

**T.C.**

**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

**BELEDİYELERİN SOSYAL SORUMLULUK  
ÇALIŞMALARINA VATANDAŞLARIN BAKIŞI:  
SELÇUKLU DEĞERLER EĞİTİMİ PROJESİ ÖRNEĞİ**

**ŞÜKRÜ ARSLAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**

**PROF. DR. ÖMER BAKAN**

**KONYA 2019**





T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Şükrü Arslan
	Numarası	154221001003
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tezin Adı	Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Vatandaşların Bakışı: Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi Örneği

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Şükrü Arslan  
(İmza)



T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



**Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu**

Öğrencinin	Adı Soyadı	Şükrü Arslan
	Numarası	154221001003
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Ömer Bakan
	Tezin Adı	Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Vatandaşların Bakışı: Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi Örneği

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan “Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Vatandaşların Bakışı: Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi Örneği” başlıklı bu çalışma 12/06/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman/Üye	İmza
Prof. Dr. Ömer Bakan	Danışman	
Prof. Dr. Ahmet Kalender	Jüri Üyesi	
Dr. Öğr. Üyesi Enes Bal	Jüri Üyesi	

## ÖNSÖZ/ TEŞEKKÜR

Günümüzde belediyeler faaliyet gösterdikleri yerel birimlerde yaşayan halkın yol, su, elektrik, istihdam, barınma gibi temel ihtiyaçlarının yanında sosyal ve kültürel gelişimine katkıda bulunan kurumlar haline gelmişlerdir. Bu konuda belediyelerin gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk uygulamaları ön plana çıkmaktadır. Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri hem halkın refahını artırmakta hem de belediye ile yerel halk arasındaki bağı kuvvetlendirmektedir.

Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine vatandaşın bakışını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen bu çalışma Selçuklu Belediyesinin hayata geçirdiği Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine vatandaşın bakışını ve yerel halkın proje ile ilgili görüşleri üzerinde rol oynayan unsurları ortaya koymaktadır.

Akademik birikimiyle çalışmama yön veren ve bütün özverisiyle karşılaştığım çeşitli sorunları aşmam konusunda her türlü kolaylığı sağlayan danışmanım Prof. Dr. Ömer BAKAN'a, lisans eğitimim boyunca gerekli birikimi kazanmamdaki katkıları ve kıymetli yönlendirmelerinden dolayı Doç. Dr. Zekiye TAMER GENCER ile Prof. Dr. Ümit ARKLAN'a şükranlarımı sunuyorum.

Çalışmam boyunca verdikleri destek ve gösterdikleri hoşgörüden dolayı T.C. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesindeki mesai arkadaşlarıma ve anket çalışmasına katkı veren kadirşinas Konya halkına teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak hayatım boyunca her türlü maddi ve manevi desteği sağlayan anneme, babama ve tezin Türkçenin kurallarına uygun şekilde düzenlenmesinde bana yardımcı olan değerli Türkçe Öğretmeni, kuzenim Bilâl DOĞAN'a sonsuz teşekkür ediyorum.



T. C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Şükrü Arslan
	Numarası	154221001003
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Ömer Bakan
	Tezin Adı	Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Vatandaşların Bakışı: Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi Örneği

### ÖZET

Belediyeler doğrudan yerel halk tarafından göreve getirilen ve halka en yakın kamu kurumlarıdır. Bu özellikleri belediyelere yerel halkın ihtiyacı olan hizmetleri belirlemek ve bu hizmetleri gerçekleştirmek noktasında önemli yükümlülükler getirmektedir. Belediyeler yerel halka yol, su, elektrik ve çevre düzenlemesi gibi fiziksel hizmetlerin yanında çeşitli sosyal destek ve hizmetlerde de bulunmaktadır. Belediyelerin tüm bu hizmetleri zamanında, yeterli ve verimli şekilde verebilmesi için yerel halkın ihtiyaçlarını en iyi şekilde belirlemesi gerekmektedir. Yerel halkın dilek, şikâyet, ihtiyaç ve beklentilerini belirlemede halkla ilişkiler belediyelerin en önemli uygulaması konumundadır. Halkın ihtiyaçlarını karşılamada ve beklentilerini yerine getirmede ise sosyal sorumluluk projeleri sıklıkla kullanılmaktadır. Belediyelerin sosyal sorumlulukları giderek artan bir alanda gerçekleştirilmektedir. Çevre, kültür, sağlık gibi birçok alanda yerel halka karşı sorumluluğu bulunan belediyeler bu sorumluluklarını sosyal sorumluluk bilincinde çalışarak gerçekleştirmektedirler. Sosyal sorumluluk uygulamaları hem yerel halkın refahına önemli katkılar sağlamakta hem de vatandaşın belediyelere bakışını olumlu yönde etkileyebilmektedir.

Bu tez çalışması Konya Selçuklu Belediyesi'nin düzenlediği Selçuklu Değerler Eğitimi Projesini vatandaşın nasıl değerlendirdiğini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla Konya'da ikamet eden ve farklı demografik özelliklere sahip 415 kişiyle yüz yüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya göre katılımcılar genellikle belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini desteklemektedir. Ayrıca belediyelerin sosyal sorumlulukla ilgili tanıtım faaliyetleri katılımcıların sosyal sorumluluk projelerine olan bakışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Bir sosyal sorumluluk uygulaması olarak Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi katılımcılar tarafından olumlu değerlendirilmekte ve desteklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Belediyeler, Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Sosyal Sorumluluk, Selçuklu Belediyesi, Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi, Yerel Halk.



**T. C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Şükrü Arslan
	Numarası	154221001003
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Ömer Bakan
	Tezin İngilizce Adı	The View of Citizens to Social Responsibility Works of Municipalities: The Case of Selçuklu Values Education Project

### SUMMARY

Municipalities are the public institutions directly appointed by the local people and closest to them. These characteristics impose significant obligations on municipalities to determine the services needed by local people and to perform these services. Municipalities provide various social support and services as well as physical services such as road, water, electricity and landscaping. In order for municipalities to provide all these services in a timely, adequate and efficient manner, they need to determine the needs of the local people in the best way. The municipalities are especially interested in public relations activities and strive to maximize communication with the local community. Public relations are the most important implementation of municipalities in determining the wishes, complaints, needs and expectations of local people. Social responsibility projects are frequently used when meeting the needs of the people and fulfilling their expectations. The social responsibilities of municipalities are realized in an increasing area. Municipalities who have responsibility for the local people in many areas such as environment, culture and health realize these responsibilities by working with social responsibility awareness. Social responsibility practices provide important contributions to the welfare of the local population and may affect the citizens' views to municipalities positively.

This thesis study was carried out in order to determine how the citizens evaluated the Selçuklu Values Education Project which organized by Konya Selçuklu Municipality. For this purpose, realized face to face survey with 415 people who living in Konya and having different demographic characteristics. According to the research, participants generally support the social responsibility activities of the municipalities. As a social responsibility practice The Selçuklu Values Education Project is evaluated positive and supported by the participants.

**Keywords:** Municipalities, Local Governments, Public Relations, Social Responsibility, Selçuklu Municipality, Selçuklu Values Education Project, Local People.

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>v</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>vi</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>1</b>
<b>BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER</b> .....	<b>1</b>
1.1.    Belediyelerde Halkla İlişkilerin Önemi.....	3
1.2.    Belediyelerde Halkla İlişkilerin Amaçları .....	5
1.3.    Belediyelerde Halkla İlişkiler İlkeleri .....	6
1.3.1.    Bütünlük İlkesi .....	7
1.3.2.    Açıklık ve Saydamlık İlkesi .....	8
1.3.3.    Katılımcılık .....	12
1.3.4.    Etkin, Verimli ve Yeterli Hizmet.....	13
1.3.5.    Tarafsız ve Eşit Hizmet.....	15
1.3.6.    Dürüstlük.....	16
1.3.7.    Tutarlılık.....	18
1.3.8.    Süreklilik .....	19
1.3.9.    Kimlik.....	20
1.3.10.    Kişisel Yetkinlik ve Kurumsal Destek.....	22
1.3.11.    İlişkiler, İletişim ve Etkileşimin İki Yönlülüğü .....	23
1.4.    Belediyelerde Halkla İlişkiler Uygulamaları .....	25
1.4.1.    Tanıma.....	26
1.4.2.    Tanıtma .....	33
1.4.3.    Tanıma ve Tanıtma .....	38
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>43</b>
<b>SOSYAL SORUMLULUK</b> .....	<b>43</b>



2.1.	Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi.....	46
2.2.	Türkiye’de Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi.....	52
2.3.	Sosyal Sorumlulukla İlgili Yaklaşımlar.....	53
2.3.1.	Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı .....	53
2.3.2.	Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı .....	54
2.4.	SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ.....	55
2.4.1.	Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli.....	55
2.4.2.	Sosyal Performans Modeli .....	56
2.4.3.	Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli .....	57
2.4.4.	Sosyal Duyarlılık Modeli .....	58
2.4.5.	Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli .....	59
2.4.6.	Davis’in Sosyal Sorumluluk Modeli .....	61
2.5.	Belediyelerde Sosyal Sorumluluk .....	62
2.5.1.	Kente ve Çevresine Karşı Sorumluluk.....	63
2.5.2.	Belediye Çalışanlarına Karşı Sorumluluk .....	66
2.5.3.	Kent Halkının Sağlığı ve Refahı ile İlgili Sorumluluk.....	66
2.5.4.	Kent Halkının Eğitimine Karşı Sorumluluk .....	68
2.5.5.	Kültürel Sorumluluk.....	69
2.5.6.	Dezavantajlı Kesimlere (Gruplara) Karşı Sorumluluk .....	71
2.5.7.	Demokrasi ve İnsan Hakları ile İlgili Sorumluluk .....	73
2.5.8.	Belediyelerin Sosyal Sorumlulukları ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	75
2.6.	SELÇUKLU DEĞERLER EĞİTİMİ PROJESİ.....	81

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM..... 84**

#### **SELÇUKLU DEĞERLER EĞİTİMİ PROJESİNE VATANDAŞIN BAKIŞI**

#### **..... 84**

3.1.	Araştırmanın Amacı .....	84
3.2.	Araştırmanın Önemi.....	84

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları .....	84
3.4. Evren ve Örneklem.....	85
3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi.....	85
3.5.1. Araştırmada Cevaplandırılacak Sorular.....	87
3.6. Bulgular ve Yorum.....	88
3.6.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	88
3.6.2. Katılımcıların SEDEP Tanıtımı Hakkındaki Görüşleri.....	91
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>101</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>105</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>123</b>

**ŞEKİLLER LİSTESİ**

Şekil 1. Carrol'un Sosyal Sorumluluk Piramidi .....	60
-----------------------------------------------------	----



## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli .....	56
Tablo 2. Katılımcıların cinsiyet gruplarına göre dağılımı .....	89
Tablo 3. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı .....	89
Tablo 4. Katılımcıların gelir gruplarına göre dağılımı .....	89
Tablo 5. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı .....	90
Tablo 6. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımı .....	90
Tablo 7. Katılımcıların Konya’da ikamet etme sürelerine göre dağılımı .....	90
Tablo 8. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre dağılımı .....	91
Tablo 9. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelerde bulunma sürelerine göre dağılımı .....	91
Tablo 10. Katılımcıların bilgilendikleri kanallara göre dağılımı .....	92
Tablo 11. Katılımcıların SEDEP tanıtımı ile ilgili görüşleri .....	92
Tablo 12. Katılımcıların SEDEP materyalleri görme oranları .....	92
Tablo 13. Katılımcıların SEDEP etkinliklerinden haberdar olma oranları.....	93
Tablo 14. Katılımcıların yakınlarının SEDEP kapsamında eğitim alma oranları.....	93
Tablo 15. Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile İlgili Düşünceleri .....	93
Tablo 16. Katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili görüşleri .....	96
Tablo 17. Katılımcıların Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili görüşleri .....	96
Tablo 18. Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili görüşleri.....	96
Tablo 19. Vatandaşların sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışının tanıtım faaliyetleri hakkındaki görüşleri ile ilişkisi.....	96
Tablo 20. Selçuklu Belediyesinin tanıtım faaliyetlerine göre vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması.....	97
Tablo 21. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerden haberdar olma durumuna göre vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı.....	97
Tablo 22. Katılımcıların sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının cinsiyete göre farklılaşması.....	98
Tablo 23. Katılımcıların Konya’da ikamet etme sürelerine göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması.....	98

Tablo 24. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması.....	99
Tablo 25. Katılımcıların eğitim durumlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması.....	99
Tablo 26. Katılımcıların gelirlerine göre sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının farklılaşması.....	100
Tablo 27. Katılımcıların yaş gruplarına göre sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının farklılaşması.....	100



## GİRİŞ

Yerel yönetimler merkezi yönetim kurumlarından farklı olarak ayrı organları ve bütçeleri bulunan, özerk ve tüzel kişiliğe sahip, yerel halkın ortak gereksinmelerini karşılamak amacı taşıyan kuruluşlardır. (Ertekin, 1995: 3). Yerel halkın beklenti ve taleplerine uygun hareket etmek ve hizmet verdikleri yerel birimler içerisindeki ihtiyaçları gidermek belediyelerin en önemli görevleridir (Yurdakul, Dinçer ve Coşkun, 2011: 200). Dünyada demokratik yönetimlerin yaygınlaşması ile toplumların ihtiyaçlarını karşılamak adına onlara en yakın kamu kuruluşları olan yerel yönetimler giderek önem kazanmıştır. Böylelikle, dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de belediyelerin yetki ve sorumlulukları artmıştır. Bu yetki ve sorumluluklar beraberinde belediyelerin halkla ilişkiler gibi yeni yaklaşımlar geliştirmesi gerekliliğini doğurmuştur. Belediyeler, hem karar hem de yürütme aygıtları doğrudan halkın seçimi ile oluşan, yerel halka en yakın yönetim birimleri olduklarından halkla ilişkiler belediyeler için oldukça önemlidir. (Öner, 2001: 102). Bu anlamda belediyeler ile yerel halk arasında güven, destek ve iş birliğinin sağlanmasında ve belediyelerin benimsenmesinde halkla ilişkiler uygulamaları öne çıkmaktadır. Halkla ilişkiler aracılığıyla insanların belediyelerden talepleri ve yerel halkın sorunları en iyi şekilde belirlenerek gerekli çalışmalar yapılabilen ve çözümler gerçekleştirilebilmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri, son yıllarda bu uygulamalar arasında öne çıkmaktadır. Sosyal sorumluluk, bir kuruluşun eylemlerinin bütünüyle bir sosyal sistem açısından değerlendirilmesi olarak açıklanabilir (Davis, 1967: 46). Belediyeler kararlarını alırken ve uygulamalarını gerçekleştirirken yerel halkın sosyal çıkarlarını göz önünde bulundurmalıdır. Yerel yönetimler halkın sorunlarının çözülmesi ve refahının artırılması bakımından sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem vermeye başlamıştır. Sosyal sorumluluk faaliyetleri, belediyelerden beklenen en temel su, yol, köprü, çevre temizliği gibi hizmetlerin yanı sıra vatandaşların farklı ihtiyaç ve taleplerine cevap vererek refahını yükseltmeyi amaçlamaktadır.

Günümüzde gelinen noktada belediyelere; yerel halkın kültürüne, yaşadığı çevreye, sağlığına, eğitimine, demokrasi ve insan hakları ile dezavantajlı kesimlere yönelik önemli sorumluluklar yüklenmiştir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri ile belediyeler, vatandaşlarıyla daha iyi ilişkiler kurabilmekte ve yönetimin desteklenmesi,

yapılacak faaliyetlere halkın etkin katılımı gibi konularda avantajlar sağlayabilmektedir. Yalnızca sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmek de belediyeler açısından yeterli olamamaktadır. Gerçekleştirilecek sosyal sorumluluk faaliyetleri yerel halkın ihtiyacına cevap verirken aynı zamanda insanların kültürüne, sosyal ve ekonomik yaşantısına uygun ve bunları destekleyici nitelikte olmalıdır. Belediyeler, hangi konularda faaliyet gerçekleştireceklerini belirlemek ardından faaliyetler gerçekleşirken halkın desteğini almak ve halkın etkinliklere katılımını sağlamak, doğru ve zamanında bilgilendirme yapmak ve gerçekleştirilen faaliyetlerin başarısını temin etmek gibi konularda halkla ilişkilerden yararlanmak durumundadır. Halkla ilişkiler burada belediye yönetimi ve yerel halk arasında bir köprü vazifesi görerek yerel halkın dilek, istek ve şikâyetlerini belirlemede ve belediyenin bu talepleri karşılarken iletişimi sağlamada etkin rol oynamaktadır. Doğru bir şekilde tanıma ve tanıtmaya işlevlerini halkla ilişkiler aracılığıyla yürütemeyen bir belediyenin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetleri vatandaşın desteğini alamayacak ve faaliyetin amacına ulaşması mümkün olamayacaktır.

Bu çalışma, belediyelerin sosyal sorumlulukları hakkında yerel halkın görüşlerini belirlemek amacıyla Konya Selçuklu ilçesinde belediye tarafından yürütülen “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi”ne vatandaşın bakışını ortaya koymaya yöneliktir. “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi” Selçuklu Belediyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Selçuklu İlçe Millî Eğitim Müdürlüğünün paydaşlarını oluşturduğu okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve lise öğrencilerine temel insani değerleri kazandırmayı amaçlayan bir sosyal sorumluluk projesidir. Araştırma hem “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi” özelinde hem de belediyelerin sosyal sorumluluklarına vatandaşın bakışına ilişkin daha önce yapılmış herhangi bir çalışma bulunmaması dolayısıyla bu konuda ileride çalışma yapacak olan akademisyenlere ve belediyelerin sosyal sorumluluk kapsamında gerçekleştireceği faaliyetlere ışık tutabileceği için önem taşımaktadır. Araştırmanın veri toplama kısmında vatandaşların genelde belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine, özelde ise “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi” ile bu projenin öğrencilere benimsetmeye çalıştığı değerlere vatandaşın bakışını belirlemek amacıyla Konya ili sınırları içerisinde 18 yaş üstü katılımcılara yöneltilen 33 sorudan oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Gerçekleştirilen anket çalışması sonrasında 415 anketin verileri değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde belediyelerde halkla ilişkiler, belediyelerde halkla ilişkilerin amaçları ve ilkeleri hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmanın İkinci bölümünde ise sosyal sorumluluk, sosyal sorumluluk alanları ve belediyelerin sorumlu olduğu alanlarla ilgili literatürdeki bilgiler yer almaktadır. Araştırmanın üçüncü ve son kısmında ise gerçekleştirilen alan araştırması sonucunda elde edilen bulgular ve yorumları ile bunların literatür çerçevesinde yorumlanmasını kapsayan sonuç ve öneriler bölümü bulunmaktadır.





## BİRİNCİ BÖLÜM

### BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER

Başta bilişim ve iletişim alanı olmak üzere birçok alandaki teknolojik, gelişmeler beraberinde ürün veya hizmetten ziyade bilgiye önem veren ve bilgi üretimini gerçekleştiren bir toplumun oluşmasını sağlamıştır (Kocacık, 2003: 3). Bilgi toplumu olarak da adlandırılan bu yeni toplum yapısı ile aynı doğrultuda değişim gösteren pazar şartları, rekabet ortamı, hatta kamu yönetimi ve siyaset ortamı doğrultusunda kişi, kurum veya kuruluşlar amaçlarını gerçekleştirebilmek için hedef kitleleri ile doğru iletişim kurmak adına çeşitli stratejiler gerçekleştirmektedirler. Tüm kişi, kurum veya kuruluşların yapısına, rekabet ettikleri alana bakılmaksızın etkileşim içerisinde olduğu bir halk yani hedef kitleleri vardır (Öztürk, 1992: 186). Burada kişi, kurum ya da kuruluşların faaliyet gösterdikleri alanlara bakılmaksızın hedef kitleleri ile gerçekleştirdiği iletişimi en doğru biçimde yansıtan uygulamalardan birisi de halkla ilişkiler olarak öne çıkmaktadır.

Günümüzde tüm kurum ve kuruluşlar gibi kamu kurumlarında da halkla ilişkiler anlayışı giderek önem kazanmaktadır. Kamu yönetiminde halkla ilişkileri “Bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluştaki toplumun istediği yönde değişimler gerçekleşmesine ve böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sürekli ve sistemli çabalar” (Yalçındağ, 1986: 133) olarak tanımlayabiliriz. Tüm kamu kurum ve kuruluşları gibi belediyelerde de halkla ilişkiler faaliyetleri büyük önem taşımaktadır. Belediyeler, bir ülkede yerel halkın seçtiği çeşitli organlar ve kişilerce yerel yönetimi gerçekleştiren, halkın ihtiyaçlarını karşılayan, yerel halka kamu mal ve hizmetlerini sağlayan kuruluşlardır (Tekeli, 1983: 3). Kamu kurum ve kuruluşları ve bu kurumlardan birisi olması dolayısıyla doğal olarak belediyelerin halkın örgütlü, örgütsüz her bir bireyiyle, halkı oluşturan tüm kesimlerle kendi amaçları ve halkın amaçlarını gerçekleştirmek doğrultusunda karşılıklı iyi niyet, güven ve desteğe bağlı olumlu ilişkiler kurması gerekmektedir. Belediyeleri oluşturan ve oluşmasını gerektirenin doğrudan halk olduğu düşünüldüğünde sağlıklı bir ilişki kurmak kaçınılmazdır (Akçakaya, 1999: 77). Tam da burada halkla ilişkilerin genel olarak tanımlamalarına

bakıldığında; tek tek bireylerle, gruplarla ya da grup veya kitlelerle karşılıklı anlayışa dayanan, güven ortamının tahsisi ve sürdürülmesi ile kamuoyunda olumlu bir imajın oluşturulması için karşılıklı ilişkinin kurulması çabası halkla ilişkiler olarak görülmektedir (Okay ve Okay, 2001: 12). Bu anlamda belediyelerin halkla ilişkilere sık sık başvurması gerekliliği iki kavramın da doğasında bulunmaktadır. İlk dönemlerinde genellikle, temizlik, çevre düzenlemesi, halk sağlığını korumaya yönelik çabalar gibi temel ihtiyaçları karşılayan belediyelerin, gün geçtikçe büyüyen ve gelişen şehirler ile birlikte önemi daha da artmıştır. Böylece belediyeler daha da göz önüne çıkmaya başlamış ve halkla arasındaki ilişkiyi sağlayan halkla ilişkiler de aynı oranda kullanılmaya başlanmıştır (Yurdakul vd., 2011: 206-207). Belediyeler yerel yönetimlerin, merkezi yönetimlere göre halka daha yakın olması ve bu anlamda halk denetimine daha açık olması dolayısıyla belediyelerin faaliyetlerinin, hedeflerinin ve politikalarının halka iyi bir şekilde açıklanması gerekmektedir. Bu noktada halkla ilişkiler belediyelerin başvurduğu başlıca çözümdür (Acar, 1993: 80). Belediyeler sundukları hizmetler ve hizmet alanlarının gelişmesi ile birlikte, sundukları hizmetler, gerçekleştirecekleri hedefler veya belediyenin amaçları doğrultusunda hemşehrilerine, doğru ve zamanında bilgi vermenin yanında, bu hizmet, hedef ve amaçlardan doğrudan etkilenecek olan halkın da belediyenin gerçekleştireceği faaliyetlere katılımını sağlama yoluna gitmektedirler. Özellikle alınacak kararlara bölge halkının katılımının sağlanmasının önemi günümüzde belediyeler tarafından daha iyi kavranmıştır (Tarhan ve Bakan, 2013: 26). Burada halkın desteğinin sağlanması ve bilginin zamanında ve doğru biçimde aktarılmasında halkla ilişkiler ön plana çıkmaktadır.

Belediyelerde halkla ilişkiler uygulamaları genellikle kurum bünyesinde kurulmuş olan özel birimler tarafından gerçekleştirilmektedir. Belediyelerde bulunan bu özel birimler, 3046 sayılı kanun gereğince “basın ve halkla ilişkiler müşavirliği” adı altında kurulmuş (Acar, 1994: 73), günümüzde ise farklı isimlerle halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Belediyelerde halkla ilişkiler faaliyetlerini genel olarak halkla ilişkiler birimleri üstlenseler de halkla ilişkilerin sadece bir birim tarafından yapılacak bir faaliyet olduğunu düşünemeyiz. Halkla ilişkiler, belediyelerin en üst birimindeki başkan/başkan yardımcısından en alt kademedeki çalışanlarına, tüm üst/orta veya alt kademedeki birimlerinden halkla ilişkiler birimlerine kadar belediyenin tamamının davranışından, düşüncesinden ve algısından oluşmaktadır diyebiliriz (Dikme, 2016:

106). Halkla ilişkilerin tüm sorumluluğunu halkla ilişkiler uygulayıcıları ya da birimlerine bırakmak tabii ki önemlidir. Ancak tüm çalışanlar eğer halkla ilişkiler bilinci içerisinde, halkla ilişkiler birimleriyle ile ortak hareket etmezlerse belediyeler birçok konuda telafisi zor olan zararlar görebilirler.

### **1.1.Belediyelerde Halkla İlişkilerin Önemi**

Hızla gelişen teknoloji ve değişen toplum yapısı ile birlikte, kurum veya kuruluşların yönetim biçimleri de değişime uğramaktadır. Hedef kitlesi ile temasta bulunan kişi, kurum ya da kuruluşların iletişim stratejileri de buna uygun olarak değişim göstermektedir. Hedef kitlesini tek yönlü bir iletişim ile etkileme çabası hızlıca yerini iki yönlü, karşılıklı güven, anlayış ve hedef birliğine dayalı bir iletişime bırakmaktadır.

Tüm kurum ve kuruluşlar gibi kamu kurumları da günümüzün değişen ve gelişen teknolojisi, sosyal ve kültürel yapısı ve yönetim biçimlerine adapte olmaya çalışmaktadır (Kalkan ve Alparsan, 2009: 26). Halkla ilişkiler uygulamaları da günümüzün getirdiği en önemli zorunluluklardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda kamu kurumları içerisinde özellikle belediyeler halka en yakın yönetim merkezleri olması, doğrudan bölge halkı tarafından seçilmesi dolayısıyla hizmet ettiği alanda halka en iyi ve en etkili hizmeti sunabilmesi, halkın sorunlarına en hızlı ve etkili biçimde çözümler üretebilmesi için halkla ilişkilere gerek duymaktadırlar (Öner, 2001: 102). Çünkü kamu yönetiminde ve dolayısı ile belediyelerde yerel halkın, belediye çalışanlarının ve yönetimin birbirleriyle sağlıklı bir iletişim kurması, birbirlerini iyi bir şekilde anlamaları gerçekleştirilecek hizmetlerin başarılı olabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Tortop, 2003: 166-167).

Mevzuatın getirdiği bazı sınırlamalar sebebiyle belediyelerde gerçekleştirilen faaliyetler ve belirlenen politikalar yeteri kadar halkın bilgisine sunulmamakta ve halkın denetimi tam olarak sağlanamamaktadır. Belediyeler çalışmalarını daha ziyade kapalı kapılar ardında yürüterek Türk kamu yönetiminin geleneksel sorunlarından birisi olan merkezin yönetimde en güçlü karar mercii olması durumundan kurtulamamaktadır. Genel olarak halkın belediyelerden beklentileri veya belediyelerin çalışmaları ve politikaları hakkındaki düşünceleri yalnızca seçim zamanında dikkate alınmaktadır (Saran, 1996, 22-23). Oysaki 21. yüzyılda tüm kamu kurumları gibi belediyeler de sadece seçim zamanlarında oy verme davranışından öte, alınacak tüm kararlar ve

gerçekleştirilecek hizmetlerde halkın katılımını sağlamak durumundadırlar. Halkla ilişkiler yerel yönetimlerde demokratik bir yönetimin oluşmasında büyük önem taşımaktadır (Sezgin, 2011: 96). Belediyelerin başarı ya da başarısızlığı gerçekleştirdiği halkla ilişkiler uygulamaları ile doğrudan ilgilidir. Belediyeler halkın seçtiği ve kendisini göreve getiren halk ile sürekli iç içe olarak faaliyetlerini yöneten kurumlar olduğundan halk tarafından denetlenmeye en açık kamu kurumları arasında gösterilebilir (Dikme, 2016: 130). Yönetime ve denetlemeye doğrudan halkın katılımının sağlanması, belediyelerin gerçekleştirmek istedikleri faaliyetlerin başarılı olmasında ve belediye politikalarının kabul görmesinde büyük önem taşımaktadır. Demokratik bir şekilde halkın katılımı ve yönetimi ile faaliyet gösteren belediyelerin, halk tarafından sahiplenilmesi ve belediyeye karşı duyulan güvenin artırılmasında halkla ilişkiler faaliyetlerinin sıkça gerçekleştirilmesinin gerekliliği kabul görmektedir (Özdemir, 2016: 37).

Belediyelerde halkın sorunlarının dinlenmesi, öneri görüş ve şikâyetlerinin dikkate alınarak gerçekleştirilecek faaliyetlerin halka en iyi ve en eşitlikçi hizmeti sunacak şekilde planlanmasında “bilgi alma” ve belediyelerin gerek gerçekleştirdiği faaliyetlerin gerekse de politikalarının halkla en doğru şekilde anlatılarak onların desteğinin ve denetiminin sağlanmasında ise “bilgi verme” eylemlerinin en iyi şekilde uygulanması gerekmektedir (Uysal-Sezer, 1995: 65). Bilgi alma ve bilgi verme ise bir halkla ilişkiler fonksiyonu olduğundan halkla ilişkilerin belediyelerin başarısında kilit önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır.

Halkla ilişkiler, seçilmiş belediye yönetiminin ve çalışanlarının toplum gözünde meşruluğunu sağlayabilmektedir. Bir belediye yönetiminin yerel seçimlerden birincilik ile ayrılması o belediyenin toplum tarafından tüm görev süresi boyunca desteklenmesini garanti etmemektedir. Toplumun meşru görmediği ya da kabullenmediği belediyeler dahil hiçbir kişi, kurum ya da örgütün yaşamını sürdürebilmesi olanaklı değildir. Bu anlamda herhangi bir örgütün toplum için ne yaptığı, topluma yararı ya da zararı, toplumsal sorumluluklarını yerine getirip getirmediği gibi konularda ortaya çıkan tablo o örgütün halk gözündeki meşruluğuna katkı sağlamaktadır (Biber, 2003: 46). Burada halkla ilişkiler devreye girerek topluma belediyenin ve gerçekleştirdiği faaliyetlerin halka sağladığı faydayı, belediyelerin toplumsal sorumluluklarına karşı olan tutumunu

ya da halk tarafından zararlı olarak görülen herhangi bir faaliyetin gerekçesini anlatarak belediyenin meşruluğunu sağlayabilmektedir.

Görüldüğü üzere, halkla ilişkiler, belediyelerde gerçekleştirilecek her türlü uygulamada, belediyenin uygulayacağı politikalarda ve bunların belirlenmesinde, belediyenin halk tarafından kabul görmesinde, gerek belediyenin halkı çalışmalarına katılmaya teşvik etmesinde gerekse de halkın istek, görüş veya şikâyetlerini belirlemede ve halka gerçekleştirilen veya gerçekleştirilecek uygulamaları anlatarak halkın bilgilendirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Belediyeler ancak kendileri ve yerel halk arasında bir köprü vazifesi görebilen halkla ilişkileri sistematik ve etkili bir şekilde kullanarak faaliyetlerinde başarıya ulaşabilmektedirler.

### **1.2.Belediyelerde Halkla İlişkilerin Amaçları**

Belediyelerde halkla ilişkiler uygulamaları gerçekleştirilirken bu uygulamalarda amacın ne olduğu iyi bir şekilde belirlenmeli ve uygulamalar bu amaca yönelik hazırlanarak hayata geçirilmelidir. Her halkla ilişkiler uygulamasının kısa, orta ve uzun vadeli farklı amaçları olabilir. Halkla ilişkilerin belediyelerde genel olarak ulaşmak istediği amaçlara bakıldığında belediyelerin kendi amaçları ile büyük oranda benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bu anlamda belediyelerin temel amaçlarına halkla ilişkilerin amacı olarak da bakabiliriz (Özdemir, 2016: 34). Belediyelerde halkla ilişkilerin amaçları birçok araştırmacı tarafından ortaya konmuştur. Halkla ilişkilerin belediyelerdeki amaçları şu şekilde sıralanabilir (Tortop, 2009: 140, Yalçındağ, 1996: 99, Özüpek, 2013: 32 Arklan, 2009: 131, Tarhan ve Bakan, 2013: 29):

- Belediyenin yerel halk ile kuracağı iletişimde en uygun mecraların ve iletişim tekniklerinin belirlenmesi ve bu mecralar ile iletişim tekniklerinin en verimli ve etkili şekilde kullanılmasını ve uygulanmasını sağlamak,
- Belediyenin tüm çalışanlarının halkla ilişkiler konusunda hassasiyetinin artırılması ve halkın istekleri, ihtiyaçları ve belirteceği görüşler konusunda süreklilik sağlayacak bir duyarlılığın oluşturulması,
- Vatandaşların belediyelerin faaliyetleri, prosedürleri ve politikaları hakkında doğru bir şekilde bilgilendirilmesi,

- Belediyelerde alınacak önemli kararların ve gerçekleştirilecek faaliyetlerin öncesinde vatandaşların konuyla ilgili görüşlerinin alınması ve değerlendirilmesi,
- Halkın gerçekten ihtiyacı olan faaliyetlerin belirlenmesi ve belediye kaynaklarının en doğru ve verimli şekilde kullanılarak olabilecek en kaliteli hizmetin sunulması,
- Belediyelerin kurumsal kimliğinin oluşturulması ve bu kurumsal kimliği en iyi şekilde ortaya koyacak faaliyetlerin planlanması ve yürütülmesi ile vatandaşın gözünde olumlu bir belediye imajının oluşturulması,
- Belediyelerin aldıkları kararlar ve gerçekleştirdikleri faaliyetler ile ilgili vatandaşlardan gelen eleştirilerin belirlenmesi ve bu eleştirilere olabilecek en hızlı şekilde doğru cevapların verilmesini sağlamak,
- Belediyelerde vatandaşlık bilincini oluşturmak ve bu bilinci geliştirerek halkın vatandaşlığından gurur duymasını sağlamak,
- Halka karşı duyarlı, sorumluluk bilincinde ve halkın görüşlerine, temel değerlerine saygılı bir belediyeçilik anlayışı göstererek halkın desteğinin ve güveninin kazanılması yoluyla belediyenin meşruiyetinin sağlanması ve sürdürülmesi.

Belediyelerde halkla ilişkilerin amaçlarına bakıldığında, belediyelerin gerek gerçekleştirdiği faaliyetlerde başarı sağlanmasında gerekse de belediye yönetiminin devamlılığının sağlanmasında halkla ilişkilerin doğru, sürekli ve planlı bir şekilde uygulanması büyük önem taşımaktadır. Çünkü halkla ilişkilerin gerçekleştirmek istediği amaçlar temelde belediyelerin amaçları ile paralellik göstermektedir.

### **1.3.Belediyelerde Halkla İlişkiler İlkeleri**

Kamu kaynaklarını en etkili ve verimli kullanarak yerel halka, olabilecek en kaliteli hizmeti sunmayı amaçlayan belediyeler için büyük önem taşıyan halkla ilişkiler ilkeleri, belediye yönetimine ve çalışanlarına gerçekleştirdikleri faaliyetlerde ve uygulayacakları politikalarda önemli bir yol gösterici olabilmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013: 30). Halkla ilişkiler ilkeleri belediyelerin uyması halinde hem sürdürülebilir politikaları sağlayacak hem de belediyelerin vatandaşın gözündeki imajın olumlu katkıları verebilecektir. Belediyelerde halkla ilişkiler ilkeleri, literatürde bütünlük,

açıklık, etkin-yeterli ve verimli hizmet, tarafsız ve eşit hizmet, dürüstlük, tutarlılık, süreklilik, kimlik, kişisel yetkinlik ve kurumsal destek, ilişkiler, iletişim ve etkileşimin iki yönlülüğü olmak üzere 11 farklı başlık altında toplanmaktadır.

### **1.3.1. Bütünlük İlkesi**

Bütünlük ilkesi belediyelerde halkla ilişkiler çerçevesinde değerlendirilirken, birden fazla tanımı ifade etmektedir. Buna göre bütünlük ilkesi, anayasanın 123. maddesinde “İdare, kuruluş ve görevleriyle bir bütündür ve kanunla düzenlenir.” şeklinde yer bulmaktadır. Bu maddede bütünlük ilkesine merkezi yönetim ve yerel yönetimler açısından yaklaşım, merkezi yönetimin uygulamalarının ve politikalarının yerel yönetim ile bütünlük içerisinde olduğu ifade edilmiştir. Halkla ilişkiler ya da diğer hizmetler yerine getirilirken ortaya çıkan sorunlar ve yaşanan aksaklıklar kamu kurumlarının tümünde benzer şekilde görülebilmektedir. Burada göz önünde bulundurulması gereken nokta ise yerel yönetimlerde veya diğer kamu kurumlarında o kurumların kendine özgü kurumsal yapısı, kurumun maddi imkânları, insan kaynakları, yönetim biçimi ya da yöneticilerinin tutumu gibi değişkenlere göre halkla ilişkilerde farklılıklar yaşanabileceğidir. Merkezi yönetimin halkla ilişkiler konusundaki yerleşik değerleri, tutumları ve uygulamaları yerel yönetimlere de etkide bulunabilmektedir. Buna göre bir ülkenin kamu kurumlarındaki halkla ilişkiler düzenlemeleri, merkezi ve yerel yönetimlerin tamamını kapsayacak ve tamamında uygulanabilir nitelikte olacak şekilde düzenlenmelidir (Acar, 1993: 81-82).

Belediyelerde bütünlük ilkesinin ikinci tanımlamasına bakıldığında, belediyelerde hizmet anlayışının belediyenin tüm politikaları ve uygulamalarıyla birlikte değerlendirilmesidir. Bu anlamda halkla ilişkiler, belediyelerin politika ve uygulamalarında başarının sağlanmasında etkili bir faktör olabilmektedir. Belediye, alınacak kararlarda ve gerçekleştireceği faaliyetlerde halkla ilişkileri kullanarak halka en etkili ve verimli hizmeti sunabilecektir (Acar, 1993: 82). Kısacası yerel halka, şehre ve belediyenin yaklaşımlarına ve politikalarına yabancı ve bunlarla eşgüdümlü bir biçimde ilişkisi kurulmamış halkla ilişkiler faaliyetlerinin orta ve uzun vadede olumlu ve verimli sonuçlara imza atması düşünülemez (Acar, 2002: 190).

Halkla ilişkiler, yalnızca belediyelerdeki halkla ilişkiler birimleri ve uygulayıcılarının bir görevi ya da faaliyeti değildir. Belediyelerde en alt kademedен en

üst yönetim organına kadar tüm çalışanlar halkla ilişkilere katkıda bulunmalı ve gerçekleştirilecek tüm faaliyet ve uygulanacak politikalarda halkla ilişkiler hassasiyeti ile hareket etmelidirler (Acar, 1993: 82). Yalnızca belediyelerde değil tüm kurumlarda halkla ilişkiler bilincinden uzak hareket eden herhangi bir çalışan, kurumun imaj ve itibarına olumsuz etki edebilmektedir. Halkla ilişkiler her bir çalışanın vatandaş ile birebir günlük ilişkisinden halkla ilişkiler uygulayıcılarının iletişim faaliyetlerine ve belediye yönetiminin halk ile etkileşiminin tamamını kapsadığından bu faktörlerden herhangi birisi göz ardı edilmeden halkla ilişkiler bilinci içerisinde davranılması gerekmektedir.

Belediyelerde kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler çalışmalarının birbiriyle uyumlu ve bir bütün halinde planlanarak hayata geçirilmesi gerekmektedir (Acar, 2002: 191). Bu anlamda belediyeler sadece kurum dışı halkla ilişkiler çalışmaları gerçekleştirmemeli kurum içerisine de aynı oranda önem vererek halkla ilişkiler uygulamalarını bir bütünlük içerisinde düşünmelidir (Özüpek, 2013, 34).

