

T.C.
SELCUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ BİLİM DALI

VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA
İLİŞKİLER UYGULAMALARI: KÜTAHYA ÖRNEĞİ

Kenan ÇİFTÇİ

DOKTORA TEZİ

Danışman

Prof. Dr. Abdullah KOÇAK

KONYA 2015

Kenan ÇİFTÇİ

**VALİ VE KAYMAKAMLARIN
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI :
KÜTAHYA ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi 2015



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

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.

Kenan ÇİFTÇİ



T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



DOKTORA TEZİ KABUL FORMU

Kenan ÇİFTÇİ tarafından hazırlanan “VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI: KÜTAHYA ÖRNEĞİ” başlıklı bu çalışma 05 / 01 /2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvan	Adı, Soyadı	İmzası
Prof. Dr.	Abdullah KOÇAK	
Prof. Dr.	Abdullah TOPÇUOĞLU	
Prof. Dr.	Ahmet KALENDER	
Doç. Dr.	Kadir ÇANÖZ	
Yrd. Doç. Dr.	Yasin BULDUKLU	

ÖNSÖZ

Halkla ilişkiler her kurum ve işletmede önemlidir. Kurum ve işletmeler muhatap oldukları veya ilişki kurdukları kamu ile halkla ilişkiler çerçevesi içinde iyi iletişim kurarlar. Vali ve kaymakamlar açısından ise halkla ilişkiler kavramının çerçevesi biraz daha geniştir. Görev yaptıkları il ve ilçede yaşayan vatandaşların yanı sıra, çalıştıkları il ve ilçeye irtibatlı olanlar, misafir olarak gelenler, turist olarak gelenler, orada doğan fakat başka yerlerde yaşayanlar ile orali olup başka yerlerde doğup orayla maddi ve manevi bağını koparmamış herkesle halkla ilişkiler çerçevesinde iyi iletişim kurmak ve halkla ilişkiler kampanyaları düzenlemek zorundadır. Vali ve kaymakamların halkla ilişkiler uygulamalarına katkı sağlayacağına inandığım bu çalışmaya dolaylı ve dolaysız pek çok kişinin katkısı vardır. Çalışma sürecinin tümünde bana destek olanların burada anılmasının bir vefa borcu olduğunu düşünmekteyim.

Öncelikle, çalışma konusunun belirlenmesinden bitiş aşamasına kadar, destek olan, yol gösteren ve bilgisinden istifade ettiğim danışmanım Prof. Dr. Abdullah KOÇAK hocama, yüksek lisansta ve doktora da her daim fikirlerine ve düşüncelerine müracaat ettiğim ve şahsıma yardımcı olan Prof. Dr. Ahmet KALENDER hocama, derslerinde ufuk açıcı bilgiler aldığım Prof. Dr. Abdullah TOPÇUOĞLU hocama, projelerin uygulanmasında ve bizatihi içinde yer alan Kütahya'daki kamu kurum ve kuruluş çalışanlarına, sivil toplum örgütlerine, kaymakamlara, valilik çalışanlarına, Dumlupınar Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN hocama, Prof. Dr. Aslan KALKAVAN'a, Doç. Dr. Ercan TAŞKIN hocama, Kütahya valilik çalışanlarına, milli eğitim camiasına, sağlık camiasına, müftülük çalışanlarına, emniyet mensuplarına, adlarını ve ünvanlarını sayamayacağım projelerde destek olan herkese teşekkürü bir borç bilirim.

Beni yetiştiren, desteklerini ve dualarını hiç esirgemeyen anneme ve babama da sonsuz teşekkür ederim. Hassaten her daim yanımda olan ve beni daima destekleyen ve çalışmamın sabırla bitmesini bekleyen eşim Habibe, zamanlarından çaldığım çocuklarım Enes, Kerim, Serra ve Mücahit'e teşekkür ederim.

ÖZET

İnsanların toplu yaşamaya başlamasıyla yönetime gereksinim duyulmuş; yönetimle birlikte Halkla İlişkilerin temeli atılmıştır. Halkla İlişkiler her geçen gün önemini artırmış, günümüzde ise kamunun ve özel sektörün en fazla önem verdiği konular arasında yerini almıştır. Ülkemiz yönetiminde iller yetki genişliği esasına göre yönetilmektedir. İl ve ilçe yöneticileri vali ve kaymakamların; halkla ilişkiler çerçevesinde yapmış oldukları uygulamalarının kamu üzerindeki pozitif veya negatif yansımaları merkezi hükümeti ve devlet anlayışını etkileyeceğinden bilimsel, etkin, içten ve sürekli olması gerekmektedir.

Bu bağlamda tezin ilk bölümünde halkla ilişkilerin öneminden bahsedilmiş, halkla ilişkilerin kavramsal çerçevesi çizilmiş, dünyadaki ve ülkemizdeki tarihsel gelişimine değinilmiştir. Ayrıca kamu yönetiminde halkla ilişkilerin önemi, amacı ve halkla ilişkileri ortaya çıkaran nedenler tartışılmıştır. Ayrıca kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamalarında ortaya çıkan sorunlar tartışılmıştır.

Tezin ikinci bölümünde vali ve kaymakamların halkla ilişkiler çalışmalarını düzenleyen yasa ve yönetmeliklere değinilmiş, vali ve kaymakamlar açısından konunun önemi irdelenmiştir. Vali ve kaymakamların halkla ilişkiler uygulama aşamaları ile kullandıkları araç ve tekniklere değinilmiştir.

1.1.2011-1.6.2013 yılları arasında Kütahya ilinde görev yapan vali ve kaymakamların il ve ilçelerinde, içerisine halkla ilişkilerin enjekte edildiği projeler uygulamaya konulmuştur. Uygulamaya konulan projeler bu süre zarfında gözlemsel olarak takip edilmiştir. Bu projelerin uygulayıcılara, genel yönetime ve halka pozitif veya negatif yönleri tartışılmıştır. Mülki idareye halkla ilişkiler alanında sürekli uygulanabilir, etkili, şeffaf, katılımcı ve ufuk açıcı bir model ve öneriler ortaya konmaya çalışılmıştır.

SUMMARY

With the start of communal life of human being has led the necessity of management and that has resulted in public relations. The concept of public relations which has gradually gained importance has been one of the things that has been of utmost importance for both public and private sector. Cities in our country has been governed under the principle of the power of authority. Practices of Province governors and district governors in terms of public relations will surely have either a positive or a negative impact on the central government and the concept of state; therefore, these practices are required to be scientific, efficient, sincere and continual.

In this respect, the importance of public relations has been stated in the first chapter of the thesis, the conceptual framework of the public relations has been highlighted, and the historical process of it both in our country and in the world. Besides, the importance of public relations in the public management, its purpose and the reasons that lead to public relations have been argued. Moreover, the issues that arise in the practices of public relations in public management.

In the second chapter of the thesis the legislations and regulations that arrange the practices of public relations of province governors and district governors. Also, the importance of the matter in terms of province governors and district governors has been studied. In addition, the steps of practicing public relations and the tools that have been used by the province governors and district governors have been presented.

The projects that concerned public relations in the province of Kutahya and its districts by the province governors and the district governors between the dates of 1.1.2011 and 1.6.2013 were put into practice. These projects were observed in that term. In this thesis, the positive and negative impacts of these projects on general management, on the practitioners and on public have been argued. Furthermore, Continual, feasible, efficient, transparent, participatory and inspiring model and proposals have been stated for the civilian administration.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	ii
DOKTORA TEZİ KABUL FORMU	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
SUMMARY	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	6
1. KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN YERİ VE ÖNEMİ.....	6
1.1. HALKLA İLİŞKİLERİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	6
1.1.1. Halkla İlişkilerin Tanımı ve Anlamı.....	6
1.1.2. Halkla İlişkilerin Önemi	8
1.1.3. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi	10
1.1.3.1. Başlangıçtan 20. Yüzyıla Kadar Halkla İlişkiler	10
1.1.3.2. 20. Yüzyılda Halkla İlişkiler.....	11
1.1.3.2.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde Halkla İlişkiler.....	11
1.1.3.2.2. Avrupa’da Halkla İlişkiler.....	12
1.1.3.2.3. Türkiye’de Halkla İlişkiler	13
1.1.3.2.3.1. Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Halkla İlişkiler	16
1.2. KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER.....	19
1.2.1. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Tanımı Ve Önemi	19
1.2.2. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Amacı.....	21
1.2.3. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkileri Ortaya Çıkaran Nedenler	22
1.2.3.1. Devlet Anlayışındaki Değişmeler	22
1.2.3.2. Kamusal Faaliyetlerde Halk Desteğinin Hissedilmesi.....	25
1.2.3.3. Devlet Faaliyetlerinin Artması Sonucu Ortaya Çıkan Olumsuzlukların Giderilmesi.....	28
1.2.3.4. İdeolojik Devlet Faaliyetinin Önem Kazanması.....	32
1.3. KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA ORTAYA ÇIKAN SORUNLAR.....	32
1.3.1. Halkın Kamu Kurumlarının Çalışmalarından Habersiz Olması.....	33

1.3.2. Kamu Kurumlarının Halkın İsteklerinden Habersiz Olması	34
1.3.3. Kamu Kurumlarında Halkla İlişkilerin Değerinin Yeterince Anlaşılamaması ve Kurum İçi Halkla İlişkilerin Saptanamaması.....	37
1.3.4. Örgütlenme ve Personel Sorunları (Halkla İlişkilerde Sorunların Karmaşıklığı).....	39
1.3.5. Halkın Kamu Kurumlarına Yanlış Başvurması.....	44
1.4. KAMU VE ÖZEL YÖNETİMDE HALKLA İLİŞKİLERİN KARŞILAŞTIRILMASI.....	46
1.4.1. Örgütlenme Açısından Karşılaştırma	47
1.4.2. Amaç Açısından Karşılaştırma.....	49
1.4.3. Yöntem Ve Uygulama Açısından Karşılaştırma	49
1.4.4. Finansman Açısından Karşılaştırma.....	50
İKİNCİ BÖLÜM.....	52
2. TÜRK MÜLKİ İDARESİNDE HALKLA İLİŞKİLER.....	52
2.1. VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINI DÜZENLEYEN YASA VE YÖNETMELİKLER	52
2.1.1. İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün Görevleri	53
2.1.2. Özel Kalem Müdürlüğünün Görevleri.....	54
2.1.3. Protokol Şube Müdürlüğünün Görevleri	57
2.1.4. İl Sosyal Etüt ve Proje Müdürlüğünün Görevleri.....	59
2.1.5. Bilgi İşlem Şube Müdürlüğünün Görevleri	59
2.1.6. İlçe Birimlerinin Görevleri	60
2.1.7. İl İdaresi Kanunu	61
2.1.8. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) -Doğrudan Başbakanlık Genelge 2006/3	72
2.2. VALİ VE KAYMAKAMLAR AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ.....	74
2.2.1. Sistemin Yerleşmesi ve Devamı İçin Aşılama Gereği	76
2.2.2. Yönetimsel Etkinliği Artırma Zorunluluğu	78
2.2.3. Yönetimin Genişlemesi ve Karmaşılaşması	80
2.2.4. Yöneten-Yönetilen İşbirliği ve Uyumunun Sağlanması.....	81
2.3. VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLERİ UYGULAMA AŞAMALARI.....	83

2.3.1. Tanıtma.....	84
2.3.1.1. Tanıtmada Kullanılan Araç ve Yöntemler.....	87
2.3.1.1.1. Medya İle İlişkiler.....	88
2.3.1.1.2. Basın Bildirileri.....	91
2.3.1.1.3. Basın Bültenleri.....	92
2.3.1.1.4. Basın Toplantısı.....	93
2.3.1.1.5. Basın Büroları.....	95
2.3.1.1.6. Basın Gezileri.....	95
2.3.1.1.7. Kanaat Önderlerinden Yararlanma.....	97
2.3.1.1.8. Yönlendirme ve Süzme.....	98
2.3.2. Tanıma.....	100
2.3.2.1. Tanıma Faaliyetlerinde Kullanılan Yöntem ve Teknikler.....	100
2.3.2.1.1. Danışma.....	101
2.3.2.1.2. Kamusal Anketler.....	102
2.3.2.1.3. Temsilcilere Danışma.....	103
2.3.2.1.4. Medyayı İzleme.....	103
2.3.2.1.5. Halkla Yüz Yüze İlişkiler.....	105
2.3.2.1.6. Brifing.....	106
2.4. VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLER ARAÇ VE TEKNİKLERİ.....	106
2.4.1. Yazılı Araçlar.....	106
2.4.1.1. Gazeteler.....	106
2.4.1.2. Bültenler.....	108
2.4.1.3. Afiş, Broşür ve İlan Tahtası.....	109
2.4.2. Görsel ve İşitsel Araçlar.....	109
2.4.2.1. Televizyon.....	109
2.4.2.2. Radyo.....	110
2.4.2.3. Sosyal Medya.....	112
2.4.3. Organizasyonel Faaliyetler.....	115
2.4.3.1. Toplantılar.....	115
2.4.3.2. Tören ve Açılışlar.....	116
2.4.3.3. Halk Günleri.....	117

2.4.3.4. Halk Ziyaretleri	117
2.4.3.5. Panel ve Sempozyumlar.....	118
2.4.3.6. Sponsorluklar	118
2.4.3.7. Fuarlar	119
2.4.3.8. Festivaller.....	119
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	121
3. KÜTAHYA İLİ VALİ VE KAYMAKAMLARIN PROJE BAZLI HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI.....	121
3.1.METODOLOJİ	121
3.1.1.Araştırmada Cevabı Aranılan Sorular	121
3.1.2.Projelerin Toplanması ve Sınırlılıklar	122
3.2.VALİLİK UYGULAMALARI.....	122
3.2.1. Aile İçi İletişim Modeliyle Halkla İlişkiler Uygulaması.....	125
3.2.1.1. Projenin Amacı	125
3.2.1.2. Projenin Hedefi	129
3.2.1.3. Projeden Beklenen Sonuçlar	130
3.2.1.4. Proje Hedef Grubunun Seçilme Nedenleri	130
3.2.1.5. Proje Hedef Grubunun İhtiyaç ve Sorunlarının Çözümüne Sağlayacağı Katkı.....	131
3.2.1.6. Projede Uygulanan Faaliyetler.....	132
3.2.1.7. Projenin Değerlendirilmesi;	137
3.2.2. Eğitimde Benchmarking Modeliyle Halkla İlişkiler Uygulaması	140
3.2.2.1. Projenin amacı:	140
3.2.2.2.Proje Gerekçesi	141
3.2.2.3. Benchmarking Uygulama Hedefleri	144
3.2.2.4. Benchmarking Uygulamaları	146
3.2.2.5. Uygulanan projelerden bazı Örnekler	150
3.2.2.6. Benchmarking Grup Çalışmaları Uygulaması	151
3.2.2.7. Benchmarking Uygulama Sonuçları	153
3.2.2.8. Proje Değerlendirmesi	154
3.2.3. Neighbourhood (Komşuluk İlişkileri) Modeliyle Halkla İlişkiler Uygulaması.....	157

3.2.3.1. Projenin Amacı	157
3.2.3.2. Uygulanan Projeler	157
3.2.3.3. Uygulamalardan bazı Örnekler	157
3.2.3.4. Elde Edilen Sonuçlar	158
3.2.4. Kütahya Emniyet Müdürlüğü Pınarspor Projesi.....	159
3.2.4.1. Projenin Amacı	159
3.2.4.2. Proje İçerisinde uygulanan Faaliyetler	159
3.2.4.3. Elde Edilen Sonuçlar	160
3.3. İLÇE KAYMAKAMLIKLARI UYGULAMALARI.....	163
3.3.1. Tavşanlı Kaymakamlığı Yardım Kampanyaları Uygulaması	163
3.3.2. Tavşanlı Kaymakamlığı Sosyal , Tarih ve Kültür Çalışmaları.....	164
3.3.3. Tavşanlı Kaymakamlığı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Halkla ilişkiler faaliyetleri.....	165
3.3.4. Tavşanlı Kaymakamlığı İstihdamın geliştirilmesine yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri.....	166
3.3.5. Domaniç Kaymakamlığı İlk A.Ş. Kurulum Projesi Uygulaması	167
3.3.6. Domaniç Kaymakamlığı Domaniç ilçesi Tanıtma ve Hayme Anayı Anma Etkinlikler Sivil İnisiyatifi Destekleme Projesi.....	169
3.3.7. Domaniç Kaymakamlığı Kültür evi ve Tarih-Kültür Komisyonu Oluşturulması projesi.....	171
3.3.8. Domaniç Kaymakamlığı Domaniç Adliyesinin Kapatılması Odaklı Kriz	174
3.3.9. Pazarlar Kaymakamlığı Kaymakam-Vatandaş İşbirliği ile Yürütülen Halkla ilişkiler Projesi	175
3.3.10. Aslanapa Kaymakamlığı Vatandaş Memnuniyeti ve Beklenti Anketi..	177
3.3.11. Simav Kaymakamlığı 2011 yılında vuku bulan deprem sonrası halkla ilişkiler uygulama ve yaklaşımları.....	178
3.3.12. Gediz Kaymakamlığı Halkın Katkılarıyla Güçlenen Aşevi Projesi	179
3.3.13. Gediz Kaymakamlığı Halkın Katkısıyla Zenginleşen Sevgi Evi Projesi	180
3.3.14. Kaymakamlık Uygulamalarının Değerlendirilmesi	181
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	183
KAYNAKÇA.....	191
ÖZGEÇMİŞ.....	203

GİRİŞ

Kamu yönetiminde halka ilişkilerin önemi her geçen gün artmaktadır. İdeal hukuk devleti anlayışının önündeki engellerin kaldırılması, modern ve uluslararası normların uygulanmaya başlaması, halkla ilişkiler uygulamalarının mülki idare amirlerince uygulanmasını zorunlu hale getirmiştir. Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu dünyada idare sistemi ve anlayışı da her geçen gün değişmeye devam etmektedir. Bu değişimin mevcut durumdaki en iyi uygulamalarından biri de halkla ilişkilerdir. Dünya kurulduğundan günümüze kadar gelişme, değişme, farklılaşma çeşitli yaklaşımları hep öne çıkarmıştır. Yöneticiler geçmişten günümüze tebedan haberdar olmak, onları mutlu etmek, yönetilenler tarafından takdir edilmek gereksinimini hep hissetmişlerdir. Yönetim ile yönetilen arasındaki ilişkinin enstrümanları teknoloji ile aynı paralelde değişmiştir. Gelişen teknoloji aynı zamanda toplumsal beklentileri ve ihtiyaçları da değiştirmektedir. Bugünün gelişen teknolojileri de halkla ilişki kavramını öne çıkarmış, bu ilişki ve iletişimde kamu yöneticilerinin teknolojik aygıtlarla halkla temasını gerektirir hale gelmiştir.

Türkiye gelişmişlik düzeyleri birbirinden farklı birçok etnik gurubun bir arada farklı coğrafyalarda yaşadığı bir ülkedir. Hem coğrafi farklılıklar, hem etnik gruplar, ekonomik grupların farklılıkları, köy, şehir, metropol farklılıkları, insanların beklentilerini çeşitlendirmekte ve yönetim biçimi de bu beklentilere göre değişmektedir. Kamuların bakış açılarını merkeze alan ve bir yönetim fonksiyonu olarak adlandırılan halkla ilişkiler de her bölge ve kültür için aynı toplumda bile olsa bazı farklılıkları gerektiren bir yapıya sahiptir. Bölgeler arasında beklentilerin farklı olması mülki idare amirleri açısından yetki genişliği çerçevesinde değerlendirilmesi, yerine göre iletişim ve halkla ilişkiler anlayışı geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu sebepten mülki idare amirlerinin iletişimde ve halkla ilişkiler hakkında öncelikle farkında olmalarını ve sonrasında da uzmanlaşmasını gerekmektedir.

Yerel yönetimlerde hükümetlerin temsilcileri olan vali ve kaymakamlar, devletin vatandaşa yansıyan yüzüdür. Yerel düzeyde devletin temsilcilerine ilişkin

yurttaş algıları, aynı zamanda yönetime bakış açısını biçimlendirmektedir. Kamu yönetimi uygulamalarında görülen yönetici – halk ilişkisine ilişkin zayıflık algısı, devlet-vatandaş ilişkilerini bozmakta telafisi güç sonuçlara yol açmaktadır. Günümüz demokratik yapısının en önemli unsurunun halk olduğu gerçeğinden hareketle, yönetime ilişkin yaratılan olumsuz algı, hükümetlerin sonu anlamına gelmektedir. Bu nedenle, kamuların memnuniyeti kamu yönetimin önceliği haline gelmiştir. Kuşkusuz sadece yurttaş tatmini başarılı yönetim ve halkla ilişkiler için yeterli değildir. Mülki idare amirleri dış çevre halkla ilişkiler faaliyetlerinin yanı sıra iç müşterilerine karşıda sorumluluk almalıdırlar. Çalışanların memnun olmadığı bir yerel yönetim biriminde yurttaş memnuniyetini beklemek oldukça iyi niyetli bir yaklaşım biçimi olarak değerlendirilebilir. Kurum dışı halkla ilişkilerin yanında kurum içi halkla ilişkilere önem vermek yönetimin halkla ilişkilere başarısını artıracak, algılanan kurum imajını da olumlu etkileyecektir.

Halkla ilişkiler alanında yapılan çalışmaların konuyu kamu uygulamalarının bütününe vurgu yapar biçimde ele aldığı görülmektedir. Vali ve kaymakamlar düzeyinde konunun irdelenmemiş olması, bu konuda standart ilkelerin oluşmaması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Vali ve kaymakamlar da bu nedenle tek tipten uzak her bölge ve şehirde ayrı davranış desenleri sergilemeleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Halkla ilişkiler anlayışı konusunda ülkemizdeki tüm vali ve kaymakamlara yol gösterebilecek bir bilgi birikiminin, bir dokümanın, bir rehberin hazırlanması gerekmektedir. Mevcut durumu saptamayı; vali ve kaymakamların uygulamalarını halkla ilişkiler bakış açısından ele almayı amaçlayan bu çalışma, üç bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde halkla ilişkilerin kavramsal çerçevesi literatür bağlamında açıklanmaktadır. 20.Yüzyılda A.B.D, Avrupa ve Türkiye’de halkla ilişkilerin gelişmesine ilişkin konular ele alınmaktadır. Ayrıca kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yeri ve önemi, ortaya çıkan sorunlar, devlet anlayışındaki değişimler ve halka verilen önem, irdelenmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümü, mevzuata ilişkin bilgileri aktarmaktadır. Vali ve kaymakamların halkla ilişkiler çalışmalarını ilgilendiren yasa ve yönetmeliklere bu

bölümde yer verilmekte; vali ve kaymakamlar açısından halkla ilişkilerin önemine değinilmektedir. Ayrıca vali ve kaymakamların halkla ilişkilerde kullandıkları araç ve teknikler anlatılmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde 1.1.2011 ile 1.6.2013 tarihleri arasında Kütahya Valiliği'nin ve ilçe kaymakamlıklarının, fiilen müdahil olduğu ve yönetiminde yer aldığı, halkla ilişkiler uygulamaları ele alınmaktadır.

ÇALIŞMANIN AMACI

Yeni kamu yönetimi çerçevesinde, hükümetler, yönetimi geliştirmek, en doğru kararları alabilmek ve uygulayabilmek için kuruluşların organizasyon yapısında bilgi üreten, değerlendiren ve yönetim kademelerinin kullanımına sunan yeni bir yapılanma sürecine girilmiştir. Bu süreçte, sadece kurum içi bilgi üretimi yeterli görülmemekte, kamuları yönetime dahil etmek yoluyla memnuniyet yaratmaya ilişkin yöntemler konusu ayrıca öne çıkarılmaktadır. Bugünün kamu yöneticileri hem kamuları tanıyan hem de iyi iletişim kuran bireyler olmak zorundadır. Özellikle kamu yöneticilerinin akademik kurumlar başta olmak üzere, çeşitli kurum ve kuruluşlarla etkili işbirliği yöntemleri geliştirmek gerekliliği ile karşı karşıyadır. Kamu, ilişki ve iletişim kavramları ise akla öncelikle halkla ilişkileri getirmektedir. Kamuların farkında olmayan yönetim felsefesi, günümüz yönetim anlayışı ile örtüşmemektedir. Kamularla olumlu ilişkiler kurmak ve stratejik bağlamda iletişimi yönetmek olarak adlandırılan halkla ilişkiler, dünyada 1900'lü yılların başından beri uygulanan Benchmarking Yöntemi ile de adından sıkça söz ettiren bir yaklaşım ile bu çalışmada ele alınmaktadır. Benchmarking Yöntemi, şirketlerde ve diğer kamu yararına örgütlerde önemli gelişmeleri ortaya çıkarmıştır. Ford fabrikasının üretim artışında, demir çelik endüstrisinin gelişmesinde, askeri teşkilatların bilgi alışverişi ile daha ileri seviyelere ulaşmasında bu metodun önemi kabullenilmiş ve ülkemizde de tam karşılığı olmasa bile kıyaslama metodu her alanda uygulamaya konulmaya başlanmıştır. Vali ve kaymakamların kendi il ve ilçelerinde uyguladıkları halkla ilişkiler faaliyetleri de kıyaslama yoluyla ele alınarak, çalışmada değerlendirilmektedir. Çalışmanın bu anlamda temel amacı, vali

ve kaymakamların halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin durumu betimsel olarak ortaya koymaktır. Ayrıca konunun irdelenmesinde Benchmarking Yöntemi ve Proje Temelli Halkla İlişkiler olmak üzere iki ayrı perspektife ilişkin uygulamalar hakkında durumun ortaya konulması da amaçlanmaktadır.

ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Türkiye’de halkla ilişkiler uygulamalarının başlangıcı, aslında Amerika ve Avrupa’da yapılanlarla eş zamanlı olarak değerlendirilebilir. Anadolu Ajansının Kurulması ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün açılması, pek çok kaynakta alandaki ilk adımlar olarak ifade edilmektedir. Ancak kamu yönetimi açısından en önemli uygulamalardan biri kuşkusuz yönetimlerin yetki alanını tanımlayan ve sorunları ortaya koymayı amaçlayan Mülki İdare Şûralarıdır. Cumhuriyet Döneminde üç kez yapılan ve her yapıldığında alınan kararların, vali ve kaymakamların yetki sorumluluklarını değiştirdiği bu şûraların üçüncüsü 25-27 Nisan 2002 tarihinde 299 vali, kaymakam, müsteşar ve akademisyen katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Buna göre; mülki idare amirleri devletin birliğinin, bütünlüğünün bağımsızlığının korunmasında; vatandaşın can ve mal güvenliğinin sağlanmasında, Cumhuriyet ve Atatürk İlkelerine bağlılığın sürdürülmesinde, demokrasinin uygulanması ve geliştirilmesinde, yörenin sosyal, kültürel ve ekonomik olarak kalkınmasında, önemli görev ve sorumlulukları olan kamu yöneticileri olarak bütün imkânları kullanabilmeli, duruma ve ihtiyaca göre kamu yararı gözeterek her kesimdeki kişi ve kuruluşlarla işbirliği yapabilmeli ve eylemde bulunabilmelidir. Kişi ve kuruluşlarla ya da diğer bir deyişle kamularla ilişki ve işbirliği, yöneticilerin halkla ilişkilere ilişkin farkındalığı ile sağlanabilir. Çalışmanın vali ve kaymakamların halkla ilişkilere ilişkin farkındalığını ortaya koyması ve gelecekte de farkındalığa ilişkin çalışmalara yol açabilecek olması açısından önemlidir.

ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI

Çalışma bilinçli ve amaçlı olarak hem yöntem hem de amacı kapsamında kendisine bazı sınırlılıkları getirmiştir. Bu sınırlılıklar:

1. Çalışma 1.1.2011 ile 1.6.2013 tarihleri arasında Kütahya İl'inde uygulanan halkla ilişkiler faaliyetleri ile sınırlıdır.
2. Çalışma, 1.1.2011 ile 1.6.2013 tarihleri arasında Kütahya Valiliği tarafından uygulanan dört proje ile sınırlıdır. Bu uygulamalar örnek olay olarak sunulmuş, dönütleri analiz edilmiştir.
3. Kütahya İline bağlı yedi ilçede yapılan halkla ilişkiler uygulamalarının incelenmesi ile sınırlandırılmıştır. Bu yedi ilçede aynı dönemde uygulanmaya başlanan on üç proje de çalışma bağlamında incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN YERİ VE ÖNEMİ

1.1. HALKLA İLİŞKİLERİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1.1. Halkla İlişkilerin Tanımı ve Anlamı

İnsanların toplu yaşamaya başlamasıyla yönetime gereksinim duyulmuş; yönetimle birlikte halkla ilişkilerin temeli atılmıştır. Yöneten ve yönetilen ikilisinin günlük yaşamda yer almasıyla, halkla ilişkiler uygulaması sayılabilecek kimi oluşumlar da kendini göstermeye başlamıştır (Bülbül, 2003:15). Halkla ilişkiler kavramı üzerine günümüze kadar birçok tanım yapılmıştır. Ancak sosyal bilimlerde herkesin üzerinde ittifak ettiği bir tanımdan söz etmek mümkün değildir. Çünkü halkla ilişkilerin tarihsel süreç içinde geçirdiği değişimler tanıtım, insan kaynakları, uygulama alanının yaygın olmasından ve reklamcılık, pazarlama gibi kavramlarla iç içe bulunmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca alanın çok disiplinli olması ve pozitif bilimler de dahil pek çok bilim alanının ilgi göstermesi; birbirinden farklı çok sayıda tanımın yapılması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Literatürde yer alan bazı tanımlar şöyledir (Tikveş, 2005:6-8) :

- Halkla ilişkiler belirlenmiş hedef kitleleri etkilemek için planlı, inandırıcı ve karşılıklı iletişim çabasıdır.
- Halkla ilişkiler bir kişiyi kurumu veya kuruluşu; gerek kendi çalışanlarına, gerekse müşterilerine ve ilgili bulunduğu diğer kimselere sevdirmek ve saydırmak için yapılan bir yönetici meslek ve sanatıdır.
- Halkla ilişkiler işletmenin çevreyi etkilemek ve çevrenin desteğini sağlamak için yaptığı planlı yönetim işlevidir.
- Bir taraftan yönetimin tanıtım çalışması diğer taraftan hedeflenen kitleden etkilenmeyi sağlayan planlı bir iletişimdir.
- Halkla ilişkiler kuruluşun sosyal sorumluluğu çerçevesinde yapılan bir etkinliktir (Paksoy, 1999:24).

Yukarıda ortaya konulan tanımlardan yola çıkarak halkla ilişkileri “bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunu bilgilendirmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur (Peltekoğlu, 2012:16), şeklinde ifade edilebilir. Halkla ilişkileri meydana getiren temel nitelikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Metin ve Altunok, 2002:81):

1. Halkla ilişkiler faaliyetleri, örgütlü faaliyetler olduğu için örgütlenme halkla ilişkilerin önemli bir niteliğidir.
2. Belirli bir bütünlük içerisinde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri önceden hedeflenen bir amaca yöneliktir.
3. Halkla ilişkilerin amaçlarına ulaşması için belirli araçlara ve araçlara ihtiyaç vardır. Kitle iletişim araçları başta olmak üzere hedef kitle ile iletişimi sağlayan her türlü araç ve aracı halkla ilişkilerin temel öğelerindedir.
4. Halkla ilişkiler, kamu yönetiminde devlet-vatandaş ilişkisi, işletme yönetiminde firma müşteri ilişkisi şeklinde bir görünüme sahiptir. Yani hem kamuda hem özel sektörde bu faaliyetin tarafları vardır. Bu taraftarlar hedef kitle olarak ifade edebilir.
5. Kurum-hedef kitle arasındaki ilişkileri düzenleyen bir takım kurallara ihtiyaç vardır. Dolayısıyla mevzuat halkla ilişkiler açısından önemli bir yer tutar.
6. Halkla ilişkiler faaliyetleri ileri teknoloji ve nitelikli eleman gerektiren faaliyetlerdir.
7. Bunların sağlanmasında ekonomik girdiye ihtiyaç olduğu için finansman konusu incelenmesi gereken bir nitelik arz eder.

8. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacına ulaşip ulaşmadığını, kurum için yararlı olup olmadığını tespit etmek için bu faaliyetlerin ilk aşamasından son aşamasına kadar denetlenmesi gerekir. Dolayısıyla denetim halkla ilişkiler açısından önemli bir konudur.

Halkla ilişkilerin günümüzde bir hayli farklı ve değişik görüş açılarına göre tanımları yapılmaktadır. Bu tanımlar zamana ve mekâna göre değişiklikler göstermektedir. Halkla ilişkiler tanımları yapılırken o yerde yaşayan insanların anlayış, yaşam tarzları, ahlaki kuralları, dini anlayışları, ekonomik gelişmişlikleri gibi çok farklı sebepler göz önüne alınarak tanımlanmıştır.

Halkla ilişkiler algılanma, düşünce ile davranışları etkileme ve tercih yaratma amaçlı bir iletişim bilimidir (Aydede, 2001:13). 2006 yılında Akşehir’de Akşehir Kaymakamlığının yapmış olduğu bir ankette halkın büyük çoğunluğu idarenin kapısının kendilerine açık olmasını arzu etmiş, idarecilerle halkın yüz yüze görüşmeleri istenilmiştir. Yine aynı kişilere 2007 yılında aynı anket tekrar yapıldığında, halk idarecilerin köylerine, kasabalarına, evlerine gelerek dertlerini dinlemesini arzu ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle, aynı halkın zaman içerisindeki halkla ilişkiler anlayışlarının değiştiği ortaya çıkmıştır. Bu halkla ilişkiler anlayışlarının toplumdan topluma, ülkeden ülkeye, kıtalardan kıtalara da değiştiği ve buna göre de tarifler yapıldığı görülmektedir. Sosyal bilimler, eklektik bir bilimdir. Bu bilim açısından da böyle olduğu gibi, halkın beklentileri idarecilerden ve gelecekte beklenenleri de zaman içerisinde bilgi birikimi, yaşam standartları ve hayatı anlayışlarına göre değişmektedir (Akşehir Kaymakamlığı anket Çalışması, 2006-2009).

1.1.2. Halkla İlişkilerin Önemi

Halkla ilişkilerde temel amaç, kamuoyunu etkilemek ve ondan etkilenmektir. Bu temel amacın gerçekleştirilmesinde örgüt içinde ve diğer örgüt ve kuruluşlarla arasında güven, saygınlık ve olumlu bir görüntü yer alır (Ekici ve Oyur, 2010:19). Amerikan Halkla İlişkiler Örgütü halkla ilişkiler kapsamındaki etkinlikleri ve bu etkinliklerdeki amaçlarını şöyle özetlemektedir (Paksoy, 1999: 24):

- Halkla ilişkiler, bir kuruluşun yönetimce planlanıp desteklenen programlarını içerir.
- Halkla ilişkiler, kuruluşun iç ve dış çevresinde yer alan çeşitli halk gruplarıyla ilgilidir.
- Halkla ilişkiler yönetime kuruluşun kamuoyundaki imajını belirlemeye yönelik politikalar oluşturmakta yardım eder.
- Kuruluş ve kamuoyu arasında çift yönlü iletişim kurar ve sürdürür.
- Etkinlikleri sonucunda kuruluş içinde ve dışında bilinç, tutum ve davranışlarda değişim sağlamayı hedefler.

İşletmelerde stratejik kararların alınmasında sosyal fayda kavramının giderek önem kazanması, halkla ilişkiler birimlerinin organizasyon içinde ve özellikle yönetim kurullarındaki yerinin artmasına neden olmuştur. Halkla ilişkiler çalışmaları olumlu kurum imajı da oluşturduğu düşünülmektedir. Ayrıca kamuoyunda belirli bir “firma imajı” yaratan işletme uzun dönemde kazançlı çıkar. Halk tarafından dürüst, güvenilir bir firma imajı ile tanınan ve anılan bir firmanın elde edeceği faydalar şöyle sıralanabilir (Sabuncuoğlu, 2004:7):

- Firmada iyi bir halkla ilişkiler politikasının uygulanması halinde firmanın ürettiği mal ve ya hizmetler kolaylıkla pazarlanabilir. Ayrıca pazara sunulan yeni ürünlerin tanıtımına da faydası bulunmaktadır.
- Halkla ilişkiler, hem pazarda var olan ürünlerin hem pazara yeni sunulan ürünlerin tanıtımına çok önemli etkilere sahiptir.
- Kamuoyunda belirli bir üne sahip olan firmanın kredi kuruluşlarından daha kolaylıkla finansal destek sağlayacağı bir gerçektir.
- Tanınmış ve kamuoyunda etkili bir imaj bırakmış firmalara yapılan başvuru nitelik ve nicelik açısından diğer firmalara fark atar.
- Halkla ilişkiler dış piyasayla ilişkisi olan işletmeyi gereği kadar tanıtmak, adını, özelliklerini ve tüm olarak imajını sağlamlaştırmak yoluyla firma değerini yükseltmektedir.

1.1.3. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Halkla ilişkilerin tarihine ilişkin çok farklı varsayımlar ortaya atılmaktadır. Tarihsel süreçte halkla ilişkilerin gelişiminde çeşitli değişkenlerden bahsetmek mümkündür. Bu değişkenlere ilişkin ayrıntılara girmeden önce halkla ilişkilerin tarihsel gelişimini çeşitli dönemler itibariyle ele almak yararlı olacaktır.

1.1.3.1. Başlangıçtan 20. Yüzyıla Kadar Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilen ilk çalışmaların izlerine Eski Çağda rastlanmıştır. Sümerler ve Babil'e ilişkin kazılarda bulunan levhalarda toplumun bütününe ilgilendiren bazı bilgilerin yazılı olduğu ve bu levhaların bir tür kitle iletişim aracı işlevi yaptıkları anlaşılmıştır (Erdoğan, 2006: 45). Eski Mısır, Hindistan, İran ve Mezopotamya'da ele geçen tabletlerde ise yöneticilerin tanıtım amacıyla halka bazı mesajlar verdikleri saptanmıştır. Bu mesajlarla, yöneticilerin kendilerini halkla olumlu yönleriyle tanıttıkları belirlenmiştir (Ekici ve Oyur, 2010:29). Eski Yunan ve Roma'da halkla ilişkiler faaliyeti sayılabilecek örnekler görülmüştür. Eski Yunan sitelerinde, toplanan meclislerdeki görüşmeler ve bu meclislere katılım, halkla ilişkiler uygulamasına birer örnektir. Bu durum sitelerde kamuoyuna verilen değer belirtisidir. O dönemlerde yetişen ünlü hatipler (Çiçero, Seneca, Demosten ve diğerleri) Eski Roma'da benimsenen "halkın sesi" sözü ile halkla ilişkilere verilen önemi göstermektedir (Tortop, 1986b: 12). Büyük İskender yeni aldığı ülkelere yerel giysiler giyerek gider, bazen de işgal ettiği ülkenin evlenerek halkın ilgisini çekmek isterdi. Roma imparatoru Ogüst, abideler yaptırarak edebiyata teşvik etmiş ve bu yolla halkın sevgisini kazanmıştır. Daha sonra gelen Roma imparatorlarının hepsi Papalar ve Rus Çarları, Alman imparatorları da aynı yolu benimsemişlerdir (Asna, 1988: 55).

Türk tarihi incelendiğinde; halka götürülen bayındırlık eserleri adil bir sistemin varlığı, çalışan ehliyetli herkesin devlet içinde yükselme olanaklarının bulunuşu, halkın dil, din ve geleneklerine hürmet edilişi ve serbest bırakılışı halka

verilen önem ve değerin belirtileridir. Matbaanın keşfi ile birlikte halkla ilişkilerin gelişmesi daha da kolaylaşmıştır. Basılı araçlar sayesinde halkla yönetim arasındaki haberleşme artmıştır (Tortop, 1986b: 13).

1.1.3.2. 20. Yüzyılda Halkla İlişkiler

Tarihsel birtakım olayları halkla ilişkilerin iyi örnekleri olarak sunmak yerine konu ile ilgili olarak 20. Yüzyıldaki önemli gelişmelere değinmekte yarar vardır. Bazı yazarlara göre 20. Yüzyıl halkla ilişkiler yüzyılıdır (Ertekin, 2000:11). İşletmeler açısından halkla ilişkilerin bir gereksinim olduğu, 1929 yılında büyük bunalım döneminde anlaşılmıştır. ABD’de önemli olaylar, savaş, başkanlık seçimleri ve yerel grevler nedeniyle başvurulmuş halkla ilişkiler örneği uygulamalar büyük bunalımla birlikte özel kesimde de ön plana çıkmıştır (Bülbül, 2003:27). Halkla ilişkilerin 20. Yüzyılda daha çok işlerlik kazanmasının nedenlerini gerek kamu gerek özel kesim örgütlerinin toplumsal sorumluluk duygularının güçlenmesine, çevrelerine karşı daha duyarlı olmalarına, etkileşim olanaklarının artmasına, iletişim teknolojisindeki büyük gelişmelere, devletin görevlerinin giderek çoğalmasına bağlamak olanağı vardır. Kuşkusuz, bunların tümünü etkileyen genel bir etmende sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan toplumsal değişim ve gelişimin kendisi olmaktadır. Son zamanlardaki toplu kalite yönetimi ise halkla ilişkiler uygulamalarını derinden etkilemektedir (Ertekin, 2000:11). 20.yüzyılda demokratik ülkelerin ve demokratik olmayan ülkelerin tamamında sosyal ağ ve iletişimlerin güçlenmesi ve hızlanmasından dolayı halkla ilişkilere şiddeti farklı olmakla beraber önem verilmiş ve verilmeye devam etmektedir.

1.1.3.2.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde Halkla İlişkiler

Halkla ilişkilerin anavatanı Amerika Birleşik Devletleridir. Halkla ilişkiler kavramı ilk olarak burada ortaya çıkmıştır ve ilk modern halkla ilişkiler uygulamaları bu ülkede gerçekleşmiştir. Halkla ilişkiler terimi ilk kez A.B.D. başkanı Thomas Jefferson tarafından kullanılmıştır. Başkan 1807’de kongreye gönderdiği bir mesajda bu terimi kullanmıştır (Kazancı, 2007:6). Fakat halkla ilişkilerin gerçek öncüsünün

Ivy Lee olduğu ileri sürülür. 1916 yılında ilk halkla ilişkiler bürosunu kurmuştur. Lee aynı zamanda alandaki ilk kuralları ortaya koyan kişidir. Onun “İlkeler Bildirisi” gizliliği yok etmek, reklamdaki farklı olmak, gerçek bilgiye erişmek ve bu bilgiyi kamulara aktarmak ekseninde halkla ilişkileri açıklamaktadır. Daha sonra Edward Bernays “Kamuoyunu Aydınlatma” adlı kitabında halkla ilişkiler danışmanlarının gereğini ortaya koymuştur. 1929 “Ekonomik Bunalımı”ndan sonra konunun önemi daha iyi anlaşılmiş, halkla ilişkiler konusunda üniversitelerde kürsüler kurulmuş, araştırmalar yapılmış ve dersler okutulmaya başlanmıştır (Mihçioğlu, 1976:17). İkinci Dünya Savaşından sonra önemi daha iyi anlaşılacak halkla ilişkiler A.B.D.’de büsbütün yaygınlaşmıştır. Savaştan kısa bir süre sonra 5000 kadar ticaret ve sanayi kuruluşunun önemli birer halkla ilişkiler servisine sahip olduğu saptanmıştır. Bunun dışında 1200’den fazla özel halkla ilişkiler bürosu kurulmuştur. 1940 yılından sonra A.B.D. den Kanada’ya geçen halkla ilişkiler olgusu, orada hızla gelişerek Avrupa’ya ve diğer ülkeleri de etkisi altına almıştır (Sabuncuoğlu, 2004:9).

