesini gerekli kılmaktadır. Bu yüzden vatandaş bizzat ve çoğu kez ise aracılar vasıtasıyla bakanlıktaki işlerini takip etmektedir.

Kanımızca bu durumu önlemek, ancak yönetsel işlemlerin zamanında çözümlenmesi ile mümkün olacaktır.

14. Bakanlıktaki görevlilerin bulunduğu düzeyle bu görevliler ve vatandaşlar arasında aracılık yapan kişilerin niteliği arasında ilişki bulunmamıştır. Bakanlık görevlilerinin % 72.84 gibi büyük bir oranı kendileriyle vatandaş arasında en çok siyasal nitelikli kişilerin aracılık yaptıklarını belirtmişlerdir. Şüphesiz bunun nedeni siyasal nitelikli kişilerin konumunu sürdürmek için seçmenleri ile yönetim arasında aracılık yapma zorunluluğunu hissetmeleridir. Nitekim, yönetimin siyasal erke bağıllılı-

ğı burada da kendini göstermekte ve aracılık yapan siyasal nitelikli kişiler etkinliğini diğer aracılardan daha kolay hissettirmektedirler. Bu durum ise, vatandaşların bu kişileri sürekli aracı olarak kullanmaları için sebep teşkil etmektedir.

15. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilere ulaşmak için aracı kullanan vatandaşların gelir düzeyi arasında ters yönde bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, üst ve orta düzey yöneticilere karşı; yüksek gelir kümelerindeki vatandaşların, alt düzey görevlilere karşı da düşük gelir kümelerindeki vatandaşların aracı kullanması beklenirken bakanlıkta bunun tersi olan bir durum gerçekleşmiştir.

Sonuçta, bakanlık yönetimi içindeki basamaklarda, toplumun değişik gelir kümesindeki vatandaşların sorunları gerektirdiğinde yönetimin tüm basamakları ve görevlileri ile ilişki kurdukları anlaşılmıştır. Ayrıca bu durum, bakanlıkla ilgisi olan düşük gelir düzeyine sahip vatandaşların aracılar vasıtasıyla da olsa üst yöneticilere kadar çıkabilme cesatine sahip olduklarını göstermesi açısından da anlam ifade etmektedir. Ancak, bu kişilerin bakanlıktaki işlerini ne derece başarıyla yaptırabildikleri ise olayın bir başka yönüdür. Kanımızca, aracılardan üst ve orta düzey yöneticilerle görüşebilmeleri kadar bu görüşmeyi vatandaş lehine olarak sonuçlandırabilmeleri de önemlidir.

16. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilere iş takibi için gelen vatandaş kümelerinin niteliği arasında ilişki bulunamamıştır.

Buna göre, gerek üst gelir düzeyine sahip vatandaşlar, iş adamları ve gerekse alt ve orta düzey gelir seviyesine sahip vatandaşların bakanlığın tüm düzeyindeki görevlilere rahatlıkla başvurdukları görülmüştür.

Bu demektir ki, iş sahipleri kendilerine gerekli olan bilgileri, yetkilisi ile bizzat yüzyüze görüşmeler yaparak elde etme eğilimindedir. Bu durum ise görevlilerin iş saatlerinin ziyan olmasına neden olmaktadır.

Bu konudaki önerimiz, halkla ilişkiler biriminde ilgililere sorunlarının hangi aşamada olduğu konusunda bilgi verilmesi, bu konuda yetkili birimlerin katkısıyla günlük listeler oluşturulması gibi faaliyetlerin uygulamaya konulması yönündedir. Böylece vatandaşların bizzat iş izleme gereksinimi azaltılmış olacaktır.

17. Bakanlıktaki görevlilerin buldukları düzeyle bu görevlilerin vatandaşla tartışması durumu arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 66.81 gibi bir oranı vatandaşlarla tartıştıklarını açıklamışlardır. Kanımızca, tartışmanın temelinde bakanlığın anlayışı ve vatandaşın değerlendirmelerinin birbirine uymaması gibi bir karşılık yatmaktadır. Bunun yanısıra vatandaşın sahip olduğuna inandığı haklarının verilmemesi, geciktirilmesi veya değişik nedenlerle isteklerinin geri çevrilmesi bir tartışma ortamı yaratmaktadır. Sonuç olarak, yönetici ile yönetilen tartışması da diyebileceğimiz bakanlık görevlisi-vatandaş tartışması yalnızca söz konusu bakanlıkta değil tüm kamu yönetiminde çözüm bekleyen önemli sorunlardan biridir denilebilir.

18. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarına hedef olması arasında ilişki bulunmamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 96.12 gibi çok büyük bir oranı vatandaşların kendilerinden yakındıklarını belirtmişlerdir. Buna göre, elestiri ve yakınmalar bakanlığın her düzeyine dağılmıştır. Bu durum, yakınmaların toplumun her kesiminden gelmekte olduğunu göstermektedir. Yakınmaların böylesine çok ve yoğun olması bakanlık yönetimi karşısında hoşnutsuzluğun yaygın olduğu anlamına da gelebilir. Ancak, vatandaşın yakınması kamu görevlisiyle ce- kistiği anlamına gelmemelidir. Aksine, vatandaşın tepki- sine (besleyici yankı) önem veren kuruluşlar açısından bu durum daha sonraki çalışmalarında kullanabileceği bir bilgi kaynağıdır. Bu konudaki çözüm önerisi, bu durumun bakanlığın halkla ilişkilerine yön verilirken gözönünde tutulması gerektiği yönündedir.

19. Bakanlıktaki görevlilerin buldukları düzeyle bu görevlilerin vatandaşın yakınmalarından yönetimi yeni- den düzenleme çalışmalarında yararlanma düşüncesi ara- sında aynı yönde bir ilişki bulunmuştur.

Bakanlık görevlilerinin % 73.43 gibi bir oranı gö- revleri gereği ilişki kurdukları vatandaşların yakınma ve eleştirilerinden yönetimin yararlanabileceği kanısında olduklarını açıklamışlardır. Ancak, belirtmek gerekir ki, vatandaşların yakınmalarının sonuç verebilmesi ve kurum içinde yeni düzenlemelere önayak olabilmesi için de be- lirli koşulların oluşması gerekir. Ne yazık ki, alt düzey görevlilerin ilişkide oldukları vatandaşların görüşlerini

bakanlığın işlemlerine yansıtma olanakları yoktur. Özellikle de bu öneriler üst düzey yöneticilerin görüşleri ile çelişkiye düşüyorsa, gerçekleşme olasılıkları yok denecek kadar azdır. Bu yüzden, üst düzey yöneticilerin vatandaş yakınmalarından yararlanması daha kolaydır. Bu konudaki çözüm önerimiz, üst ve orta düzey yöneticilerin vatandaş önerilerini dikkate almalarının gerekli olduğu yönünde olacaktır. Nitekim, yönetimin çevreden etkilenmesi, yönetilenden gelen öneri ve yakınmaları değerlendirerek faaliyet ve işlemlerini gözden geçirmesi ve yönlendirmesi bir halkla ilişkiler ilkesidir.

20. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzeyle, vatandaşın bu görevlilerin astlarına yönelik yakınmaları arasında aynı yönde bir ilişki bulunmuştur.

Bakanlıktaki üst ve orta düzey yöneticilerin ; % 78.65'i vatandaşın astlarından yakınmakta olduğunu açıklamıştır. Bu durum göstermektedir ki, vatandaş alt düzey görevlilerin kendilerine karşı gösterdikleri tutumdan memnun değildir. Ayrıca, üst ve orta düzey görevlilerin bu durumdan haberdar olmaları ise, bu eleştirilere duyarlı olabilmeleri açısından anlamlıdır. Böylece, üst yöneticiler soruna el atabilirler. Ancak, bu durumun üst ve orta düzey yöneticinin kendi inisiyatifine bağlı olduğu da bir gerçektir. Bu konudaki çözüm önerisi, bu yöneticilerin, vatandaşın astlarıyla ilgili olarak gelen eleştirileri tarafsız bir şekilde değerlendirmelerinin gerekli olduğu yönündedir.

21. Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin buldukları düzeyle bu görevlilerin vatandaşın yakındığı astlarına karşı gösterdikleri tutum arasında ilişki bulunmamıştır.

Üst ve orta düzey yöneticilerin % 94.39'u vatandaşın yakındığı astına karşı sözlü veya yazılı uyarıda bulduklarını belirtmişlerdir. Buna göre; yöneticilerin vatandaşların yakındığı astına karşı "soruşturma açmak" gibi kesin ve katı bir tutum izlemek yerine daha ılımlı bir tutum izleyerek yazılı veya sözlü uyarıda bulunmayı tercih ettikleri gözlenmektedir. Bu durumda, üst'ün astına karşı gösterdiği bu tutum eğer tolerans niteliği taşıyorsa bu uyarının caydırıcı niteliği olamayacağı gibi tersi bir etkide bulunarak, vatandaşın yakındığı tutum ve davranışların kurum içinde sürekliliğini bile sağlayacaktır. Bu yüzden, kanımızca astın yanlış hareketi hangi tutumu gerektiriyorsa, üst'ün bu tutumu göstermesi vatandaşın haklarının kamu görevlisince ihlalinin önlemis olacaktır.