Bu tanımlardan hareketle bütünlük ilkesi: Tüm kamu kurumlarının halkla ilişkiler ve diğer hizmetlerinin bir bütün olarak düşünülmesi, gerekli düzenleme ve uygulamaların buna göre şekillenmesi, halkla ilişkilerin kurum içi ve kurum dışı faaliyetlerinin uyum içerisinde ve tüm çalışanların katkısı sağlanarak uygulanması şeklinde ifade edilebilir.

### **1.3.2. Açıklık ve Saydamlık İlkesi**

Kamu yönetimi, gizliliğin yoğun bir şekilde yaşandığı, halkın kamu kurum veya kuruluşlarının politikaları veya faaliyetleri hakkında yeteri kadar bilgilendirilmediği ya da bilinçlendirilmediği bir kavram olarak görülmektedir. Kamu yönetiminde gizliliği meşrulaştıran faktörler ise devlet kurumlarının her şeyi en iyi bildiği, gizlilik içerisinde ve işlerine karışılmaması halinde daha iyi ve verimli çalıştıkları gibi birtakım inançlar ve kamu idaresinin kendi otoritesini zayıflatacağını düşündüğü ilişkilerden kaçınma isteği gibi birtakım düşünce ve davranışlar olarak görülmektedir. (Koçak, 2010: 116-117). Açıklık ve saydamlık ilkesi kamu kurumlarında görülen bu durumu ve halk algısını değiştirmeye çalışmaktadır.

Halkla ilişkilerde açıklık ve saydamlık büyük önem taşımaktadır. Açıklık, her ilişkinin temel taşları olan güven ve bağlılık gibi unsurların önkoşulu olarak görülebilir



(Jahansoozi, 2012: 80). Bu anlamda belediyelerde halkla ilişkilerin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi ancak idarenin halka açılması, başka bir şekilde yönetsel saydamlığın oluşturulması ile gerçekleşebilecektir diyebiliriz (Özüpek ve Aksoy, 2010: 53). Yerel yönetimlerde halka dönük, halk yararı gözetilerek hizmet yürütülmesi adına en önemli olan noktalardan birisi de belediyelerde örgütsel ve yönetsel açıklık-saydamlığın sağlanmasıdır (Yalçındağ, 1996: 213). Halkın, yönetimin tüm faaliyetleri veya politikaları hakkında bilgi alabilmesi, istediği belgelere ulaşabilmesi, yönetimden ihtiyacı olduğu her konuda bilgi alabilmesi ya da yönetsel yerleri gezebilmesi gibi unsurlar yönetsel saydamlığa örnek olarak gösterilebilir (Akıllıoğlu, 1991: 9). Belediyelerde açıklık ve saydamlık, kurumun olumlu bir imaj geliştirebilmesi açısından son derece önemlidir. Vatandaşların belediyeler hakkında doğru bilgiye hızlı bir şekilde ulaşması, kafasındaki soru işaretlerine cevap bulabilmesi ve olumsuz görüşlerinin veya düşüncelerinin değişebilmesi açısından önemlidir. Bazı belediye başkanları geçmişte gerçekleştirdikleri “şeffaf kapı” veya “açık kapı” adı verilen uygulamalar ile odalarını vatandaşların görebilecekleri şekilde şeffaf bir hale getirerek sembolik de olsa kurumsal saydamlığa katkıda bulunmak istemişlerdir (Özüpek, 2013: 38-39). Burada yerel halk belediye faaliyetleri gerçekleştirilirken bu süreci izleme, gözleme ve faaliyetlere katılma imkânı bulabilecek, kafasındaki sorulara cevap bulabilecek ve belediyeler hakkında olumlu bir imaj oluşabilecektir. Böylece açıklık ve şeffaflığı sağlamaya yönelik uygulamalar beraberinde dedikodular, yanlış bilgiler ve belediyenin yıpratılması gibi sorunları da çözüme kavuşturabilecektir (Güran, 1982: 102).

Belediyelerde açık ve saydam bir yönetim anlayışının uygulanması her şeyden önce belediye çalışanları ve yönetiminin daha verimli çalışabilmesi için önemlidir. Saydamlık anlayışı içerisinde hareket eden bir belediyede çalışanlar ve yönetim halk tarafından kontrol edildiğini bilerek kendi hatalarını ve başarısızlıklarını kolayca görebilecek ve bunların asgari düzeye indirebilmesi için gerekli çalışmalarını yapabilecektir (Şengül, 2005: 222-223).

Açıklık ve saydamlık ilkesi günümüzde tüm kamu kurum ve kuruluşlarının benimsemesi gereken bir ilke durumuna gelmiştir. Açıklık ve saydamlık ilkesinin uygulanması vatandaşların bilgi edinmesi ve bu yolla olumlu bir imajın oluşturulması dışında halkın denetimini sağlamak gibi önemli bir görevin yerine getirilmesini de sağlayabilmektedir (Acar, 1993: 86). Vatandaşlar açık ve saydam uygulamaları olan bir

belediyenin faaliyetlerini zamanında ve yerinde görebilecek böylece olumlu-olumsuz görüşlerini aktarabilecek ve bu anlamda belediye üzerindeki denetimini gerçekleştirebilecektir.

Bilgi paylaşımının bu kadar yüksek olduğu günümüzde bile açıklık ve saydamlıkla ilgili uygulamalar yüksek maliyeti, kurumların etkili bir şekilde çalışamayabileceği, devlet sırlarının gizliliği, vatandaş bilgilerinin gizliliği, ülkenin güvenliği gibi endişeler dile getirilerek eleştirilmektedir (Pitrowski ve Ryzin, 2007: 39). Bu düşünceler merkezi yönetim ve belediye yönetimlerini açıklık ve saydamlığın sağlanması konusunda endişelendirmektedir.

Yukarıda bahsettiğimiz özellikleri ve getirileri ile açıklık ve saydamlık ilkesinin uygulanmasının belediyelere ve halka sağlayacağı yararlar görülmektedir. Yalçındağ (1995: 26-28; 1996: 213) belediyelerde saydamlığın, katılımın ve halk denetiminin sağlanması için uygulanabilecek faaliyet ve stratejileri şu şekilde sıralamaktadır:

- Halkın bilgilendirilmesi: belediyeler kendi “tanıtım” çalışmaları ile uygulamaları ve politikaları hakkında düzenli olarak ve doğru bilgilerle halkı bilgilendirebileceği gibi, halkın yönetimden talep ettiği bilgi ve belgeler de halka verilebilir.
- Belediye meclisi ve encümeni toplantıları: Belediye meclisi ve encümeni toplantıları açıklık ve saydamlık ilkesinin yerine getirilmesi için oldukça kullanışlı faaliyetlerdir. Belediyeler bu toplantılara kentlinin de katılmasını teşvik ederek, vatandaşın belediyelerin uygulamaları ve politikaları hakkında bilgilenebilmesi ve yerel halkın uygulanacak faaliyetlere karar aşamasında dâhil olması sağlanabilir.
- Belediyenin halka yaklaştırılması: Belediyelerin tüm vatandaşları tek tek bilgilendirmesi ya da vatandaşlardan bilgi alması mümkün olmadığından, burada mahalle muhtarları aracı olarak kullanılarak vatandaşlar bilgilendirebilir ve vatandaşların mahallesindeki faaliyetler hakkındaki düşünceleri ve önerileri alınabilir.
- Yerel yönetimlerin örgütsel yapısını ve faaliyetlerini tanıtmak amacıyla halka dönük olarak “açık ev” ve “halk günü” gibi faaliyetler, sergiler vb. uygulamalar gerçekleştirilebilir.

- Dergi, bülten gibi yazılı araçların yanı sıra hem göze hem de kulağa hitap edebilen iletişim araçları da kullanılarak belediyeler çalışmalarını yerel halka daha etkili anlatabilirler.
- Burada halkla ilişkiler birimleri de saydamlığın sağlanmasında çok önemli olduğundan gerekli örgütsel yapıya ve büyüklüğe sahip olan belediyelerde halkla ilişkiler birimleri açılmalıdır.

Kamu kurumlarında şeffaflığın sağlanmasında en önemli faktörlerden birisi de “Bilgi Edinme Hakkı” olarak görülmektedir. Burada saydamlık konusu belediye yönetimleri tarafından halkın bilgi edinme hakkını kullanabilmesi için gerçekleştirilecek bir misyon olarak düşünülmelidir (Yalçındağ, 1996: 213). Bilgi edinme hakkı vatandaşların ilgili kanun çerçevesinde kalmak kaydıyla kamu kurumlarının faaliyetleri ve kararları ile ilgili bilgi ve belge talebini ve bu talebin cevaplandırılması gerekliliğini savunan bir haktır (Canöz, 2008: 144).

Belediyelerde açıklık ve şeffaflık ilkesi ile ilgili bir tartışma için en azından şu hususların bulunması gerekmektedir (Acar, 2002: 178):

- a) Belediye yönetimi ve çalışanlarının belediyenin her türlü planının, politikasının ve uygulamalarının ve bunlar gerçekleştirilirken kullanılan kamu kaynaklarının nasıl ve ne şekilde gerçekleştiğiyle ilgili halka bilgi vermesi ve halk adına hareket etmesinden dolayı gerekli yasal yükümlülükleri ve sorumluluklarının olması,
- b) Vatandaşların haklı gerekçeler gösterilerek ve yasa ile belirlenen bazı bilgiler dışında her türlü bilgi ve belgeye ulaşma ve kişisel olarak bu bilgi ve belgeler için başvuru yapma hakkının olması,
- c) Kamu kurumu ve niteliğindeki meslek örgütlerinin, sivil toplum örgütlerinin ve medya temsilcilerinin yukarıda sayılanlara benzer haklarının bulunması,
- d) Kamu görevlilerinin ve onları izlemek ve denetlemek ile görevli siyasi, idari ve adli makamların, vatandaşların ve sivil toplum örgütleri ile medyanın yönetimde şeffaflık ve açıklık konusundaki görev ve sorumluluklarının bilincinde olma ve bunları yerine getirmek konusunda istekli ve yeterli olmaları,

- e) Şeffaflık ve açıklık ilkesi konusunda yasal çerçeve ile birlikte siyasal, toplumsal, kültürel ve etik değerler ile yönelimlerle ilgili tartışma, araştırma ve eğitim süreçlerinin yeterli düzeyde olması.

Tüm bu hususlar açıklık ve şeffaflığın sağlanmasında önemli kriterleri oluşturmaktadır.

### **1.3.3. Katılımcılık**

Belediyeler, demokratik bir işleyiş ortaya koymak noktasında halkın yönetimin karar ve politikaları ile gerçekleştireceği uygulamalara katılımını sağlaması büyük önem taşımaktadır. Dünya genelinde gerek özel sektörde gerekse de kamu kurumlarında yaşanan gelişim ve dönüşüm neticesinde yönetim kavramı son dönemlerde önemini kaybetmeye başlamış ve yerini yönetişim kavramına bırakmaya başlamıştır. Bu anlamda gücün tek bir merkezde toplanması yerine bu gücün tüm paydaşlarla paylaşılarak daha katılımcı bir yönetim anlayışına geçiş görülmektedir (Boztepe, 2013: 61).

Belediyeler açısından bakıldığında katılım olgusu, belediyeye olan güven, destek ve etkili bir iletişim ile uyumun yakalanması açısından halkın fikir ve görüşlerinin alınarak iş birliği içerisinde karar verme ve bu kararların uygulanması olarak ele alınabilir. Bu ilkenin gerçekleştirilmesi maddi olarak da belediyelere fayda sağlayabilmektedir. Yerel halk ile birlikte hareket eden yönetimler gönüllü birçok çalışan elde edebilmektedirler (Özdemir, 2016: 35-36). Katılım demokratik bir toplumda halkla ilişkilerin etkili bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için en önemli değerlerden birisidir. Çağdaş halkla ilişkilerin uygulanabilmesi adına en temel yöntemlerden birisi yerel halkın belediyenin karar alma ve uygulama faaliyetlerine katılımı olduğu söylenebilir (Yalçındağ, 1996: 14).

Belediyelerde halkın katılımının sağlanması adına pek çok ülkede en yaygın olarak kullanılan uygulama belediye meclisi toplantılarına halkın davet edilmesidir. Ancak burada halk genellikle alınacak karar veya uygulanacak politikalara katkıda bulunmak yerine yalnızca dinleme ve izleme eğilimi göstermektedir. Bazı ülkelerde halkın katılımı bu ölçüde sınırlı iken bazı ülkelerde ise halk belediyelerin alacağı kararları belirlemede, alınmış kararların değiştirilmesinde önemli rol oynayabilmektedir

(Yatkın, 2007: 48). Belediyelerde halkın katılımı konusu, stratejik bir plan dahilinde geniş bir şekilde ele alınarak değerlendirilmeli ve uygulanmalıdır (Bağce, 2014: 6).

Halkın yerel yönetim tarafından alınan kararlarda ve uygulamalarda payının olduğunu düşünmesi, bu karar ve uygulamalara karşı olumsuz bir tutum veya davranış göstermesini de engelleyecek ve belediye faaliyetlerini sahiplenmesini ve desteklemesini de sağlayabilecektir (Özüpek, 2013: 35).

Belediyelerde yönetime katılımın sağlanmasında halkla ilişkiler birimlerine veya uygulayıcılarına düşen görevler ise: halkın görüş ve fikirlerinin belirlenmesi ile katılım isteğinin sağlanması ve belediye yönetimi ve çalışanlarının halkın katılımına olumlu bir tutum göstermesinin sağlanması olarak görünmektedir (Acar, 1993: 89).

Katılımcılık ilkesinin tam manasıyla hayata geçirilmesinde, belediye yönetimi ve çalışanlarının olduğu kadar yerel halkın da sorumluluğu ve önemi büyüktür. Burada kendi kentinin ve belediyesinin sorunlarıyla ilgili, şehir ile ilgili belediye tarafından alınan kararları ve gerçekleştirilen faaliyetleri sorumluluk bilinci içerisinde takip ederek sorgulayabilen, katılıma istekli vatandaşların varlığı oldukça önemlidir (Acar, 2002: 183).

Türkiye’de yerel yönetimlerde demokratik ve katılımcı unsurların kurumsallaştırılmasına yönelik önemli adımlar atılmaktadır. Bu adımların en önemlilerinden birisi de Mahallî İdareler Yasa Tasarısıdır. Mahalli İdareler Yasa Tasarısında yerel yönetimlerde açıklık ve katılımın sağlanması konularıyla ilgili gerekli tedbirlerin alınması çok genel ifadelerle belirtilmektedir (Öner, 2002: 130-133).

#### **1.3.4. Etkin, Verimli ve Yeterli Hizmet**

Belediyelerin ana amaçları yerel halkın ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamak ve onların sorunlarına çözüm bulmaktır. Yerel halkın bu anlamda belediyelerden çok çeşitli beklentileri olmakla birlikte şüphesiz bu beklentilerin başında etkin, verimli ve yeterli bir hizmetin sağlanması gelmektedir. Belediyeler yerel halkın beklentileri ve ihtiyaçları doğrultusunda belediye hizmetlerini gerçekleştirerek etkin bir hizmet üretme noktasına ulaşılabilir. Ayrıca bu hizmetleri mümkün olan en az zamanda, en az maliyetle gerçekleştirmesi verimli bir belediye hizmeti gerçekleştirilmesi açısından önem taşımaktadır (Yalçındağ, 1992: 7).

Acar (2002: 184-185) belediyelerde etkin, verimli ve yeterli hizmet ilkesinin birbiriyle uyumlu iki farklı yönünden bahsetmektedir. İlk olarak ister kamu kurumlarının ister özel kurum ya da kuruluşların ilişkide buldukları kişi, grup ya da örgütler ile uzun süreli olumlu izlenimler oluşturması ve orta, uzun vadede çevreleri tarafından benimsenmeleri ve desteklenmeleri için onlara etkin, verimli ve yeterli hizmet sunmalarına bağlıdır. Buna bağlı olarak bu kurumlarda görev yapan halkla ilişkiler birimleri ya da personellerinin belediyelerin en iyi hizmeti sunmaları için yerel halkın istek, beklenti ve sorunlarını iyi bir şekilde belirleme konusunda sürekli ve yoğun çabalar gerçekleştirmesi gerekmektedir. İkincisi ise belediyelerin etkin, verimli ve yeterli hizmet sunmak ve bu hizmetlerin dağılımı noktasında halkla ilişkilerden yararlanmalarıdır. Bir yönetsel ve örgütsel olgu olarak halkla ilişkiler, belediyelerde yönetimin geliştirilmesi, örgütün verimi ve etkililiğinin artırılması noktasında belediye yönetimi tarafından başvurulması gereken bir yöntemdir. Bunun gerçekleşmesi adına belediyenin örgütsel yapısı içerisinde halkla ilişkiler birimleri ve uygulayıcılarına gerekli roller ve sorumluluklar verilmeli ve tüm çalışanlarla birlikte yönetim de aynı bilinç ile görevini yerine getirmelidir (Yalçındağ, 1996: 33).

Yerel yönetimlerde etkinlik, hizmetlerin gerçekleştirilmeden önce, vatandaş odaklı olarak belirlenen amaç ve hedeflere ne ölçüde ulaşıldığını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Buna göre bir uygulamanın etkin olarak ifade edilebilmesi için belediyenin önceden belirlenen programına ve hedeflerine uygun şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Arslan, 2002: 5).

Yerel yönetimler halk ile iyi ilişkiler kurmak ve onların desteğini, güvenini sağlamak için üstlendikleri görevleri etkili ve verimli olarak gerçekleştirmek zorundadırlar. Yerel halka en uygun politikaları belirleyerek onların ihtiyacı olan hizmetleri, en kısa zamanda ve en uygun maliyet ile üreten belediyeler halkın desteğini ve güvenini kazanabilirler (Yalçındağ, 1988: 143-144). Etkin ve verimli bir belediye politikası sürdürülmesi halkla ilişkilerin gerçekleştirilmesi açısından da son derece önemlidir. Çünkü hedef kitlenin güven ve desteğine sahip olmayan herhangi bir kişi, kurum veya kuruluşta gerçekleştirilecek iletişim faaliyetleri de büyük zarar görecektir ve amacına ulaşmaktan uzaklaşacaktır.

Etkin ve verimli hizmet ile halkla ilişkilerin yolunun kesiştiği iki temel nokta bulunmaktadır: Buna göre ilk olarak belediyeler vatandaşa etkin ve verimli hizmet götürme noktasında halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanmak durumundadır. Vatandaşın istek, sorun ve beklentilerinin belirlenmesi onlara en uygun politikaların ve hizmetin belirlenmesinde kilit önem taşımaktadır. Belediye ve yerel halk arasında bir köprü gören halkla ilişkiler halka yakınlığı sayesinde gerekli bilgileri toplayarak belediye yönetimine aktarabilmektedir. İkinci olarak ise belediyeler vatandaşa en etkili ve verimli hizmeti verseler bile onların güvenini, desteğini kazanmak istiyorlarsa burada yine sağlıklı bir halkla ilişkiler gerçekleştirilmesi gerekliliği vardır. Halkla ilişkiler gerçekleştirilen hizmetleri vatandaşa en iyi şekilde anlatarak onları alınan kararlar ve uygulanan faaliyetler hakkında en doğru şekilde bilgilendirerek, karşılıklı güven ve iyi niyete bağlı bir ilişki inşa edilmesi sonucunda belediyeye destek ve sevgi sağlayabilmektedir (Uysal-Sezer, 1996: 65).

### **1.3.5. Tarafsız ve Eşit Hizmet**

Belediye yönetimleri genellikle belediye çalışmalarında tarafsız bir tutum sergileme çabasındadırlar. Ancak belediyeler her ne kadar yerel halka hizmet amacı ile seçilseler de hemen hemen her belediyenin bir siyasi partinin uzantısı olması zaman zaman tarafsız ve eşit hizmetin oluşması noktasında sıkıntı yaşatabilmektedir. Belediye başkanları genellikle seçim sonlarında verdikleri beyanatlarda oy veren, vermeyen herkese eşit mesafede olunacağı mesajını vermektedirler. Bu mesajlar her ne kadar tarafsız ve eşit bir hizmetin oluşması noktasında önem taşısa da belediye yönetimlerinde objektif bir tutumun oluşması genellikle sistemden çok bireylerin kişisel tavırlarına bağlı olduğundan ötürü zaman zaman tam olarak gerçekleştirilememektedir (Güllüpnar, 2009: 81). Belediyelerin kendi partilerine mensup kişilere ayrıcalık tanınması durumu “partizanlık” olarak değerlendirilmektedir. Partizanlığın yaygın olması ise ülkemizde yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin gelişmesinin önündeki en büyük engellerden birisi olarak kabul görmektedir (Gölönü, 2000: 126)

Belediyelerde tarafsız bir yönetimin gerçekleştirilememesi durumu karşılıklı eylemlerden kaynaklanmaktadır. İlk olarak belediye yönetimleri bahsettiğimiz gibi kendi partisine mensup ya da kendisine destek veren insanlara belediye ile ilgili işlerde öncelik sağlayabilirler. İkinci olarak ise tarafsızlığın bozulması halk tarafından gelen bir

istekle de oluşabilir. İhtiyacını daha kolay ya da hızlı bir şekilde gidermek isteyen insanlar seçmen, parti üyesi gibi unvanları kullanarak çeşitli yollarla belediye başkanı ya da belediye çalışanlarına ulaşarak eşit hizmet ilkesine aykırı bir durumun oluşmasına zemin hazırlayabilirler. Bu tip durumlar belediyelerdeki halkla ilişkiler görevlilerini de zor duruma düşürebilir. Belediye yönetimleri böyle durumlarda eşit ve tarafsız duruşunu korumalı ve haksız uygulamalara girmemelidir (Akçakaya, 1991: 82). Aksi durumlarda belediyelerin taraflı uygulamaları halk tarafından kabul edilmeyecek ve belediyeye olan inanç zarar görebilecektir. Böyle durumlarda halkla ilişkiler uygulamacılarının inşa etmeye çalıştığı karşılıklı güvene dayalı ilişkiler ve olumlu imaj büyük zararlara uğrama tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır.

Belediyelerde eşitlik ve tarafsızlık ilkesinin bozulması yeterli ve kaliteli hizmet alamayan vatandaşların kendilerini önemsiz hissetmesine neden olabilmektedir. Belediye hizmetleri gelir düzeyi yüksek olan “seçkin” insanların yaşadıkları mahalleler ve daha yoksun mahalleler arasında farklılık göstermemelidir. Ayrıca oy potansiyeli yüksek olarak görülen bölgelere daha kaliteli hizmet verilmesi gibi durumlar da tarafsızlık ve eşitlik ilkesine uygun değildir. Bu gibi durumlar hem vatandaş üzerinde psikolojik sıkıntılar yaratırken hem de yeterli hizmet götürülmeyen mahallelerde daha güvensiz bir ortam oluşması gibi sosyal sorunları da beraberinde getirebilir (Çelik ve Bilbay, 2017). Apa, belediye hizmetlerinde vatandaşların etik algısına yönelik olarak şunları belirtmektedir: vatandaşların belediyeler üzerindeki genel algısına bakıldığında belediyeler: tarafsız ve eşit bir hizmetin sağlanmadığı, kaynaklardan yararlanılırken kayırmacılığın olduğu bir kurumdur (Apa, 2013: 291). Görüldüğü üzere bu gibi durumlar vatandaşlar tarafından kabul edilmemekte ve onların zihninde olumsuz bir belediye imajının oluşmasına sebebiyet vermektedir. Burada halkla ilişkilerin görevi olabildiğince eşit ve tarafsız bir yönetim anlayışının inşa edilmesi konusunda belediye yönetimine danışmanlık yapmak ve gerçekleştirilecek iletişim faaliyetlerinde bu ilkeye uygun olarak hareket ederek vatandaşlara olabildiğince eşit hizmet götürülmesine katkı sağlamaktır.

### **1.3.6. Dürüstlük**

Halkla ilişkiler uygulamalarının temel amacı sorumluluk bilinci ile hareket ederek hedef kitleleri ile doğru, dürüst ve karşılıklı iyi niyete dayalı ilişkiler kurmak ve bu



ilişkilerin devamını tesis etmektir (Aslan, 2013: 35). Halkla ilişkiler görevlilerinin topluma karşı yanıltıcı veya yanlış bilgiler vermemek gibi bir mesleki sorumluluğu bulunmaktadır (Güllüoğlu, 2006: 150). Bu anlamda halkla ilişkilerde en temel değerlerden birisi de dürüstlük ilkesidir. Dürüstlük halkla ilişkileri reklam, propaganda gibi diğer iletişim yöntemlerinden ayıran en önemli özellik olarak öne çıkmaktadır (Yalçındağ, 1996: 14). Görüldüğü üzere halkla ilişkiler mesleğinde ve dolayısıyla uygulama ve uygulayıcılarında “dürüstlük” ilkesinin önemi büyüktür.

Halkla ilişkilerin belediyelerde uygulanmasında da benzer hassasiyetlerin gösterilmesi zorunludur. Belediyelerin tanıtma çalışmalarını gerçekleştirirken halka vereceği tüm mesajların gerçek, doğru ve güvenilir olması gerekmektedir. Belediyeler başarılı olduğu faaliyetler ve politikaları halka bildirirken olduğu gibi başarısızlıklarını ve bu başarısızlıkların gerekçelerini dürüst ve içten bir şekilde halka anlatarak onları bilgilendirmelidir. Burada belediyeler yanlış bilgilerle halka mesaj vererek başarısız faaliyet ya da politikaların üstünü örtmek gibi bir uygulamaya girişmemelidirler. Böyle durumlarda beklenenin aksine halkın güven, sevgi ve desteği zedelenecek ve belediye zor durumda kalacaktır. Belediyeler olumsuz durumlarda da halka doğru bilgileri aktardıklarında başarısızlıklar onlar tarafından hoş görülebilecek ve böylece halkın desteği sağlanabilecektir (Yatkın, 2007: 46).

Günümüzde her türlü bilgi ve belgeye özellikle internet aracılığıyla ulaşmak çok kolay bir hâle gelmiştir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları eğer insanlara yanlış mesajlar verirlerse insanlar doğru bilgiye çok çeşitli yollardan ulaşabilir ve belediyelerin bu tutumundan haberdar olabilirler. Böyle bir durumda belediyeler insanların güvenini ve desteğini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilirler. İnsanlar açıklık ve dürüstlüğü birbirine çok yakın olarak görmektedirler. Halkla ilişkiler uygulayıcıları zaman zaman eleştirilere de fırsat vermek adına kurumları için olumsuz görünebilen bilgileri de kamuoyu ile paylaşmak durumundadırlar (Dikme, 2016: 39-40). Dürüstlük bir kurumun etik olarak algılanmasında önemli bir yer tutmaktadır. Gökçe ve Örselli (2011: 61) gerçekleştirdikleri bir araştırmanın sonuçlarına göre vatandaşların dürüst olarak gördükleri kamu kurumlarının etik davranışlar sergileme ihtimallerinin daha fazla olduğu, dürüst olarak nitelendirmedikleri kamu kurumlarının ise etik dışı davranma ihtimallerinin fazla olduğu algısına sahip olduğunu söylemektedir. Ayrıca belediyelerin ortalama bir dürüstlük algısına sahip olduğunu da söylemektedirler. Buna göre

belediyelerde dürüstlük kuruluşun imajında farklı faktörlere de etki edebilen bir unsur olarak görülmektedir. Belediyeler gerçekleştirecekleri iletişim faaliyetlerinde dürüstlüğe daha fazla önem vererek insanlarda daha etik kurumlar oldukları izlenimini de sağlayabilirler.

### **1.3.7. Tutarlılık**

Yerel yönetimlerde etkili halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde en önemli ilkelerden birisi de tutarlılık ilkesidir. Tutarlılık ilkesi en geniş anlamıyla belediyelerin yerel halka ilettikleri mesajlar ile söz konusu belediyelerin gerçekleştirdikleri faaliyetlerin büyük oranda örtüşmesi olarak tanımlanabilir. İdeal olarak belediyelerin vatandaşlarına yansıttıkları hedef ve politikaları ile ortaya koyulan uygulamaları arasında birebir olmasa da çoğunlukla bir paralellik olmalıdır (Acar, 2002: 195).

Başka bir deyişle, belediyelerin plan ve politikalarına ilişkin vatandaşlara verdiği mesajları bu mesajlarla tutarlı olan çalışma ve çabalarla desteklenerek tutarlılık ilkesine uygun davranılmalıdır. Eğer belediyelerin söylemleri ile uygulamaları arasında bir tutarlılık olmaz ise halkla ilişkiler çalışmaları inandırıcılığını ve etkililiğini kaybedecektir. Tüm kişi, kurum ya da kuruluşlar imajlarını olumlu mesajlar üzerine inşa etme çabasındadırlar. Belediyelerin söylemleri de genellikle bu yönde olmaktadır. Ancak belediyeler eğer kişiler ve gruplar arasında ayrımcılık yapmak, yeterli hizmet vermemek gibi uygulamada yanlışlıklar yaparlarsa, söylemler ve eylemler arasındaki bu fark gittikçe insanlarda daha belirgin endişelere sebep olabilecektir. (Acar, 2002: 195). Böyle bir durum olumlu bir imaj yaratmak, halkın güven ve desteğini sağlamak amacıyla iletişim uygulamaları gerçekleştiren halkla ilişkilerin uygulanması noktasında sıkıntılı süreçler doğuracaktır.

Belediyelerde tutarlılık ilkesinin bir diğer önemli faktörü ise, belediyelerin hedef ve politikaları ile yine aynı belediyenin hedef ve politikalarının belirlenmesi, anlatılması ve tanıtımı ile ilgili belediyelerin, yerel halka verdiği mesajların birbiriyle uyumlu olmasıdır. Bir belediyenin yapısı, işleyişi, politikası, kararları ve uygulamalarının çevresine anlattıkları ile çelişmemesi gerekmektedir. Bunu önlemek için halkla ilişkilerin belediyelerde geniş bir sorumluluk alanına sahip olması ve belediyelerin en alt çalışanından yönetimine kadar tüm paydaşlarının ortak ilkeleri benimsemesi ve bu ilkelere uygun şekilde hareket etmesi gerekmektedir (Acar, 2002: 195-196).

Daha çok halkla ilişkiler özelinde incelendiğinde ise tutarlılık ilkesi belediyelerin halkla ilişkiler hedefleri, planları ve uygulamaları ile bunları gerçekleştirirken kullanacakları araç ve yöntemlerinin, yerel halkın yapısına uygun şekilde ve belediyelerin kaynaklarını göz önünde bulundurarak iyi bir şekilde seçilmesi ve birbiriyle tutarlılık göstermesi olarak anlatılabilir (Acar, 2002: 196).

Daha genel bir anlatımla belediyelerin halkla ilişkilerindeki tutarlılık ilkesi, belediye yönetiminin planlarına ve politikalarına ilişkin verilecek mesajlar ile alınan karar ve uygulamalar, mesajların tasarlanması ve iletilmesinde kullanılacak araç ve yöntemlerin birbirleriyle örtüşen, birbirini destekleyecek şekilde gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir (Tarhan ve Bakan, 2013: 39).

### **1.3.8. Süreklilik**

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde zaman planlaması yapmak son derece önemlidir. Her uygulama için bir başlangıç ve bitiş tarihi belirlenmelidir. Ancak halkla ilişkiler gibi iletişim tekniklerinde mesajların olumlu ve olumsuz etkileri kalıcı olabilmektedir. Bu anlamda bir halkla ilişkiler faaliyeti gerçekleştirirken, iletişim sonu gelmeyecek bir faaliyet olarak düşünülmelidir. Verilecek mesajlar gerekli zamanlarda tekrar edilerek hedef kitle üzerinde etkili olması sağlanmaya çalışılmalıdır (Peltekoğlu, 2009: 183).

Belediyelerin halkla ilişkilerinde süreklilik ilkesi gereğince belediyelerin tüm birimlerindeki çalışanlar ve yönetimince üretilen ve yerel halka iletilen mesajların belirli zaman içerisinde tutarlı olması ile birlikte, çeşitli zamanlarda tekrar edilen mesajların da birbirleri ile uyumlu ve tutarlı bir yapıda olması gerekmektedir. Belediyelerin halkla ilişkilerindeki süreklilik ilkesi de bu bağlamda halkla ilişkilerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için verilen mesajların belirli zaman aralığında tekrar edilerek süreklilik arz etmesini içermektedir (Acar, 2002: 196).

Belediyelerde halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirilirken yerel halk ile iletişimde süreklilik son derece önemlidir. Belediyeler doğası gereği vatandaşlar ile geniş zaman dilimleri içerisinde etkileşimde bulunmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamalarının uzun soluklu faaliyetler olduğu düşünüldüğünde vatandaşlar üzerinde pozitif izlenimler oluşturmak isteyen belediyelerin sadece yerel halka ilettikleri mesajlarda değil, politikalarında ve gerçekleştirdikleri faaliyetlerde de süreklilik olması gerekmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013: 40). Halkla ilişkiler uygulamalarında verilecek

mesajlar, doğrudan belediyelerin politikaları ve uygulamalarından besleneceğinden belediye politikaları ve faaliyetlerinde süreklilik halkla ilişkiler açısından son derece önemlidir.

Acar (2002: 197) belediyelerin halkla ilişkilerinde süreklilik ilkesini 3 ana unsur üzerinden betimlemiştir. Bunlar:

- a) Belediyelerin halkla ilişkilerde benimsediği anlayışın sürekliliği,
- b) Aynı konular üzerinde belediyelerin benimsediği temel ilke ve mesajların sürekliliği,
- c) Belediye ile yerel halk arasındaki ilişki, iletişim ve etkileşimin uzun dönemli olarak düşünülmesi, planlanması ve uygulanması.

### **1.3.9. Kimlik**

Belediyelerin halkla ilişkiler hedefleri, politikaları ve uygulamaları açısından önem taşıyan unsurlardan bir diğeri de tüm bunların bir kimlik çerçevesinde değerlendirilmesidir. Belediyelerin halkla ilişkileri açısından kimlik ilkesi üç ana başlık altında toplanabilir. Bunlar: Belde ya da kent kimliği, kurum veya belediye kimliği ve bu ikisi ile etkileşim sonucu gelişen, kentlilik/ hemşehrilik kimliğidir. İlk olarak kent kimliğine bakıldığında, bu kavram şehrin geçirdiği tarihsel evreler, içerisinde bulunduğu coğrafi, ekonomik ve demografik koşullar etrafında şekillenmektedir. Tüm bu faktörler göz önünde bulundurularak halkın “nasıl bir kentiz ve nasıl daha iyi olabiliriz?” sorularına cevap aramasını sağlamak belediyelerde kimlik yönünden halkla ilişkiler amaçlarından birisidir (Özüpek, 2013: 39).

Şehrin kimliğini oluşturan öğeler belirlenirken çevresel analizlerin iyi bir şekilde yapılması oldukça önemlidir. Çünkü kent kimliği doğal çevre, toplumsal yapı, sosyo-kültürel yapı ve yapma çevre gibi faktörlerin birbirleriyle ilişkileri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu faktörler bir bütün olarak ele alınmalı ve değerlendirilmelidir (Önem ve Kılınçaslan, 2005: 117).

Topçu (2011: 1052) kent kimliğini belirlerken sadece doğal ve yapay çevre mimarisi gibi somut yapıların yeterli olmayacağını ve o kentteki insanların yaşantıları, birikimleri ile bunların anlamlı kılınabileceğini ifade ederken, bu durumun da “kültür ve gelenek” kavramlarını ön plana çıkardığını söylemektedir. Buna göre halkla ilişkiler kentteki insanların değerlerini, yaşayışlarını, geçmişlerini ve tutumlarını iyi bir şekilde

analiz ederek kent kimliğinin belirlenmesi, oluşturulması ve geliştirilmesi noktasında önemli görevlere sahiptir diyebiliriz.

Kurum kimliği ise kuruluş, işletme ya da organizasyonun kimliğini ifade etmektedir. Kurum kimliği kuruluşta çalışan tüm personelin davranışları, kuruluşun iletişimi, felsefesi ve görsel unsurlarını kapsamaktadır (Okay, 2013: 25). Belediyeler açısından ise kurum kimliği bir belediyenin halkla ilişkiler hedefleri, politikaları ve uygulamaların belediyenin kurum kimliğinden etkilendiği gibi, kurum kimliğinin oluşturulması sürecinde de halkla ilişkiler etkin rol oynamaktadır (Acar, 2002: 189).

Okay (2013: 25) bir kurum ya da kuruluşun kurum kimliğine ihtiyaç duymasının nedenlerini iç faktör olarak kurum veya kuruluşta çalışan personellerin çalıştıkları kurumla bütünleşmesini sağlamak, dış faktör olarak ise kurum veya kuruluşun rakiplerinden farklılaşmasını sağlamak, şeklinde belirtmektedir. Buna göre halkla ilişkiler açısından bir belediyenin kurumsal kimliği, çalışan personelin belediyenin politikası, amaçları ve uygulamalarını benimsemesini sağlamak ve belediyenin diğer şehir belediyelerinden ayrılarak onlardan farklarını, daha iyi olduğu noktaları ortaya çıkararak yerel halkın desteğini sağlamak olarak değerlendirilebilir.

Belediyelerin halkla ilişkilerinde kimlik ilkesinin üçüncü unsuru olan kentlilik veya hemşehricilik kimliği diğer iki unsurun birbirleriyle etkileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Kentlilik bilinci şehirde birlikte yaşayan insanların farklılıklarını bir yana koyarak ortak değerler altında bütünleşerek buldukları kent ile özdeşleşmeleri olarak tarif edilebilir. Vatandaşlar buldukları şehir ile bütünleşip ona değerler yükledikleri ve bu değerler için özveride buldukları zaman kent kimliği bir anlam kazanabilmektedir (Kaypak, 2010: 376-377).

Literatürde kentlilik bilincinin, kente karşı sorumlu olmak, kente ve kentliye saygılı olmak, kente aidiyet, kent kültürü, kentsel yaşam, kente bağımlılık, kentli olmak gibi pek çok kavramla ilişkili olduğu belirtilmektedir (Beyazlı ve Aydemir, 2008: 51).

Burada kimlik ilkesi açısından kentlilik bilincinin oluşmasında en büyük engellerden birisi, belediyelerimizin kent halkının sahibi ve kurucusu olduğu kurumlar olmamasıdır. Bir diğer önemli engel ise hızlı ve düzensiz kentleşmenin de etkisiyle kentte yaşamalarına rağmen, kentlilik bilinci oluşmamış insanlardır. Bu bireylerin hem kentli olmalarının kendilerine sağladığı haklardan hem de kendilerine yüklediği

sorumluluklardan haberdar edilmesi ve iyi bir şekilde bilinçlendirilmesi gerekmektedir (Yalçındağ, 1996: 30).

Kentlilik bilincinin oluşması açısından halkla ilişkilere düşen görev ise gerek kente bağlı bulunan köylerden gerekse de diğer illerden göç eden insanlara, belediyeçilik kavramına ve yerel yönetim kurumlarına alışmalarında ve yeni gelenlere yaşadıkları kentle ilgili kentlilik bilincinin oluşturulması ve geliştirilmesidir (Acar, 2002: 189). Kentlilik bilinci yerel halkın şehirle uyumlu olması açısından büyük önem taşımaktadır.

### **1.3.10. Kişisel Yetkinlik ve Kurumsal Destek**

Kişisel yetkinlik ve kurumsal destek ilkesi iki alt unsur ile ele alınabilir. Adından da anlaşılacağı üzere ilki kişisel yetkinlik, ikincisi ise kurumsal destektir. Burada kişisel yetkinlik ilk olarak belediyelerin halkla ilişkiler birimlerinde görev yapacak olan halkla ilişkiler uygulayıcılarının ve sonrasında tüm belediye çalışanları ve yönetiminin işi ile ilgili gerekli yetenek, bilgi ve deneyime sahip olması olarak tanımlanabilir (Acar, 2002: 192). Halkla ilişkiler, belediyelerde yalnızca halkla ilişkiler uygulayıcılarının değil, en alt kademede çalışan belediye personelinin belediye yönetiminin en üst kademesine kadar her bir bireyin sorumluluğudur (Acar, 1993: 147). Çünkü belediye personelleri hemen hemen her gün vatandaş ile iletişim halindedir. Vatandaşa olası kötü yaklaşımlar ya da yanlış davranışlar belediye imajını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu anlamda belediyelere personel alınırken özellikle iletişim yetenekleri göz önünde bulundurulmalı ve belirlenen zamanlarda gerekli hizmet içi eğitimler ile iletişim yetenekleri ve bilgileri güncel tutulmalıdır (Yalçındağ, 1988: 74). Türkiye'deki kamu yönetimi, çalışan personeller açısından değerlendirildiğinde ise ortaya genellikle olumsuz bir tablo çıkmaktadır. Bu durumun temel nedeni ise kamu yönetiminde uygulanan istihdam temelli yanlış politikalar olarak görülmektedir (Arklan, 2009: 74). Özellikle görece daha küçük yerleşim birimlerindeki kamu kurumlarında vatandaşla yakın ilişki içerisinde çalışan personeller daha düşük ücretli ve daha az nitelikli ya da eğitilmiş insanlardan oluşmaktadır. Bu gibi durumlarda vatandaş ile olan ilişkilerde olumsuz durumlar ortaya çıkabilmektedir. Bunun önüne geçilmesi için, göreve başlayacak genç memurlar yönetim ve kişisel ilişkiler anlamında yoğun bir eğitim programından geçmelidir. Bu programı başarı ile sonlandıran adaylar göreve başlamalı, başarısız olanlar ise elenmelidir (Asna, 1968: 66).