1.1.3.2.2. Avrupa’da Halkla İlişkiler

A.B.D. deki gelişmeler benzer biçimde, birçok ülkede (öncelikle Avrupa kıtasındaki ülkelerde), 1920’li yıllarda, çağdaş halkla ilişkiler anlayışı uygulanmıştır. Bu gelişmelerin birçok nedeni vardır. Bu nedenler (Tikveş, 2005: 40):

- Sanayileşme,
- Kamu hizmetlerindeki artış,
- Basının güçlenmesi,
- Özel kesim kuruluşlarında sosyal sorumluluk ilkesinin uygulanmasıdır.

1920’li ve 1930’lu yıllarda, iş dünyası, işletmelerde, halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanma imkânına kavuşmuştur. Bu dönemde işletme gazeteleri, slayt, belgesel filmler ve gezilerle ilgili yayınlar; en çok kullanılan halkla ilişkiler teknikleri olmuştur (Jefkins, 1992: 5). Avrupa ülkelerinde halkla ilişkiler çabaları hükümetlerin girişimiyle gerçekleşmiştir. İngiltere’de hükümetin halkla

ilişkilerini düzenlemek için kurulan Merkezi Enformasyon Bürosu, İngiltere'nin dış ülkelerde tanıtımıyla ilgili olarak oluşturulan British Council; İtalya'da emniyet hizmetlerini, vergi düzenlemelerini ve belediyeçilik faaliyetlerini halka benimsetmek için yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri bu konuda birer örnek olarak verilebilir. Hükümetlerin girişimlerinden kısa bir süre sonra özel sektör kuruluşları da halkla ilişkiler faaliyetlerine zaman ve kaynak ayırmaya başlamışlardır. Örneğin Almanya'daki Bayer ilaç firmasının düzenlediği halkla ilişkiler kampanyalarını buna örnek olarak verebiliriz. Ayrıca bu kampanyalar literatürde başarılı uygulamalar arasında gösterilmektedir. Yine aynı yıllarda Avrupa ülkelerinde halkla ilişkiler konusunda mesleki örgütlerde kurulmuştur 1948 yılında İngiltere'de Public Relations Institute (Halkla İlişkiler Enstitüsü), 1958'de Almanya'da Deutsche Public Relations Gesellschaft (Alman Halkla İlişkiler Cemiyeti), 1952'de Fransa'da Maison de Verre (Cam Ev), 1954'te İtalya'da L-Associazione Italiana Perle Relazioni (İtalyan Halkla İlişkiler Derneği), 1954'te Hollanda'da Nederland Genootschap Voor Public Relations (Hollanda Halkla İlişkiler Topluluğu), kurulmuş olup buna örnek olarak gösterilebilir (Hakan, 1996:37).

1.1.3.2.3. Türkiye'de Halkla İlişkiler

Türkiye'de halkla ilişkilerin başlangıcı 6 Nisan 1920'de Anadolu Ajansı'nın kuruluşu olarak kabul edilmektedir. Atatürk, 'Türkiye'nin içeriye ve dışarıya açılan penceresi' olarak bu ajansın kuruluşunu önemsemiştir (Bülbül, 2003: 40). Bilimsel anlamda halkla ilişkiler çalışmaları Türkiye'de 1960'dan sonra kamu kurum ve kuruluşlarında görülmektedir. Temel hak ve hürriyetleri güvence altına alan 1961 anayasasının etkisi vardır. Sendikalaşma, örgütlenme hürriyeti düşüncüyü ifade etme hürriyeti, sivil toplum kurumları bir araya gelerek ilgili devlet kuruluşlarını etkilemeye başladı. Toplumsal hareketlerin, grevlerin, toplantı ve yürüyüşlerin, protestoların, özgürlük ve ekonomik taleplerin yoğun bir şekilde dile getirilmeye başladığı bu yıllarda, kaçınılmaz olarak bunlara bağlı olarak kamuoyunu, çalışan kitleleri ve tüketicileri ve müşterileri yönlendirmenin önemi de anlaşılmaya başlamıştır (Erdoğan, 2006: 160).

Kurumsal olarak halka ilişkilerin Türkiye'de gelişimi 1960'lı yıllarda başlar. 1960 öncesinde de çeşitli kamu kuruluşlarında halka ilişkiler çalışmalarına rastlamak mümkündür. Kamu sektöründe halkla ilişkiler alanında gelişme 1962 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE) tarafından hazırlanan ‘‘ Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi ‘‘ (MEHTAP) olmuştur. Devlet Planlama Teşkilatı Yayın ve Temsil Şubesi (1964), Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü Tanıtma ve Halk Eğitim Şubesi (1964), İdare Danışma Merkezi (1967-1972 TODAİE bünyesinde bakanlıklardan gelen elemanların çalıştığı iletişim merkezi), MEHTAP (Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi 1962) gibi halkla ilişkileri düzenlemeyi önceleyen devlet kuruluşları ve projelerinde ‘‘Devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halka yakın ilişki zorunludur’’ görüşüne yer verilmiş ve bu bağlamda her kamu kurum ve kuruluşun halkla iletişimi gerçekleştirebilecek yapılanmaya gitmesi öngörülmüş ve uygulanmıştır. Halkla ilişkilerin en önemli özelliği yönetime karşı halkın sempati duymasının sağlanmasıdır (Erdoğan, 2006:163).

İdari Reform Danışma Kurulu tarafından kurulan heyet, idarenin halka nasıl daha yakın olabileceği konusunda araştırmalar yapmış ve bu araştırmaları ilgili kurumlara iletmiştir. Bu raporlara dayanarak devlet memurları yasasında değişiklik yapılarak basın ve halka ilişkiler müşavirliği ayrıcalıklı memuriyetten sayılmıştır. 1984 yılında KHK ile değişik isimler adı altında hizmet veren halkla ilişkiler birimleri Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'ne dönüştürülmüştür. Çağdaş anlamda ilk Halkla İlişkiler uygulaması 1964'de Devlet Planlama Teşkilatı'nın yaptığı nüfus planlamasıdır ve bu çalışma ile beraber Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü kurulmuştur (Erdoğan, 2006:163).

Türkiye'de halkla ilişkiler dalında çalışanların örgütlenme hareketleri 1969 yılında başlamış 1971 yılında İstanbul'da, daha sonra da Ankara ve İzmir'de Halkla İlişkiler Derneği kurulmuştur. 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de büyük şirketler bünyelerinde halka ilişkiler bölümü oluşturmuş ya da halka ilişkiler ajanslarından yararlanmaya başlamışlardır. Türkiye'nin ilk halkla ilişkiler danışmanlık kuruluşu

1974 yılında Alaeddin Asna tarafından kurulan A&B Halkla İlişkiler şirkettir ve 10 yıl sektörde tek iletişim danışmanlık şirketi olmuştur (Erdoğan, 2006:165).

1971'de halkı kamu kurumlarıyla ilgili konularda aydınlatarak yönetimin halka ilişkilerini kolaylaştırmak üzere İdari Reform Danışma Kurulu oluşturulmuştur. 1967'de Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü'nde çalışmalarına başlayan 1972'de kapatılan İdari Danışma Merkezi olanaklar ölçüsünde halkı bilgilendirmek ve formaliteleri kolaylaştırmak için çalışmıştır. Özel sektör kuruluşlarında ise, bilinçli ve sistemli halkla ilişkiler faaliyetleri 1970'li yıllarda başlamış, 1980 ve 1990'lı yıllarda gelişmiştir. Ereğli Demir Çelik İşletmeleri, Toprak Holding, Eczacıbaşı, Koç ve Yaşar Holding halkla ilişkiler uzmanı çalıştıran ilk kuruluşlardır (Göksel ve Yurdakul, 2002:20) ve halkla ilişkilere gereken önemi vererek diğer özel sektör kuruluşları tarafından da halkla ilişkiler elemanı istihdamına öncülük etmiştir. 1991 yılından itibaren özel radyo ve televizyonlar, internet iletişiminin artması halkla ilişkileri hızlandırmış ve daha önemli hale getirmeye başlamıştır. 2000 yılından sonra halkla ilişkiler önemini biraz daha artmaya başlamıştır. 2000'li yıllardan sonra siyasal alanda halkla ilişkiler etkinliklerine verilen önem ayrılan bütçe ve işgücünün arttığı görülmüştür (Fidan ve Kalender, 2008 :72).

Halkla ilişkilerle ilgili önemli gelişmelerden ikisi 'Bilgi Edinme Hakkı Yasası' ile 'Başbakanlık İletişim Merkezi'dir. Bilgi Edinme Yasası, 24 Ekim 2003 tarih 25269 sayılı resmi gazetede yayınlanarak 24 Nisan 2004'te yürürlüğe girmiştir. Bu yasa, "demokratik ve şeffaf yönetimin gereği olan eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkesine uygun olarak" kişilerin bilgi edinme hakkını kullanmalarına ilişkin esas ve usullerini düzenlenmektedir. Böylece kullanılan hak sayesinde halkın devleti denetlemesinin kolaylaştırılması hem de devletin demokratik karakterinin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER), 2006/3 sayılı doğrudan Başbakanlık Genelgesi ile kurulmuştur. Bu uygulama 24 Şubat 2006'da başlatılmıştır. BİMER bilişim ve iletişim teknolojileri kullanılarak hayata geçirilen bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. BİMER uygulaması kapsamında Valilik, Kaymakamlık ve Bakanlıkların tümünde "Halkla İlişkiler Müracaat Büroları" kurulmuştur. 'Alo 150'

hattının cevaplamak üzere valiliklerde çağrı merkezleri bulunmaktadır. BİMER uygulamasında valilikler, il kapsamındaki kaymakamlıkların, il müdürlüklerinin ve bölge müdürlüklerinin koordinasyon ve takibinden sorumludur. Aynı görev bakanlıklar için de geçerlidir. Her ay valilik ve kaymakamlıklara yapılan müracaatların sayıları, konularının ne olduğu, müracaatların ne kadarının olumlu, ne kadarının olumsuz cevaplandığı ve müracaatların cevaplandırılma süresi sistem tarafından rapor haline getirilir. Bu rapor, her ay Başbakan, tüm bakanlıklar ile valiliklere rapor halinde gönderilir (<http://www.basbakanlik.gov.tr-bimer/index.htm>).

Bu uygulama ile yönetim, halkın sorunlarına en kısa sürede cevap verme ve kamu görevi yapanların halk tarafından denetimi amaçlanmıştır. BİMER, hasta hakları kurulları, Alo 150 hattı, 155 polis imdat, 156 jandarma, 154 alo trafik gibi onlarca iletişim hattının tamamı halkla ilişkilerin sağlıklı yürümesi, halkın kamu hizmetlerine rahatça ulaşabilmesi adına kurulan merkezlerdir. Bazı merkezlerde pilot uygulaması yapılan ‘Alo 999’ hattıyla tüm kamu hizmetlerinin tek kanalda toplanması çalışmaları devam etmektedir.

1.1.3.2.3.1. Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Halkla İlişkiler

Kamuda halkla ilişkiler, bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği iki yönlü iletişime dayalı, kamuoyunda kurum ya da kuruluşun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli çabalaradır. Türkiye’deki kamu kurum ve kuruluşlarındaki halkla ilişkilerin örnekleri ve ayrıca bu ilişki metotlarının yasal dayanakları aşağıda sıralanmaktadır:

1. 3046 sayılı Bakanlıkların Kuruluş ve Görev Esasları Hakkında Kanun:

Bu Kanun’un 12. maddesi Bakanlıkları ve Bağlı Kuruluşların merkez teşkilatındaki danışma ve denetim birimlerini sayarken (d) bendinde her kurumda “Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliklerinin” kurulmasını öngörmüş bu hükme

paralel olarak da bütün bakanlıkların ve bağılı kuruluşların teşkilat yasalarında “Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirlikleri” oluşturulmuştur.

2. Valilik ve Kaymakamlık Birimleri Teşkilat, Görev ve Çalışma Yönetmeliği:

Valiliklerin halkla ilişkiler hizmetlerinin yürütülmesini sağlamak üzere çıkarılan Yönetmeliğin 9.maddesinde İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğüne ilişkin düzenleme yapılmıştır

3. 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu:

Kanunda yapılan değişiklikler sonrası kamu görevlilerinin halka yaklaşım biçimleri, yeniden tanımlanmıştır. Yeni düzenleme, kamu görevlisinin halka bakış açısını değiştirmeyi ve halkı hizmetlerin odak noktası olarak kabul etmeyi içermektedir. Bu Kanun’un 15. maddesi memurların bilgi ve demeç vererek halkı, kamuoyunu aydınlatması konusunda yetkilendirmenin nasıl yapılacağını da yeniden düzenlemiştir.

4. 2872 sayılı Çevre Kanunu:

2872 sayılı Çevre Kanunu’nun 9. maddesi (1) bendinin verdiği yetki ile Çevresel Yetki Değerlendirmesi Yönetmeliği’nin 9. maddesinde ifadesini bulan “Halkın Katılım Toplantısı”dır. Bu toplantı ile bölgede yapılacak bir sanayi tesisinin çevreye verebileceği zararlarının ve bu zararların nasıl önleneceğine ilişkin olarak halkın bilgilendirilmesi amaçlanmaktadır.

5. 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu:

Kanununun 19. Maddesi, hükümete ve dolayısıyla iktidar partisine halkın bilgilendirilmesi yükümlülüğünü getirmektedir. Aynı Kanununun 18. maddesi ise Hükümet bildirimlerinin ve konuşmalarının radyo ve televizyonlardan yayınlanacağına ilişkindir ve kanunun bilgilendirilmesini zorunlu kılar.

6. 4982 Sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu ve BİMER:

Günümüz dünyasında halkın, dilek ve şikâyetlerini hangi kurum veya kuruluşa yapacağı hususu güçlük arz etmektedir. Vatandaşa tek bir merkezle muhatap olması ve müracaatın da çok basit bir şekilde yapılabilmesi de önem arz etmektedir. İşte bu düşünceden hareketle Başkanlık İletişim Merkezi (BİMER) oluşturulmuş buna paralel olarak da taşrada Valilik ve Kaymakamlıklarda da büroların oluşması sağlanmıştır. Vatandaşlar tek bir numaralı hatla “150” istek ve şikâyetlerini ilgililere iletebilmektedirler. Halkla ilişkiler bakımından mükemmel bir uygulama olduğu gelişen zaman içerisinde müşahede edilmiştir.

7. 5393 sayılı Belediye Kanunu:

Kanunun “Mahalle ve Yönetimi” başlıklı 9.maddesinin 3. fıkrasında mahalle sakinlerinin de gönüllü katılımını öngörmüş ve mahalleye götürülecek hizmetlerde halkla ilişkiler konusuna önem vermiştir. Kanunu’nun 13. Maddesi, “Hemşehri Hukuku” adı altında düzenlenmiştir ve tüm halkın hemşehri hakkı dolayısıyla Belediye faaliyetleri hakkında bilgilendirme ve belediye idaresinin yardımlarından yararlanma hakkının olduğunu vurgulanmaktadır. Kanunun 20. maddesinde ise, meclis toplantılarının açık olduğunu belirtmek suretiyle halkın bu toplantıları izleyebileceği ve bilgileneceği teminat altına alınmıştır. Kanunun 21. maddesindeki meclis gündeminin Belediye Başkanı tarafından belirleneceği ve çeşitli yöntemlerle halka duyurulacağı hususu da belediyelerin halkla ilişkileri için çarpıcı bir örnektir. Kanunun 56. maddesindeki faaliyet raporunun İçişleri Bakanlığına gönderilmesinin yanında kamuoyuna da açıklanması, belediye-halk ilişkileri yönünden faydalı olmaktadır.

Bugüne kadar yasal dayanağı olmadan faaliyet yürüten “Kent Konseyleri” ilk defa 5393 sayılı Belediye Kanunu ile yasal dayanağa kavuşmuş, Kanunun 79. maddesi ile düzenlenmiştir. Hemen hemen halkın temsilcilerinden oluşan konseyin aldığı bu kararlar belediyelerin faaliyetlerinin daha etkili ve verimli olmasına yardımcı olmaktadır. Son olarak kanunun 77. maddesindeki “Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım” ile halkla ilişkilerde en üst seviyeye gelinmiş olunur. Belediye Kanunundaki hükümlere benzer hükümler 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanununda da yer almış, bu kanunun 12. maddesi Meclis Toplantılarının halka açık olduğunu, 13.

maddesi gündemin halka duyurulacağını, 39. maddesi faaliyet raporlarının kamuoyuna açıklanacağını ve 65. maddesi de İl Özel İdaresi hizmetlerine gönüllü katılım olabileceğini belirtmiştir. Bu hükümlerle Mahalli İdareler ile halk arasında kuvvetli bağların oluşması ve ilişkilerin devamlı ve sağlıklı olması amaçlanmış olmaktadır.

1.2. KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler, çoğunlukla yönetenlerle yönetilenler arasında biri köprü işlevi gören uygulamalardan oluşur. Günümüzde kamu kurumları çoğunlukla basın bildirimleri ve web sayfaları üzerinden kamularına bilgiler sunmaktadırlar. Kurum, yaptığı açıklamalarla kamulara bilgi aktarımının yanı sıra onlarda olumlu izlenim yaratma çabası içindedir.

1.2.1. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Tanımı Ve Önemi

Halkla ilişkiler, bir kurum ve kamusu arasında karşılıklı iletişim, kabul ve işbirliğini kurma ve sürdürmeye yardımcı olan kendine özgü yönetim fonksiyonudur; problem ve konu yönetimini içerir; yönetimin bilgilenmesine ve kamu oyuna cevap vermesine yardım eder. kamu yararına hizmet etmesi için yönetimin sorumluluğunu tanımlar ve vurgular; eğilimleri önceden kestirmede erken bir uyarı sistemi gibi hizmet ederek yönetimin yeni gelişmeleri öğrenmesi ve etkili bir biçimde değişimi sağlamasını yardım eder ve temel araçlar olarak güvenilir ve etik iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanır.(Fidan ve Kalender, 2008:23)

Halkla ilişkiler yönetimin temel bir fonksiyonudur. Bir çok izleyici, tüketici veya kamu ile olan ilişkileri düzenler. Yönetimsel bir etkinliği başlatmadan önce araştırma ve değerlendirme gereksinimini karşılar. Yönetimsel karar vermede rasyonelliğin ve etkinliğin kurulmasında araçtır. Bir kez yapılan tek bir etkinlik değil, sürekli ve sistematik bir süreçtir. Halkla ilişkiler kamu katılımı, arabuluculuk, anlaşmayı sağlama hizmeti veren önemli bir araçtır.(Erdoğan,2006;29)

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler disiplini, teknik bir iletişim konusunun çok ötesinde, kamu yönetiminin çevresiyle geniş boyutlu bir alış-veriş gerçekleştirme, bir uyum ve denge temin etme konusu olarak görmek mümkündür (Yalçındağ, 1986: 132; 1988: 56). Böyle bir yaklaşımın özelliği, halkla ilişkilerin, kamu yönetiminin çevresini meydana getiren toplumsal, ekonomik ve siyasal şartlar bağlamında ve bunların tarihsel gelişim süreci içerisinde ele alınmasıdır ve aynı sav bu alanda karşı karşıya kalınan sorunlar ve bunlarla ilgili çözümler için de geçerlidir. Bu doğrultuda kamu yönetiminde halkla ilişkiler, bir kamu kurumunun ilişki içerisine girdiği toplum kesiminin güven ve desteğini temin etmek için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, neticede kamuoyunda kurumun da toplumun istediği doğrultuda değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kurum ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına dönük sistemli ve sürekli çabalarıdır (Yalçındağ, 1988: 57).

Kamu kurumlarında halkla ilişkileri şu şekilde tanımlamak mümkündür: Bir kamu kurumunun ilişki içerisinde olduğu, hizmet verdiği toplumsal çevrelerin güven ve desteğini sağlamak, onların fikirlerinden faydalanarak hizmetine yön vermek amacıyla giriştiği, kuruma ilişkin kamuoyunda olumlu bir imajın kökleşip yerleşmesine sebep olacak ve karşılıklı anlayışı geliştirecek, iletişim temeline dayalı, sistemli, planlı ve sürekli çabalarıdır (Ertekin, 1995: 3-4). Başka bir tanıma göre kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler, bir kamu kuruluşunun kendi dışındaki kişilerle, her yönden iyi ilişkiler kurabilmesi ve kişilerin de kuruluşa karşı olan düşünce ve davranışlarının olumlu yönden geliştirilmesi için yapılacak her türlü faaliyettir (Tortop, 1993:1).

Amaçlarını başarmak isteyen bir kurum, örgüt içi ve örgüt dışı kamularla iyi ilişkiler kurmak zorundadır (Özdönmez vd., 1999: 6). Zaten, halkla ilişkiler fonksiyonunu diğer yönetim fonksiyonlarından ayıran en temel özellik, kurumun hem iç ve hem de dış çevresiyle iletişim kurmasıdır. Halkla ilişkiler için hem kurum çevre etkileşimi ve hem de kurum içi iletişim aynı derecede öneme sahiptir. Böylece kurum içi ve kurum dışı iletişim, birbirine son derece bağlı bir bütün oluşturmaktadır (Önal, 2000: 9).

1.2.2. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Amacı

Bir kurumun halkla ilişkileri, bir kişiye, bir gruba ya da kurum dışında bir danışman kuruma verilebileceği gibi bunların karması olan bir yapıyla da örgütlenilebilir. Kurumun sunmuş olduğu hizmete, içerisinde bulunulan çevreye, bölgeye ya da belli durumlarda halkla ilişkiler fonksiyonunun nasıl yerine getirilebileceğine ilişkin özel bazı yapılaşmalara da gidilebilir (Ertekin, 1990: 36). Hangi tür yapılanmaya gidilirse gidilsin, halkla ilişkilerin kurumdaki işlevleri aynı kalmakta, böylece her çeşit örgütsel yapı içinde halkla ilişkiler rahatlıkla uygulama alanı bulabilmektedir. Söz konusu bu durum halkla ilişkilere giderek genişleyen bir amaç yelpazesi kazandırmaktadır (Biber, 2003: 39). Zaten, halkla ilişkileri iyi uygulayabilmenin yolu her şeyden evvel onun hangi amaçlara dönük olduğunun iyi bir şekilde açıklanabilmesine bağlıdır (Kazancı, 1997: 30). Amaçlar iyi bir şekilde belirlendiğinde, halkla ilişkiler faaliyetlerinde de başarı kendiliğinden gelecektir. Amaçlar açık ve net bir biçimde ortaya konmadığında ise gerçekleştirilen faaliyetlerde karmaşalar, gecikmeler ve aksamalar meydana gelecek, her yönden kayıplar söz konusu olacaktır. Bu nedenle halkla ilişkiler faaliyetlerinde amaç belirleme ve bu amaç doğrultusunda hareket etme oldukça önemlidir.

Sağlık, insanın doğumuyla başlayan ve ölene kadar devam eden süreçte korunması gereken ve yasalarla güvence altına alınmış devredilemez bir haktır. Bireyin sağlığı toplumun sağlığı için önemlidir (Bulduklu ve Koçak, 2010:29) . Vücut sağlığı ne kadar önemliyse bir kişi ve toplum için kişilerin ve toplumların ruh sağlığı da idare ve yönetim için o kadar önemlidir. Ruh sağlığının korunması ve sağlığın devam etmesi yönetimin iyi halkla ilişkilerine bağlıdır.

Doğrudan doğruya halka ya da kamuoyuna yönelmekte olan dış halkla ilişkilerin amaçları, yönetsel gizliliği ortadan kaldırarak yönetsel saydamlığı temin etmek, dış hedef kitleler gözünde saygın bir kurumsal kimlik ve imaj oluşturmak, kurum ve kamuları arasında sağlıklı, düzenli ve empati temeline dayalı ilişkiler geliştirmek, gerçekleştirilecek her türlü faaliyette titiz ve bilinçli bir şekilde hareket ederek istikrar sağlamak ve kurumun halk tarafından benimsenmesini,

desteklenmesini temin ederek meşruluk zeminini olabildiğince güçlendirmek şeklinde sıralanabilir (Çelebioğlu, 1986: 197).

1.2.3. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkileri Ortaya Çıkaran Nedenler

Kamu yönetiminde halkla ilişkileri ortaya çıkaran nedenler aşağıda ayrıntılı olarak belirtilmektedir. Bu nedenler arasında; devlet anlayışındaki değişimler, devlet faaliyetlerinde halk desteğinin hissedilmesi ve devlet faaliyetlerinin artması sonucu ortaya çıkan olumsuzlukların giderilmesi sıralanabilir.

1.2.3.1. Devlet Anlayışındaki Değişmeler

Her türlü kurumun var oluş nedeni halktır. Kurumların yerine getirdiği hizmet halk için olup, kuvvetinde kaynağı da halktır. Kurumların emin ve sağlam adımlarla halka hizmet etmeyi sürdürebilmesi, hizmetine girdiği halkla karşılıklı iyi ilişkilerine bağlıdır (Kazancı, 1967:28). Halkla ilişki tekniğinin uygulanışında temel amaç, başarılı bir temas ve iletişimin kurulması olduğundan ve Devlet-vatandaş ilişkilerinin, kamu yönetimi-vatandaş ilişkilerinin sağlıklı yürümesi demokratik sistem içerisinde kalkınmayı hedefleyen bir ülkede, iyi işleyen kamu yönetiminin önemli göstergelerinden birisi olduğundan kamu yönetiminde kurum dışı halkla ilişkiler uygulamasının amaçlarından biri olarak sağlıklı yöneten-yönetilen ilişkilerinin kurulması bu anlamda büyük bir öneme sahiptir (Acar, 1994: 8). Çünkü ancak bu sayede iyi işleyen bir yönetim yapısından ve yönetimden hoşnut olan, gerçekleştirdiği faaliyetlerden tatmin duyan bir yönetilen kitlesinden bahsedilebilir. Bunun sağlanabilmesi için ise öncelikle yönetime empatik düşünebilme becerisinin kazandırılması ve yönetimin sosyal sorumluluk bilinci içerisinde hareket ederek her iki tarafın da (yöneten-yönetilen) karşılıklı yararını düşünmesinin temin edilmesi gerekir. Empatik düşünebilme becerisi sayesinde yönetim kendini yönetilenlerin yerine koyarak, onları daha iyi anlamaya gayret edecek, yönetilenlerin istek ve şikâyetlerine daha makul bir yaklaşım tarzı sergileyebilecek ve daha isabetli tahminlerde bulunabilecektir. İnsan ilişkilerinde başarı, insanlar tarafından belli

konular ya da olaylar karşısında gösterilecek tepkilerin doğru olarak tahmin edilmesine bağlı olduğundan ve şu ya da bu yönde kararlar oluştururken, kişiler tarafından verilecek tepkilerin ve sergilenecek olası davranışların doğru olarak tahmin edilmesi büyük önem taşıdığından, bu isabetli tahminler sağlıklı yöneten-yönetilen ilişkilerinin temin edilmesi noktasında büyük yararlar sağlayacaktır. Bu yararın en üst seviyeye çıkarılabilmesi ise yönetimin kesinlikle sosyal sorumluluk bilincinden ayrılmaksızın hareket etmesine bağlıdır (Tortop, 2003:155).

Çünkü sosyal sorumluluk, kurumların kendi çıkarlarının yanında, bir bütün olarak toplum refahının korunmasına ve artırılmasına dönük faaliyetlerin gerçekleştirilmesiyle ilgili bir yükümlülük olup, kurumun çevresi ile etkileşiminden ötürü ortaya çıkan beklentilerin dengelenmesini temin etmektedir (Üzün, 2000:116-117). Sorumlu davranış sayesinde kurumun kendi menfaatleri dışında toplumun varlığını kabul etmesi, temel görevleri dışında, toplumsal sorunlarla da ilgilenmesi, atacağı adımların getireceği sonuçları önceden düşünmesi sağlanmaktadır (Peltekoğlu, 2012:168). Kurum ya da yönetim bu bilinçle hareket ettiğinde hem kendi yararını muhafaza etme hem de toplumsal yararı gözetme imkânı bulmaktadır. Kamu yönetiminde kurum dışı halkla ilişkiler uygulamasının amaçlarından olan sağlıklı yöneten-yönetilen ilişkilerinin sağlanmasında yapılması gereken bir diğer şey, yöneten-yönetilen arasında karşılıklı bilgi akışının sağlanarak halkın yönetsel bilgisizliğinin giderilmesidir. Halkın devletin girişmiş olduğu faaliyetlere ilişkin tatmin edici bilgi alabilmesi durumu, her demokratik rejimin temel taşlarından biri olduğu için ve kendi yararları için, günümüz devleti kamuoyunu devamlı bilgilendirmek ve onu türlü oyunlar karşısında aydınlatmak mecburiyetindedir (Ertürk, 1969:123). Bu nedenle, devlet tarafından, halkın ne istediği bilinmeli, halk ise, devletin ne yaptığından ve ne yapmak istediğinden haberdar olmalı, bu sayede de halkın yönetime yabancılaşmasının önüne geçilmelidir. Çünkü yirminci yüzyılda karşılaşılan sorunların bir kısmı kişinin karar verme dışında kalması, bunun sonunda kendini yetersiz, güçsüz hissetmesi başka bir ifadeyle sisteme yabancılaşması ile ilgilidir (Handly, 1967:53). Halkla ilişkilerin bilgi verme kadar tepkileri değerlendirmeye dönük yönü kişiye hem ihtiyaç duyduğu bilgilerin aktarılmasını hem de sesini duyurabilme imkânını sağlamaktadır. Bu sayede yetersizlik

duygusunun yenilmesi, yabancılaşmanın önlenmesi amaçlanmaktadır (Sezer, 1995:151). Ayrıca, çeşitli konular hakkında halkın fikir ve düşüncelerinin bilinmesi; hem onun ihtiyaçlarının bilinmesine, hem de ona ulaşacak mesajların daha iyi düzenlenmesine imkân sağlayarak, yönetimle yönetilenlerin birbirlerine yakınlaşmasını, aralarındaki karşıtlıkların en aza inmesini ve anlayış tarzlarının uyumlu hale gelerek demokratik bir ortamın oluşmasını temin etmektedir (Ertekin, 1995:7). Bu anlamda, çağımızda kamu kurumlarının halkla iyi ilişkiler kurması birçok sorunun çözüme kavuşturulması için bir zorunluluktur (Tortop, 1986b:117). Çünkü demokratik bir düzende halka kulakların tıkanması, halkın dinlenmemesi imkânsızdır. Demokratik düzenin sahip olduğu yapı ve işleyiş zaten bunu zorunlu kılmaktadır (Tortop, 1986b:188). Toplumun halkla ilişkilerden daha çok yararlanması ve halkla ilişkiler aracılığıyla kendini ifade etmesi halinde ise halkla ilişkiler faaliyetlerince demokratik sürece daha fazla katkıda bulunulacaktır (Wood, 2006:131). Çünkü halkla ilişkiler çalışmalarında genel olarak güdülen amaç, kamuoyunda ve ilgili topluluklarda karşılıklı anlayış ve güven duyguları oluşturmak ve geliştirmek olduğundan halkla ilişkiler programları vasıtasıyla halkta da yönetimin beklediği yönde değişiklikler gerçekleştirilebilir, örneğin yanlış anlamalar varsa giderilebilir, halkın yönetimi desteklemesi ve onunla işbirliği yapması temin edilebilir (Yalçındağ, 1986: 152). Birbiriyle daha uyumlu, daha bilinçli ve daha yakın bir yöneten-yönetilen ilişkileri temin edilebilir. Sağlıklı yöneten-yönetilen ilişkilerinin temin edilmesinde son olarak yapılması gereken şey ise iletişimi, karşılıklı etkileşimi ve iki yönlü ilişkiyi sürekli kılarak iyi niyete ve karşılıklı güvene dayalı ilişkilerin geliştirilmesidir. Devlet-vatandaş iletişiminin temelinde yatan şey devletin vatandaşı için var olduğu gerçeğidir. Bunlar arasında etkileşim doğuracak iletişim kanalları ne derece açık olursa, o derece vatandaşın refahı, mutluluğu, huzuru ve güveni temin edilir. Bunlar arasındaki iletişimsizlik en başta devletin vatandaşına, vatandaşın devletine duyduğu güveni yok eder. Güvensizlik ise ülkede demokrasi ve insan haklarının gelişmesine ve yeşermesine engel olur. Bu bağlamda, sadece devletin vatandaşına değil, vatandaşın da devletine kolay ulaşabilmesi ve etkileşim, iletişim ve paylaşım içerisinde olması hayli önemlidir (Bensghir, 2000:49). Anahtar kitlelerle iletişimin önemini uzun zamandır bilmekte olan halkla ilişkiler, bu anlamda, kurumlar (ve bir bütün olarak yönetim) ile halk arasında iki yönlü iletişime

dayalı bir köprü vazifesi görmektedir (Harris, 1998: 167). Böylece hem kitleden veya halktan yönetime, hem de yönetimden halka bilgi akışı gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır (Sezer, 1995:151). Halkla ilişkiler kurumsal hedeflere ulaşmaya, felsefe oluşturmaya ve kurumsal değişim gerçekleştirmeye yardımcı olan bir yönetim işlevi olduğundan, etkili halkla ilişkilere sahip bir kurum böylece olumlu halkla ilişkiler elde etmekte iki yönlü iletişime dayalı karşılıklı güven esaslı doğrultusunda sağlıklı işleyen ilişkiler içerisine girmektedir (Center ve Jackson, 2003:1).

1.2.3.2. Kamusal Faaliyetlerde Halk Desteğinin Hissedilmesi

Her yönetim sürecinde, yöneten ve yönetilen şeklinde ikili bir toplumsal farklılaşma söz konusudur. Yöneten durumunda olanlar toplumsal fonksiyonları, yetkileri, itibar dereceleri, kazançları ve hayat tarzları açısından yönetilenlerden ayrılmışlardır. Bu insanlar daha üst bir statüye sahiptirler. Yönetim sürecinin ortaya çıktığı her yerde ve her zaman söz konusu bu farklılaşma gözlenmektedir. Fakat farklılaşmanın derecesi, katılığı, yönetim biçimleri doğrultusunda değişiklik göstermektedir (Güler, 1977:87). Farklı yönetim biçimlerinin sahip oldukları iç dinamikleri, yönetilene ve insana bakış açıları, anlayış tarzları ve dünya görüşleri birbirlerinden farklılaştığı için meşruluk kaynakları da birbirlerinden farklılık arz etmektedir. Ancak hepsinde ortak olan nokta, her yönetim biçiminin mutlaka bir meşruiyet dayanağının olması gerektiğidir. Meşruluğunu temin edememiş bir yönetim biçiminin hayatını devam ettirebilmesi ve toplumda kabul görmesi mümkün değildir. Bu nedenle de yönetsel meşruluk bir yönetim için vazgeçilemez nitelikte hayati bir öneme sahiptir. Sahip olduğu bu önem dolayısıyla da kamu yönetiminde kurum dışı halkla ilişkiler uygulamasının amaçlarından birisi yönetimin halka mâl edilerek yönetsel meşruluğun sağlanmasıdır. Bunun sağlanabilmesi için ise ilk olarak yönetilenlerin ikna edilerek gerçekleştirilecek faaliyetlere halk desteğinin temin edilmesi ve alınan kararlarla ve yapılan faaliyetlerle ilgili sağlıklı bir kamuoyunun oluşturulması gerekir. Bu anlamda, bir amacı çeşitli iletişim araç ve teknikleri kullanarak mesaj gönderdiği kişi ya da grupları kendi amaçları yönünde ikna etmek olan halkla ilişkilerin yönetsel bir araç olarak var olabilmesi her şeyden evvel iknaya

dayalı (demokratik) bir olay olgusunu, bunun ön şartı olan yönetim üzerinde halkın denetiminin geçerli olduğu demokratik bir ortamı gerekli kılar (Sezer, 1995:150).

Günümüzün demokratikleşmiş toplumlarında kamu yönetiminin birçok programının başarıyla gerçekleştirilmesi, bu programlarla ilgili toplum kesimlerince yönetimin desteklenmesine ve bazı kurumlarda bundan da öte işbirliği yapılmasına bağlı olduğu bilinmektedir (Yalçındağ, 1986:152; Yalçındağ, 1988:79). Halk tarafından yönetimin desteklenmesi belirli ölçüde onun kendisi için faydalı ve olumlu çalışmalar gerçekleştirdiğine inanmasına bağlıdır. Bunun yolu da yine yönetimin gerçekten olumlu işlere imza atması ve bunları kitle iletişim araçlarıyla olduğu gibi halka açıklayıp anlatmasıdır. Halkın bu hizmetleri tek tek öğrenmesini beklemek yanlıştır. Yönetimden halka belirli bir pencere açmak ve bu konuda kitle iletişim araçlarından yararlanmak gerekir ki, söz konusu bu görevi işte yönetimin halkla ilişkiler birim ve görevlileri yerine getirebilirler (Kazancı, 1980:16-17). Halkla ilişkiler profesyonelleri dışarıdaki ve içerdeki ortamlardan bilgi toplayıp yorumlayarak ve bunu stratejik istihbarat olarak sunarak hâkim durumdaki koalisyonunda kilit bir rol oynayabilirler. Bu temel üzerinde kurumlar kilit paydaş kitlelerinin desteğini güvenceye alacak bir diyalogu değiştirebilir veya başlatabilirler (Gregory, 2001:51). Çevrenin kabul, destek ve güvenini temin ederek oluşacak iletişim ortamıyla da, kurum veya kuruluşun kendisini kolaylıkla ifade edebilme ve tanıtabilme, kamuoyunu etkileme ve inandırabilme fırsatı yakalanmış olur (Çamdereli, 2000:20). Bu fırsat sayesinde de alınan kararlara ve gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin sağlıklı bir kamuoyunun oluşturulması imkânı doğar.

Kamuoyunun oluşması, medya veya kitle iletişim araçları tarafından serbestçe bilgi ve haber toplanabilmesine bağlıdır. Bu nedenle tüm bürokratik sistemlerde devletin elindeki radyo, televizyon ve gazetelerin yanında, özel kişi ve kurumlara ait basın yayın araçlarının da olması zorunludur. Çünkü alternatif iletişim ve bilgi alma kanalları, demokratik ve hür toplumun en önemli ve vazgeçilmez iletişim araçlarıdır (Eken, 1994: 28). Gerçekten, kitle iletişim araçlarının yaygın ve etkin rol oynadığı, menfaat ve baskı gruplarının güçlü olduğu modern demokratik toplumlarda sağlıklı, bilinçli ve duyarlı bir kamuoyu oluşabilmekte ve halk, kurumların yönetimlerine

etkide bulunmada ve onları uyarmada önemli role sahip bulunmaktadır. Bu baskı grupları içerisinde bilhassa sivil toplum kuruluşları veya hükümet dışı gönüllü kuruluşlar, kalkınma program ve projelerinin hazırlanmasında, doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin korunmasında, çevre sorunlarının çözüme kavuşturulmasında büyük katkılar sağlamakta ve bu konularda kamuoyunun bilinçlendirilmesi ve yönlendirilmesi için yoğun gayret sarf etmektedir (Özdönmez vd., 1999:9). Kamu yönetimindeki halkla ilişkiler uygulaması, yönetimin gerçekleştirdiği uygulamalarla ilgili gerek kitle iletişim araçlarına, gerekse baskı ve menfaat gruplarına abartıdan uzak, sosyal sorumluluk bilinci içerisinde doğru bilgileri ulaştırarak onlar vasıtasıyla kamunun doğru bir şekilde bilgilenmesini ve bunun sonucunda sağlıklı bir kamuoyunun oluşabilmesini temin etmeye çalışmakta, onlardan gelecek tavsiye ve önerileri de yönetime ulaştırarak yönetimin oluşan kamuoyu doğrultusunda hareket etmesini sağlamaya çalışmaktadır. Halkla ilişkilerin böyle bir gayretin içerisine girmesinin sebebi, yönetsel kararlara halkın katılımını sağlayarak onları kararlara dâhil etmek ve alınan kararları halka dayandırarak halkın yönetime katkısını artırmaktır. Bu sayede yönetimin gerçekleştirdiği faaliyetlerde ayaklarının yere basmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Çünkü eğer bir hizmetten yararlanan kişiler fikir ve yakınmalarını yönetime aksettirmeyi başaramazlarsa, yönetim körü körüne hareket edecektir. Eğer yönetim kişilerle etkili bir biçimde iletişim kuramazsa, kişiler yönetime kayıtsız, ilgisiz, verimsiz ve anlayışsız bir gözle bakacaklardır. Halk böyle bir düşünceye kapıldıktan sonra ilgili programın devam ettirilmesi gerçekten şüpheli hale gelmiş demektir (Abadan, 1955:173). Bunun yanı sıra, yönetim almış olduğu kararlarda da yanılabilir, gerçekten halkla ilişki eksikliğinden kaynaklanan yanlışlara da düşebilir. Halk tarafından bireysel olarak ve çeşitli iletişim araçları kullanılarak yansıtılan görüşlere değer vermek yönetimin alacağı kararların isabet, doğruluk derecesini artırır. Eğer halkın görüşlerinin doğru olmadığı, uygulama imkânı bulunmadığı yönünde bir yargıya varılırsa, halkı bu yönde inandırmak için çalışmada bulunulur. Kendi görüşlerinin yanlış, halkın görüşlerinin doğru olduğu yönünde bir yargıya varılırsa, kendi görüşlerinde körü körüne ısrar edilmez, doğru olduğuna inanılan yolda karar verilir (Tortop, 1986b:120). Önemli olan burada halkın fikirlerine kayıtsız kalınmamasıdır. Zaten, demokratik bir düzende halka kulakların tıkanması, halkın dinlenmemesi imkânsızdır. Demokratik düzenin sahip

olduğu yapı ve işleyiş tarafından zaten bu zorunlu kılınmaktadır. Bunun yanı sıra halkı dinlemek, onun isteklerini değerlendirmek, halka kulak vermek, halka kapıları açmak yönetimin faydasıdır. Bu tip bir tutum ve davranış, yani halk için halkla beraber yönetim, yönetimin başarısını artırır (Tortop, 1986b:122), yönetimle yönetilenlerin karşılıklı istek ve menfaatlerinin uyumlaştırılmasını temin eder.