22. Bakanlıktaki görevlilerin buldukları düzeyle bu görevlilerin, görevi gereği ilişkide oldukları vatandaşların önerilerini üstlerine ulaştırmaları arasında ilişki bulunmamıştır.

Bakanlıktaki üst ve orta düzey görevlilerin: % 85.34'ü vatandaş önerilerinin kendilerine ulaştırıldığını belirtmişlerdir. Bu durum kurum içi iletişimin etkili işlediğini göstermesi bakımından anlamlıdır. Çünkü, yöneticiler ilişkide buldukları vatandaşların yakınmalarını doğrudan doğruya öğrenirken ilişki kuramadıkları

vatandaşların yakınmalarını da astları aracılığıyla öğrenmek zorundadırlar. Bakanlıktaki durum bu iletişimin sağlandığını göstermektedir. Ancak, değişik düzeylerde yer alan görevlilerin, halkın eleştiri ve sıkıntısına neden olan sorunları üst yöneticiye kendilerinin iletmekte oldukları kuşkuludur. Bu yüzden, kanımızca üst ve orta düzey yöneticilerin vatandaş önerilerini kendi astı dışındaki kaynaklardan öğrenmesi daha kolaydır. Ancak, sonuçta önemli olan, üst yöneticinin gerek kendi astı gerekse başka kaynaklardan dolayı haberdar olduğu vatandaş eleştiri ve önerilerini dikkate almasıdır.

23. Bakanlıktaki görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilerin düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlarla ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunmamıştır.

Bakanlıktaki görevlilerin % 75.86'sı bu düzeydeki vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstleriyle olan ilişkilerini etkilemediğini açıklamıştır. Bu demektir ki, bakanlık düşük gelirli kişilerle ilişkilere karşı son derece ilgisizdir. Yani, bu vatandaşlarla iyi ya da kötü ilişkiler üstlerin beğeni veya kınamalarına yol açmamaktadır. Kanımızca, bu durumun nedeni; düşük gelirli vatandaşların tepkilerinin cılız ve sonuca gidici olmamasıdır. Oysa, yönetimle ilişkide vatandaşın atak olması gerekmektedir. Bu konunun çözümü, düşük gelirli vatandaşların yönetimin gerektirdiği bu ataklığı göstermelerine bağlı olduğu kadar, bu vatandaşlarla bakanlık görevlilerinin ilişkilerine karşı yöneticilerin daha duyarlı olmalarına da bağlıdır.

24. Bakanlıktaki görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilerin yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlıktaki görevlilerin % 74.57'si yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlarla olan ilişkilerinin üstleri ile olan ilişkilerini etkilemediğini belirtmiştir. Buna göre, bakanlık düşük gelirli vatandaşlarla olduğu gibi yüksek gelirli vatandaşlarla ilişkilere karşı da ilgisizdir. Oysa, faaliyet ve işlemlerinin tümü ekonomik paylaşmayla ilgili olmayan bakanlık yönetiminin bazı konularda gerek düşük gelirli gerekse yüksek gelirli olsun tüm gelir düzeyine sahip vatandaşlar yararına ilişki düzenlemelerine gitmesi gerektiği söylenebilir.

25. Bakanlıktaki kamu görevlilerinin buldukları düzeyle bu görevlilerin siyasal nitelikli kişilerle olan ilişkilerinin üstlerini etkilemesi arasında ilişki bulunamamıştır.

Bakanlık görevlilerinin % 85.34'ü siyasal nitelikteki kişiler ile ilişkilerinin üstleriyle olan ilişkilerini de etkilediğini açıklamışlardır.

Buna demektir ki, yönetici ile ilişkide bulunan vatandaşın toplum içindeki yeri önemli olup, yönetilenin toplumsal statüsü yöneticinin davranışlarını etkileyebilmektedir.

Bu yüzden, bakanlıktaki görevlilerin siyasal nitelikli kişilerle olan ilişkileri bu görevlilerin üstleriyle olan ilişkilerini de etkilemiştir.

Sonuç olarak denilebilir ki, yönetimin siyasal erke olan bağılılığı burada da kendini göstermekte ve siyasal erkin temsilcileri vatandaş-kamu görevlisi ilişkilerini etkiledikleri gibi kamu görevlilerinin kendi ilişkilerinde de etkili olabilmektedirler.