Gerek özel kuruluşlar gerekse de kamu kurum veya kuruluşları halkla ilişkiler örgütlenmesi konusunda genellikle iki farklı yol izlemektedir. Zaman zaman örgüt dışındaki bir kişi, kurum veya kuruluşa verilen halkla ilişkiler görevi, çoğu özel kuruluş veya kamu kuruluşunda örgüt içerisinde ayrı bir birim şeklinde konumlandırılmaktadır. Örgütün bulunduğu çevreye, yapısına veya hedefine göre bazı özel durumlarda farklı konumlandırmalar da gerçekleştirilebilir. Kamu kurumlarının neredeyse tamamında ve özel kuruluşların birçoğunda kurum içerisinde bir halkla ilişkiler danışmanlığı ya da daire başkanlığı şeklinde halkla ilişkiler birimleri görülmektedir (Ertekin, 1990: 36). Belediyelerin vatandaşların istedikleri hizmetleri yerine getirmeleri için onlar ile iyi ilişkiler içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu açıdan belediye örgütlenmesi içerisinde halkla ilişkilerden doğrudan ve birinci derecede sorumlu olması gereken bir birimin varlığı önemlidir. Belediyelerin büyüklüğüne göre örgütsel düzen değişse de iletişim teknolojilerinin gelişimine bakıldığında küçük veya büyük tüm belediyelerde bir halkla ilişkiler birimi bulunması gerektiğini söyleyebiliriz (Dikme, 2016: 106).

Örgütün en alt kademesinde çalışan personelden, en yüksek kademedeki yöneticilere kadar herkesin sorumluluğu olarak kabul edebileceğimiz halkla ilişkiler, bu anlamda bir yöneticinin sürekli yaptığı bir sevk ve idare anlamına gelmektedir. Buna göre halkla ilişkilerin bir kurum örgütlenmesindeki yeri nasıl olmalıdır? Bir birimin diğer birimlerle eşgüdüm halinde hareket etmesi, birimler arası anlaşmazlıkları çözebilmesi ve emirlerin yerine getirilmesinde örgüt içerisindeki konumu oldukça önemlidir (Ertekin, 1995: 6). Bir halkla ilişkiler birimi belediye örgütlenmesi içerisinde doğrudan başkana etki edecek şekilde konumlandırılmalıdır (Güllüpınar, 2009: 72-73). Halkla ilişkiler belediye yönetimleri ile halk arasında bir köprü oluşturmaktadır. Bu göreviyle, belediye yönetimini, yönetimin plan ve politikalarını halka anlatmakta ve onlarla kurulan ilişkiyi yönlendirmektedir. Bir belediyede tüm paydaşlarla gerçekleştirilen ilişkilerin doğrudan başkanın sorumluluğu altında olduğu düşünülebilir. Çünkü bir yönetimin politikası, kararları ve uygulamaları doğrudan doğruya en tepedeki yönetici veya ekibe mal edilmektedir. Bu bilgilerden halkla ilişkilerin neden başkana bağlı çalışması gerektiği görülmektedir (Yaymoğlu, 2007: 136).

### **1.3.11. İlişkiler, İletişim ve Etkileşimin İki Yönlülüğü**

Halkla ilişkilerde iki yönlülük iki farklı anlamda kullanılmaktadır. Bunlardan birincisi kişi, kurum veya kuruluş ile hedef kitlesinin birbirlerine etkide bulunması,

yalnızca kuruluşun verdiği mesajlar ile hedef kitlede değişiklikler oluşturulması değil, hedef kitlenin gereksinimi olan değişikliklerin de kuruluş açısından gerçekleştirilmesidir. İkinci olarak ise iki yönlülük, kuruluş ve kitle arasında iletişimin iki yönlü olarak gerçekleşmesidir. Burada iki yönlülüğü sağlamak ise kişi, kurum veya kuruluşun sorumluluğundadır (Uysal, 1998: 154).

Belediyelerin halkla ilişkilerinde ilişkiler, iletişim ve etkileşimin iki yönlülüğü ilkesi, belediyelerin vatandaşlar ile olan ilişkilerinin geliştirilmesi ve iki yönlü bir iletişimin tahsisi ile gerçekleştirilebilir. Bunu gerçekleştirmek için ise belediyelerin plan, politika ve uygulamaları hakkında yerel halkı bilgilendirmeleri ve onların dilek, istek ve şikâyetlerini dinlemeleri gerekir. İlişkiler, iletişim ve etkileşimin iki yönlülüğü ilkesi temelde kurum veya kuruluşların hedef kitleleri ile iletişimini açıklarken, halkla ilişkilerin iki önemli fonksiyonu olan tanıma ve tanıtmayı kapsamaktadır (Tarhan ve Bakan, 2013: 43).

Tanıma ve tanıma literatürde birbirine benzer fakat farklı özelliklerinden esinlenerek yapılmış birçok tanım ile kullanılmaktadır. İlk olarak tanıma, bir kurum veya kuruluşun hedef kitlelerinin istek, beklenti veya şikâyetlerini öğrenerek onların görüşlerinin alınması sürecini oluşturmaktadır (Yağmurlu, 2011: 7). Tanıtma işlevi ise halkla ilişkilerin ortaya çıkmasından beri var olan, örgütün, çevresine kendi politikalarını, uygulamalarını anlatması için kullanılan iletişim çabalarını kapsamaktadır (Yağmurlu, 2010: 64).

Belediyelerde ilişkiler, iletişimde etkileşimin iki yönlülüğü ilkesi tam manasıyla gerçekleştirilemediği takdirde, söz konusu belediyede hem halkın istek, görüş ve sorunlarının dinlendiği tanıma faaliyetleri hem de belediyenin karar, politika ve faaliyetlerinin anlatıldığı tanıtım faaliyetleri önemini kaybedebilecektir (Acar, 2002: 195).

Tüm kurum veya kuruluşlar gibi belediyeler de halkı etkiler ya da halktan etkilenirler. Burada belediyelerin gerek işlerini daha hızlı veya kolay gerçekleştirmesinde, gerek alınan kararlar ve uygulanan faaliyetlerin halk ile bütünleşmesi ve böylece onların desteğinin kazanılmasında iletişim iki yönlülüğünün önemi büyüktür. Belediyeler tanıma faaliyetleri ile halkın istek ve beklentilerini öğrenerek, tanıtım faaliyetleri ile de belediyenin aldığı kararları ve uygulamaları ve



bunlara sebep olan durumları halka etkili bir şekilde anlatarak iletişimin iki yönlü olarak işlemlerini temin etmektedir (Sezer, 1998: 65).

#### **1.4.Belediyelerde Halkla İlişkiler Uygulamaları**

Halkla ilişkiler literatürü incelendiğinde gerek özel sektör gerekse de kamu kurum veya kuruluşlarında uygulanan halkla ilişkiler faaliyetlerinin belli başlı bazı kategorilere ayrıldığı görülmektedir. Genel olarak halkla ilişkiler faaliyetleri, kuruluşun plan, politika veya uygulamalarını hedef kitlelerine anlatması ve yine bu konularla ilgili çevrelerine verdiği mesajlardan aldığı geribildirim ile veri toplaması olarak iki farklı yöntemle gerçekleştirilmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013: 54).

Kazancı (1980) halkla ilişkiler uygulamalarını “yönetimin yapısının ve kararlarının halka açıklanması: tanıtma” ve “yönetimin halkın gereksinim ve isteklerini öğrenmesi: tanıma” olarak sınıflandırmıştır. Yine Yalçındağ (1988) belediyelerde halkla ilişkileri “tanıtma ve halka bilgi verme” ve “halkı tanıma” başlıkları altında incelemiştir. Yine literatüre uygun olarak, Yağmurlu (2011) “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya” isimli çalışmasında tanıma ve tanıtma kategorilerini kullanmıştır. Yatkın (2007) “Belediye ve belediye hizmetlerini halka tanıtma” ve “belde halkını tanımak, beklentilerini öğrenmek” olarak iki sınıflandırmayı kullanmıştır. Literatüre bakıldığında (Tarhan 2007; Özüpek, 2013; Özüpek, 2010) yine birçok çalışmada belediyelerin plan, politika ve uygulamalarının halka anlatılması “tanıtma” ve yerel halkın istek, görüş ve beklentilerinin belirlenmesi yoluyla bilgi alınması “tanıma” olarak iki kategorinin kullanıldığı görülmektedir.

Literatürde tanıma ve tanıtma üzerinden iki aşamalı bir sınıflandırma genel kabul görmektedir. Ancak günümüzde özellikle iletişim teknolojisindeki gelişmeler ve toplumsal yapının değişimi ile birlikte üçüncü bir kategori daha kullanılmaya başlanmıştır. Belediyelerin gerçekleştirdiği halkla ilişkiler faaliyetlerinde halkın istek, şikâyet ve beklentilerinin belirlenmesi ile alınan kararlar, belediyelerin gerçekleştirdiği faaliyetler ile ilgili halka bilgi vermek işlevlerinin ikisine birden olanak sağlayan yeni iletişim ortamları oluşturulması gereği duyulmuştur. Bunun sonucunda “halkın görüşlerini belirleme ve halkı yapılan hizmetlerden haberdar etme: tanıma ve tanıtma” başlığı altında yeni bir kategori ortaya konulmuştur (Tarhan ve Bakan, 2013: 55-56).

Bu çalışmada da belediyelerin halkla ilişkiler uygulamaları tanıma, tanıtma ile tanıma ve tanıtma kategorileri çerçevesinde incelenecektir.

### 1.4.1. Tanıma

Bir belediyenin yerel halkın istek ve beklentilerini belirlemesi, bunlara uygun hizmetleri üretmesi ve üretilen hizmetler ile ilgili vatandaşların görüşlerini öğrenerek çevresini tanıması, belediye-halk bütünleşmesini sağlayarak daha etkili bir halkla ilişkiler anlayışını ortaya çıkaracaktır (Yatkın, 2006: 46-47). Halkın belediye hakkındaki isteklerini, beklentilerini, varsa şikâyetlerini ve belediyeye destek verdikleri veya vermedikleri konuları belirleyerek ortaya çıkan verilere göre yönetimin tavrını oluşturmak ve buna uygun halkla ilişkiler programları düzenlemek amacıyla kullanılan birçok yol ve yöntemin olduğu söylenebilir (Yalçındağ, 1996: 101). Yerel yönetimlerde tanıma faaliyetleri, halkın fikir ve görüşlerinin anlaşılmasına imkân verirken aynı zamanda da insanların beklentilerinin öğrenilmesini sağlayarak, onlara ihtiyacı olan hizmetlerin götürülmesinde önemli bir rol oynayabilir (Ertekin, 1995: 7). Ayrıca belediyeler halkın hizmet ve faaliyetler hakkındaki görüşlerini belirleyerek, kendi uygulamaları konusunda neyin doğru, neyin yanlış olduğunu anlayabilecektir (Yalçındağ, 1996: 101).

Tanıma faaliyetleri yönetimin, halkın istek, görüş ve şikâyetlerini öğrenmesi kadar bunlardan etkilenmesi konusunda da önem taşımaktadır. Ancak halkın görüşlerinden etkilenerek karar alan bir yönetim halk ile arasındaki toplumsal uzlaşmayı sürdürülebilir kılabilmektedir. Yönetimler üzerinde etkili olmaya çalışan sivil toplum kuruluşları gibi baskı örgütleri ile iyi ilişkiler kurmak da yine onları tanımak ve onların fikir ve görüşleri yönetsel sürece dahil edilerek sağlanabilir. Gerek teker teker bireyler ve toplum gerekse de baskı örgütlerinin fikirlerini ve görüşlerini öğrenerek bunları dikkate aldığını gösterebilen bir yönetim karar alma sürecinde ve faaliyetlerin uygulanmasında oldukça rahat adımlar atabilecektir (Kazancı, 1980: 60-61).

Yerel Yönetimlerde tanıma faaliyetleri literatürde şu şekilde sıralanmaktadır (Özüpek, 2013; Tarhan ve Bakan, 2013; Yalçındağ; 1988, Ertekin, 1995; Dikme, 2016):

- Belediyelerin danışma merkezleri,
- Kamuoyu araştırmaları,
- Medyanın takibi,
- Referandum,
- Personelden elde edilecek bilgiler,
- İstek ve şikâyet kutuları,

- Vatandaş başvuru büroları,

#### **1.4.1.1.Danışma ve Belediyelerin Danışma Merkezleri**

Belediyelerin yerel halkı tanıma çabaları içerisinde başvuracakları en etkili yöntemlerden birisi de danışmadır. Danışma yöntemi kullanılarak belediye yönetimleri ile yerel halk arasında bir uyum yakalanabilir (Yalçındağ, 1998a: 81). Alacağı kararlar ve gerçekleştireceği uygulamalar öncesinde yerel halk, uzmanlar gibi konu ile ilgili kişi ve grupların fikir ve görüşlerini alan bir belediye yönetimi bilgi eksikliğinden kaynaklanan sorunları en aza indirebilecektir (Kazancı, 1980: 62). Ayrıca yönetsel demokrasinin sağlanması açısından, belediyelerin bireyin veya örgütlerin fikir ve görüşlerini alarak bunları karar veya uygulamalarına dahil etmesi bu karar ve uygulamaların kalitesini ve verimliliğini artırabilecektir (Şengül ve Çetinkaya, 2012: 58).

Belediyelerde halkı tanıma ve onların yönetime katılma işlevlerini yerine getirmek amacıyla Semt Danışma Merkezleri adı altında büro/birimler kullanılabilir. Örneğin: Bursa Büyükşehir Belediyesi 1994 yılından bu yana belediyenin mahalle büroları şeklinde bir işleyişe sahip olan, belediye ile yerel halk arasındaki iki yönlü iletişimi kurarak bilgi akışını sağlamak ve halkın istediği faaliyetleri öğrenerek bunları gerçekleştirmek amacıyla Şehir Danışma Merkezlerinden faydalanmaktadır (Yalçındağ, 1996: 144).

#### **1.4.1.2.Kamuoyu Araştırmaları**

Yerel yönetimlerin önemli hizmetlerle ilgili karar almadan önce vatandaşlarının dilek, istek ve beklentilerini öğrenerek toplumun konu hakkındaki fikir ve görüşlerini almasında başvurulan en önemli yollardan birisi de kamuoyu araştırmalarıdır (Akçakaya, 1999: 84). Genel olarak kamuoyu araştırmaları toplumda toplumu temsil niteliğinde bir örnek grup seçilerek, bireylerle görüşme yolu ile ya da bireylere anket soru kâğıtları cevaplandırılarak halkın belirli konular hakkındaki eğilim, görüş kanaat ya da tutum ve düşüncelerinin belirlenmesi olarak tanımlanabilir (Yalçındağ, 1996: 107).

Kamuoyu araştırmaları yalnızca belediyelerin alınacak kararlar ve uygulanacak faaliyetleri ile ilgili halkın fikir ve görüşlerinin alınmasından ibaret değildir. Sonuç olarak belediyeler ülkemizde siyasal yapılanmalardır ve kurumların bir dönem

yönetilmesi değil, yönetimin devamlılığı esastır. Bu anlamda yerel halk aynı zamanda belediyeler açısından seçmen grubunu da oluşturmaktadır. Kamuoyu araştırmalarından elde edilecek veriler, belediye yönetimi ile, ilgili yerel halkın siyasi tutumlarının bilişsel ve duygusal öğelerini belirlemede yardımcı olarak halka verilecek mesajların belirlenmesinde önemli rol oynayabilecektir (Kalender, 1999: 93). Kamuoyu araştırmaları, özellikle de anketler belediyelerimiz tarafından genellikle seçimden seçime gerçekleştirilmektedir. Olması gereken ise bu araştırmaların belirli periyotlarda gerçekleştirilerek halkın fikir ve görüşlerinin alınmasıdır (Özüpek, 2013: 46).

Kamuoyu araştırmaları kalitatif ve kantitatif olmak üzere iki ayrı yöntem ile gerçekleştirilmektedir. İlk olarak kalitatif yöntem, araştırmaya ilişkin toplanan verilerin nitel sonuçlar ortaya koyduğu yöntemdir. Kantitatif yöntem ise araştırmaya ilişkin nicel (sayısal) verilere ulaşmayı amaçlayan ve matematik ve istatistik alanında geçerli olan analiz yöntemleri ile sonuç alınmaya çalışılan yöntemlerdir (Balcı ve Ayhan, 2004: 138).

Kamuoyu araştırmaları belediyelerde bulunan halkla ilişkiler birimleri veya bağımsız araştırma kuruluşları tarafından gerçekleştirilebilir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta kamuoyu araştırmalarının kamuoyunun fikir veya görüşlerinin belirlenmesinde yansız ve gerçekleri ortaya koyacak şekilde gerçekleştirilmesidir (Yalçındağ, 1988a, 82). Bu anlamda kamuoyu araştırmalarında geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması yönünde ortaya çıkabilecek problemler önceden belirlenmeli ve gerekli önlemler alınmalıdır (Çöllü, 2008: 282).

Belediyeler kamuoyu araştırmalarından genellikle şu amaçlarla faydalanabilirler (Yalçındağ, 1996: 109-110).

- Kamuoyu araştırmaları sonucunda elde edilen bilgiler belediye yönetiminin hizmetlerindeki yanlışları ortaya koyabilir ya da bu hizmetler konusunda halkın olumsuz düşüncelerini yansıtabilir. Bu bilgiler sonucunda yönetim gerçekleştirilen hizmetleri revize edebilir ya da iptal ederek yeni hizmet politikalarına yönelebilir.
- Araştırma sonuçları belediyede etkili çalışan birimleri ortaya çıkararak onların ödüllendirilmesi, örgütsel yapının uygun şekilde oluşturulması veya değiştirilmesi için belediye yönetimine ışık tutabilir.

- Araştırma sonuçları, yerel halkın geneli tarafından onaylanan ancak küçük gruplar tarafından onaylanmayan belediye karar ve uygulamalarını savunmak adına gerekli bilgileri temin edebilir.
- Özellikle ankete dayalı kamuoyu araştırmaları ile, belediyeye istek, beklenti ve şikâyetlerini başka yollar ile iletememiş olan bireylerin düşünceleri öğrenilebilir.
- Vatandaşların belediyeye ilettikleri düşünceleri genel olarak olumsuz geri dönüşleri kapsadığından, belediyeye olumlu geri dönüşlerin sağlanması noktasında kamuoyu araştırmaları önem taşımaktadır.
- Kamuoyu araştırmaları, bazı sorunların büyümeden, henüz başlangıcında çözülmesi imkânı tanıyabilir.
- Düzenli olarak gerçekleştirilen kamuoyu araştırmaları, belediyelerin politikaları ve faaliyetleri noktasında halkın görüşlerindeki değişimi ortaya koyabilir.

#### **1.4.1.3. Medyanın Takibi**

Kitle iletişim kurumlarının daha yaygın hale gelmesiyle yönetimin plan ve uygulamalarında dikkate alınması gereken yeni bir yapı ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim araçları yönetimler tarafından bilginin aktarımı noktasında olduğu kadar yönetim sürekliliğinin sağlanması noktasında ihtiyaç duyulan bilgilerin (kaynağı halk olmak üzere) elde edilebildiği bir araç olarak kullanılabilir (Güllüoğlu, 2009: 147).

Belediye yönetimlerinin yerel halkı tanımada kullanabilecekleri en masrafsız araç basındır. Basının takibi ile belediyeler alacakları kararlar ve uygulayacakları faaliyetlerle ilgili bilgi eksikliklerini giderebilirler. Belediyeler ulusal ve yerel basında çıkan ilgili haberleri takip ederek gerçekleştirdikleri faaliyetlerde eksik ya da yanlış noktalar varsa bunları düzeltebilir veya halihazırda uygulanmakta olan bir faaliyeti geliştirerek daha etkili hale getirebilirler. Bu bağlamda basının belediye yönetimleri ve halk arasında bir köprü vazifesi gördüğü söylenebilir (Özüpek, 2013: 48).

Basının takibi ile tek tek okuyucu mektupları, röportajlar, haberler, inceleme yazıları, araştırma sonuçları, belediyelerin karar ve uygulamalarına halk tepkilerini sürekli aktaran bir veri toplama aracı elde edilebilir. Basının belirli bir kesimi özellikle toplumda belirli örgütlerin ya da toplulukların seslerini duyurmaya olanak sağlamasından önemlidir. Çünkü demokrasilerde yönetimler basının sözcülüğünü

yaptığı toplumsal grupları dikkate almak durumundadır. Burada belediyelerin toplumdaki çıkar grupları ile kamu yararı arasındaki dengeyi sağlamaları oldukça önemlidir (Yalçındağ, 1988a: 82). Özellikle yerel basının yoğun olduğu bölgelerde yerel basında yer alan haberlerin yönetim üzerinde etkili olduğu görülebilmektedir. Basın bilgileri kaynak alınarak zaman zaman yönetici değişiklikleri veya halktan haber almada sıkıntıların yaşandığı birimlerde yeni yapılanmalar oluşturmak gibi değişiklikler bunlara örnek olarak verilebilir (Güllüpinar, 2009: 148).

Basının takip edilmesi belediyelerde karar ve uygulamalar üzerinde halkın rolünün sağlanmasının yanı sıra basında çıkan halkın fikir ve görüşlerine uygun yanıtların hazırlanması açısından da kullanılmaktadır (Yalçındağ, 1996: 126).

Günümüzde özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yaygınlaşması ve internet temelli yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması belediyelerin bu medya organlarını da takibini zorunlu kılmaktadır. Özellikle büyük ölçekteki belediyeler bu amaçla medya takip merkezleri gibi kuruluşlardan yararlanmaya başlamışlardır (Özüpek, 2013: 49).

#### **1.4.1.4.Hemşehri Başvuru Büroları**

Yerel yönetimlerde vatandaşların istek, beklenti ve şikâyetlerini öğrenmede kullanılan bir diğer yöntem de hemşehri başvuru bürolarıdır. Yıldırım Servisi, Alo Belediye gibi telefon aracılığıyla ya da Halk Danışma Büroları, Beyaz Masa gibi hem telefon hem de yüz yüze başvuruların alındığı farklı sistemler belediyelerin birçoğunda bulunmaktadır. Başvurular bu merkezlerde gruplandırılıp toplanarak işlemlerin yapılacağı gerekli birimlere iletilmekte ve iletişim bilgileri alınan bireylere sonuç hakkında dönüş yapılmaktadır (Yalçındağ, 1996: 128). Burada halka zamanında, ulaşılabilir bir şekilde sonuçlar hakkında bilgi verilmesi büyük önem taşımaktadır. Halk zamanında ve doğru şekilde bilgilendirildiği takdirde kendisinin fikir ve görüşlerinin dikkate alındığını düşünebilecektir (Gölönü, 200: 129). Hemşehri başvuru bürolarında görevli personelin, başvuruda bulunan halk ile münasebetinde gerekli nezaketi göstermesi, internet üzerinden alınacak başvurularda gerekli teknolojik altyapının iyi bir şekilde kurulması sistemin işleyişi açısından önemlidir (Yılmaz ve Bozkurt, 2006: 186). Belediyelerde hemşehri başvuru büroları belediye kaynakları kullanılmadan şu yararları sağlayabilir (Yalçındağ, 1996: 125-126):

- Olası yanlış anlaşılmaların önüne geçilebilir.

- Yerel halk belediye yönetiminin kendilerini önemseyemediği, fikir ve görüşlerine değer verdiği duygusu besleyebilir.
- Çok sayıda vatandaşa ulaşmada kolaylık sağlayabilir.
- Yüz yüze görüşmelerde zaman zaman kendisini rahat hissetmeyen vatandaşlar, telefonla yapılan görüşmelerde bu tedirginliklerini aşabilmektedir.
- Bazı durumlarda belediyeler vatandaşlara kısa bilgiler vererek güven ortamının tahsisinde bu uygulamalardan faydalanabilir.
- Belediye yönetimi veya uygulamaları hakkında özel şikâyetleri olan insanlar farsa bunlar hakkında bilgi edinilerek önlemler alınabilir ve telefon numarasının alınması ile gerekli işlemlerin takibi yapılabilir.

Bunlara ek olarak Sezgin ve Özbay şu faydaların sağlanabileceğinden söz etmektedirler (2016: 203-204):

- Vatandaşları dinlemekle zaman kaybedebilecek olan yöneticilerin iş yükünü hafifleterek hizmet üretimi noktasında fayda sağlayabilir.
- Halkın denetimi artırılarak belediyelerin iç denetimine katkı sağlanabilir.
- Vatandaşların belediyeye giderek dilekçe vermek yerine internet, telefon gibi araçları kullanması zaman kaybının önüne geçebilir.
- Yönetimde açık ve saydam bir anlayışı pekiştireceğinden, yolsuzluk gibi durumları önleyebilir.
- Vatandaşların oluşabilecek zorluklarda sorunlarını çözebilmek adına bir aracı aramalarının önüne geçebilir.

Belediyeler vatandaşların istek, beklenti ve şikâyetlerine belediyeler tarafından oluşturulan bu birimler aracılığıyla makul sürelerde cevap verdiği takdirde halk bu birimlere başvurularını sürdürecektir ve belediyeler halkın istek ve beklentilerine uygun hizmet üretme noktasında önemli bir bilgi kaynağından faydalanma olanağı bulabileceklerdir (Tarhan ve Bakan, 2013: 63).

#### **1.4.1.5.Referandum**

Referandum temsili demokrasinin genel oya dayalı seçimleri ve partili siyasal yaşam olgularından daha önce kullanılmaya başlanmış bir yöntemdir (Karakartal, 1984: 162). Referandum yapıldığı konu açısından halkın fikir ve görüşlerinin alınarak

yönetime katılımının sağlanmasında en önemli doğrudan demokrasi kuramlarından birisi olarak öne çıkmaktadır (Üste, 2007: 204). Referandum belediye yönetiminin karar almakta zorlandığı politika ve uygulamalarında, halkın fikir ve görüşlerinin alınarak yönetim açısından bir çıkış yolu olabilmektedir. Ayrıca referandum uygulamaları ile halkın kente yabancılaşması önlenerek kentlilik bilincinin oluşması ve belediye yönetiminin halka daha duyarlı bir hale gelmesi sağlanabilir (Yalçındağ, 1996: 133-134). Referandum halkla ilişkilerin amaçlarına ulaşmasında ve halkla ilişkiler sorunlarının çözülmesinde de bu yönleriyle katkıda bulunabilmektedir (Arklan, 2011: 91).

Referandumun başarıya ulaşması için halkın karmaşık konularla uğraşmadığı, yeterli şekilde bilgilendirildiği ve yönetime katılmada ilgisinin yüksek düzeyde olduğu bir ortamın oluşturulması oldukça önemlidir (Arklan, 2011: 90). Burada halkla ilişkiler devreye girerek hem referandum sonuçları ile elde edilen bilgilerin belediye yönetimine etkili kullanılması hem de halkın referanduma etkili bir şekilde katılımının sağlanması konusunda gerekli uygulamaları gerçekleştirmelidir.

#### **1.4.1.6. Personelden Elde Edilecek Bilgiler**

Bir halkla ilişkiler programı ancak belediyelerde tüm çalışanların katılımı sağlandığı ölçüde başarı sağlayabilecektir (Ertekin, 1990: 39). Dolayısıyla belediye personellerinin tamamının halkın istek, dilek ve şikâyetlerini öğrenmek amacıyla etkin bir şekilde görev almaları gerekmektedir. Aynı zamanda tüm bunlar gerçekleştirilirken personelin vatandaş ile teması sürecindeki davranışları belediyenin imajı üzerinde de etkili olabilecektir (Tarhan ve Bakan, 2013; 63-64).

Belediye personelleri, belediyelerde vatandaşların işlerini yürütürlerken karşılaştıkları sorunları, işlerin nasıl gerçekleştiğini ve yerel halkın hizmetlerden memnun olup olmadığını yaşayarak tecrübe etmektedirler. Dolayısıyla belediyelerde personellerden bilgi edinme süreci eğer belli bir sistem içerisinde yürütülürse, halkın istek, beklenti ve şikâyetleri ile birlikte varsa olumlu görüş veya fikirlerini belirlemede oldukça önemli bir araç durumuna gelebilecektir (Yalçındağ, 1996: 127).

#### **1.4.1.7. İstek ve Şikâyet Kutuları**

Günümüzde teknolojinin iletişim alanında kullanımının yaygınlaşması ile birlikte giderek etkisi azalan İstek ve şikâyet kutuları yine de halkın istek, beklenti ve



sorunlarının anlaşılmasında önemli bir yöntem olarak kullanılabilir. Vatandaşlar herhangi bir konudaki istek ve şikâyetlerini yazarak bu kutulara atabilmektedirler. Burada dikkat edilmesi gereken belediyelerin istek ve şikâyet kutularını gösteriş amaçlı değil belli periyodik aralıklarla kontrol ederek ve yazılan istek ve şikâyetleri ciddiye alarak kullanmasıdır (Özüpek, 2013: 49). Ayrıca bu kutuların hemen yanında kalem, gerekli form ya da kâğıtlar hazır olarak bulundurulmalı ve kutuların ne zaman kontrol edileceği istek ve şikâyet kutularının yanında bir panoda ilan edilmelidir (Yalçındağ, 1996: 126-127).

#### **1.4.2. Tanıtma**

Kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi ve yaygınlaşması ile toplumun bilgi toplumuna geçişi, bilgiye duyulan isteği ve gereksinimi arttırmış, topluma hitap eden tüm kişi, kurum ya da kuruluşlar da bu bilgi gereksinimini karşılamak zorunda kalmışlardır. Burada ise tanıtım faaliyetleri devreye girmektedir. Özellikle küreselleşmenin etkisiyle gelişen pazarlama anlayışı bilgi verme konusunda yeni stratejiler üreterek tanıtma olgusunun günümüzdeki hâline gelmesinde önemli katkılar sağlamıştır (Cıngı, 2016: 70). Kişi, kurum ya da kuruluşlar, olumlu bir imaj oluşturmak, var olan kötü bir imajı olumluya çevirmek, ürün veya hizmetleri ya da doğrudan kendileri hakkında kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla tanıtım faaliyetlerine başvurabilirler. Tanıtımın amacı olumlu bir şekilde yer edinmek olsa da zaman zaman sonucun kontrol edilemeyip olumsuz tanıtımın da iletişim araçlarında yer aldığı görülmektedir (Okay ve Okay, 2011: 116).

Tanıtma faaliyetlerinin tümünde ilgi çekmek, bilgilendirmek, ikna etmek, olumlu bir izlenim oluşturmak, tutum veya davranış değişikliği yaratmak gibi amaçlar vardır (Tolungüç, 2000: 15).

Tanıtma faaliyetlerinde hedef iki ana unsurdan oluşmaktadır. Bunlardan ilki bireyler ikincisi ise örgütlerdir. Her ne kadar örgütler, bireylerden oluşsa dahi yapısı gereği farklılık göstermektedirler. Belediyelere bakıldığında kamu hizmetlerini götürmekle yükümlü oldukları yerel halk birincil hedef grubu oluşturmaktadır. Belediyelerin ilişki içerisinde bulunduğu diğer hedef gruplar ise: yerli ya da yabancı ziyaretçiler, belediye personelleri ve aileleri, diğer kamu kuruluşları (okullar, güvenlik birimleri vs.), sivil toplum örgütleri, kitle iletişim araçları, basın çalışanları ve finans

kuruluşları olarak görülmektedir. Burada belediyeler ilişki içerisinde buldukları grupların profilleri iyi analiz etme durumundadırlar. (Yayınoglu, 2007: 144-145). Çünkü bir tanıtma faaliyetinin başarı olabilmesi ancak verilecek mesajların hedef grupların istek, beklenti ve ihtiyaçlarına uygun olarak planlanması ve hedef bireyler ya da örgütlerin kuşkuları ya da belirsizliklerinin de hesaba katılması gerekmektedir (Tolungüç, 2000: 21).

Belediyelerin halkla ilişkilerinde tanıtma amaçlı kullanılan yol ve yöntemleri şu şekilde sıralayabiliriz (Yalçındağ, 1988a; Tarhan ve Bakan, 2013; Yalçındağ, 1996; Ertekin, 1995; Gölönü, 2000; Uysal, 1998):

- Medya ile ilişkiler,
- Kuruluş yayınları,
- Tanıtım filmleri,
- Sergiler, festivaller ve etkinlikler,
- Mobil telefon teknolojileri (SMS)

#### **1.4.2.1. Medya ile İlişkiler**

Halkla ilişkiler açısından yazılı basın, radyo ve televizyon oldukça etkin kullanılabilir kitle iletişim araçlarıdır (Yalçındağ, 1996: 247). Belediye yönetimi gerek halka bilgi verme noktasında gerekse de kendini olumsuz düşünce veya tutumlar karşısında savunmakta bu araçlardan yararlanabilir (Kazancı, 1980: 38). Kişi, kurum veya kuruluşlar imaj ve itibarlarına yönelik olarak haber üretimi, paylaşımı ve dağıtımda medyayı kullanabilmektedir.

Halkla ilişkiler ile medya ilişkisi medyanın imaj ve itibarını oluşturmak, korumak ve geliştirmek üzere olumlu izlenim yaratacak mesajların hedef kitleye ulaştırılması ve olumsuz durumlarda kurum lehine gerekli savunmaların yapılabilmesi açısından önemlidir (Selvi ve Altan, 2016: 291).

Halkla ilişkiler birimleri basın ile ilişkilerinde güvenilir bir kurum ve bilgi kaynağı oldukları izlenimini yaratmak durumundadır. Böylece kuruluş ile ilgili asılsız iddialar ya da dedikodular ortaya çıktığında basın çalışanları halkla ilişkiler birimlerinden gelecek olan bilgilere itibar edebilecek ve kuruluş ile ilgili olası kriz durumları henüz başlamadan sona erebilecektir (Tarhan, 2013: 228).

Halkla ilişkiler birimleri aynı zamanda birden fazla basın kurumu ile ilişki içerisinde olacağından, bu kurumlara eşzamanlı bilgi gönderilmesi de önemli bir husustur. Eğer halkla ilişkiler birimleri tarafından basın kuruluşlarına verilen bilgiler eş zamanlı olarak iletilmez ise güncelliğini kaybettiği için yayınlanmayacak ve bir sonraki basın bülteni de eş zamanlı gönderilse bile yayınlanmama tehlikesine girebilecektir (Tarhan, 2013: 228).

#### **1.4.2.2.Kuruluş Yayınları**

Kuruluş yayınları hedef kitlelere ulaştırılmak istenen mesajların üzerinde tam kontrolün bulunmasından ötürü, kurumların istedikleri şekilde ve zamanda bu mesajları iletebilmelerine olanak sağlamaktadırlar (Tarhan ve Bakan, 2013: 68). Kuruluş yayınları bültenler, dergiler, gazeteler ve megapaperlar şeklinde dört ana başlık olarak ayrılabilirler. Kuruluş yayınları genel olarak ulaşılmak istenen amaçlar açısından büyük farklılıklar göstermemektedirler. Ancak biçim, maliyet, yayınlanma kolaylığı ve sıklığı açısından birçok farklılıkları bulunmaktadır. İlk olarak bültenler gazetelere oranla daha az sayfaya ve daha küçük boyutlara sahip olan yazılı araçlardır. Bültenlerin kullanılmasındaki en önemli özellikleri ise yayınlanmalarının oldukça kolay olması ve düşük maliyet ile çıkarılabilmeleridir (Peltekoğlu, 260-261).Kurumlar için yerel ve ulusal gazeteler haber aktarımında büyük önem taşımakla birlikte birçok kurum zaman zaman kendi çıkardığı kurum gazetelerini de kullanabilmektedirler. Kurum gazeteleri genellikle haftalık, 15 günlük, aylık veya iki aylık periyotlarla çıkarılabilmektedir (Dikme, 2016: 76). Dergiler özellikle daha spesifik hedef kitlelere ulaşmak açısından önemli kuruluş yayınlarıdır. Dergiler, içerisinde yorum ve makalelere yer verilen, fotoğraf gibi görsel öğelerin sıklıkla kullanıldığı ve hazırlanması ve yayımlanması hem maliyet hem de iş yükü açısından gazetelere göre daha fazla olan araçlardır. Ancak dergiler özellikle iyi planlandığı ve stratejisi iyi belirlendiği takdirde ilgi çekici içerikler sağlanabildiği için oldukça etkili olabilmektedir. Dergiler genellikle ayda bir, iki ayda bir veya üç ayda bir defa yayımlanmaktadırlar. Megapaperler ise gazetelerin biçimsel özelliklerine büyük oranda benzeyen ancak içeriğini dergi makaleleri gibi yoruma dayalı mesajlar ile gazetelerin haber verme fonksiyonlarını bir araya getiren araçlardır (Peltekoğlu, 2009: 265).

Belediyeler gerek kurum içi gerekse de kurum dışı iletişim faaliyetleri gerçekleştirirken kuruluş yayınlarını sıkça kullanmaktadır. Bazı belediyeler farklı birimlerin hazırlayıp yayımladıkları birden çok yayına da sahip olabilmektedir (Özüpek, 2013: 51).

#### **1.4.2.3.Tanıtım Filmleri**

Halkla ilişkilerin tanıtma faaliyetleri gerçekleştirirken kullandığı araçlardan birisi de tanıtım filmleridir (Aslan, 2018: 28). Halkla ilişkiler amaçlı kullanılmak üzere genellikle 3-4 dakikalık kısa videolar olarak hazırlanan tanıtım filmleri, söz ya da yazıyı desteklemek amacıyla kullanılmaktadır. Maliyeti ve hazırlanma süresi diğer halkla ilişkiler araçlarına göre daha fazla olsa da iyi kullanıldığında etkili araçlar olabilmektedir (Peltekoğlu, 2009: 248). Tanıtım filmlerinde gerçek çekimlerle birlikte animasyon efektleri ve grafikler de kullanılabilir. Tanıtım filmlerinde kurumlar ya da kurum yöneticileri hedef kitlelerine sesli ve görsel olarak mesajlarını aktarma imkânı bulabilmektedir (Yurdigül ve Ayhan, 2017: 631).

Belediyelerde tanıtım filmleri, gerçekleştirilen sergi, fuar, festival gibi etkinliklerde kullanılarak hizmet, proje ve uygulamalar hakkında hedef kitlelerine istenilen bilgileri aktarmak amacıyla kullanılabilir. Belediyeler özellikle hizmet sürelerinin sonunda tanıtım filmleri aracılığıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler ve gelecek ile ilgili plan ve politikaları hakkında bilgiler vererek hedef kitle üzerinde olumlu etkiler bırakabilirler (Tarhan ve Bakan, 2013: 69).

#### **1.4.2.4.Sergiler, Festivaller ve Etkinlikler**

Halkla ilişkilerde mesajların hedef kitlelere iletilmesi amacıyla kitle iletişim araçlarının yanında sosyal etkinliklerden de yararlanılmaktadır (Kazancı, 1980: 130). Yerel yönetimlerde görev yapan halkla ilişkiler uygulayıcılarının bilimsel ve toplumsal içerikli toplantılar, fuar, sergi, bayramlar, kutlamalar, özel günler, yurt içi veya yurt dışı ziyaretçilerin karşılanması gibi programların düzenlenmesi ve uygulanması gibi görevleri de bulunmaktadır. Bu tip etkinlikler belediyenin veya belediye başkanının imajı açısından önem taşıyabilmektedir (Yalçındağ, 1996: 35).