Kurum tarafından yerine getirilen hizmetlere ilişkin olarak halkın beklentileri, görüş, dilek ve şikâyetlerinin, iyi işleyen halkla ilişkiler programları aracılığıyla kurumda aksaması, salt iletişim süreci olmanın ötesinde bir anlam ve içerik kazanmak zorundadır. Kuruma yansıyan tüm bilgiler yönetim süreci içerisinde özümseyip, bunlara karşı halkın istek ve beklentileri yönünde bir örgütsel tavır sergilenmezse, halkı duymaya, dinlemeye ilişkin etkin halkla ilişkiler programlarının ne manası kalacaktır? Özgürlükçü demokratik bir siyasal ortamda, kamu kurumlarının halkın beklenti, dilek ve şikâyetlerine duyarsız kalamayacakları da şüphesiz olduğuna göre, halkla ilişkilerin bir iletişim tekniği olan bu yönünü de, örgütsel iyileştirmenin bir önemli, hatta vazgeçilmez aracı olarak düşünmek gerekmektedir. Halktan sağlanan bilgi akımı, halkta yanlış yere, kuruma ilişkin olumsuz bir görüntü yaratılmış olduğunu da gösterebilir. Burada yapılması gereken, halkla ilişkiler olayının boyutlarını yönetsel çerçeve içerisinde görebilmek ve halktan sağlanacak bilgilerle, yanlış görüntüyü düzelterek kurumsal çabayı yönetsel ve kurumsal tavır ve yaklaşım içerisinde bütünleştirebilmektir (Yalçındağ, 1986:134).

1.2.3.3. Devlet Faaliyetlerinin Artması Sonucu Ortaya Çıkan Olumsuzlukların Giderilmesi

Günümüzde toplumun değişik kesimleri ile özel ya da kamusal kuruluşlar arasında karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirme zorunlu hale gelmiştir. Yirminci yüzyılda yönetilenlerin geçen çağlarla kıyaslanamayacak ölçüde belirli bir bilinç düzeyine erişmeleri ve bu gelişmenin toplumda yer alan örgütleri etkilemesi halkla ilişkilerin doğuş ve önemini artıran etmenler arasında yer almaktadır (Kazancı, 1980:15).

Yönetimin üzerine düşen görevleri yerine getirebilmesi, gerçekleştirdiği hizmetlerden halkın memnuniyetini temin edebilmesi ve emin adımlarla geleceğe yürüyebilmesi için istikrarlı bir yapı içerisinde hareket etmesi gerekmektedir. Yönetimde sağlanan bu istikrar sayesinde karşılaşılabilecek sorunlar daha doğmadan önlenebileceğinden ve gerek yapıdan gerekse işleyişten kaynaklanabilecek olumsuzlukların önüne geçilmesi mümkün olabileceğinden bilhassa kamu yönetimi için istikrar olgusu büyük önem arz etmektedir. Taşıdığı bu önem dolayısıyla, kamu yönetiminde kurum dışı halkla ilişkiler uygulamasının gerçekleştirmek istediği amaçlardan birisi de yönetsel istikrarın sağlanmasıdır. Kamu yönetiminde halkla ilişkiler bu anlamda bürokratik hantallığın önüne geçerek faaliyetlerde zaman ve para kaybını önleme, gereksiz yönetsel formaliteleri azaltma ve halka yol göstererek gereksiz başvuruların önüne geçme gayreti içerisinde. Tümüyle bir yönetim konusu (Yalçındağ, 1988:57) olan halkla ilişkiler sayesinde, kamu kurumuna işi düşen vatandaşa hizmetin hızlı şekilde ulaşması temin edilir. Vatandaşa beliren yanlış anlaşılmanın önüne geçilir. Vatandaşın yönetimle ilişkilerinde ortaya çıkan aracı kullanma, iş takibi, tartışma ve yakınma şeklindeki tepkileri azaltılır. Vatandaşların, kamu kurumlarının işleyişine ilişkin olumlu izlenimler elde etmeleri temin edilir (Ataol, 1987: 94). Yönetsel yöntemlerdeki uzun, masraflı, gereksiz işlemler, vatandaş zihninde devlete ilişkin, yönetime ilişkin olumsuz izlenimler yaratacağından ve vatandaşları bezginliğe iten bu gibi uygulamaların giderilmesinde, yönetim-kamu ilişkilerine hakim olan havanın yumuşatılması açısından büyük faydalar bulunduğu şüphesiz (Mihçioğlu, 1976: 18) olduğundan “kuruluşlarda vatandaşın karşılaştığı çeşitli sorunlara, işlere ilişkin belge ve yöntemlerin basitleştirilmesi, nereye nasıl başvuracağını belirginleşmesi ve “örgütlenme ve yöntem” birimlerince yerine getirilen benzeri hizmetlerin bir halkla ilişkiler çabası oldukları açıktır” (Uysal, 1983:29). Zaten, günden güne gelişme gösteren teknoloji, insanların yaşam tarzını ve çalışma metotlarını değiştirmektedir. Bu değişimlerden etkilenecek, idari sistemin de işleyişini basitleştirmesi ve hızlandırması gerektirmektedir. Yönetimin işleyişinin iyileştirilmesi için, prosedürlerin ve formalitelerin basitleştirilmesi ve yönetilenlerin bir müşteri olarak görülmesi üzere iki önemli adımın atılması gerektiği kabul edilir (Eken, 1994:43). Bu adımların atılmasıyla halkla ilişkiler, yönetime rehberlik ederek,

yönetime uygun yönetsel politikalar ve halkla ilişkiler politikaları geliştirmeye çalışmakta, yönetime bir danışmanlık hizmeti vermektedir.

Danışmanlık, Halkla İlişkiler mesleğinin birincil işlevidir. Her şey danışmanlık kapsamında üretilecek bilgi ile oluşacaktır. “İşin eğrisi, doğrusu” bu bağlamda masaya yatırılacaktır. “Ne yapılmalı? hatta ne yapılmamalı?” tespit edilecektir (Kadıbeşegil, 2003:66). Bütün bunlar tespit edilirken, bir kurumdaki halkla ilişkilerin temel amacının izlenen politikaları ve gerçekleştirilen işleri halka benimsetmek ve halkın güven ve desteğini kazanmak olduğu unutulmamalıdır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için, bir taraftan ilişki kurulacak hedef kitlenin özellikleri, eğilimleri, düşünceleri ve tepkileri ile ilgili bilgi toplamak (araştırma), diğer taraftan da toplanan bilgilere dayanarak tanıtma plan ve programları hazırlamak (planlama), bunları uygulamak (iletişim) ve uygulama sonuçlarını denetlemek ve değerlendirmek (değerlendirme) gerekmektedir (Özdönmez vd., 1999:16). Çünkü halkla ilişkilerin temel fonksiyonu, bir kurumla ne tür ve hangi düzeyden olursa olsun onun başarı veya başarısızlığının kendilerine bağlı olduğu çeşitli kamular (genel olarak çevre-halk) arasında karşılıklı yarara dayalı ilişkileri, dürüst iletişim ve araştırmayı kullanarak tespit etmek, kurmak ve devam ettirmektir (Varol, 1988: 187). Bu anlamda, kamu kurumlarının sürekli ve sistemli bir şekilde işleyen halkla ilişkiler faaliyeti aracılığıyla, üstlenmiş oldukları hizmetler hakkında toplumun ne düşünmekte olduğunu öğrenmeleri ve bu yolla elde ettikleri bilgilerden daha etkin, verimli, hızlı ve iyi nitelikli bir hizmet düzeni kurmak için faydalanmaları mümkündür (Yalçındağ, 1974:28). Bunun sağlanabilmesi için ise iyi bir planlamanın yapılması, bu planın sürekli olarak gözden geçirilerek değerlendirilmesi ve yapılan plan dâhilinde düzenli ve sistemli bir şekilde hareket edilmesi gerekmektedir.

Demokratik planlamada, amaçların başarılması için gereken gayretle halk tarafından gelişmeyi hızlandırmak için razı olunan fedakârlık arasında sürekli bir denge sağlanmalıdır. Bu yüzden, belirlenen amaçların halka aşırı bir yük ve fedakarlık yüklemeyen başarılabilecek en yüksek amaçlar olması gerekir, aksi takdirde halk tarafından bu amaçlar kabul edilmeyecektir. Kamu kurumları halka hizmet amacı ile kurulmuş kurumlar oldukları için ve halk için halkla birlikte hareket

ettikleri zaman başarı sağlayabilecekleri için “etkili bir halkla ilişkilerle planlama yalnız halk için planlama olmakla kalmayıp halk ile planlama olacaktır” (Tortop, 1986b:185). Halkın görüş ve düşünceleri alınarak, yapılacak planlara ve bu planlar dâhilinde gerçekleştirilecek faaliyetlere ve uygulanacak politikalara halkın desteği de sağlanacaktır. Belirlenen bu politikalar, kurum içerisindeki değişik birimlere düşen görevlerin nasıl yerine getirileceğini, yerine getirilirken hangi esasların dikkate alınacağını açıklayarak bir rehber işlevi görecektir, yeknesak bir hareket biçiminin herkes tarafından uygulanmasını ve takip edilmesini gerektirdiğinden eşgüdümüne de büyük ölçüde katkı sağlayacaktır. Aynı şekilde, uygulayıcılarının kendilerine olan güvenlerini artıracak, onları olgunlaştıracak ve birçok sorunun yanıtlanmasına yardım edecektir (Biber, 2003:77-78). Bu sayede yönetimi günün şartlarına ve çevreye adapte ederek hızlı işleyen bir yapı ortaya çıkacaktır. Ayrıca artan bir hızla ve devamlı olarak değişen çevrenin, kurumlarla olan karşılıklı bağımlılığı, kurumları da bu değişikliğe uymaya zorlamaktadır (Üzün, 2000:82). Çevrede gerçekleşen değişimler kurumlar açısından yeni fırsatlar doğurduğu gibi tehditler de yaratabilmektedir. Dolayısıyla değişimi algılayamayan ve değişimin beraberinde getirdiği yeni yapılara kendisini adapte edemeyen kurumlar yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar (Biber, 2003:78). Bu nedenle, kurumlar, değişimin hangi yönde meydana geldiğini tespit etmek ve tespit edilen yöndeki değişimin kurum açısından ne gibi neticeler doğurabileceğini öngörmek zorundadırlar. Böyle bir zorunluluk kurum ve çevre arasında bilgi akışını temin edecek iletişim kanalları oluşturma ve geliştirme çalışmalarını da mecburi hale getirmektedir. Kurum ve çevre arasında iletişimin sağlanması ise halkla ilişkiler çalışmalarının temelini teşkil etmektedir (Biber, 2003:78). Halkla ilişkiler yönetiminin kalitesi de çoğu zaman çevreyle gerçekleştirilen iletişimin sahip olduğu nitelikle ilişkilendirilmektedir. Çevre yönetimi çalışmalarının temel amacı da gerek kişisel gerekse kurumsal hayatın toplumsal, ekonomik ve kültürel etmenlerin kalitesini artırarak, herkesin yaşama ve çalışma çevresinin niteliklerini geliştirmektir. Dış çevreyi meydana getiren tüm etmenlerin; uluslararası çevre, ekonomik çevre, teknolojik çevre, doğal çevre ve iş çevresinin bu bakış altında tespit edilmesi ve geliştirilmesinde halkla ilişkiler çalışmalarının rolü büyüktür (Üzün, 2000:84). Halkla ilişkiler tek yönlü olarak işlemediğinden ve halkla ilişkiler çalışmalarının amacı, kurumun çalışmalarını,

sosyal çevrenin beklentileri doğrultusunda adapte etmek olduğundan, karmaşık ve dinamik bir çevrede hayatını devam ettiren kurumun varlığını koruyabilmesi ve değişimlere ayak uydurabilmesi, halkla ilişkilerinin bir neticesidir (Lataillade, 1967:37; Küçükkurt, 1988:164; Ataol, 1987:93).

1.2.3.4. İdeolojik Devlet Faaliyetinin Önem Kazanması

Günümüzde baskıcı, zorba güç kullanan devlet anlayışından fikir düşünce ve felsefelerini halka iletişim araçlarıyla anlatan onları ikna eden anlayışa geçilmiştir. Siyasi iktidarlar fikir ve düşüncelerini iletişim kanallarıyla halka her zaman anlatmaktadırlar. Çağımızda devlet sorunların çözümü için kullandığı yöntemler değişmektedir. Devlet fiziki baskısını halk üzerinde azaltmıştır. Geçen yüzyıllardan farklı olarak günümüz devleti halkın denetim altında tutulmasını daha çok ideolojik araçları kullanarak sağlamaya çalışmaktadır. Günümüzde devlet zor kullanmaktan daha çok (baskıcı devlet işlevleri) ideolojiyi kullanarak yönetileni belirli sınırlar içinde tutmaya çalışır (Kazancı, 1980:7). Devletin zora dayanan baskıcı işlevlerinin yerini topluma dayalı uygulamalar almıştır. Eğitimde, sağlıkta, sivil toplumda, emniyette (toplum destekli polis), jandarmada (sosyal projeler) her alanda halkı öne çıkaran uygulamalar hayata geçmeye başlamıştır. Bugünün yönetim anlayışı halk ile birlikte ve halk için olmak zorundadır. Bunun yolu da halkı ikna etmekten geçer. Halkı ikna etmenin en etkin aracı da kendini ispatlamış bir yöntem olan halkla ilişkilerdir.

1.3. KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA ORTAYA ÇIKAN SORUNLAR

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamalarında ortaya çıkan sorunlar bir takım nedenlerden kaynaklanmaktadır. Sorunların başlıcaları aşağıda açıklanmaktadır.

1.3.1. Halkın Kamu Kurumlarının Çalışmalarından Habersiz Olması

Halkın, kamu kurumlarından habersiz olması durumu, yönetimden memnun olmama sonucunu doğurur. Memnun olunmaması durumu, kamu yönetimi ile halk arasındaki ilişkileri bozmakta ve halkın yönetime katılmasını önleyerek ya da etkisiz duruma getirerek demokrasinin gelişmesini aksatmaktadır.

Bu açıdan, yönetim sistemlerinde hakim olan gizlilik ilkesi, gerek devlet gerekse toplum yönünden telafisi güç neticeler ortaya çıkarmaktadır (Eken, 1994: 38). Çünkü halkla diyalogun tam aksine yönetimde gizlilik geleneği kamu yönetimimizin önemli niteliklerinden biri olmuştur. Bu durumu, yönetimin kendi iç dinamiği teşvik ettiği gibi, ayrıca bazı kanunlarda yönetimde gizliliği, gizli davranışı, halktan bazı gerçekleri gizlemeyi yönetime bir zorunluluk olarak getirmiştir (Kazancı, 1980:17). Bunun neticesinde de, başlangıçta, devlet güvenliği, diplomasi ve milli savunma alanında biçimlenen gizlilik ve dışa kapalılık uygulamaları, günümüzde, yönetsel yaşamın tüm düzeylerine yayılmıştır. Kamuoyu, yönetimin çalışma şekillerini, kararlarının nasıl, ne şekilde ve kimlerin etkisi altında kalarak aldığını bilememekte, resmi evrak ve dosyaları inceleyememektedir. Yöneticiler ise, yönetilenlerin sorunlarını yanıtlamaktan ve onlara bilgi vermekten kaçınmaktadırlar. Yöneticilere göre, kamusal bilgiler dışarıya verildiğinde, devletin ve iktidarın sahip olduğu otorite sıkıntıya düşecektir. Çünkü bilgi güç demektir ve bilginin paylaşılması, kamusal gücün paylaşılması olacaktır (Eken, 1994:52). Böyle bir gücü paylaşmak istemeyen yöneticiler gizliliği mümkün olduğu kadar artırma gayreti içerisine girmektedir. Yönetim tarafından halka güvenilmemesi, halka dayanılmaması veya onun küçümsenmesi gizliliğin bir başka sebebi olarak öne sürülmektedir (Kazancı, 1980:37) Söz konusu bu güvensizlikse, yönetenlerin, halktan daha akıllı ve üstün sayıldığı ve kamu görevlisinin yalnızca az sayıdaki okumuş yazmış memur kitesine emanet edilebildiği eski devirlere dayanmaktadır (Önal, 2000:86). Bu anlayış yönetenler ve memurlar da dâhil olmak üzere tüm kamu görevlilerine büyük bir olanak sağlamakta, yönetilenleri onlarla eşit olmayan bir ilişki içerisine sokmaktadır. Bu ilişkide belirleyici taraf kamu görevlileri olduğu için, ilişkinin şeklini ve yönünü onlar tayin etmektedir.

Kamuya bilginin aktarılmaması veya kamunun habersiz olması, kamu yöneticilerinin ve memurlarının halkla ilişkiler konusundaki bilgisizlik ve vurdumduymazlıkları; yönetim, çalışmalarını ve kararlarını halka duyurmamaya yol açmaktadır. Bilgisiz olan halk, konuyla ilgileneme yönünde tutum geliştirmekte; yönetimden bir şey beklememekte ve giderek kamuyla olan sorunlarını en alt seviyede tutma alışkanlığı kazanmaktadır (Önal, 2000:87-88). Edinilen bu alışkanlık neticesinde de güvensiz ve sağlıksız ilişkiler önlenemez düzeyde gelişmeye devam etmekte, beraberinde de birçok sorunu getirerek yönetime ve onun halkla ilişkilerine her yönden zarar vermektedir.

1.3.2. Kamu Kurumlarının Halkın İsteklerinden Habersiz Olması

Toplumun tamamını ilgilendiren bir konuda, toplumun tüm kesimlerinin bilgi sahibi olması ve hazırlık safhasından başlayarak katkıda bulunması en tabii haklarıdır. Ayrıca, kamuda yeniden yapılanmanın uygulamada başarılı olması, siyaset ve bürokrasi kurumlarının yanı sıra, tüm toplumsal kesimlerin eleştirisine, tartışmasına, katkısına ve sahiplenmesine bağlıdır (Dinçer ve Yılmaz, 2003:15). Bu nedenle, gelişmiş demokratik, siyasi sistemler ve siyasi iktidarlar alacağı kararlardan ve gerçekleştireceği işlemlerden önce, vatandaşın ya da daha çok vatandaş temsil eden örgütlerin görüşünü alma, gerekirse onları kararlara ortak etme eğilimindedir (Buran, 1995:212). Böylece alınan kararlar tüm toplum geneline yayılacağı için hayata geçme olasılığı da daha fazla olacaktır. Ancak bu erdeme sahip olmayan yönetim yapısının bulunmadığını söylemek mümkün değildir. Bu anlamda, “yönetim, sahip olduğu kamusal güç nedeniyle, bazen vatandaşların haklarını tanımamakta, bazen de bunları ihlal etmektedir (Eken, 1998:131). Bir yöneticinin veya bir kurumun gücü, sadece makam adı ve mahkeme kararları veya görevlendirmeler ya da bütçe tahsislerinden anlaşılabilir kadar sınırlı değildir. Yasal yetki ve bütçe, yönetim için şart olmakla birlikte, siyasi temelleri bakımından yeterli değildir. İdari gereklilikler, icra gücünü destekleyen, rıza gösteren veya o sırada engel olamayan tüm karmaşık ve değişken güçlerin eleştirel bir değerlendirmesini gerektirmektedir (Long, 2000:103). Bütün bunlar olmadığında yönetimde halk tarafından kabullenilip desteklenmeme, yönetsel meşruluğun sorgulanması gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Zaten bu tip bir anlayışın hakim olduğu ve bu tip durumların yaşandığı yönetim şekilleri genelde merkeziyetçi bir yapıya sahiptir ve halktan uzaktır.

Merkeziyetçi dikey örgütlenmenin hâkim olduğu devlet ve kamu bürokrasisi içinde ise yukarıdan aşağı emir akışının hızlı olmasına karşılık, aşağıdan yukarıya talep akışının sağlıklı bir şekilde işlediğini söylemek her zaman mümkün olmamaktadır. Kamu hizmeti veren kurum ile hizmetten faydalanan vatandaş arasında bir iletişim kopukluğu, hatta daha ileri giderek tam bir ‘sağırlar diyalogunun hakim olduğunu söylemek mümkündür (Tosun, 1999:92). Bu nedenle de, memurların atanmasında merkezden yönetim sistemi olumsuz rol oynayabilir. Şöyle ki, memur, kendisini, hizmete ödevli olduğu halkla doğrudan doğruya ilgili görmediği için vatandaşı memnun etme yönünde gayret edeceği yerde, Merkeze hoş görünmekle yetinerek halkın işlerine, halkın isteklerine gereken önemi vermeyebilir. Bunun neticesinde vatandaşla hükümet ve idare arasında gitgide artmakta olan bir uçurum ortaya çıkabilir (Giritli, 1999:7). İşte ülkemizde tam da böyle bir durum söz konusudur. Yöneticiler, kendilerini halka karşı sorumlu hissetmemekte, almış oldukları kararlarda halka dayanmadıkları gibi kararların uygulanmasında da halk desteğini pek önemsememektedir. Çünkü mevcut sistem, devlet memurlarına görevlerini ifa ederken halkın etkili denetimi olmaksızın rahat çalışma temin etmektedir. Hizmeti sunanlar (devlet memurları) ile hizmeti alanlar (halk) arasında bu gerekli karşılıklı etkileşimin söz konusu olmaması, devlet memurlarının halka karşı sorumluluk ve hesaba çekilebilirlik içerisinde olmasına engel olmaktadır. Çünkü hiyerarşik bağılıkları sebebiyle kamu görevlileri siyasal ve bürokratik efendilerine karşı yalnızca sorumluluk hissedeceklerdir. Dolayısıyla, devlet memurları üstlerini mutlu ettikleri müddetçe görevlerini iyi ya da kötü yapmada hiçbir sorun olmayacaktır (Çevik, 2004: 69). Yani yönetilenin mutlu ya da mutsuz olması, yönetilenle karşılıklı iyi diyaloglar geliştirilmesi pek bir mana ifade etmemektedir. Bu yüzden de, Türkiye’de yönetenlerle yönetilenler arasında büyük bir iletişimsizliğin olduğunu ifade etmek mümkündür. Öyle ki; kamu hizmetlerinden faydalanmak bir “vatandaşlık hakkı” ndan ziyade, bir “lütuf” şeklinde değerlendirilmektedir. Bilhassa sosyo-ekonomik durumu görece düşük olan

vatandaşlar tarafından, yönetim karmaşık ve güçlü bir nesne, kamu görevlileri de “kamu hizmetlisinden çok, bir “efendi” gibi görülmektedir (Karatepe, 1995:191).

Yaratıcılığın devamlı bastırıldığı, farklılığın dışlanması gereken bir marjinallik şeklinde anlaşıldığı bir toplumda, ataerkil aile yapısının yaygınlığı da göz önüne alınırsa her kademedede insanımızdan beklenmekte olan yegâne davranış örüntüsünün itaat ve uyum olduğu açıktır (Tosun, 1999:92). Vatandaş yönetim tarafından alınan kararlara, gerçekleştirilen uygulamalara itiraz göstermeden itaat ettiği müddetçe iyi ilişkiler söz konusu olmaktadır. Yönetimden hesap sorulduğunda ise yönetimin tavrı tamamen değişmekte, olumsuz bir hal almaktadır. Bu doğrultuda, işbaşına gelen siyasal iktidarların ve bu çerçevede görev yürüten kadroların yönetim dönemlerine ilişkin uygulamalarıyla ilgili halka hesap verme sorumlulukları yeteri kadar gelişmemiş; diğer taraftan hesap verme yükümlülüğüne işlerlik kazandıracak etkili mekanizmalar oluşturulamamıştır (Saran, 2004:138). Bu nedenle de, ülkemizde siyaset, yanlış ve eskimiş düzeni kimin sürdüreceğine ilişkin dört beş yılda bir oy vermek ve bu oylara etkide bulunmaya çalışmaktan ibarettir. Kişiler, iki kişi, bir aile, bir köy, bir kasaba, Sadece kendilerine ilişkin bir kararı dahi alma yetkisinden kamu düzeni adına mahrum edilmişlerdir. Onlar adına bu kararlar, onların hiç tanımadıkları, kendilerini de tanımayan ve yaşadıkları yere dahi gelmemiş insanlar tarafından verilir. Nasıl yaşamak ve çalışmak istedikleri, insanların kendilerine hiç sorulmamaktadır. Alınan kararların uygulamalarını da izleme ve irdeleme olanağı verilmemiştir. Kararların kim tarafından uygulanacağı, ne kadar para harcanacağı, bu paranın nereden bulunacağı, her şey Ankara’da belirlenir. TBMM kararları da beş yılda bir seçilen milletvekillerce değil, milletvekilleri adına, partiler oligarşisinin başında bulunan liderlerce alınır ve milletvekilleri de Millet adına onları tasdik eder ya da reddeder (Erdem, 1995:29). Buna rağmen her şeyin halk için, halkın iyiliği ve mutluluğu için yapıldığı iddia edilir.

Taşradaki durum bundan farksızdır. Ülkemizde taşra yönetiminde halkın düşüncesi ve isteklerinin çok önemli olmadığı daha ziyade merkezi yönetim düşüncesi çerçevesinde uygulamaların söz konusu olduğu görülür. Bu bağlamda devlet muhafaza edilmesi gereken bir varlık biçiminde algılanmakta ve bu kaygı

içerisinde devletin kutsallaştırılması ve bu kutsallık doğrultusunda hareket edilmesi benimsenmektedir. Taşradaki yöneticilerle halk arasında demokratik bağ ve sorumluluk (hesap verilebilirlik) ilişkisi kurulamamaktadır (Arslan ve Mahmutoglu, 2005: 85-86).

"Halkla olumlu ilişkiler kurma ve geliştirme sanatı ve bilimi şeklinde tanımlanan halkla ilişkiler, tüm hizmet endüstrilerinde olduğu gibi hizmet üreten kurumlarda da önemli bir etkinlik olarak kullanımı her geçen gün yaygın hale gelmektedir" (Bulduklu ve Koçak, 2010:94). Dolayısıyla tüm kamu kurum ve kuruluşlarında olduğu gibi vali ve kaymakamların halkın istek ve arzularını dinleyip onların idareden tatmin düzeyini artırmaları gerekmektedir.

1.3.3. Kamu Kurumlarında Halkla İlişkilerin Değerinin Yeterince Anlaşılamaması ve Kurum İçi Halkla İlişkilerin Saptanamaması

Ürün ya da hizmet üreten her kuruluş ya da kurum tarafından bir şekilde halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmektedir; çünkü sürekli markanın imajı, müşteriler karşısında takınılan tavır, çalışanlar arasındaki ilişkiler, sektör içi faaliyetler, yerel cemiyetler vb. üzerinden dışarıya iletişim sinyalleri, mesajlar verilmektedir (Barry, 2003:17). Bu nedenle de günümüzde giderek artan bir öneme sahip olan halkla ilişkiler hizmetleri, özel kurumlarda, kurum devleştikçe yerini ve önemini korurken, kamu kurumlarında ise, kamu hizmetlerinin vatandaşlara istenilen ölçü ve kalitede sunulabilmesi için gerekli bir hizmet olmalıdır (Bilgin, 1994: 43). Çünkü halkla ilişkiler artık algıyı etkileme gücüne sahip güçlü bir araç olarak tam gelişmiş bir disiplin haline gelmiştir. Modern halkla ilişkilerin, onu kullanmasını bilenlere fazladan birtakım avantajları vardır. Birçok yönetici bu disiplinin sahip olduğu imkânları tam olarak henüz anlayamamıştır. İşte anlayanlarla anlamayanlar arasındaki fark önemli bir rekabet avantajı doğurmaktadır (Saffir ve Tarrant, 1993: 2), iyi kullanıldığı takdirde halkla ilişkiler etkili bir silah olabilmektedir (Fawkes, 2006:52).

Kurumların kaynakları sınırlı olduğu için, her türlü faaliyeti layıkıyla gerçekleştirme olanağı yoktur. Bu nedenle kurum içerisinde değişik faaliyet birimleri

arasında bir öne geçme, kurumun olanaklarından (bilhassa bütçesinden) kendilerine daha fazla pay ayrılması ve kurumun içerisinde daha fazla söz sahibi olma arzusu gibi nedenlerle bir rekabet vardır. Çoğu zaman bilhassa da mali kaynaklarda azalma olduğu dönemlerde, halkla ilişkiler programları-projeleri en fazla kesintiye uğrayan faaliyet alanları olmaktadır (Küçük Kurt, 1988:157). Ülkemiz kamu yönetiminde halkla ilişkilerin karşı karşıya kaldığı durum tam da bu türdendir. “Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulaması niteliği ve önemi itibariyle anlaşılammıştır” (Kazancı, 2000:3). Genelde, reklam ve propagandaya ağırlık verilmiş, kısa dönemli ve kazanç yönü ağır basan uygulamalar gerçekleştirilmiş, halkla ilişkilerin manası ve dayandığı esas fikir anlaşılammıştır. Kamu kurumlarının birçoğunda Halkla İlişkiler ve Tanıtma, Yayın Müdürlükleri, Kamu Münasebetleri Müdürlüğü, Halkla İlişkiler ve Yayın Bürosu, Halk ve Basınla İlişkiler ve İstatistik Müdürlüğü, Enformasyon Şubesi, Halkla İlişkiler Şubesi, Yayın ve Temsil Şubesi, Propaganda, Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Şubesi ve buna benzer türlü isimler altında oluşturulmuş birimler vardır. Ancak bu birimler tarafından gerçekleştirilen işler kupür kesme, basın bülteni dağıtma ve gazeteleri izlemeden ileri gidememiştir (Ertekin, 2000:134-135). Halkla ilişkilere gerçek anlamını veren sağlıklı yöneten-yönetilen ilişkileri gerçekleştirme başta olmak üzere birçok faaliyet ihmal edilmiştir. Bu doğrultuda, halkla ilişkileri sadece gişe ya da büro seviyesinde düşünmek zorunda olan Kamu Yönetiminin bu alanda birçok gereği yerine getiremediği bir gerçektir.

Birbirinden habersiz ve ayrı uygulamanın peşinde olan birimler arasında etkin bir koordinasyon, halk dilek ve yakınmalarının yönetime aksettirilmesi gibi sorunlar çözüme kavuşturulamamış durumda İdari Danışma Merkezi aracılığı ile başlangıçta gerçekleştirilmiş birkaç formalite basitleştirilmesi dışında da istek ve dileklerin yerine getirildiği görülmemiştir (Kazancı, 1973:86). Ortada olan bir gerçek de, halkla ilişkiler görevinin kurumların sahip olduğu nitelikler doğrultusunda değil, rastlantısal olarak yürütülmekte olduğudur. Her kurum ayrı bir anlayışın sahibi olup, kurumların birbirleriyle etkileştiklerini de söylemek imkânsızdır. Uygulamalar birbirinden kopuk olup, tecrübelerden faydalanılmamaktadır (Kazancı, 1976: 40). Halkla ilişkiler konusunun yönetim süreci konusunda sağlam bir bilgiye sahip olmayan kişilerce ele alınarak incelenmesi ise, gerçekte olağan yönetim çalışmalarının ayrılmaz bir parçası

olan halkla ilişkiler konusunda çarpık, gerçekçi olmayan bir görüşün kazanılması neticesini doğurmaktadır. Konuya bu tip bir görüş açısından bakanlar, halkla ilişkileri biri bittikçe bir yenisi tezgahlanan bir dizi çaba düzenleme eylemi olarak görmekte, halkla ilişkilerin yönetim sürecinin karar verme, tasarlama, örgütlendirme, koordinasyon, denetim gibi unsurlarıyla iç içe, kamuoyuna belirli bir yönde etkide bulunmak amacıyla girilen yoğun bir dizi çabaların gürültüsünden uzak olağan bir yönetsel eylem olduğu gerçeğini sanki hatırdan çıkarmaktadırlar (Mihçioğlu, 1976:27-28). Durum sadece bunlarla da sınırlı değildir.

Uygulamada karşılaşılan önemli bir sorun da üst düzey yöneticilerinin, aldıkları kararlara genelde halkla ilişkiler danışmanları ve uzmanlarının görüşlerini zamanında dahil etmemeleri ve onların görüş ve tavsiyelerinin esasında herkesçe bilindiği, çok da önemli olmadığı kanaatini taşımalarıdır. Bu durum, halkla ilişkiler birimlerinin etkinliğini kaybetmesinde ve saygınlık kazanamamasında çok önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Ertekin, 1990: 40; Ertekin, 2000:87). Bu birimler etkinliğini kaybettikleri ve saygınlık kazanamadıkları için de birçok yönden sıkıntı yaşamakta, eksiklik içerisinde bulunmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, kamu kurumlarındaki halkla ilişkiler birimlerinin bilgi ve belge yönünden tümüyle bir yeterlilik içerisinde olduğunu söylemek güçtür (Acar, 1994:21).

1.3.4. Örgütlenme ve Personel Sorunları (Halkla İlişkilerde Sorunların Karmaşıklığı)

Yönetim dünyası son derece karmaşık ve karışık kurallar dünyasıdır. Bir başka önemli nokta toplumsal gelişmeye koşut olarak düzenleme alanlarının giderek artması, sorunların karmaşılaşmasıdır. İster istemez birçok alanda ya da bu alanlarla ilgili yönetim içinde düzenlemeler yapmaya, kurallar getirmeye mecbur kalınmıştır (Kazancı, 2003:6). Bunun neticesinde de, yirminci yüzyılda ve içerisinde bulunduğumuz dönemde, kamu kurum ve kuruluşlarıyla özel sektördeki işletmelerin yapısı, eskisine nazaran daha karmaşık hale gelmiştir. Bilhassa bunların yönetim yapıları yönünden durum böyledir. Yönetimler tarafından üstlenilen işlevler yönünden de durum aynıdır (Tikveş, 2005:46). Durum böyle olunca da, bilhassa çok

geniş bir vatandaş kitlesine hitap eden kamu yönetiminin halkla ilişkilerinin üzerine çok fazla yük binmeye başlamıştır. Söz konusu bu yükten ülkemiz kamu yönetimi ve özellikle de onun halkla ilişkileri nasibini almıştır. Kamu Yönetiminin halkla ilişkileri tarafından, yönetimin oluşma biçimi üzerinde çeşitli iyileşmeler sağlamak amaçlanmıştır. Yönetilen tarafından yönetim olduğu gibi ve peşinen kabul edilmek mecburiyetindedir. Yönetilenin isteği ancak yönetimin ayrıntıda kalan konularına ilişkin olması durumunda dikkate alınacaktır. Başka bir ifadeyle yönetim ancak bu hususlarda yeniden düzenlenmeyi kabullenecektir. Yönetimin kendi oluş sebebi ve küresel sorunlara ilişkin yönetilenle diyalog kurması imkânsızdır. Çünkü bu nevi sorunların çözümlenmesi yönetimin gücünü aşmaktadır. Bir türev olması sebebiyle bu alanlarda yönetimin bir şey yapması imkânsız görünmektedir. Yönetilen, ancak siyasal erk ile ilişki içerisine girerek yönetime isteklerini benimsetme imkânına sahiptir (Kazancı, 1973: 82). Bu tip bir davranış şekli yönetimin karmaşık sorunlarını daha da karmaşık hale getirebilecek bir potansiyele de sahiptir. Çünkü zaten çoğu kamu yöneticisi daha açık seçik olmakla birlikte disiplinler arası niteliğinden bir şey kaybetmeyen sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Burada karşı karşıya olunan fenomen karmaşık olduğu kadar çözümlenmeye de direnç göstermektedir (Meek ve Newell, 2005:324). Sorunların karmaşık hale gelmesi ise, yönetsel örgütlerin giderek genişlemeleri, bir sorunla birden çok örgütün uğraşması formalitelerin daha da çoğalmasına neden olmuş bulunmaktadır (Kazancı, 1980: 48). Ayrıca, özel veya kamusal yönetsel örgütlerin karmaşıklaşarak büyümeleri ve toplumsal hayatın her bir alanındaki etkilerinin artışı yanı sıra, bürokratik sorunlar vatandaşların yönetim ve yönetsel sorunları kavrama zorluklarını doğurmuştur (Varol, 1988:7). Özellikle kamu yöneticilerinin karmaşık meseleler, sorunlar ve taleplerle uğraşma biçimleri bunları daha da içinden çıkılmaz (Weber, 2005:265), daha da çözümsüz hale sokarak halkla ilişkilerin zaten karmaşık ve çözüme kavuşturulması güç sorunlarına yenilerini eklemiştir. Bu nedenle, kamu hizmetlerinde beliren halkla ilişkiler ögesi oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir ve devamlı bir ilginin varlığını gerekli kılmaktadır (Handly, 1967:53).

Bütün bunlar gerçekleştirilemediğinde ise mevcut sorunların daha da katlanarak artmasına ve karmaşıklaşmasına engel olunamayacaktır. Devlet

olgusunun, gereği gibi varlığını devam ettirebilmesi ve devletçe sunulan hizmet ve ürünlerin kalitesinin artırılması, devlet kademelerinde görev alan ve günümüzde her örgütte birincil öneme sahip insan unsuruna bağlanmakta, kamu personeli, “devletin halka açılan penceresi” olarak nitelendirilmektedir (Ay ve Gülgün, 1999:251). Şüphesiz kamu hizmetlerinin ifa edilmesinde idarenin üstlenmiş bulunduğu kamusal görevlerin başarıyla yerine getirilmesi, gerektiği şekilde uygulanabilmesi için ise insan ögesinin nicelik ve nitelik bakımından kabiliyetli ve yeterli donanımlara sahip olması, kamu idaresinin can alıcı noktasını oluşturmaktadır (Memiş, 2004:209). Bu noktada, kamu yönetiminin başarısı onu işleten personelin bünyesinde taşıdığı niteliğe bağlıdır. Bir ülkedeki yönetici kadro, bilgi ve deneyim yönüyle ne düzeyde gelişmiş ise, kamu hizmetlerinin seviyesi de o derecede iyi olmaktadır. Yapılacak işin niteliklerine ve büyüklüğüne uygun nicelik ve nitelikte personeli seçerek örgüte almak, eğitmek, yükselmelerini sağlamak, örgütten beklentileri karşılamak örgütün başarısını artırmakta (Gökçe vd., 2002:14) ve örgütte görev yapanların görevin gerektirdiği vasfa sahip olmasını temin etmektedir. Oluşturulan örgütsel yapı, vasıflı personel ile donatıldığı oranda etkili ve verimli kamu hizmeti sağlayabilir (DPT, 1994:18). İdare geniş imkânlarla ve yetkilere sahip olsa da insan ögesi yeterli görev yapma bilincine, donanımlara sahip değilse, idarenin egemen olduğu-kapsadığı topluma sunacağı görevlerin başarılı ve gerektiği şekilde yerine getirilebilmesi olanaksız olacaktır (Memiş, 2004: 209-210). Bu anlamda, siyasi tercihler ne olursa olsun, yürürlüğe konulan yasalar, tüzükler, yönetmelikler ne derece kusursuz olursa olsun, bu tercih ve düzenlemelerin başarılı neticeler vermesi onları hayata geçiren insan ögesine bağlıdır (Özdemir, 1997:456).

İnsan ögesi anlamında Türk kamu yönetiminde yanlış istihdam politikası nedeniyle personel sisteminin birçok yönden aksaklıklara ve olumsuzluklara sahip olduğu görülmektedir. Türkiye’de personel düzeninde 1950’li yıllardan başlayan bir süreç içerisinde bozulma meydana gelmeye başlamıştır. Bu bozulma 12 Eylül 1980 öncesi çok açık bir şekilde görülmüştür. Bu bozulmayı, kısaca, personel sisteminde, bilhassa yüksek kademelerde “yeterlik” (liyakat) ilkesinin yok oluşu biçiminde tanımlayabiliriz. Yeterlik ilkesinin çöküşü bilhassa 12 Eylül 1980 öncesinde “partizanlaşma” şeklinde ortaya çıkmıştır. Partizanlaşma neticesi kamu yönetimi

yeterli ve yetenekli olmayan yöneticiler elinde fonksiyonunu kaybetmek tehlikesiyle karşılaşmıştır. Partizanlık sorunu günümüzde de çözüme kavuşturulmuş değildir (Ergun, 1988: 139). Bu nedenle, uygulamada bir iktidar ya da bakan değişikliği olduğunda yöneticilerin de değiştirilmesi vasıflı ve yetişmiş kamu görevlilerini kamu hizmetinden soğutmakta, küstürmekte, onların şevk ve heyecanını kırmaktadır. Ülkemizde uzun süredir görülen siyasetteki istikrarsızlık ve bu istikrarsızlığın neticesi olarak hükümetlerin ve bakanların sık sık değişmesi söz konusu bu yıkımın sık aralıklarla yinelenmesine sebebiyet vermekte; giderek kamu yönetiminde yetişmiş kamu görevlisi aşınması ve eksikliği oluşmaktadır (Alan, 1997: 467). Bu durum ehliyetsiz, liyakatsiz kişilerin hak etmedikleri görevlerin başlarına gelmesine sebebiyet vermekte, liyakat ve kariyer esasına dayanan personel rejimi, bir taraftan genç fakat kamu kesiminde tecrübesi olmayan kişilerin üst düzey kamu görevlerine getirilmek istenmesi; diğer taraftan da siyasal yakınlıklar sebebiyle bu görevlere atamalarla (Tan, 1995:181) işlevsiz hale getirilmektedir.