KAYNAKÇA

- ABADAN, Nermin. Modern Toplumlarda Halkla Münasebetler. TODAİE. Yayını No:80. Ankara. 1964.
- AKILLIOĞLU, Tekin. Yönetim Önünde Savunma Hakları. TODAİE Yayını, Ankara. 1983.
- ASNA M. Alaeddin. Halkla İlişkiler. Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No:90. Ankara, 1978.
- ASNA. M. Alaeddin "Halkla ilişkiler", Sevk Ve İdare Dergisi, Sayı: 66 (Şubat 1974). s.9-14. Ed., Fermani MAVİS. Halkla ilişkiler (Seçme Yazılar). Anadolu Üniversitesi Yayını No:154. Eskişehir. 1986.
- ASNA. M. Alaeddin. "Yönetim-Halk ilişkileri". Amme İdaresi Dergisi TODAİE Yay. Cilt:1, Sayı: 3-4. Ankara, 1968.
- ASNA. M. Alaeddin. Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi. Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayını, Ankara, 1985.
- ASNA, M. Alaeddin. Halkla İlişkiler. TODAİE Yayını, Ankara, 1969.
- AZİZ, Aysel, "Halkla ilişkiler ve Sözlü Basın". Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, Ankara, 1988.
- Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Tanıtmaya Ve Kamuoyunu Aydınlatmaya. D.P.T. yayını, Ankara, 1983.
- BERKMAN, A.Ümit, Az gelişmiş Ülkelerde Kamu Yönetiminde Yolsuzluk ve Rüşvet. TODAİE Yay. No:203. Ankara, 1983.
- CEMALCILAR, İlhan BAYAR, Doğan vd... İşletmecilik Bilgisi. Eskişehir İktisadi ve İdari Bilimler Akademisi Yayını. Eskişehir, 1980.
- CUTLIP, Scott M. and CENTER, Allen H.. Effective Public Relations. New Jersey, Prentice Hall Inc., 1961.
- CADIRCI, Suat. Halkla İlişkiler. Ankara, 1967.
- CELEBIOĞLU, Fuat, "Halkla İlişkiler Bölümünün Örgütlenmesi" Organizasyon Dergisi. Yıl:1, Sayı:1. Kasım 1976.
- CELEBIOĞLU, Fuat, "Yönetimde Halkla İlişkilerin Önemi"

I.U. İşletme Fakültesi, İşletme İktisadi Dergisi:
Yönetim Yıl: 1, Sayı:3, (Ocak-Mart 1976).

DIMOCK, Marshall E., and DIMOCK, Glads O. Public Administration, Third Edition, Holt., Rinehart and Winston, Inc. London, 1964.

Enclopedia Britannica, Cilt:18, 1963.

ERGUN, Turgay ve POLATOĞLU, Aykut, Kamu Yönetimine Giriş, 3. Baskı, TODAİE Yayını No: 222, Ankara, 1988.

ERTEKİN, Yücel, Halkla İlişkiler, TODAİE Yayını, Ankara, 1986.

ETZIONI, Amitai, Complex Organizations, Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1961.

GOURNAY, Bernard, Yönetim Bilimine Giriş, (Çev: İhsan KUNTBAY, TODAİE. Yayını, Ankara, 1971.

GİRGİN, Kemal, Politika Sözlüğü, Hür Yayınları, İstanbul, 1982.

HARLOW, Rex F. and BLACK, Marvin M. Practical Public Relations, Harper and Row, New York, 1952.

İLAL, Ersan, İletişim, Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum (Kavramlar-Kurumlar-Kuramlar) İstanbul, 1989.

İLHAN, Hayat, "Günümüzde Türkiye'de Halkla İlişkileri Çalışmaları", Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri M.P.M. Yayını, Ankara, 1976.

KAPANİ, Münci, Politika Bilimine Giriş, A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayını No:468, Ankara, 1983.

KAZANCI, Metin, "Türkiye'de Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamasına Genel Bir Bakış", Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri M.P.M. Yayını, Ankara, 1976.

KAZANCI, Metin, Halkla İlişkiler Açısından Yönetim ve Yönetilenler, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını No:417, Ankara, 1978.

KAZANCI, Metin, Halkla İlişkiler: Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar, Olgac Matbaası, Ankara, 1982.

KLAPPER, Joseph T., "Değişik Haberleşme Araçlarının Karşılaştırmalı Etkileri", Ed., Unsal OSKAY, Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş (Seçilmiş Parçalar), Üçüncü Baskı, A.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları No:7, Ankara, 1985.

KONGAR, Emre, "Türkiye'de Aile Yapısı Ve Bürokratik Örgütlerle İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, Haziran, Ankara, 1970.