Sergiler, kuruluşun iletmek istediği mesajları, görsel öğelerin bir araya getirilmesi ile olabildiğince açık bir şekilde vermek amacıyla kullanılmaktadır (Kazancı, 1980:

132). Bu anlamda belediyeler gerçekleştirecekleri veya planladıkları faaliyetleri tüm paydaşlarına göstermek amacıyla uygulamaları ile ilgili gerekli görsel materyalleri hazırlayarak ilgi çekici sosyal faaliyetler düzenleyebilirler.

Festivaller yapılacağı dönem, katılacak kişi sayısı, konusu gibi içerikleri önceden belirlenmiş bir programa bağlı olarak belirtilen, ürünler, sanat, kültür, ekonomi gibi farklı alanlarda düzenlenebilen amacına göre tek seferlik ya da belli aralıklar ile gerçekleştirilen etkinliklerdir (Bilgili, vd., 2012: 118). Belediyeler farklı alanlarda gerçekleştirdikleri faaliyetleri ya da politikalarını anlatmak veya yerel halkı farklı alanlarda bilgilendirmek amacıyla festivaller düzenleyebilmektedir.

#### **1.4.2.5. Mobil İletişim Teknolojileri (SMS)**

İnsanların cep telefonlarından bir başka telefona yazılı mesajlar gönderebilmesini sağlayan SMS teknolojisi (<http://www.vodafone.com.tr>) Latin harfleri ile en fazla 160 karakter uzunluğunda mesajların yazılabilesine olanak vermektedir (Kalender ve Tarhan, 2009: 22).

Kamu kurumları da sıklıkla SMS aracılığıyla vatandaşlar ile irtibata geçip onları bilgilendirmektedirler. Bilgilendirmeler dışında kutlamalar, SMS ile hastane randevusu, UYAP SMS bilgisi, SGK SMS bilgilendirme, SMS ile yapılan meteorolojik uyarılar gibi hizmetler verilebilmektedir (Arslan, 2012: 8).

Belediyeler SMS kullanarak belirli bilgisayar programları yardımıyla muhtarlar, partililer, belediye meclisi üyeleri, basın mensupları gibi önceden belirlenen ilgili kişilere ulaşabilmektedir. Vatandaşlar da istedikleri takdirde belediyelerin kısa mesaj servislerine üye olabilmekte ve bilgilendirme servislerinden faydalanabilmektedirler (Kalender ve Tarhan, 2009: 22).

Belediyelerde SMS teknolojisinin kullanımı sadece tanıtma amaçlı olarak değerlendirilmemelidir. SMS teknolojisi aynı zamanda belediyelerin daha etkin ve verimli hizmet sunması için de önemli fırsat yaratabilmektedir. SMS sisteminden faydalanan belediyeler halka çeşitli etkinlik, faaliyet ve uygulamalar ile ilgili bilgi vermekle birlikte onların dilek, istek ve şikâyetlerini daha hızlı bir şekilde öğrenebilmek ve daha katılımcı ve hızlı işleyen bir belediye yapısı oluşturmak noktasında daha verimli olabilmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013: 72).

### **1.4.3. Tanıma ve Tanıtma**

Belediyelerin politikalarını ve faaliyetlerini halka duyurmak, halkın istek, görüş ve şikâyetlerini belirlemek ve bunlar sonucunda gerekli hizmet ve politikaları üretmek adına kullanılan birçok yol ve yöntem bulunmaktadır (Ertekin, 1995: 10). Bir başka deyişle hem belediyenin istediği mesajları halka aktarması hem de halkın görüş ve beklentilerini belediye yönetimine iletmesini sağlayarak simetrik bir iletişimi sağlamaya yönelik olan bu yöntemler şu şekilde sıralanabilir (Tarhan ve Bakan, 2013: 72-73):

- Halkla ve Örgütlenmiş Gruplarla Yapılan Toplantılar,
- Belediye Meclisi Toplantıları,
- Kurumsal Web Sayfaları,
- Sosyal Medya Uygulamaları.

#### **1.4.3.1.Halkla ve Örgütlenmiş Gruplarla Yapılan Toplantılar**

Belediyelerin büyük bölümünde “halk günleri” adı verilen ve belediye başkanı ile birlikte genellikle bir hizmet biriminin de katılımı ile gerçekleştirilen toplantılar düzenlenmektedir. Bu toplantılarda halk, genellikle 5 ya da 10 kişilik gruplar halinde toplantının yapıldığı salona alınarak belediye başkanına sorunlarını ve görüşlerini aktarmaktadır. Belediye başkanı ile toplantıya katılan hizmet biriminin görüşü alınarak bu sorunlara çözüm bulunmaya çalışılmaktadır (Yalçındağ, 1996: 142). Halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtma fonksiyonlarının bir arada işlemesine olanak veren halk ile yapılan toplantı ve görüşmeler aynı zamanda belediye ve yerel halkı ortak bir paydada buluşturma, alınacak kararlarda yerel halk ile birlikte bir irade ortaya koyma gibi faydaları da beraberinde getirebilmektedir (Ünal, 2012: 273).

Halk ile gerçekleştirilen bu toplantı ve görüşmeler diğer kamu kurumlarında pek fazla görünmemektedir. Belediyelerde ise giderek ağırlık kazanan bu faaliyetler yerel demokrasinin belediye yönetimi üzerindeki etkisini gösterebilmektedir (Güllüpcinar, 2009: 152). Kent konseyi toplantıları da belediyeleri halk ile bir araya getiren önemli uygulamalardır. Kent konseyi uygulamaları kamu yararı açısından ve belediyenin alacağı kararlara doğrudan halkın etki edebilmesi açısından önemlidir. Ancak burada belediyelerin bürokratik ve siyasi yapılanmalarından dolayı birtakım sıkıntılar ortaya çıkabilmektedir. Bunların en aza indirilmesi için, kent konseylerinin alınacak kararlar sonrası uygulamaları denetime tabi tutabilecek, kamu yararının gözetilmesi noktasında

direnebilecek ve yönetimden hesap sorabilecek bir güce ve yapıya kavuşturulması gerekmektedir (Atvur, 2009: 240). Buna göre kent konseyinin amaçları kentlilik bilincinin artırılması, yerel halkın belediye yönetimine katılımının sağlanması, halkın yönetimi denetime tabi tutması ve yönetimin yerel halka gerekli konularda hesap vermesinin mümkün kılınması olarak sıralanabilir (Çetinkaya ve Korlu, 2012: 101).

Belediye yönetimleri açısından muhtarlarla yapılan görüşmeler de oldukça önemlidir. Muhtarlar hem doğrudan halk tarafından seçim ile iş başına getirilen hem de mahalleye, yerel halka en yakın görevliler olduklarından halka karşı sorumlulukları oldukça fazladır ve halkın dilek, beklenti ve şikâyetleri konusunda bilgi sahibi olabilmektedirler. Bu anlamda halk ile iki yönlü iletişimi kurmada belediyeler muhtarlarla yapılan görüşmeleri kullanabilmektedirler (Güllüpinar, 2009: 153-154).

Halkın belediye ile ilişkilerinde bireylerin katılımının eksik kaldığı noktalarda örgütlü gruplar hâlinde belediye yöneticileri ile temaslar ağırlık kazanabilmektedir (Mutlu, 2006: 3). Sivil toplum örgütleri gibi halk tarafından oluşturulan bu tip topluluklar, yönetim üzerinde baskı kurabilme özelliği ile ön plana çıkmaktadır. Yerel yönetimlerin kararlarına etkide bulunmakla birlikte kamuoyu oluşturma noktasında da etkin olabilen halk örgütlenmeleri (Ünal, 2012: 274) ile yapılan toplantı ve görüşmeler bu anlamda oldukça önemlidir.

#### **1.4.3.2. Belediye Meclisi Toplantıları**

Yerel yönetimler açısından belediye meclisleri kenti ve yerel halkı temsil eden en önemli karar organlarından biridir (Ertekin, 1995: 9). Belediye meclisinin kararlarının büyük bir çoğunluğu herhangi bir makamın onayına kalmadan uygulanabilmektedir. Meclis üyelerinin tamamı doğrudan halk tarafından seçilmektedir. Belediye meclisi toplantılarının konusu başkan tarafından seçilmekle birlikte bu toplantılarda belediyenin borç alıp-vermesi, belediye programının karara bağlanması gibi belediye açısından çok önemli kararlar alınmaktadır (Azaklı ve Özgür, 2002: 143). Belediye meclisinin, başkan ve yönetime doğrudan soru sorma, denetime tabi tutma gibi işlevleri de bulunmaktadır. Belediye meclisleri belediyeden bilgi alma noktasında oldukça önemli bir organ olarak görünmektedir (Urhan, 2008: 93). Ancak belediye meclisi toplantıları, belediyelerin genellikle halka bilgi vermek amacıyla kullandığı faaliyetler olduğu, halkın görüş ve

isteklerini alınacak kararlarda yeteri kadar değerlendirilmesine olanak sağlamadığı konusunda eleştirilebilmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013: 75).

Belediye meclisi, üyelerinin her birisinin halkı temsil ettiği ve alınacak kararlara doğrudan etkide bulunduğu düşünöldüğünde, belediye meclisi toplantılarına halkın yeterli ve etkin bir şekilde katılımı sağlandığında belediye ile halk arasında kurulacak ilişkilerde oldukça önemli bir rol oynayabilecektir.

### **1.4.3.3.Kurumsal Web Sayfaları**

Halkla ilişkiler uygulamalarının başarılı olması açısından araştırma safhasında gerçekleştirilen bilgi toplama uygulamaları oldukça önemlidir. Bu çalışmalar internet ortamında oldukça hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Hedef gruplar ve tüketici profillerini belirleme ve diğer kamu kurumları ile interaktif bir iletişim oluşturma noktasında internette sıklıkla faydalanılmaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetleri için gerekli tanıma işlevi böylece internet sayesinde kolaylıkla gerçekleştirilebilirken kişi, kurum veya kuruluşların kendilerini tanıtmaları noktasında da internette faydalanılmaktadır (Yayınoğlu vd., 2007: 134). Halkla ilişkiler uygulamalarının gerçekleştirildiği en önemli araçlardan birisi de web siteleri olarak öne çıkmaktadır (Engin ve Akgöz, 2016: 97).

Türkiye’de hemen hemen her belediyenin kendine ait bir web sitesi bulunmaktadır. Ancak sadece bir web sitesi oluşturmak belediyenin tanıma ve tanıma faaliyetleri açısından yeterli olmamaktadır (Henden ve Henden,2005: 62). Bir kurumun web sitesi hazırlanırken interaktif iletişime imkan tanınması, kullanım kolaylığı sunması ve ilgi çekici olmasına özellikle önem gösterilmelidir (Özüpek, 2010: 197).

Web siteleri belediyelerin halkın istek, görüş ve şikâyetlerini öğrenmek (tanıma) ve halkı belediye politika ve uygulamaları hakkında bilgilendirmek (tanıtma) amacıyla çeşitli araç ve yöntemlerden faydalanabilmektedir (Tarhan, 2007: 81-82):

Halkla ilişkiler için internetin gelişmesi ve yaygınlaşması, tanımada kullanılacak yeni yöntem ve tekniklerin gelişmesini de beraberinde getirmiştir. Tarhan (2007: 81) internet aracılığıyla halkı tanımada kullanılabilir yöntemleri şu şekilde sıralamaktadır:



- Halkın belediyeye ulaşmasını sağlayacak telefon/ faks numaraları ve e-mail adresleri,
- Başkana mesaj: Halkın uygulamalar ile ilgili görüşlerini ve şikâyetlerini doğrudan başkana iletebilmesi ve başkan tarafından yanıtlanabilmesi düşünülen tanıma yöntemi,
- İstek ve şikâyet hattı,
- Bilgi edime,
- Anketler,
- Belediye yönetiminin tanıtımı,
- Belediye hizmetlerinin duyurulması,
- Sosyal ve kültürel etkinlikler hakkında verilen bilgiler,
- Belediye meclisi kararları,
- Belediye bünyesindeki müdürlüklerin işleviyle ilgili tanıtımlar ve erişim olanakları: Belediyeye görüş veya şikâyet belirtmek üzere başvurmak isteyen vatandaşları yönlendirmek amacıyla e-mail, telefon numarası gibi bilgiler web sitelerinde bulunmalıdır.
- Belediyeye ilgili kurumsal haberler
- Belediyenin bulunduğu il ve kültürel ya da turistik değerleriyle ilgili temel bilgiler,
- Belediye başkanı ile ilgili fotoğraf, öz geçmiş ve iletişim bilgileri gibi bilgiler.

#### **1.4.3.4.Sosyal Medya Uygulamaları**

Bilgi ve iletişim teknolojisinde yaşanan değişim yalnızca insanların günlük hayatlarındaki ilişkilerini değiştirmekle kalmamış toplumun devlet ile ilişkisini de değiştirmiştir (Chun v.d., 2010: 1). İnternet teknolojisinde en çok kullanılan araçlardan bazıları da sosyal medya mecralarıdır. Sosyal medya insanların sosyal çevreleri ile bağlantı kurmaları için tasarlanmış olsa da gün geçtikçe özel, kamu kuruluşları ve kar amacı gütmeyen kuruluşların hedef kitleleri ile çevrimiçi iletişiminin de sağlandığı araçlara dönüşmüştür (Wigand, 2010: 563). Sosyal medya kullanıcıların kamu kurumları gibi resmi düzenleyici sistemler ile etkileşimi için önemli bir potansiyel taşımaktadır (Klang ve Nolin, 2010). Yerel yönetimler basın bültenleri gibi resmi bir

üslup ile yazılan metinler yerine sosyal medya aracılığı ile daha samimi bir dil ile yerel halka ulaşabilmekte ve bu sayede kurulan diyalogu güçlendirebildiği gibi kurumsal itibarlarına da olumlu yönde katkıda bulunabilirler (Solmaz ve Görkemli, 2012: 13).

Kamu kurumları gün geçtikçe Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya kanallarına adapte olarak halk ile etkileşimlerini sağlamaktadırlar. Sosyal medya kamu kurumlarına halk ile olan tek yönlü bilgi akışını iki yönlü bir iletişime dönüştürme ve saniyeler içerisinde oldukça fazla insana ulaşma olanağını sunmaktadır (Agostino, 2013: 232). Başka bir deyişle sosyal medya aracılığı ile yerel yönetimler hedef kitlelerini bilgilendirmenin yanında onların dilek, istek ve şikâyetlerini de herhangi bir gereksinime ihtiyaç duymadan öğrenebilme ve cevaplayabilme yeteneğine sahip olmuşlardır (Tarhan, 2012: 97). Yerel yönetimler sosyal medya araçlarını kullanarak, 7/24 ulaşım kolaylığı, para ve zaman tasarrufu yapma, idari işlerdeki yükü azaltma, bekleme süresini düşürme, çevrimiçi olarak yapılan hataları düzeltme gibi önemli faydalar elde edebilirler. Ayrıca vatandaşın belediyelerin karar ve politikalarına katılımını kolaylaştırarak, demokratik sürece de katkıda bulunabilmektedir (Freeman ve Loo, 2009: 71). Sosyal medya mecraları yukarıda saydığımız faydaları ve özellikleri ile birlikte yerel yönetimlerin halkla ilişkileri açısından çok önemli araçlar hale gelmişlerdir (Tarhan ve Bakan, 2013: 79). Yerel halk açısından bakıldığında insanlar sosyal medya araçları sayesinde belediye hizmetleri üzerinde gözetim ve denetim kabiliyetine sahip olabilmektedirler (Değerli, 2016: 66-67).

## İKİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL SORUMLULUK

Günümüzde kamu veya özel sektörde faaliyet gösteren tüm kişi, kurum ya da kuruluşlar için toplum ile olumlu ilişkiler kurmak oldukça önemlidir. Çünkü kuruluşların hedefleri ne olursa olsun bu hedeflere ancak toplumun desteği ve toplum ile birlikte hareket ederek ulaşılabilmektedir. Dolayısıyla gerek özel gerekse de kamu kurum ya da kuruluşları, ekonomik ya da siyasi varlıklarını geliştirebilmek ve sürdürülebilmek için çalışırken, topluma karşı da sorumluluklarının bilincinde olmalıdır.

İşletmelerin kâr amaçlı faaliyetlerini gerçekleştirirken içinde yaşadığı toplumu dikkate alması, toplumun sorunları ile de ilgilenmesi ve işletmenin atacağı adımları önceden düşünerek planlayıp buna göre hareket etmesi işletmelerin sorumluluk anlayışının temelini oluşturan unsurlardır (Peltekoğlu, 2009: 186).

Sosyal sorumluluk üzerine birçok farklı tanımlama yapılmış olduğundan kesin ve net bir tanımın yapılması oldukça zordur. Kurumsal sorumluluğu çevreleyen tanımsal bir karışıklığın bulunması sosyal sorumluluk açısından önemli bir problem olabilir. İnsanların farklı önyargılarla sosyal sorumluluğun tanımı üzerine konuşması üretkenliği engelleyebilir. Ne yazık ki sosyal sorumluluğun tanımı üzerine tarafsız bir çalışma yapmak oldukça zordur. Çünkü bu çalışmayı yaparken gerçekten tarafsız olup olunmadığını ölçebilecek bir yöntem yoktur (Dahlsrud, 2008: 1). Konuyla ilgili farklı araştırmacıların sosyal sorumluluk ile ilgili tanımlamaları ise şu şekildedir:

Jones'a göre (1980: 59-60) sosyal sorumluluk şirketlerin yasa veya sendika sözleşmeleri tarafından koyulan kuralların ötesinde topluma karşı bir yükümlülüğü olduğu fikridir. Bu tanımda iki nokta önem taşımaktadır. Bunlardan ilki bu yükümlülük şirketler tarafından gönüllü olarak kabul edilmelidir. Yasalar veya sendika sözleşmeleri tarafından belirlenen zorunluluklarla sergilenen davranışlar bu kapsamın dışında kalmaktadır. İkincisi ise bu tanıma göre sosyal sorumluluk hissedarların geleneksel görevlerinin dışında müşteriler, tedarikçiler, işçiler ve toplumun diğer gruplarına yönelik geniş kapsamlı bir yükümlülüktür. Bu kavramın özü ise, şirketlerin hissedarların dışındaki toplumsal gruplara yönelik bir yükümlülüğünün olduğudur.

Benzer şekilde McWilliams ve Siegel (2011: 117) de kurumsal sosyal sorumluluğu işletmelerin çıkarlarının ve yasal sorumluluklarının dışında sosyal faydayı

gözeterek yapılan birtakım eylemler olarak tanımlamaktadır. Burada kanunlara uymanın ötesine geçmek en önemli nokta olarak görülmektedir. Örneğin: kadınlara veya azınlıklara karşı ayrımcılık yapmayan bir şirket sosyal sorumlu bir eylemde bulunmamaktadır. Yalnızca yasalara uymaktadır. Sosyal sorumluluk içeren faaliyetler ise firmaların hayvansal olmayan test prosedürlerini geliştirmesi, kirliliği azaltan önlemler alması, geri dönüşümü destekleyecek eylemlerde bulunması gibi yasal sorumluluğu olmayan eylemlerdir.

Kilcullen ve Kooistra'ya göre (1999: 158) sosyal sorumluluk yasalara uymanın ötesinde kurumlara verilen ahlaki roldür. Kicullen ve Kooistra, McWilliams ve Siegel ve Jones'un tanımlarına bakıldığında en önemli benzerlik sosyal sorumluluğun kurumların yasa veya toplumsal sözleşmeler ile belirlenen uygulamalar dışında gerçekleştirilen davranışlar olduğudur. Buna göre kurumlar yasa ve toplumsal sözleşmelere uygun hareket ederken bir yandan da zorunlu olmadığı ancak faaliyet gösterdiği çevreye ve topluma fayda sağlamak amacıyla faaliyetler gerçekleştirdiğinde sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmiş olmaktadır.

Foran (2001: 1) sosyal sorumluluğu kurumların işgücüne, faaliyet gösterdikleri çevreye, otoriteye ve sivil topluma karşı benimsedikleri uygulama ve davranışların tümü olarak tanımlamaktadır. Foran'ın sosyal sorumluluk kavramı öncelikle kurumların bu alanlardaki fiili sosyal sorumluluk üzerine odaklanır. Sosyal sorumluluk devlet, şirketler ve diğer sivil toplum aktörleri arasında devam eden etkileşimlerin bir ürünüdür.

Marrewick (2003: 102) sosyal sorumluluğu kurumsal sürdürülebilirlik çatısı altında değerlendirmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sürdürülebilirlik (tanım gereği gönüllü olarak) sosyal ve çevresel kaygıların paydaşlarla etkileşim içerisinde kurum faaliyetlerine dahil edilmesi olarak tanımlamaktadır.

Göztaş ve Baytekin (2009: 200) sosyal sorumluluk kavramını bireysel ve kurumsal olmak üzere iki farklı perspektiften ele almaktadır. Sosyal sorumluluk gerek bireyler gerekse de işletmeler açısından bir bilinç olarak kabul görmektedir. Bireysel açıdan sosyal sorumluluk, bireyin toplumsal gelişme için kendini sorumlu hissetmesi olarak görülmektedir. Bireyin gönüllü olarak çeşitli sivil toplum kuruluşlarında görev yapması ve bu kuruluşlarla ortak çalışmalar yürütmesi bireysel anlamda bir sosyal sorumluluk bilinci olarak kabul edilmektedir. Kurumsal açıdan ise sosyal sorumluluk,

işletmelerin sosyal sorumluluk bilincini bir iş stratejisi haline getirerek sürdürülebilir gelişme ve kalkınma açısından çeşitli faaliyetler gerçekleştirmesi olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal sorumluluk bireyler ve kuruluşlar tarafından birçok farklı alanda kendini göstermektedir. Sosyal sorumluluğun hangi alanları kapsadığını belirtmek en az onu tanımlamak kadar karmaşık bir iştir. Tarihsel süreç içerisinde sosyal sorumluluğun kapsamı işletmelerde ve toplumsal alanda yaşanan değişimlerle birlikte genişlemiştir (Özüpek, 2013: 21). Kişi, kurum veya kuruluşlar dünyanın çeşitli yerlerinde farklı toplumsal yapıda insanlarla iç içe faaliyet göstermektedirler. Faaliyet gösterilen çevreye ve topluma bağlı olarak da insanların sosyal talepleri doğal olarak değişiklik göstermektedir. Bu anlamda sosyal sorumluluğun kapsamı oldukça geniş olmakla birlikte ekonomik, yasal, sosyal, ahlaki, kültürel, siyasal, teknolojik v.b. boyutlarla ele alınabilmektedir (Özgener, 2000: 137).

Kotler ve Lee (2017: 3) sosyal sorumluluğu ve sosyal sorumluluk adına gerçekleştirilen uygulamaları kurumsal sosyal girişimler kavramı ile açıklamaktadır. “Kurumsal sosyal girişimler sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş büyük çaplı faaliyetlerdir.” Ayrıca Kotler ve Lee (2017: 3-4) kurumlardan en sık destek gören sosyal amaçları şu şekilde belirtmektedir:

- Toplum sağlığı: AIDS’i önleme, meme kanserinde erken teşhis, zamanında aşı olma,
- Toplum güvenliği: özel sürücü programları, toplumsal suçları önleme,
- Eğitim: okur-yazarlık, okullarda bilgisayar kullanımının yaygınlaştırılması, özel eğitim gereksinimleri,
- İstihdam: meslek eğitimleri, işe alma uygulamaları, fabrika yerleşimleri,
- Çevre: geri dönüşüm, zararlı kimyasal maddelerin kullanımının ortadan kaldırılması, ambalajlamayı en aza indirme,
- Toplumsal ve ekonomik gelişim: düşük faiz ile ev sahibi yapma girişimleri,

- Temel insani ihtiyaç ve arzuları: hayvan hakları, açlık, evsizlik, ayrımcılığa karşı gösterilen çabalar gibi birçok konuda kurumlar topluma sosyal destek sağlama eğilimindedirler.

Bu tanımlara bakıldığında sosyal sorumluluk kavramı genel olarak kâr amacı güden işletmelerin çevresel, toplumsal yükümlülükleri ve bunları gönüllü olarak yerine getirmeleri için gerçekleştirdikleri davranışların bütünü anlamına gelmektedir. Ancak sosyal sorumluluk faaliyetleri günümüzde siyasal partiler ve onların yapılanmaları, sivil toplum örgütleri, kamu kurum ve kuruluşları ve topluma karşı kendini sorumlu hisseden tüm örgütlenmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Kısacası gerek özel gerek kamu sektörü olsun tüm örgütlenmeler yaşadıkları çevre ve toplumla etkileşim içerisinde oldukları için bu etkileşimin doğal bir sonucu olarak kendilerini çevre ve topluma karşı sorumlu hisseden kurum veya kuruluşlar gönüllülük esaslı davranışlar sergilemektedirler. Tüm bunlar sosyal sorumluluk tanımının içerisinde değerlendirilmektedir.

Sosyal sorumlulukla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, mevcut sosyal sorumluluk teorilerinin çoğunluğunun 4 ana konu üzerinde şekillendiğini görebiliriz. Bunlar (Garriga ve Mele, 2004: 65):

- Toplantılarda oluşan hedeflere ulaşmak amacıyla uzun dönemde kâr elde edebilmek,
- İşletmenin gücünü sorumluluk anlayışıyla kullanmak,
- Sosyal talepleri gerçekleştirmek,
- Topluma olumlu bir şekilde katkıda bulunarak etik olarak doğru olanı yapmak.

### **2.1.Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi**

Sosyal sorumluluk, akademik çalışmalarda genellikle iş etiği ile birlikte gelen uygulamalar sonucunda Amerika'da ortaya çıktığı varsayılan ve yaklaşık 4 yüzyıla dayanan bir kavramdır. Ancak sosyal sorumluluğun ve iş etiği uygulamalarının esnaf, tüccarlar, çiftçiler ve denizciler gibi tüm çalışan ve işverenleri kapsayacak şekilde tarih öncesinden beri var olduğunu gösteren deliller bulunmaktadır. Milattan önce 1800'lerde Babil'in efsanevi kralı Hammurabi'nin birden fazla katılımcıyı içeren ticaret

faaliyetlerinde tarafların sorumluluğunu belirleyen kanunları önemli bir örnek teşkil etmektedir. Yine Aristotale'in Nichomachean Ethics'i (özellikle 5. kitap) işlerin etik olarak nasıl yürütüleceğine dair oldukça fazla bilgi içermektedir (Epstein, 2002: 1). Sosyal sorumluluk gibi değer yargularından ve toplum vicdanından ortaya çıkan kavramlar, tarihsel süreç içerisinde genellikle dini inanışların etkisi ile gündeme gelmiştir. Hz. Musa'nın "10 Emir" ile sosyal sorumluluk, örgütlenme ve yönetim düşüncesine yaptığı katkılar bu anlamda önemlidir. Musevilik inancında olduğu gibi İslamiyet ve Hıristiyanlık dinlerinde de özgürlük, tolerans, hoşgörü, eşitlik ve sosyal yönetim gibi ilkelerin dini emirlerle birlikte insanlarca kabul edilmesi ve uygulanması toplum açısından oldukça faydalı olmuştur. Sosyal sorumluluk Sanayii Devrimi'nden önceki dönemde insanların inanışları ve kültürleri ile şekillenmiştir (Özüpek, 2013: 25).

Sanayii Devrimi birçok sosyal sorumluluk uygulamasının başlangıcı olarak belirtebileceğimiz en uygun tarihtir. 1800'lerin sonlarına bakıldığında, işletmelerin çalışanlarını daha verimli hale getirmek amacıyla, onlarla özellikle ilgilendikleri açıkça görülmektedir. Sanayii devrimi çalışanları daha üretken hale getirmiştir. Sanayi devrimi işletmelerin sosyal nedenlerle gerçekleştirdikleri davranışlarla, işçilerin ihtiyaçlarının giderilmesi, daha iyi çalışanlar haline getirilmesi ve sosyal hayatlarına katkıda bulunulmasında önemli bir etkidir (Carrol, 2008: 20-21). Geniş ölçekli işletmelerin ve modern fabrikaların ortaya çıkışı şirketleri kurumsal sosyal sorumluluğa yönlendiren bir diğer nedendir (Evans v.d., 2013: 10). İşletmelerin büyümesi, kâr elde etme anlayışının değişmesi ve kurulan yeni büyük fabrikalarla birlikte işçiler, işletme sahipleri ve yöneticileri tarafından istismar edilmeye başlanmıştır. Bunun sonucunda işçiler tarafından oluşturulan örgütlü toplu hareketler devlet ve işletmeler üzerinde baskının kurulmasını sağlamıştır. Baskılar sonucunda devletin sosyal haklara ilişkin getirdiği yasal düzenlemeler de işletmeleri çalışanlara ve toplumun beklentilerine karşı sorumlu hareket etmek zorunda bırakmıştır (Sert, 2012: 10). Burada sosyal sorumluluk davranışı içerisinde kabul edilen faaliyetlerin tarihsel süreç içerisinde değiştiğine vurgu yapmak gerekmektedir. Örneğin Sanayi Devrimi sırasında işçilerin çalışma saatlerini işletmeler genel olarak 14 saatten 10 saate düşürmüşlerdir. Bu o dönem için önemli bir gelişmeyken, günümüzde ise özellikle ileri kapitalist devletlerde 8 saatin üzerinde olan çalışma saatleri –en azından ek ücret ödenmedikçe- kabul görmemektedir (Campbell, 2007: 950). Sanayi devrimi ile birlikte kârını maksimize etmek amacıyla olan sermaye

sahipleri çalışanlarından daha iyi verim elde edebilmek amacıyla onlara bazı sosyal güvenceler vermek durumunda kalmışlardır.

İşletmeler tarihsel süreç içerisinde kendilerini yalnızca kâr elde etmeye adanmış, içerisinde yaşadıkları toplumun refahını ve mutluluğunu önemsemeyen bir tavır içerisinde bulunmuşlardır. Bundan ötürü çevre, kültür, spor gibi toplumu ilgilendiren ve toplumun tüm kesimlerinin sorumluluğunda olan konular ikinci planda kalmışlardır (Özüpek, 2013: 15). Sosyal sorumluluğun oldukça uzun ve farklı bir tarihi bulunmaktadır. İşletme sahiplerinin yüzyıllardır toplumsal sorunlarla ilgilendiğine dair kanıtlara rastlanabilmektedir. Ancak Sosyal sorumluluk ile ilgili araştırmaların büyük bir çoğunluğu (özellikle de son 50 yılda olmakla birlikte) 20. yüzyılda yapılmıştır (Carrol, 1999: 268). Önceki dönemlerde kâr amacı güden kuruluşların sosyal sorumluluk ile ilgili düşüncelerini anlamak için Albert J. Dunlap'ın görüşleri yol gösterici olabilecektir. Dunlap'ın ana düşüncesi işletmeler hakkında söz sahibi olanların, sorumluluğu bulunanların ve işletmeden yarar sağlayacak olanların yalnızca yatırımcılar veya pay sahipleri olduğudur (Baumann, 2017: 14-15). Özel sektörün bu görüşü özellikle “Demir Leydi” lakabı ile anılan eski İngiltere başbakanı Margeret Thatcher zamanında bir devlet politikası haline gelmişti. Öyle ki Thatcher İngiltere’de eğitim bakanı olduğu sırada 7-11 yaş arası çocuklara ücretsiz olarak verilen sütlerin dağıtımını durdurmuş ve “süt hırsızları” olarak nitelendirilmeye başlamıştı (<https://www.bbc.com/>). Thatcher'ın başbakanlık yıllarında düzenlenen bir Tory Konferansı'nda özel şirketlerin sahiplerinin yaptıkları açıklamalardan çıkartılabilecek şu sonuç, dönemi daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır: bu kişilere göre özel kuruluşlar faaliyet gösterdikleri bölgede yerel yönetimlere gerekli altyapı harcamaları için vergi ödemeyi kabul etmektedirler. Ancak kendilerini sorumlu olarak hissetmedikleri yerel halkın sosyal, ekonomik veya kültürel herhangi bir ihtiyacını karşılamak zorunda değillerdir (Baumann, 2017: 15-16).

Sanayi devrimi sonrasında sermayenin ve iş adamlarının büyümesi ile yönetim giderek daha bilimsel bir hal almaya başlamıştır. 20. y.y. başlarında yönetimin bilimselleşmesi yalnızca çalışan verimliliğini değil, çalışma ve yaşam koşullarını da iyileştirmeyi popüler hale getirmeye başlamıştır. Bilimsel yönetimin en önde gelen isimlerinden Frederick Winslow Taylor yönetimin ve işçilerin çıkarlarının karşılıklı



olumlu ve dostça ilişkilerle kurulan iş birliği sonucunda sağlanabileceğini ifade etmektedir (Evans v.d., 2013: 10).

Sosyal sorumluluk kavramının Amerika'da ortaya çıktığı çeşitli nedenlerle birçok farklı araştırmada belirtilmektedir. Örneğin, Pasquero Amerikan kamuoyunun büyük ölçekli işletmelere göre küçük ölçekli işletmeleri, bürokrasiye karşı piyasayı ve devletin müdahalesine karşı özel sektörün çözümlerini desteklediğini belirtmektedir. Amerika'nın sosyal sorumluluğun doğuşuna ve 1960'lardaki temel değişimlerine ev sahipliği yapmasını felsefi, ahlaki ve pragmatik olarak 3 nedene bağlayan Pasquero, bu 3 temel faktörü şu şekilde açıklamaktadır (Pasquero, 2005'ten aktaran Yamak, 2007: 13-14):

**Felsefi:** Amerika'nın yaşadığı kimlik krizi ile yakından ilgilidir. Amerikan toplumu yaklaşık 100 yıldır kendini sorgulamakta ve özel sektör çıkarları ile toplum çıkarlarının çakıştığını düşünmektedir. Amerika bunu özel sektöre müdahale yerine yapılan reformlar ile düzeltmeyi amaçlamıştır.

**Ahlaki:** bir toplumda sosyal sorumluluğun gelişmesindeki ahlaki nedenler dine ya da idealizme dayanmaktadır. Toplum çıkarına hizmet eden işletmeler zenginleşmeyi hak etmektedir. Aynı şekilde zenginleşen kişi ya da işletmelerin de topluma hayırseverlik faaliyetlerinde bulunarak vefa göstermeleri gerekmektedir. Bu gelişmeler Amerika'da Protestanlık ahlakına dayanmaktadır.

**Pragmatik nedenler:** Son olarak Pasquero sosyal sorumluluk uygulamaları ile kurumların yarattığı sıkıntıları pragmatik olarak düzeltme çabalarına bağlamaktadır. Bu temel nedenler ile birlikte ferdiyetçilik, çoğulcu demokrasi, ahlakçılık ve faydacılık gibi Amerikan toplumuna özgü değerler de kurumsal sosyal sorumluluğun gelişmesine önemli katkılarda bulunmaktadır.

Sosyal sorumluluk tarihinin en önemli dönüm noktalarından bir tanesi de 1929'da yaşanan Ekonomik Buhrandır. Sanayi Devriminden itibaren Amerika başta olmak üzere tüm dünya ülkelerindeki kamu ve özel sektör kuruluşları Taylorizm modelini kabul etmekteydi. Taylorizme göre işletmelerin amacı yalnızca kâr etmektir. Sayıları 200 civarı olan büyük sermaye sahipleri ise özellikle 1920'lerin başından itibaren kendisini göstermekte olan kriz durumunu dünyadaki gelişmelere, örgütlere ve kamuya mal

etmekteydi. Ancak yaklaşık 13 milyon işsiz insan buhranın sebebini özel kuruluşlar olarak görmekteydi. Büyük Ekonomik Buhranın yaşanmasında ekonomik yapılanma kadar, çalışanlar ve toplumun sorunlarının göz ardı edilmesi de önemli bir faktör olmuştur ve özel sektör ekonomik buhran sonucunda bu davranışının getirdiği sıkıntıları yaşamak zorunda kalmıştır. Toplumsal sorunların, çalışan haklarının ve çevre sorunlarının da kendi sorumluluğunda olduğunu anlayan özel şirketler ve kamusal yapılar insanı ve özellikle de kendi çalışanını farklı bir gözle değerlendirmeye başlamıştır. Bu dönemden sonra özellikle psikolojik, antropolojik ve toplumsal alanlarda bilimsel çalışmalar yapılmaya başlandı ve Taylorizm kuralları yerini insan ilişkileri kurallarına bırakmaya başladı (Kazancı, 1980: 2-4).

Ekonomik buhran ve 2. Dünya Savaşı'nın sona ermesi ile birlikte tüm dünyada yaşanan krizlerin tekrarlanmaması için devletler ve özel sektör tarafından her alanda çeşitli faaliyetlere girilmiştir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri de planlı ve programlı olarak yürütülmeye başlanmıştır (Keskin, 2010: 10). İş dünyasında her ne kadar sosyal sorumluluk faaliyetleri önem kazansa da işletmelerin kar elde etmeyi birinci planda tutma düşünceleri ani bir değişiklik göstermemiştir. Ancak Taylorizmin en ateşli savunucularının üzerinde bile toplum refahına katkıda bulunmaları için giderek çoğalan bir sosyal baskı oluşmuştur (Heald, 1961: 139).

1960'lara gelindiğinde ise sosyal sorumluluk kavramı değişen sosyal değerlere tepki olarak daha baskın bir hal almıştır. Bu dönemde işletmeler için sosyal sorumluluk kavramı temel bir konu haline gelmiştir. 1970'li yılların başlarında sosyal huzursuzlukların artması, yönetime katılımın önem kazanması, sosyal sorunlara dönük kanunların ve düzenlemelerin yapılması ve toplumsal baskılar işletmeleri ekonomik çabalarının getirdiği sosyal sorunlar üzerine düşünmeye itmiştir (Özgener, 2000: 140). 1980'lerin sonuna gelindiğinde ise işletmelerin sosyal sorumlulukları: çıkar gruplarının, devletin ve toplumun faydasını gözetmek ve geliştirmek manasına gelmiştir (Özüpek, 2013: 36).

Sosyal sorumluluk trendinin yükselmesi tamamen kurumların gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleşmemiştir. Daha önce hiç düşünmedikleri sorunlar özelinde birçok şirket kamuoyu tarafından sorumlu hareket etmeye zorlanmıştır. Örneğin: 1990'ların başlarında Nike'ın Times ve diğer medya kuruluşları tarafından

Endonezya'daki tedarikçilerine kötü muamelelerde bulunduğu iddiasının ortaya atılması, insanların protestosuna sebep olmuştur. Yine Shell Oil'in Kuzey Denizi'ndeki eski bir petrol arama platformu olan Brant Spar'ı batırma kararı alması 1995'te Greenpeace'nin büyük çapta protestolarına maruz kalarak uluslararası alanda manşetlere konu olmuştur. Günümüzde fast food ürünleri obeziteden birincil derecede sorumlu tutulmaktadır. Her görüşten aktivistler ve sivil toplum kuruluşları şirketler üzerindeki kamu baskılarını gün geçtikçe artırmaktadırlar. Artık sosyal ve çevresel faktörlerden kendilerini sorumlu hissetmeyen işletmeler yalnızca imaj ve itibar anlamında değil finansal anlamda da çok zor durumda kalabilmektedirler (Porter ve Kramer, 2006: 2).

Sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasının ve gelişmesinin tarihsel süreç içerisinde çok çeşitli nedenleri vardır. Vural ve Coşkun (2011: 66) bu nedenleri şu şekilde sıralamışlardır:

- Devletin yaptığı düzenlemeler ile, ticari hayatta bazı sınırlamalara gidilmiştir.
- İnsanların oluşturdukları topluluklar ve bunlara katılım sonrasında örgütsel bir güç oluşmuştur.
- Nüfus ve nüfus yoğunluğunda yaşanan artışlar beraberinde işsizlik sorununu getirmiştir.
- Birey kavramı demokratikleşme ve hümanizmin gelişmesi ile birlikte önem kazanmıştır.
- Küreselleşme ile birlikte bölgesel uyumun sağlanmaya çalışılması ve siyasi ve ticari rekabetlerin güçlenmesi devletlerin ve kurumların yönetimlerinde değişimler meydana getirmiştir.