Personel, hizmetin gerektirdiği nitelikler ve sayı bakımından kurumlar arasında dengesiz bir şekilde dağılım göstermekte, kuruluşların bazılarında personel fazlası görülürken, bazılarında yeterli personele sahip olamamanın sıkıntısı çekilmektedir. Birimlerin bazılarında gerekli niteliğe sahip personel bulunmazken, bazılarındaki personel ise eğitim ve uzmanlıklarıyla ilgili olmayan görevlerde çalıştırılmakta (Saran, 2004:140-141), teknik ve mesleki personelin çok önemli bir kısmı, rutin idari hizmetlerde ve masa başında istihdam edilmektedir. Bu manada hizmetle insan arasında-daha doğru bir ifadeyle insan gücünün niteliği arasında-uygun bir bağ kurulamamıştır. ‘Yerinde istihdam’ ilkesi bu alanda görmezden gelinmiş (Tutum, 1994:53), çalışanın üretkenliği, performans durumu hiçe sayılmıştır. Bunun neticesi olarak da, bürokraside ürkütücü boyutlarda performans düşüklüğü söz konusudur. Çalışmadan, hizmet üretmeden oturan atıl bir kitle çalışmak isteyen kişilere olumsuz bir örnek teşkil etmektedir. Sistem, ‘verimlilik’, ‘sorumluluk’ ve ‘duyarlılık’ gibi kavramların uzağında kalmıştır. Bürokrasi tam bir moral erozyonu içerisindedir (Tutum, 1994: 54). Performans ölçütlerinin geliştirilmediği, performans esaslarına dayanan ücretlendirme sistemi olmayan, insan kaynakları anlayışı içinde personele kendini geliştirme olanaklarının yeteri kadar tanınmadığı ve personelin bünyesinde

taşıdığı özellikler ile konumu arasında sağlıklı bir ilişki kurulmayan bir ortamda kamu çalışanlarının motivasyonu kırılmaktadır (Dinçer ve Yılmaz, 2003:86). “Çok çalışana çok iş”, “az çalışana az iş” verilmesi, “hiç çalışmayana ise hiç iş verilmemesi” gibi hakkaniyet taşımayan tutumlar bu olumsuz yapının bir neticesi olarak ortaya çıkmaktadır (Saran, 2004: 263-264). Bu nedenle de, Türkiye’de kamu personelinin sayısında ve sağlanan ödeneklerde devamlı bir artış olmasına rağmen, yönetimde gereken ölçüde verimlilik ve etkililik sağlanamamakta (Aydın, 1999:241), hizmet kalitesi yükseltilememektedir. Düşük hizmet kalitesi nedeniyle hizmet alıcısı durumunda olan halk, kamu yönetiminin işleyişinden ve kendine sergilenen tutum ve davranışlardan memnun olmamaktadır.

Memnuniyetsizlik sadece hizmet alan halk için değil, hizmeti yerine getirmekle görevli memurlar için de söz konusudur. Memur da yapmış olduğu işe karşın almış olduğu ücretten, uygulanan ücret rejiminden yakınmakta, başka kurumlarda görev yapan memurları örnek göstererek, onların kendinden hak ve ücretler yönünden çok daha iyi bir durumda olduğundan, buna bir çözüm getirilmemesinden yakınmaktadır. Bu anlamda, ücret rejimi devamlı bir karmaşa içerisinde olup, sistemin hem iç dengesi (dikey ve yatay bağıntılar) hem de dış dengesi (özel sektördeki benzerleriyle paralellik) bozuktur.

Vasıflı emek, devlet tarafından izlenen ücret politikaları neticesi cezalandırılmaktadır. Ücret sorununa tekil çözümler teşvik edilmekte, bu durumda kurumlar ve meslekler arasında yıpratıcı nitelikte bir yarışmaya neden olmaktadır. “Eşit işe eşit ücret” ilkesi benimsenmemiştir (Tutum, 1994: 53-54). Durum böyle olunca da, kamu personel rejimi tam manasıyla yozlaştırılmış, hizmet sınıfları arasındaki denge bozularak, çalışanlar birbirinin adeta düşmanı durumuna getirilmiştir (Altınkaya, 2000:166). Bu da beraberinde memnuniyetsizliği, çekememezliği, kıskançlığı ve gerek kurum içi gerekse kurumlar arası eşgüdüm sorununu gündeme getirerek, kamu yönetim sisteminin ahengini bozucu bir etkide bulunmuştur, bulunmaya da devam etmektedir.

Yapılan tüm bu açıklamaların ardından, kamu personel rejiminde yaşanan bazı temel sorunları özet olarak şu şekilde sıralamak mümkündür (Dinçer ve Yılmaz, 2003:101):

- Liyakat sisteminin kurulamayışı ve gerektiği şekilde işletilemeyişı,
- Performansa dayanmayan çalışma ve ücret sistemi,
- Verimliliğe dayanmayan ve haksız ücret farklılıkları,
- Aşırı ve dengesiz durumdaki personel yapısı,
- Hizmet içi eğitime gereken ehemmiyetin verilmeyişı,
- Personel hususunda aşırı ve karmaşık nitelikte mevzuat düzenlemeleri yapılmasıdır.

1.3.5. Halkın Kamu Kurumlarına Yanlış Başvurması

Hak isteyemeyen ve yönetim karşısında hakkın nasıl savunulacağını bilmeyen, yönetimle ilişki içerisine girmekte zorluk çeken ve sahip olduğu kültürleri yönetimi olduğundan başka türlü yansıtan kümelerin sık sık olumsuz yönetsel kararlarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Çünkü yönetim tarafından herhangi bir sorunun çözüme kavuşturulması için yönetilenin çabaları beklenmektedir. Sorunu yönetimin önüne getirmek yeterli olmayıp, onu devamlı güdülemek gerekir. Yönetimin işlemesi kendiliğinden olmamaktadır (Kazancı, 1976:36). Yönetimin işleyiş sürecine yönetilenin de dâhil olması, alacağı kararlara katılarak onu yönlendirmesi gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki, yönetime katılma sadece kurumsal düzenlemelerle meydana gelmez. Her şeyden evvel halkın yönetime katılmak için, idarenin işleyişine ve yapısına ilişkin yeterli bilgiye sahip olması gerekir. Bilgisiz katılım işlevsel olarak bir mana taşımaz. Bir diğer anlatımla bilgisizlik, beraberinde teslimiyetçiliği de getirir.

Katılıma engel olan bu durum, demokrasinin gelişmesini önlemekte veya yozlaştırmakta ve yönetimi halktan ayırmakta yani yönetim-halk arasında iletişim

kopukluğuna neden olmaktadır. Müzakere, danışma ve karar organlarının toplantılarına katılmadan, gerekli bilgilere ve dokümanlara ulaşmadan, bir vatandaş için “yönetime katılma” olanaksızdır (Eken, 1994:38). Bunun için halkın yönetsel bilgisizliği kamu yönetimi için önemli bir sorun teşkil etmekte, en başta da kamu yönetimindeki halkla ilişkiler uygulamalarına zarar vermektedir. Ülkemiz kamu yönetimi için de bu durum geçerli olup, halkın yönetsel bilgisizliği ülkemizde de hem yönetim için hem de yönetimin halkla ilişkileri için bir sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda, ülkemizde yönetim-halk ilişkisi bir kısır döngü oluşturmaktadır.

Yönetim tarafından bilgi verilmeyen, aydınlatılmayan yönetilen, yönetime katılma bilincine, yönetimi demokratik yollarla zorlama, ondan hesap sorma bilinç ve isteğine bir türlü kavuşamamakta, onlar sormadıkça da yönetimler tarafından kendiliğinden hesap verme gibi bir iyi niyet gösterisine kesinlikle girilmemektedir (Kazancı, 1980:17). Bunun neticesinde de, kamu yönetiminin görev alanlarının büyük bir genişlik kazandığı günümüzde, sade bir vatandaş, yönetimle olan ilişkilerinde birçok zorluklarla karşılaşmaktadır (Mıhçıoğlu, 1982:93). Yönetilen tarafından, kamu görevlisinin ne yaptığı görülebilse dahi, var olan bilgisi ile yönetimin işleyişi ve çalışması konusunda sağlıklı bir değerlendirme yapılamamaktadır (Kazancı, 2003: 7). Yapılan değerlendirmeler herhangi bir temelden yoksun olmakta, objektif bir bakış açısı getirilememektedir. Ayrıca yönetimin değerlendirilmesi vatandaş tarafından çoğunlukla öznel (sübjektif) olarak yapılmakta, yönetimin konumunun, fonksiyonunun ve bilhassa sorumluluklarının ne olduğu (Kazancı, 1976:35) bakanlıkların ya da başka bir idarenin, bir valinin, idaresinde ne iş yaptığı, ne ile meşgul olduğu bilinmemekte, onlara karşı güvensizlik duyulmakta, memurların çok olduğu çalışmadıkları sanılmakta ve halka hizmet ettiklerinden çok kişisel yaşayışları, konforları göz önünde tutulmaktadır (Tortop, 1986a:153). Bilgisizlik nedeniyle yönetime ilişkin yanlış izlenimler edinilmekte, bu da vatandaşın yönetime önyargıyla bakmasına ve ondan iyice uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Ülkemiz kamu yönetiminde yönetsel bilgisizliğin neden olduğu sorunlar sadece bu kadarla sınırlı değildir. Yönetsel bilgisizlik nedeniyle, ülkemizde vatandaşlar çoğu zaman nereye, nasıl başvuracaklarını dahi bilememektedir. Bilhassa

büyük ve karmaşık iç örgütlenmeye sahip kamu kurumlarında günlük başvuruların hangi bölümde kime ve nasıl yapılması gerektiği, vatandaşlar için çözümü güç bir sorun olmaktadır. Hele başvurulara eklenmesi gerekli belge sayısının çok, takip edilen işlemlerle ilgili formalitelerin karmaşık olduğu durumlarda hangi belgeyi, nereden almak ve belli işlemler için nasıl bir yol takip etmek gerektiğini bulup çıkarmak çok kişi için hemen hemen imkânsızdır (Yalçındağ, 1988:76-77; Yalçındağ, 1986:149; Yalçındağ, 1974:24). Aynı bina içerisinde yetkili servisi bulmak için karşılaşılan zorluklar bulunmaktadır. Yeteri kadar örgütlenmiş bir karşılama servisinin mevcut olmayışı hem yönetilenin boşuna zamanını almakta hem de ilgili servis yerine yanlış servis ve kimselere başvurmak gibi yöneticiye zaman kaybettirici bir netice doğurmaktadır (Kazancı, 1976:37).

Oldukça yoğun olduğu görülmekte olan yanlış başvurma, toplumun tüm kesimlerine özgüdür. Diğer taraftan yöneticilerin çoğunluğu tarafından, kendilerine çok yanlış başvuru olduğu belirtilerek bu durumun çalışmalarını büyük ölçüde etkilediği ve engellediği öne sürülmektedir (Kazancı, 1980:101). Nitekim vatandaşların kamu işlemleri hakkındaki bilgi eksikliği konusunda gerçekleştirilen araştırmalara göre, kamu görevlileri tarafından kamu yönetiminde işlerin geç yürümesinin sebebi olarak; vatandaşın bilgisizliği, eksik ya da yanlış evrak getirmeleri gibi hususlar dile getirilmektedir (Karatepe, 1995:191). Vatandaşın yönetsel bilgisizliğinin giderilmesi için yönetim başta olmak üzere gerek yönetim, gerekse vatandaşın kendisi tarafından yeterli gayret gösterilmediği müddetçe de bu hususlar dile getirilmeye devam edecektir.

1.4. KAMU VE ÖZEL YÖNETİMDE HALKLA İLİŞKİLERİN KARŞILAŞTIRILMASI

Kamuda ve özel sektörde halkla ilişkiler uygulamaları hem felsefe hem de uygulanış biçimi açısından bir birinden ayrılır. Aşağıda bu farklılıklar örgüt, amaç, uygulama ve kaynak kullanımına göre değişiklikler göstermektedir.

1.4.1. Örgütlenme Açısından Karşılaştırma

Organizasyonlarda halkla ilişkiler alanında örgütlenme iki şekilde yapılabilir. Bunlardan ilki, kuruluşun kendi bünyesinde kuracağı bir halkla ilişkiler bölümü ile çalışmalarını gerçekleştirmesidir. İkincisi ise, bu hizmeti dışarıdan satın almaktır. Bu yollardan her ikisinin de birbirine göre avantajları ve dezavantajları vardır. Örneğin, kuruluş içinde oluşturulacak bir halkla ilişkiler bölümünün, organizasyonu ve yöneticileri yakından tanımanın verdiği avantajları vardır. Diğer yandan bu yakınlık, halkla ilişkiler bölümünün kuruluş için belirli kalıplar ve önyargılı kararlar almasına neden olabilir. Nitekim bu avantaj ve dezavantajları göz önünde bulunduran pek çok kurum ve kuruluş her iki örgütlenme yapısından da yararlanma yoluna gider.

Halkla ilişkiler birimi kuruluşun örgüt yapısı içerisinde nerede olmalıdır? sorusu ise, kuşkusuz ‘üst yönetime en yakın yerde’ biçiminde yanıtlanmalıdır. Kurum imajından, her türlü hedef kitle ile iletişimin kurulmasına ve sürekliliğinin sağlanmasına kadar geniş bir görev yelpazesi üstlenen halkla ilişkiler biriminin oluşturulması; “kuruluşun büyüklüğüne, yönetimin halkla ilişkilere verdiği öneme ve kuruluşun halkla ilişkilere duyduğu gereksinime” bağlıdır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2008:83). Kamuda merkezi yönetimde halkla ilişkiler ihtisas esasına göre örgütlenmektedir. Bu örgütlenme biçimi, uzmanları bir yerde toplamak, teknik uygulamaları daha düzenli hale getirmek ve kurumların işleyişindeki verimliliği arttırmak amacına yöneliktir. Ayrıca halkla ilişkiler faaliyetleri merkezi yönetimde kurmay bir fonksiyondur. Kurmay fonksiyonlar, bir kamu kurumunda ayrı bir birim olarak örgütlenir. Bu yüzden hiyerarşik yapılanmanın dışındadır. Kurmay personel uzman kişilerden oluşur. Bunların görevi, yöneticilerin, karar organlarının ve yürütme birimlerinin zaman ayıramadıkları ya da yeterli bilgiye sahip olmadıkları konularda onlara danışmanlık hizmeti sunmaktır. Merkezi yönetimde bakanlıklarda müşavirlik olarak örgütlenen halkla ilişkiler hizmetinin mesleki önerilerinde karar birimlerine yakınlık ve uzman personel gerekliliği vurgulanmaktadır. Ancak kurmay bir fonksiyon olarak örgütlenmesine rağmen halkla ilişkiler uzmanları, liyakate dayalı bir personel seçme sürecine uygun bir şekilde tedarik edilmemektedir (Eryılmaz, 2002:65).

Halkla ilişkiler hizmetinin tümüyle merkeziyetçi olmayan bir anlayışla örgütlenmesini öngören Ertekin'e göre (1990) örgütlenmede bölgelere, hizmetin özelliklerine ve üretim ya da hizmetin yoğunluğuna göre değişecek birimler oluşturulabilir. Ayrıca Ertekin halkla ilişkiler uzmanlığı ile ilgili yarışma ve yeterlik sınavı ile ilgili yasal ve yönetsel düzenlemelere gidilmesini önermektedir. Merkezi yönetimin hizmetlerine ilişkin kararlar genelde hukuki metinlerdir. Yani yasama ve yürütmenin tasarrufunda olan işlemlerdir. Ayrıca merkezi yönetimdeki karar vericiler ile toplum arasında doğal bir uzaklık bulunmaktadır. Dolayısıyla merkezi yönetim ile toplum arasındaki ilişki, yönetimin toplumu bilgilendirmesi ile sınırlı kalmaktadır. Merkezi yönetimin kararlarına tesir edecek tek unsur da sivil toplum kuruluşlarının merkez örgütleridir. Bu durum da yönetim-halk ilişkisini lobi ağırlıklı yapmaktadır. Gerçek manada halkla ilişkileri anlamlandıracak yönetim-halk ilişkisi ise yerel yönetimlerde oluşmaktadır (Ertekin, 1990:38-42).

Bir örgüt yapısı içinde kurulacak halkla ilişkiler birimi, yönetimin politika ve eylem kararlarında bir danışma görevi üstlenmektedir. Bunun için halkla ilişkiler bölümünün örgütün yapısı içinde üst yöneticiye yakın ve doğrudan bağlı olması gerekmektedir. Birçok kamu işletmesinde halkla ilişkiler bölümü kurumun üst yönetim düzeyinde ve üst yöneticiye yakın bir konumda bulunmakta iken bazı kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimi bir genel müdür yardımcısı, bir genel sekreter veya bir müsteşar yardımcısına bağlıdır. Ancak halkla ilişkiler birimine işletmelerin örgüt yapılarında üst yöneticiye yakın konumda yer verilmesi yeterli değildir. Bu birimlerde, nitelikli ve uzman personel ve gerekli araç ve gereçlerin yer alması ve ayrıca bu birimlerin uygun bir şekilde örgütlenmesi gerekmektedir. Liu ve Horsley'in kamu sektöründeki halkla ilişkiler uygulamaları, geniş bir iş kolundaki alışılmış çalışma yöntemlerinden etkilenmektedir. Bireyler bir alanda öğrendikleri bilgiyi alıp diğerine uygulayarak özel ve devlet sektöründe ve bazen de bu iki sektörün melez olan çok çeşitli organizasyonlarda çalışmaktadırlar. Ayrıca kamu sektörü çevresini, devlet halkla ilişkilerini özel halkla ilişkilerinden ayıran, halk yararı, yasal sınırlamalar, iletişim devalüasyonu, zayıf halk algılamaları, federalizm ve mesleki gelişimde geri kalma gibi özgün sınırlamalar ve fırsatlar yarattığı ileri sürülmektedir. Özel şirketler içsel ve dışsal politikalarla işlerini görürken, devlet

organizasyonlarının politik faaliyetler ve ilişkilerle tanımlandığını belirtmektedirler (Liu ve Horsley, 2007:381)

1.4.2. Amaç Açısından Karşılaştırma

Kamu işletmelerinin vatandaşlara hizmet etmek için kurulmaları kamu sektörünün ayırt edici bir özelliği iken özel işletmeler kar elde etmek için kurulmuşlardır. Bu nedenle, kamu işletmeleri genellikle pazar baskılarından daha çok işlerinin sosyal amacı ile ilgilenmektedir. Ancak kamu işletmeleri Pazar baskılarından muaf değildir ve çoğunlukla fon ve kaynaklar için birbirlerine karşı rekabet etmektedirler. Buna karşın özel işletmeler sosyal sorumluluk programları aracılığıyla halk yararına hizmet yapabilmektedirler. Halk yararı devlet faaliyetlerine rehberlik edebilmesine rağmen yasal sınırlamalar aracılarının açıklıkla iletişim kurmalarını genellikle sınırlandırmaktadır. Aynı zamanda kamu işletmeleri yüksek derecede medya araştırması ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Ayrıca, medyada özel işletmelerin faaliyetlerinden daha çok devlet karar verme sürecinden bahsedilmektedir ve medya devlet kararlarının zamanını etkileyebilmektedir (Liu ve Horsley, 2007:383).

1.4.3. Yöntem Ve Uygulama Açısından Karşılaştırma

Kamudaki halkla ilişkiler üzerinde önemli bir çevresel sınırlama yönetim tarafından iletişime verilen önemin yeterli olmamasındandır. Örneğin, bütçe kesintilerinde ve yeniden organize olma dönemlerinde halkla ilişkilerde yer alan kişiler gönderilen ilk kişiler olmaktadır. Durumsallık Teorisine göre halkla ilişkiler spesifik durumlara karşı esnek olmak zorundadır ve halkla ilişkiler yaklaşımlarının hepsine uyan bir anlayıştan söz etmek mümkün değildir. Bu teori bütün durumlara uygulanamamaktır çünkü karmaşık durumlarda faktörlerin halkla ilişkiler davranışlarını nasıl etkilediği yalnızca bir varsayım üzerine kurgulanmıştır (Liu ve Horsley, 2007:385).

Ülkemizde “bürokratizm” hastalığının genel olarak tüm kamu işletmelerinde yaygınlaştığını belirtmektedir. Devletin asıl amacının halka hizmet etmek olduğunu fakat bürokrasi ve kırtasiyeciliğin, hizmet sunulmasında ilgisizlik, kayıtsızlık ve vurdumduymazlık, hizmetin gördürülmesinde ise torpil mekanizmalarının devlet açısından olumsuz bir durumu ortaya çıkardığını ifade etmektedir. Günümüzde vatandaşın devlete olan güveninin sarsıldığını çünkü hastanelerin, mahkemelerin, eğitim kurumlarının, belediyelerin hizmetlerini zamanında ve yeterli kalitede veremediğini belirtmektedir. Ayrıca özel sektörde kar elde etme hedefinden kaynaklanan disiplin kamu işletmelerinde yoktur ve bu durum kamu işletmelerinin yönetilme ihtiyacını artırmaktadır. Siyasal ve ekonomik değişme ve iletişimdeki gelişmeler nedeniyle kamu hizmeti veren işletmelerinin bürokrasilerinin daha etkin olması gerekmektedir ve bunu sağlamak için kamu işletmelerinin kendi içine kapalı olan bir bürokratik yapıdan, vatandaş odaklı bir yapıya geçişi zorunlu olmaktadır. Bu geçiş döneminde yeni bir hizmet kültürünün ve yeni bir kamu hizmeti etiğinin benimsenmesi konusu önem kazanmaktadır (Sezer, 2008:157).

Kamu işletmelerinin halkla sağlam bir ilişki kurabilmesi için iletişim araçlarının çeşitlendirilmesi ve halkla kamu işletmeleri arasında oluşan iletişim probleminin düzeltilmesi gerekmektedir. Çünkü farklı durumda kamu işletmelerinin halkın isteklerinden haberdar olmamakta ve çalışmalar buna uygun olarak yapılamamaktadır. Dolayısıyla halk da kamu işletmelerinin çalışmalarından haberdar olamamaktadır. Kamu işletmeleri geleneksel bürokratik örgüt kültürden uzaklaştıkça halkla ilişkiler daha başarılı olmaktadır. İşletmedeki üst düzey yöneticilerinin sahip olduğu yönetim anlayışları, davranış ve tavırları olumlu bir örgüt kültürünün oluşmasında büyük öneme sahiptir. Halkla ilişkilerin öneminin farkında olan, eğitilmiş ve kültürlü yöneticiler, çalıştıkları kamu işletmelerini kısa süre içinde halka benimsetebilecektir (Önal, 1997:90-91).

1.4.4. Finansman Açısından Karşılaştırma

Kamu hizmetlerinde kaliteyi etkileyen faktörlerden biri kamu hizmetlerinin sunumunda ya da hizmet sektöründe girdi ve çıktıların belirlenmesinin zor olmasıdır.

Kamu sektöründe çıktıların parasal değerinin tespit edilmesi çok zor iken özel sektörde verimlilik ölçütü parasal açıdan kar olarak değerlendirilmektedir. Kar, aynı zamanda çıktı olarak da kabul edilmektedir ve özel sektörde verimliliğin belirlenmesinde kar önemli bir faktördür. Bunun aksine, kamu işletmelerinde vatandaşlara ucuz ve kaliteli hizmet götürmek parasal amaçların başında gelmektedir. Örneğin, savunma, eğitim ve yargı gibi kamu giderlerinden sağlanan hizmetin ya da ürünün parasal olarak tespiti çok zordur (Sezer, 2008:157).

Kamu ve özel sektör işletmelerinde halkla ilişkiler amacı açısından karşılaştırıldığında kamu işletmelerinde amaç, kamu yönetiminin kamu yararı amacını desteklemesi şeklinde görülmesidir. Özel işletmelerde ise amaç kar sağlamaya yöneliktir. Kamu sektöründeki işletmelerde hizmet sağlamaya kar sağlamadan daha fazla önem verilmektedir. Bu açıdan özel sektör işletmelerinde halkla ilişkilerin amaçları şu şekilde özetlenmiştir (Taşkın ve Sönmez, 2005:5). Verimlilik sağlayarak kar elde etmek özel sektörün en temel amacıdır. Örgütün karlılığını artıracak faaliyetleri öne çıkarmak ve örgütün reklam faaliyetlerini fazlalaştırmak rekabetin çok yoğun yaşandığı pazarlarda rakiplere karşı üstünlük sağlamak açısından son derece önemlidir. Küreselleşme ile beraber rekabet ülke sınırlarını aşmakta ve uluslararası boyutlara ulaşmaktadır. Bu nedenle, özel sektörde halkla ilişkilere verilen önem aynı doğrultuda artmaktadır.

Kamu ve özel sektördeki işletmelerin genel durumu arasında önemli farklılıklar olduğu literatürde belirtilmiştir. Yapısı gereği ve dış çevrenin baskısından dolayı kamu işletmelerinde özel işletmelerden daha fazla çeşitlilik, farklılık, belirsizlik ve görülemez hedeflerden söz etmek mümkündür (Bourantas ve Papalexandris, 1993:861). Kamu sektöründeki operasyonel kampanyalar genellikle çok kısıtlı bütçelere sahiptir ve bunların birçoğu uzun dönemli sosyal değişim hakkındadır. Ayrıca, kısıtlı bütçe ve insan kaynakları nedeniyle uygulayıcılar bu kaynakları kullanırken yaratıcı olmak zorundadırlar. Tüm bunlar özel sektör için de geçerlidir ancak bir bütün olarak bu sorunlar kamu sektöründe çok fazla hissedilmektedir ve bu nedenle yaratıcılık yeteneği kamu sektöründe çok önemli hale gelmektedir (Gregory, 2008:221)

İKİNCİ BÖLÜM

2. TÜRK MÜLKİ İDARESİNDE HALKLA İLİŞKİLER

Mülki idarenin farklı kanunlar ile farklı alanlarda kendisine tanımlanmış binlerce görevi vardır. Bu görevlerinin hepsi; zamana, mekâna ve olaylara göre farklı önemlilik ve şiddet düzeylerinde kendini göstermektedir. Lakin her olay zaman, mekân ve nitelik açısından idarenin yapması ve uygulaması gereken birinci kural sayılmaktadır. İyi halkla ilişkiler yönetimi sergileyen idareler, her türlü olay karşısında zorlukları bertaraf edip halkı yanlarına alabilmektedir. Halk, her türlü şartlarda idarenin yanında yer almaktadır. Mülki amirlerin işe alınmalarında sözlü ve yazılı yapılan sınavlarda sorulan soruların başında olaylar karşısında takınacağı tavır iyi halkla ilişkileri sorulmakta ve doğru cevap aranmaktadır. Halkla ilişkileri iyi olmayan hiç kimse mesleğe kabul edilmemektedir. Zaman içerisinde halkla ilişkilerinde zafiyet görülen mülki amirler halkla ilişkiler gerektirmeyen başka görevlere atanmaktadır.

Mülki idare mesleğinin özü aslında halkla ilişkilerdir. Mesleğin özü kaymakamlık ve valilik olarak addedilmektedir. Meslek süresince halkla ilişkileri iyi olan meslek mensupları kaymakam olarak değerlendirilmekte zamanı geldiğinde de vali olarak görev verilmektedir.

2.1. VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINI DÜZENLEYEN YASA VE YÖNETMELİKLER

Türkiye’de valilik ve kaymakamlıkların çalışmalarını, görev alanlarını, yetk ve sorumluluklarını tanımlayan kanunlar aşağıda sıralanmıştır:

01.11.1984 tarihinde TBMM’de kabul edilen ve 10.11.1984 tarihli ve 18571 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan **3071 sayılı Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun**

09.10.2003 tarihinde TBMM’de kabul edilen ve 24.10.2003 tarihli ve 25269 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan **4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu,**

25.05.2004 tarihinde TBMM’de kabul edilen ve 08.06.2004 tarihli ve 25486 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan **5176 sayılı Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması Hakkında Kanun**

Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER); 20.01.2006 tarihli ve 26055 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 19 Ocak 2006 tarihli ve 2006/3 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile kurulmuştur.

5442 sayılı İl idaresi Kanunu 10.6.1949 kabul tarihli 18.6.1949 tarih 7236 sayılı resmi gazetede yayımı ile yürürlüğe giren kanun

14.02.1985 tarihinde TBMM’de kabul edilen ve 23.02.1985 tarihli ve 18675 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan **3152 sayılı İçişleri Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun**

08.06.2011 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan **Valilik ve Kaymakamlık Birimleri Teşkilat, Görev ve Çalışma Yönetmeliği**

Yukarıda sayılan yasa ve yönetmeliklerle vali ve kaymakamlıkların halkla ilişkileri konusunda yetki ve sorumluluk verilmiştir. Ayrıca 5442 sayılı yasa Vali ilde her bakanın ayrı ayrı temsilcisi ve emirlerini uygular denilmektedir. Bir diğer konu, 5442 sayılı yasa ve anayasaya göre illerin yetki genişliği esasına göre yönetilmesidir. Bu bağlamda bakanlıkların halkla ilişkilerini düzenleyen tüm yasa ve yönetmelikler illerde vali tarafından bakan adına kullanılır. Bu yetkiyi kullanmak valinin görevi ve sorumluluğundadır.

2.1.1. İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün Görevleri

İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nün görevleri 08.06.2011 tarih ve 27958 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelik kapsamında aşağıdaki gibi

tanımlanmaktadır. Valilik ve Kaymakamlık Birimleri Teşkilat, Görev ve Çalışma Yönetmeliğine göre, İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün görevleri şunlardır:

- a. Yazılı ve görsel basın ve diğer kitle iletişim araçlarında il ve valilik ile ilgili çıkan bilgi ve haberleri izlemek ve değerlendirmek,
- b. Valinin talimatı doğrultusunda basın bültenini hazırlamak ve basına bilgi vermek, valiliğin basın toplantılarıyla ilgili işlerini yapmak,
- c. Basın ilan ve basın-yayın ve enformasyon mevzuatının valilikler ile ilgili iş ve işlemlerini yürütmek,
- d. 10/8/1990 tarihli ve 90/748 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe giren Mal Bildiriminde Bulunulması Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre, gazete sahibi gerçek kişiler ile gazete sahibi şirketlerin yönetim ve denetim kurulu üyeleri, sorumlu müdürleri, başyazarları ve fıkra yazarlarının mal bildirim beyannameleri ile ilgili iş ve işlemleri yapmak ve beyannameleri muhafaza etmek,
- e. Gazete, dergi, haber ajansları ve medya izleme merkezleri ile ilgili abonelik iş ve işlemlerini yapmak,
- f. Sarı basın kartı başvurusu ile ilgili iş ve işlemleri yapmak,
- g. 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanununa göre yapılacak başvuruları kabul etmek, izlemek, sonuçlandırmak ve başvuru sahibine bilgi vermek,
- h. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) ile ilgili her türlü iş ve işlemleri yapmak,
- i. Basın ve halkla ilişkiler ile ilgili diğer iş ve işlemleri yürütmek,
- j. Mevzuat veya vali tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

2.1.2. Özel Kalem Müdürlüğü'nün Görevleri

08.06.2011 tarih ve 27958 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Yönetmelik kapsamında Özel Kalem Müdürlüğü görevleri aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır. Valilik ve Kaymakamlık Birimleri Teşkilat, Görev ve Çalışma Yönetmeliğine göre, Özel Kalem Müdürlüğü'nün görevleri şunlardır:

1- İdari Hizmetler ve Koordinasyon Şefliği;

- a. Valinin özel haberleşme ve gizlilik taşıyan yazışmaları ile görev ve izin işlerini yürütmek,
- b. Vali tarafından; başarı belgesi, üstün başarı belgesi ve ödül verilmesi ile ilgili işleri yürütmek,
- c. Okul yaptıran, hastane yaptıran, en fazla vergi veren kamuya bir şekilde katkısı olan, sporda derece yapan gibi kişi, kurum ve sivil toplum kuruluşlarını teşekkür belgesi onur belgesi para ödülü veya altın ödülü vererek başarı gösterenleri onurlandırır. Bu etkinlikler de halkla ilişkilerdir. Bütün bunların takibi ve organizasyonu özel kalem müdürüne aittir.
- d. Vali için gerekli bilgi notları, kurumsal sunumlar ve toplantı dokümanlarının hazırlanmasını ve muhafazasını sağlamak; Vali ve kaymakamlar farklı organizasyonlarda halkı bilgilendirmek zorundadır. Vereceği bilgilerde konuyla alakalı ve halkın bilmek istediği veya bilgilendirme gereken konulardır. Bunların derlenip toparlanması ve not halinde verilmesi Özel Kalem Müdürünün halkla ilişkileri yakından ilgilendiren görevlerindedir.
- e. Valiye gönderilen dilekçe, evrak ve faksların kabulünü yapmak, valinin talimatı doğrultusunda gereğinin yerine getirilmesini sağlamak; Vatandaş tarafından valiye gönderilen dilekçeler ve bunların kabulü ve olumlu veya olumsuz cevap verilmesi Osmanlı döneminde olduğu gibi cumhuriyet döneminde de halkla ilişkiler çalışmasıdır. Kamu hizmetlerinden etkilenen ve cevap isteyen halk dilekçe ile müracaat ederek talebinin olumlu veya olumsuz karşılanmasını ister. Vali adına kamu kurum ve kuruluşlarında bunun takibini vali adına Özel Kalem Müdürü yürütür. Halen valilik kaymakamlık ve adliyelerin etrafında para karşılığı dilekçe yazan dilekçeciler vardır. Günümüzde müracaatlar dilekçe ile olduğu gibi faks, mail ve sosyal medya aracılığıyla da yapılmaktadır. Bunların

tamamının takibini Özel Kalem Müdürü yapar ve halkla ilişkileri düzenler.

- f. Valinin ziyaret, davet, randevu ve programlarının yazışmalarını yapmak, takibi ve koordinasyonunu sağlamak; Bir ilde bütün davet ve ziyaretleri takip etmek randevuları ayarlamak valinin kendisinin takip edebileceği konudan çok uzaktır bunu vali adına Özel Kalem Müdürü yapar. İl büyüdükçe organizasyonlar arttıkça bunun zorluğu ortaya çıkmaktadır. Bazı illerde Özel Kalem Müdür Yardımcıları da istihdam edilmektedir. Kütahya'da sadece Özel Kalem Müdürü bu işi yaparken Orduda Özel Kalem Müdür Yardımcıları vardır. Ziyaret, davet, randevu iyi ayarlanmaz ise valinin halk ve kamuoyuyla irtibatında sorunları olur ve halk ve kamuoyuyla problemleri olur.
- g. Valinin koruma hizmetleri ile ilgili iş ve işlemleri yürütmek; Koruma hizmeti kesinlikle makam sahibini korumaktır. Lakin bunu yaparken de halkı rencide etmeden yapmak zorundadır. Büyük kalabalıklarda toplantılarda açık hava mitinglerinde korumalar sert kaba ve itekleyici zor kullanan küfürbaz olursa bu davranışlar direkt halk tarafından makam sahibinin davranışı gibi değerlendirilir ve fatura makam sahibine kesilir. Hangi toplulukta hangi açılışta nasıl davranılacağını özel kalem müdürü ayarlar ve korumaların belirli sürelerle eğitimini ayarlar onları bilgilendirir. Bunlar düzgün uygulanmadığı zaman halkla münasebetlerde sorunlar çıkar. Bu da Özel Kalem Müdürünün halka ilişkiler görevlerindedir.
- h. Özel kalem müdürlüğüne bağlı birimlerin evrak, arşiv ve dokümantasyon işlerini yürütmek,
- i. Makamın güvenlik güçleriyle ilgili işlemlerini yürütmek, günlük asayiş raporlarını muhafaza etmek, valinin direktifine göre bu konudaki haberleşme ve yazışmaları yapmak,
- j. Sıkıyönetim ve olağanüstü hallerde valilik makamının silahlı kuvvetlerle olan ilişkilerini valinin direktifi altında yürütmek,

- k. Askeri birliklerden yardım istenmesini zorunlu kılan durumlarda valiye İl İdaresi Kanunu ile tanınan yetkinin kullanılmasına ilişkin haberleşme ve yazışmaları yapmak,
- l. Olağanüstü hal ilan edilmesi durumunda; 2935 sayılı Olağanüstü Hâl Kanunu ile 21/2/1984 tarihli ve 84/7778 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe giren Olağanüstü Hal Kurulu ve Bürolarının Kuruluş ve Görevleri ile Yükümlülüklerinin Karşılığının Tespit ve Ödenmesi Hakkında Yönetmeliğin gerekli gördüğü büro oluşuncaya kadar ve sözü geçen büroların kaldırılması durumunda, yazışma, dosyalama ve arşivleme işlerini sağlamak,
- m. Makama gelen istihbarat, sınır görüşmeleri gibi özel amaçlı ödenek ve harcama belgelerini valinin direktifi doğrultusunda muhafaza ve gerektiğinde usulünce imha etmek,
- n. Koruyucu güvenlik mevzuatı uyarınca, özel kalem müdürlüğünü ilgilendiren işleri yürütmek,
- o. Mevzuat veya vali tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

2- Protokol Şefliği: Protokol şube müdürlüğü bulunmayan illerde bu müdürlüğün görevlerini yapmak.

2.1.3. Protokol Şube Müdürlüğünün Görevleri

08.06.2011 tarih ve 27958 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelik kapsamında Protokol şube müdürlüğünün görevleri şunlardır:

- a. Ulusal ve resmi bayramlar ile tarihi günlerde yapılacak törenlerde; protokol düzenini uygulamak, anıtlara konulacak çelenklerin hazırlanma, taşınma ve sunulması işlerini organize ederek protokol düzenine göre yapılmasını sağlamak; Halk nazarında makamın saygınlığını korumak ve insanlara adil ve müşfik davranmasının yollarını açmaktır. Tören esnasında yağmur yağıyor ve sadece valiye bu hizmet veriliyorsa, çok sıcak var ve öğrenciler bayılana kadar acık alanda tutuluyorsa toplantı da uzun süre katılımcılar bekletiliyorsa halkla münasebetler her olayda

zayıflar. Bütün bunları protokol müdürü organize etmek zorundadır. Bazen katılımcıların saygınlığına uygun yer ayarlanmadığında da toplum karşısında nahoş olan olaylar halkla ilişkileri zayıflatır. Bütün bunları organize edecek olan Protokol Müdürlüğüdür.

- b. 26/6/2006 tarihli ve 2006/11187 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe giren Devlet Cenaze Törenleri Yönetmeliğine göre düzenlenecek ulusal, resmi ve kurumsal cenaze törenleri ile ilgili işlemleri yapmak,
- c. İl kutlama ve anma komitelerinin toplantılarını organize etmek, kutlama ve anma törenlerinin ilgili kanun ve yönetmelikler çerçevesinde icra edilmesi için yetkili ve görevli kurum ve kuruluşlar ile gerekli işbirliği ve koordinasyonu sağlamak,
- d. Resmi ziyaretler kapsamında; devlet büyüklerinin yurtiçi ve yurtdışı ziyaretleri ile yabancı devlet erkânının ülkemizi ziyaretlerinde, Dışişleri Bakanlığı Protokol Genel Müdürlüğü veya Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Bakanlık veya diğer kurum ve kuruluşlarının il teşkilatı düzeyinde hazırladıkları programlarını ilgili birimlere ulaştırmak ve gerekli koordinasyonu sağlamak,
- e. İl protokol listesinin güncel olarak tutulmasını ve valilik internet sitesinde yayınlanmasını sağlamak,
- f. Kamu ve toplum yaşamında uygulanan protokol kuralları olarak: Bayrak ve taşıt protokolü; toplantı, brifing ve tören protokolü; görev devir-teslim ve imza törenleri; kurumsal törenler ve etkinlikler, temel atma, açılış, anma, kutlama, festival, şenlik ve benzerleri; oturma düzenleri ve konuşma sıraları; davet, karşılama, ağırlama, uğurlama ile resepsiyon, kokteyl ve resmî yemekler; protokol yazıları; dini bayramlarda bayramlaşma ve benzeri temsil ile ilgili valiliğin protokol işlerini düzenlemek ve ilgili kuruluşlarla işbirliği halinde yürütmek,
- g. Mevzuat veya vali tarafından verilen diğer görevleri yapmak (Anonim1).

2.1.4. İl Sosyal Etüt ve Proje Müdürlüğünün Görevleri

08.06.2011 tarih ve 27958 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelik kapsamında İl Sosyal Etüt ve Proje Müdürlüğü'nün görevleri:

- a. Bakanlıkça ilin güvenlik ve sosyo-ekonomik politikaları konularında uygulanmak üzere gönderilen tedbir ve faaliyetlerin, ilgili birimler ile koordine edilerek il düzeyinde uygulanmasını sağlamak ve uygulamada varsa karşılaşılan sorunlar ile çözüm önerilerini içeren sonuç raporlarını Bakanlığa göndermek,
- b. Görev alanı ile ilgili olarak;
 - Bilgi ve belgeleri toplamak, tasnif etmek, analiz ve değerlendirmeler yapmak,
 - Proje ve araştırma yapmak, yaptırmak ve bu alandaki bilimsel çalışmalarını desteklemek,
 - Kamuoyu araştırması yapmak, yaptırmak,
 - Toplantı, sempozyum, seminer, eğitim ve benzeri etkinlikler düzenlemek,
 - Yapılması planlanan veya yapılan faaliyetlerin hedef kitleye duyurulması için gereken iş ve işlemleri yapmak veya yaptırmak,
- c. İlde toplum desteğinin sağlanmasına yönelik faaliyetleri yürütmek,
- d. İl genelinde göçün meydana getirdiği sorunlarla ilgili çalışmalar yapmak,
- e. Tedbir, faaliyet ve hizmetlere ait dosyalama, gelen ve giden evrakın kayıt, dağıtım ve arşivlenmesini sağlamak,
- f. Mevzuat veya vali tarafından verilen benzeri görevleri yapmak.

2.1.5. Bilgi İşlem Şube Müdürlüğünün Görevleri

08.06.2011 tarih ve 27958 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelik kapsamında Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü'nün görevler:

- a. Valilik birimlerinin bilişim hizmet ve işlemlerinin; etkin, verimli, hızlı ve güvenli bir biçimde yürütülmesini sağlayacak sistemler ve ağlar kurmak, sürekli ve kesintisiz işleyişini sağlamak,
- b. Valilik birimlerinin bilgisayar, yazıcı, tarayıcı, faks, fotokopi, modem ve benzeri bilişim cihazları ve sarf malzemeleri ihtiyacını Bakanlıkça belirlenen standartlara uygun olarak tespit etmek, gerektiğinde bunları temin etmek, donanımların bakım ve onarımlarını yapmak veya yaptırmak,
- c. 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ve ilgili mevzuat gereğince sağlanan hizmetlere ilişkin trafik bilgilerini saklamak ve bu bilgilerin doğruluğunu, bütünlüğünü ve gizliliğini korumak,
- d. 1/11/2007 tarihli ve 26687 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan İnternet Toplu Kullanım Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik gereği, ticari amaçla internet toplu kullanım sağlayıcılarına izin belgesi verilmesi, işletmecilerin eğitimi ve denetlenmesine ilişkin iş ve işlemleri yapmak,
- e. Başta e-İçişleri Projesi olmak üzere, valilik ve kaymakamlıklara bağlı birimlerde uygulanacak her türlü bilgi işlem projesi ile ilgili koordinasyon ve işbirliğini sağlamak,
- f. Bakanlıkça belirlenecek eğitim programlarının uygulanmasını sağlamak, eğitmen ve kullanıcıların eğitim ihtiyacını belirlemek ve bu ihtiyaçları karşılayacak eğitim organizasyonları yapmak,
- g. Valilik internet sitesinin sürekli, güvenli ve güncel olarak yayınına sağlamak,
- h. İlçe birimlerine bilgi işlem konularında destek vermek,
- i. Mevzuat ve vali tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

2.1.6. İlçe Birimlerinin Görevleri

08.06.2011 tarih ve 27958 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelik kapsamında ilçe birimlerinin görevleri:

- İl birimleri tarafından yürütülen hizmetler ilçelerde;

- a. İl yazı işleri, il basın ve halkla ilişkiler, özel kalem ve protokol şube müdürlüklerince yürütülen hizmetler; ilçe yazı işleri müdürlüğü,
- b. İl mahalli idareler, il planlama ve koordinasyon ve **(Değişik ibare:RG-30/8/2014-29104)** idari hizmetler şube müdürlüklerince yürütülen hizmetler; ilçe mahalli idareler şefliği,
- c. İl idare kurulu ve hukuk işleri şube müdürlüklerince yürütülen hizmetler; ilçe hukuk işleri şefliği,
- d. Bilgi işlem şube müdürlüğünce yürütülen hizmetler; ilçe bilgi işlem şefliği,
- e. İl sosyal etüt ve proje müdürlüğünce yürütülen hizmetler; ilçe sosyal etüt ve proje şefliği,
- f. Müstakil şeflikleri bulunmayan ilçelerde bu müdürlüklere ait hizmetler; ilçe yazı işleri müdürlüğü, tarafından yürütülür.