- KOTLER, Philip. Principles Of Marketing, Third Edition, Englowood, Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, Inc., 1986.
- KUÇUKKURT, Mehmet, "Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri Ve Değerlendirme", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, Ankara, 1988.
- LERNER, Daniel, "Propagandada Etkinlik: Sartlar Ve Değerlendirme" Ed., Unsal OSKAY, Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, (Seçilmiş Yazılar) .Üçüncü Baskı, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın- Yayın Yüksekokulu Yayınları No:7, Ankara, 1985.
- McGREGOR, Douglas, Örgütün İnsan İlişkileri Yönü, (Çev: Doğan ENERGIN), ODTÜ, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını No:16, Ankara, 1970.
- MEYNAUD, Jean, Politikada Baskı Grupları, (Çev: Semih TIRYAKIOĞLU) Varlık Yayınları No:1819, İstanbul, 1975.
- MIHÇIOĞLU, Cemal, "Kamusal İlişkiler Nedir?", Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri, M.P.M. Yayını, Ankara, 1976.
- MIHÇIOĞLU, Cemal, Yönetimde İnsan İlişkileri, (Ders Notları) A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını Ankara, 1985.
- MUCUK, İsmet, Pazarlama İlkeleri, İstanbul, 1987.
- NIGRO, A Felix , Modern Public Administration, Harper and Row Publishers, New York, 1965.
- SKTEM, Niyazi, "Halkla İlişkilerin Sınırları", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, Ankara, 1988.
- ORRICK, James B., Halkla İlişkiler Ders Notları, (Çev: Oğuz ONARAN) A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları No:1, Ankara, 1967.
- Resmi Gazete, 9 Ekim 1984, Sayı:18540 , Kanun No:3046, Kabul Tarihi: 27.9.1984
- SCHRAMM, Wilbur, "The Process and Effects of Mass Communications", Universty of Illinois, Urbana, 1965, s.3-27, Ed.: Unsal OSKAY, Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, (Seçilmiş Yazılar), A.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları No:7, Ankara, 1985.
- SENCER, Muzaffer SENCER, Yakut, Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim, TODAİE Yayını No:172, Ankara, 1978.
- SOYSAL, Mümtaz, Halkın Yönetime Etkisi, TODAİE Yayını,

Ankara, 1968.

The Education and Research Committee of the International Public Relations Association, Halkla İlişkiler İpra Raporu (Çev. Okutman: A. Fikret İSİKİYAKAR). Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 251, Eskişehir, 1987.

TOKGÖZ, Oya, "Gazetecilik, Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, Ankara, 1988.

TORTOP, Nuri, Halkla İlişkiler, Ankara, 1982.

TORTOP, Nuri, Yönetim Bilimi, Ankara, 1979.

TURKEL, Süleyman, Kamu İktisadi Tesebbüslerinde Yönetim Anlayışı, H.Ü. İktisada ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları No: 3, Ankara, 1983.

UYŞAL-ŞEZER, Birkan, Halkla İlişkiler, Orta Kademe Yöneticileri Semineri, Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları, TODAİE Yayını, Ankara, 1986.

VERŞAN, Vakur, Kamu Yönetimi (Siyasi ve İdari Teşkilât), 3. Baskı, İstanbul, 1984.

YASAMİŞ, Firuz Demir, "Yakınma Hakkının Kullanılma Biçiminin Düzenlenmesi Üzerine", Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 1, Mart 1982.

YALÇINDAĞ, Selçuk, "Mahalli idarelerde Halkla İlişkiler" Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 3-4, Aralık, 1968.

YALÇINDAĞ, Selçuk, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayını, Ankara, 1988.

YALÇINDAĞ, Selçuk, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 1, Mart, 1986.

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DEKANLIĞI



Sayı : 268.2/27
Konu :

MALATYA

8.1.1992

SAĞLIK BAKANLIĞINA

Fakültemizde görev yapan Araştırma görevlisi Selma Karatepe hazırlamakta olduğu "Sağlık Bakanlığı'nda Halkla İlişkiler Uygulaması" adlı Doktora tezi için 13-19 Ocak 1992 tarihleri arasında Bakanlığınızda bir anket çalışması yapmak istemektedir.

Bu konuda kendisine yardımcı olunması için gereğini arz ederim.

Prof.Dr.Nihat BOZDAĞ
DEKAN

B. M. İ. İ.
8.1.92

T. C.
SAĞLIK BAKANLIĞI
Basın ve Halkla İlişkiler
Müşavirliği

ANKARA

13.1.1992

BAKANLIK MAKAMINA

İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Araştırma görevlisi Selma KARATEPE, hazırlamakta olduğu "Sağlık Bakanlığı'nda Halkla İlişkiler Uygulaması" konulu doktora tezi için, 13-19 Ocak 1992 tarihleri arasında, Bakanlığımızda bir anket çalışması yapmak istemektedir.

Tensiplerinize arz ederim.