Görüldüğü üzere sosyal sorumluluk kavramının gelişiminde ekonomik, siyasi, toplumsal ve çevresel etkenler oldukça önemli olmuştur. Sosyal sorumluluk tarihin ilk dönemlerinde ticari anlaşmaları ve insan ilişkilerini şekillendiren çeşitli kurallar, sanayinin gelişmesi ile birlikte çalışan, yönetici ve/ veya şirketler arasındaki ilişkilerin düzenlenmesine dönüşmüştür. Toplumsal baskılar, çevresel ve ekonomik sıkıntıların işletmeleri etkilemesi, toplumun refahını önlemesi sonucunda kimi zaman devlet kimi zaman ise doğrudan özel sektörün kendisi tarafından getirilen yeni yaklaşımlar ile sosyal sorumluluk kavramı günümüzdeki halini almaya başlamıştır.

## 2.2. Türkiye’de Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de sosyal sorumluluk kavramının ilk uygulamaları 13. yüzyılda Anadolu’daki Türk topluluklarında kurulan Ahilik teşkilatı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir (Çınar, 2011: 33). Ahilik teşkilatı topluma hizmeti ibadet olarak gören kişilerden oluşan ve yine bu doğrultuda bireyler yetiştiren bir oluşumdur. Ahilik teşkilatında belirli kriterler ile yetişen kişilerden bir “ahi insan” tipi meydana gelmiştir. Bu ahi insan doğru, dürüst, hayırsever, cömert ve konuksever olduğu gibi bir sanat veya geleneğe bağlı olmaktadır (Demirpolat ve Akça, 2004: 211). Bu özellikleri taşıyan bireylerin gerek sosyal gerekse de iş hayatında etik ilkelere ve ahlaki kurallara bağlı kalarak yaşadığını söylemek yerinde olacaktır. Bu bağlamda Türk toplumlarında iş hayatında etik ve sorumlu davranışların Ahilik teşkilatı tarafından desteklendiği görülmektedir.

Osmanlı Devleti döneminde ise özellikle vakıflarla yürütülen sosyal faaliyetler oldukça geniş bir alana yayılmaktadır. Günümüzde sosyal devlet sayılabilmek için eğitim, sağlık gibi toplumu ilgilendiren konulara yapılan yatırımlar Osmanlı Devleti’nde vakıflar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Vakıflar yalnızca fakir insanlara hizmet sunmakla yükümlü kuruluşlar değillerdi. Özellikle sanat ve kültür alanlarına önemli destekler verilmekteydi (Soysaldı, 2002: 399). Sosyal sorumluluk açısından bakıldığında bu eylemler genellikle hayırseverlik çerçevesinde değerlendirilebilir. Ancak Türkiye’deki tarihi gelişimi içerisinde hayırseverliğin sosyal sorumluluk kavramının temellerini oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra ise devletin içerisinde bulunduğu ekonomik durumdan ötürü işletmeler genel olarak küçük ya da en fazla orta ölçekli kuruluşlar olarak yapılmışlardır. Gerek ekonomik koşullar gerekse de sosyal sorumluluğu işletmeler açısından zorunlu hale getirecek baskı gruplarının bulunmaması yüzünden sosyal sorumluluk Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk dönemlerinde devlet eliyle gerçekleştirilen faaliyetlerle sınırlı kalmıştır (Alakavuklar v.d., 2009: 118).

Türkiye’de özellikle 90’lardan sonra özel sektörün giderek büyümesi ve kurumsallaşması ile birlikte, kurumsal sosyal sorumluluk bu şirketlerin stratejik yönetim uygulamalarından birisi olarak görülmeye başlanmıştır. Özel sektör özellikle kendisi üzerinde artan toplumsal baskılar ve beklentilere karşılık vermek amacıyla

kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ağırlık vermeye başlamıştır. Günümüzde holdingler, büyük iş grupları, STK'lar ve vakıflar Türkiye'de sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ana aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Alakavuklar v.d., 2009: 130-131).

### **2.3.Sosyal Sorumlulukla İlgili Yaklaşımlar**

Sosyal sorumluluk kavramı tarihsel süreç içerisinde farklı yaklaşımlarla ele alınmıştır. Bu yaklaşımlar sosyal sorumluluk literatüründe klasik ve modern sosyal sorumluluk olarak iki başlık halinde incelenmektedir.

#### **2.3.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı**

Klasik sosyal sorumluluk anlayışının en önemli temsilcisi Friedman'dır. Friedman'a göre işletmelerin tek sosyal sorumluluğu "oyun kuralları içerisinde" yani kanunlara uygun şekilde kârlarını en üst seviyeye çıkarmaktır. Bu anlayışa göre işletmelerin sosyal sorumlulukları bulunmamaktadır, yalnız bireysel olarak yönetici, hissedar ya da çalışanlar isterlerse paralarını toplum yararına harcayabilirler. Yöneticilerin kurumsal kaynakları toplum yararı için harcamaları hem hissedarların paylarından hem müşterilerin zenginliklerinden hem de çalışanların ücretlerinden çalmak anlamına gelmektedir (Wartick ve Cochran, 1985: 759-760).

Friedman ayrıca işletme yöneticilerinin sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda uzman olmadıklarını, yöneticilerin ürünlerin üretimi, satışı ve finansmanı konusunda uzman kişiler olduklarını belirtmektedir (Pava ve Krausz, 1996: 322).

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımına göre işletmelerin sorumluluğu değer üretmek ve istihdam yaratmaktır. İşletmeler tüm kaynaklarını ve enerjilerini bu yönde kullanmaktadır. Bu yaklaşımın haklı olduğu nokta ise işletmenin hem kârı hem de riski üstlenerek değer üretirken ve istihdam yaratırken sosyal sorumluluk görevini yerine getirmesi olarak görülebilir (Bektaş, 2016: 263). İşletmeler kârını en üst seviyeye çıkardıklarında genel ekonomide büyümeye katkı sağlayacaktır. Böylece toplumun sorunları çözme kapasitesini de artıracaktır (Özgener, 2000: 154).

Şirketlerin çıkarını temel alan bir başka yaklaşıma göre ise: bir şirket yalnızca kendi çıkarı için zorunlu olan durumlarda sosyal sorumluluk faaliyetlerine başvurmalıdır. Şirketler çeşitli gruplarla çatışmalar yaşadıklarında, toplum ve medya

baskısını en aza indirmek amacıyla hukuki ya da ahlaki baskıyı en yoğun yapan grubun değerlerini temel alarak sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmalıdırlar (Keskin, 2010: 27).

Kısaca klasik sosyal sorumluluk yaklaşımına göre, şirketlerin ana hedefleri kanunlar çerçevesinde olabildiğince kâr elde etmektir. Şirketlerin topluma karşı kurumsal olarak herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Şirketler ulaşabilecekleri en yüksek kârlılığa ulaştıklarında istihdam yaratmak ve ekonomiye katkıda bulunmak suretiyle sorumluluklarını gerçekleştirmiş olurlar.

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımı günümüzde büyük oranda yerini modern yaklaşıma bırakmıştır. Sosyal sorumluluk kavramının bilimsel açıdan ve işletmeler açısından önemi ve gerekliliği ortaya konulmuştur. Çok az akademisyen ve iş adamı sosyal sorumluluğun temel kavramları konusunda olumsuz görüşe sahiptirler (Carrol ve Buchholtz, 2008: 49).

### **2.3.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı**

Modern sosyal sorumluluk yaklaşımına göre, işletmeler kâr elde etmenin yanında toplumsal sorunları da düşünerek bu konuda atacağı adımlarla sorunların çözümünde etkili olmalıdır. Çünkü işletmeler toplumsal sorunların ortaya çıkmasında bir etken olduğu kadar sorunların çözülmesi için gerekli kaynağa da sahiptirler. Dolayısıyla bu sorunların çözülmesi için de sosyal sorumluluğu yüklenmelidirler (Özgener, 2000: 156). Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımında işletmelerin iç paydaşlara karşı sorumlu olduğu kabul edilirken, modern sosyal sorumluluk yaklaşımında ise işletmelerin müşterilerine yani topluma karşı sorumluluğu ağırlık kazanmaktadır. Bu yaklaşım çerçevesinde kurumlar sosyal sorumluluk faaliyetleri ile diğer rakiplerinden ayrılarak uzun dönemde kârlılıklarını artıracaklardır (Karatepe ve Ozan, 2017: 87). Modern sosyal sorumluluk kuramını destekleyen düşünürler, bu yaklaşıma destek olarak şu savları ileri sürmektedirler (Kuratko, 1990: 673'ten aktaran Özüpek, 2013: 42-43):

- İşletmeler toplumun çıkarlarını birinci planda tutarak faaliyetlerini geliştirdiklerinde ekonomik sistem en iyi şekilde işleyecektir.
- İşletmenin elde ettiği kâr yalnızca çok uzun olmayan bir dönemde tercih edilen davranışları belirtmektedir.

- İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında harcadıkları kaynaklar, ileri dönemlerde şirketlere toplum tarafından tekrar kazandırılabilir.
- Sosyal sorumluluk demokrasi için bir tehdit oluşturmamaktadır. İşletmeler sosyal kuruluşlar olarak içinde yaşadıkları toplumun standartlarına uymak zorundadırlar. Eğer işletmeler sosyal sorumluluk konusunda üzerlerine düşeni yapmazlarsa, devletin işletmelere müdahalede bulunması gerekmektedir.

## 2.4.SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

Sosyal sorumluluk üzerine çalışmalar yapan araştırmacılar çeşitli modeller ortaya çıkarmışlardır. Bu bölümde: Sosyal Sorumluluk Alanlarının sınırlandırılması modeli, Sosyal Performans Modeli, Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli, Sosyal Duyarlılık Modeli, Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli, Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli ve Preston ve Post'un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modelleri açıklanacaktır.

### 2.4.1. Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli

Hay, Gray ve Gates tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk alanlarının sınırlandırılması modeli (Yemişçi, 2010: 132) farkındalık, bilinçli olmak ve sorunların çözümü için istekli ve kararlı olmak üzere 3 ana unsurdan meydana gelmektedir.

*Farkındalık:* İşletmenin ya da işletme yöneticisinin iç çevre, ara çevre ve sosyal çevresinde olan sorunların farkında olmasını ifade etmektedir (Gün, 1994: 49).

*Bilinçli olmak:* işletmelerin içerisinde yaşadığı çevrenin sorunlarının çözülmesi konusunda sorumluluk taşıdığı bilincinde olmasıdır (Dereköy, 2015: 46-47).

*İstekli ve kararlı olmak:* İşletmenin sorunların çözümü için istekli bir şekilde elindeki tüm imkanları kullanarak kararlılık göstererek hareket etmesidir. (Bektaş, 2016: 276).

Sonuç olarak sosyal sorumluluk alanlarının sınırlandırılması modeli işletmelerin iç, ana ve sosyal çevreleri ile etkileşimleri sonucunda kendilerini bu çevrelerden sorumlu hissederek gönüllülük esasına dayalı sosyal faaliyetler yürütmesinin işletmelerin varlık amacına da hizmet edeceğini savunmaktadır (Özüpek, 2013: 80).

### 2.4.2. Sosyal Performans Modeli

Kurumsal sosyal performans üzerine yapılan çalışmaların en önemlilerinden birisi Sethi'nin "Dimensions Corporate Social Performance: An Analytical Framework" (1975) isimli çalışmasıdır (Carrol, 2008: 31). Sethi, işletmelerin sosyal performansını oluşturan kurumsal sosyal davranışları "yükümlülük", "sorumluluk" ve "hesap verebilirlik" olarak üç başlık altında toplamıştır. Sethi yükümlülüğü piyasa güçleri ve yasal zorunluluklara karşı gösterilen davranışlar olarak tanımlamaktadır. Sorumluluk davranışı ise işletmelerin sosyal faaliyetlerini gerçekleştirirken toplumsal normlar, değerler ve beklentilerle uyumlu olarak hareket etmesidir. Son olarak hesap verebilirlik kurumun sosyal ihtiyaçları düşünerek bu ihtiyaçlara uygun davranışlarda bulunmasıdır (Sethi, 1975: 60-62).

Sosyal performans kavramına ilişkin bir diğer önemli model de Wood (1991) tarafından geliştirilmiştir. Wood sosyal performans modelini "Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İlkeleri" ana başlığı altında toplamıştır. Model, Kurumsal İlke: Meşruluk, Örgütsel İlke: Toplumsal Sorumluluk ve Bireysel İlke: Yönetsel Sağduyu olarak 3 düzeyde prensiplerden oluşmaktadır (Wood, 1991: 694).

**Tablo 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli**

<b>Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İlkeleri</b>
Kurumsal İlke: Meşruluk
Örgütsel İlke: Toplumsal Sorumluluk
Bireysel İlke: Yönetsel Sağduyu
<b>Sosyal Hesap Verebilirlik Süreçleri</b>
Çevrenin Değerlendirilmesi
Paydaş Yönetimi
Sorun Yönetimi
<b>Kurumsal Sosyal Davranışın Sonuçları</b>
Sosyal Etkiler
Sosyal Programlar
Sosyal Politikalar

Wood kurumsal sosyal sorumluluğun ilkelerini şu şekilde açıklamaktadır (Wood, 1991: 696):



*Kurumsal İlke: Meşruluk:* Bu prensip Davis'in "Sorumluluğun Demir Kuralı" olarak bilinen görüşüne dayanmaktadır. Buna göre işletmelere güç ve meşruluk veren toplumdur. Toplumla karşı sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmeler uzun vadede bu güçlerini kaybedecektir.

*Örgütsel İlke: Toplumsal Sorumluluk:* İşletmeler toplumun içerisinde yaşayan sosyal varlıklardır. Dolayısıyla toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmak durumundadırlar.

*Bireysel İlke: Yönetmel Sağduyu:* Yöneticiler ahlaki aktörlerdir. Yöneticiler karar alırken sağduyulu ve sorumlu davranmak zorundadırlar.

Wood'a göre sosyal hesap verebilirlik süreçlerinden çevrenin değerlendirilmesi, şirketlerin sürekli değişkenlik gösteren ve en az teknolojik ve ekonomik ortam kadar önemli olan politik, yasal ve sosyal ortamları da gözlemlemesini ifade etmektedir. Paydaş yönetimi ise işletmelerin paydaşları ile sürekli iletişimde kalarak bilgi alışverişinde bulunması, onların sorunlarını, istek ve beklentilerini dinlemesi ve bunlara cevap vermesi anlamına gelmektedir. Son olarak sorun yönetimi ise işletmelerin sürekli içinde bulunduğu ortamı gözlemlemesi, toplumsal meselelerin belirlenmesi ve bunlara nasıl tepki verileceğinin planlanması sürecini tanımlamaktadır (Wood, 1991: 704-706).

Wood'un (1991) sosyal performans modelinin son adımını oluşturan "Kurumsal Davranışın Sonuçları" sosyal etkiler, sosyal programlar ve sosyal politikalarla oluşmaktadır. Wood'a göre (1991: 708-709) şirketin gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerin toplum üzerinde etkisi vardır. Bu sosyal etkileri yönetmek üzere işletmeler sosyal programlar geliştirebilir. Bu programlara gerekli yatırım yapılarak sosyal olarak duyarlı süreçler kurumsallaştırılıp sosyal politikalar oluşturulmalıdır.

### **2.4.3. Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli**

Üç aşamalı sosyal sorumluluk modeli, sosyal sorumluluğu tarihsel gelişimi içerisinde Kâr Maksimizasyonu Dönemi, Vekalet Yaklaşımı, Yaşam Kalitesi Yaklaşımı olmak üzere 3 aşamadan ele almaktadır (Özüpek, 2013: 85-88).

*Kâr Maksimizasyonu Dönemi:* 19. Yüzyılın sonları ve 20. Yüzyılın başlarında geçerli olan bu modelin ilk aşaması olan kâr maksimizasyonu döneminde işletmelerin genel olarak tek amacı kârlarını en üst düzeye çıkarmaktır. (Gün, 1994: 50).

*Vekalet Yaklaşımı:* Modelin ikinci aşaması olan vekalet yaklaşımı, 1920 ve 1930'lu yıllarda toplum ve işletmelerin yapısal değişimleri sonucunda ortaya çıkmıştır. Vekalet yaklaşımına göre: yöneticilerin görevi yalnızca kârı maksimize etmek değildir. Yöneticiler kârı artırma çabalarının yanında işletmede çalışanların, müşterilerin ve toplumun istek ve beklentilerini de göz önüne alarak bir denge kurmalıdır (Gün, 1994: 50-51).

*Yaşam Kalitesi Yaklaşımı:* Bu yaklaşım üç aşamalı sosyal sorumluluk modelinin son aşamasıdır. Toplumdaki sosyal istek ve beklentilerin değiştiğini kabul ederek, toplumun yaşam standartlarını artırmayı sorumluluk olarak kabul etmektedir. Yaklaşımın kabul ettiği sorumluluklar: doğal çevrenin bozulmaması, sağlık hizmetlerinin karşılanması, tüketicinin alım gücünün artırılması, mal ve hizmet üretiminde tüketici ve toplumun can güvenliğinin sağlanması olarak görülebilir (Bektaş, 2016: 277).

#### **2.4.4. Sosyal Duyarlılık Modeli**

Sosyal duyarlılık modelini geliştiren Ackerman'a göre sorumluluk değil, sosyal duyarlılık işletmelerin kurumsal sosyal amacı olmalıdır. Model sosyal sorunlara cevap vermede 3 aşama önermektedir (Janusz ve Tomasz, 2010: 45):

*Birinci aşama:* İşletmelerin üst düzey yöneticileri sorunların ne olduğunu öğrenir. Bu aşamada hiç kimse işletmenin sorunla ilgilenmesini beklemez. Kurum sözlü veya yazılı olarak sorunun farkında olduğunu beyan eden bir açıklama yapar.

*İkinci aşama:* İşletme sorunu incelemek ve bu sorunun nasıl çözülebileceğini bulabilmek amacıyla uzmanlar istihdam eder ya da konuyla ilgili kuruluşlardan danışmanlık hizmeti alır. Buraya kadar işletme sorunun farkında olma ve sorunun çözümü için plan yapma aşamasındadır. Herhangi bir eylemde bulunmaz.

*Üçüncü Aşama:* Bu aşamada işletme politikasını uygulamaya koymaktadır. Bu aşamada kimi zaman işletmeler tarafından yavaş kalınabilmektedir. Böyle durumlarda devlet ya da toplum şirketi faaliyete geçmeye zorlar. Dolayısıyla şirket önceliğini kaybetmiş olur.

Ackerman'ın modeli kuramsal bir yaklaşımdan çok işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri için bir rehber niteliğindedir. Şirketlerin sosyal sonuçlar

oluşturabilecek sorunları çözmesi için stratejiler sağlamaktadır (Kanji ve Agrawal, 2016: 143).

#### **2.4.5. Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli**

Carrol sosyal sorumluluğu Ekonomik, Hukuki, Etik ve Gönüllü sorumluluklar olmak üzere dört kategoriye ayırmıştır (Carrol, 1991: 40).

*Ekonomik Sorumluluk:* İşletmeler en temel anlamda iyi ürünler üretmek ve bunları kabul edilebilir fiyatlara müşterilere sunmak amacıyla kurulmuş olan ekonomik organizasyonlardır. Dolayısıyla işletmeler için ekonomik sorumlulukları önceliklidir. İşletmeler ekonomik sorumluluğunu yerine getirmediğinde diğer tüm sorumlulukları anlamsız bir hal alacaktır (Carrol, 1991: 40-41). Şirketler tüm kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak kârlarını maksimize etmek için çabalamalıdır. (Özkoç, Çelik, Gönen, 2005: 136).

*Yasal Sorumluluk:* Toplum, işletmeleri yalnızca kâr amacıyla çalışan yapılar olarak kabul etmemektedir, işletmeler aynı zamanda devletin kurallarına ve düzenlemelerine de uygun hareket etmelidir. İşletmeler kârlarını artırma çabalarını gerçekleştirirken kanunlara uygun davrandıklarında işletme ve halk arasındaki toplum sözleşmesini de kısmen yerine getirmiş olurlar (Carrol, 1991: 41). Rekabeti düzenleyen yasalar, tüketiciyi korumaya yönelik yasalar, çevreyi korumaya dönük yasalar, çalışanların etik ve güvenliğini sağlayan yasalar gibi düzenlemeler devlet tarafından işletmelerin çalışmalarını ve halk ile arasındaki ticareti kontrol altında tutmak amacıyla yapılmaktadır. (Özüpek, 2013: 75).

*Etik Sorumluluk:* Etik geçmişten bugüne bireyin davranışlarının ahlaki olarak doğru olup olmadığının değerlendirilmesidir. Bireyin davranışları başka bir kişiye fayda sağlıyor ya da zarar veriyorsa burada etik ile ilgili bir durum vardır (Bektaş, 2016: 11-12). Öyleyse işletmeler açısından bakıldığında etik davranış ilişkide olunan birey ya da gruplara fayda sağlayacak davranışları ifade etmektedir. Eğer işletme topluma zararlı bir eylemde bulunuyorsa burada etik olmayan bir davranış vardır. Etik sorumluluklar işçilerin, müşterilerin, paydaşların ve toplumun yasalar tarafından belirlenmemiş etik kurallarına uygun hareket edilmesini ifade etmektedir (Carrol, 1991: 41).

Gönüllü Sorumluluk: İşletmelerin gönüllü olarak gerçekleştirdikleri sorumluluklar toplumun beklentilerinden (burada kastedilen etik sorumluluklardaki beklentilerdir) ya da yasal zorunluluklardan öte işletmenin kendi isteğiyle zamanını ya da parasını eğitim, sanat gibi toplumun refahını geliştirebilecek etkinlikler için kullanmasını ifade etmektedir (Carrol, 1991: 42). Gönüllü sorumluluklar toplum ile işletmenin iyi bir ilişki kurmasına ve uzun vadede işletmenin daha kârlı çalışmasına ve devamlılığına olanak sağlayabilir. Bu tip sosyal sorumluluk faaliyetlerine yardımseverlik faaliyetleri, çalışanlara yönelik sağlık programları, kreşler v.b. uygulamalar örnek gösterilebilir.

Carrol'a (1991: 40) göre bir iş adamının hayırsever sayılabilmesi için bu dört kategoriye kapsayan geniş bir alanda sorumluluk sahibi olması gerekmektedir. Carrol bu dört kategoriye bir piramit olarak ifade etmektedir.

**Şekil 1. Carrol'un Sosyal Sorumluluk Piramidi**



Sosyal sorumluluk piramidine göre işletmeler iyi birer sosyal vatandaş olmak için ilk olarak ekonomik sorumluluklarını yerine getirmelidir. Ekonomik sorumluluklarını yerine getirirken, yasal düzenlemelere uygun davranmalı ve etik davranışlar sergilemelidir. Tüm bunları gerçekleştiren işletmeler gönüllü olarak toplum yararına faaliyetler geliştirerek sosyal sorumluluklarını yerine getirmelidirler.

#### 2.4.6. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Davis'in sosyal sorumluluk modeli işletmelerin neden toplumun refahını korumak ve iyileştirmek amacıyla sorumlu faaliyetlerde bulunması gerektiğini beş varsayım ile açıklamaktadır (Certo, 1994: 507-508):

*Sosyal sorumluluk sosyal güçten kaynaklanmaktadır:* Davis'in bu varsayımına göre işletmeler azınlıkların işsizlik sorunu ve çevresel kirlilik gibi konular üzerinde önemli bir güce sahiptir. Aynı zamanda işletmeler yine aynı sorunların kaynaklanmasına sebep olan faktörlerdendir. Dolayısıyla toplum bu sorunların çözümü için işletmeleri sorumlu tutabilir.

*İşletmeler toplumdaki girdi alan ve topluma açıklama yapan iki ucu açık bir sistem olarak görev yapmalıdır:* Bu varsayımına göre işletmeler toplumun temsilcileri ile görüşerek sosyal refahın sağlanması konusunda neler yapılabileceği ile ilgili bilgiler almalıdır. Toplum da işletmenin raporlarını ve açıklamalarını dikkate alarak sosyal sorumlulukları ile ilgili neler yaptığını dinlemelidir. Davis sosyal refahın sürdürülebilmesi ve geliştirilebilmesi için toplumun temsilcileri ve işletmeler arasında açık bir iletişim olmasının önemine dikkat çekmektedir.

*İşletmeler bir faaliyet, ürün ya da hizmetin sosyal maliyet ve kazançlarını ayrıntılarıyla hesaplayarak onu ileri taşıyıp taşımayacağına karar vermelidir:* İşletmeler herhangi bir karar alırken onun yalnızca teknik olarak uygulanabilirliği ya da ekonomik olarak kârlılığını düşünmemelidir. İşletmeler gerçekleştirecekleri faaliyetlerin kısa ve uzun vadeli sosyal sonuçlarını da düşünmelidirler.

*Her bir faaliyet, ürün veya hizmetin sosyal maliyetleri müşterilere yansıtılmalıdır:* İşletmeler sosyal olarak avantajlı olan ancak ekonomik olarak dezavantajlı olan faaliyetleri tamamen finanse edemezler. Sosyal olarak arzu edilen bir faaliyet gerçekleştirildiğinde bunun maliyeti tüketicilere fiyat artışı olarak yansıtılmalıdır.

*İşletmeler birer vatandaş olarak kendi faaliyet alanlarının dışında kalan bazı sorumluluklara dahil olmalıdır:* İşletmeler eğer bir sosyal sorunla ilgili uzmanlara sahipse o sosyal sorun işletmenin faaliyet alanının dışında da olsa topluma yardımcı olmalıdır. Davis işletmelerin toplumdaki artan ölçüde kâr elde etmek için toplumu

geliştirmek amacıyla tüm vatandaşlık sorumluluğunu paylaşması gerektiğini söylemektedir.

### **2.5.Belediyelerde Sosyal Sorumluluk**

Sosyal ihtiyaçları karşılamak ya da sosyal sorunlara çözüm bulmak yalnızca özel kuruluşların görevi değildir. Kamu kurum ve kuruluşlarının da halka karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Yerel yönetimler doğası gereği yerel halkla oldukça yakın ilişkiler içerisindedir. Dolayısıyla yerel yönetimler halkın istek, beklenti, ihtiyaç ve sorunlarını belirlemede devletin en etkili kurumlarından birisidir. Bu özellikleriyle yerel yönetimler dünyada oldukça önemli hale gelmiştir. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye’de de bazı yetkilerin merkez yönetimden yerele devredilmesi yerel yönetimlerin sorumluluklarını artırmıştır. Yerel yönetimler daha önceki gibi belli başlı ihtiyaçları karşılayan kurumlar olmaktan öte toplumun refahını artırmaya yönelik sosyal faaliyetlerde bulunan kurumlar haline gelmiştir (Kesgin, 2016: 85).

Güllüpınar (2010: 43) Carrol’ın sosyal sorumluluk piramidini kullanarak belediyelerin sosyal sorumluluklarını ifade etmiştir. Buna göre belediyelerin ekonomik sorumlulukları: kamu kaynaklarının verimli bir şekilde kullanılarak israfın önüne geçilmesini, yasal sorumlulukları: kanunlara uygun hareket ederek toplumda kaos ve belirsizlik yaratacak uygulamalardan kaçınılması, etik sorumlulukları: toplumun her kesiminden vatandaşlara adil bir şekilde eşit hizmetin sunulması, gönüllü sorumlulukları ise: belediyelerin faaliyetlerinde toplumsal faydayı gözetecek uygulamalarda bulunması olarak açıklayabiliriz.

Yerel yönetimler toplumsal katılımı ve gönüllülüğü sağlayarak eğitim, beceri geliştirme ve temel ihtiyaçların karşılanması gibi konularda toplumsal kapasiteyi en üst düzeye çıkarabilir (Jekabsone ve Sloka, 2015: 664).

Belediyeler aynı zamanda özel sektör, kamu sektörü ve gönüllü kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlayarak gerekli sosyal faaliyetlerin gerçekleştirilmesine de öncü olmalıdır (Zengin, 2018: 90). Belediyelerin sosyal olarak sorumlu olduğu alanların bazıları yasalar ile de belirlenmiştir. Örneğin 5393 sayılı belediye kanununun 38. maddesine göre belediye başkanının görevleri arasında, belde halkının huzur, esenlik, sağlık ve mutluluğu için gereken önlemleri almak ve dar gelirli, yoksul, muhtaç ve kimsesizlere yardımda bulunmak da sayılmıştır. Yine 14.maddenin (a) bendinde

“...kültür ve sanat, sosyal hizmetler ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma vb gibi hizmetleri yapar ve yaptırır” hükmü bulunmaktadır (Aygen, 2014: 174-175). Belediyeler toplumun refahını sağlama, sosyal ihtiyaç ve beklentileri karşılama noktasında gerek yasal gerekse de gönüllü olarak sorumlu faaliyetlerde bulunmak durumundadır.

Belediyelerin sosyal olarak sorumlu olduğu alanları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Kente ve Çevresine Karşı Sorumluluk,
- Belediye Çalışanlarına Karşı Sorumluluk,
- Kent Halkının Sağlığına Karşı Sorumluluk,
- Kent Halkının Eğitimine Karşı Sorumluluk,
- Kültürel Sorumluluk,
- Dezavantajlı Kesimlere Karşı Sorumluluk,
- Demokrasi ve İnsan Hakları ile İlgili Sorumluluk.

### **2.5.1. Kente ve Çevresine Karşı Sorumluluk**

Çevre tüm canlı organizmaların yaşadığı, geliştiği ve hayati fonksiyonlarının bağlı olduğu dış ortamdır. Çevre bu organizmaların tamamıyla etkileşim halindedir. Çevre bu organizmaları etkilemekte ve aynı zamanda onlardan etkilenmektedir (Erdem, 2015: 18). Dolayısıyla insanlar da çevre içerisinde yaşar ve gelişirler. İnsan sınırsız ihtiyaçları olan bir varlıktır. Bu ihtiyaçlarını gidermek için de çevre ile sürekli etkileşim halindedir (Erdem, 2015: 29-30). İnsan çevre ile olan etkileşiminde genellikle tek taraflı bir tutum içerisindedir. Özellikle sanayi devrimi ve sonucunda ortaya çıkan hızlı kentleşme ile birlikte ortaya çıkan sorunlar çevrenin hızla bozulmasına sebep olmuştur (Gül, 2013: 18). Çevre sorunları üzerinde etkili olan nedenleri şu şekilde sıralayabiliriz (Akın, 2007: 46):

- Nüfus artışı ve dağılımı,
- Enerji kullanımı ve hammadde sorunu,
- Su ihtiyacı ve çevre kirlenmesi,
- Toprağın kullanımı ve erozyon sorunu,
- Arazi kullanım alanlarının dağılımı ve kapasiteleri,
- Nükleer enerji kullanımı ve sorunları,

Çevre sorunları hava kirliliği, su kirliliği, toprak kirliliği, küresel ısınma ve gürültü kirliliği olarak 5 ana başlık altında toplanabilir (Özüpek 2013: 51; Haftacı ve Soylu, 2007: 104).

*Hava kirliliği:* Hava kirliliği soluduğumuz havadaki bazı kirletici maddelerin insan sağlığını bozabilecek düzeye erişmesi anlamına gelmektedir. Hava kirliliği atmosferde doğal süreçleri bozmakta ve toplum sağlığını etkilemekte olduğundan özellikle son 30 yıldır sürekli takip edilmektedir. Ancak buna rağmen özellikle büyük metropollerde hava kirliliği büyük bir sorun teşkil etmektedir (Bayram v.d., 2016: 106).

*Su kirliliği:* Çevre kirliliğinin en son su kirliliğine dönüştüğü söylenebilir. Ekolojik döngülerin bozulması genellikle su kirliliğini oluşturan en önemli etkidir. Örneğin yağmur suları ile kükürt, azot ve karbondioksit toprağa karıştıktan sonra yer altı sularına ulaşır. Su kirliliğinin nedenlerine bakıldığında: tarımsal faaliyetlerin sebebiyet verdiği katı ve sıvı atıklar, fabrikaların sanayi ürünlerinin atıkları ve yerleşim yerlerindeki atıkların neden olduğu kirlilikler öne çıkmaktadır (Çalış, 2013: 178-179). Su kirliliği durumu yakın zamanlara kadar insan sağlığı açısından incelenmiştir. Özellikle gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerde bu fikir hala geçerliliğini korumaktadır. İnsanlara sağlıklı içme ve kullanma sularının temin edilmesi gerekmektedir. Atık suların verimli bir şekilde uzaklaştırılması ve su kirliliğine etki edebilecek diğer çevre sorunlarının çözülmesi bu konuda etkili olmaktadır. Su kirlenmesi günümüzde yalnızca insan sağlığı açısından değil, kaynakların tükenmemesi ve doğru şekilde kullanımı açısından da araştırılmaktadır (Karpuzcu, 2007: 35-36).

*Toprak Kirliliği:* Toprak kirlenmesi insanların toprağa yaptığı doğrudan ya da dolaylı etkilerin sonunda meydana gelmektedir. Genel olarak kötü hijyen alışkanlıkları, çeşitli tarım uygulamaları, katı ve sıvı atıkların yok edilmesiyle ilgili yetersizlikler ve hava kirliliği serpintilerinden de etkilenir (Güler ve Çobanoğlu, 1997: 18). Bu sebeplerle toprağın verimi azalabilir, ideal toprak karakteristiği bozulabilir ya da toprağın varlığı tehlikeye düşebilir (Çalış, 2013: 78).

*Gürültü Kirliliği:* Gürültü kavramı insanların sağlığını tehdit eden, psikolojik ve fizyolojik dengesini bozan, iş yaşamına olumsuz etki eden ve çevrenin doğallığını ve sakinliğini yok eden bir kirlilik olarak teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Gürültü insanların kişisel ve toplumsal yaşam kalitelerinin düşük olduğunun bir



göstergesi sayılmaktadır (Aydın v.d., 2005: 8). Gürültü kirliliğinin birçok sebebi olmasına rağmen başlıca nedenleri hızlı nüfus artışı, sanayileşme ve buna bağlı olarak çarpık kentleşmenin oluşmasıdır. Trafik, park alanları, spor alanları ve pazar yerlerinin gürültüleri en çok çevre kirliliğine yol açan gürültülerdir (Özyonar ve Peker, 2008: 76).

*Küresel Isınma:* Küresel ısınma doğal olarak ya da insanların etkileriyle atmosferin dünya yüzeyine yakın kısımlarında ortalama dünya sıcaklığının artması anlamına gelmektedir (Aksay, Ketenoğlu ve Kurt, 2005: 31). Küresel ısınma, küresel değişikliklerin doğal bir sonucudur. Ancak küresel değişiklikleri sera gazı kaynaklı ısınma, ormansızlaşma, çölleşme, biyoçeşitliliğin yitirilmesi gibi dünya nüfusunun artmasına bağlı etmenler oluşturmaktadır. Dünya nüfusunun artması sonucu insanların büyük şehirlerde toplanması ve bu şehirlerin kaynakları çok fazla kullanması bu şehirlerde ve dünya genelinde küresel değişimi tetiklemektedir (Grimmond, 2007: 83). Küresel ısınma önlenemediği takdirde dünyada sel felaketleri, artan kavurucu sıcakların yol açacağı büyük orman yangınları, bitki örtüsünün yok olması ve buna bağlı olarak ortaya çıkacak çölleşme insanlığa büyük zararlar verme noktasına gelebilir (Akın, 2006: 40).

Görüldüğü üzere çevre sorunları insanlık üzerinde büyük yıkımlara yol açabilecek kapasiteye sahiptir. Günümüzde bu konuda gerek kamu gerekse de özel sektör tarafından bilinçlendirici, önleyici faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Belediyelerin ve yerel halkın çevrelerinin de kentler, kente bağlı ilçe ve köyler olduğu düşünüldüğünde belediyeler çevreyi koruyucu, geliştirici önlemler olarak insanların yaşam standartlarını yükseltmek durumundadırlar.

Çevre sorunları ilk olarak ortaya çıktığı bölge için tehlike oluşturmaktadır. Dolayısıyla bölgeye en yakın olan yerel yönetimler bu sorunların çözümünde aktif rol oynamalıdır. Hem sorunların çözümü hem de çevreye faydalı politikalar üretmek belediyeler için önemli bir sorumluluktur. Yerel yönetimlerin kaynakların bilinçli kullanımı ve çevrenin korunması konusunda yerel halk ile iş birliği içerisinde çalışmalar yapması oldukça önemlidir. Böylelikle hem sorunlar daha hızlı ve kolay çözülecek, hem de çözüm sonrası etkinlik daha uzun sürecektir. Sivil toplum kuruluşları ile bu amaç doğrultusunda birlikte hareket edilmesi belediyelere önemli avantajlar sağlayabilecektir (Kızılboga ve Batal, 2012: 210).

### **2.5.2. Belediye Çalışanlarına Karşı Sorumluluk**

Günümüzde çalışanların beklenti ve istekleri değişim göstermektedir. Çalışanlar artık yalnızca ekonomik beklentilerinin karşılanması ile tatmin olmamaktadır. Personelin çalışma koşullarının iyileştirilmesi, can güvenliğinin sağlanması, kendini geliştirebilecek ve terfi alabilecek bir çalışma ortamının sağlanması, kendisine ve yakınlarına zaman ayırabileceği çalışma saatlerinin sağlanması gibi uygulamalar çalışanların tatmin sürecinde etkili olmaktadır (Özgener, 1996: 181). Çalışanların özellikle kendilerini ilgilendiren konularda alınacak kararlara dahil edilerek görüş ve önerilerinin alınması (Türkel, 2013: 103), personelin işe uyumunun sağlanarak, iş konusunda gerekli teknik ve beceri ile donatılması ve çalışanın fiziki çalışma ortamının geliştirilmesi de örgütlerin sosyal sorumluluklarındandır (Bektaş, 2016: 292).

Develioğlu ve Çimen'e göre (2012, 148) insan kaynağını bulma ve seçme örgütler için bir sosyal sorumluluktur. Ülkemizde özellikle akrabalık ve hemşerilik ayrımcılıkları yoğun olarak görülmektedir. Ancak adaylar işe alınma sürecinde bilgi ve becerilerine göre tarafsız olarak değerlendirilmek istemektedirler.

Ülkemizde yerel yönetimlerde hemşerilik, akrabalık, partizanlık gibi özelliklerle insanların kayırılması, işe alınma sürecinde kolaylık sağlanması gibi durumlar sıklıkla görülmektedir. Yerel yönetimlerin henüz personelin seçiminde tarafsız bir tutum sergileyerek eşitlik ilkesi çerçevesinde davranması çalışanlarına karşı önemli sorumluluklarından birisi olarak değerlendirilebilir.

Kısacası belediyelerin çalışanlarına yönelik sorumluluklarına bakıldığında, işe alım sürecinde adil ve tarafsız bir sürecin sağlanması, kariyer hedeflerinin desteklenerek gerekli eğitsel faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, çalışma ortamının geliştirilmesi, alınacak kararlarda katılımın sağlanması ve iş güvenliği noktasında sağlıklı uygulamaların gerçekleştirilmesi gibi faaliyetler öne çıkmaktadır.

### **2.5.3. Kent Halkının Sağlığı ve Refahı ile İlgili Sorumluluk**

Belediyeler kent halkının sağlığı konusunda, halka en yakın yönetim birimi olması, halkın sorunları ile birebir karşılaşması açısından önemli bir yere sahiptir (Yücel v.d., 2014: 75). Yerel halkın sağlık seviyesi şehirlerin farklı koşullarına göre değişkenlik göstermektedir. Çevrenin fiziksel, sosyal ve ekonomik yapısı, halk sağlığı üzerinde önemli olan etkenlerdendir (Takano ve Nakamura, 2001: 263). Yerel

yönetimlerin en önemli görevlerinden birisi de kentsel yaşamın tüm koşullarını gözeterek halk sağlığını korumak ve iyileştirmektir (Başaran, 2007: 227). Fiziksel, sosyal ve ekonomik ortam aynı zamanda halkın refahını da yükseltmektedir. Bu anlamda refah ve kent sağlığı birbirini etkileyen durumlardır.