- İlde olağanüstü hal uygulandığı takdirde ilçe olağanüstü hal bürosunun sekreteryaya hizmetleri, ilçe yazı işleri müdürlüğünce yürütülür.

2.1.7. İl İdaresi Kanunu

İl İdaresine ilişkin işlemler, 18.6.1949 tarih 5442 sayılı Resmi Gazeteye göre aşağıda sıralanmıştır:

Madde 4 – İl genel idaresinin başı ve mercii validir. Bakanlıkların kuruluş kanunlarına göre illerde lüzumu kadar teşkilat bulunur. Bu teşkilatın her birinin başında bulunanlar il idare şube başkanlarıdır. Bunların emri altında çalışanlar ilin ikinci derecede memurlarıdır. Bu teşkilat valinin emri altındadır.

Hâkimler Kanunu ile İcra ve İflas Kanununda yazılı yargıç, Cumhuriyet savcısı ve yargıç sınıfında bulunanlarla bu kanunlarda yazılı adalet memurları, askeri birlikler, askeri fabrika ve müesseseler, askerlik daire ve şubeleri bu madde hükmünden müstesnadır

Madde 9 – Vali, ilde Devletin ve Hükümetin temsilcisi ve ayrı ayrı her Bakanın mümessili ve bunların idari ve siyasi yürütme vasıtasıdır.

Bu sıfatla:

A) Valiler, ilin genel idaresinden her Bakana karşı ayrı ayrı sorumludur. Bakanlar, Bakanlıklarına ait işleri için valilere re'sen emir ve talimat verirler. Bakanlar, valiler hakkında Bakanlar Kuruluna taltif ve tecziye teklifinde bulunabilirler.

B) Bakanlıklar ve tüzelkişiliği haiz genel müdürlükler, il genel idare teşkilatına ait bütün işleri doğrudan doğruya valiliklere yazarlar. Valilikler de illere ait işler için ilgili Bakanlık veya tüzelkişiliği haiz genel müdürlüklerle doğrudan doğruya muhaberede bulunurlar. Ancak valiler hesabata ve teknik hususlara ait işlerde idare şube başkanlarına vali adına imza yetkisi verebilirler.

C) Vali, kanun, tüzük, yönetmelik ve Hükümet kararlarının neşir ve ilanını ve uygulanmasını sağlamak ve Bakanlıkların talimat ve emirlerini yürütmekle ödevlidir. Bu işlerin gerçekleştirilmesi için gereken bütün tedbirleri almaya yetkilidir.

Ç) Kanun, tüzük, yönetmelik ve Hükümet kararlarının verdiği yetkiyi kullanmak ve bunların yüklediği ödevleri yerine getirmek için valiler genel emirler çıkarabilir ve bunları ilan ederler.

D) Vali, dördüncü maddenin son fıkrasında belirtilen adli ve askeri teşkilat dışında kalan bütün Devlet daire, müessese ve işletmelerini, özel işyerlerini, özel idare, belediye köy idareleriyle bunlara bağlı tekml müesseseleri denetler, teftiş eder.

Bu denetleme ve teftişi Bakanlık veya genel müdürlük müfettişleriyle veya bu dairelerin amir ve memurları ile de yaptırabilir.

E) İlin her yönden genel idare ve genel gidişini düzenlemek ve denetlemekten sorumludur.

F) Vali, ilde teşkilatı veya görevli memuru bulunmayan işlerin yürütülmesini, bu işlerin görülmesiyle yakın ilgisi bulunan her hangi bir idare şube veya daire başkanından isteyebilir. Bu suretle verilen işlerin yapılması mecburidir.

G) Vali, il içindeki idare ve müesseselerde çalışan uzman veya fen kollarına dahil memur ve müstahdemlerden asli vazifelerine hanel getirmemek şartı ile ilin genel ve mahalli hizmetlerine müteallik işlerin görülmesini isteyebilir. Bu memurlar verilen işleri yapmakla ödevlidirler. Vali, keyfiyetten ilgili Bakanlığa ve tüzelkişiliği haiz genel müdürlüğe bilgi verir.

H) Vali, Devlet gelirlerinin tahakkuk ve tahsilini ve ödeme işlerinin muntazam bir şekilde yapılmasını ve gelir kaynaklarının gelişmesini sağlamak için tedbirler alır ve uygular, lüzumunda bu maksatla ilgili Bakanlıklara ve genel müdürlüklere tekliflerde bulunur.

İ) Vali, Devlet, il, belediye, köy ve diğer kamu tüzelkişiliklerine ait genel ve özel mülklerin yangın ve benzeri tehlikelere karşı korunmasını, iyi halde tutulmasını, değerlendirilmesini ve iyi halde idaresini sağlayacak tedbirlerin uygulanmasını ilgililerden ister ve denetler.

J) Vali, il, ilçe, bucak merkezlerinde ve çevrelerinde kiralı, kirasız binalarda vazife gören bütün Devlet dairelerini mahallin hizmet şartlarına ve Hazine menfaatine en uygun şekilde bir veya birkaç binada toplamak üzere gereken tedbirleri aldırır ve uygulanmasını denetler.

K) Vali, Cumhuriyet Bayramında ilde yapılacak resmi törenlere başkanlık yapar ve tebrikleri kabul eder.

Madde 11 – A) Vali, il sınırları içinde bulunan genel ve özel bütün kolluk kuvvet ve teşkilatının amiridir. Suç işlenmesini önlemek, kamu düzen ve güvenliğini korumak için gereken tedbirleri alır. Bu maksatla Devletin genel ve özel kolluk kuvvetlerini istihdam eder, bu teşkilat amir ve memurları vali tarafından verilen emirleri derhal yerine getirmekle yükümlüdür.

B) Memleketin sınır ve kıyı emniyetini ve sınır ve kıyı emniyetiyle ilgili bütün işleri, yürürlükte bulunan hükümlere göre sağlar ve yürütür.

C) İl sınırları içinde huzur ve güvenliğin, kişi dokunulmazlığının, tasarrufa müteallik emniyetin, kamu esenliğinin sağlanması ve önleyici kolluk yetkisi valinin ödev ve görevlerindedir.

Bunları sağlamak için vali gereken karar ve tedbirleri alır. Bu hususta alınan ve ilan olunan karar ve tedbirlere uymayanlar hakkında 66'ncı madde hükmü uygulanır.

Ç) Jandarma, polis, gümrük muhafaza ve diğer özel kolluk kuvvetlerinin bütün ast ve üstlerinin il içine münhasır olmak üzere geçici veya sürekli olarak vali tarafından yerleri değiştirilebilir ve bundan hemen İçişleri, Gümrük ve Tekel Bakanlıklarına bilgi verir.

D) **(Değişik: 29/8/1996 - 4178/1 md.)** Valiler, ilde çıkabilecek veya çıkan olayların, emrindeki kuvvetlerle önlenmesini mümkün görmedikleri veya önleyemedikleri; aldıkları tedbirlerin bu kuvvetlerle uygulanmasını mümkün görmedikleri veya uygulayamadıkları takdirde, diğer illerin kolluk kuvvetleriyle bu iş için tahsis edilen diğer kuvvetlerden yararlanmak amacıyla, İçişleri Bakanlığında ve gerekirse Jandarma Genel Komutanlığının veya Kara Kuvvetleri Komutanlığının sınır birlikleri dahil olmak üzere en yakın kara, deniz ve hava birlik komutanlığından mümkün olan en hızlı vasıtalar ile müracaat ederek yardım isterler. Bu durumlarda ihtiyaç duyulan kuvvetlerin İçişleri Bakanlığında veya askeri birliklerden veya her iki makamdan talep edilmesi hususu, yardım talebinde bulunan vali tarafından takdir edilir. Valinin yaptığı yardım istemi geciktirilmeksizin yerine getirilir. Acil durumlarda bu istek sonradan yazılı şekle dönüştürülmek kaydıyla sözlü olarak yapılabilir.

Vali tarafından askeri birliklerden yardım istenmesi halinde; muhtemel olaylar için istenen askeri kuvvet, valinin görüşü alınarak olaylara hızla el koymaya uygun yerde, cereyan eden olaylar için ise olay yerinde hazır bulundurulur. **(Değişik cümle: 17/6/2003-4897/1 md.)** Olayların niteliğine göre istenen askerî kuvvetin çapı, vali ile koordine edilerek askerî birliğin komutanı tarafından, görevde kalış süresi, askerî

birliğin komutanı ile koordine edilerek vali tarafından belirlenir. Askeri kuvvetin müstakilen görevlendirilmesi durumunda; verilen görev askeri kuvvet tarafından kendi komutanının sorumluluğu altında ve onun emir ve talimatlarına göre Türk Silahlı Kuvvetleri İç Hizmet Kanununda belirtilen yetkiler ile kolluk kuvvetlerinin genel güvenliği sağlamada sahip olduğu yetkiler kullanılarak yerine getirilir. Güvenlik kuvvetleri ile yardıma gelen askeri kuvvet arasında işbirliği ve koordinasyon, yardıma gelen askeri birliğin komutanının da görüşü alınarak vali tarafından tespit edilir. Ancak, bu askeri birliğin belirli görevleri jandarma ya da polis ile birlikte yapması halinde komuta, sevk ve idare askeri birliklerin en kıdemli komutanı tarafından üstlenilir. Birden fazla ili içine alan olaylarda ilgili valilerin isteği üzerine aynı veya farklı askeri birlik komutanlarından kuvvet tahsis edilmesi durumunda, iller veya kuvvetler arasındaki işbirliği, koordinasyon, kuvvet kaydırması, emir komuta ilişkileri ve gerekli görülen diğer hususlar yukarıda belirtilen hükümler çerçevesinde Genelkurmay Başkanlığı ile İçişleri Bakanlığı tarafından belirlenecek esaslara göre yürütülür. Bu esasların uygulanmasında, işbirliği ve koordinasyon sağlamak amacıyla gerekli görülen hallerde İçişleri Bakanı ilgili valilerden birini geçici olarak görevlendirir. Olayların sınır illerinde veya bu illere mücavir bölgelerde cereyan etmesi ve eylemcilerin eylemlerini müteakip komşu ülke topraklarına sığındıklarının tespit edilmesi durumunda valinin talebi üzerine ilgili komutan eylemcileri ele geçirmek veya tesirsiz hale getirmek maksadı ile, her defasında Genelkurmay Başkanlığı kanalı ile Hükümetin müsaadesi tahtında, ihtiyaca göre kara, hava, deniz kuvvetleri ve Jandarma Genel Komutanlığı unsurları ile komşu ülkelerin mutabakatı alınmak suretiyle mahdut hedefli sınır ötesi hareket planlayıp icra edebilir. Bu fıkra uyarınca görevlendirilen askeri birlik mensupları hakkında bu görevlerin ifası sırasında işledikleri suçlardan dolayı tabi oldukları kanun hükümlerine göre işlem yapılır. Yukarıda belirtilen hususlar nedeniyle doğan acil ve zaruri ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapılacak harcamalar Bakanlar Kurulunca uygun görülecek fonlardan yapılacak aktarmalar ve İçişleri Bakanlığı bütçesine konulan ödenekten yapılır. (1) Her yıl İçişleri Bakanlığı bütçesine aktarılacak olan paraların illere dağıtımı ve kullanımı ile ilgili esaslar İçişleri Bakanlığınca belirlenir. Bu madde uyarınca kuruluş ve kişilerden sağlanan ve satın alınan malzeme, araç ve gereçlerin satın alma, kira ve kullanım bedelleri ile işçi

ücretleri ve benzeri giderler için ödeme emri beklenmez. İçişleri Bakanı veya valinin onayı yeterli sayılır. (...) (2) Ödemeler usul ve esasları Maliye Bakanlığının görüşü alınarak İçişleri Bakanlığınca yürürlüğe konulacak bir yönetmelikle düzenlenir.

(1) Anayasa Mahkemesinin 6/1/1999 tarih ve E.: 1996/68, K.: 1999/1 sayılı kararı ile; bu tümcenin “kanun ve kanun hükmünde kararnamelerle kurulan fonlardan yapılacak aktarmalar” yönünden Anayasa'ya aykırı olduğuna ve iptaline karar verilmiş ve iptal Kararı, 19/1/2002 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

(2) Bu tümcede yer alan “Bu harcamalar 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu ve 832 sayılı Sayıştay Kanunu hükümlerine tabi değildir.” kuralı, Anaya Mahkemesinin 6/1/1999 tarih ve E.: 1996/68, K.: 1999/1 sayılı kararı ile iptal edilmiş ve iptal Kararı, 19/1/2002 tarihinde yürürlüğe girdiğinden bu kural metinden çıkarılmıştır.

E) Devlete, özel idareye, belediye ve köylere ait olan veya bunlara bağlı bulunan veya bunların gözetim ve denetimi altında iş gören daire ve müesseselerle diğer bütün gerçek ve tüzel kişiler tarafından işletilen mali, ticari, sınai ve iktisadi müesseseler, işletmeler, ambarlar, depolar ve sair uzman, fen adamı, teknisyen, işçi gibi personel bulunduran yerler Devlet ve memleket emniyet ve asayişi ve iş hayatının düzenlenmesi bakımından valinin gözetim ve denetimi altındadırlar.

Buralarda bulunan ve çalışanların kimlik ve nitelikleri hakkında valiler bu yerlerden bilgi isteyebilirler. İstenilen bilgiler hemen verilir.

F) Valiler, halkın askerlik muameleleri hakkındaki müracaat ve şikâyetlerini kabul ederler. Askerlik şubelerine ve dairelerine yazarlar. Cevabı kafi görmedikleri takdirde askerlik şubelerinin bağlı bulunduğu bölge, tümen veya kolordu komutanlıklarına ve Milli Savunma Bakanlığına müracaat ederler. Bu makamlar tarafından lazım gelen soruşturma yapılarak kanuni gereği ifa edilir ve sonucundan valilere bilgi verilir.

Madde 24 – Vali, yılda dört defadan az olmamak üzere lüzum gördüğü zamanlarda idarede birliğin sağlanması, işlerin gözden geçirilerek düzenlenmesi, teşkilatın ahenkli çalışması için gereken tedbirlerin alınmasını görüşmek ve kararlaştırmak amacı ile idare şube başkanlarını heyet halinde toplar. Bu toplantıda alınan kararların yürütülmesi bütün idare şubeleri için mecburidir.

Bu görüşmelerde istihsalin artırılması, ticaret ve ulaştırma işlerinin kolaylaştırılması ve geliştirilmesi, çiftçinin kalkındırılması, umumi refahın sağlanması gibi konular üzerinde gerekli tedbirler planlanır.

Bu toplantılara kaymakamlar ve belediye ve ticaret ve ziraat odası başkanları ile diğer memur ve ilgililer çağrılabilir.

Madde 25 – Valiler, ilin yönetim, ekonomi, sağlık ve sosyal yardım, kültür ve bayındırlık işleriyle ilgili hizmetlerin ahenkli olarak yürütülmesi için alınması gereken en uygun tedbirler görüşmek üzere kaymakamları yılda bir defa toplantıya çağırır.

İşler, önemlerine ve eldeki imkânlarla göre sıralanarak programlanır ve ilçeye düşen vazifeler ayrılır ve bir yıl önceki programın uygulama neticeleri gözden geçirilir.

Madde 26 – Valiler, her yıl münasip gördükleri zamanlarda ilin bütün ilçe ve bucaklarını ve sırası ile programa alınan köylerini ve il içindeki teşkilatı teftiş ederler. Halkın dilek ve ihtiyaçlarını yerli yerinde gözden geçirerek gereğini yaparlar.

İlin idari, mali, ekonomik, kültürel, sağlık ve sosyal durumu ve Hükümetçe alınmış bulunan karar ve tedbirlerin sonuçları ve bunların halk üzerindeki etkileri hakkında yılsonunda veya lüzum gördükleri sair zamanlarda ilgili Bakanlıklara rapor verirler.

Madde 31 – A) Kaymakam, kanun, tüzük yönetmelik ve Hükümet kararlarının neşir ve ilanını, uygulanmasını sağlar ve bunların verdiği yetkileri kullanır ve

ödevleri yerine getirir. Kaymakam, valinin talimat ve emirlerini yürütmekle ödevlidir;

Madde 31 – A) Kaymakam, kanun, tüzük yönetmelik ve Hükümet kararlarının neşir ve ilanını, uygulanmasını sağlar ve bunların verdiği yetkileri kullanır ve ödevleri yerine getirir. Kaymakam, valinin talimat ve emirlerini yürütmekle ödevlidir;

B) Valiler, ilçeye ait bütün işleri doğrudan doğruya kaymakama yazarlar. Kaymakamlar da ilçenin işleri hakkında bağlı buldukları valilerle muhaberede bulunurlar. Ancak olağanüstü hallerde kaymakamlar İçişleri Bakanlığı ve diğer Bakanlıklarla muhabere edebilirler ve bu muhabereleden valiye bilgi verirler;

C) Kanun, tüzük, yönetmelik ve Hükümet kararları ve bunlara dayanılarak valiler tarafından verilecek talimat ve emirler ilçe idare, şube başkanlarına kaymakamlar yolu ile tebliğ olunur;

Ç) Kaymakamlar, dördüncü maddenin son fıkrasında belirtilen daire ve müesseseler dışında kalan bütün Devlet daire ve müessese ve işletmelerini ve özel işyerlerini, özel idare, belediye ve köy idareleriyle bunlara bağlı tekml müesseseleri denetler ve teftiş ederler. Bu teftiş ve denetlemeyi bizzat veya idare şube başkanları veya validen talep edeceği Bakanlık veya tüzelkişiliği haiz genel müdürlük müfettişleri vasıtasıyla ortaokul veya bu dereceli öğretim müesseselerini de bizzat veya ilgili müfettişleri marifetiyle denetler;

D) Kaymakam, denetlemesi sırasında iş başında kalmalarında mahzur gördüğü ilçe idare şube başkanlarını valinin muvafakatiyle, diğer memur ve müstahdemleri re'sen sorumluluğu altında işten el çektirebilir.

E) Kaymakam, ilçenin her yönden genel idare ve genel gidişini düzenlemek ve denetlemekten sorumludur;

F) Kaymakam, ilçede teşkilatı ve görevli memuru bulunmayan işlerin yürütülmesini, bu işlerin görülmesiyle yakın ilgisi bulunan herhangi bir idare veya daire başkanlığından isteyebilir. Bu suretle verilen işlerin yapılması mecburidir;

G) Kaymakam, ilçedeki idare, daire ve müesseselerde çalışan uzman veya fen kollarına dahil memur ve müstahdemlerden ilçenin genel ve mahalli hizmetlerine ilişkin işlerin görülmesini asli vazifelerine hanel getirmemek şartıyla valiliğe teklif suretiyle isteyebilir. Valilikten alınacak emir üzerine bu memurlar verilen işleri yapmakla ödevlidirler;

H) Kaymakam, ilçe memurlarının çalışmalarını ve teşkilatın işlemlerini gözetim ve denetimi altında bulundurur;

I) **(Değişik: 12/5/1964 - 469/1 md.)** Kaymakam, ilçenin idare şube başkanlarıyla ikinci derecedeki memurlarına, genel ve özel kolluk amir ve memurlarına Memurun Kanundaki usulüne göre savunmasını aldıktan sonra uyarma, kınama cezaları verir ve uygular. Daha ağır disiplin cezaları verilmesi için özel kanunu hükümlerine göre teklif ve talepte bulunabilir.

Kaymakamlarca re'sen verilen cezalar kesindir.

Bu cezalar tebliğ tarihinden itibaren sicile geçer.

Kaymakam, ilçe memurlarına takdirnamede verebilir.

J) Kaymakam, ilçe idare şube başkanlarına acele hallerde (8 güne kadar) ve tayini kendisine ait memurlara, Memurlar Kanunundaki yıllık izin, süresine mahsup edilmek üzere bir aya kadar izin verebilir. Tayinleri kaymakama ait olmayan memur ve müstahdemlere izin verilmezden önce kaymakamın mütalaası alınır;

K) Kaymakamlar, halkın askerlik muameleleri hakkındaki müracaat ve şikâyetlerini kabul ederler. Askerlik şubelerine ve dairelerine yazarlar. Cevabı kafi görmedikleri takdirde keyfiyeti valiye bildirirler;

L) Kaymakam, Cumhuriyet Bayramında ilçede yapılacak resmi törenlere başkanlık yapar ve tebrikleri kabul eder.

Madde 32 – A) Kaymakam, ilçe sınırları içinde bulunan genel ve özel kolluk kuvvet ve teşkilatının amiridir;

B) Suç işlenmesini önlemek, kamu düzen ve güvenini korumak için gereken tedbirleri alır. Bu maksatla Devletin genel ve özel kolluk kuvvetlerini istihdam eder. Kanun, tüzük, yönetmelik ve Hükümet kararları hükümlerinin yürütülmesi için emirler verir. Bu teşkilat amir ve memurları kaymakam tarafından verilen emirleri derhal yerine getirmekle ödevlidir;

C) Kaymakam, memleketin sınır ve kıyı emniyetiyle ilgili bütün işleri yürürlükte bulunan hükümlere göre sağlar ve yürütür;

Ç) İlçe sınırları içinde huzur ve güvenliğin, kişi dokunulmazlığının tasarrufa müteallik emniyetin, kamu esenliğinin sağlanması ve önleyici kolluk yetkisi kaymakamın ödev ve görevlerindedir. Bunları sağlamak için kaymakam gereken karar ve tedbirleri alır;

Bu hususta alınan ve ilan edilen karar ve tedbirlere uymayanlar hakkında 66'ncı madde hükmü uygulanır;

D) Kaymakam, valinin tasvibiyle ilçe genel ve özel kolluk kuvvetleri mensuplarının geçici veya sürekli olarak yerlerini değiştirebilir;

E) (**Değişik: 19/2/1980 - 2261/3 md.**) Kaymakam, ilçe çevresinde çıkabilecek olayların emrindeki kolluk kuvvetleriyle önlenmesine olanak bulunmayacağı kanısına varır veya ilçe içindeki kolluk kuvvetleriyle önlenemeyecek olağanüstü ve ani olaylar karşısında kalırsa hemen valiye bilgi vererek yardım ister ve en yakın askeri (Kara, Deniz ve Hava) komutanlara da haber verir;

Yardıma gelen askeri kuvvet bu kanunun 11/D maddesi uyarınca kendisine verilecek görevi yerine getirir.

F) Devlete, Özel İdareye, belediye ve köylere ait olan ve bunlara bağlı bulunan yahut bunların gözetim ve denetimi altında iş gören daire ve müesseselerle diğer bütün gerçek ve tüzelkişiler tarafından işletilen mali, ticari, sınai ve iktisadi müesseseler, işletmeler, ambarlar, depolar ve sair uzman, fen adamı, teknisyen ve işçi gibi personel bulunduran ve barındıran yerler Devlet ve memleket emniyet ve

asayışı ve iş hayatının düzenlenmesi bakımından kaymakamın gözetim ve denetimi altındadır.

Buralarda bulunan veya çalışanların kimlik ve nitelikleri hakkında kaymakamlar bu yerlerden bilgi isteyebilir, istenilen bilgiler hemen verilir.

Madde 36 – Kaymakam, her yıl ilçenin bütün bucaklarıyla köylerinin en az yarısını ve ilçe içindeki teşkilatı teftiş eder.

Halkın dilek ve ihtiyaçlarını yerli yerinde gözden geçirir ve gereğini yapar.

Devir ve teftişe çıkacağı zaman Valiyi haberdar eder. Devir ve teftiş sonucunu bir raporla valiye bildirir.

Madde 39 – Kaymakam, ilçede kanun, tüzük, yönetmelik ve Hükümet kararlarının uygulanmasından doğan şikâyetleri dinler, gerekli tedbirleri alır ve emirleri verir.

Madde 40 – Kaymakam, lüzum gördüğü zamanlarda ilçe idare şube başkanlarıyla diğer memurları ve belediye ve ticaret ve ziraat odaları başkanlarını çeşitli işler ve kanunların tatbikatı üzerinde görüşmek üzere heyet halinde toplar. Toplantılar için yapılan çağrıya gelmemek vazifeden kaçınma sayılır. Toplantıda alınan kararlar valiye bildirilir.

İl idaresinin yukarıda belirttiğim maddelerine baktığımızda vali ve kaymakamlar için bu maddeler halkla ilişkiler uygulamalarıdır. Kanunun ruhunda halkla ilişki ve iletişim vardır. Hükümet uygulamalarından vali genelgelerine kadar tüm eylemlerde halk ön plana konulmuştur. Bir nevi il ve ilçede vali ve kaymakam hükümetin halkla ilişkiler uzmanı gibi çalışmak zorundadır. Bazen valiler 1940'lı yıllarda CHP il başkanlığı görevi verilmesinin altında yatan sebep hükümet uygulamalarının halka doğrudan işi en iyi bilen ve uygulayan kişi tarafından anlatılmasının istenildiğindedir.

Günümüzde de hükümet vali ve kaymakamlardan yapılan uygulamaların anlatılmasını ve halkın bilgilendirilmesini ister. Fakat daha çok bu bilgilendirmeyi seçilmiş kişilerin yapmasından memnun olur.

2.1.8. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) -Doğrudan Başbakanlık Genelge 2006/3

Günümüzde kamu yönetimi literatüründe "Yönetişim" ve "Yönetime katılma" kavramları ön plana çıkmıştır. Yönetim tekniği olduğu kadar bir değeri de ifade eden bu kavramların hayata geçirilebilmesi için yurttaşların yönetime ilişkin şikâyet, talep, görüş ve önerilerini kolayca iletebilmelerine yönelik iyi işleyen, hızlı ve etkin bir sistemin kurulması, yönetimin başarısı için olduğu kadar, demokrasinin sağlıklı bir biçimde işlemesi açısından da vazgeçilmez bir gerekliliktir. Bu şikâyet, talep, görüş ve önerilerin derhal işleme alınıp değerlendirilmesi, sonuçlandırılması ve ilgisine süratle cevap verilmesi de aynı derecede önem taşımaktadır. Bu düşünceler ışığında, kamu kurum ve kuruluşlarının halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin yeni bazı düzenlemelerin yapılması uygun görülmüştür.

Başbakanlığa yapılacak başvuruların tüm yurt sathında kabulünü ve Bakanlıklar ile Valiliklere yapılan müracaatların Başbakanlıktan izlenebilmesini amaçlayan ve Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık olarak isimlendirilen düzenleme, Türkiye genelinden aranabilir bir telefon numarası tahsisi ile bir bilgi işlem programı kullanılmasını öngörmektedir. Böylece, vatandaşlar tarafından yapılan yazılı veya sözlü başvuruların gereğinin yapılması amacıyla süratle ilgili kamu kuruluşu veya birimine ulaştırılması, mümkün olan en kısa sürede cevap verilmesi, gecikme halinde ilgili birimlerin uyarılması, bütün bu işlemlerin bir otomasyon sistemi içinde yürütülmesi, istatistiksel raporlarının alınması ve merkezden denetlenebilmesi sağlanmış olacaktır.

Sistemin kuruluş ve işleyişine ilişkin hususlar aşağıda belirtilmiştir (www.bimer.gov.tr):

1. Bakanlıklarda, fiziki olarak erişimi kolay bir noktada halkla ilişkiler müracaat bürosu kurulacak, bu bürolarda halkla ilişkiler konusunda hizmet verebilecek nitelikte ve yeterli sayıda personel görevlendirilecektir. Valilik ve kaymakamlıklar da kendi düzenlemelerini bu mantık içinde gerçekleştireceklerdir.

2. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık için Türkiye genelinde kullanılmak üzere "150" numaralı kısa telefon hattı tahsis edilmiştir. Bu numara illerden arandığında valilik halkla ilişkiler müracaat bürosunda bulunan telefon hattı devreye girecek ve buradaki halkla ilişkiler görevlileri tarafından alınacak müracaat, Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık web ara yüz programı kullanılarak sisteme girilecektir.

3. Bakanlıklar ve valilikler Başbakanlık Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı ile; kaymakamlıklar ise valiliklerle koordinasyon içerisinde bu sistem ile uyumlu çalışacak iletişim ve bilişim sistemlerini oluşturacaklardır.

4. 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu, 3071 sayılı Dilekçe Hakkı Kanunu, 5176sayılı Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile insan hakları ihlallerine ilişkin müracaatlar da bu bürolara bizzat ya da Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık numarası veya Başbakanlık web sayfası aracılığı ile yapılabilecektir.

5. Diğer kamu kurum ve kuruluşlarının benzer amaçla kullandıkları telefon numaraları da uygun bir zamanda bu sisteme dahil edilecektir. Bu sayede vatandaşların müracaatlarını her zaman hatırlanabilir tek bir numaradan yapması ve müracaat sürecinin basitleştirilmesi sağlanmış olacaktır. Sistemin tam olarak hayata geçirilmesi ile önemli ölçüde tasarruf sağlanması da beklenmektedir.

6. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık uygulamasına 24/02/2006 tarihinde geçilmiş olacaktır. Bakanlık, valilik ve kaymakamlıklar gerekli olan fiziki mekân, personel, iletişim ve bilişim altyapısını bu tarihe kadar oluşturacaktır denilmektedir.

2.2.VALİ VE KAYMAKAMLAR AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ

Halkla ilişkilerin günümüzde dünyada bir hayli farklı ve değişik görüş açlarına göre tanımları yapılmaktadır. Bu tanımlar zamana ve mekâna göre değişiklikler göstermektedir. Halkla ilişkiler tanımları yapılırken o yerde yaşayan insanların anlayış, yaşam tarzları, ahlaki kuralları, dini anlayışları, ekonomik gelişmişlikleri gibi çok farklı sebep göz önüne alınmaktadır. Halkla ilişkiler anlayışına mevcut zaman ve yerdeki idareciler, siyasetçiler, kanaat önderleri, sivil toplum örgütleri ile halkın ortak kabul ettiği değerler üzerinden yapılagelmiştir.

Halk araştırması yurttaşların kamu hizmetlerinin devlet tarafından yeterli ve nitelikli biçimde sunulmasına yönelik beklentilerinin hala çok güçlü olduğunu ortaya koymuştur. Yurttaşlar bu beklentilerinin gerçekleştirilmesinde mülki idareye ve mülki idare amirlerine önemli görevler düştüğünü, yörelerindeki "en etkili devlet kurumu" sıralamasında ve devlet hizmetlerinin yürütülmesinde mülki idareye ilk sıralarda yer vererek ve onu taşrada "en önde gelen, en güçlü, en sözü geçen" devlet kurumu olarak belirterek göstermişlerdir. Yurttaşların sıkça dile getirdiği "Kaymakam buranın cumhurbaşkanıdır" biçimindeki tanımda saygınlık, güç ve otorite açısından mülki idareye verilen önemi göstermektedir (Emre vd, 2003:118)

Yönetim, somut yer ve zaman boyutları içine yerleşmiş politik sosyal bir olgu olarak ele alındığında, yönetsel farklılıklar, tarım ile sanayinin önem sırası ve etkinliği, okuryazarlık oranı, kültürel ve teknik özellikler, dil, gelenekler, halkla ilişkileri etkileyen başlıca faktörler arasında yer almaktadır. Böylece her ülkenin sahip olduğu yönetim sistemi halkla ilişkiler faaliyetlerini olumlu ya da olumsuz açılardan etkilemektedir. Halk nazarında Türk Kamu Yönetimi sisteminin olumsuz izlenimlere sahip olmasının temel nedeni İmparatorluk Dönemindeki bürokratik tabaka-halk zıtlığına kadar uzanmasıdır.

Kamu yönetiminde vatandaşa güvensizlik söz konusu olduğu gibi, vatandaşın güveni de kazanılamamıştır. Oysa yönetimin hizmet verdiği vatandaşa güvenmesi, önünü açması ve dolayısıyla yönetime katılmasını kolaylaştırarak yönetimin

demokratikleşmesini sağlaması gerekir (Aydın, 2009:207). Aydın'a göre az gelişmiş ülkelerdeki ve Türkiye'deki halkla ilişkilerin bir takım özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Aktaran Ertekin, 2000:133):

- a. Kamunun yönetime katılma isteği zayıftır.
- b. Kitle haberleşme araçları ile iletilen mesajın anlaşılması güçtür. İletilen mesajın, topluma kanaat önderleri aracılığıyla yayıldığı görülür.
- c. Kamu örgütleriyle ilişkilerde aracı kullanılması yaygın bir alışkanlıktır. Bunun; ulaşım ve haberleşme olanaklarının kısıtlı olması, sorunların çözümünde pasif kalma konularıyla yakın ilişkisi olduğu görülür.
- d. Kamuoyu eski alışkanlıklarına bağlı olduğundan her türlü yeniliği tepki ile karşılama eğilimindedir.
- e. Sürekli olarak yapılan vaatlerin tutulmaması sonucu, kamuoyunda devlete karşı aşırı bir güvensizlik doğmuştur.
- f. Görevi alt birim çalışanlarının çözümlenebileceği sorunların, birimin en üst yöneticisi tarafından çözümünü bekleme alışkanlığı, geniş bir işlerlik kazanmıştır.
- g. Kamu örgütleri kırtasiyeciliğe boğulmuş, araştırma olanaklarından yoksun, uyarılara kapalı, katı bir mevzuat kalıbı içerisine sıkışmış, siyasi baskılar altında ezilen bir görünüm içerisindedir.

Yirminci yüzyılın başlarında yaşanan sanayideki gelişme, işbölümü ve uzmanlaşmayı arttırarak kamu ve özel sektörde yönetimin bir uzmanlık alanına dönüşmesine ve karmaşıklaşmasına neden olmuştur. Daha da önemlisi kararlar merkezileşmiştir. Bu durum yöneten- yönetilen arasındaki var olan uçurumu daha da arttırmıştır.

Yönetimin genişlemesi bir taraftan soruna çözüm getirirken, yeni, birçok sorununda doğmasına neden olmuştur. Bu yeni sorunların bir bölümüne getirilen çözümlerinde oynadığı rol, halkla ilişkilerin ideolojik olarak nitelendirilmesinin temel nedenidir. Kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulaması, bir yandan yönetimin etkinliğini artırarak halkın yönetime karşı güven duymasını amaçlar, diğer yandan bazı sorunların doğmasını veya mevcut sorunların krize dönüşmesini

engelleyerek sistemin sürekliliğine katkıda bulunur (Uysal, 1998:21). Yönetim, mevcut ideolojisini yaymak ve yerleştirmek için halkla ilişkileri bir araç olarak kullanır.

Halka ilişkiler bir iletişim olayıdır. Yöneticilik mesleğinin temelinde de iletişim yatar. Yönetici, aslarını işletmenin amaçları doğrultusunda istekle çalıştırmak zorundadır. Bu zorunluluk öncelikle, personel ile olumlu bir iletişimi gerektirir. Söz konusu iletişimi sağlayan yöneticiler personelini istekle çalıştırma yolunda önemli bir adım atmış olurlar.

Günümüz işletmelerinde işletme sahipleri ve yöneticiler hızla birbirinden ayrılmaktadırlar. İşletmeyi ortaklar adına yöneticiler yönetir. Yöneticiler, işletme sahiplerinin örgüt içinde ve dışında temsilcisi konumundadırlar. İşletmeyi başarılı bir biçimde temsil etmek, halkla ilişkiler tekniklerini kullanarak sağlanır. Bu nedenle günümüz yöneticilerinin halkla ilişkiler konusunda bilgi sahibi olmaları gerekir. Toplumun kültür düzeyindeki artış yönetime zamanla demokratik ve işbirlikçi bir özellik kazandırmış ve modern yönetimin ortaya çıkışına neden olmuştur. (Massie'den aktaran Geylan, 2001:33).

Vali ve kaymakamlar açısından halkla ilişkilerin önemi ise sistemin yerleşmesi ve devamı için aşılama gereği, yönetsel etkinliği artırma zorunluluğu, yönetimin genişlemesi, karmaşıklaşması, yöneten-yönetilen işbirliği ve uyumunun sağlanmasında koordinasyonu sağlama şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda halkla ilişkiler, yönetsel açıdan aşağıdaki konularda işlevsellik kazandırmaktadır:

2.2.1. Sistemin Yerleşmesi ve Devamı İçin Aşılama Gereği

Günümüzün modern devleti, toplumsal sorunların çözümüne yönelik olarak eskinin kullanıldığı yöntemlerden farklı, fiziki gücü arka plana iten yöntemler kullanılmaktadır. Çağdaş gelişmelerin yarattığı teknolojilere ve daha önemlisi ideolojik araçlara ciddi bir yönelme söz konusudur. Bu ideolojik araçları şöyle sıralamak mümkündür:

- a. Aile sistemi,

- b. Eğitim - öğretim kurumları,
- c. Siyasal sistem,
- d. Adalet sistemi,
- e. Sivil toplum kuruluşları,
- f. Toplumsal kültürel sistem,
- g. Din,
- h. Kitle iletişim araçları.

Devlet, egemenliğini devam ettirip pekiştirmek için bu tür araçlara her zaman ihtiyaç duymuştur. Üretim biçiminin her dönemde sürekliliğini sağlamak, doğruluğunu kanıtlamak, sakıncalı yönlerini toplumdan gizlemek ideolojik çalışmaların başlıca amaçları olmuştur.

Halkla ilişkiler tekniği içinde önemli bir yere sahip olan kitle iletişim araçları devletin ideolojik faaliyetlerinde özel bir yere sahiptir. İletişim halkla ilişkilerde de tıpkı ideolojik çabada olduğu gibi inanç aşılamanın aracı olmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamasında ideolojik amaçlı uygulamalar aynı araçlar üzerinde çakışmakta, üst üste gelmektedir. Bunun sonucunda çok geniş bir uygulama alanı bulan ideoloji aşılama faaliyetleri içerisinde halkla ilişkilerin belirli bir yer tutuyor olmasıdır.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemli bir bölümünü kurum ya da kuruluştan dış çevreye bilgi aktarmaktadır. Kitle iletişim araçlarını kullanmak suretiyle çevreyi kimi kez aydınlatma, kimi kez de kamu veya işletme faaliyetlerinin halka anlatılması bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. Bu oluşum ideolojik devlet çabasıyla aynı yöndedir ve bir amaç birliği söz konusudur. Ortaya çıkan bu ilk yönüyle halkla ilişkiler, kitle iletişim faaliyeti içerisinde yer alan ideolojik boğuşmada kamu ve özel kesimin öneri, buyruk düzenlemelerinin topluma benimsetmeyi ve bu yolla toplumsal sorumluluğu sağlayıp sürdüren sisteme siyasal meşruluk kazandıran bir çalışma biçimidir (Kazancı, 1997:7). Devlet bu ideoloji aşılama faaliyetlerinde yalnız değildir. En büyük yardımcılarından biri, bu ideolojiye hayatını borçlu olan özel teşebbüstür.

Yönetim içerisinde halkla ilişkilerin salt bir bilgi verme işlevi olmanın ötesinde bu işlevle birlikte siyasal-yönetimsel otoriteye meşruluk ve destek sağlama aracı olduğunu söyleyebiliriz. Halkla ilişkilerin öneminin çağımıza damgasını vuran demokratik yönetimin yönetilenlere karşı sorumlu ve duyarlı olması zorunluluğundan doğduğu ve toplumun liderlik ve bütünleşme gereksinimi arasındaki hassas denge üzerine kurulduğu söylenebilir. Bu nedenle ilişkileri bir meşruluk aracı olarak kabul etmek mümkündür.

Kamu yönetiminin devletin somut biçimini oluşturması, bu alandaki halkla ilişkiler uygulamasını da aynı uzantının bir parçası haline getirir. Ayrıca sistemin sürekliliğini sağlayan başka mekanizmalarda olduğu gibi, halkla ilişkilerin içinde var olduğu siyasal yada demokratik ortama karşı bir misyon yüklenmesi de söz konusu değildir. Kamu yönetimi, hükümetin amaçlarına ulaşması için belli bir işlevi yerine getirir ve halkla ilişkiler bunlardan biridir. Halkla ilişkiler yalnızca kamu yönetiminde değil, içeride yer aldığı her türlü yönetsel kuruluşun amaç ve politikalarına hizmet eder (Uysal, 1998:35).

2.2.2. Yönetsel Etkinliği Artırma Zorunluluğu

Halk, yönetimin çalışmalarından bilgi sahibi edilmediği için şikâyetçidir. Aynı zamanda halk çeşitli kuruluşların kendisine sunmuş olduğu hizmetlerin tam ve zamanında yapılmasını ister. Günümüzde hızlı bir şekilde gelişen olanaklardan herkes yararlanmak istemektedir. Vatandaşlar yol, su, elektrik, temizleme ve aydınlatma hizmetlerinin eksiksiz olarak devam ettirilmesini kamu görevlilerinin bir ödevi olarak görmektedirler. Hizmetlerin yürütülmesindeki gecikmeler kolaylıkla af edilmektedir. Eğer gecikme nedenleri halka anlatılmadığı takdirde tepkiler daha da şiddetli olmaktadır (Tortop, 1993: 89). Halk genelde memurların kapalı kapılar arkasında boş oturduklarını ve dedikodu yaptıklarını düşünür. Onları bu düşünceye iten neden planlanan hizmetler hakkında bilgi sahibi olmamalarıdır.

Kamu yönetimi ve işletmelerde halkla ilişkilerin kazandığı diğer bir anlam, yönetimin bilme, tanıma eksikliğini gidermek, halkla sorumluluğu bölüşmek, yapılan işlerden halk ve tüketiciyi haberdar etmektir. Toplumun değişik kesimlerinin taleple-

rinin yönetimce öğrenilmesi ve bu taleplerin değerlendirildikten sonra yönetsel eylem ve işlemlere dönüştürülmesi gibi bir süreci içermesi, halkla ilişkileri bir yönetim süreci haline getirmiştir. Bu bağlamda halkla ilişkiler yönetsel etkinliği arttırmak için kullanılan bir yönetsel teknik olmuştur. Fakat yönetimin tanıma-bilme eksikliğini gidermesi demek, yönetimlerin tüm istek ve taleplerinin yönetimin eylem ve planlarında yer alacağı manasına gelmez.