Leyla KARAHAN HIZ
Basın ve Halkla
İlişkiler Müşaviri



OLUR
13/1/1992

Dr. Tandoğan TOKGÖZ
Müsteşar

Sarıman
et A.

ANKET SORULARI

1- Çalıştığınız bölüm ya da birimin adı:.....

2- Göreviniz:

1. () Üst Düzey (Müsteşar ya da yardımcısı, genel müdür ya da yardımcısı)
2. () Orta Düzey (Daire başkanı ya da yardımcısı, servis müdürü ya da yardımcısı)
3. () Alt Düzey (Astları olmayan tüm görevliler)

3- Göreviniz sırasında ilişkide bulunduğunuz aşağıdaki kümeleri ilişkinizin sıklığına göre numaralayıp belirtir misiniz?

(İlişkinin sıklığına göre 1., 2.,... diye sıralamaya başlayınız. En çok ilişkiniz olan kümeyi "1" ile işaretleyerek numaralamaya başlayınız. Hiç ilişkinizin olmadığı kümeler varsa onların karşısını boş bırakmayınız ve "0" ile işaretleyiniz.)

1. () Siyasal nitelikli kişiler (milletvekilleri, belediye başkanları ve belediye meclis üyeleri, yerel siyasal önderler gibi...)
2. () Bakanlığın (merkez ya da taşra teşkilatının) işlemlerinden etkilenen düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlar
3. () Bakanlığın (merkez ya da taşra teşkilatının) işlemlerinden etkilenen yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlar
4. () İş adamları
5. () Görev gereği teknik,yönetmel sorunlar nedeniyle görüşülen bakanlık memurları
6. () Özlük sorunları nedeniyle görüşülen bakanlık memurları
7. () Başka (varsa belirtiniz).....

4- Vatandaş size kolayca başvurup görüşebilmekte midir?

1. () Evet
2. () Hayır

5- Size en çok hangi küme danışmaktadır?

1. () Düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlar

2. () Yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlar
3. () İş adamları
4. () Siyasal nitelikli kişiler
5. () Kamu görevlileri
6. () Bakanlığın merkez ya da taşra teşkilatında görevli bulunan idari ve teknik görevliler
7. () Başka (varsa belirtiniz)....

6- Vatandaş sağlık sorunlarının çözümünde size danışmakta mıdır?

1. () Evet
2. () Hayır

7- Size hangi yolla danışılmasını istersiniz?

1. () Yüz yüze
2. () Telefonla
3. () Yazılı olarak
4. () Aracı kullanarak

8- Sağlık konusunda alınacak kararların yönüyle ilgili olarak halka danışmayı yararlı buluyor musunuz?

1. () Çok yararlı
2. () Yararlı
3. () Önemli yararı olmaz
4. () Sakıncalı

9- Vatandaşın düşünce ve isteklerini öğrenmede hangi yolu tercih etmektesiniz?

1. () Danışma (kararınızda serbest olmanız koşuluyla toplumun her kesiminden gelecek temsilcilere akıl danışma)
2. () Katılma (vatandaşa kararda sorumluluk verecek biçimde sağlık alanındaki karara katılma olanağı sağlama)
3. () Kamusal anketler düzenleme (kamuoyu araştırmaları yapma)
4. () Basını izleme
5. () Başka (varsa belirtiniz).....

10- Önbilgi almak için vatandaş en çok hangi yolu kullanmaktadır?

1. () Yüz yüze ilişki
2. () Telefon
3. () Yazılı yol
4. () Aracı kullanma

- 11- Yanlış başvurunun sizce en önemli nedenini belirtir misiniz?
1. () Önbilgi verecek birimlerin yokluğu
 2. () Kişisel görüşmede direktme
 3. () Görev ve yetkilerin belirsizliği
 4. () Yetki devrinin yokluğu
 5. () Başka (varsa belirtiniz)
- 12- Size yanlış başvurular olmakta mıdır?
1. () Çok olur
 2. () Olur
 3. () Az olur
 4. () Hiç olmaz
- 13- Yanlış başvurular yönetsel ve teknik sorunlarla uğraşmanızı ne denli engellemektedir?
1. () Çok engeller
 2. () Engeller
 3. () Az engeller
 4. () Hiç engellemez
- 14- Size göre yanlış başvuru nasıl önlenebilir? (Gerekirse sıra numarası vererek birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)
1. () Danışma servisleri, karşılama büroları önleyebilir.
 2. () Girişlerde yönlendirici panolar önleyebilir .
 3. () İç hukuk düzenlemeleri ile önlenebilir.
 4. () Hiç önlenemez
 5. () Başka (varsa belirtiniz).....
- 15- Danışma servisleri ve karşılama birimlerinin kurulmasını yararlı buluyor musunuz?
1. () Çok yararlı
 2. () Yararlı
 3. () Yararsız
- 16- Danışma ve karşılama birimleri iş yükünüzü ve vatandaşla ilişkide ortaya çıkacak sorunları ne denli azaltır?
1. () Çok azaltır
 2. () Azaltır

3. () Az etkili olur

4. () Etkisi olmaz

17- Bakanlığın halkla ilişkiler konusundaki çabaları sizce yeterli midir?