Dünya sağlık örgütü bir kentin “sağlıklı” sayılabilmesi için şu kriterleri belirlemiştir (WHO, 1997: 9):

- Yüksek kalitede güvenli, temiz bir fiziksel ortamın olması (ev kalitesi de dahil),
- Mevcut ekosistemin dengeli olması ve uzun dönemde sürdürülebilir olması,
- Güçlü, dayanışma halinde olan ve istismarcı olmayan bir topluluğun olması (yerel halk),
- Tüm insanların temel ihtiyaçlarının sağlanabilmesi (yemek, su, güvenlik, iş ve barınma gibi.),
- Çeşitli deneyimlere ve kaynaklara ulaşılması, farklı kişilerle etkileşim ve iletişim içerisinde olunması,
- Geniş kapsamlı, canlı ve yenilikçi bir şehir ekonomisi,
- Şehrin geçmişiyle, şehir sakinlerinin kültürel ve biyolojik mirasıyla ve diğer tüm gruplarla bağlantılı olmanın desteklenmesi
- Şehrin önceki karakteristiğine uyumlu olunması ve geliştirilmesi,
- Olabilecek en iyi seviyede halk sağlığı ve sağlık hizmetinin herkes tarafından ulaşılabilir olması,
- Yüksek sağlık statüsü (sağlığın yüksek seviyede olması ve bulaşıcı hastalıkların en düşük seviyede olması).

Yerel yönetimler faaliyet gösterdikleri illerde yukarıda saydığımız tüm özelliklerin durumunu saptamada ve bu durumlara müdahale etmede en etkili birimlerdir. Bu anlamda sağlıklı bir kentin oluşması ve dolayısıyla halkın refah seviyesinin yükseltilmesinde yerel yönetimler üzerine düşen görevleri iyi bir şekilde belirlemeli ve uygun faaliyetler ile yerel halka katkıda bulunmalıdır.

Kent sağlığı konusunda ülkemizde de yıllardan beri çeşitli uygulamalar yürütülmektedir. Örneğin İstanbul Büyükşehir Belediyesi 2001 yılından beri evde

bakıma muhtaç olan insanlara sağlık hizmeti vermekte ve hasta ve hasta yakınlarını bilinçlendirici faaliyetlerde bulunmaktadır (<http://www.ibb.gov.tr>).

#### **2.5.4. Kent Halkının Eğitimine Karşı Sorumluluk**

Eğitim günümüzde tüm ülkeler, şehirler ve insanlar için oldukça önemli bir kavram haline gelmiştir. Eğitim geleceğin nasıl olacağını şekillendirebilme gücüne sahiptir (Çınar, 2009: 22). Dolayısıyla devletler, eğitim sisteminin düzenli bir şekilde işleyebilmesi ve toplumun gereksinimlerine cevap verebilmesi için önemli yatırımlar ve harcamalar yapmaktadır. Dünya geneline bakıldığında özellikle gelişmiş ülkelerin eğitimi oldukça önemsedikleri ve gayri safi milli hasıllarının önemli bir kısmını eğitim harcamalarına ayırdıkları görülmektedir (Gürbey, 2012: 80).

Eğitimin tanımına bakıldığında: “Eğitim bireyin yaşam için sahip olması gereken davranışları kazandığı ve bu davranışların oluşumunda kendine özgü nitelikleriyle aktif rol aldığı, yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu süreç sonunda birey öğrendiği davranışları yaşantısına uygulamaktadır. Birey davranışları açısından bir değişim dönemi yaşamış, sonuçta somut bir ürün (davranış) elde etmiş, bunu yaşantısına yansıtmış ve gözlenebilir bir şekilde sergilemektedir” (Taşpınar, 2009: 7). Bu tanıma göre eğitim yalnızca ilkokul, ortaokul, lise, üniversite veya lisansüstü eğitim olarak değerlendirilmemelidir. Yaşam boyu devam eden bir süreç olduğundan toplumun tüm kesimlerinin çeşitli konularda eğitim hizmetinden faydalanması gerekmektedir. Eğitim kurumlarının dışında olan yetişkin eğitimleri insanlara bireysel yeteneklerini geliştirme, teknolojik yeniliklere adaptasyonu sağlama, yeni hobiler edindirme, kültürel mirasın korunması, sanatsal ve sportif faaliyetlerin gelişmesi ve nesiller arasındaki uyumsuzluğu azaltma gibi faydalar sağlayabilmektedir (Acar ve Savaşan, 2015: 29). Yerel halkı oluşturan temel birimler olan insanların eğitiminin kentin gelişmesi için en önemli faktörlerden biri olduğu düşünüldüğünde belediyelerin önemli sorumluluklarından birisi de eğitim olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye’de belediyeler eğitime (özellikle zorunlu eğitime) önemli destekler vermektedirler. Örneğin İstanbul Büyükşehir Belediyesi yalnızca 2017 yılında eğitim sorumlulukları kapsamında bireysel, toplumsal, siyasal kültürel, sportif, sanatsal ve iletişim gibi konularda çocukların ve gençlerin gelişimine yönelik Çocuk ve Gençlik Meclisleri, Meslek Edindirme Hizmetleri (İSMEM), Kariyer Eğitim Günleri,

Yönlendirici ve Destekleyici Eğitim Çalışmaları, Tercih Danışma Merkezleri (üniversite ve lise tercihi için), Spor Akademileri ve Spor Liseleri Hazırlık Kursları, Eğitim Kurumlarına Yönelik Destek Hizmetleri (kırtasiye, bilgisayar desteği v.b.), Deneyap Teknoloji Atölyeleri (robotik ve kodlama, arduino ve elektronik, siber güvenlik ve nesnelerin interneti (IOT) branşlarında eğitimler), İsmek Çocuk Gelişim Okulu ve daha birçok proje ile destek sağlamaktadır (İBB Faaliyet Raporu, 2017: 136-142). İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin bütçesi ve hizmet ettiği nüfus göz önünde bulundurulduğunda bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gereklidir. Daha küçük belediyeler de nüfusu oranında benzer faaliyetlerde bulunmaktadır. Belediyelerin eğitim anlamında ihtiyacı olan öğrencilere kırtasiye, giyim, ek dersler veya kurslar, atölyeler, yönlendirici toplantılar ve seminerler gibi hizmetler sunmaları halkın eğitimi konusunda üzerine düşen sorumlu faaliyetlerden birkaçını oluşturmaktadır.

### **2.5.5. Kültürel Sorumluluk**

Kültür kelime olarak “Tarihsel, toplumsal gelişim süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” anlamına gelmektedir ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)). Maddi kültür bir toplumun kullandığı kap-kacak, giyim eşyaları, her türlü alet, teknik araçlar, makineler ve fabrikalar gibi maddi öğeleri kapsamaktadır. Manevi kültür ise dil, edebiyat, sanat, bilim, felsefesi, halk inançları ve halk kültürü, örf ve adetler, ahlak kuralları, normlar, düşün şekilleri, yemek yeme şekilleri gibi toplumun düşünce ve davranışlarından türeyen manevi değerleri kapsamaktadır (Arslanoğlu, 2000: 379). Toplumun tüm bu sahiplikleri kentlere de yansımaktadır. Kentler, üzerinde yaşayan toplumu yansıtmakta, onun tüm özelliklerini, güzelliklerini ve sorunlu yanlarını bünyesinde taşımaktadır (Keleş, 2005: 9). Kent kültürü farklı dini, etnik kökenlere sahip insanları bir arada tutan evrensel değerleri içermektedir. Tarih ve doğanın şehre bırakmış olduğu birikim o kentin kültürünü oluşturmaktadır (Batal, 2016: 30).

Toplumların ve fiziki şartların farklılıkları kentlerin kültürel yapılarını diğer şehirlerden ayırıştıran önemli özelliklerindedir. Günümüzde aynı ülkedeki kentler arasında dahi kültürün oldukça dinamik niteliği gereği, maddi-manevi unsurları

arasındaki etkileşimin yönü, tarihsel gelişimi, yapısal dönüşümleri, insanların davranış özellikleri, iletişimi gibi özellikleri ile farklı kentsel kültürlerle sahip şehirler bulunmaktadır (Kurt, 2011: 266). Fiziki ve kültürel açıdan olumlu bir şehir oluşturmak, üzerinde yaşayan toplumun tüm özelliklerine bağlıdır. Yerel yönetimler halka yakınlığı dolayısıyla halkın kültürel yapısını en iyi belirleyebilecek, kültürün korunması ve geliştirilmesinde en etkili politikaları gerçekleştirebilecek kamu kurumları olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla kentin ve kent halkının kültürünü koruyucu ve geliştirici politika ve uygulamalar gerçekleştirmek belediyelerin sosyal sorumluluklarından birisi olarak görülmektedir.

Yerel yönetimler kentlerin gelişimi için yaptıkları planlamalarda faaliyet gösterdikleri şehrin yerel halkının sadece ekonomik değil, sosyal ve kültürel değerlerini de göz önünde bulundurmalıdır. Bu değerlerle çatışmayacak, mevcut kültürel varlıkları koruyacak ve mümkünse geliştirecek faaliyetlerin gerçekleştirilmesine önem gösterilmelidir. Aksi davranışlar özellikle Türkiye’de kırdan kente göç ve kentlileşememe gibi problemlerin önemli nedenlerini oluşturmaktadır (Es ve Ateş, 2004: 208). Belediyeler kentlerin kültürel özelliklerinin korunması amacıyla kentin doğası, caddeleri, tarihi eserleri, sokakları, ibadet yerleri, alışveriş ve eğlence merkezleri gibi kent kültürünü oluşturan maddi değerlerini (Altıntaş ve Eliri, 2012: 66) kültürel sorumluluk bilinci ile planlamalı, toplumun sosyal ve kültürel değerlerini yansıtacak şekilde fiziksel mekanların düzenlenmesi veya inşa edilmesi amacıyla gerekli tedbirleri almalıdır.

Kentler insanların çevresi ile etkileşimini ortaya çıkaran, düşünce şekillerini belirleyen ve yaşam koşullarının belirlenmesinde önemli bir faktör olan sadece fiziksel değil aynı zamanda sosyal, kültürel ve davranışsal alanlar olarak görülmektedir (Güler v.d., 2016: 91) Bu yüzden kent kültürü üzerinde yerel halkın kentlilik bilincine sahip olması, bu bilince göre davranışlarda ve toplumsal etkileşimde bulunması da en az fiziksel mekanlar kadar önemlidir. Kentlilik bilinci insanların kente karşı bir aidiyet duygusu beslemeleri, kentle bütünleşmeleri ve kente karşı kendilerini sorumlu hissetmeleri açısından çağdaş yerel yönetimler anlayışı içerisinde önemli bir yer tutmaktadır (Kurt, 2011: 267). Batal’a (2016: 38) göre insanların kentlilik bilinci içerisinde hareket etmeleri için kent yönetimine katılabilmeleri gerekmektedir. Ancak

bu şekilde insanlar belediyelerin faaliyetlerini kendi düşünceleri, sosyal ve kültürel özellikleri ile bağdaştırabilir ve kenti sahiplenebilirler.

Belediyelerin kültür alanına yaptığı katkılar çoğu zaman insanlar tarafından gereksiz görülebilmekte ya da katkıları göreceli olduğu için önemi tam olarak anlaşılmamaktadır. Belediyeler kültürel hizmetlerinde toplumun tüm kesimini kucaklayıcı, toplum tarafından kabul edilen değerler üzerinde topluma yarar sağlayacak faaliyetlerin gerçekleştirilmesine önem vermelidir (Yıldız, 2014: 88).

### **2.5.6. Dezavantajlı Kesimlere (Gruplara) Karşı Sorumluluk**

Dezavantajlı kesimler toplumun temel ekonomik, sosyal ve kültürel kaynaklarından mahrum kalan veya mahrum bırakılan insan grupları anlamına gelmektedir (MARKA, 2011: 6). Kentel ve arkadaşlarına (2012: 19) göre ise dezavantajlı gruplar iktisadi, biyolojik ve sosyal açılardan toplumun diğer kesimine göre daha negatif durumda bulunan insanları tanımlamaktadır. Barret (2010: 18) dezavantajlı grupları: engelli bireyler, öksüz, yetim bireyler, etnik azınlıklar, 50 yaş ve üstü bireyler, kalifiye olmayan insanlar ve yerel yönetimler tarafından pek ilgilenilmeyen bölgelerde yaşayan insanlar olarak sıralamaktadır. Dezavantajlı kesimler genellikle dünya genelinde belirlenmiş durumlara sahip olsalar da her kültürde ve sosyal yapıda birtakım değişiklikler gösterebilmektedirler. Örneğin: ırkçılığın olmadığı ve her etnik gruptan insanın eşit sosyal, hukuki ve ekonomik haklara sahip olduğu bir bölgede azınlık olmak sizi dezavantajlı grup kategorisine sokmayabilir. Bu tanımlara göre göre, çalışma hayatı bakımından ekonomik ve sosyal üstünlüğü olan işverenlere karşı işçilerin korunması, sosyal ve biyolojik açıdan yetişkinlere karşı zayıf konumda olan çocuklar ve yaşlıların korunması, biyolojik açıdan herhangi bir engeli olmayanlara karşı engellilerin korunması, toplumun sosyokültürel yapısı açısından erkeklere karşı dezavantajlı konumda olan kadınların korunması dezavantajlı gruplara yönelik faaliyetleri ön plana çıkan konular olmaktadır (Kentel v.d., 2012: 19).

Yerel yönetimler gerek personeli ve yöneticileri gerekse de tüm idari birimleri halkla sürekli iç içe ve iletişim halinde olduğu için dezavantajlı grupları ve bu insanların sorun, istek ve şikâyetlerini belirlemede ve bunları gidermede önemli kurumlar olarak görülmektedir. Nitekim 5216 numaralı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. maddesinin v fırfasında (2004: 8904) belediyelerin dezavantajlı gruplara yönelik gerçekleştirilmesi

gereken faaliyetler sağlık merkezleri, hastaneler, gezici sağlık üniteleri ile yetişkinler, yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik her türlü sosyal ve kültürel hizmetleri yürütmek, geliştirmek ve bu amaçla sosyal tesisler kurmak, meslek ve beceri kazandırma kursları açmak, işletmek veya işlettirmek, bu hizmetleri yürütürken üniversiteler, yüksek okullar, meslek liseleri, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapmak olarak düzenlenmiştir.

Yelboğa (2017: 423) Türkiye’de belediyelerin genel olarak dezavantajlı gruplar için gerçekleştirdiği sosyal faaliyetleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Yaşlılara yönelik uygulamalar,
- Engellilere yönelik uygulamalar,
- Çocuk ve gençlere yönelik uygulamalar,
- Yoksullara yönelik uygulamalar,
- Kadınlara yönelik uygulamalar.

Bu uygulamaların devamı ve geliştirilmesi adına belediyelere önemli sorumluluklar düşmektedir. Dezavantajlı kesimlere yönelik öneri ve örnekler bakıldığında: yaşlılara hizmet veren huzurevlerine nitelikli elemanlar yetiştirilerek yaşlıların bu huzurevlerinde sadece sığınma amaçlı değil aynı zamanda iyi bir yaşam sürmek amacıyla bulunmaları sağlanmalıdır. Bireyler yaşlanırken psiko-sosyal, ekonomik ve psikolojik destekler sağlanmalı ve başarılı bir yaşlanma süreci gerçekleştirilmelidir. Yaşlıların yalnızca huzurevi gibi ortamlarda bulunmaması, ekonomiye ve sosyal yapıya katkıları sağlanmalıdır (Bahar ve Savaş, 2009: 94). Engelli bireyler konusunda belediyeye düşen en önemli görevler, fiziki mekanları ve ulaşımı (yaya yolları, toplu taşıma araçları gibi) engelli bireylere uygun hale getirerek onların sosyal ve ekonomik hayata katkısının sağlanması, istihdamlarının ve özel eğitim ihtiyaçlarının giderilmesi olarak sıralanabilir (Kesgin, 2011: 8-11). Aka ve Güngör’e (2018: 210) göre çocukların suça sürüklenmemesi, sağlıklı sosyalleşmesi, kuşaklar arası iletişim ve motor becerilerin geliştirilmesi için belediyelerin kentlerde oyun alanlarının artırılması, kültür, sanat ve spor alanlarında nicelik ve niteliğin geliştirilmesi gibi uygulamaları büyük önem taşımaktadır. Yine gençlere yönelik olarak yerel düzeyde gençlikle ilgili politika ve stratejilerin tespiti, gençlerin yerel siyasete daha aktif katılımının sağlanması, gençlerin şehir yaşamındaki rolünün zenginleştirilmesi,



gönüllülük ve sosyal sorumluluk bilincinin artırılması, eğitim ve kültürel alanda destekler sağlanması, meslek ve kariyer gelişimi desteği verilmesi, spor imkânlarının geliştirilmesi gibi konular yerel yönetimlerin sorumluluğuna girmektedir (Oktay, 2017: 335). Toplumun refahını artırmak, yoksullukla mücadele etmek amacıyla belediyeler gelir seviyesi düşük insanlara gıda, yiyecek, yakacak, ilaç yardımı, kira ve faturalarının ödenmesi ve tedavi masraflarının karşılanması gibi yardımlar yapmaktadır (Önen, 2010: 80). Belediyeler yoksullukla mücadele kapsamında bu kişilere yardımları istikrarlı yapmalı ve yoksulluktan kurtulmaları amacıyla gerek istihdam gerekse de nakdi yardım ve eğitim gibi desteklerde bulunmalıdır. Son dönemde dezavantajlı gruplar arasında kadınlara yönelik faaliyetler oldukça önem kazanmıştır. Kadınların dezavantajlarını gidermede özellikle yönetime katılımları büyük önem taşımaktadır. Yaylı ve Eroğlu'na (2015: 519-521) göre kadınların tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yönetime katılımları oldukça düşük düzeydedir. Bu durumun nedenleri arasında: toplumsal ve kültürel yapıdan kaynaklanan nedenler, eğitim sorunu, ekonomik bağımsızlığın sağlanamaması, siyasi partilerden kaynaklanan sorunlar ve kadınların siyasete olan ilgisizliği öne çıkmaktadır. Bu anlamda toplumun kadına bakış açısının değişmesi için halkın eğitimi, kadın erkek eşitliğinin sağlanması için pozitif ayrımcılığın yasal yollarla sağlanması ve kadınların katılımı amacıyla bilgilendirici faaliyetler gerçekleştirilebilir.

Bu dezavantajlı kesimlere ek olarak farklı toplumsal yapılarda farklı dezavantajlı gruplar da bulunabilmektedir. Yerel yönetimler bu insanların tespiti ve desteklenmesi amacıyla gerekli çalışmaları yaparak daha sağlıklı bir sosyal yapının oluşmasında önemli birimler olarak öne çıkmaktadır.

### **2.5.7. Demokrasi ve İnsan Hakları ile İlgili Sorumluluk**

Belediyelerin önemli sorumluluk alanlarından birisi de demokrasi ve insan haklarının sağlanması, korunması ve geliştirilmesidir. Küreselleşme sonrası temel hak ve hürriyetlerin tüm insanlar tarafından talep edilmeye başlanması ile tüm kamu kurumlarında demokrasi ve insan hakları kavramlarına daha fazla önem verilmeye başlanmıştır.

Demokrasi halkın kendi kendini yönetmesi manasına gelmektedir. Buradan hareketle yerel yönetimlerde demokrasi kavramı da yerel halkın kendi yönetiminde sorumluluk alması demektir, diyebiliriz (Kaypak, 2012: 172). Yerel yönetimlerde

demokrasi kavramının gelişmesi için demokratik değerleri benimseyen bir toplum yapısının bulunması gerekmektedir. Yerel yönetimler bu anlamda halk ile fiziki uzaklıkları en aza indirgeyen kurumlar olduğundan halkın yönetime katılma imkânını kolaylıkla bulabileceği kamu kurumlarıdır. Demokrasinin halka yayılması ve böylece tabandan tavana doğru demokratik bir yönetimin oluşmasında belediyeler oldukça önemli kurumlardır (Pustu, 2005: 124). Dolayısıyla bir toplumda demokratik değerlerin benimsenmesi yerel yönetimlerin sorumluluk alanlarından birisi olarak öne çıkmaktadır. Nitekim günümüzde çağdaş demokrasilerde toplumun farklı kesimlerinin düşünce ve deneyimlerinden yararlanarak toplumsal refaha katkıda bulunmalarını sağlamak düşüncesi hakimdir (Çukurçayır, 2009: 33). Belediyeler halkın bilgi ve düşüncelerinden yararlanmada yetersiz kaldıklarında aracı kurumlara ihtiyaç duyabilirler. Yerel yönetimlerin demokratik yönetim süreçlerinde halkın katılımının sağlanması ve kurumsallaştırılmasında sivil toplum kuruluşları önemli bir araç konumundadır (Kaypak, 2012: 192). Sivil toplum kuruluşları merkezi ve yerel yönetim kurumlarının ulaşamadıkları yerlerdeki ortak sorunları tespit etme, tanımlama ve sorun çözme yetisine sahiptirler. Doğrudan halk tarafından kurulan ve yönetilen sivil toplum kuruluşları yerel kamuoyu oluşturma, sürdürülebilir kalkınmayı sağlama, yerel gelişme çabalarına katkı ve bu konuda proje üretme, yerel halkı yönlendirici, bilgilendirici, organize edici nitelikte kurumsal yapıya ve kapasiteye ulaşmak (Okutan, 2008: 93-94) gibi işlevleri ile yerel yönetimlere oldukça önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Yerel yönetimlerin halkın demokratik katılımını sağlaması yalnızca yerel değil ulusal bir görev niteliği de taşımaktadır. Yerel halk öncelikle yaşadığı çevredeki yönetimin politika ve uygulamalarına etkide bulunabilmeli ve bunun olumlu sonuçlarını görebilmeli ve demokratik yöntemi benimsemelidir. Halk yerel düzeyde demokratik katılımı sağlayabildiği takdirde ulusal düzeyde bu kurumlara ve süreçlere etkide bulunabilme imkanını bulacaktır. Bu anlamda yerel yönetimlerin ulusal düzeyde demokratik siyasi kültür ve değerlerin kazanılmasında, benimsenmesi ve içselleştirilmesinde dolayısıyla demokratik sisteme işlerlik kazandırmada önemli görevlerinin olduğu söylenebilir (Dursun, 2008: 84-85).

Demokratik yerel yönetim süreçlerinde kentlilerin alınacak kararlara ve uygulanacak politikalara katılmaları vatandaşın temel insan haklarından birisi olarak görülmektedir. Avrupa kentsel şartında katılım ile birlikte, güvenlik, sağlıklı bir çevre,

istihdam, konut, dolaşım, sağlık, spor ve dinlence, kültür, kültürlerarası kaynaşma, kaliteli bir mimari ve fiziksel evre, işlevlerin uyumu, ekonomik kalkınma, sürdürülebilir kalkınma, mal ve hizmetler, doğal zenginlikler ve kaynaklar, kişisel bütünlük, belediyeler arası iş birliği, finansal yapı ve mekanizmalar ile eşitlik olmak üzere 20 maddede kentli hakları sıralanmaktadır (nder, 2008: 198).

### **2.5.8. Belediyelerin Sosyal Sorumlulukları ile İlgili Yapılan alışmalar**

Dünya genelinde yerel yönetimlerin güçlenerek, merkezi yönetimlerden yetki ve sorumlulukların giderek daha önemli bölümünü üstlenmesi akademik çalışmalarda yerel yönetimlerin daha sık konu edilmesine katkı sağlamıştır. Sosyal sorumluluk alanında da yerel yönetimlerin etkin rol oynamaya başlaması bu konunun da literatürde yer edinmesini sağlamıştır.

Akman (2005) ankaya Belediyesi'nin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik olarak, çalışan ve vatandaş algısını tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmaya göre vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluğuna ilişkin algısı çalışanların algısından daha düşük düzeydedir. Ayrıca vatandaşlar belediyenin en çok sağlık alanında sorumluluğunu yerine getirdiğini dşnrken, kent ve evre konusunda ise belediyeye yönelik sosyal sorumluluk algıları en düşük düzeydedir. Vatandaşlar genel olarak belediyenin sosyal refah, kent ve evre, eğitim ve kültürel, çalışanlara karşı sorumluluk, siyasal ve politik sorumluluk, sağlıkla ilgili sorumluluk, insan hak ve özgürlükleri ile ilgili sorumluluk konularında sosyal sorumluluklarını yerine getirdiğini düşünmektedir.

Mathias (2005) yerel yönetimlerin kurumsal sosyal sorumluluk üzerindeki katılımının sosyal sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini araştırmıştır. Buna göre özel sektörün ve yerel yönetimlerin sosyal sorumlulukta ortaklaşa hareket etmeleri, yerel yönetimlerin sosyal sorumluluk konusunda lider konumda olması ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunması sosyal sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmakta oldukça önemlidir.

Yüksel ve arkadaşları (2005) Tokat il ve ilçe belediye yöneticilerinin sosyal sorumluluk algılarını belirlemeye yönelik bir çalışma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre belediye yöneticilerinin kurum içi eğitimin desteklenmesi, olumlu ve olumsuz bilgilerin halka şeffaf bir biçimde açıklanması, politikaların belirlenmesi

sürecinde halkın katılımı, hizmet verimliliğinin artırılmasında kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği yapması noktasında sosyal sorumluluk bilincine sahip oldukları görülmektedir. Ancak belediye yöneticileri sosyal sorumluluğun gereklerinden olan halkla ilişkileri yalnızca tek yönlü, bilgi veren bir faaliyet olarak görmektedirler. Dolayısıyla araştırmaya katılan belediye yöneticileri sosyal sorumluluğu desteklemektedirler. Fakat kamularla karşılıklı iyi niyet ve güvene dayalı ilişkiler kurmak, halkın dilek istek ve şikâyetlerini belirlemek ve çözüme kavuşturmak amacı taşıyan halkla ilişkiler bilincinden yoksunlardır.

Güllüpnar (2010) Konya Büyükşehir Belediyesi'nin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk uygulamaları üzerine gerçekleştirdiği çalışmada belediyenin Açık Kapı, Konya Meslek Edindirme Kursları, Kadın Konuk Evi Projesi, Evde Bakım Hizmeti, Mesnevinin Farklı Dillerde Yayınlanması Projelerini incelemiş, halkın bilgilendirilmesi ve sosyal kontrol için yönetimin kendi kendini denetleyici iletişim imkanlarını sağlaması, kültür, sağlık ve eğitim alanında sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur.

Harman (2010) Kocaeli Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini sosyal fayda boyutunda incelemiştir. Araştırmada yerel halkın konuya ilişkin görüşleri şöyle sıralanmıştır:

- Vatandaşlara göre sosyal sorumluluk faaliyetleri topluma faydalı olmak (%37,8), hayırseverlik (%36,7) ve itibar güçlendirmek (%25,5) için yapılmaktadır.
- Katılımcıların %46,7'si sosyal sorumluluk projeleri yapan kurumlara olumlu bakmaktadırlar. %21,1'lik bölümü ise projelere olumsuz yaklaşmaktadır.
- Katılımcılara göre en fazla sosyal sorumluluk faaliyeti kültürel alanda gerçekleştirilmelidir.
- Katılımcıların büyük bölümü (%64,5) sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumun itibarını güçlendirdiğini düşünmektedir.
- Katılımcılar %52,2'lik oranda sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında bilgilendirilmede yetersiz kaldığını belirtmektedir.

- Katılımcılar en fazla tanıdıkları aracılığıyla sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bilgilerini almaktadır.
- Katılımcılar büyük oranda (%86,7) sosyal sorumluluk faaliyetlerinden memnuniyet duymaktadır.
- Vatandaşlar kamu kurumlarının sosyal sorumluluğa katkısını, STK'lar ve özel sektörün katkısından büyük oranda daha yeterli görmektedir.

Gül (2011) Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yerel halkın oy verme davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğu belediyelerde sosyal sorumluluk faaliyetlerinin olması gerektiğini ve en önemli sosyal sorumluluk alanının ekonomik ve etik sorumluluk olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan bireylere göre sosyal sorumluluk projeleri gerçekçi ve ulaşılabilir olmalıdır. Ayrıca katılımcılar sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren belediyelere yerel seçimlerde destek olduklarını belirtmektedirler.

Yüksel ve Sarıca (2012) İstanbul'da bir ilçe belediyesinin kütüphanesi tarafından fiziksel engeli dolayısıyla evden çıkamayıp okuma-yazma öğrenme imkânı bulunmayan kişilere okuma-yazma öğretilmesi amacıyla gerçekleştirilen "Biz Gönüllüyük, Biz Öğretiriz" sosyal sorumluluk projesi üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmaya göre sosyal sorumluluk projesi kapsamında belirlenen engellilerin tümüne okuma-yazma öğretilmiş, projeden elde edilen sonuçlara bağlı olarak da engellilere yönelik okuma-yazma ve bilgisayar kurslarının yenileri düzenlenmiş ve devamlılığı sağlanmıştır. Ayrıca projenin verilerine dayanılarak engellilerle ilgilenilmesi adına belediye içerisinde bir "Engelli masası" birimi oluşturulmuştur. Ayrıca proje diğer belediyelere de örnek olmuş ve birçok belediye ile diyalog kurularak onların da benzer projeler yürütmesine olanak sağlanmıştır. İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü de bu projeyi örnek alarak 100.000 kişiye okuma-yazma seferberliği başlatmıştır. Görüldüğü üzere sosyal sorumluluk projeleri yalnızca kendi gerçekleştirildikleri fiziksel mekânda belirli kişiler üzerinde etkili olmamaktadır. Farkındalık yaratarak diğer belediyelere örnek olması ve bu sayede eğitim gibi önemli bir konuda birçok vatandaşa bu projenin ve benzerlerinin fayda sağlaması çalışmanın en önemli sonuçlarından birisidir.

Qorbani ve Feizi (2014) İran'da Arbadil Belediyesi örneğinde kamu kurumlarının iyi yönetişimi ve sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi incelemiştir. İyi bir devlet yönetiminin ilkelerinin (etkinlik, katılım, şeffaflık ve adalet) sosyal sorumluluk ile ilgisi araştırılmıştır. Araştırmaya göre bu ilkelerin tamamı sosyal sorumluluk ile ilgilidir. İyi bir yönetişimin sağlanması için gerekli ilkeler belediyenin sosyal sorumluluğu kapsamında görülmektedir.

Jekabsone ve Sloka (2015) Letonya'da Salaspils Belediyesi'ne daha iyi bir yönetim modeli ve sosyal sorumluluk yönetimi sunmak ve var olan sosyal sorumluluk uygulamalarını değerlendirmek amacıyla yerel halk üzerinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Halkın belediye ve uygulamaları hakkındaki genel görüşleri ise şu şekildedir:

- Toplum ve belediye arasındaki diyalog yeterli değildir. (Özellikle de risk grupları ile kurulan iletişim)
- Belediye sakinleri karar alma süreçlerinde aktif değildirler. Ayrıca belediyenin hizmetlerini almada bürokratik bir yük vardır.
- Belediye daha sürdürülebilir politikalar üreterek, istikrarlı olmalıdır.
- Belediyeler toplumun refahını düşünmektedir ancak toplumun tüm ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli değildir.
- Belediye personelleri eğitilmiş ve aktif insanlardan oluşmaktadır. Ayrıca oldukça organize bir ekonomik ve politik çevre vardır.

Araştırma ayrıca belediyelere öncelikli alanları özel sektör kuruluşları ile birlikte belirleyerek sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik konusunda destek olmasını ve yerel halkın katılımını sağlamasını önermektedir.

Yarimoğlu ve arkadaşları (2015) belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini incelemişlerdir. Araştırma İzmir ilinde gerçekleştirilmiştir. 2015 yılı itibarı ile İzmir'de 30 belediye bulunmakta ve bu belediyelerin 26'sı sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmektedir. Yalnızca 4 kırsal belediyede sosyal sorumluluk uygulamaları yapılmamaktadır. Örneklem olarak İzmir'in merkez ilçeleri olan Karabağlar ve Bornova ile dış ilçelerinden Kemalpaşa ve Seferihisar olmak üzere 4 belediye belirlenmiştir.

Araştırmaya göre belediyeler sosyal destek, sağlık, eğitim, kültür, çevre ve hayvanlar ile ilgili konularda sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedirler. Belediyelerde sosyal sorumluluk uygulamalarının genellikle 2000'lerden sonra yaygınlaştığı görülmektedir. Kırsal belediyeler, merkez belediyelere göre sosyal sorumluluk uygulamalarına daha erken başlamışlardır. Kırsal belediyeler bu uygulamalarda devlet kurumları tarafından da desteklenmektedir. Ayrıca belediyeler hem parasal hem de parasal olmayan konularda sosyal sorumluluk projeleri yürütmekte ancak parasal konular daha yaygın olarak işlenmektedir. 4 belediyenin de sosyal sorumluluk konusunda önem verdiği alanlar değişiklik göstermektedir. Seferihisar Belediyesi KOSGEB (meslek edindirme) ve kadınlara, Kemalpaşa Belediyesi genellikle üniversite öğrencilerine, Bornova Belediyesi kültürel konulara, Karabağlar Belediyesi ise eğitimcilere yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmektedir. Özellikle kırsal belediyeler, sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerden yoksun vatandaşlar için bazı sosyal sorumluluk uygulamaları sunmaktadır. Araştırma ayrıca şu önerileri sunmaktadır: Belediyeler kendi görevlerini ve sosyal sorumluluk projelerini birbirinden ayırmalıdır. Ayrıca, kendi vatandaşları ile iletişim kurmak için web siteleri içinde yeni bir sosyal sorumluluk projeleri web sayfası tasarlamalıdır. Sosyal sorumluluk uygulamalarına katılım konusunda vatandaşlar eğitilmelidir.

Dursun ve Elibol (2016) İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin eğitim, sağlık ve kültür alanında gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerini incelemiştir. Araştırmaya göre İBB tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamaları ile özellikle yoksul, yaşlı ve engelliler ile yardıma muhtaç insanlara gerek belediye tarafından kurulan tesislerde gerekse de doğrudan evlerine giderek hizmet verilmektedir. Ayrıca çalışma Türkiye'de son zamanlarda yerel yönetimlerin giderek sosyal sorumluluğa daha fazla önem verdiğini göstermektedir.

Fidan ve Barıtcı (2017) Nevşehir Belediyesi örneğinde kamu kurumlarında sosyal sorumluluk projelerini incelemiştir. Çalışmaya göre Nevşehir Belediyesi eğitim, şiddet, cinsiyet eşitliği, çalışma hayatında eşitlik ve engelleri aşmak için engelli bireylere sağlanan hizmetler gibi konularda sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Ancak yine de gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetleri toplumun ihtiyaçlarını karşılamakta zorluk çekmektedir.

Dentchev ve arkadaşları (2018) Brüksel'de bulunan belediyelerin "LA 21 (Yerel Gündem 21)" çerçevesinde sosyal sorumluluk uygulamalarını incelemişlerdir. LA 21 belediyelerde sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanması için dünya çapında tanınan bir girişimdir. Bu kapsamda 19 belediyenin 14'ü üzerinde 16 uzmanla derinlemesine görüşmeler yapılarak bir nitel araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya göre belediyelerdeki siyasi figürler ve muhalefet destekleri (iş birliği ya da eleştirel danışma) "LA 21" çerçevesinde sosyal sorumluluk uygulamaları ile birbirleriyle yarışmaktadır. Sosyal sorumluluk uygulamaları genellikle belediyeler tarafından gerçekleştirilirken özel sektör, medya ve yerel halk bu konuda yerel yönetimlere göre daha az ilgilidir. Çalışmada ayrıca belediyelerin sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştirirken özel sektör, medya ve diğer paydaşlar (STK'lar gibi) ile iş birliği içerisinde olunması; sosyal sorumluluk projelerinde istikrarın sağlanması (yönetim değişimi v.b.); şeffaf bir iletişimin sağlanması ve belediyelerin medyayı da kullanarak daha etkin bir rol oynaması gerektiği belirtilmektedir.

Eryiğit ve Yıldırım (2018) İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini (İHE) İstanbul Halk Ekmek çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Çalışmaya göre İHE yasal sorumlulukları kapsamında müşterilerine sağlıklı ürünler sunabilmek için üretimin her aşamasında dikkatle çalışmaktadır. İHE aynı zamanda yurt içi ve yurt dışında kendinden örnek alan benzer kuruluşlara tecrübelerini aktararak yardımcı olmaktadır. Yerel istihdamı sağlamak, pazarda ihtiyaç görülen noktalara hizmet götürmek gibi gayelerinin dışında halkın kültürel, eğitsel, sanatsal gelişimine ve çalışmalarına da destek vermek amacıyla belediyelerin ve STK'ların düzenlediği kültür ve spor faaliyetlerine, tasarruf kampanyalarına destek olmaktadır.

Zengin (2018) Güngören Belediyesi'nin sağlık alanında gerçekleştirdiği bir sosyal sorumluluk projesi olan Kan Kardeşliği Kulübü "KANKA" organizasyonunu incelemiştir. KANKA projesi sürdürülebilir bir proje olması nedeniyle önem taşımaktadır. Ayrıca proje sayesinde hem insanlarda sosyal sorumluluk bilinci oluşturulmuş hem de hasta insanlara gerekli kan bağışlarının yapılması sağlanmıştır. Proje kapsamında ayrıca 10'uncu, 25'inci ve 35'inci kan bağışlarında çeşitli ödüller verilerek insanların katılımı artırılmaya çalışılmaktadır. Çalışmadan anlaşılacağı üzere sosyal sorumluluk faaliyetleri ve faaliyetlerin tanıtımı ile teşviki hem insanlarda sosyal



sorumluluk bilincinin oluşmasında hem de sorunların çözümünde oldukça etkili olabilmektedir.

## 2.6. SELÇUKLU DEĞERLER EĞİTİMİ PROJESİ

Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi (SEDEP) öğrencilere temel insani değerleri kazandırmak amacıyla Selçuklu Belediyesi, Selçuklu İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü ve Necmettin Erbakan Üniversitesi ortaklığıyla gerçekleştirilen bir sosyal sorumluluk projesidir. Bu amaçla SEDEP’te öğrencilere 8 değeri temsilen 8 ayda eğitici, öğretici bir program uygulanmaktadır. Programda öğrencilere benimsetilmesi amaçlanan değerler şunlardır:

*Sorumluluk (Ekim):* Kendine, çevresine, vatanına, ailesine karşı sorumlu olma, sözünde durma, tutarlı ve güvenilir olma.

*Özdenetim (Kasım):* Davranışlarını kontrol etme, davranışlarının sorumluluğunu alma, öz güven sahibi olma, vicdanlı olma, gerektiğinde özür dileme. Kişisel temizliğini kontrol etme, dil temizliğine ve konuşmalarına dikkat etme.

*Sevgi (Aralık):* Aile birliğine önem verme, fedakârlık yapma, güven duyma, merhametli olma, vefalı olma. Diğerkâmlık, anlayışlı olma, dayanışma, sadık olma, yardımlaşma.

*Dürüstlük (Ocak):* Açık ve anlaşılır olma, doğru sözlü olma, güvenilir olma, sözünde durma.

*Adalet (Şubat):* Adil olma, eşit davranma, paylaşma.

*Saygı (Mart):* Alçak gönüllü olma, empati kurma, diğer insanların kişiliklerine değer verme, muhatabının konumunu, özelliklerini ve durumunu gözetme. Çalışkan olma, dayanışma, kurallara ve kanunlara uyma, sadık olma, tarihsel ve doğal mirasa duyarlı olma, toplumu önemseme.

*Yardıms severlik (Nisan):* Cömert olma, iş birliği yapma, merhametli olma, misafirperver olma, paylaşma.

*Sabır (Mayıs):* Azimli olma, tahammül etme, beklemeyi bilme.

SEDEP’in başlangıcına ve gelişimine bakıldığında:

2012-2013 eğitim-öğretim yılında öğrencilere temel insani değerlerin eğitimi amacıyla ve müfredata uygun olarak başlatılmıştır. 2013-2014 eğitim-öğretim yılında ise paydaşların desteği sağlanmış, öğrenci ve veli etkinlikleri ile donatılarak yeniden tasarlanmıştır. 2014-2015 eğitim-öğretim yılında ise etkinlikler zenginleştirilmiş ve kazanılmış tecrübe ile proje geliştirilerek yeniden revize edilmiş, ortaöğretim öğrencilerini de içine alacak etkinlikler ilave edilmiştir. Ayrıca öğretmen ve veliler için de seminerler yapılmıştır (<http://selcukludegerleregitiimi.com/>)

Tüm paydaşlardan alınan dönütler sonucu, 2015-2016 eğitim-öğretim Yılında proje yeniden güncellenmiş, veli ve öğretmenlerin de içinde olduğu çalışmalara yer verilerek tüm toplumu kucaklayacak nitelikte etkinlikler belirlenmiştir (<http://selcukludegerleregitiimi.com/>).