Yönetimin yapacağı işlerin önceliklerinin belirlenmesinde, bireysel isteklerin öğrenilmesinde halkla ilişkiler çağdaş bir bilme tanıma yöntemidir. Toplumun tüm kesimlerinin oylarını öğrenmek, kararları toplumsal uzlaşmayı bozmayacak ya da bu uzlaşmaya ters düşmeyecek şekilde oluşturmak yönetsel bir görev olmanın yanında toplumsal bir zorunluluktur. Bu aşamada halkla ilişkiler yönetime çevre ile etkileşme olanağı sağlamaktadır. Bunun neticesinde ortaya çıkan karar uygulanabilir olan karardır. Neticede bu kararın arkasında toplumsal destek vardır. Halkla ilişkiler yönetimin yanlış yapmasını belirli ölçüde azaltan, çevre ile uyum noktalarını ortaya çıkaran bir yönetim fonksiyonudur. Türk kamu yönetimi kendi eksiklik ve aksaklıklarını göremeyecek ve kendi kendini düzeltemeyecek bir yönetim örneğidir (Kazancı, 1997:27). Halkla ilişkilerin yönetsel verimliliğini arttırmada bir yönetsel teknik olarak kullanılması, çoğunlukla merkezi yönetimin geleneğinin güçlü olduğu ülkelerde söz konusudur.

Halkla ilişkiler işlevinin temel niteliği, yönetimin düzenli ve problemsiz bir şekilde işlemlerini sağlayarak muhtemel çatışmaları önlemektir. Bu bağlamda halkla ilişkiler, her siyasi sistemde kullanılan onay sağlama mekanizmalarından biridir. Siyasi platformda propagandaların yüklendiği açık meşruluk sağlama misyonu, yönetsel alanda farklılaşarak bilgi vermeye dönüşmektedir. Başka bir yönüyle halkla ilişkiler etkinlik ve verimliliğin sağlanmasına yönelmekte, diğer yönüyle de halkın yönetimle olan işlerinde karşılaştığı sorunların çözülmesinde bir araç rolü oynamaktadır.

Anayasa ve 5442 sayılı İl İdaresi Kanunu, illerin yönetimini yetki genişliği esasına dayandırmaktadır. İllerde askeriye ve adliye haricindeki tüm işleyiş vali ve kaymakamlar müdahale edebilmektedir. Lokantaların ve yiyecek satan yerlerin tarım

müdürlükleri vasıtasıyla gıda denetimi, fabrikalarda iş yeri güvenliği, işçilerin sigortalarının yapılması, özel eğitim alanında mevzuata uyulup uyulmadığının denetimi derneklerin yıllık mali denetimleri, aklımıza gelen tüm alanlar. Askeriye ve adliye ile de dolaylı ilişki vardır. Olaylar büyüdüğünde veya afet çıktığında en yakın askeri birlikten yardım istenir ve bu yardımı askeri birlik derhal yerine getirmekle görevlidir (www.mevzuat.gov.tr). Günümüzde kamu yönetiminde halkı ilgilendiren konuların her geçen gün karmaşıklaşması yönetimin etkinliğinin artırılmasını gerektirmektedir. Etkin bir idare vatandaşa hem güven verecek hem de toplum içinde çıkan uyuşmazlıkları çözerek huzuru sağlayacaktır. Ayrıca afet ve kriz durumları, yerel yöneticilerin en çok öne çıktığı durumlardır. Kamuların bilgi ihtiyacının en üstte olduğu bu durumlarda halkla ilişkiler bilinci çerçevesinde konunun yönetilmesi, yönetim sistemine ve yöneticilere olan güveni artırma özelliğine sahiptir. Kamulara etkileyebilen ve kamuların güvendiği kişiler, krizlerin derinleşmesine ve toplumsal olayların büyümesine izin vermezler. Afet, toplumsal olaylar, asayişin bozulduğu zamanlar, yönetsel etkinliği artırma zorunluluğunu gerekli kılmaktadır. Mülki idare amirleri, bulunduğu il ve ilçelerde halkla ilişkileri güçlü tutarak yönetimin etkinliğini artırmak zorundadır.

2.2.3. Yönetimin Genişlemesi ve Karmaşıklaşması

Liberal ekonomi ve siyaset geleneğine sahip ülkelerde yirminci yüzyılın ilk yarısındaki gelişmeler, hem devletin alanının genişlemesine, hem de kamu yönetiminin karmaşıklaşmasına neden olmuştur. Devletin karıştığı ya da düzenlediği alan genişlerken, kararlar daha teknik bir boyut kazanmış ve çoğu önemli konularda karar verme bireyden uzaklaşmıştır. Bu durumun birey etkinliğini ve bireyin karar verme önceliğini arttıran liberalizmin ana felsefesi ile olan çelişkinin giderilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Aynı olgu özellikle yerel yönetimlerin belli bir aralığa sahip olduğu Anglo-Sakson geleneğine sahip ülkelerde yönetimin halktan uzaklaşması olarak algılanmıştır. Bu gelenek dışında kalan ülkelerde ise, devletin işlevlerinin artışı ile zaten güçlü bir konumda olan merkezi yönetimin gücü daha da artmıştır (Uysal,

1998:21). Teknolojik gelişmelerdeki hızlı artış ve dış dünyayla olan sıkı ilişki ve rekabet, devletin yapısını hızlı bir şekilde büyütmüş ve karmaşık bir yapıya sahip olmasını sağlamıştır.

Yurttaşlar için büyüyen devlet yapısını anlamak, tanımak, önemli bir güçtür. Tanıma-bilme eksikliği bazı halk katmanlarında (özellikle eğitim seviyesi düşük olan kesimlerde) daha belirgindir. Onların toplumsal durumlarından kaynaklanan bu durum, devlet karmaşıklaştıkça ondan uzaklaşmak şeklinde sonuçlanmaktadır. Uzmanlaşmış kişilerin bile, yetkili yönetsel birimle ilişki kurmakta, tanıma-bilme eksikliğini gidermekte büyük zorluklarla karşılaştıkları düşünüldüğünde, yönetsel işlemlerin basitleştirilmesinin gerekliliği daha iyi anlaşılacaktır. Böyle bir ortamda, halkla ilişkiler uygulaması, ortaya çıkan ilişki güçlüklerini çözmeye yönelik, planlı ve doğal çabalar olarak önemli işlevleri yerine getirmektedir. Amaç, yönetimin yapı ve işleyişini birlikte tanımak ve ortaya çıkan ilişki güçlüklerini basitleştirerek ortadan kaldırmaktır. Bu sağlanırken kitle iletişim araçları ve diğer teknikler yoğun olarak kullanılır. Sorunun önemli bir kısmı yüz yüze ilişkilerle çözülmeye çalışılır. Bu konumda kamu görevlisi sadece idari usulleri uygulayan bir memur olmanın dışında, yönlendiren, açıklayan, halkın işini kolaylaştıran bir ajandır. Böylece halkla ilişkiler uygulamasında halkın aydınlatılması olayı yalnızca yönetimin ne yaptığını açıklamak değil, aynı zamanda yönetimin yapısında ileri gelen güçlükleri yenmek için halka bilgi aktarmak gibi zorunlu bir çabayı da içermektedir (Kazancı, 1997;29). Yönetimin gerçekleştirdiği halkla ilişkiler uygulamasıyla günden güne büyüyen bu devlet yapısını halkın nazarında sadeleştirerek, vatandaşın devlet kapısındaki işini kolaylaştırmaya çalışılır.

2.2.4. Yöneten-Yönetilen İşbirliği ve Uyumunun Sağlanması

Yönetim, hizmetlerinde halkın görüş ve eğilimlerini öğrenip hesaba katmak, yaptığı hizmetler, karşılaştığı güçlükler, hizmeti geliştirme imkânları, bu hizmetteki aksamaların nedenleri ve düzenli çareleri hakkında halkı aydınlatmak, karar ve tedbirlerin halk tarafından benimsenmesine çalışmak halkın yardım ve işbirliğini sağlamanın yollarını aramak zorundadır. Böyle bir çalışma yönetimin başarısını artırır.

Güçlüklerin halk tarafından anlayışla karşılanmasına yardım eder. Bu sayede idare ile halk arasında güven ve inanış kuvvetlenir (Ertekin, 2000:134). Yönetim halk içindir ve bu anlamda varlık nedeni de halktır. Amaç, halk ile yönetimin arasını açmak, halkın şikâyetlerini çoğaltmak değil bunları ortadan kaldırmaya yönelik çözüm yolları üretmektir. Halk ile yönetim arasında işbirliği ve uzlaşmanın sağlanmasında en önemli rol yönetime düşmektedir. Yönetim bu yaklaşımı sağlayıcı bazı hareketlere girişebilir. Halk dediğimiz kitle dağınık ve homojen olmayan bir yapıdadır. Onları bir araya getirecek ve bir doğrultuda yönlendirecek olan yöneticilerdir. Halk ile yönetim arasındaki açıklığı ortadan kaldıracak ikisi arasında yaklaşımı sağlayacak eylemleri gerçekleştirmek yönetimin, yöneticilerin, memur ve diğer halkla ilişkiler görevlilerinin işidir.

Türkiye'de kamu yönetimi yapısı, işleyişi ve gelenekleriyle çevresi ile kolay bir ilişki kurma olanağına sahip değildir. Halkla ilişkiler gerçekleştirilmek gibi bir görevi olduğu konusunda da pek istekli değildir. Buna karşın halkın yönetime destek vermesi, onun kendisi için yararlı çalışmalar yaptığını inanmasına bağlıdır. Bu da ancak yönetimin gerçekten olumlu işler yapması ve bunları halka anlatmasıyla mümkündür. Bu görevi kurumun halkla ilişkiler bölümü ve halkla ilişkiler sorumluları yerine getirir. Örneğin, kuruluşların açılış törenleri, kuruluşların yıl dönümleri kutlamaları etkin bir yöntemdir. Ayrıca yönetimler çalışmalarını açıklayıcı basın toplantıları düzenleyebilir, bültenler yayınlatabilir. Kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkiler sürekli bir hale sokulabilir.

Türkiye'de durum her ne kadar iç açıcı gibi görünmese de; çözülemeyecek kadar kötü değildir. İlk olarak yönetimden hesap sorma geleneği, geçmişten bu yana hep vardır. Mevcut yapıda Türkiye'de yönetimle halkın ilişkisi bir kısır döngü oluşturmaktadır. Yönetimin bilgi vermediği, bilgiyi sakladığı yönetilen, yönetime katılma bilincine, yönetimi demokratik yollarla zorlama, ondan hesap sorma bilinci ve isteğine bir türlü ulaşamamakta, onlar hesap sormadıkça veya sormadıkça da yönetimler kendiliğinden hesap verme gibi bir iyi niyet içerisine girmemektedir (Kazancı, 1997:33). Ancak son zamanlarda gelişen bilgi teknolojileri ve bazı yasal düzenlemeler, kamu yöneticilerinin de bilgi vermesini gerektirmektedir. Bu anlamda

yazılı ve görsel medyanın yanı sıra sosyal medyanın kurumlar tarafından yaygınlaşarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bunun yanında bazı mülki idare amirleri tarafından yapılan halk günleri, halk ile yüz yüze temasta önemli araçlardandır.

Bütün bu ve benzeri uygulamalar halkla yönetim içinde olmayı ve uygulamalardan halkın haberdar olmasını sağlar. Ayrıca, yönetime katılma yolu, halkın görüşlerini devlete iletmesinde olumlu katkılar sunar.

2.3. VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLERİ UYGULAMA AŞAMALARI

Halkla ilişkiler uygulamalarında başarılı olabilmenin yolu, hedef kitleye en iyi biçimde hitap etmekten geçer. Kurum ya da kuruluşu söz konusu hedef kitleye tanıtabilmek, hedef kitlenin her yönüyle tanınmasıyla mümkün olabilir. Halkla ilişkiler kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir. Kurum ya da kuruluş hedef kitlesini tanıtırken ve faaliyetlerine yön verirken aynı zamanda söz konusu hedef kitleden de etkilenmektedir. Kurum ya da kuruluş halkla ilişkiler uygulamalarıyla birlikte hedef kitlesini etkiler, bu da kurum ya da kuruluşun kendisini en iyi biçimde tanıtmaya mümkün olur ve de tanıma ve tanıtma çift yönlü iletişimle gerçekleştirilmektedir.

Hedef kitlenin demografik ve psikografik özellikleri halkla ilişkiler planının şekillenmesinde önemli rol oynar. Bir halkla ilişkiler projesini şekillendirecek olan; Kime ? (Kim İçin ?) Nerede? Nasıl? Ne? Neden? sorularının cevabı büyük oranda hedef kitlenin doğru çözümlenmesi ile ilgilidir (Uludağ, 2010:87). Günümüzde bu mesleğin çilesini paylaşan uzmanların gerçekleştirilmesi şart olan ilk görevleri; "Halkla İlişkilerin halkla ilişkilerini yapmak" biçiminde dile getirilir. Yani halkla ilişkileri tanımak ve bu olguyu ilgililere gerektiği gibi tanıtmak ilk anlaşılması gereken konudur.

Her şirket nasıl ki bir reklam ajansı hizmetine, araştırma şirketi hizmetine, gereksinim duyuyorsa, bir halkla ilişkiler şirketini de yanı başına almalıdır

(Kadıbeşegil, 2008:69). Bu anlayışın yansıması olarak 1948'den beri yerel yönetimler halkla ilişkiler için ciddi miktarda para harcamaktadır. 1972'den sonra halkla ilişkilerde her zaman halka bilgi verme fikri gelişmiştir. 1975'in sonunda 224 yerel yönetim halkla ilişkiler bürosu kurulmuştur. Yönetimlerin fikirlerini ve yaptıklarını halka duyurmayı amaçlayan bu uygulamalar, yerel yönetimlerin doğruları ve sorumlulukları olarak kabul edilmektedir. Medya bütün bu yapılanların anlatılmasında önemli rol oynamış ve program ve planlarında yer vermişlerdir (Advertising in Britain, 1976:26).

Vali ve kaymakamların halkla ilişkiler uygulama aşamaları aşağıda tanıtma ve tanıma başlıkları altında incelenmektedir.

2.3.1. Tanıtma

Tanıtma, halkın aydınlatılması, kararların açıklanması, bunun yanı sıra günümüzde karmaşık bir yapıya ulaşan yönetim aygıtının yol açtığı tanıma bilme eksikliğini gidermek amacıyla halka bilgi aktarımı çalışması şeklinde tanımlanabilir (Kazancı, 2004:73). Tanıtmada yönetimin işlem çerçevesi tüm ülke ve bu ülke insanlarıdır. Fakat ulaşılması hedeflenen kesimlerin kendi aralarında bir öncelik sırası söz konusudur.

Kitle iletişim araçlarında yer alan haberler, kamuoyuna belirli olayları duyurmaktan öte, kamuoyunu oluşturan çıkar ve baskı gruplarını tartışmalı konularda bir anlamda hakemliğe çağırma anlamına da gelebilir. Bu hakemliğin gerçekleşebilmesi yeterince bilgilendirilmeye bağlıdır. Yönetimin kamuoyunu aydınlatması kendini savunma, aklama ve haklılık durumunu sürdürmesi için bir zorunluluktur. Bu ülkede kamuoyu ne kadar fazla ve değişik kaynaklardan bilgi alırsa varacağı sonuçlar o kadar doğru olur ve hakemliği de o derece iyi yapacaktır. Böylece kamuoyu ussallaşacaktır. Dolayısıyla ilk olarak yapılması gereken, toplumu olabildiğince aydınlatmak ve bilgilendirmektir. Açık toplumda başarıya ulaşabilme için yönetimin uyması gereken bazı evrensel kurallar vardır. Halkın hakemliği ve onayı için hizmetlerin nasıl yapıldığı değil ne için yapıldığı açıklanmalıdır,

Yönetimin tanıtma işlevi başka bir açıdan önem kazanmaktadır. Kuruluşların yapılarının son derece karmaşıklaşmış olması tanıtma işlevini zorunlu hale getirmiştir. Halkın bilme tanıma eksikliği bu işlevle azaltılmaya çalışılır. Kuruluşların iç işleyişi, işlemlerin nasıl yapılacağı, bu işlemlerin neler olduğu ve hangi sürelerde başvurunun yanıtlanacağı gibi konular, yönetimle öz ve açık bir biçimde anlatılmaktadır. Yönetimin halk nezdinde güvenli bir konuma gelmesi ve halkın destek ve onay vermesi için tanıtım şarttır.

Kamu yönetiminin yanı sıra kâr amacı güden özel kuruluşlarda da tanıtım önemli bir yer işgal etmektedir. Tanıtım "bir hizmet, mamul ya da fikrin benimsenmesini sağlamak amacıyla hedef grubun tutum ve davranışın etkileyerek belirli bir davranışa yöneltmek amacıyla belirli teknik ve yöntemler kullanılarak yapılan bilinçli, programlı ve eşgüdümlü faaliyetlerden oluşan haberleşme sürecidir" (Gürdal, 1997:5). Kuruluşların ürettiği mal ve hizmetler ayrıca kuruluşun kendisiyle ilgili olarak bilgilerin halka ulaştırılması "tanıtma" ile gerçekleştirilmektedir. "Tanıtım"ın birçok tanımları yapılmaktadır. Bu tanımlar incelendiğinde şu ortak noktalar görülmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2009:129-165).

- a. Tanıtım, iletişim kuramına dayanır ve ikna edici olma özelliği bulunmaktadır.
- b. Tanıtım, doğrudan satışları kolaylaştırma amacına yönelik olduğu kadar, tutum ve davranışlara da yöneliktir.
- c. Tanıtım, diğer pazarlama eylemleriyle birlikte uygulanır ve onların etkisi altındadır.
- d. Tanıtım, mamul, fiyat ve dağıtım arasında planlı ve programlı bir çalışma gerektirir ve sonuçta birlikte sinerjik etkiyi oluştururlar.
- e. Tanıtım, işletmelerin genellikle dış çevre ile olan iletişimini içerir.

Kuruluşun ürettiği mal ve hizmetleri, bunların fiyatları ve dağıtımlarıyla ilgili bilgilerin aktarılması, iletişimle gerçekleştirilmektedir. İletişimin etkinliğinin sağlanması ulaşılması hedeflenen tüm kitlelerin ikna edilebilirliğiyle sağlanmaktadır. Bu

boyutta tanıtım, dışa dönük bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Kuruluşun eylemleri çevresel değişimlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Kuruluş, bunları sürekli olarak izleyecek ve kendi faaliyetlerini yeni değişimlere uyarlayacaktır. Tanıtım aynı zamanda tutum ve davranışları da belirli bir kalıba sokmaya yöneliktir. Belirli bir kuruluş hakkındaki inançlar, sistemli ve etkin tanıtım programlarıyla değiştirilerek güvenilirlik, saygınlık ve olumlu imaj yaratabilir (Gürdal, 1997:7).

Kuruluşların faaliyet alanlarına göre kullanılan tanıtım karması elemanları ve bunların AIDA (Dikkat, İlgi, Arzu, Eylem) amaçları da farklılık gösterir. Örneğin, kişisel endüstriyel ürün üreten kuruluşlarda, reklam tüketim mamulleri üreten işletmelerde, satış geliştirme her iki grupta da, halkla ilişkiler ise başta kamu kuruluşları ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar olmak üzere, tüm kurum ve kuruluşlarda önemli bir işlev olarak yer almaktadır. Halkla ilişkiler, önceleri yönetim işlevi olarak kabul edilmesine karşın, günümüzde pazarlama karmasında iletişim araçları arasında yer alan bileşendir. Bu açıdan bakıldığında halkla ilişkiler; kurum, ürün ve marka için olumlu imajlar yaratmayı ve diğer iletişim çabalarını desteklemeyi amaçlamaktadır (Odabaşı ve Oyman 2009:129-165).

Günümüzdeki gelişmelere bağlı olarak geleneksel pazarlama anlayışı yerini çağdaş pazarlama anlayışına terk etmesi halkla ilişkilerinde yeni sorumluluklar almamasını sağlamıştır. Nasıl ki üretilen mal ya da hizmetler için çeşitli tanıtım faaliyetleri gerçekleştiriliyorsa, kurumunda eskiye nazaran daha fazla tanınmaya, daha fazla müşteri yanlısı olmaya gereksinimi bulunmaktadır. Halkla ilişkiler hem geleneksel reklam ve pazarlama çabalarını desteklemekte hem de uluslararası pazarlama iletişiminin temel unsuru olarak yer almaktadır (Gürdal, 1997:10). Günümüzün modern işletmelerinde halkla ilişkiler, pazarlama ve reklamı desteklemekte aynı zamanda firma ve ürün tanıtımını gerçekleştirmektedir.

Tanıtma, bir enformasyonu, reklam ise bir mesajı taşımaktadır. Başka bir anlatımla reklamlar haber verirken tanıtımlar bilgi sunmaktadırlar. Tanıtma reklamcılıktaki gibi kitle iletişim araçlarıyla yapılmakta, fakat kitleyi direk olarak bir harcama içine sokmamakta, kitle üzerinde olumlu bir etki meydana getirmektedir (Gürel, 1971:9). Tanıtma; bir birey, topluluk ya da kurum tarafından, uygun yöntem,

teknik ve iletişim araçlarından yararlanmak suretiyle hedef grupları bir durum ya da olay konusunda aydınlatmak ya da bir tutum ve davranışa yöneltmek için gerçekleştirilen bilinçli bir etkinliktir. Tanıtma amacına ve uygulanış biçimine göre çoğu defa enformasyon, reklam veya halkla ilişkiler ile eş manada algılanmaktaysa da aslında bütün bu kavramlar iç içe ve bütünleşmiş bir biçimde kapsamaktadır. Çağdaş tanıtıma en büyük katkıysa propaganda, reklam ve halkla ilişkiler yöntem ve teknikleriyle sağlanır (İnceoğlu, 1985:84).

Kurum ve kuruluşlar tanıtıma yönelik faaliyetlerini değişik teknik ve araçlar kullanmak suretiyle yerine getirmektedirler. Bazı durumlarda etkinliklerden de yararlanırlar. Kurum ve kuruluşlar günlük işlerinde yol gösterme ve danışma hizmetleriyle, bünyelerinde barındırdıkları idare danışma merkezleriyle ve gerekse sürekli yayınlar, basılı tanıtım aracılığıyla, radyo ve televizyondan da yararlanarak "tanıtma" etkinliklerini yerine getirirler. Mülki idare amirleri kamuyu bilgilendirmenin yanı sıra kamuların görüşlerini öğrenmek ve gündemi takip etmek ya da yapılandırmak amaçlı olarak kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Halkı ilgilendiren tüm konular için yerel yöneticiler, medya üzerinden halka erişmelidirler.

2.3.1.1.Tanıtımda Kullanılan Araç ve Yöntemler

Başarılı bir halkla ilişkiler uygulaması için kitle iletişim araçlarından yararlanmak zorunluluktur. Daha az bir emekle çok geniş bir kitleye anında, açıklayıcı, yönlendirici mesajlar yollamak bu araçlarla gerçekleştirilmektedir. Kitle iletişim araçlarından yararlanma, yönetim için hem bir zorunluluk hem de ussal bir girişim olmuştur. Yönetimin kendisini halka anlatmasında önemli yararlar sağlar. Ancak kitle iletişim araçlarının teknik konumları, yönetimin bunlardan farklı konularda farklı biçimlerde yararlanmasını gerektirir. Kitle iletişim araçları sorunun türüne göre, zamana göre, hitap edilecek kitlenin özelliğine göre farklılaştırılır. Halkla ilişkiler gazeteciliği değil, gazetecilerle ilişkiyi içermektedir. Televizyonculuğu değil, televizyon program yapımcıları ve muhabirleriyle ilişkileri kapsamaktadır (Kazancı, 1997:68). Kurum ya da kuruluşları tanıtmayı gerçekleştirmeye yönelik

olarak birçok araç ve yöntem kullanılarak, kitleler üzerinde olumlu imaj yaratmayı hedeflemektedirler. Yoğun olarak kullanılan araçlar aşağıda sıralanmıştır.

2.3.1.1.1. Medya İle İlişkiler

Kuruluşun temel görevlerinden biri toplumu kuruluş hakkında bilgi sahibi yapmaktır. Örgütün çevreyi tanınması ve çevrenin de örgütü tanıyabilmesi için bilgi, haber üretmek ve bunları halka duyurmak zorundadır. Ancak burada kamuoyunun bilgilendirilmesinde medya ile örgüt arasında iyi ilişkilerin, işbirliğinin sağlanması önemli bir yere sahiptir. Halkla ilişkiler görevlisi halkın güvenini kazanmak için örgütün çalışmalarını, başarılarını, halka tanıtmak durumundadır. Halkla ilişkiler görevlisi, hem basının haber alma hem de örgütün halkla ilişkiler görevlisi olarak çift yönlü gereksinimini karşılamak zorundadır.

Medyayla kurulacak olan sağlıklı ve verimli ilişkilerde, halkla ilişkiler uzmanının, medyanın yapısı, politikası ve hedef kitlesi hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir (Okay, Okay, 2001:22). Halkla ilişkiler görevlisinin temel görevi medya ile ilişkilerin nasıl "yapılacağı" dönüştürülebileceğidir. Bunu gerçekleştirebilmek için öncelikle medya ilişkilerinde belirgin politikalar oluşturulmalıdır (Gürdal, 1997:115). Bunu sağlayacak olan kişilerin belirlenmesi önemli bir konudur. Yetki ve sorumlulukların kime ait olduğu, basına bilgilerin kim veya kimler tarafından aktarılacağı öncelikli olarak belirlenmelidir. Bu işle görevlendirilen kişiler konusunda uzman ve deneyimli olmalıdırlar. Medya ile ilişkiler genelde iki şekilde yürütülür:

Reaktif: Olay ortaya çıktıktan sonra medyaya bilgi verilmesidir. Medya ile reaktif ilişkide olabildiğince hızlı ve açık iletişimi içerir.

Proaktif: Olay olmadan önce önlem almaya yönelik bilgilerin paylaşılmasıdır. Konunun yönetimine ilişkin bilgiyi önceden verme, yönetimin görüşlerini anlatma, örgütü tanıtmaya amacıyla medyanın kullanımınıdır.

Her yönetimin başarılı olduğu ve olmadığı yönler olabilir. Objektifliği sağlayabilmek için iyi yönler ortaya konulurken kötü yönlerin de gösterilmesi, bunların düzeltilmesi, gerekli önlemlerin alınması için uyarıcı rolü üstlenilmesi sağlıklı medya ilişkilerinin oluşturulmasında temeldir (Gürdal, 1997:117). Mesajları hedef kitlelere aktarabilmek için iletişim aracına ihtiyaç duyan halkla ilişkiler uzmanına karşılık, iletişim araçları da sürekliliklerinin kaynağı olan bilgi ve haber gereksinimi içindedir. İşte bu karşılıklı gereksinim, iyi ilişkiler kurulmasını halkla ilişkiler adına zorunlu hale getirmektedir. İletişim araçlarıyla ilişkilerin maksimum yayını amaçladığı halkla ilişkilerde mesaj etkinliğinin istenen düzeyde sağlanabilmesi, belirlenen hedef kitleyle doğru iletişim aracının seçilmesiyle mümkündür. İletişim aracının seçiminde, istenen hedef kitlelere en etkin ve en düşük maliyetle ulaşabilmesini sağlayan, maliyet ve etkinlik analizi yapılmalı mesajın zamanında ve etkin biçimde ulaştırılması için zaman unsuru dikkate alınmalıdır. Mesajın her bir hedef gruba ulaştırılmasında kullanılacak taktiklerde farklı olabilir. Tasarlanan mesajın en etkili yollarla hedef kitleye ulaştırılmasını sağlayacak tercihler yapılmalıdır. Bu tercihler yapılırken hedef kitlenin mesajı en iyi fark edeceği, en fazla ilgileneceği, en değerli göreceği, en çok sayıda kişinin katılacağı ve etkinliği ölçülebilir olanlar değerlendirilmeye alınmalıdır (Uludağ, 2010:103). Halkla ilişkiler mesajları, hedef kitlelere kuruluş ve ürün hakkında bilgi aktarmak, hedef kitleyi belli yönde eğitmek, mevcut tutum ve kanaatleri pekiştirmek veya değiştirmek, davranış değişikliği yaratmayı hedeflemektedir. Ayrıca haberin temel unsurları olan zamanlılık, yakınlık, önemlilik sonuç ve ilgi çekmek gibi unsurlar halkla ilişkiler kaynaklı haberlerde yer almalıdır.

Halkla ilişkiler alanında çalışan kişilerin bilmesi gerekenler şu şekilde özetlenebilir (Jefkins vd, 2002:126-133):

- a. Yayın organının incelenmesi: Medyanın incelenmesi, fikir verebileceği gibi yapılan görüşmelerde baskı tarihi hakkında alınan bilgiler bu konuda yardımcı olabilir.
- b. Yayın Politikası: Yayın organının olaylara bakış açısı ve ilgili alanları hakkında halkla ilişkiler uzmanının net bilgiye sahip olmalıdır.

- c. Periyodik Yayın Takibi: Günlük, haftalık, 15 günlük, aylık, 3 aylık ya da yıllık olabilen yayının, yayımlanma sıklığı ve de tirajının bilinmesi yayın organına doğru zamanda ulaşabilmek için zorunludur.
- d. Dizgi- Baskı Tarihi: Haber materyalinin verebileceği en geç tarih bilinmelidir. Bu ise yayın sıklığı ve basım tekniği ile ilgilidir.
- e. Basım Tekniği: Sağlayacağı kolaylıklar nedeniyle, litograf, foto-gravür ya da ofset tekniklerinden hangisinin kullanıldığı bilinmelidir.
- f. Yayın Alanı: Gazete veya derginin, ulusal, uluslararası, bölgesel olması doğru hedefe ulaşabilmek konusunda yardımcıdır.
- g. Okuyucu Profili: Doğru hedef kitleye ulaşabilmek için gazete, dergi ya da Radyo- TV programının yaş, cinsiyet, sosyal statü, iş grubu, özel uğraş alanlarına göre hangi tip okur ve izleyiciye hitap ettiği bilinmelidir.
- h. Dağıtım Yöntemleri: Bir yayının bayilerde mi satıldığı veya abonelere ücretli ya da ücretsiz mi ulaştığı dikkate alınmalıdır.

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

Basında görünür olmanın anahtar noktası ilginç fikir ve düşüncelerle basının karşısına çıkmaktır (Aydede, 2001:154). Haber, insanları ilgilendirecek, zamanlı bir olayın veya sorunun özeti mahiyetindedir. Yani genellikle bir olaya, fikir veya soruna dayanan haberde olaylar, fikirler, sorunlar özetlenerek verilmelidir. Olay, fikir ve sorunu hikâye ederken haberle gerçek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi, haberi oluşturan ham maddenin zamana uygun olması ve iletilmesi gerekmektedir (Tokgöz, 1994:235). Vali ve kaymakamlar ilk gün işe başladıklarında ilk ziyaretçileri ilk soru soranlar ilk kayda alanlar medya çalışanlarıdır ve bu doğal bir durum olarak kabul edilmelidir. Yerel yöneticinin ilk yarattığı izlenim ve ilk sözler, yönetim tarzına ilişkin algının yaratılmasını sağlar. Sadece ilk izlenim için değil, vali ve kaymakamların medya çalışanlarıyla sürekli irtibatlarının olması ve iyi nitelikte olması gerekir.

2.3.1.1.2. Basın Bildirileri

Basın bildirileri, kişi veya kuruluşların çalışmalarını konusunda basına bilgi sunmak amacıyla kullandıkları araçlardan birisidir. Periyodik olarak çıkarılmazlar. Ancak kurum ya da kuruluşun önemli bir faaliyeti, yıl dönümü kamuoyunu ilgilendiren bir konuda firmanın bir tepkisini belirtmek gibi gerekçelerle çıkarılan basın bildirilerinin hedefe ulaşması için yapı, biçim ve konunun ele alınışı bakımından belli şekil şartlarına uyulması gerekir (Budak ve Budak, 2014:275). Öncelikle bildirilerin şekli pratik olmalıdır. Her paragraf müstakil haber niteliğinde olmalı sonrakiler onu tamamlamalıdır. Bu şekilde gazeteciler her paragraftan ayrı ayrı yararlanabilirler. Bildiri açık ve kısa olmalıdır. Anlaşılır olmalıdır. Çok teknik olan kelime ve cümlelere yer verilmemelidir. Böylece halkla ilişkiler görevlisi mühendisinin veya teknisyeninin bir çeşit yorumcusu olmak zorundadır. Bildirilerle beraber gerekli tutanaklar, resim, fotoğraf ve diğer dokümanlarla da basına verilmelidir. Fotoğraf bazen tek başına açık bir haber niteliğindedir. Bildiri metnine bununla ilgili yazı konmayabilir (Tortop, 1993: 63). Dikkat edilmesi gereken başka bir konuda bildirinin zamanıyla ilgilidir. Haberi, eksiksiz yayınlama telaşı içinde geciktirmek, olay gündemden düşeceğinden, beklenen etkiyi yaratmama riskini ortaya çıkaracaktır. Bildirinin ne zaman haber olarak kullanılacağı konusunda açıklama yapılması eğilimi de vardır. Hiçbir muhabir ve editör gündemdeki olay eskidikten sonra kendisine gönderilen bildiriye yayınlamak istemez, bu bakımdan zamanlama bildirinin yayınlanıp yayınlanmamasında belirleyici bir faktör olmaktadır.

Ayrıca haberin önem sırası da bildirinin biçimi üzerinden etkilidir. Haber önemliden daha az önemliye doğru sıralanır. Gazeteci haberi kısaltmak istediğinde alttan yukarı doğru kısaltır. Böylece önemli haber muhafaza edilmiş olur (Okay, Okay, 2001:64). Basın bildirisi yapılırken de önemli olanın yukarılarda yerleştirilmesi gerekir.

2.3.1.1.3. Basın Bültenleri

Kurum ya da kuruluşların faaliyetlerini basına periyodik olarak duyurmak amacıyla hazırladıkları duyurulardır. Gazete ve dergilerin kısa ve öz biçimde bilgi edinilmesine yardımcı olan bültenler, basını yönlendirdiği izlenimi taşımamalıdır. Gerçekleştirilmesi sanıldığı kadar kolay olmayan bu durumda başarı, olayın halkla ilişkiler uzmanı ya da işletme tarafından değil, iletişim araçları açısından değerlendirilmesiyle ilgilidir. Başarısı yayınlanma oranı ile değerlendirilen haber bülteninin yayınlanabilme şartı, doğru kişiye, doğru zamana, doğru kanala ulaştırılmasına bağlıdır. Bültenin basına ulaştırılmasında posta, faks, bilgisayar veya telefon gibi farklı yöntemlerden yararlanılmasına karşın, en uygun yöntemin belirlenmesi için bültenin gönderileceği kişi ve kurumların tercihleri bilinmelidir (Peltekoğlu, 2012:223). Bültenin basında haber olarak yer almasında kuruluş ve basın arasındaki iyi ilişkilerinde rolü büyük olmaktadır.

Faaliyet metinleri yazıya aktarılırken ne gereğinden fazla uzun ne de kısa olmasına dikkat edilmelidir. Basın mensupları her konuda uzman olmak zorunda değildir. Bu nedenle bülten metni hazırlanırken, konunun önemini açıklayacak kadar uzun, fakat gazetenin merakını uyandırıp faaliyetimize muhakkak katılmasını sağlayacak kadar kısa olması gerekir. Fazla uzun metinlerin okunmama riskinin yanında, gazetecinin faaliyete katılmaktansa masa başında haberi kaleme alma ihtimali de vardır. Böyle bir durumda kamuoyunu istediğimiz şekilde bilgilendiremememe ihtimali de söz konusudur (Budak ve Budak, 2014:276). Birçok konuda bülten hazırlama mümkündür. Genellikle bültenler kuruluşun sunduğu mal ve hizmetlerle ilgili, kuruluşta veya yönetim kademelerindeki değişikliklerle ilgili olarak hazırlanmaktadır. Basın bülteninin bazı içerik özelliklerine de sahip olması gerekir (Peltekoğlu, 2012:225):

- a. Halkla ilişkiler uygulamaları içinde en çok kullanılan yöntem olmasına karşın, basın bülteni, yapılacak hata ile reklam havasına bürünerek, haber alma özelliğini ve yayınlanma şansını kolaylıkla kaybedebilir.

- b. Bir bültenin içerik bakımından haber niteliği taşıyabilmesi için, “beş N bir K” formülüne (ne, nerede, nasıl, niçin, ne zaman ve kim sorularına) cevap vermesi ve bülteni hazırlayan kişinin gazetecilik kurallarına uyması gerekir.
- c. Basın bülteninde;
- Kısa paragraflar, kısa cümleler, anlaşılır kelimeler tercih edilmeli
 - Sayfa sayısı olabildiğince az olmalı ve mümkünse birden fazla olmamalı
 - Övgüye olabildiğince yer vermemeli
 - Belirsiz genellemelerden kaçınmalı
 - Farklı gazete ve dergiler için değişik versiyonlar yazılmalıdır.
- d. Basın bülteni özel idare olan yerlerde veya valinin başkanlığını yaptığı şirket olan yerlerde aylık olarak hazırlanmakta ve yapılan faaliyetlerle ilgili konuları ve valinin katılmış olduğu açılış toplantı ve konferansları vali ile ilgili haberleri yayınlamaktadır. Açılış, temel atma, devlet büyüklerinden birinin ziyareti gibi konuların ilgili basın kuruluşlarına kısa ve öz olarak aktarılması onların da bilgilennemelerinin sağlanması, genelde tüm vali ve kaymakamların sıklıkla kullandığı metotlar arasındadır.

2.3.1.1.4. Basın Toplantısı

Basın toplantıları bir bakıma olağanüstü durumlardır. Önemli bir konuda kamuoyuna bilgi aktarmak, büyük bir açılış, bilimsel toplantı, temel atma gibi halkın dikkatinin çekilmesi istenilen olaylar söz konusu olduğunda basın toplantısı düzenlenir. Ayrıca kamuoyunda ve basında yanlış yorumlanan bir haberin varlığı da basın toplantısını yapmayı gerekli kılabilir. Toplantıya konu ile ilgili en üst mevkideki kişilerden birisi başkanlık etmelidir. Basın toplantısının ne zaman yapılacağı da dikkat edilmesi gereken konulardan birisidir. Sık sık yapılan basın toplantılarının basını

bıktırma ve ileride düzenlenecek olan toplantıların ciddiye alınmaması riskini doğurmaktadır (Budak ve Budak, 2014:276). Basın toplantısı düzenlenirken bir takım kurallara uymak gerekir (Ertekin, 2000:55-56):

- a. Basın toplantısının yapılacağı zaman uygun olarak seçilmelidir. Yapılan basın toplantısının kitle iletişim araçlarında gerektiği biçimde yer alması gündem oluşturacak önemli olaylarla çakışmamasına bağlıdır. Öte yandan basın toplantıları bir zorunluluk söz konusu değilse, kişilerin daha çok gazete ve dergi okudukları, televizyon izledikleri hafta sonuna doğru yapılmalıdır.
- b. Basın toplantısının yapılacağı yerde ulaşım imkânları da dikkate alınmak suretiyle uygun olarak seçilmelidir. Genellikle kurum merkezinde, uygun genişlik ve olanaklara sahip yerlerde yapılmalıdır. Bölgesel nitelikteki basın toplantılarında da o yörenin ve çalışma alanının özellikleri göz önüne alınmalıdır.
- c. Dağıtılacak rapor, grafik, özet nitelikteki bilgi ve belgelerle iletilecek mesaj önceden hazırlanmalıdır.
- d. Basın mensuplarınca film çekme, fotoğraf ve ses alma olanakları mutlaka hazırlanmalıdır.
- e. Basın toplantısına konu ile ilgili kişiler çağırılmalı ve bir iki gün önceden toplantının yeri ve zaman bildirilmelidir.
- f. Basın toplantısında konuşmalar çok uzun olmamalı, asıl iletilecek mesajlara yer verilerek uygun bir süre içerisinde bitirilmelidir. 1,5 veya 2 saatlik süre aşılmamalı, soru ve cevaplara zaman ayrılmalıdır.
- g. Basın toplantısından sonra izleyen günlerde gazetelerde yer alan yazı ve haberler dolayısıyla, gazeteciler aranmalı, teşekkür edilmelidir.
- h. Vali ve kaymakamlar ihtiyaç duyduklarında, olağanüstü hallerde ve basın talep ettiğinde mutlaka basın toplantısının yapılması gerekmektedir. Basın mensupları en yetkili ağızdan kamuoyunu bilgilendirmek ve kamuoyunun merak ettiği hususlara ilk ağızdan cevap almak isterler.

Basın toplantıları samimi hava içinde geçtiğinden toplantıya katılanları da memnun etmekte, çıkan haberler de idareyi memnun ve mutlu etmektedir.

2.3.1.1.5. Basın Büroları

Basın büroları, kitle iletişim araçlarıyla yönetim arasındaki ilişkileri düzenlemek için yönetimin bünyesinde oluşturulmuş birimler olarak ifade edilebilir. Bu bürolar tüm kitle iletişim araçlarıyla ilişki kurmaya çalışırlar ve kurumlarla bu araçlar arasında bir köprü vazifesi görürler. Özellikle yazılı basının bu ilişki içerisinde önemli bir yere sahip olduğunu söyleyebiliriz. Günümüzde özel radyo ve televizyonların önemi artmasına rağmen yazılı basının sahip olduğu prestijde önemli bir düşüşe rastlanmamıştır. Yapılan araştırmalar neticesine göre bakanlık ya da genel müdürlüklerin halkla ilişkiler birimlerinin çalışmaları asıl olarak yazılı basına yöneliktir (Kazancı, 1997:72). Özel sektörde basın bürolarına pek rastlanmamaktadır. Bunlar basına iletilecek haberleri ya halkla ilişkiler sorumlusu ya da basın danışmanı aracılığıyla gerçekleştirirler.

Kamu yönetimi ile ilgili halkın öğrenmesinde sakınca görülmeyen bilgileri kitle iletişim araçlarına aktarma, bu bilgilerde birlik ve uygunluk sağlama, yanlış yorum ve gereksiz genellemelere engel olma ve yerli yerince işleyen bir iletişim ağı kurma basın bürolarının başlıca görevidir. Büroların bu görevleri yerine getirmede önemli zorluklarla karşılaştıkları bilinmektedir. Çünkü basının istek ve beklentileri ile basın bürolarının beklenti ve çalışma düzeni arasında çok önemli uyumsuzluklar, hatta zıtlıklar bulunmaktadır (Kazancı, 1997:72). Valiliklerde İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü tarafından yürütülen basın ilişkileri, basın çalışanlarının rahat edebilmesi için basın bürolarının yanında teknik alt yapısı tamamlanmış (masa, sandalye, bilgisayar, internet, yazıcı, faks cihazlarının olduğu) basın çalışanlarının rahatlıkla kullanabileceği odalar tarafından yürütülür.