1. () Çok yeterli

2. () Yeterli

3. () Yetersiz

18- Bakanlığın halkla ilişkiler uygulamasında size ne derece görev ve sorumluluk düşmektedir?

1. () Büyük bir görev ve sorumluluk düşer

2. () Sınırlı bir görev ve sorumluluk düşer

3. () Hiç düşmez

19- Yönetmel faaliyet ve işlem sonrası halkın tepki ve eleştirilerini öğrenmek için kullanılan araç ve yöntemler nelerdir?
(Gerekirse sıra numarası vererek birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1. () Basını izleme

2. () Siyasal nitelikli kişilerle ilişki

3. () Yakınlar ve iş arkadaşlarıyla ilişki

4. () Yazılı başvurulardan yararlanma

5. () Vatandaşla iş yerinde (kendi büronuzda) yüz yüze ilişki

6. () Vatandaşla sahada yüz yüze ilişki

7. () Başka (varsa belirtiniz).....

20- Yönetmel faaliyet ve işlem sonrası halkın tepki ve eleştirilerini öğrenmek için hangi araç ve yöntemin kullanılmasından yararlanıyorsunuz?

1. () Basını izleme

2. () Vatandaşın yazılı başvurusu

3. () Yüz yüze ilişki

4. () Aracı kullanılması

5. () Başka (varsa belirtiniz)....

21- Yönetmel faaliyet ve işlemler kamuoyuna önceden açıklanır mı?

1. () Önceden açıklama yapılmaz

2. () Sınırlayıcı faaliyet ve işlemler açıklanır
3. () Sadece halka götürülecek hizmetler açıklanır
4. () Ayırım yapılmaksızın bilgi verilir

22- Bakanlığın faaliyet ve işlemlerini çevreye tanıtmada sizce, hangi araç ve yöntemler kullanılmalıdır?

(Gerekirse sıra numarası vererek birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1. () Radyo ve televizyon
2. () Kişisel görüşmeler
3. () Bakanlık yayınları
4. () Toplantı , seminer vb. faaliyetler
5. () Yazılı basın (gazete, dergi, vb..)

23- Göreviniz ile ilgili işleri en kısa sürede bitirmenizin daha yüksek yerlere atanmanıza, maaşınızın artmasına katkısı olmakta mıdır?

1. () Katkısı olur
2. () Katkısı olmaz

24- Yönetmelik karar ve faaliyetlerin oluşturulmasında hangi ögeye ağırlık vermekttesiniz?

1. () Teknik gereklere uygunluk
2. () Üstlerin buyruğuna uygunluk
3. () Başka kümelerinin isteklerine uygunluk
4. () Başka (varsa belirtiniz).....

25- Yönetimle ilişkide yurttaşın girişken olmaması, inisiyatifi olduğu gibi yöneticiye bırakmasının sonuçları nelerdir?

1. () Sorun çözümü uzar
2. () Yanlış bir sonuca ulaşılır
3. () Sorun zamanında ve doğru olarak çözülür
4. () Başka (varsa belirtiniz).....

26- Vatandaş bakanlığınızdaki işlemleri ile ilgili olarak aracı kullanmakta mıdır?

1. () Çok sık kullanır
2. () Oldukça kullanır
3. () Az kullanır
4. () Hiç kullanmaz

27- En çok kimler aracılık yapmaktadır?

1. () Siyasal nitelikli kişiler
2. () Devlet memurları
3. () İş adamları
4. () Değişik konulardaki danışmanlar
5. () Başka (varsa belirtiniz).....

28- En çok kimler aracı kullanmaktadır?

1. () Düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlar
2. () Yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlar
3. () İş adamları
4. () Kamu görevlileri
5. () Başka (varsa belirtiniz).....

29- Hangi sorunların çözümünde aracıya başvurulmaktadır?

1. () Bakanlığın fonlarından, çeşitli hizmetlerden yararlanma
2. () İşlemleri çabuklaştırma
3. () Bakanlığın faaliyet ve işlemlerini yönlendirme ve de-
ğiştirme
4. () İş arama
5. () Akıl danışma
6. () Başka (varsa belirtiniz).....

30- Görev yaptığınız birimde vatandaş hangi sıklıkta iş takip et-
mektedir?