2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında; yeni etkinlikler ve farklı materyallerle uygulanmış, Başbakanlık Tanıtma Fonu'ndan destek alarak uluslararası bir boyut kazanmış, “Türkiye Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi (SEDEP) ile Değerlerini Tanıtıyor” etkinliği kapsamında KKTC ve Bosna-Hersek'te faaliyetler düzenlenmiştir (<http://selcukludegerleregitiimi.com>).

2017-2018 yılında değerler sorumluluk, özdenetim, sevgi, dürüstlük, adalet, saygı, yardımseverlik ve sabır olarak belirlenmiş ve 2018-2019 yıllarında da SEDEP içeriği zenginleştirilerek uygulanmasına devam edilmektedir. SEDEP kapsamında fotoğraf sergileri, yılsonu etkinlikleri, çalıştaylar, öğrenciler ile birlikte gerçekleştirilen yürüyüşler, seminerler, yarışmalar gibi çeşitli etkinlikler ile öğrencilerin hem severek iştirak edecekleri hem de değerleri benimseyebilecekleri ortamlar oluşturulmaktadır (<http://selcukludegerleregitiimi.com/>).

SEDEP kapsamında projede faaliyet gösteren tüm insanların gelişimine oldukça önem verilmektedir. Bu doğrultuda Eylül ayında öğretmenlere ve Ekim ayında velilere “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi Bilgilendirme Toplantısı” adı altında bir bilgilendirme faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Öğretmenler ile işledikleri derslerde değerler eğitimi projesinin hedeflerine katkı yapabilecek etkinliklerin belirlenmesi ve geliştirilmesi amacıyla Eylül ve Ekim ayında çalıştaylar düzenlenmektedir. SEDEP kapsamında gerçekleştirilen uygulamaların raporları incelenerek sonra faaliyetlerin geliştirilmesi için çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Sedep Yönergesi, 2012-2013).

Böylece projenin uygulayıcılarına gerekli bilgiler verilerek ve onların proje hakkındaki fikirleri alınarak Değerler Eğitimi Projesinin amacına ulaşmasında gerekli geliştirmeler yapılabilmektedir.

Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi akademik çalışmalara da konu olmuştur. Gürhan ve Çiftçi (2017: 244) SEDEP ile ilgili olarak okul yöneticileri ve sınıf öğretmenlerinin görüşlerine yer verdikleri çalışmalarında şu sonuçlara ulaşmışlardır: Sınıf öğretmenleri SEDEP'in öğrencilerin hoşgörü, cömertlik, saygı, sevgi, yardımlaşma, sabır, sorumluluk, temizlik gibi değerleri öğrenmesinde yardımcı olduğunu ve farkındalık oluşturduğunu düşünmektedirler. Öğretmenler bu konuların ders müfredatında bulunduğu için ilkokullarda etkinliklerin düzenlenmesini gereksiz bulmakta ve kullanılan materyalleri israf olarak görmektedir. Ayrıca materyallerin belediye tarafından dağıtılması dolayısıyla öğretmenler projeyi yönlendirici olarak görmektedir. Okul yöneticileri de projenin yönlendirici olması ve kırtasiyeciliğin fazla olmasından şikâyet etmektedir. Proje öğrencilerin değerleri kazanmasında önemli görülmektedir. Hem öğretmenler hem de okul yöneticileri velilerin projeye katılımının yetersizliğini vurgulamaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SELÇUKLU DEĞERLER EĞİTİMİ PROJESİNE VATANDAŞIN BAKIŞI

Bu bölümde Konya merkez ilçelerinden Selçuklu, Meram ve Karatay'da yaşayan vatandaşların Konya Selçuklu Belediyesi tarafından düzenlenen Selçuklu Değerler Eğitimi Projesini nasıl değerlendirdiği ortaya koyulmuştur. Araştırma evrenini Konya merkez ilçelerinde ikamet eden 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Vatandaşların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışını araştırmak amacıyla katılımcılara bir anket formu hazırlanarak sorular sorulmuştur. Gerçekleştirilen anket çalışmasının incelenmesi sonucunda 415 anket değerlendirmeye alınmıştır.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma Konya merkez ilçelerinde yaşayan insanların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışını incelemektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

- Katılımcıların Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışını belirlemek,
- Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışını belirlemek,
- Selçuklu Belediyesi'nin tanıtım faaliyetlerinin Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin tanıtımında nasıl bir rol oynadığını belirlemek.

#### 3.2. Araştırmanın Önemi

Belediyeler halka en yakın, halkın sorunlarını, istek ve şikâyetlerini belirleyebilmede en etkin kamu kurumlarından birisidir. Bu anlamda belediyelerin gerçekleştirecekleri sosyal sorumluluk faaliyetleri halkın en çok ihtiyacı olan ve halka çok fazla katkı sağlayabilecek projeler olabilir. Bu araştırma belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine vatandaşın bakışını incelemekte olduğundan ve çalışmada elde edilecek veriler gerek diğer akademik çalışmalara gerekse de belediyelerin gerçekleştirecekleri faaliyetlere ışık tutabileceği için önemlidir.

#### 3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma 20 Nisan-10 Mayıs 2019 tarihleri arasında Konya ilinde ikamet eden 415 katılımcının görüşlerini kapsamaktadır. Araştırma Konya ilinde yaşayan 18 yaş üstü bireyler ile sınırlıdır.

### 3.4. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Konya merkez ilçelerinden Selçuklu, Meram ve Karatay'da yaşayan 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme tekniği kullanılarak 415 katılımcı örneklem olarak seçilmiştir.

### 3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın ilk iki bölümünde belediyelerde halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk alanlarına yönelik bir literatür taraması yapılmış ve çalışmaya uygun bilgiler verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise Konya ilinde yaşayan insanların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili görüşlerine yer verilmiştir. Verilerin toplanması amacıyla 2 sayfadan oluşan bir anket formu aracılığıyla Konya ilinde ikamet eden 18 yaş üstü bireylere 33 soru sorulmuştur. Bu bireylerden alınan geri dönüşler sonrasında 415 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada daha büyük bir örnekleme ulaşılarak daha fazla soruya cevap alınabilmesi açısından sormaca (anket) tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Anket formu hazırlanırken katılımcıların cevaplamaktan çekinebileceği özel soruların sorulmaması ve katılımcıların cevaplandırma güdülerinin düşmemesi için çok fazla soru sorulmaması gibi etkenlere dikkat edildiği gibi anket formu katılımcıların genel eğitim seviyeleri düşünülerek oluşturulmuştur. Birinci bölümde katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili düşünceleri ve Konya Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili düşüncelerinden oluşan sorular bulunmaktadır. Yine birinci bölümde araştırmanın ana konusunu oluşturan Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine yönelik ifadeler katılımcıların görüşlerini belirleme amacı taşıyan sorular bulunmaktadır. Katılımcılardan araştırmanın birinci bölümünde bulunan ifadelerle (1) "tamamen katılmıyorum", (2) "katılmıyorum", (3) "kararsızım", (4) "katılıyorum", (5) "tamamen katılıyorum" cevaplarından birisini işaretlemeleri istenmiştir. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili genel görüşlerini belirlemek amacıyla şu 4 ifadeye yer verilmiştir:

- "Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiğini düşünüyorum."
- "Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesinin yerel halka önemli getirileri vardır."

- “Belediyeler sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ihtiyacı olan kesimlere yardımda bulunmalıdır.”
- “Belediyeler sosyal sorumluluk faaliyetlerine bütçe ayırmalıdır.”

Katılımcıların Konya Selçuklu Belediyesi’nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarını belirlemek amacıyla ise şu 2 ifadeye yer verilmiştir:

- “Konya Selçuklu Belediyesi’nin sosyal sorumluluk faaliyetleri yerel halka oldukça faydalıdır.”
- “Konya Selçuklu Belediyesi’nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeterli buluyorum.”

Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla ise şu 6 ifade kullanılmıştır:

- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların gelişimine katkı sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi uzun yıllar devam ettirilmelidir.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin çocuklara benimsetmeye çalıştığı sorumluluk, özdenetim, sevgi, dürüstlük, adalet, saygı, yardımseverlik ve sabır değerlerini kişisel değerler açısından önemli görüyorum.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin çocuklara benimsetmeye çalıştığı değerleri toplumsal değerlerin korunması açısından önemli görüyorum.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi milli ve manevi değerlerimizin çocuklara aşılması yönünden oldukça faydalıdır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesini destekliyorum.”

Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin 8 değerine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla ise şu 8 ifade kullanılmıştır:

- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların vatanına, ailesine ve kendine karşı sorumluluklarını bilen bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların özdenetimini sağlayabilen bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların ailesine ve etrafına karşı sevgi dolu bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”

- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların adaletli bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların yardımsever bireyler olmasına fayda sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların dürüst bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların sabırlı ve azimli bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”
- “Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların saygılı bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.”

Araştırmanın ikinci bölümünde ise belediyenin tanıtıcı faaliyetlerinin SEDEP’in tanıtımında nasıl bir rol oynadığını ve katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Araştırmada elde edilen veriler analiz edilirken, gerçekleştirilen anket formlarından elde edilen veriler IBM SPSS 23.0 programına girilmiştir. Program yardımıyla sorulara uygun istatistiksel analizler yapılmıştır. İlk 20 sorunun ortalama değerleri belirlenmiş, 1’den 5’e kadar olan likert ölçeğinin ortalaması 5’e yaklaştıkça katılımcıların ifadeye yönelik olumlu görüşleri artmaktadır. Karşılaştırmalı analizler için ise bağımsız örneklem t-testi ve anova testi uygulanmıştır. Bağımsız örneklem T-testi iki grubun ortalamalarının karşılaştırılması ve çıkan sonucun analizi için kullanılan bir yöntemdir. Anova testi ise ikiden fazla grubun ortalamalarını karşılaştırarak, aradaki farklılaşmayı bize istatistiksel olarak sunmaktadır. Bağımsız örneklem t-testi ve anova testi sonucunda elde edilen p değeri eğer 0,05’ten küçük ise vatandaşların sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışının bağımsız değişkenlere göre farklılık gösterdiği, büyük ise göstermediği anlaşılabacaktır.

### **3.5.1. Araştırmada Cevaplandırılacak Sorular**

Araştırmada katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışları incelenirken, cevap aranacak sorular şu şekildedir:

- Katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı nasıldır?

- Katılımcıların Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı nasıldır?
- Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışı nasıldır?
- Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili tanıtımı nasıldır?
- Selçuklu Belediyesi'nin Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi için gerçekleştirdiği tanıtım faaliyetleri ile katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine, Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine veya Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışları arasında herhangi bir ilişki var mıdır?
- Katılımcıların demografik özelliklerine göre belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine, Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine veya Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışları herhangi bir farklılık gösteriyor mu?
- Katılımcıların Konya ilinde ikamet etme sürelerine göre belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine, Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine veya Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışları arasında herhangi bir ilişki var mıdır?

### **3.6. Bulgular ve Yorum**

Bu bölümde araştırmada elde edilen veriler sonucunda ulaşılan demografik özellikler, katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluklarına bakışı, Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkındaki görüşleri ile katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi hakkındaki düşünceleri ortaya konmuştur. Ulaşılan istatistikî sonuçlar ilgili literatür çerçevesinde yorumlanmıştır.

#### **3.6.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Bu bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, gelir aralıkları, eğitim durumları, meslek grupları, ikamet ettikleri ilçeler ve ikamet etme süreleri gibi demografik özelliklerine yer verilmiştir.



**Tablo 2. Katılımcıların cinsiyet gruplarına göre dağılımı**

	F	%
<i>Erkek</i>	194	46,7
<i>Kadın</i>	221	53,3
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların cinsiyetlerini gösteren Tablo 2'ye göre 221 katılımcı kadın, 194 katılımcı ise erkek olarak dağılmaktadır. Tabloya göre cinsiyetler dengeli bir şekilde dağılmıştır. Bu durum araştırmanın güvenilirliği açısından oldukça önemlidir.

**Tablo 3. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı**

	F	%
<i>18-25</i>	70	16,9
<i>26-35</i>	116	28,0
<i>36-45</i>	182	43,9
<i>46-55</i>	39	9,4
<i>56 ve üzeri</i>	8	1,9
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımlarını gösteren Tablo 3'e göre 182 (%43,9) kişi 36-45 yaş, 116 (%28) kişi 26-35 yaş, 70 (%16,9) kişi 18-25 yaş, 39 (%9,4) kişi 46-55 yaş ve 8 (%1,9) kişi ise 56 ve üzeri yaş aralığındadır.

**Tablo 4. Katılımcıların gelir gruplarına göre dağılımı**

	F	%
<i>Boş</i>	41	9,9
<i>1500 TL ve altı</i>	101	24,3
<i>1501-3000 TL</i>	137	33,0
<i>3001-4500 TL</i>	93	22,4
<i>4501-6000 TL</i>	30	7,2
<i>6001 TL ve üzeri</i>	13	3,1
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 4 katılımcıların gelir seviyelerine göre dağılımlarını göstermektedir. Tabloya göre 137 (%33) kişi 1501-3000 TL arası, 101 (%24,3) kişi 1500 TL ve altı, 93 (%22,4) kişi 3001-4500 TL arası, 30 (%7,2) kişi 4501-6000 TL arası ve 13 (%3,1) kişi ise 6001 TL ve üzeri gelir elde etmektedir. 41 (%9,9) kişi ise bu soruya cevap vermemiştir.

**Tablo 5. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı**

	F	%
<i>Boş</i>	1	0,2
<i>Hiç Okula Gitmedim</i>	6	1,4
<i>İlköğretim Mezunu</i>	78	18,8
<i>Lise Mezunu</i>	166	40,0
<i>Üniversite Mezunu</i>	150	36,1
<i>Lisansüstü Öğretim Mezunu</i>	14	3,4
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların eğitim seviyelerine göre dağılımını gösteren Tablo 5'e göre 166 (%40) kişi lise mezunu, 150 (%36,1) kişi üniversite mezunu, 78 (%18,8) kişi ilköğretim mezunu, 14 (%3,4) kişi lisansüstü öğretim mezunu olarak görülmektedir. 6 (%1,4) kişi ise hiç okula gitmediğini ifade etmektedir.

**Tablo 6. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımı**

	F	%
<i>Boş</i>	1	0,2
<i>Çalışmıyorum</i>	81	19,5
<i>Memur</i>	31	7,5
<i>Öğretmen</i>	21	5,1
<i>Serbest Meslek</i>	103	24,8
<i>Özel Sektör</i>	125	30,1
<i>Emekli</i>	10	2,4
<i>Öğrenci</i>	38	9,2
<i>Hizmet Sektörü</i>	5	1,2
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımlarını gösteren Tablo 6'ya göre 125 (%30,1) kişi özel sektör, 103 (%24,8) kişi ise serbest meslek grubuna dâhildir. Hizmet sektöründe 5 kişi (%1,2) çalışmaktadır. 81 (%19,5) kişi ise herhangi bir işte çalışmamaktadır.

**Tablo 7. Katılımcıların Konya'da ikamet etme sürelerine göre dağılımı**

	F	%
<i>5 yıldan az</i>	76	18,3
<i>5-10 yıl</i>	74	17,8
<i>11-15 yıl</i>	87	21,0
<i>16-20 yıl</i>	106	25,5
<i>20 yıldan fazla</i>	72	17,3
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 7'ye göre araştırmaya katılan bireylerin 106'sı (%17,3) 16-20 yıl arasında Konya'da ikamet etmektedir. Katılımcıların Konya'da ikamet etme süreleri 87 (%21) kişi ile 11-15 yıl, 76 (%18,3) kişi ile 5 yıldan az, 74 (%17,8) kişi ile 5-10 yıl ve 72 (%17,3) kişi 20 yıldan az olarak sıralanmaktadır.

**Tablo 8. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre dağılımı**

	F	%
<i>Boş</i>	1	0,2
<i>Karatay</i>	126	30,4
<i>Selçuklu</i>	194	46,7
<i>Meram</i>	94	22,7
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 8'de Katılımcıların Konya'nın hangi ilçelerinde ikamet ettikleri görölmektedir. Buna göre 194 (%46,7) kişi Selçuklu ilçesinde, 126 (%30,4) kişi Karatay ilçesinde ve 94 (%22,7) kişi ise Meram ilçesinde ikamet etmektedir.

**Tablo 9. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelerde bulunma sürelerine göre dağılımı**

	F	%
<i>Boş</i>	2	0,5
<i>5 yıldan az</i>	139	33,5
<i>5-10 yıl</i>	108	26,0
<i>11-15 yıl</i>	71	17,1
<i>16-20 yıl</i>	48	11,6
<i>20 yıldan fazla</i>	47	11,3
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 9'a göre 139 (%33,5) kişi 5 yıldan az, 108 (%26) kişi 5-10 yıl arasında, 71 (%17,1) kişi 11-15 yıl arasında, 48 (%11,6) kişi 16-20 yıl arasında ve 47 (%11,3) kişi ise 20 yıldan fazla bir süredir buldukları ilçelerde ikamet etmektedirler.

### 3.6.2. Katılımcıların SEDEP Tanıtımı Hakkındaki Görüşleri

Bu bölümde katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi hakkındaki bilgi düzeyleri ile bu bilgileri hangi kanaldan edindikleri, Belediyelerin sosyal sorumluluklarına bakışları, Selçuklu Belediyesinin düzenlediği sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkındaki düşünceleri ve SEDEP hakkındaki görüşlerine yer verilmiştir.

**Tablo 10. Katılımcıların bilgilendikleri kanallara göre dağılımı**

	F	%
<i>Belediyenin web sitesinden</i>	42	10,1
<i>Belediyenin sosyal medya hesabından</i>	35	8,4
<i>Medyadan</i>	48	11,6
<i>Belediyenin tanıtıcı broşürleri, kitapçıkları ve dergilerinden</i>	91	21,9
<i>Bir yakınımdan (aile, arkadaş, komşu vs.)</i>	187	45,1
<i>Billboard</i>	2	0,5
<i>Hiçbir yerden</i>	10	2,4
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi hakkında hangi kanaldan bilgilendirildiklerini gösteren Tablo 10'a göre katılımcılar en fazla 187 (%45,1) kişi ile yakınlarından SEDEP hakkında bilgi edinmişlerdir. Billboardlardan ise yalnızca 2 kişi (%0,5) kişi bilgi edinmiştir. Hiçbir yerden bilgi edinmeyen katılımcılar ise 10 (%2,4) kişidir. Buna göre belediyenin tanıtım faaliyetlerini kapsayan web sitesi, sosyal medya hesabı, medya, broşür, kitapçık ve dergi ile billboard gibi mecralar 218 kişiye (%52,5) ulaşmıştır. Bu tanıtıcı faaliyetler 197 (%47,5) kişiye ulaşamamıştır.

**Tablo 11. Katılımcıların SEDEP tanıtımı ile ilgili görüşleri**

	F	%
<i>Evet</i>	190	45,8
<i>Hayır</i>	225	54,2
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 11'e göre katılımcıların 225'i (54,2) Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili tanıtımları yetersiz bulmaktadır.

**Tablo 12. Katılımcıların SEDEP materyalleri görme oranları**

	F	%
<i>Evet</i>	234	56,4
<i>Hayır</i>	181	43,6
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 12'ye göre katılımcıların 234'ü (%56,4) Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili bir materyal görmüştür. 181 (%43,6) katılımcı ise herhangi bir materyal görmemiştir.

**Tablo 13. Katılımcıların SEDEP etkinliklerinden haberdar olma oranları**

	F	%
<i>Evet</i>	251	60,5
<i>Hayır</i>	164	39,5
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 13’de katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili etkinliklerden haber olup olmadıkları görülmektedir. Tabloya göre katılımcıların 251’inin (%60,5) gerçekleştirilen etkinlikler hakkında bilgisi vardır. 164 (%39,5) katılımcının ise etkinlikler hakkında bilgisi bulunmamaktadır.

**Tablo 14. Katılımcıların yakınlarının SEDEP kapsamında eğitim alma oranları**

	F	%
<i>Boş</i>	1	0,2
<i>Evet</i>	188	45,3
<i>Hayır</i>	226	54,5
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100,0</b>

Tablo 14’e göre katılımcıların 226’sının (%54,5) bir yakını Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında eğitim almış, 188 (%45,3) katılımcının ise hiçbir yakını SEDEP çerçevesinde bir eğitim almamıştır.

**Tablo 15. Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile İlgili Düşünceleri**

	F	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	X	Ss
<i>1. Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiğini düşünüyorum.</i>	F	1	3	14	65	332	4,7446	,5751
	%	0,2	0,7	3,4	15,7	80,0		
<i>2. Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesinin yerel halka önemli getirileri vardır.</i>	F	1	4	20	168	222	4,4602	,6577
	%	0,2	1,0	4,8	40,5	53,5		
<i>3. Belediyeler sosyal sorumluluk</i>	F	1	4	12	132	266	4,5855	,6230

<i>faaliyetleri ile ihtiyacı olan kesimlere yardımda bulunmalıdır.</i>	%	0,2	1,0	2,9	31,8	64,1		
<i>4. Belediyeler sosyal sorumluluk faaliyetlerine bütçe ayırmalıdır.</i>	F	4	4	21	125	261	4,5301	,7246
	%	1,0	1,0	5,1	30,1	62,9		
<i>5. Konya Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri yerel halka oldukça faydalıdır.</i>	F	9	25	72	154	155	4,0145	,9926
	%	2,2	6,0	17,3	37,1	37,3		
<i>6. Konya Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeterli buluyorum.</i>	F	30	48	81	136	120	3,6458	1,2147
	%	7,2	11,6	19,5	32,8	28,9		
<i>7. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların gelişimine katkı sağlamaktadır.</i>	F	4	22	50	175	164	4,1398	,8926
	%	1,0	5,3	12,0	42,2	39,5		
<i>8. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi uzun yıllar devam ettirilmelidir.</i>	F	5	10	35	174	191	4,2916	,8160
	%	1,2	2,4	8,4	41,9	46,0		
<i>9. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin çocuklara benimsetmeye çalıştığı sorumluluk, özdenetim, sevgi, dürüstlük, adalet, saygı, yardımseverlik ve sabır değerlerini kişisel değerler açısından önemli görüyorum.</i>	F	3	7	30	164	211	4,3807	,7547
	%	0,7	1,7	7,2	39,5	50,8		
<i>10. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin çocuklara benimsetmeye çalıştığı değerleri toplumsal değerlerin korunması açısından önemli görüyorum.</i>	F	2	11	29	166	207	4,3614	,7673
	%	0,5	2,7	7,0	40,0	49,9		
<i>11. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi milli ve manevi değerlerimizin çocuklara aşılınması yönünden oldukça faydalıdır.</i>	F	1	13	28	179	194	4,3301	,7578
	%	0,2	3,1	6,7	43,1	46,7		
<i>12. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların vatanına, ailesine ve kendine karşı sorumluluklarını bilen bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.</i>	F	2	9	40	168	196	4,3181	,7740
	%	0,5	2,2	9,6	40,5	47,2		
<i>13. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların özdenetimini sağlayabilen bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.</i>	F	1	13	36	180	185	4,2892	,7728
	%	0,2	3,1	8,7	43,4	44,6		

14. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	F	1	12	35	178	189	4,3060	,7647
çocukların ailesine ve etrafına karşı	%	0,2	2,9	8,4	42,9	45,5		
sevgi dolu bireyler olarak yetişmesine								
Fayda sağlamaktadır.								
15. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	F	2	12	34	167	200	4,3277	,7854
çocukların adaletli bireyler olarak	%	0,5	2,9	8,2	40,2	48,2		
yetişmesine fayda sağlamaktadır.								
16. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	F	2	10	29	170	204	4,3590	,7574
çocukların yardımsever bireyler	%	0,5	2,4	7,0	41,0	49,2		
olmasına fayda sağlamaktadır.								
17. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	F	2	13	37	163	200	4,3157	,8010
çocukların dürüst bireyler olarak	%	0,5	3,1	8,9	39,3	48,2		
yetişmesine fayda sağlamaktadır.								
18. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	F	2	11	36	152	214	4,3614	,7890
çocukların sabırlı ve azimli bireyler	%	0,5	2,7	8,7	36,6	51,6		
olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.								
19. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	F	2	12	34	134	233	4,4072	,7988
çocukların saygılı bireyler olarak	%	0,5	2,9	8,2	32,3	56,1		
yetişmesine fayda sağlamaktadır.								
20. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesini	F	3	9	23	106	274	4,5398	,7599
destekliyorum.	%	0,7	2,2	5,5	25,5	66,0		

Katılımcıların belediyelerin sosyal sorumlulukları ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışlarını ortaya koyan Tablo 15'e bakıldığında genel olarak ifadelere 4 ve üzeri ortalama ile katılım sağlandığı görülmektedir. "Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiğini düşünüyorum" ifadesi 4,7446 ortalama ile en yüksek katılım oranı (%95,7) olan ifadedir. Katılım oranı en düşük olan ifade ise 3,6458 ortalama ile "Konya Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeterli buluyorum" ifadesi olarak görülmektedir. Buna göre katılımcılar belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirilmesini gerekli görmektedir. Katılımcılar SEDEP hakkında olumlu yargılara sahip olmakla birlikte Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeterli görmemektedirler. Katılımcılar Selçuklu Değerler Eğitiminin 8 değeri olan "sorumluluk, özdenetim, sevgi, dürüstlük, adalet, saygı, yardımseverlik ve sabır" değerlerini bireylerin kişisel değerleri açısından önemli görmektedir.

**Tablo 16. Katılımcıların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili görüşleri**

	X	SS
<i>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</i>	4,5801	0,5181

Tablo 16'ya göre katılımcılar belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi konusunda oldukça olumlu görüşlere sahiptir.

**Tablo 17. Katılımcıların Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili görüşleri**

	X	SS
<i>Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri</i>	3,8301	0,9715

Tablo 17'ye göre çalışmaya katılan bireyler Selçuklu Belediyesi'nin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında olumlu görüşlere sahiptir. Ancak buradaki ortalamanın 3,8301 ile diğer ifadeler verilen cevapların ortalamasından düşük olduğu görülmektedir.

**Tablo 18. Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili görüşleri**

	X	SS
<i>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</i>	4,3406	0,6293

Tablo 18'e göre katılımcılar Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili genel olarak oldukça olumlu görüşlere sahiptir.

**Tablo 19. Vatandaşların sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışının SEDEP tanıtım faaliyetleri hakkındaki görüşleri ile ilişkisi**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,6171	,47186	0,18
	Hayır	4,5489	,55335	
<b>Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,1921	,84277	0,01
	Hayır	3,5244	,96966	
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	Evet	4,5202	,48131	0,01
	Hayır	4,1889	,69722	

Tablo 19'a göre Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine yönelik tanıtım faaliyetlerini yeterli bulan vatandaşlar ile yetersiz bulan vatandaşların Selçuklu Belediyesinin sosyal



sorumluluk faaliyetlerine bakışı ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışı anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $p < 0,05$ ). Tanıtım faaliyetlerini yeterli bulan vatandaşlar hem Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine hem de Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine daha olumlu bakmaktadır.

**Tablo 20. Katılımcıların SEDEP ile ilgili bir materyal görüp görmeme durumuna bağlı olarak belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,6165	,4545	0,18
	Hayır	4,5331	,5883	
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,0812	,8653	0,01
	Hayır	3,5055	1,006	
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	Evet	4,4701	,5413	0,01
	Hayır	4,1731	,6939	

Tablo 20 Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili herhangi bir materyal (broşür, kitapçık, dergi, boyama kitabı, video vs.) gören ve görmeyen vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışları arasındaki farklılaşmayı göstermektedir. Tabloya göre SEDEP ile ilgili bir materyale rastlayan kullanıcılar ile hiçbir materyal görmeyen kullanıcıların Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışı anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $p < 0,05$ ). SEDEP kapsamında hazırlanan materyalleri gören vatandaşların Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışı daha olumludur.

**Tablo 21. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerden haberdar olma durumuna göre vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,6090	,4747	0,30
	Hayır	4,5564	,5526	
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk</b>	Evet	4,1915	,7514	0,01

faaliyetleri	Hayır	3,5265	1,0313	
	Evet	4,4574	,5716	
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	Hayır	4,2419	,6599	0,01

Tabloya göre Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerden haberdar olan katılımcılar, etkinliklerden haberdar olmayan katılımcılara göre Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine daha olumlu bakmaktadırlar ( $p < 0,05$ ).

**Tablo 22. Katılımcıların sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının cinsiyete göre farklılaşması**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Erkek	4,5193	,5875	0,028
	Kadın	4,6335	,4430	
<b>Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Erkek	3,8015	,9360	0,57
	Kadın	3,8552	1,0031	
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	Erkek	4,2869	,6351	0,10
	Kadın	4,3876	,6218	

Tabloya göre katılımcıların cinsiyetlerine göre belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışları farklılık göstermektedir ( $p < 0,05$ ). Buna göre kadınlar belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri düzenlemesini erkeklere oranla daha fazla desteklemektedir.

**Tablo 23. Katılımcıların Konya'da ikamet etme sürelerine göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması**

	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	0,68
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	0,79
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	0,16

Tabloya göre katılımcıların Konya’da ikamet etme sürelerine göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışları farklılaşmamaktadır ( $p > 0.05$ ).

**Tablo 24. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması**

	p
Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri	0,98
Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri	0,31
Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	0,61

Tablo 24’e göre katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışları herhangi bir farklılık göstermemektedir ( $p > 0.05$ ).

**Tablo 25. Katılımcıların eğitim durumlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması**

	Hiç Okula gitmedim	İlkokul	Lise	Üniversite	Lisansüstü	p
Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri	x 3,916	4,224	3,668	3,793	3,821	0,01
Selçuklu Belediyesi’nin sosyal sorumluluk faaliyetleri						0,95
Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi						0,20

Tablo 25’e göre katılımcıların eğitim durumlarına göre belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı farklılık göstermektedir ( $p < 0,05$ ). İlkokul mezunu katılımcılar lise mezunu katılımcılardan farklılaşarak belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha olumlu bakmaktadır.

**Tablo 26. Katılımcıların gelirlerine göre sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının farklılaşması**

	1500 TL ve altı	1501-3000 TL	3001-4500 TL	4501-6000 TL	6001 TL ve üzeri	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>						0,40
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	x 3,811	3,609	3,897	4,133	3,538	0,04
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>						0,24

Tablo 26’da görüldüğü üzere, Anova testi sonucunda Selçuklu Belediyesi’nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakış konusunda 4501-6000 TL aralığında geliri olan bireylerin, 1501-3000 TL aralığında geliri bulunan katılımcılardan farklılaştıkları ( $p < 0,05$ ) belirlenmiştir. 4501-6000 TL aralığında gelire sahip olan katılımcılar 1501-3000 TL aralığında gelire sahip olan katılımcılara göre Selçuklu Belediyesi’nin sosyal sorumluluk projelerine daha olumlu bakmaktadır.

**Tablo 27. Katılımcıların yaş gruplarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması**

	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	0,98
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	0,17
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	0,29

Tablo 27’ye göre katılımcıların yaş gruplarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışları herhangi bir farklılık göstermemektedir ( $p > 0,05$ ).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte bilginin hızla yayılımının sağlanması toplumları da değişimler geçirmeye zorlamaktadır. Bu değişimlerin sonucunda insanların ihtiyaç ve beklentileri de değişim göstermiştir. Buna paralel olarak çevreleri ile iyi ilişkiler kurmak isteyen özel ve kamu kurum veya kuruluşları da kendilerini sürekli yenilemektedirler. Bu noktada özellikle halka yakınlığı ile ön plana çıkan belediyeler, kamu kurumlarının vatandaşlara en yakın temsilcileri durumundadır. Doğrudan yerel halkın içerisinde yaşama avantajını elinde bulunduran belediyeler böylece o bölgenin ekonomisini, kültürünü veya fiziki çevresini oldukça iyi analiz edebilmektedirler. Bu noktada halkın ihtiyacı olan hizmetleri belirlemek ve gerçekleştirmek konusunda belediyeler öne çıkan kamu kurumlarıdır. Belediyeler halka daha iyi hizmet götürmek amacıyla çeşitli sorumlulukları da üzerine almış olan kurumlardır. Yerel halka su, elektrik, yol, köprü gibi fiziki hizmetler verilirken aynı zamanda sosyal sorumluluk faaliyetleri ile vatandaşların farklı ihtiyaç ve beklentilerine de karşılık verilebilmektedir. Son dönemde sosyal sorumluluk faaliyetleri belediyeler açısından öne çıkmakta ve yerel halkın çeşitli sorunları bu yöntemle çözülebilmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmek belediyeler için vatandaşlarının gözünde olumlu bir imaja sahip olunması açısından da oldukça önemlidir.

Bu çalışma belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında vatandaşların görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Konya Selçuklu Belediyesi'nin düzenlediği Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine vatandaşın bakışını ortaya koymak amacıyla 18 yaş üstü 415 bireye 33 soru sorulmuştur.

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında 221 (%53,3) katılımcı kadın, 194 (%46,7) katılımcı ise erkektir. Burada araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet dağılımlarının dengeli olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarına bakıldığında ise 182 (%43,9) kişi 36-45 yaş, 116 (%28) kişi 26-35 yaş, 70 (%16,9) kişi 18-25 yaş, 39 (%9,4) kişi 46-55 yaş ve 8 (%1,9) kişi ise 56 ve üzeri yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan bireyler genel olarak 26-35 yaş (%71,9) aralığındaki genç kesimi oluşturmaktadır. Katılımcıların 331'i (%79,7) olmak üzere çoğunluğu 1501-4500 TL arasında alt-orta düzey bir gelir grubunu oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımlarına baktığımızda 166 kişi (%40) lise mezunu, 150 kişi (%36,1) üniversite mezunu kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların mesleklerine

bakıldığında ise 125 kişi (%30,1) özel sektör, 103 kişi (%24,8) serbest meslek sahibidir. Katılımcıların 81'i (%19,5) ise çalışmamaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin Konya'da ikamet etme süreleri, ikamet ettikleri ilçeler ve ikamet ettikleri ilçelerde bulunma süreleri de araştırma için önemli bir faktörü oluşturmaktadır. Buna göre katılımcılardan 265'i (%63,9) 11 yıldan fazla bir süredir Konya'da ikamet etmektedir. Katılımcılar çoğunlukla uzun bir süredir Konya'da ikamet etmektedir. İkamet edilen ilçelere bakıldığında ise en fazla katılımcı 194 kişi (%46,7) ile Selçuklu ilçesinde 126 kişi (%30,4) Karatay, 94 kişi (%22,7) ise Meram ilçesinde ikamet etmektedir. Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelerde bulunma sürelerine bakıldığında ise katılımcıların 274'ü (%66) 5 yıldan fazla bir süredir aynı ilçede ikamet etmektedir. Burada 5 yıldan sonrasının toplanma sebebi, Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin 2012-2013 yılında başlamış olmasıdır. Proje şimdiye kadar 5 eğitim öğretim yılını kapsamaktadır.

Halkla ilişkilerin tanıtım işlevinin önemi dikkate alındığında tüm faaliyetler gibi sosyal sorumluluk uygulamalarının tanıtımı da oldukça önemlidir. Yerel halkın sosyal sorumluluk uygulamaları hakkında doğru ve yeterli bir şekilde bilgilendirilmesi o faaliyetin başarısında ve vatandaşın bakışı üzerinde son derece önemlidir. Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili bilgilendikleri kanallara bakıldığında 187 kişinin (%45,1) bir yakınından bilgi aldığı görülmektedir. Belediyelerin tanıtıcı faaliyetleri ise toplamda 218 kişiye (%52,5) ulaşmıştır. Katılımcıların genel olarak Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi hakkında bilgi edindikleri görülse de bu bilgilerin geçerliliği ve güvenilirliği sorgulanmalıdır. Çünkü katılımcıların önemli bir kısmı bu bilgileri belediye dışındaki bir kaynaktan elde etmiştir. Yine katılımcıların 225'i (%54,2) SEDEP'in tanıtımını yetersiz bulmaktadır. Katılımcıların 234'ü (%56,4) SEDEP kapsamında hazırlanan broşür, kitapçık, dergi, boyama kitabı, video gibi bir materyali görmüştür. 181 katılımcı ise herhangi bir materyali görmemiştir. Katılımcıların 251'i (%60,5) SEDEP kapsamında düzenlenen etkinliklerden haberdardır. 164 katılımcının ise etkinlikler hakkında bilgisi bulunmamaktadır. Bu verilere göre Selçuklu Belediyesi'nin mevcut tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğu görülmektedir. Belediye tanıtım faaliyetlerine ağırlık vererek daha fazla vatandaşa ulaşip onlara doğru ve yeterli bilgiyi en uygun zamanda vermelidir.

Bulgulara göre Selçuklu Belediyesi'nin Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi için gerçekleştirdiği tanıtım faaliyetlerini yeterli bulan katılımcılar Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine daha olumlu bakmaktadır. Aynı şekilde Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi için hazırlanan bir materyal ile karşılaşan (broşür, kitapçık, dergi, boyama kitabı, video vs.) ve gerçekleştirilen etkinliklerden haberdar olan katılımcılar da Selçuklu Belediyesi'nin Sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine daha olumlu bakmaktadır.

Katılımcılardan ilkokul mezunu olan ve hiç okula gitmeyen vatandaşlar, lise ve daha üst bir eğitim kurumundan mezun olan katılımcılara göre belediyelerin gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha olumlu bakmaktadır. Eğitim durumu daha düşük olan vatandaşlar belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini daha fazla desteklemektedir. 3001 ve 6000 TL arasında orta gelir grubunda olan katılımcılar Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha olumlu bakmaktadır.

Katılımcılar belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi konusunda oldukça olumlu görüşlere sahiptir. Katılımcıların Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkındaki ifadelerine katılım düzeyi ise diğer ifadelerine katılım düzeyine göre düşüktür. Dolayısıyla Selçuklu Belediyesi sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla önem vermelidir. Katılımcıların Selçuklu Değerler Eğitimi Projesine bakışı ise oldukça olumludur. Selçuklu Değerler Eğitiminin 8 değerine ait ifadelerine katılım düzeyi de her bir değer için yüksektir.

Sonuç olarak katılımcılar belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiğini düşünmektedir. Selçuklu Belediyesi daha fazla sosyal sorumluluk faaliyeti düzenleyerek yerel halka sosyal anlamda hizmet vermelidir. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi benimsetmeye çalıştığı değerler ile yerel halkta karşılığı olan ve destek bulan bir projedir. Selçuklu Belediyesi'nin SEDEP kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerde yönlendirici içeriklere yer vermemesi projede yalnızca eğitici ve öğretici uygulamaların gerçekleştirilmesi konusunda titiz davranması gerekmektedir. Böylece toplumun tüm kesimlerinin projeye desteğini sağlamaya çalışmalıdır. Bu proje çocuklara hitap ettiği için benimsetmeye çalıştığı değerler Konya halkının toplumsal yapısı üzerinde etkili olabilecektir. Dolayısıyla Selçuklu Değerler

Eğitimi Projesinin ve benimsetmeye çalıştığı değerlerin toplumda olumlu karşılanması son derece önemlidir. Bu anlamda Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi tüm aşamasıyla yerel halka doğru ve yeterli şekilde anlatılmalı ve halkın desteği sağlanmalıdır. Proje için gerçekleştirilen tanıtıcı faaliyetler yerel halkın projeye bakışını daha önemli hale getirmektedir. Belediye bu projeyi geliştirerek uygulamaya devam ederken, projenin tanıtıcı faaliyetlerine daha fazla önem vermelidir. Selçuklu Belediyesi'nin internet sitesi, kurumsal dergi ve gazeteleri, sosyal medya hesapları gibi mecralarda Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler ve projenin amaçları ile ilgili içeriklere yer verilmelidir. Ayrıca Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin Selçuklu Belediyesi sınırlarını aştığı ve ülke dışında faaliyetler gerçekleştirildiği için gerek yerel gerekse de ulusal gazete ve televizyon kanallarında projenin tanıtımı için bütçe ayrılmalıdır. Böylece yalnızca Konya'da bulunan yerel halkın değil tüm Türkiye'nin dikkatini projeye vermesini sağlayarak diğer belediyeler için örnek bir proje haline getirilebilir. Ayrıca proje için hazırlanan broşür, kitapçık, dergi, boyama kitabı, video gibi materyaller daha fazla kişiye ulaştırılarak proje yerel halka daha iyi anlatılmalıdır.