2.3.1.1.6. Basın Gezileri

İnsanların duyduklarından çok gördüklerinden etkilenmesi, "optik hafızaya" dayanan basın gezileri, halkla ilişkiler uygulamasında önemli bir yere sahiptir. Ivy Lee'nin uygulamalarından günümüze dek önemini hiç kaybetmeden gelen basın gezileri, açılış, ürün ve hizmetin tanıtımı nedeniyle bir fabrika ya da bölgeye yapıla-

bileceği gibi, başka bir ülkeye de düzenlenebilir. Hepsinde görülen ortak nokta bir kişi ya da gruba olayı yerinde gözlemlene olanağı sunulmasıdır.

Ulaşımından konaklamaya kadar ayrıntılı düşünmeyi gerektiren ve organizasyonun büyük önem taşıdığı basın gezilerinde, kimi zaman geziyi düzenleyen kuruluş tarafından karşılanan giderler, kimi zamanda, davet edilen gazetecilerin üyesi olduğu kurumlar tarafından karşılanır (Peltekoğlu, 2012:232). Basın gezilerini gerekli kılan iki nedenden söz edilir:

- a. Haberlerin bir yerle ilgili olması: örneğin, bir fabrika veya bir şantiyenin ziyareti, merasimli bir gösterinin yapılması seyahati gerektirir.
- b. Olayın cereyan ettiği yer ile ilgili olması halinde basın gezileri gerekli olabilir (Tortop, 1993:64). Bu gezilerin düzenlenmesindeki temel amaç basın mensuplarına belirli konularda bilgi aktarımının sağlanmasıdır.

Gerçekleştirilecek olan bu organizasyonda herhangi bir probleme sebebiyet vermemek için geziler örgütlenerek belirli bir program dâhilinde yapılmalıdır. Bu tür örgütlemelerde gezilerin günü, süresi, kimlerin katılacağı, yemek, vs. aktivitelerin olup olmayacağı önceden belirlenmelidir. Basın gezilerinde, gazetecilerin aldıkları bilgileri ilgili yerlere zamanında aktarma olanakları da sağlanmalıdır, (telefon, faks, internet vb.). Basın gezisi sırasında veya gezi sonunda gazetecilere birer hediye vermek de gayet şık bir davranış olur. Hediye gazetecileri etkilemek izlenimi veren, maddi değeri olan şeyler değil gezinin amacı ile ilgili veya gazetecilerin görevlerini kolaylaştırıcı cinsten şeyler olmalıdır.

Başarılı bir basın gezisinin ön koşulları arasında çok ilginç bir konusunun olması, kuruluşun genel yapısına ve görünümüne uygun olması, bölgenin en üst düzey yöneticisinin katılımının sağlanması, kesin ve net bir programın planlanması, kapsamlı ancak çok da yoğun olmayan bir programın yapılması, gazetecilere iyi bir biçimde eşlik etmek ve haberlerini iletebilmeleri için her türlü teknik imkanlarının sağlanması sayılabilir (Okay, Okay, 2002:98). İnsanlar, söylenilenden daha çok gördüklerine inanır. Ayrıca basın mensupları da yapılanları yerinde gördüğünde daha çok etkilenmekte ve haber yapmaktadır. Basın gezilerine çıkmadan evvel konu ve

yapılan faaliyetle ilgili konuyu anlatacak vali ve kaymakam ya da diğer görevlilerin iyi bilmesi, gerekli düzeyde basını bilgilendirmesi, yararlı olacaktır.

2.3.1.1.7. Kanaat Önderlerinden Yararlanma

Kitlelere ulaşmada, yönetimin istek ve beklentilerini onlara ulaştırmada kullanılacak önemli yöntemlerden bir tanesi de kanaat önderlerinden yararlanılmasıdır. Özellikle az gelişmiş ülkelerde oldukça yaygın olan toplumun önderliği kendinden oluşmuş bir yöntem olup, toplumun farklı kesimlerine özellikle kırsal alan ve gecekonduya ulaşmada büyük kolaylıklar sağlar. Toplum önderleri aracılığıyla kitlelere ulaşmak, kitleleri tek tek aydınlatmadan çok daha kolay, çok daha etkili ve çok daha çabuk sonuç veren bir yöntem olarak karşımıza çıkar. Örneğin köy halkını etkilemede köy muhtarı, köy imamı ve köy öğretmeni güzel bir üçlü oluştururlar. Bunların ittifakının sağlandığı konularda köylü adeta esir alınmış durumdadır. Toplum önderliğinin temelinde ideolojiyi aktarma ve ekonomik çıkar yatmaktadır. Yönetimin bu kişilerden yararlanma yolunu seçmesi, bu kişilerin statülerinde daha da güçleneceği anlamına gelmektedir. Merkezi yönetim ile taşra çekişmesi yada siyasal ayrılığın olduğu ortamlarda toplum önderlerine prestij sağlayacak olanaklar sağlamak bazen istenmeyen bir sonuç doğurabilir. Öte yandan toplum önderleri kimi kez kamu erkine ortak olan bir kişidir. Aracılık görevi kendine bireysel beklentilerini yakalama imkânı sağlar. Diğer bir ifadeyle de bu aracılık görevi, toplum önderlerinin çıkarlarını korumaya yönelik bir faaliyet şeklini alabilir (Kazancı, 1997:81).

Toplum önderi ancak kendi statü ve beklentilerine uygun düştüğü ve konularını güçlendirdiği takdirde aracılık yapar. Bu durumda merkezi yönetim ve özellikle mülki idare, toplumun önderleri arasında sorunun niteliğine göre seçme yapar (Kazancı, 1997:81). Çalışılan il ve ilçeye göre kanaat önderlerini yaptığı işler değişkenlik arz eder. Bazı yerlerde bir siyasi partinin il ve ilçe başkanı iken bazı il ve ilçelerde şeyh, hoca, belediye başkanı, ağa, il genel meclis üyesi, öğretmen, sözü dinlenen yaşlı bilge, nüfuz sahibi bir kişi veya bir sivil toplum önderi ya da dernek başkanı olabilir.

2.3.1.1.8. Yönlendirme ve Süzme

Yönlendirme, vatandaşların sorununu çözmeye yetkili olan kuruluş ya da kuruluş içinde ilgili birimi gösterme şeklinde olmaktadır. Buna başvurma yöntemlerini açıklama konusundaki çabaları da eklemek gerekir. Vatandaşın bilme- tanıma yönündeki eksikliğinin bir göstergesi olarak ortaya çıkan yetkili birim ya da kişiye ulaşamamada ortaya çıkan güçlükler, yönlendirme çabasıyla giderilmeye çalışılır. Ülkemizde bu tür çabaların tam anlamıyla yapıldığını söylemek mümkün değildir. Son yıllarda Maliye Bakanlığına bağlı vergi dairelerinin vergi ödeme dönemlerinde uygulamaya koydukları bu yöntem henüz başlangıç aşamasındadır. Bu uygulama yararlı olmakla beraber Türk Kamu Yönetimi için bir model oluşturmaktan çok uzaktır (Kazancı, 1997:82). Düşünce güzel olmasına rağmen bunun uygulayıcıları maalesef yeterli eğitim ve deneyime sahip değildirler. Halkla kurdukları iletişimde anlayış ve saygıdan uzak bir şekilde gerçekleşmektedir.

Vatandaşların müracaat ettikleri yerlerden edindikleri izlenimlerin olumlu olması, bir kurum ya da kuruluş için oldukça önemlidir. Bu izlenimlerin ilki kuruma gelen bir kimse için büroların oturma düzenidir. Eğer bürolar bir birinden uzak olmayan bir bina veya binalar içinde toplanmış ise şüphesiz vatandaşın ilk izlenimi olumlu olacak, işini kolaylıkla görebilecek aradığı büroları bulabilecektir. Fakat büroların birbirine yakınlığı sağlanmamış ise, binaların giriş kısmına danışma bürosu konulması ve burada duracak memurun halkı işine göre gereken büro veya daireye yönlenecek bilgi ve yeteri kadar dokümana sahip olması gerekir. Doldurulması gereken cetvel, form gibi evraklar varsa danışma memurunun bulunduğu yer bunların doldurulmasına elverişli şekilde düzenlenmeli ve görevli bu konuda ilgililere yardım edebilmelidir (Tortop, 1993:53). Özellikle yönlendirme, kuruma ilk defa gelen kimseler açısından daha fazla bir öneme sahiptir. Birden fazla gelenler bir ölçüde tecrübe sahibi olmuşlardır ve ilk defa gelenlere göre büroları bulmada daha şanslıdır.

Halkla ilişkiler açısından başlıca üç tür uzmanlık biriminden söz etmek mümkündür. Bunlar; yöneltme ve karşılama birimi, danışma ve yardım birimi ve

bilgi verme birimidir. Örneğin, bu gün Fransa' da her bakanlıkta bir karşılama ve yöneltme bürosu vardır. İllerde de her bakanlığı temsil eden bir memur bulunmaktadır. Kuşkusuz bu sorun taşra yönetiminde ve yerel yönetimlerde daha da önemlidir. Çünkü merkez dışında psikolojik uzaklığa coğrafyadan gelen uzaklıkta eklenir ve yurттаşların yönetime başvurmada karşılaştıkları güçlükler çoğalmış olur. Gerçekten yönlendirme, başvuran kişinin sorununa yardımcı olmada ilk aşamayı oluşturan zamandan tasarruf sağlayan ve çözümü de oldukça kolay olan bir halkla ilişkiler görevidir (Ertekin, 2000:81).

Gelişmekte olan ülkelerde, genellikle halk memurdan çekinir. Eğitim ve statü bakımından kendilerinden üstün gördükleri memurlar aynı zamanda yetki sahibi kişilerdir. Halkın devlet dairelerinin kendilerine hizmet sunmak için kurulmuş olduklarına inandırılmaları ve güven sağlanması gerekmektedir. Yöneticilerin halka karşı davranışlarında saygı, anlayış ve yasalara uygun biçimde hareket etme duyguları ön planda olmalıdır. Yönetim halk ilişkilerinde vatandaşın işlerinin görülmesinde, sadelik, çabukluk, basitlik ve tasarruf kurallarına uygun olarak hareket etmelidir (Tortop, 1993:55). Yönlendirmenin sağladığı faydalardan diğer bir tanesi; kurum içi düzen ve çalışmalarda belirli bir rahatlama sağlanmasıdır. Yöneticilerin zamanlarının gereksiz yere alınması önlenmiş olur. Belirli bir sorunu çözmek için yönetime başvuran kişilerin, deneyim eksikliği, tanıma- bilme noksanlığı sebebiyle sorunun çözümünde yanlış yerlere, yetkisiz kişilere başvurdukları, böylece de aynı kuruluş içinde sorunla ilgisi olmayan kimselerin zamanlarını boş yere aldıkları görülmüştür. Çünkü halkın çoğunlukla denediği yol, ya sınama yanılma yoluyla öğrenmek ya da tanıdık aracılığıyla yetkili birim ve kişilere ulaşmaktır. Aracı kullanmak asıl olarak söz konusu olan problemin çözümünü etkilemek için başvuru yoldur. Yalnız danışmak amacıyla yürütülse bile böyle bir girişim sorunla ilgisi olmayan yöneticilerin zamanlarını yok yere almak sonucunu doğurmaktadır. Yöneticilerin kendilerinin gözetiminde çalışan ve süzme işlevine sahip halkla ilişkiler, sekreterlik, özel büro gibi birimlere olan gereksinimleriyle, yurттаşların olur olmaz başvurmaları ve boş yere zaman alan davranışları arasında bir bağlantı olduğu söylenebilir (Kazancı, 1997:85).

Valilik ve kaymakamlıklarda genel olarak danışma büroları ilk gelen vatandaşları karşılar ve onu yönlendirir. Güvenlik riski olan bölgelerde danışma elamanlarından önce güvenlik birimlerinden ve kontrollerinden vatandaşlar geçer. Buralarda görevlendirilen personellerin de danışma bürolarında çalışacak personeller kadar nazik, kibar ve müşfik olmaları gerekmektedir. Bu güvenlik görevlilerine bazı idarelerde aynı zamanda hem güvenlik ve kontrol birimi, hem de yol ve yöntem gösterici danışman gibi hareket ettirilir.

2.3.2. Tanıma

Halkla ilişkiler uygulamalarının yoğunlaştırılacağı alanların belirlenmesi, hangi yöntem ve tekniklerin hangi alanlarda etkili olabileceğinin bilinmesi, halkla ilişkilerde başarının anahtarı gibi kabul edilebilir. Çünkü tanıtımı yapılacak, kişi, mamul ve kuruluşun halkın gözünde iyi tanıtımı, bunların şeffaflaşmasına bağlıdır. Şeffaflık göreceli bir kavramdır. Bundan dolayı, iletişimin taraflarını oluşturan kaynak ve hedefin iletişim konusu irdelenirken anlatıldığı gibi bazı ortak noktalarda birleşmeleri gerekir. Etkili bir iletişim yapılması için hedef kitlenin iyi tanınması ve kullanılacak araçların buna göre belirlenmesi şarttır (Budak ve Budak, 2014:249). Hedef kitlenin tanınmasına bağlı olarak yanlış yapma riski de asgari seviyeye inecektir. Çünkü gerek kullanılacak halkla ilişkiler araçları gerekse gönderilecek mesajlar kitlenin niteliğine uygun olarak belirlenecektir.

2.3.2.1. Tanıma Faaliyetlerinde Kullanılan Yöntem ve Teknikler

Hedef kitleyi tanımak amacıyla kullanılan yöntem ve teknikler, örgüt içerisinde sadece halkla ilişkilere özgü değildir. Ayrıca halkla ilişkiler, örgütün diğer birimleri tarafından (pazarlama, personel gibi) gerçekleştirilmiş araştırmaların bulgularından da yararlanabilir. Halkla ilişkiler uygulamalarında gerekli olan bilgilere şu yöntem ve teknikler sayesinde ulaşmak mümkündür (Kazancı, 1997:113):

- a. Danışma
- b. Kamusal Anketler

- c. Temsilcilere Danışma
- d. Medyayı İzleme
- e. Vatandaşla Yüz Yüze İlişki
- f. Brifingler

2.3.2.1.1. Danışma

Danışma yalnızca halkla ilişkilerle sınırlı olmayıp geniş bir uygulama alanına sahiptir. Danışma, halkla ilişkilerle bağlantılı olarak bir yandan yönetim diğer taraftansa halkın bulunduğu bir ortamda karar hazırlamak için yönetimin halktan bilgi alması olarak ifade edilir. Amaç, yapılacak bir çalışma ya da alınacak bir karar için halkın ne düşündüğünü öğrenmek ve halkla yönetim arasında bir uyum sağlamaktır. Danışma yönetimin yanlış bir karar almasını veya uygulamasını önleyecek yöntemlerden birisidir. Kamu ve özel kuruluşların dışarıdan bilgi sağlamaları, halkın hem bilgisinin hem de görüşünün öğrenilmesi, başarılı olabilmek için şarttır.

Danışma, yönetimin yanlış yapmasını engelleyeceği gibi kararın uygulanmasından sonra ortaya eğer tepki çıkacaksa bunu karşılamanın da yollarını gösterir. (Kazancı, 1997:121). Sırf danışmış olmak için yapılan danışmanın ne teoride ne de pratikte bir anlamı vardır. Yönetimin danışma nedeniyle kazandığı güç ve karar alırken ilgili kesimlerin görüşlerini öğrenmiş olmasından ileri gelen üstünlüğü yalnızca çıkar gruplarına karşı değildir. Yani danışan yönetim, eğer danışmanın gereklerini yerine getirirse kararların yerindelik, doğruluk, hakkaniyeti gözetmesi gibi üstünlükleri de yakalar. Böyle bir yönetim yalnızca baskı gruplarına karşı değil, siyasal erke karşı da kendini korumuş olur. Siyasal iktidar, karşısında genellikle bir görev alan yönetimin özellikle kamusal kararlardaki eksikliğini danışma yoluyla az da olsa giderdiğini söyleyebiliriz (Kazancı, 2004:143). Danışılarak alınan kararlar bir ölçüde halkın kararı sayılabilir. Buna bağlı olarak halkın bu kararları her aşamada desteklemesi söz konusudur.

2.3.2.1.2. Kamusal Anketler

Önemli hizmetler hakkında karar vermeden önce toplumun konu üzerinde ne düşündüğünü anlamının bir başka yolu, kamuoyu araştırması yapmaktır. Yurdumuzda henüz yaygın olarak kullanılmayan bu yöntem, yönetimin kamuoyunu gerçeğe oldukça yakın oranda öğrenmesine olanak vermektedir (Ertekin, 2000:156). Alan araştırmalarında en çok başvurulan veri toplama tekniklerinden biri ankettir. Yapılan araştırmalarda verilerin istatistiksel bir temele dayalı olması araştırmanın değerini arttırır. Yapılacak araştırmanın konusu, olanaklar, olayların özellikleri gibi etkenler, tekniklerin seçiminde önemli bir rol oynar. Veriler, ya doğrudan ya da dolaylı bir biçimde elde edilir.

Halkla ilişkilerin tanıma görevi çevredeki değişimleri ve beklentileri saptayıp isabetli kararlar almanın ön koşulu gibi görülmektedir. Tanıma görevi çevre ile kurulacak ilişkilerde yönetsel hafızayı genişletmenin ve halkla ilişkiler çalışmalarına temel teşkil etmenin yanı sıra çevreden etkilenmeyi de içerir (Budak ve Budak, 2014;249). Kamusal anketlerde halkın durumunu saptama, kuruluşa bilgi sağlama ve buna kuruluşun gereksinme duyması belirleyici özelliktir. Ortada çözüm bekleyen bir sorun vardır. Fakat çözüm için yönetim henüz eğilimini açıkça belirlememiştir. Yönetimin empoze etmek istediği bir görüşü de yoktur. Burada söz konusu olan sorunların çözümünde yönetimin eğiliminin ve önerilerinin saptanmasıdır. Kamusal ankette denekler yani yönetilenler kümesi sorumlu değildir, yalnızca ilgilidir. Görüşlerinden dolayı kendilerine hukuki bir sorumluluk düşmez. Çünkü var olan konuları ile sistemin dışında kalırlar. Yönlendirici danışmadan değişik olarak, kamusal ankette temsilcilik ya da seçilmiş olma zorunluluğu yoktur. Yönetimin ortaya koyduğu sorunla az çok ilgisi olan bireyler denek olabilirler (Kazancı, 2003:145). İdarenin mutlaka anketler yapma yoluyla vatandaşın arzu ve isteklerini öğrenme zorunlulukları vardır. Bizim halkımız halen birini şikâyet edersen başıma iş gelir düşüncesiyle veya şikâyeti ayıp saydığından dolayı konuyu söylemekten çekinir. Ankette kimin ne yazdığı bilinmediğinden herkes doğru bildiklerini söyler.

2.3.2.1.3. Temsilcilere Danışma

Temsilcilere danışma kamu yönetiminin oldukça sık başvurduğu tanıma yöntemlerinden bir tanesidir. Yönetim değişik halk kümelerinin kendi içlerinden seçerek ya da atama yoluyla görevlendirdiği kişilerle karşı karşıya gelir. Bu ilişki sürekli ya da geçici olarak oluşturulan kurullar içinde olabilir. Danışmanın genel niteliğine uygun olarak karar değil kararın hazırlanmasına katılma söz konusudur. Yönetimsel kararı ayrıntısına ininceye kadar düzenlemek ve bunun içinde yöneticilere baskı yapmak doğru olmayabilir. Yöneticilere ilgili kesimlerin yalnızca toplumun değişik kümeleri ile yönetim arasında barışı sürdürmek için uygulanan bir yöntem değildir. Danışma, aynı zamanda kamu yönetiminin belli bir yönde gerçekleştirileceği eylem ve işlemlerin, çoğunluğun yararıyla ne denli aynı ve uyudur olduğunu doğrulamaya yarayan bir uygulamadır (Kazancı, 1997:129). Çoğulcu toplumun bir gereği olarak yönetim; meslek kuruluşları, sendika ve dernekleri görmezlikten gelemmez. Kamu örgütleri karar aşamasından önce, örgütlenmiş grupların ve onların temsilcilerinin öneri ve görüşlerinden yararlanabilirler. Ancak burada en önemli sorun, kamu yararı ile örgütlenmiş grupların görüşlerinin uzlaştırılmasında ortaya çıkmaktadır. Kamu hizmetlerinin halka duyurulmasında da gruplarla ilişki önem taşır (Ertekin, 2000:154). Vali ve kaymakamlar karar alırken ve halkı ilgilendiren işleri yaparken yörenin milletvekilleriyle, belediye başkanlarıyla, sivil toplum örgütü liderleriyle, kanaat önderleriyle muhtarlarla istişare ederek onlara danışarak veya hepsini toplayıp oylamayla yaparsa istişare ortamında olursa hem kendisi hem de toplum huzurlu olur.

2.3.2.1.4. Medyayı İzleme

Medyayı tanıma halkla ilişkiler faaliyetlerinde önemli bir yere sahiptir. Yazılı basın yönetimin çevreden bilgi edinmesini sağlayan en masrafsız araçtır. Basında yer alan yöneticilerin istekleri çoğu zaman ülke düzeyinde basının sahip olduğu gücü de arkasına alarak yönetimi etkileme amacına dönüktür. Okuyucunun yakınma ve önerileri olayı salt yönetime duyurmadan öte basınla desteklenmiş olarak yönetime sunulan bir dilekçe mahiyetindedir. Bu tür dilekçeler yıllardır yönetim tarafından

izlenir ve yanıtlanır. Bunun yanında kamu yönetiminin bilgi eksikliğini gidermeye yönelik haberler sık sık basında yer almaktadır. Basın yönetim ile halk arasında bir köprü işlevi görür. Bu işlev hem yönetimin hem de yönetilenlerin hem de piyasa mekanizmasına uyan basın işletmeciliğinin yararına sonuçlar vermektedir (Kazancı, 1997:132). Çoğulcu yapıdaki batı toplumlarında basın, yönetilenlerin katmanlaşmasına paralel olarak değişik kümelerin sözcülüğünü yapar, her gazete değişik küme ve kuşaklara seslenmeye çalışır. Ama bir bütün olarak ülkede tüm basın halkın isteklerini yönetime yansıtmaya uğraşır. Basın, halkın kolayca istekte bulunduğu, yönetime rağmen tüm eleştiri ve yakınmaların rahatlıkla açıklandığı bir araç olmuştur. Bu araç hem değişik çıkar kümelerinin seslerini duyurur hem de yönetimi etkilemeye çalışır. Yönetim basını izlemekle ülkedeki değişik çıkar kümelerinin yönetimle ilgili eleştirilerini öğrenmede önemli bir kaynaktan yararlanmış olacaktır. Bireysel güçlüklerin aşılmasında ve yönetimin duyarlı davranmasında gazetede yer alan okuyucu mektuplarının önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu etkinin nedeni, basının yönetim karşısında kamuoyunun gücünü arkasına alarak çıkmasıdır. Hele büyük tirajlı gazeteler bu açıdan çok avantajlıdır. Bu durumu iyi değerlendiren bir kesim insan da basını, yönetimle ilişkisinde bir aracı olarak kullanmaktan geri kalmaz. Bu hizmetten yararlananlar toplumun daha çok orta gelir düzeyindeki kişilerdir. Yönetimle doğrudan etkili ilişki kuramayan ve yönetime etkisi olacak kişilerin aracılığından yararlanamayanlar için basının aracılığı en son çare gibi gözükmektedir (Kazancı, 1997:131).

Yerel medya il ve ilçelerde çok etkindir. Bütün memurların, seçilmişlerin, atanmışların medya çalışanları ile yakından irtibatları vardır. Yerel medya halk tarafından çok iyi takip edilir. Vali atandığında ilin uzun dönem istek ve arzularına vakıf ve her türlü özellikle problemleri bilen basın mensupları il ve ilçelerin tanıtımında büyük rol oynar. İdarecilerin medya mensuplarıyla zaman zaman bir araya gelmeleri ili tanıma ve bilme adına çok önemlidir. Vali ve kaymakamların atandıklarında ve görev süreci içinde bilgi almaları gereken en önemli kurumların başında medya çalışanları gelmektedir.

2.3.2.1.5. Halkla Yüz Yüze İlişkiler

Hizmet sektöründeki kuruluşların halkla yüz yüze ilişkiye girme şansı vardır. Hizmetin temel niteliği, hizmetin üretenden soyutlanamamasıdır. Bu durumda sözü edilen sektörde halkın karşılanması, işlerin zamanında bitirilerek, iyi duygular içinde uğurlanması, halkla ilişkiler açısından önemli bir fırsattır. Kuşkusuz bu manzaranın tersine rastlama olasılığı daha yüksektir. Halkla ilişkilerin bir amacı, hizmet götürülen halk ile yönetim arasında anlayış birliği ve iyi niyeti sağlayarak halkın güvenini kazanmaktır. Bu durumda hizmet sektörü büyüdükçe, halkla ilişkilerin öneminin artacağı söylenebilir.

Belirli bir konuyu anlatmak ve hedefi o konuda olumlu inanç ve eyleme yöneltmek amacıyla girişilen yüz yüze ilişkiler, mesajı iletme için kitle haberleşme araçlarından yararlanmada girişilen direkt haberleşme çabalarıdır. Konuşma, inandırıcılık yeteneği ile görünüş ve davranış bu çabanın başarıya ulaşması için başlıca etkenlerdir (Asna, 1988:154). Hizmet sunan örgütler arasında oteller, restoranlar, sigorta şirketleri, bankalar ve ulaştırma şirketleri gibi hizmet işletmeleri içinde devlet dairelerinin yanı sıra kamu kurumlarının da yer alması gerekir. Devlet dairelerinin en önemli özelliği; hizmeti beğenmeyen vatandaş, bir başka daireye başvurma özgürlüğüne sahip değildir. Halkın devlet daireleri konusunda genellikle iyi izlenimleri yoktur. Devlet dairelerinde fazla insan çalıştırıldığı, bunların çoğunun zamanlarını boş geçirdiği, kırtasiyeciliğin fazla olduğu, böylece gelirlerin yağma edildiği izlenimleri mevcuttur. Devlet dairelerinin sorumsuz, verimsiz olduğuna ilişkin olumsuz bir kamuoyu oluşmuştur. Halk bu nedenlerden dolayı devlet dairelerine girmekten çekinir. Öte yandan (ikame edilebilir olmasına karşın) otelcilik, eğitim vb. hizmet alanlarında da vatandaşa iyi muamelenin esas olması gerekirken, tam tersine durumlarla karşılaşılması, kuruluşun imajını sarsmaktadır (Budak ve Budak, 2014:252). Vali ve kaymakamların il ve ilçelerde bilgi alabilecekleri geleneksel ve en çok işe yarayan metot, halkın içinde olup yüz yüze yapılan görüşmelerdir. Bundan daha etkili ve samimi metodun daha keşfedilemediği düşünülmektedir. Çift taraflı etkileşim ve gerçek bilgiye ulaşma halkın içinde ve yüz yüze yapılan görüşmelerdir.

2.3.2.1.6. Brifing

İl ve ilçeleri tanımanın önemli yollarından birisi, tüm sektörlerde ve tüm alanlarda en etkili, en gerçekçi ve yüzlerce memur ve müdürün profesyonelce uzmanlık alanlarında hazırlamış oldukları brifinglerdir. Brifingler, daha çok personel, araç, gereç, menkul değerler ve yapılan işlerle kurumun ihtiyaçları hakkında sunulur. Vali ve kaymakamın atandığında ilk bir ay içinde yaptığı kurumların çalışmalarını bilmek öğrenmek ve il ve ilçesine hâkim olmak için brifingleri ilgili kurumun içinde ve görerek en yetkili birim amirinden almak durumundadır. Vali ve kaymakamlar kurum hakkında bilgi aldığı gibi kurumun vatandaşla ilişkileri ve vatandaşın kurumdaki beklentilerini de öğrenmiş olur.

2.4. VALİ VE KAYMAKAMLARIN HALKLA İLİŞKİLER ARAÇ VE TEKNİKLERİ

2.4.1. Yazılı Araçlar

Halkla ilişkiler uygulamalarında yazılı araçların önemli bir yeri vardır. Gazete, dergi, kitap, broşür, depliyar, kitapçık, bülten, yıllık, iş mektubu, afiş, pankart, el ilanı, kartvizit, vb. iletişimsel öğeler yazılı araçlar olarak adlandırılırlar. Bu tür araçlar işletmenin hedef kitlelerine, yönetim yönetilenlere bilgi verici özelliğe sahiptir.

2.4.1.1. Gazeteler

Günlük yaşantımızın önemli bir parçası haline gelen gazeteler, bilgi toplaması, geniş kitlelere en ucuz biçimde ulaştırması açısından önemli bir role sahiptir. Genelde ülkenin tarihsel, ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal birikiminin bir yansımasıdır (Oktay, 1996:68) Gazeteler halkla ilişkiler anlamında çok sık olarak kullanılan ve kamuoyunun oluşumunda önemli bir etkiye sahip olan araçlardan bir tanesidir. Genelde günlük olarak yayınlanan gazetelerden halkla ilişkiler geniş ölçüde yararlanmaktadır. Halkla ilişkiler görevlilerinin ana hedefi, örgüt hakkında olumlu imaj yaratacak bilgilerin verilmesidir. Örgüt kâr amaçlı ya da kâr amaçsız da olsa önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu açıdan bilgilerin haber niteliği taşıması gerekir.

Ancak haber niteliği taşıyan bilgilerin gazete sütunlarında yer alması söz konusu olabileceğinden bu konuya çok özen gösterilmelidir. Dolayısıyla yalnızca gazete sütunlarında çıkmak yerine iyi bir sütunda yer almak için habercilerin, Gazetenin hedef kitlesi, Gazetecilerle iyi ilişkiler kurma, Haber niteliği taşıyan iletilerin zamanlaması, Medya kuruluşlarına doğru bilgilerin verilmesi vb. unsurların göz önüne alması gerekmektedir (Gürdal, 1997:60). Örgütün basın ile iyi ilişkiler kurmasına bağlı olarak kendisi ile ilgili haber niteliği olan bilgiler gazetelerde yer alır.

Halkla ilişkilerde gazetelerin içeriğini düzenlemesi gibi bir olay söz konusu değildir. Dolayısıyla amaç, gazete sütunlarında kuruluşun haber olarak yer alabileceği bir durumun hazırlanabilmesidir. Gazetelerle ilişkilerde en önemli sorun gazetenin geleneksel tutumuna ve düzenine halkla ilişkiler biriminin uymak zorunda olmasıdır. Halkla ilişkiler birimleri olayları ve aktaracakları bilgileri habere dönüştürmede gazetelere hem takdir yetkisi bırakmalı hem de zorlamalardan kaçınmalıdır. Gazetecilerle kötü olmak bu meslekte en zararlı davranıştır. Bu konuda gazetecilerin ve gazete yönetimlerinin dikkatleri hep samimi ve dürüst ilişkilerle sağlanmak zorundadır. Bu arada gazetelerin belirli konulara öncelik verdiklerini, bu önceliği kendi yapılarından aldığını unutmamak gerekmektedir (Kazancı, 1980:259-260). Her gazetenin kendine göre bir misyonu ve hedef kitlesi vardır. Kuruluşla ilgili bilgiler bu noktalarla uzlaştığı ölçüde gazete sütunlarında haber olarak geçecektir.

Kuruluş gazeteleri de halkla ilişkiler araçları içinde önemli bir yere sahiptir. Kuruluş gazeteleri kuruluşun personelini ve yakın ilişki içerisinde olduğu diğer kuruluşları ve kişileri yine kuruluşun çalışmalarından haberdar etmek için çıkartılır. Kurum içi iletişimde en çok kullanılan iletişim aracı olabilir. Kuruluş gazeteleri, kuruluşla ilgili yönetsel konulara, sorunlara ve de kuruluşun sosyal, kültürel, sportif faaliyetlerine içeriğinde yer vererek, bilhassa örgüt içi iletişimin sağlanmasında ya da etkinliğin artırılmasında etken olmaktadır. Ayrıca firmanın yatırımları, teknik gelişmeler, önemli günler, işten çıkanlar yeni girenler, doğum, ölüm, evlilik, ücret artışları, emeklilik, çalışma saatleri vb. haberlere yer verilir. Kuruluş gazetesi, özellikle kuruluş personeli için çıkarılan ve kuruluş hayatı ile personeli

ilgilendirmek, çalışmalardan onları haberdar etmek amacı güden bir gazetedir. Gerçek bir gazete özelliklerine sahip olabileceği gibi birkaç sayfadan oluşan teksir edilmiş bir gazetede olabilir. Çeşitli gruplar arasında ve kuruluşlarla gruplar arasında güven ortamının yaratılmasına yardımcı olur. Bir kuruluş gazetesinde yer alabilecek haberler kuruluşla doğrudan doğruya ilgili olanlar veya kuruluş üzerinde etki yapabilecek yabancı haberler olmalıdır.

2.4.1.2. Bültenler

Kuruluşla ilgili bireylerin dikkatlerine sunulan tanıtıcı yazılı çalışmalardır. Sayfa sayısı az olup konuyla ilgili değişik bilgilere yer verilir. Ayrıca ilgilinin dikkatini çekebilecek türden yan bilgilere, güncel verilere, olaylara da yer verilmektedir. Bu yönü gereği de bültenler, kuruluş içi halkla ilişkiler faaliyetlerinde sıklıkla kullanılırlar. Bültenlerden beklenen faydanın sağlanabilmesi için, yönetimin açık ve tutarlı olması, kullanılan dilin sade ve anlaşılır olması gerekmektedir (Seçim, 1999:117).

Kurum içi bültenler "genel konulara yönelik" bültenler şeklinde hazırlanabilir ve kuruluşun işlev ve faaliyetleri hakkında örgütün bilgilendirilmesi sağlanmaya çalışılır. Ayrıca "endüstri ilişkilerini duyuran bültenler" de hazırlamak mümkündür. Burada sendikalarla örgüt yönetimlerinin toplu sözleşmelerle ilgili uzlaşmaları içeren bilgiler sunulmaktadır. Hazırlanan bu bültenler her iki tarafa da hem işverene hem de iş görenlere dağıtılmaktadır. Örgüt dışı bültenler ise halka kuruluş hakkında çeşitli bilgilerin verilmesini içerir. Bunun yanında bu bültenler medyayla iyi ilişkiler kurulmasını sağlayarak medyanın kuruluşu karşı duyduğu ilgi ve sempatiyi de artırma yönünde rol oynar. Kuruluşa ilişkin haberleri çalışanlara ve kuruluş dışındaki ilgililere ileten bültenler o ay içerisinde gerçekleştirilecek toplantı, konferans, seminer, düğün, nişan, anma günü, açılış vb. organizasyonları tarih ve yer belirterek duyuru veya haber niteliğinde yine ilgililere önceden iletilmektedir.

2.4.1.3. Afiş, Broşür ve İlan Tahtası

Kuruluşu hedef kitlelerle genel ortamlarda bir araya getirmek amacıyla bir iletişim ürünü olan afiş; kısa ve özlü yazılardan oluşan iletileriyle dikkat çekici bir grafik tasarımının, resim-resimlerin uyumundan meydana gelir. Bu yolla heterojen nitelikteki geniş topluluklara ulaşabilmektedir (Kazancı, 1980:268). Afişler kuruluşlarca düzenlenen ya da desteklenen konser, dergi, yarışma, tiyatro, konferans vb. faaliyetleri kitlelere duyurma amacıyla da kullanılmaktadır. Sözlerin dikkat çekici bir şekilde sloganlaştırarak, çizgilerle uyumlaştırılmaları ve bunu içeren afişlerin hedef kitlelere ilgi yaratacak bir biçimde iletilmeleri bir sanat işi niteliğindedir ve ayrı bir beceriyi gerektirmektedir.

İlan tahtaları, diğer araçlara göre daha az masraf gerektiren yazılı iletişim ürünüdür. Kuruluşların belirli yerlerine yerleştirilir ve tüm çalışanların görmesi sağlanır. Böylece iletilmek istenen mesajlar, duyurular ileti sahiplerine kolay ve etkili bir biçimde sunulabilmektedir.

Afişler açılışlarda ve il ve ilçeye devlet büyükleri geldiğinde kullanılan metotlardandır. Halk Cumhurbaşkanımız, Başbakanımız ve bakanlarımızın il ve ilçeye ne zaman, ne maksatla ve nerede olacağıyla ilgili bilgilendirilir. Vatandaşlar dinlemek, görmek, dilek ve temennileri veya şikâyetleri var ise söylemek için buralarda sağlıklı ve gerçek bilgilere ulaşır.

2.4.2. Görsel ve İşitsel Araçlar

2.4.2.1. Televizyon

Teknolojik özellikleriyle hızlı bir biçimde geniş halk kitlelerine ulaşan radyo ve televizyon doğaları gereği çift yönlü iletişime olanak vermemekte fakat kamuoyu oluşmasında önemli bir işlev yerine getirmektedirler. Gündelik yaşamımızda büyük güç odağı haline getirilen medya olgusunun en etkili bileşeni olan televizyon, zengin görsel işitsel dokusuyla ve kolay izlenebilme özelliğiyle en yaygın olan kitle iletişim

aracı konumundadır. Televizyon her an yaşanan söz ve görüntülerle gazetenin hatta radyonun pek çok özelliğini işlevsiz kılmıştır (Bıçakçı, 1998:115-116).

Televizyonun halkla ilişkiler alanında kullanılması için yayın zamanı, süresi, hedef kitle, sunuş gibi birçok özelliklerin dikkate alınması gerekir. TV zamanının kullanımında ve kapsadığı alanın daha sınırlı olduğu bilinmektedir. Ama buna rağmen kitleler üzerinde yarattığı etki daha büyüktür. Televizyon imaj yaratmada önemli bir rol oynayan, etkileri oldukça yoğun bir kitle iletişim aracıdır (Ertekin, 2000:110-111). Aynı zamanda hem kulağa hem de göze hitap etme gücüne sahip olan TV'nin kitleler üzerindeki etkileri daha kalıcı olmaktadır.

Her alanda olduğu gibi televizyonun kapalı devre yayınlarıyla eğitim alanında kullanılması mümkündür. Kurum içi halkla ilişkilerin geliştirilmesi ve ılımlı örgüt iklimi yaratmada büyük katkıları söz konusu olabilir. Kurulan kapalı devre TV sistemiyle kurum içi iletişim kolaylaştırılıp bilgiler daha hızlı bir şekilde aktarılabilir. Özel programlar geliştirilerek öğle tatilleri ve mola saatlerinde eğitsel konularla personelin eksikliklerinin giderilmesi mümkündür. Çalışanların eğlenerek eğitilmesi sağlanabilir.

Televizyonun halkla ilişkilere yönelik olarak kullanımında yeterli araç gereç ve teknik bilgi, beceriye ihtiyaç duyulacak aynı zamanda bunların karşılanması kuruluşu bir maliyet olarak yansıyacaktır. Uygulamada halkla ilişkiler birimleri, televizyon programlarının yapımında bu konudaki firmalardan ve TV istasyonlarından yararlanmaktadırlar (Ertekin, 2000:110-111). Bu gerçekleşirken kuruluşun halkla ilişkiler bölümünün iş birliği de söz konusudur. Kuruluşların kendi başlarına TV programları hazırlamaları pek mümkün değildir. Verilmek istenen mesajlar belirlenerek TV programları ajanslara yaptırılır.

2.4.2.2. Radyo

Radyo yayınlarının büyük kitlelere ulaşma imkânlarına sahip olması, radyoyu halkla ilişkilerde kullanılan önemli bir araç haline getirmektedir. Halkla ilişkiler aracı olarak radyolarda gerçekleştirilen programlar hedef kitlelerle yakın bağlar kurmaya

yardımcı olur. Radyolarda röportajlar, açık oturumlar, belgesel programlar hazırlanarak sunulabilir. Özellikle haber programlarında ilk başlarda yer almak geniş bir kitleye anında ulaşmayı sağlar. Bunlar basın toplantıları, önemli gün ve açılış törenleri alabileceği gibi herhangi bir yeniliğin sunulması şeklinde de olabilir. Programların dikkatli ve ilgi çekici bir şekilde hazırlanması mesajların etkinliği açısından önemlidir.

Radyo ve televizyon kurumlarının sahip olduğu yönetim biçimi halkla ilişkiler çalışmalarını etkiler. Bu kurumların kamu denetiminde özerk bir yapıda, özel girişime dayalı veya tam olarak siyasi iktidarın denetimi altında olması halkla ilişkiler çabaları için belirleyici olur. Ülkemizde televizyon ve radyonun devlet tekelinde olduğu dönemlerde kuruluşların bu araçlardan istifade etmeleri sınırlı bir boyutta gerçekleşmekteydi. Ama günümüzde kuruluşların kendilerine ait televizyon ve radyoları mevcuttur ve bu araçlardan kendi tanıtımlarına yönelik olarak bir şekilde faydalanmaktadırlar.

Gerek radyo gerekse TV'den yararlanmak isteyen halkla ilişkiler uzmanları seçenekleri hedef kitleye hitap edecekleri program türünü ve içeriğini belirlerken, program saatini ayarlarken yine hedef kitlenin özelliklerini, şikâyetlerini, tutum ve davranışlarını göz önünde bulundurmalıdırlar. Radyo, vali ve kaymakamların olayı değerlendirerek kullanması gereken iletişim araçlarının en etkililerinden bir tanesidir. Görsel medyanın, yazılı medyanın, sanal medyanın ulaşamadığı durumlarda veya çalışırken insanların dinleyeceği durumlarda başvurulması gereken etkili bir iletişim aracıdır.

Günümüzde sınır tanımayan radyodan yararlanabilmek için çok büyük olanaklar bulunmaktadır. Televizyonla birlikte radyo ülkenin insanını kolayca etkileyebilecek bir araç durumundadır. Yazılı basınla bir karşılaştırma yapıldığında görülür ki radyodan söylenenler bir kere kaçırıldığında bir daha dinlenemez. Radyo çok dikkatli dinlemeyi gerektirir. Oysa yazılı basında yazılanı tekrar tekrar okuma olanağı vardır. Buna karşın radyoda tazelik vardır. Radyoda çabukluk bulunmaktadır. Radyo kulağa seslendiğinden inandırıcılığı daha fazladır. Ayrıca kırsal alanda

özellikle ülkemizde radyonun söylediklerine daha kolay inanma alışkanlığı bulunmaktadır (Tortop, 1993:128).