1. () Çok sık
2. () Oldukça
3. () Az
4. () Hiç

31- En çok hangi kümeler iş takip etmektedir?

1. () Düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlar
2. () Yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlar
3. () Siyasal nitelikli kişiler
4. () İş adamları
5. () Kamu görevlileri
6. () Başka (varsa belirtiniz).....

32- Vatandaşla tartışır mısınız?

1. () Çok sık
2. () Çok
3. () Az
4. () Hiç bir zaman

33- Size göre, vatandaşla tartışılmasının en önemli nedeni nedir?

1. () Formalite eksikliği
2. () Vatandaşın bilgisizliği
3. () Gereksiz yere direktme ve zamanın alınması
4. () Ayrıcalıklı işlem isteği
5. () Saygısız davranış
6. () Yönetmelik işlemlerini gecikmesi
7. () Başka (varsa belirtiniz).....

34- Vatandaş, bakanlığın ve görevlilerin tutumundan, işlemlerin gereksizliğinden yakınmakta mıdır?

1. () Çok sık
2. () Çok
3. () Az
4. () Hiç

35- Size göre, vatandaşın yakınmalarından (şikâyetlerinden) yönetimi yeniden düzenleme çalışmalarında yararlanılabilir mi?

1. () Yararlanılabilir
2. () Yararlanılamaz

36- Vatandaşın yakınmaları en çok hangi konu ve sorunlar üzerinde yoğunlaşmaktadır?

(Gerekirse sıra numarası vererek birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1. () Yasal ve yönetmelik düzenlemelerdeki karışıklıklar
2. () Bakanlığın yanlış tutumu
3. () İç düzende bozukluk ve işleyişin aksaması
4. () Gizlilik
5. () Adam kayırma
6. () Başka (varsa belirtiniz).....

37- Vatandaş astlarınızdan yakınmakta mıdır?

(Üst ve orta düzey görevlileri cevaplayacaktır)

1. () Çok sık yakınırırlar
2. () Çok yakınırırlar
3. () Az yakınırırlar
4. () Hiç yakınmazlar

38- Astlarınızdan en çok kimler yakınmaktadır?

(Üst ve orta düzey görevlileri cevaplayacaktır.)

1. () Düşük gelir düzeyine sahip vatandaşlar
2. () Yüksek gelir düzeyine sahip vatandaşlar
3. () İş adamları
4. () Kamu görevlileri
5. () Başka (varsa belirtiniz).....

39- Vatandaşların astlarınızdan yakınma nedenini belirtir misiniz?

(Üst ve orta düzey görevlileri cevaplayacaktır.)

(Çerekerirse sıra numarası vererek birden fazla seçenek işaretli-
yebilirsiniz.)

1. () Başkalarını kayırma
2. () Gizlilik
3. () Çıkar beklendiği savı
4. () İş gereksiz yere uzatma
5. () Kişisel kızgınlık
6. () Başka (varsa belirtiniz).....

40- Astlarınız vatandaş istek ve yakınmalarının neler olduğunu size bildirirler mi?

(Üst ve orta düzey görevlileri cevaplayacaktır.)

1. () Bildirirler
2. () Bildirmezler

41- Vatandaşın yakındığı astınıza karşı tutumunuz ne olur?

(Üst ve orta düzey görevlileri cevaplayacaktır.)

1. () Sözlü uyarma
2. () Yazılı uyarma
3. () Yer değiştirme (birim içinde ya da birimler arasında)
4. () Soruşturma açma
5. () Başka (varsa belirtiniz).....

42- Göreviniz gereği ilişkili olduğunuz kümelerin önerilerini yeni önlemler alınması amacıyla üstlerinize ulaştırır mısınız?

1. () Evet
2. () Hayır

43. Siyasal nitelikli kişilere karşı davranışınızın üstleriniz ile olan ilişkinize etkisi olur mu?

1. () Etkisi olur
2. () Etkisi olmaz

44- Düşük gelir düzeyine sahip olan vatandaşlara karşı davranışınızın üstleriniz ile olan ilişkinize etkisi olur mu?

1. () Etkisi olur
2. () Etkisi olmaz

45- Yüksek gelir düzeyine sahip olan vatandaşlara karşı davranışınızın üstleriniz ile olan ilişkinize etkisi olur mu?

1. () Etkisi olur
2. () Etkisi olmaz

46- Araştırmada yardımcı olacağına inandığınız ve eklemek istediğiniz kişisel görüşleriniz varsa, belirtir misiniz?

.....
.....
.....
.....

Teşekkür ederim.

V. C.
Yükseköğretim Kurulu
Dokümantasyon Merkezi