## KAYNAKÇA

- 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 23/7/2004, Sayı: 25531.
- Acar, Muhittin. (1993). Belediyelerde Halkla İlişkiler, Devlet Planlama Teşkilatı, Uzmanlık Tezi.
- Acar, Muhittin. (1994). Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması, Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Acar, Muhittin. (2002). “Belediyelerde Halkla İlişkiler: İlkeler”, Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Yerel Yönetimler, Bekir Parlak ve Hüseyin Özgür (der), Alfa Yayınları, İstanbul, Ss.173-202.
- Aka, Fethi ve Güngör, Veysi. (2018). “Çocuklara Yönelik Yerel Yönetim Uygulamaları: Esenler Belediyesi Örneği”, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 17, Ss. 187-214.
- Akçakaya, Murat. (1999). “Belediyelerde Halkla İlişkiler”, Sayıştaş Dergisi, Sayı: 34, Ss. 77-91.
- Akıllıoğlu, Tekin. (1991). Yönetimde Açıklık-Gizlilik ve Bilgi Alma Hakkı, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 46, Sayı: 3-4, Ss. 1-12.
- Akın, Galip. (2006). “Küresel Isınma, Nedenleri Ve Sonuçları”, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, Cilt: 46, Sayı: 2, Ss. 29-43.
- Akın, Galip. (2007). “Küresel Çevre Sorunları”, C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 31, Sayı: 1, Ss. 43-54.
- Akman, Elvettin. (2005). Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Yönetimi: Çankaya Belediyesi Örneği, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Aksay, Seçkin Cemal, Ketenoğlu, Osman ve Kurt Latif. (2005). “Küresel Isınma ve İklim Değişikliği”, Selçuk Üniversitesi Fen Fakültesi Fen Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 25, Ss. 29-42.
- Alakavuklar, Nadir Ozan, Kılıçaslan, Selcen ve Öztürk, Bağış Engin. (2009). “Türkiye’de Hayırseverlikten Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal

- Değişim Öyküsü”, Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 2, Ss. 103-143.
- Altıntaş, Osman ve Eliri, İsa. (2012). “Birey Toplum İlişkisinde Kent Kültürü, Kamusal Alan ve Onda Şekillenen Sanat Olgusu”, İDİL Sanat ve Dil Dergisi Cilt: 1, Sayı: 5, Ss. 61-74.
- Apa, Yasin. (2013). “Seçmenlerin Belediyeler Hakkındaki Etik Algısı: Ankara Örneği”, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Arklan, Ümit. (2009). Halkla İlişkiler ve Bilgi Edinme Hakkı, Literatürk Yayınları, İstanbul.
- Arklan, Ümit. (2011). “Kamu Yönetiminin Halkla İlişkileri Açısından Referandum: 12 Eylül 2010 Referandumu Sivas Araştırması”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 32, Ss. 87-126.
- Arslan, Ahmet. (2002). “Kamu Harcamalarında Verimlilik, Etkinlik ve Denetim”, Maliye Dergisi, Cilt: 140, Sayı: 2, Ss.1-14.
- Arslan, Aykut. (2012). “Türk Belediyelerinde M-Devlet Hizmeti Uygulamaları”, İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 2, Ss. 4-26.
- Arslanoğlu, İbrahim. (2000) “Kültür ve Medeniyet Kavramları”, Türk Kültürü ve Hacı Bektaş-ı Velî Araştırma Dergisi, sayı: 15.
- Asna, Alaeddin. (1968). “Yönetim-Halk İlişkisi”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 3-4, Ss. 55-68.
- Aslan, Emre. (2018). "Şehir Tanıtım Filmleri İzleyici Tepkilerinin Marka Kent İmajına Etkisi Üzerine Bir Araştırma", Cilt: 6, Sayı: 1, Ss. 25-50
- Aslan, Nizar Mehmet. (2013). “Yeni İletişim Çağında Halkla İlişkilerde Reklam Ve Propagandanın Konumlandırılması”, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Ss. 22-37.
- Ata, Herman. (2010). Yerel Anlamda Sosyal Sorumluluk Projelerinin Sosyal Fayda Boyutu: Kocaeli Örneği, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Atvur, Senem. (2009). “Yerel Gündem 21 ve Çevre: Antalya Kent Konseyi Örneği”, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 35, Sayı: 2, Ss. 231-241
- Aydın, Emin Mehmet, Çorumluoğlu, Özşen, Sarı Sezen ve Özcan Senar. (2005). “Konya Şehri Taşıt Trafiği Gürültü Seviyeleri Haritasının Gıs ve Gps Teknolojileri Kullanılarak Elde Edilmesi”, Selçuk Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, Cilt: 20, Sayı: 2, Ss. 7-18.
- Aygen, Müge. (2014). “Sosyal Belediyecilik Üzerine Bir İnceleme: Elâzığ Belediyesi Örneği”, Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, Ss. 173-192.
- Azıklı, Sedat ve Özgür, Hüseyin. (2002). “Belediyelerde Başkan, Meclis ve Encümen İlişkileri ile Güç Dağılımı”, Bekir Parlak ve Hüseyin Özgür (der), Alfa Yayınları, İstanbul, 137-173.
- Bağce, Emre. (2014). “Halkla İlişkiler ve Vatandaş Odaklı Katılımcı Yerel Yönetim”, İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi, Sayı: 1, Ss. 4-13.
- Bahar, Aynur ve Savaş, Haluk. (2009). “Yaşlılık ve Yaşlılara Sunulan Sosyal Hizmetler”, Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi, Cilt:4, Sayı:12, Ss. 85-98.
- Balcı, Şükrü Ve Ayhan, Bünyamin. (2004). “Seçmen Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Kamuoyu Araştırmalarında Güvenilirlik ve Geçerlilik Problemleri: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 11, Ss. 135-167.
- Barret, Ruth. (2010). “Disadvanteg Gropus in the Labour Market”, Economic and Labour Market Review, Cilt: 4, Sayı: 6, Ss. 18-24.
- Bayram, Hasan, Dörtbudak, Zeynep, Fişekçi, Evyapan Fatma, Kargın, Murat, Bülbül, Baytekin. (2016). “Hava Kirliliğinin İnsan Sağlığına Etkileri, Dünyada, Ülkemizde ve Bölgemizde Hava Kirliliği Sorunu”, Dicle Tıp Dergisi, Cilt: 33, Sayı: 2, Ss. 105-112.
- Başaran, İsmail. (2007). “Sağlıklı Kentler Kavramının Gelişiminde Sağlıklı Kentler Projesi“, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 3, Ss. 207-229.

- Batal, Salih. (2011). " Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Görev Tanımında Yeni Bir Misyon: Kent Kültürü Kazandırma ve Kentlileştirme”, Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt: 11, Ss. 24-40.
- Bektaş, Çetin. (2016). **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Beyazlı, Şen Dilek ve Aydemir, Şinasi. (2008). “Kentlilik Bilinci ve Mekân: Trabzon Kenti Örneği”, Planlama Dergisi, Şehir Plancıları Odası Yayını, Cilt.4, Ss.49-60.
- Biber, Ayhan. (2003). “Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 36, Sayı: 4, Ss. 43-53.
- Bilgili, Birsen, Yağmur, Önder, Yazarkan, Hakan. (2012). “Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilgiler Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, Ss. 117-124.
- Boztepe, Harun. (2013). “Halkla İlişkiler Perspektifinden Güven Kavramı: Katılımcılık, Şeffaflık Ve Hesap Verebilirlik İlkelerinin Kamu Kurumlarına Yönelik Güvenin Oluşmasındaki Rolü”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 45, Ss. 53-74.
- Canöz, Kadir. (2008). “Kamuda Halkla İlişkilerin Yeni Yüzü: Bilgi Edinme Yasası”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 3, Ss. 141-152.
- Carrol, Archie. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, Cilt: 34, Sayı: 4, Temmuz-Haziran, Ss. 39-48.
- Carrol, Archie. (1999). “Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct, Business and Society, Cilt: 38, Sayı: 3, Ss. 268-295.
- Carrol, Archie. (2008). “A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices”, The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility (Ed. Crane, A., Matten, D., McWilliams, A., Moon, J., Siegel, S. D.), Oxford University Press, Oxford.

- Carrol, Archie ve Buhholtz, Ann. (2008). *Business and Society*, South-Western Cengage Learning, Ohio, 7. Baskı.
- Campbell, L J. (2007). "Why Would Corporations Behave In Socially Responsible Ways? An Institutional Theory Of Corporate Social Responsibility", *Academy of Management Review*, Cilt: 32, Sayı: 3, Ss. 946-967.
- Certo, C Samuel. (1994). *Modern Management: Diversity, Quality, Ethics, and the Global Environment*, Sixth Edition, Allyn and Bacon, Boston.
- Çalış, Ercan Yıldırım. (2013). Çevresel Maliyetlerin Muhasebeleştirilmesi, *Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 34, Sayı: 1, Ss. 175-190.
- Çalışkan, Osman. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Çelik, Abdullah ve Bilbay, Faruk Ömer. (2017). "Belediyelerin Sunduğu Hizmetlerde Etik Değerlerinin Önemi", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 4, Özel Sayı.
- Çetinkaya, Özhan ve Korlu, Kutlu Rukan. (2012). "Yerel Demokrasinin Sağlanmasında Katılımcılık Süreci ve Kent Konseylerinin Rolü", *Maliye Dergisi*, Sayı: 163, Ss. 95-117.
- Çınar, İkrım. (2009). "Küreselleşme, Eğitim ve Gelecek", *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 1, Ss. 14-30.
- Çınar, Mustafa. (2011). "İyi Niyet Geliştirme Aracı Olarak Sosyal Sorumluluk: Jandarma Genel Komutanlığı Toplumsal Gelişime Destek Faaliyetleri Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Cıngı, Mustafa. (2016). *Turizm Tanıtımında Sosyal Medya Planlaması: Erciyes Dağının Tanıtımına Yönelik Bir Plan Önerisi*, Tezmer Yayıncılık, Kayseri.

- Çöllü, Ersen Fazıl. (2008). “Kamuoyu Araştırmalarında Güvenilirlik ve Geçerlilik, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1-2, Ss. 279-296.
- Çukurçayır, Akif. (2008). “Yerel Demokrasi ve Yerel Siyaset”, Yerel Siyaset, Okutan Yayıncılık, İstanbul, Ss. 15-36.
- Dahlsrud, Alexander. (2008). “How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Cilt: 15, Sayı: 1, Ss. 1-13.
- Davis, Keith. (1967). “Understanding the Social Responsibility Puzzle”, Business Horizons, Cilt: 10, Sayı: 4, Ss. 45-50.
- Demirpolat, Anzavur ve Akça, Gürsoy. (2004). “Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları”, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 15, Ss. 355-376.
- Dentchev, Nikolay, Eiselein, Philippe ve Kayaeri, Thomas. (2018). “Social Responsibility within Brussels Municipalities: An Exploratory Study”, In Corporate Social Responsibility (Ed., Weber, James ve Wasieleski, David), Emerald Publishing Limited, Ss. 147-174.
- Dikme, Hüseyin. (2016). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler, Yalın Yayıncılık, İstanbul.
- Dursun, Davut. (2008). “Demokratik Siyasi Kültürün Gelişmesinde Yerel Yönetimler”, Yerel Siyaset, Okutan Yayıncılık, İstanbul, Ss. 77-86.
- Dursun, Tolga ve Elibol, Dereci Filiz. (2018). “Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Projeleri ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi İncelemesi”, Maltepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Analiz Dergisi.
- Edwin, M. Epstein. (2002). “The Field of Business Ethics in the United States: Past, Present and Future, Journal of General Management, Cilt: 28, Sayı: 2, Ss. 1-21.

- Erdem, Nisa. (2015). "Çevre Sorunlarının Yerel Yönetimler Kapsamında İncelenmesi", Sosyal ve Beşerî Bilimleri Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 1, Ss. 16-32
- Ertekin, Yücel. (1990). "Halkla İlişkiler Hizmetinde Örgütlenme ve Personel Sorunları." Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 23, Sayı: 4, Ss. 35-54.
- Ertekin, Yücel. (1995). "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Sorunu", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 5, Ss. 3-11.
- Es, Muharrem ve Ateş, Hamza (2004). "Kent Yönetimi, Kentlileşme ve Göç: Sorunlar ve Çözüm Önerileri – 1, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Cilt: 48, Ss. 205-242.
- Evans, R W., Haden, S S P., Clayton, R W., Novicevic, M M. (2013). "History of Management Thought About Social Responsibility", Journal of Management History, Cilt: 19, Sayı: 1, Ss. 8-32.
- Fidan, Zuhale ve Barıtcı, Fatih. (2017). "Kamu Kurumlarında Sosyal Sorumluluk Projeleri: Nevşehir Belediyesi Örneği, Journal of Social and Humanities Sciences Research, Cilt: 4, Sayı: 4, Ss. 514-521.
- Foran, Tira. (2001): Corporate Social Responsibility At Nine Multinational Electronics Firms In Thailand: A Preliminary Analysis, Report to the California Global Corporate Accountability Project. Nautilus Institute For Security and Sustainable Development: Berkeley, CA.
- Garriga, Elisabet ve Mele, Domènec. (2004). "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory", Journal of Business Ethics, Sayı: 53, Ss. 51-71.
- Gökçe, Orhan ve Örselli, Erhan. (2011). "Kamu Yönetiminde Etik ve Etik Dışı Davranış Algısı", İş Ahlakı Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 7, Ss. 47-63.
- Gölönü, Sirel. (2000). "Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler ve Toplumsal Beklentiler", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 3, Ss. 125-134.

- Grimmond, Sue. (2007) "Urbanization and Global Environmental Change: Local Effects of Urban Warming." Geographical Journal Cilt: 173, Sayı: 1, Ss. 83-88.
- Gül, Fikri. (2013). "İnsan-Doğa İlişkisi Bağlamında Çevre Sorunları ve Felsefe", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 14, Ss. 17-21.
- Gül, Mehmet. (2011). "Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Seçmen Davranışlarına Etkileri: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Örneği" Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Güler, Çağatay ve Çobanoğlu, Zakir. (1997). Toprak Kirliliği, T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Güler, Tahsin, Şahnagil, Sinem, ve Güler, Hazan. (2016). "Kent Kimliğinin Oluşturulmasında Kültürel Unsurların Önemi: Balıkesir Üzerine Bir İnceleme". Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 3, Ss. 86-104.
- Güllüoğlu, Özlem. (2006). "Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı", 2. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 27-28 Nisan, Ss. 145-156.
- Güllüoğlu, Hasan. (2009). Halkın Yakınma Yöntemleri, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.
- Güllüoğlu, Hasan. (2010). "Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk İlkesi: Kamu Kuruluşları Yaklaşımı Bakımından Konya Büyükşehir Belediyesi Uygulama Örnekleri", Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, Sayı: 1, Ss. 31-54.
- Gün, Fatma. (1994). İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Halkla İlişkiler, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Güran, Sait. (1982). "Yönetimde Açıklık", İdare Hukuku ve İlimleri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 1-3, Ss. 101-112.
- Gürhan, Ethem ve Çiftçi Sabahattin. (2017). "İlkokullarda Uygulanan Değerler Eğitimi Uygulamalarının Yönetici ve Sınıf Öğretmenlerinin Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi: Konya-Selçuklu Örneği", Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 13, Ss. 230-246.



- Gürbey, Süleyman. (2012). “Eğitim Hizmetlerinin Sunumunda Yerel Yönetimlerin Rolü: İstanbul Örneği”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Haftacı, Vasfi, & Soylu, Kamuran. (2007). “Çevre Kirlenmesi ve Çevre Koruma Bağlamında Çevre Muhasebesinin Önemi”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 33, Ss. 102-120.
- Heald, Morrel. (1961). “Business Thought in the Twenties: Social Responsibility”, American Quarterly, Cilt: 13, Sayı: 2, Ss. 126-139.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu, 2017.
- Janusz, Sobon ve Thomasz, Wolowiec. (2010). “Corporate Social Responsibility as a New Ethical Management Formula”, Вісник Академії митної служби України. Сер.: Державне управління (Tr: Ukraina Gümrük Akademisi Bülteni: Kamu Yönetimi), Sayı: 2, Ss. 41-50.
- Jekabson, Inga ve Sloka Biruta. (2015). Municipalities and Social Responsibility, Salaspils Municipality Case, The 9. International Days of Statistics and Economics, Prague, September 10-12, Ss. 655-666.
- Jahansoozi, Julia. (2012). Relationships, Transparency and Evaluation: The Implications for Public Relations, Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice, ( ed: L’Etang, Jacquie ve Pieczka, Magda), Routledge, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey.
- Jones, M. Thomas. (1980). “Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined”, California Management Review, Cilt: 22, Sayı: 3, Ss. 59-67.
- Kalender, Ahmet. (1991). “Mesaj Stratejilerinin Planlanmasında Siyasal Tutum ve Motivasyon Ölçümlerinin Önemi”, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, Ss. 91-98.
- Kalender, Ahmet ve Tarhan, Ahmet. (2009). “Belediyelerin Kamuyu Bilgilendirme Amaçlı Sms Kullanımına Muhtarların Bakışı Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 4, Ss. 18-35.

- Kalkan, Adnan ve Alparslan, Murat Ali. (2009). “Şeffaflık, İletişim ve Hesap Verebilirliğin Yerel Yönetim Başarılarına Etkileri”, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, Ss. 25-40.
- Kanji, Repaul ve Agrawal, Rajat. (2016). “Models of Corporate Social Responsibility: Comparison, Evolution and Convergence”, IIM Kozhikode Society & Management Review, Cilt: 5, Sayı: 2, Ss. 141-155.
- Karakartal, Bener. (1984). “Bir Siyasal Katılma Türü Olarak Referandum ve 1961 Türk Anayasa Referandumunu", İktisat Fakültesi Mecmuası Cilt: 38, Sayı: 3-4, Ss. 161-206.
- Karatepe, Selma ve Ozan, S Mehmet. (2017). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal İtibar İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme”, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 2, Ss. 80-101.
- Karpuzcu, Mehmet. (2007). Çevre Kirlenmesi ve Kontrolü, Kubbealtı Yayınevi, İstanbul.
- Kaypak, Şafak. (2010). “Antakya'nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 14, Ss. 373-392.
- Kaypak, Şafak. (2012). “Yerel Yönetimlerde Katılımcı/Müzakereci Demokrasi Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 8, Sayı 17, Ss. 171-196.
- Kazancı, Metin. (1980). Halkla İlişkiler, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Keleş, Ruşen. (2005). "Kent ve kültür üzerine", Mülkiye Dergisi Cilt: 29, Sayı: 246, Ss. 9-18.
- Kentel, Ferhat, Köker, Levent, Uçum, Mehmet ve Genç, Özge. (2012). Yeni Anayasa Sürecini İzleme Raporu (Ed. Uçum, Mehmet ve Genç, Özge), TESEV Yayınları, İstanbul.

- Kesgin, Bedrettin. (2014). “Engellilere Yönelik Yerel Sosyal Politikalar”, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 23, Sayı: 4, Ss. 1-15.
- Kesgin, Bedrettin. (2016). “Sosyal Belediyecilik Uygulamalarında Sivil Toplum Ortaklığı”, Strategic Public Management Journal, Cilt: 2, Sayı: 4, Ss. 82-94.
- Keskin, Fatih. (2010). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Tartışmalı Bir Kavramı Konumlandırma Çabası”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, Ss. 3-36.
- Kızılboga, Rüveyda ve Batal, Salih. (2012). “Türkiye’de Çevre Sorunlarının Çözümünde Yerel Yönetimlerin Rolü Ve Önemi”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 20, Ss. 191-212.
- Kocacık, Faruk. (2003). “Bilgi Toplumu ve Türkiye”, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 27, Sayı: 1, Ss. 1-10.
- Koçak, Yaman Süleyman. (2010). “Kamu Yönetiminde Açıklık İçin Bilgi Edinme Hakkı”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 23, Ss. 115-125.
- Kotler, Philip ve Lee, Nancy. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Kurt, Nihat. (2011). “Kent Hizmetlerinin Geleceğinde Kentsel Sorumluluklar ve Kent Kültürünün Geliştirilmesi Stratejileri”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 2, Ss. 261-278.
- Kutlu, Önder ve Göksel, Songül Zarif. (2014). “Kent Kültürü Oluşturma Aracı Olarak Kültürel Belediyecilik: Selçuklu Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Dr. Mehmet Yıldız Özel Sayısı, Ss. 75-91.
- Marka (T.C. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı) , Dilovası’nda Dezavantajlı Grupların İstihdam Potansiyelinin Artırılması: Araştırma Sonuç Raporu, Aralık 2011.
- Marrewijk van Marcel. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion, Journal of Business Ethics, Sayı: 44, Ss. 95-105.

- Mathias, Louella. (2005). “Corporate Social Responsibility and Social Sustainability: a Role for Local Government”, Doctoral Dissertation, Master of Public Policy Program-Simon Fraser University.
- McWilliams A, Siegel D. 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, Cilt: 26, Sayı: 1, Ss. 117–127.
- Mutlu, Ahmet. (2006). “Yerel Yönetimler Ve Sivil Toplum Örgütleri Etkileşimi Bakımından Yeni Belediye Yasasının Değerlendirilmesi, Yerel Yönetim Ve Denetim Dergisi, Cilt: 11 Sayı: 2.
- Okay, Ayla ve Okay, Aydemir. (2011). *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Der Yayınları, İstanbul.
- Okay, Ayla. (2013): *Kurum Kimliği*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Oktay, Tarhan. (2017). “Gençliğe Yönelik Politika Ve Uygulamalarda Yerel Yönetimlerin Rolü”, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 3, Ss. 309-336.
- Okutan, Emre (2008) “Yerel Yönetimler ve Sivil Toplum Örgütlerinin Gelişmiş İş Birliği: İngiltere Örneği”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı:71, Ss. 91-108.
- Önder, Fahrettin. (2008). “Kentli Hakları ve Yerel Siyaset”, *Yerel Siyaset*, Okutan Yayıncılık, İstanbul, Ss. 187-212.
- Önem, Buket ve Kılınçaslan, İsmet. (2005). “Haliç Bölgesinde Çevre Algılama Ve Kentsel Kimlik”, *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, Ss. 115-125.
- Önen, S. Mustafa. (2010). “Yerel Yönetimlerin Yoksullukla Mücadelesi: Malatya Belediyesi Örneği”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 79, Ss. 63-95.
- Öner, Şerif. (2001). “Belediyelerde Yönetime Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, Ss. 100-114.

- Öner, Şerif. (2002). Globalleşme Sürecinde Yerellik: Demokratik ve Katılımcı Yerel Yönetimin Kurumsallaştırılması, Bekir Parlak ve Hüseyin Özgür (der), Alfa Yayınları, İstanbul, Ss. 121-135.
- Özdemir, Arslan. (2016). Belediyelerde Halkla İlişkiler, Sınırsız Yayıncılık, Ankara.
- Özgener, Şevki. (1996). “Gelişmekte Olan Ülkelerde İşgörenin Güdülenmesi ve Toplam Kalite Yönetiminin Güdülenmesine Katkıları, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Özgener, Şevki. (2000). “İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk: İmalat Sanayiinde Bir Uygulama”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Özkol, Erdal, Çelik, Muhsin ve Gönen, Seçkin. (2005). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu” Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 27, Ss. 134-145.
- Özüpek, Nejat Mehmet ve Aksoy Necdet. (2010). “Bir Halkla İlişkiler Fonksiyonu Olarak Bilgi Edinme Hakkı Ve Belediyelerdeki Uygulamaları”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, Ss. 49-61.
- Özüpek, Nejat Mehmet. (2010). “Belediyelerin Halkla İlişkiler Çakışmalarında İnternet Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma”, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 3, Ss. 196-205.
- Özüpek, Nejat Mehmet. (2013). Belediyelerde Halkla İlişkiler, Eğitim Yayınevi.
- Özüpek, Nejat Mehmet. (2013). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Öztürk, Meltem. (1992). “Kamu Yönetiminde ve Belediyelerde Halkla İlişkiler”, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 1, Ss. 185-196.
- Özyonar, Fuat ve Peker, İbrahim. (2008). “Sivas Kent Merkezindeki Çevresel Gürültü Kirliliğinin Araştırılması”, Ekoloji Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 69, Ss. 75-80.

- Pava, L Moses ve Krausz, Joshua. (1996). "The Association between Corporate Social-Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost", *Journal of Business Ethics*, Cilt. 15, Sayı. 3, Ss. 321-357.
- Peltekoğlu, Filiz Balta. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Piotrowski, J Suzanne ve Gregg Ryzin, Van G Gregg, (2007). "Citizen Attitudes Toward Transparency in Local Government", *The American Review of Public Administration*, Cilt: 37, Sayı: 3, Ss. 306-323.
- Porter, E. Michael ve Kramer, R. Mark. (2006): "The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, Cilt: 84, Sayı: 12, Ss. 78-92.
- Qorbani, Mahnaz ve Feizi Mohammed. (2014). "Surveying the Relationship Between Good Governance and Social Responsibility in Arbadil Municipality", *Singaporean Journal of Bussines Economics and Management Studies*, Cilt: 3, Sayı: 3, Ss. 22-27.
- Saran, Ulvi Mehmet. (1996). "Belediye Hizmetlerinde Halkı Bilgilendirme ve Halk Denetiminin Sağlanması", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 4, Ss. 17-28.
- Sarıca, Soykut Pınar ve Yüksel Elçin. (2012). "Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Projesi Uygulaması Olarak Sosyal Hayata Katılım: Engelsiz Yaşam", *Çalışma İlişkileri Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1, Ss. 48-66.
- Selvi, Özgür ve Altan, Servet. (2016). "Halkla İlişkiler Etiği ve Medya", *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, Cilt: 19, Say: 1, Ss. 277-301.
- Sert, Yılmaz Nuray. (2012). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye'de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlintisi", *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi*.

- Sethi, S. Parakash. (1975). "Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework", *California Management Review*, Cilt: 17, Sayı: 3, Ss. 58-64.
- Sezgin, Murat. (2011). "Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halka Dönük Yönetim." *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* Cilt: 1, Sayı: 1, Ss. 93-120.
- Sezgin, Murat ve Özbay, Hilal Emine. (2016). "Halkla İlişkiler Uygulamalarından Beyaz Masa: Uşak Belediyesi Örneği, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, Ss. 198-209.
- Soysaldı, Mehmet. (2002). "Vakıfların Günümüzdeki Yeri ve Önemi", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 12, Sayı: 1, Ss. 383-400.
- Şengül, Ramazan. (2005). "Bilgi Edinme Hakkı Kanunu Türk Kamu Yönetimini "Camdan Eve" Dönüştürür mü?", *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 60, Sayı: 3, Ss. 215-234.
- Takano, Takehito, ve Keiko Nakamura. (2001). "An Analysis of Health Levels And Various Indicators of Urban Environments For Healthy Cities Projects." *Journal of Epidemiology & Community Health* , Cilt: 55, Sayı: 4, Ss. 263-270.
- Tarhan, Ahmet. (2007). "Halkla İlişkilerde Tanıma Ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz", *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 4, Ss. 75-95.
- Tarhan, Ahmet ve Bakan, Ömer. (2013). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Vatandaş Algısı*, Literatürk Academia Yayıncılık, Konya.
- Taşpınar, Mehmet. (2009). *Öğretim İlke ve Yöntemleri*, Data Yayınları, Ankara.
- Tekeli, İlhan. (1983). "Yerel Yönetimlerde Demokrasi ve Türkiye'de Belediyelerin Gelişimi." *Amme İdaresi Dergisi* Cilt: 16, Sayı:2, Ss. 3-22.
- Topçu, Deniz Kadriye. (2011). "Kent kimliği üzerine bir araştırma: Konya örneği", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2, Ss. 1048-1072.

- Tortop, Nuri. (2003). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Önemi", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 36, Sayı: 1, Ss. 151-167.
- Tortop, Nuri. (2009). *Halkla İlişkilere Giriş*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Türkel, Selin. (2013). *Sosyal Sorumluluk İletişiminde Kullanılan Mecraların Tüketici Tutumuna Etkisi: Perakendecilik Sektöründe Bir Araştırma*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Urhan, Vahide Feyza. (2008). "Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması", *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 70, Ss. 85-102.
- Uysal, Birkan. (1998). *Siyasal Yönetim Halkla İlişkiler*, TODAİE Yayınları, Ankara.
- Uysal-Sezer, Birkan. (1996). "Yerel Yönetimler ve Halkla İlişkiler", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 6, Ss. 59-67.
- Ünal, Feyzullah. (2012). "Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Karar Verme Ve Karar Verme Sürecinde Yer Alan Faktörlerin Analizi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 3, Ss. 259-282.
- Üste, Bahar Rabia. (2007). "Siyaset Bilimi ve Üniversite Gençliği", *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:16, Ss. 201-220.
- Vural, Akıncı Beril ve Gül, Coşkun. (2011). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Sayı: 1, Ss. 61-87.
- Wartick, L Steven ve Cochran L Philip. (1985), "The Evolution of The Corporate Social Performance Model", *Academy of Management Review*, Cilt: 10, Sayı: 4, Ss. 758-769.
- Wood, J. Donna. (1991). "Corporate Social Performance Revisited", *Academy of Management Review*, Cilt: 16, Sayı: 4, Ss. 691-718.
- Yağmurlu, Aslı. (2010). "E-Halkla İlişkiler Ve Bakanlık Uygulamaları", *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, Ss. 62-80.



- Yağmurlu, Aslı. (2011). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya", Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 1, Ss. 5-15.
- Yalçındağ, Selçuk. (1986). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 1, Ss. 131-156.
- Yalçındağ, Selçuk. (1988a). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Halkla İlişkiler Sempozyumu-77, Ss. 55-84.
- Yalçındağ, Selçuk. (1992). "Çağdaş Belediye", Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt: 1, Sayı: 1, Ss. 7-14.
- Yalçındağ, Selçuk. (1995). "Saydam ve Dürüst Belediyecilik", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, Ss. 15-29.
- Yalçındağ, Selçuk. (1996). Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri, TODAİE Yayınları, Ankara.
- Yarimoğlu, Kurşunluoğlu Emel, Hacıoğlu Fatma, Gençtürk Selin, Çelik Kamalı Yasemin, Saygıner Can. (2015). "İzmir İlindeki Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Çalışmaları ile İlgili Nitel Bir Araştırma", Journal of Yaşar University, Cilt: 10, Sayı: 39, Ss. 75-92.
- Yatkın, Ahmet. (2007). "Yerel Yönetimlerde Hizmet ve Verimliliğin Artırılmasında Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi: Elazığ Belediyesi Örneği", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 16, Sayı: 2, Ss. 45-66.
- Yaylı, Hasan ve Eroğlu, Gülçin. (2015). "Yerel Katılım Bağlamında Türkiye'de Kadın Temsili", International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS), Sayı: 3, Ss. 504-524.
- Yemişçi, A Derya. (2010). İşletmelerin Sorumluluğu: Sosyal Politika ve Sosyal Sorumluluk Kavramları Işığında Bir Değerlendirme, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Yılmaz, Abdullah ve Bozkurt Yavuz. (2006). "'Belediye Vatandaş İlişkileri Kapsamında Beyaz Masa Uygulaması Ve Kütahya Belediyesi Beyaz Masa Örneği" Türk İdare Dergisi, Ss. 179-193.

- Yurdakul, Başok Nilay, Dinçer, Ker Müjde, Coşkun, Gül. (2011). “Belediyelerde Halkla İlişkiler Yönetimi: İzmir İli Belediyelerine Yönelik Bir Araştırma”, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2.
- Yurdigül, Yusuf ve Ayhan, Niyazi. (2017). “Tanıtım Filmlerinde Bişkek Şehir İmajı”, 3. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, 20-22 Nisan, Ss. 627-638
- Yücel, Alev, Evcı, Didem, Vaizoğlu, Acar Songül, Güler, Çağatay. (2014). “İl Ve İlçelerdeki Halk Sağlığı Sorunlarının Ve Halk Eğitimindeki Önceliklerin Araştırılması”, TSK Koruyucu Hekemlik Bülteni, Cilt: 3, Sayı: 4, Ss. 72-75.
- Yüksel, Fatih, Bozkurt, Gamze ve Güven, Ahmet. (2005). “Yerel Yönetimlerde Etik Çerçevesinde Sosyal Sorumluluk Bilinci: Tokat Uygulaması”, 2. Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu, 18-19 Kasım, Sakarya, Ss. 297-310.
- Zengin, Kadir. (2018). “Yerel Yönetimler ve Sosyal Sorumluluk Güngören Belediyesi Kan Kardeşliği Kulübü (KANKA) Örneği”, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 16, Ss. 84-101.

### **İnternet Kaynakları**

- [https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2013/04/130408\\_thatcher\\_obit](https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2013/04/130408_thatcher_obit), Erişim Tarihi: 27.07.2018
- <http://www.ibb.gov.tr/sites/SaglikVeSosyalHizmetler/evdesaglik/Pages/AnaSayfa.aspx>, Erişim Tarihi: 07.12.2018
- <http://selcukludegerleregitiimi.com/>, Erişim Tarihi: 04.12.2018
- [http://www.vodafone.com.tr/Servisler/mesajservisleri\\_vodafone\\_sms.php](http://www.vodafone.com.tr/Servisler/mesajservisleri_vodafone_sms.php), Erişim Tarihi: 28.06.2018
- [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c117158d98e12.87699298](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c117158d98e12.87699298), Erişim Tarihi: 10.12.2018
- SEDEP Yönergesi, <http://arsiv.selcukludegerleregitiimi.com/2012-2013/sedep-yonergesi/>, Erişim Tarihi: 05.12.2018

## EKLER

### EK-1

#### ANKET FORMU

##### Değerli Katılımcı,

Bu anket formu Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalında yürütülen “Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Vatandaşın Bakışı: Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi Örneği” isimli çalışmanın araştırma bölümüne bilgi toplamak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Anket formunda sizden herhangi bir şekilde kişisel bilgileriniz istenmemektedir. Vereceğiniz samimi cevaplar araştırmanın sonucu açısından büyük önem taşımaktadır.

*Anket formunu doldurarak çalışmaya katkı yapmaya değerli vaktinizi ayırdığınız için şimdiden teşekkür ederim.*

Değerlendirme ifadeleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiğini düşünüyorum.					
2. Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesinin yerel halka önemli getirileri vardır.					
3. Belediyeler sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ihtiyacı olan kesimlere yardımda bulunmalıdır.					
4. Belediyeler sosyal sorumluluk faaliyetlerine bütçe ayırmalıdır.					
5. Konya Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetleri yerel halka oldukça faydalıdır.					
6. Konya Selçuklu Belediyesi'nin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeterli buluyorum.					
7. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların gelişimine katkı sağlamaktadır.					
8. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi uzun yıllar devam ettirilmelidir.					
9. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin çocuklara benimsetmeye çalıştığı sorumluluk, özdenetim, sevgi, dürüstlük, adalet, saygı, yardımseverlik ve sabır değerlerini kişisel değerler açısından önemli görüyorum.					
10. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesinin çocuklara					

benimsetmeye çalıştığı değerleri toplumsal değerlerin korunması açısından önemli görüyorum.					
<b>11. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi milli ve manevi değerlerimizin çocuklara aşılmasında yönünden oldukça faydalıdır.</b>					
12. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların vatanına, ailesine ve kendine karşı sorumluluklarını bilen bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.					
<b>13. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların özdenetimini sağlayabilen bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.</b>					
14. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların ailesine ve etrafına karşı sevgi dolu bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.					
<b>15. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların adaletli bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.</b>					
16. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların yardımsever bireyler olmasına fayda sağlamaktadır.					
<b>17. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların dürüst bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.</b>					
18. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların sabırlı ve azimli bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.					
<b>19. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi çocukların saygılı bireyler olarak yetişmesine fayda sağlamaktadır.</b>					
20. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesini destekliyorum.					

**21. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi hakkında hangi kanaldan bilgilendirildiniz?**

- ( ) Belediyenin web sitesinden
- ( ) Belediyenin sosyal medya hesabından
- ( ) Medyadan (televizyon, radyo, gazete vs.)
- ( ) Belediyenin tanıtıcı broşürleri, kitapçıkları ve dergilerinden
- ( ) Bir yakınımdan (aile, arkadaş, komşu vs.)
- ( ) Diğer (Lütfen belirtiniz) .....

**22. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi için gerçekleştirilen tanıtımları yeterli buluyor musunuz?**

- ( ) Evet ( ) Hayır

**23. Son zamanlarda Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili herhangi bir materyal gördünüz mü ? (broşür, kitapçık, dergi, boyama kitabı, video vs.)**

( ) Evet ( ) Hayır

**24. Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi ile ilgili gerçekleştirilen etkinliklerden haberiniz var mı?**

( ) Evet ( ) Hayır

**25. Herhangi bir yakınınız Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında değerler eğitimi aldı mı?**

( ) Evet ( ) Hayır

**26. Kaç yıldır Konya'da ikamet ediyorsunuz?**

( ) 5 yıldan az ( ) 5-10 yıl ( ) 10-15 yıl ( ) 15-20 yıl ( ) 20 yıldan fazla

**27. Hangi ilçede ikamet ediyorsunuz?**

.....

**28. Kaç yıldır bulunduğunuz ilçede ikamet ediyorsunuz?**

( ) 5 yıldan az ( ) 5-10 yıl ( ) 10-15 yıl ( ) 15-20 yıl ( ) 20 yıldan fazla

**29. Cinsiyetiniz?**

( ) Erkek ( ) Kadın

**30. Yaşınız?**

( ) 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-45 ( ) 46-55 ( ) 56 yaş ve üzeri

**31. Eğitim Durumunuz?**

( ) Hiç okula gitmedim ( ) İlköğretim mezunu ( ) Lise mezunu

( ) Üniversite mezunu ( ) Lisansüstü öğretim mezunu

**32. Aylık Geliriniz?**

( ) 1500 TL ve altı ( ) 1501-3000 TL ( ) 3001-4500 TL

( ) 4501-6000 TL ( ) 6000 TL ve üzeri

**33. Mesleğiniz?**

- Çalışmıyorum  Memur  Öğretmen  Serbest Meslek  Özel Sektör  
 Diğer (Lütfen Belirtiniz).....



## EK-2

**BAĞIMSIZ ÖRNEKLEM T-TESTİ VE ANOVA TESTİ TABLOLARI****Vatandaşların sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışının tanıtım faaliyetleri hakkındaki görüşleri ile ilişkisi (T-Testi)**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,6171	,47186	0,18
	Hayır	4,5489	,55335	
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,1921	,84277	0,01
	Hayır	3,5244	,96966	
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	Evet	4,5202	,48131	0,01
	Hayır	4,1889	,69722	

**Selçuklu Belediyesinin tanıtım faaliyetlerine göre vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması (T-Testi)**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,6165	,4545	0,18
	Hayır	4,5331	,5883	
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,0812	,8653	0,01
	Hayır	3,5055	1,006	
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	Evet	4,4701	,5413	0,01
	Hayır	4,1731	,6939	

**Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerden haberdar olma durumuna göre vatandaşların belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışı (T-Testi)**

	Grup	X	Sd	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,6090	,4747	0,30
	Hayır	4,5564	,5526	
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	Evet	4,1915	,7514	0,01
	Hayır	3,5265	1,0313	

Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	Evet	4,4574	,5716	0,01
	Hayır	4,2419	,6599	

**Katılımcıların sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının cinsiyete göre farklılaşması (T-Testi)**

	Grup	X	Sd	p
Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri	Erkek	4,5193	,5875	0,28
	Kadın	4,6335	,4430	
Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri	Erkek	3,8015	,9360	0,57
	Kadın	3,8552	1,0031	
Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	Erkek	4,2869	,6351	0,10
	Kadın	4,3876	,6218	

**Katılımcıların Konya’da ikamet etme sürelerine göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması (Anova Testi)**

	p
Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri	0,68
Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri	0,79
Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	0,16

**Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarının farklılaşması (Anova Testi)**

	p
Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri	0,98
Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri	0,31
Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi	0,61





**Katılımcıların yaş gruplarına göre sosyal sorumluluk projelerine bakışlarının farklılaşması (Anova Testi)**

	p
<b>Belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	0,98
<b>Selçuklu Belediyesinin sosyal sorumluluk faaliyetleri</b>	0,17
<b>Selçuklu Değerler Eğitimi Projesi</b>	0,29