Hizmet birinci türden bile olsa bu hizmetin hangi koşullarda, ne tür çalışmalarla, hatta belki de özverilerle başarıya ulaştırılmış olduğunu kamuoyunun kendiliğinden bilmesi, öğrenmesi de olanaksızdır. Bu nedenle, başarı ile yürütülen bir hizmetin hangi koşullarda, ne tür çalışmalar, yol ve yöntemlerle gerçekleştirildiğinin, halka duyurulması gerekmektedir. Basın, radyo-televizyon, film, video, yazılı araçlar, sergiler, fuarlar, açılışlar, toplantılar, yarışmalar ve benzeri yol ve yöntemler, günümüzde tanıtmanın istenen etkinlikle yapılması açısından yönetimlere zengin olanaklar sağlamaktadır (Uysal, 1985:81-96; Tortop, 1993:120-126).

2.4.2.3. Sosyal Medya

Halkla ilişkilerin temel amacı, kurum kültürünü, kurum tarafından yayınlanmış olan mesajları ve haberleri hedef kitleleri ile paylaşmaktır. Bilgi teknolojilerinin hızla geliştiği 2000'li yılların başlangıcına kadar halkla ilişkiler uzmanları kurum kültürlerini, mesajlarını, haberlerini paylaşmada geleneksel medya kanallarını yaygın olarak kullanıyorlardı. Fakat bilginin giderek daha kolay dolaşımı ,erişilmesi ve saklanıp kullanılabilir hale getirilmesi zorunluluğu geleneksel araçların yanında bilgiyi daha kolay ve hızlı kullanma olanağı veren sanal ortama ve sosyal medyaya talebi artırmıştır. Nitekim sosyal medyanın önü alnamaz gelişimi halkla ilişkiler uzmanlarını da etkilemiş ve geleneksel medya kanallarının yanında sosyal medya kanallarına da yoğun bir ilgi göstermelerine yol açmıştır. Sosyal medyada yayınlanan mesajların çok kısa sürede geniş kitlelere yayılması ve kitleler arasında tartışma ortamı oluşturmasından dolayı sosyal medya kurumların halkla ilişkiler stratejilerinde çok önemli bir konuma gelmiştir. (Budak ve Budak, 2014:299)

İnternet teknolojisi web 2.0 ile birlikte hayatımızın her alanına nüfuz eden sosyal medya, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gelişimini hızla sürdürüyor. Günümüzde bloglar, online ansiklopediler, Twitter, Friendfeed ve Facebook gibi sosyal paylaşım ağları ve sosyal arkadaşlık sitelerinin sayısı günden güne artarken

bireysel kullanıcılarının sayısı da buna paralel olarak gelişim göstermektedir. Bireysel kullanıcılar vakitlerinin büyük çoğunluğunu bu tarz platformlarda geçirmekte ve dolayısıyla global markalar ve orta ya da küçük ölçekli işletmeler de markalarını hedef kitlelere ulaştırmada sosyal medyayı kullanmaktalar.

Yeni iletişim teknolojileri insanlara, düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları olanaklar yaratan, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya sunmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan bu sanal ortam, kullanıcı tabanlı olmasının yanında kitleleri ve insanları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi arttırması bakımından önem taşımaktadır. Yapılan araştırmalar insanların, bu sanal gerçeklik içinde gün geçtikçe daha fazla vakit harcadıklarını, bu sanal gerçeklik içinde gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir. Kimi zaman sanal dünyayla, gerçek dünya arasındaki sınırın belirsizleştiği de gözlenmektedir. Öyle ki bu dünyada arkadaş bulma, bu dünyadaki insanlarla sosyal ve siyasi düşünce alışverişinde bulunma; hatta bu dünyadan birileriyle tanışıp evlenme gibi ciddi kararlar alınabilmektedir. Özellikle gençler arasında kullanım değeri bakımından hızlı bir yükseliş gösteren sosyal medya, diğer yandan da günümüzün geleneksel medyasına rakip olmakta; hatta kimi zaman tehdit eder duruma gelmektedir (Vural ve Bat: 2010:3348).

Bilginin hem hızlı bir şekilde yayılmasını sağlaması, hem de bilgiye müdahale etmeye olanak tanıyan bir mecra olması bakımından internet, önemi yanında kullanımı her geçen gün artmaya devam eden bir mecra özelliği taşımaktadır. Ayrıca teknolojik devrimin başlangıcında internet, interaktif etkileşimde evrensel bir araç haline gelmektedir. Bilginin üretimi kapasitesi ve ekonomik rekabeti belirlemesi, yenedünyanın küresel olması ve bu küresel ortamın temelde bağlantılı olması bu gücü doğrulamaktadır. İnternet, günümüzde bilgi teknolojilerinin devam eden evriminde en son aşamadır. İnsanlar internet ağını kendi bilgi araştırmaları için kullanmalarının yanında, arkadaşlarına geçici mesaj göndermek, internet dünyasında sörf yapmak, vb. gibi farklı amaçlar için de kullanabilmektedirler. Günümüzde bilgi iletişim teknolojilerinin herkes için ulaşılabilir olması nedeniyle internet teknolojik bir

demokrasi sunmaktadır. Ayrıca süreklilik arz eden bir ilerleme ve bilgi saydamlığı, internetin kullanıcıları için küresel bir anlam ifade etmektedir. Ülkemizde ve dünyada internet ve bilgisayar kullanıcılarının günden güne artması, internetin haber takibinden, alışveriş yapmaya iletişim kurmaktan, eğlenceye kadar gündelik yaşam pratiklerine her anlamda yerleşmesi, yeni iletişim teknolojilerinin günümüzde kazandığı önemin en büyük göstergelerindendir. 2000’li yıllardan sonra internet aracılığıyla web tabanlı yeni bir mecra internetin kullanım alanını genişletmiştir. Sosyal medya olarak tanımlanan ve insanlar arasında fotoğraf, video, metin ve medyaya ilişkin karışık oluşumlar içeren bu uygulamalar, kullanıcıların dikkatini çekmenin yanında sanal iletişime yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu internet uygulamaları kullanıcıların kendi memnuniyetleri sonucu birbirlerini haberdar etmeleri ya da kişinin kendi rızasıyla internette üye olması sonucu yaygınlaşmaktadır. Mobil tabanlı sosyal medyada zaman ve mekân sınırlaması olmadan kelimelerin, görsellerin, ses dosyalarının paylaşılması söz konusu olmaktadır. Bu bakımdan genel olarak bireylerin internette birbirleriyle yaptığı paylaşım ve diyalogların sosyal medyayı oluşturduğunu söylemek mümkündür. Online medyanın yeni bir türü olarak sosyal medya, katılımcılarını iletişim kurma konusunda cesaretlendirir ve bu konuda geribildirim önemser. Ayrıca sadece yayma tabanlı değil, iki yönlü iletişime olanak tanınması bakımından önem taşımaktadır. Hızlı ve etkili bir şekilde toplu iletişime izin verdiği için paylaşım daha kolay gerçekleşmekte ve böylece bağlantılı bir iletişim söz konusu olmaktadır. Sosyal medya geleneksel medyanın aksine sıfır maliyetle kullanılır, erişim imkânları daha kolaydır, kullanım bakımından basitlik arz eder ve üzerinde değişimi kolay olduğunda sabitlik söz konusu değildir. Sosyal medyanın hızlı geri bildirim kullanıcı açısından önemlidir (Vural ve Bat, 2010:3372). Hiç bir bilginin gerçek anlamda yok olmadığı bu sanal alem gözlem evinin görüş alanını daha da genişletmekte, erişimdeki sınır tanımazlık denetimdeki sınır tanımazlığa da yansımaktadır. Bilginin içeriği söz konusu olduğunda ise sosyal medyanın erişim ağının sınırları daralmakta, online iletişimi yönetebilenlerin uygun gördüğü bilgiler erişimin gerçek sınırlarını belirleyebilmektedir.(Peltekoğlu, 2012:330)

İnsan kaynaklarının teknolojik gelişmeleri kendi birimleri kullanmakla kalmayıp teknolojik gelişmelere uyum sağlama ve gelecekteki muhtemel teknolojik gelişmelere karşın öğrenebilir personeli bünyesinde barındırma zorunluluğu vardır. Sahip olunan bu personel insan kaynaklarının fonksiyonları konusunda bilgi sahibi olup bilgi teknolojileri konusunda eğitilebilir durumda olmalıdır. Bunun içinde personelin bilgi teknolojileri altyapısı konusunda "ön bilgi" sahibi olmaları ve bu konuda ilgi sahibi olmaları zorunludur.(Vural, 2010:257). Devletin hantal işleyişi veya kullanılan iletişim yöntemlerinin haberi ulaştırmada çok geç kalması iletişimin sosyal medya alanına kaymasına yol açmıştır. Vatandaş artık bilgiyi daha hızlı ve seri sosyal medyadan almaktadır. Durum böyle olunca vatandaşın istediği hızlı, doğru, güvenilir ve sağlıklı bilgiyi sosyal medya üzerinden de vermek gerekmektedir.

2.4.3. Organizasyonel Faaliyetler

2.4.3.1. Toplantılar

Kuruluş merkezinde ya da çeşitli bölümlerde yapılan rutin veya rutin olmayan toplantıları içerir. Buralarda genel durum değerlendirilmesi yapılarak çeşitli kararların alınması ve önerilerin geliştirilmesi söz konusudur. Üst kademe yöneticilerle alt kademe çalışanlar arasında iyi ilişkiler kurulması açısından oldukça yararlıdır. Toplantıların konusu yeri ve zamanı iyi bir şekilde belirlenirse kuruluş açısından büyük fayda sağlayacaktır (Gürdal, 1997:105). Toplantıların amacı, karşılıklı bilgi alışverişini sağlamaktır. Toplantıların ilgi çekici olabilmesi için konuşmacıların tanınmış kişilerden seçilmesinde fayda vardır. İmkân varsa karşıt görüşlü kimselere de yer verilmelidir. Toplantıyı kamuoyuna en kısa ve etkili bir şekilde duyurmak ilgiyi arttıracaktır (İşçi, 1997:55-56).

Günümüzde kamu ve özel sektör kuruluşlarında, yeni bir teknoloji fikir veya konu gündeme geldiğinde ilgili kişilerle toplantılar yapmak, brifing vermek oldukça yaygınlaşmıştır. Bu toplantılar sırasında yönetim, personelin moral ve motivasyonunu değerlendirebildiği gibi yapılan uygulamalar hakkında duygu ve düşüncelerini de öğrenebilme olanağına sahip olabilmektedir. Bu toplantılarla halkla

ilişkilerin görevi, gözlem yaparak edindiği izlenimleri yönetimle tartışmak olmalı ve aksayan noktaların giderilmesi için uygun stratejiler saptanarak gerekli taktiklerin uygulamaya konulması sağlanmalıdır. Burada yönetime düşen görev ise ; sağduyulu ve olgun davranarak gerçekleri ve hataları olduğu gibi kabul etmek olmalıdır (Budak ve Budak, 2014:252).

Basın toplantılarında olduğu gibi medya mensupları da toplantıya çağrılarak bu etkinliğin medyada haber olarak yer alması sağlanmalıdır. Toplantı sonunda iştirakçilerin kuruluşu gezmelerinin sağlanması uygulamanın etkinliğini artıracaktır. Toplantılar, vali ve kaymakamların en çok kullandığı yöntemdir. Halkı ilgilendiren her konunun eğer asayiş gibi gizli değilse halka aktarılmasında idare ve halk açısından fayda vardır.

2.4.3.2. Tören ve Açılışlar

Törenler, halkla ilişkilerde kullanılan araçlardandır. Üst kademe devlet yöneticilerinin katılımı, ülkenin çeşitli alanlarında isim yapan kişilerin törenlere gelmesi, olayı kitle iletişim araçlarına aktarmak için yeterlidir. Bu etkileme derecesi tören önemli bir olaya dayandırılıyorsa daha da artacaktır. Kuruluş içi halka ilişkilerde de kuruluş dışında olduğu gibi törenler uygulanmaktadır. Önemli olan bir konuyu ele alıp onu halkla ilişkiler çalışmalarıyla bezeyerek topluma sunmaktır. Törenler, kuruluşlar içinde ender fırsatlar olduklarından halkla ilişkiler uzmanları bu noktaları yakalamalı ve ilgi çekici düzenlemelerle insanların beğenisini, takdirini kazanmalı, ilgilerini çekebilmelidir (Kazancı, 1980:277).

Açılış, bir kuruluşun ilk kez hizmete girmesi veya yatırımların hizmete sokulması, bir ürünün ilk kez piyasaya sürülmesi dolayısıyla yapılır. Halkla ilişkiler alanında açılışlar, bir kuruluşun güven ve itimadını kazanmak için başvurabileceği önemli fırsatlardandır. Böylece kuruluşlar ilgili kamuoyunun yanlış izlenimleri silinir, kuruluş saygı kazanarak tanınır. Kuruluşun yerel ve ulusal çıkarlara hizmet ettiği anlaşılır. Kuruluş yöneticileri ve personeli ile hedef kitle arasında iletişim sağlanır. Kuruluşun rolü, teknik olanaklara sahip olduğu ve topluma kazandırdığı hizmetin önemi ortaya çıkar. Açılış merasiminin hemen ardından ya da öğle sonu

aynı yerler kuruluş personeline, dostlarına ve halka, hedef kitleye açılmalı, yapılan faaliyetler sunulmalıdır (Tortop, 1993:76-77). Açılışta başarılı sonuçlara ulaşabilmekle etkinliklerin iyi bir şekilde organize edilmesi birbirine bağlıdır. Tarih, yer ve davetli listesi dikkatli bir şekilde hazırlanmalı ve davetlilere önceden duyurulmalıdır.

2.4.3.3. Halk Günleri

5442 sayılı İl İdaresi Kanununun 26 ve 36. maddelerinde, vali ve kaymakamların yılda en az bir kez halkın dilek ve ihtiyaçlarının yerli yerinde gözden geçirip gereğini yapması emredilmiştir. Bu ihtiyaca göre bazen haftanın bir günü ve belirli saati halk günü ilan edilip halka duyurularak her gün yapılması sağlanabilir. Günümüzde çok rağbet edilmemesine rağmen halen çoğu kişinin derdi ve problemi bu tür toplantılarda çözülmektedir. Bu da okuryazarlık ve halkın eğitim seviyesi ve teknolojiyi kullanmasıyla yakından ilgilidir.

2.4.3.4. Halk Ziyaretleri

Mülki İdare Teşkilatının kurulumundan bu yana en etkili iletişim, halk ziyaretleriyle gerçekleştirilmektedir. Halk kendini idare eden kişinin kim olduğunu merak etmekte, tanımayı arzu etmekte ve onunla birebir yüz yüze görüşmek istemektedir. Vali ve kaymakamlar mutlaka halkın içinde ve onlarla iletişimi yüz yüze olmalı ve olabildiğince halkın yaşam alanları içinde gerçekleşmelidir. Alışveriş yerleri, pazar yerleri, kahvehaneler, eğlence mekânları, camiler, terminaller, dergâhlar, muhtarlıklar gibi halkın olduğu tüm yerler bu anlamda ziyaret mekanları olarak kabul edilebilir.

Yapılan ziyaretin amacına göre kelimeler seçilmeli, mutlu bir durumsa kutlanmalı, üzücü bir durumsa destek olunmalıdır. Ziyaret sırasında yapmacıklıktan uzak, abartısız, samimi bir şekilde sohbet edilmelidir (Topçuoğlu ve Özden, 2006:126). Vali ve kaymakamlar ziyaretlerinin amaçlarına göre hazırlıklı, konusuna hâkim ve onların dertleriyle ilgilenen insanlar olmalıdır. Bunları da yaparken empati yetenekleriyle beraber onların hal ve keyfiyetlerini araştırıp ona göre onlarla ilişki ve iletişim içinde olmalıdır.

2.4.3.5. Panel ve Sempozyumlar

Paneller; konusunda uzman olan birkaç kişinin bilimsel olmayan bir biçimde belli bir konuyu tartışarak, dinleyicilerin ilgisini konuya çekerek yine konunun anlaşılmasına dönük çalışmaları ifade etmektedir. Günümüzde pek çok kuruluş çeşitli konularda hem kendi oluşumlarını hem de ulusal içerikteki konuları tartışarak bu tür düzenlemeleri gerçekleştirmekte ve çoğu kez de başarılı olmaktadır (Gürüz, 1993:53).

Sempozyum; bu teknikte belirli konuların çeşitli yönlerinin ve ilgili diğer konuların, yetkili kişilerin birbiriyle konuşmaları yoluyla açıklanması sağlanır. Dinleyiciler olaya etkin bir biçimde katılamamaktadırlar ve yetkililerin konuşmalarıyla önemli düzeyde bilgilenmektedirler. Sempozyum uzun zaman diliminde kuruluşa büyük fayda sağlayarak halkla ilişkilerin yönetsel amaçlarının gerçekleştirilmesinde etkili olmaktadır (Gürüz, 1993:49).

Kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanlar, bilgilendirme ve halkın aydınlatılması konusunda eğitilmeli ve kamu en doğru şekliyle birinci elden bilgilendirilmeli ve aydınlatılmalıdır. Bunu da organize edip, personeli eğitip, halkı aydınlatacak olan il ve ilçelerde Vali ve Kaymakamlardır.

2.4.3.6. Sponsorluklar

Gelişmiş kuruluşların büyük ilgi gösterdiği ve himaye etmenin modern biçimi olarak tanımlanabilen sponsorluk, geçmiş yıllardaki hayırseverliğin yerini almıştır. Ancak sponsorluk, sadece iyilik yapma felsefesinden kaynaklanmaz, aynı zamanda paranın farklı bir biçimde de olsa da geri dönmesi beklenir.

Bruhn'a göre ilk olarak alma ve verme felsefesi üzerine kurulan sponsorluk, ortaya koyduğu para veya araç-gereç karşılığında, sponsorluğunu üstlendiği kişi veya kurumdan bir karşılık bekler. Bu karşılık, kişilerin reklamlarda ürünü yada kurumu tanıtmaları veya yarışmalarda marka adının görünmesini sağlamak biçiminde olabilir (MEB, 2011:4). Devletin bütçeden pay ayıramadığı sosyal ve kültürel alanlardaki toplumun çeşitli ihtiyaçlarını karşılayacak yatırımların masraflarını üstlenmek sponsorluk faaliyetlerinin özüdür. Bu tür faaliyetler firmanın kitleler tarafından tanınmasında oldukça etkilidir.

Kuruluşlar, kurum ve ürün imajını desteklemek, kurumsal kimliği yerleştirmek, hedef kitlede iyi niyet ve anlayış oluşturmak gibi nedenlerle diğer iletişim yöntemlerine ek olarak sponsorluk üstlenmektedirler. Bu tür faaliyetler defalarca tekrarlanan logo, kurumsal renk ve fiziksel görüntünün farkına varılmasına, kurumsal kimliğin tanınmasına ve yerleşmesine imkân tanımaktadırlar. Sponsorluk faaliyetleri, kurum yada kişilere sağlanan imkânlar nedeniyle, hedef kitle üzerinde iyi niyetin oluşturulmasında etkin bir rol oynamakta, medyada ilgi uyandırarak ilişkileri güçlendirmektedir (Peltekoğlu, 2010:219). Kuruluşlar, toplumsal duyarlılıklarını sanat, kültür, eğitim gibi konuları desteklemek suretiyle göstermekte ve kitleler üzerinde olumlu bir izlenim bırakmaktadırlar.

2.4.3.7. Fuarlar

Fuarlar, konunun uzmanlarının katıldığı, bilgilendirmenin, reklamın en güzel yapıldığı ortamlardır. Turizm fuarı, kitap fuarı, tarım fuarı, maden fuarı gibi yörenin sahip olduğu zenginliğe ve ilgi çekilmek istenen konuya göre düzenlenen fuarlara kamu kurum ve kuruluşlarının da katılımı birçok açıdan faydalı olmaktadır.

Her il kendi özelliğine göre ilgi çekmek istediği konuda fuar düzenlemektedir. Bunların da ile çok ciddi katkıları zaman içinde olmaktadır. Vali ve Kaymakamlar il ve ilçelerinin tanıtımında ilgi çekici yöre özelliklerini bulup bunları fuarlar vasıtasıyla ülkeye ve dünyaya duyurmak zorundadır. Vali ve kaymakamların daha çok düzenlediği veya katıldığı fuarlar turizm fuarlarıdır. Hem katkı verirler, hem de il ve ilçelerini en güzel şekilde tanıtıp turist gelmesini sağlamaya çalışırlar. Günümüzde Antalya'ya gelen 12.000.000 turistin ilk temellerini 1970'li yıllarda dönemin Antalya valisi Hüseyin Öğütçen atmıştır. Yurtdışında Berlin ITB, Moskova, Dubai fuarlarına veya yut içindeki turizm fuarlarına baktığımızda aşağı yukarı tüm illerin stantlarını görürüz. Her il bir tanıtım yarışına girmiştir. Sonuçları da ülkemize gelen otuz milyonun üzerindeki turist sayısından ve gelirinden anlaşılmaktadır.

2.4.3.8. Festivaller

Festivaller, geniş halk kitlelerinin ilgilerini belli bir bölgeye çekmek amacıyla düzenlenirler. Ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenebilen festivaller yöre halkı için hem ticari hem de bölge tanıtımı açısından büyük öneme sahiptir. Bunu tanıtım

için büyük fırsat olarak gören kuruluşlar festival organizasyonunun içinde aktif rol alarak kitlelerle yakınlaşmayı ümit ederler. Bu organizasyona destek veren firmaların isimleri afişlerde yer almakta ve medyada çıkan haberler de isimlerini duyurabilmektedirler. Bu aktiviteler zaman içerisinde gelenek haline dönüşerek süreklilik kazanmakta ve hatta uluslararası boyut kazanabilmektedir.

Festivallere siyasi kişiliği olan bakan ve milletvekillerinin de iştirak etmesi kitlelerin ilgisini daha da arttırmaktadır. Kuruluşların böyle bir ortamda tanıtma faaliyetlerine girişmeleri bölge dışından gelen kişiler üzerinde de etki yapma gücüne sahiptir. Yemekli, danslı toplantılar ve partiler diğer günlerde çalışanların aileleri arasında sağlanamayan yakınlaşmayı gerçekleştirebilmektedir. Bu yakınlaşma ve iş birliği, çalışanları olumlu yönde etkileyerek motive etmektedir. Aynı zamanda yerel ve ulusal düzeydeki siyasilere firma yetkililerinin iletişim kurabilme olanakları ortaya çıkmaktadır.

Festivallerin en önemli alt unsurlarından birisi yarışmalardır. Yarışmalar, kamuoyunun ilgisini kuruluş üzerine çekmek için halkın çeşitli kesimlerine yönelik olarak düzenlenen faaliyetlerdir. Kuruluşlar, sempati kazanmak amacıyla çeşitli insan grupları arasında sosyal, kültürel, bilimsel ve spor alanlarında çeşitli yarışmalar düzenlemektedirler. Yarışmanın ilgi çekmesi ve katılımın yüksek olması için ödüllü olmaları gerekir. Yarışmanın kitlelere duyurulması için tüm haberleşme araçlarından radyo, televizyon ve gazetelerden yararlanıldığı gibi pankart ve afişlerle de desteklenmektedir.

Dünyanın birçok şehri festivallerle yüksek oranda dünyanın farklı yerlerinden ziyaretçi akınına uğramakta ve düzenlenen bölgeye ciddi ekonomik katkı sağlamaktadır. Paris, Londra, Moskova, New York, Berlin gibi onlarca dünya şehri festivallerle hem kendilerini tanıtmışlar hem de ekonomileri fevkalade gelişmiş halkları kendi ürettikleri ürün ve hizmetlerle zenginleşmişlerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KÜTAHYA İLİ VALİ VE KAYMAKAMLARIN PROJE BAZLI HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI

3.1.METODOLOJİ

Bu çalışma Kütahya'daki vali ve kaymakamların 1.1.2011-1.6.2013 tarihleri arasında il ve ilçelerinde kendilerinin başında yer aldığı, süreçlerine katıldığı, uyguladığı “Proje Bazlı Halkla İlişkiler” çalışmalarını ele almaktadır. Uygulamalar, gözlem ve literatür taraması bağlamında irdelenmekte ve betimleyici bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

İncelemeye konu olan valilik ve kaymakamlık halkla ilişkiler çalışmaları ve projelere ilişkin bilgiler ve dökümanlar, bizzat bu çalışmaları yürütmekle sorumlu mülki idare amirlerinden alınmış, bunlarla sözlü görüşmeler yapılmış ve değerlendirilmiştir. İnceleme neticesinde çıkan sonuçların klasik halkla ilişkiler yöntemlerine göre pozitif veya negatif yönleri tartışılmıştır.

3.1.1.Araştırmada Cevabı Aranılan Sorular

1. Bu araştırmada vali ve kaymakamların, içinde halkla ilişkilerin yoğunlukta olduğu projeler uygulamasının, halkla ilişkiler açısından olumlu veya olumsuz yönleri nelerdir?
2. Projelerle birlikte uygulanan halkla ilişkilerde halkın projeye katılım düzeyleri ve katkıları nelerdir?
3. Projelerin içinde uygulanan halkla ilişkilerin klasik metotlardan farkları nelerdir?

3.1.2.Projelerin Toplanması ve Sınırlılıklar

Bu bölümde incelenen projeler; il ve ilçelerde yapılan swot analizlerine göre halkın ihtiyacı olan ve uygulandığında halkın da içinde yer alabileceği, halkla ilişkilerin de yoğun olarak kullanılabileceği projelerden seçilmiş ve uygulanmaya konulan projeler toplanmıştır.

Çalışmada Kütahya valiliğinin halkla ilişkileri ön plana çıkardığı, halkla ilişkileri önemsendiği, dönemin valisinin projelere başkanlık ettiği ve uygulama safahatında lehte ve aleyhte müdahil olduğu 4 proje derinlemesine analiz ve tahlil edilmiştir. Ayrıca, Kütahya valiliğine bağlı 13 ilçenin 7' sinden alınan halkla ilişkilerin önemsendiği ve ön plana biliçli olarak çıkarıldığı, dönemin ilçe kaymakamlarının projelere başkanlık ettiği ve uygulama safahatında lehte ve aleyhte müdahil olduğu 13 proje derinlemesine analiz ve tahlil edilmiştir.

3.2.VALİLİK UYGULAMALARI

İl ve ilçelerde vali ve kaymakamların yöre insanının yapısı, idarecinin yapısı, bölgenin coğrafi yapısı, gelişmişlik durumu, etnik kökenleri, eğitim düzeyi ve gelişmişlik düzeyi gibi birçok parametrenin değerlendirilerek uygulayabileceği devreye sokabileceği halkla ilişkiler uygulamaları vardır.

Kaymakamlık kursu İçişleri Bakanlığı'nın imtihanını kazandıktan sonra farklı aşamaları olan üç yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Bu süre zarfında yurt dışına gönderilerek, kaymakam refikliği, müfettiş yanında denetim stajı, vilayet stajı, ilçelerde kaymakam vekaleti, İçişleri Bakanlığı eğitim dairesinde eğitim ve bakanlık encümeninin inhası ile üç yıl sonra sınıflandırılmış ilçelerden en küçüğü kabul edilen 5. sınıf (6 sınıf var. 6.sınıf az gelişmiş ve doğu hizmetidir) ilçeye ataması yapılarak göreve başlamaktadır. Bu üç yıllık süreçte halkla ilişkiler konusunda uygulamalı eğitim, tecrübe paylaşımı, uzman akademisyenlerin bilgi aktarımı sayesinde tecrübe edinmektedir.

Valiler için ise böyle bir eğitim aşaması yoktur. Genel uygulama 1. sınıfa ayrılmış (15 yıl başarılı bir şekilde kaymakamlık yaptıktan sonra kaymakamlar arasından veya idareciliği kanıtlanmış ilkokul mezunu, Türk vatandaşı olmak gibi vasıfları taşıyan kişilerden ataması bakanlar kurulu kararı ve Cumhurbaşkanı onayı ile yapılmaktadır. Hükümet bu atamayı yaparken halkla ilişkileri iyi olan veya yapacağına kanaat getirilen kişiler arasından seçmekte ve atamaktadır.

Hem valiler hem de kaymakamlar en iyi eğitimi alsalar ve bu konuda uzman olsalar bile gittikleri yöreyi tahlil ve analiz etmeden hiç bir projeye ve halkla ilişkiler uygulamalarına başlayamazlar. Öncelikli olarak bütün kamu kurum ve kuruluşlarından brifing alırlar. Sivil toplum örgütleri ile görüşüp onların görüşlerini alırlar. Yörenin hassasiyetlerini öğrenirler. Milletvekillerinin, belediye başkanlarının İl genel meclis başkanlarının ve üyelerinin, köy ve mahalle muhtarlarının görüşlerini alırlar. Farklı tarz ve yöntemlerle halkın duygu düşünce ve beklentilerini öğrenirler (anket uygulaması bunlardan biridir).

Bütün bu bilgiler çerçevesinde halkın ihtiyacı olan, varsa çözülmesi gereken sorun, hükümetin uygulamasını istediği veya halkın arzuladığı halkla ilişkileri kuvvetlendirici projeleri vali ve kaymakamlar uygulamaya koymaktadır.

Bu bölümde Kütahya'da halkla ilişkiler uygulamasının vali ve kaymakamlar tarafından nasıl yapıldığı hangi aşamalardan geçerek projelere başlanıldığı uygulama safahatları ve sonuçları tahlil ve analiz edilmektedir. Sahada yapılan fiili uygulama ve sonuçlar burada değerlendirilmektedir.

Dönemin valisinin (2011-2013) ilk yaptığı iş, Başbakan ve Bakanlardan randevu almak ve Kütahya ile ilgili yapılması gereken ve yapılmasını istedikleri konuları öğrenmek olmuştur. Kendilerinin tespit ettikleri güzelliklerin ve problemlerin bilgisi alınmış, vermiş oldukları tavsiyeleri not edilmiştir.

Kütahya'nın tarihi, coğrafyası, kültürü, hassasiyetleri, beklentileriyle ilgili yazılı, görsel malzemeler derlenmiş ve Kütahya'yı bilenlerle görüşüp bilgi alınmaya çalışılmıştır. Kamu kurum ve kuruluşlarının kurumun yetkili tüm personeliyle buluşularak (İl müdürü, İl müdür yardımcıları, Şube Müdürleri ve yetkili kişiler)

kurum hakkında detaylı bilgi alınmıştır. Kurumun insan kaynakları, araç gereçleri, yaptıkları işler, ihtiyaçları, uyguladıkları veya farklı sebeplerden uygulayamadıkları projeler, diğer il müdürlüklerinin alanına giren konularda tavsiyeleri öğrenilmiştir. Bu çalışma yaklaşık iki ay sürmüştür.

Sivil toplum örgütleri ile hem birebir hem de toplu toplantılar yapılmıştır. Kendi faaliyetleri ile bilgi alındığı gibi kendi ihtiyaçları ve sorunlar dinlenilmiş ve Kütahya ile ilgili tavsiyeleri alınmıştır.

İlin iktidar-muhalefet tüm milletvekilleri ile görüşülüp Kütahya için ne yapılmasını istediklerini öğrenilmiştir. İlçe kaymakamlarını dinlenmiş ve ilçenin belediye başkanı, sivil toplum kuruluşları, muhtarları veya gelmek isteyen kim varsa ilk iki ay toplu olarak valiliğe gelmiş ve görüşlerini aktarmışlardır.

İlde Milletvekilleri, belediye başkanı, üniversite rektörü, ticaret odası başkanı, borsa başkanı gibi 30-40 kişi arası değişen ilin ileri gelenleri ile aylık toplantılar yapıp Kütahya tartışılmıştır. Alınması gereken kararlar, çözülmesi gereken sorunlar ve Kütahya için yapılması gerekenler kararlaştırılmıştır.

Bütün bu çalışmaların ışığında halka halkın arzu ettiği ihtiyaç olan projeleri yapmak halka temas etmek ve yapılan hizmetleri bu projelerin içinde satır aralarında anlatmak için belirlenen projelerin yürütülmesine karar verilmiştir.

Projeler tespit edilirken en çok ihtiyaç olan, çözüldüğünde halkın en çok memnun olacağı, en fazla insanla temas kurulabilecek, tüm halkı yakından ve uzaktan mutlaka ilgilendiren, çoğu kurumun ve kişinin katkı vereceği, en fazla insanın projenin içinde yer alabileceği konular üzerine projeler geliştirilmiş ve Kütahya iline uyarlanmıştır.

Bu çalışmalardaki temel amaç, uygulama aşamasına geçildiğinde insanların hoşuna giden projelerin içinde, yapılan tüm hizmetlerin halka anlatılması ve onların da varsa taleplerinin alınması ve sorunlarının çözülmesidir. Bu yolla hem halkla birebir görüşme imkanı doğmakta, hem de vatandaşlar bu görüşmelerde sorun ve taleplerini rahatlıkla dile getirmektedirler.

Bir başka açıdan baktığımızda ildeki yerel yöneticiler de yapılan toplantılardan rahatsız olmamaktadırlar. Yerel yöneticiler, Milletvekilleri, Belediye başkanları; Vali ve Kaymakamların halkın içinde ve her sorunlarını dinlemelerinden genellikle hoşlanmazlar. Vatandaşların sorunlarını bizzat kendilerine iletmelerini isterler. Toplantılarda vatandaşlar, dile getirdiği sorunların hangi birime ait olduğunu bilmez. Belediye konularını da Mülki idareciye söyleyince Yerel yöneticileri şikâyet etmiş algısı oluşur. Halkın sorunları mülki idarece çok sık dinlenildiğinde, atanmışların kendi işlerine karıştıkları algısı yerel yöneticilerde oluşur. Bu sebeplerden dolayı toplantıların amacı proje bazlı olduğunda sorun dinleme kamufle edilmiş, yerel seçilmiş yöneticiler de rahatsız edilmemiş olur.

Aşağıda uygulanan projeler, sonuçları alınmış veya alınmaya devam eden şu anki Kütahya yönetiminin takip ettiği ve halkla ilişkiler konusunda bir ilin tamamının içinde olduğu uygulamadır.

3.2.1. Aile İçi İletişim Modeliyle Halkla İlişkiler Uygulaması

3.2.1.1. Projenin Amacı

Aile, toplumun çekirdeğini oluşturan birimdir. Sosyal bir varlık olan insan için toplumsal hayat ne kadar önemli ve gerekli ise, bir toplum için de o toplumun çekirdeğini oluşturan aile kurumu o kadar hayati bir öneme sahiptir. Bu nedenle toplumun doğal temeli olan aile, insanlık tarihinin başlangıcıyla birlikte hep var olmuş ve toplumun varlığını devam ettirmesinde de önemli görevler üstlenmiştir. Aile, toplumlarda kültürel kimliğin bir alt kuşağa aktarılması, neslin devamı, çocukların bakım ve yetiştirilmesi, yeni nesillere ahlaki değerlerin kazandırılması, ahlaki ve toplumsal bilincin aktarılması, sevgi, saygı ve hoşgörü vb. tutum ve değerlerin yerleştirilmesi gibi temel ve evrensel fonksiyonları üstlenmekte ve yerine getirmektedir.

Toplumların geleceği, güçlü ve sağlam bir aile yapısına sahip olmalarına bağlıdır. Güçlü bir aile yapısı toplumun temel sorunlarını aşmada en önemli çözüm adresidir. Toplumsal yapının sağlıklı olmasında aile kurumunun güçlendirilmesinin

önemi büyüktür. Çünkü toplumsal huzurun, barışın, sağlığın, eğitimin ve ekonomik hayatın temel alt yapısını aile oluşturmaktadır. Ailedeki çözümler telafisi imkânsız toplumsal bozulmayı da beraberinde getirecektir. Aile parçalanma, dağılma gibi nedenlerle varlığını sürdürememe tehlikesiyle karşı karşıya geldiğinde ya da fonksiyonlarını gerçekleştiremeyecek kadar zayıfladığında, toplumda ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Aile içi ilişkilerde yaşanan tüm sorunlar başta eşler olmak üzere aile bireyleri arasındaki iletişim bozukluklarından kaynaklanmaktadır. Bugün şiddet, boşanmalar, alkol ve madde kullanımı, çocuk suçluluğu, sokak çocuğu olgusu gibi sorunların temelinde de ailedeki iletişim bozuklukları yatmaktadır.

Aile, eşler açısından çok önemli fonksiyonlar yerine getirmektedir. Anne, baba, eş olma sorumluluğu bireylerin yaşamında önemlidir. Bir bütünün parçası olma kişiyi mutlu kılmaktadır. Düzenli ve istikrarlı bir yaşam vaat ettiği için aile, eşlere psikolojik ve sosyal destek sağlamaktadır.

İlde 14.03.2011 tarih ve B.10.4.ISM.4.43.00.09-789-154/5270 sayılı Valilik Oluru ile ‘Kadına ve Çocuğa Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele İl Kurulu’ kurulmuş, Kütahya İli 2011-2015 Yılı Kadına ve Çocuğa Yönelik Şiddet İle Mücadele Eylem Planı hazırlanmıştır. Bu plan doğrultusunda okullarda, fabrikalarda, askeri birliklerde, köylerde kadına ve çocuğa yönelik şiddetin önlenmesi ve aile birliğinin önemine yönelik eğitimler yapılmış, camilerde hutbeler ve vaazlar verilmiştir. Bilgilendirme ve bilinçlendirmeye yönelik konferans ve panel yapılmış, radyo ve televizyonda programlar yapılarak konuya dikkat çekilmiştir. Kurul üyesi tüm kurumlarda personele hizmet içi eğitimler verilmiştir. Yapılan anket çalışmaları ve elde edilen çıktılar doğrultusunda şiddete ve boşanmaya neden olan faktörlerin temelinde aile içi şiddet, aile içi iletişim sorunları, aile kurumunu ayakta tutan sevgi, saygı, dürüstlük, güven, hoşgörü gibi temel unsurların gücünün zayıfladığı görülmüştür. Bu nedenle aile kurumunun zayıflamasına neden olan faktörlerin temelden önlenmesine yönelik kurul çalışmaları yeniden şekillendirilmiş 20.10.2011 tarihinde yapılan toplantıda alınan karar sonucunda kurulun ‘Aile İçi Sevgi İl Kurulu’ olarak çalışmalarına devam etmesine karar verilmiştir. İl kurul üyeleri;

Kütahya Valiliği, Kütahya Belediyesi, Dumlupınar Üniversitesi, İl Jandarma Komutanlığı, İl Emniyet Müdürlüğü, İl Müftülüğü, İl Sosyal Hizmetler Müdürlüğü, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İl Gençlik ve Spor Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü, Rehberlik Araştırma Merkezi, KUTSO (Kütahya sanayi ve ticaret odası) Kadın Girişimciler İl Kurulu, Halka Eğitim Kültür Sanat ve Dayanışma Derneği, Nafi Gural Eğitim Vakfı temsilcilerinden oluşmaktadır.

Temel amacı ilde sağlıklı, mutlu ve müreffeh ailelerin oluşmasına katkıda bulunmak olan Aile İçi Sevgi Projesi: Sağlam, güçlü, işlevsel ve uyumlu bir aile birlikteliği sağlanarak ailelerin huzur ve refahının geliştirilmesini, aile kaynaklarının rasyonel kullanımının sağlanmasıyla ailelerin ekonomik olarak desteklenmesini, haklarını ve sorumluluklarını bilen; demokratik değerlere ve insan haklarına saygılı; beden, zihin, ahlak ve duygu bakımından dengeli ve sağlıklı gelişen; yaşadığı çevreye duyarlı; yapıcı, yaratıcı ve verimli bireylerin yetişmesine katkıda bulunmaktır.

Projenin temel yaklaşımı önleyicilik, bilgilendiricilik ve eğiticilik yönü ön planda olan aile [yaşamı] eğitimidir. Topluma dönük hizmet veren herkes aile değerlerine, ailenin güçlenmesine katkıda bulunmakla mükelleftir. Sadece devletin yapabilecekleriyle değil, STK'ların da gücünün birleştirilmesiyle aile değerlerine, bütünlüğüne destek verilmesi gerekmektedir. Bu proje kapsamında kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar ve üniversite arasındaki bağlar kuvvetlenecek; konferans, panel, seminer ve eğitimler düzenleyerek farkındalık çalışmalarında aktif rol oynayacaklardır.

Proje kapsamında, Aile İçi Sevgi İl Kurulu temsilcilerinden Kütahya Belediyesi, Dumlupınar Üniversitesi, İl Jandarma Komutanlığı, İl Emniyet Müdürlüğü, İl Müftülüğü, İl Sosyal Hizmetler Müdürlüğü, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü, Rehberlik Araştırma Merkezi, Kadın Girişimciler İl Kurulu, Halka Eğitim Kültür Sanat ve Dayanışma Derneği personelinden oluşacak 50 kişiye Dumlupınar Üniversitesi ve Zafer Kalkınma Ajansı desteğiyle aile içi iletişim ve yetişkin eğitimi konularında eğitici eğitimi verilecektir. Eğitim sonrası

eğiticiler kendi kurumlarındaki personele hizmet içi eğitim vereceklerdir. Ayrıca halka yönelik eğitim faaliyetlerinde aktif rol oynayacaklardır.

İlde ailelere danışmanlık yapmak üzere İl Müftülüğü bünyesinde Aile İrşat Bürosu, İl Milli Eğitim bünyesinde Rehberlik Araştırma Merkezi bulunmaktadır. İl Sosyal Hizmetler Müdürlüğü tarafından gerek Alo 183 hattı, gerekse bireysel başvurularla kadın, çocuk, özürü ve sosyal hizmet danışmanlığı yapılmaktadır. İl Sağlık Müdürlüğü bünyesinde AÇSAP, Gençlik Danışma Merkezi gibi birimlerde gençlere ve ailelere danışmanlık hizmetleri verilmektedir. Proje kapsamında bu merkezlerin daha etkin ve verimli olmaları, eğitici eğitimi almış personel tarafından gerekli bilgilendirme, eğitim ve yönlendirmelerin yapılması ve merkezlerin kapasitelerinin arttırılarak birbirleri ile koordineli bir şekilde çalışması hedeflenmiş ve gerçekleştirilmiştir.

Çiftlerin ilişkilerini zenginleştirmelerine ve sorunların önlenmesine yardımcı olacak becerileri öğretmek, evlilik kalitesini arttırmak ve evlilik ilişkilerini geliştirmek amacıyla 'Evlilik Okulu' açılması hedeflenmiş ve açılmıştır.

KUTSO Kadın Girişimciler İl Kurulu'nun desteğiyle aile ve iş hayatında başarıyı yakalamış rol modellerin katılımıyla paneller düzenlenerek konuya dikkat çekilmiştir. Ayrıca Nafi Güral Vakfı'nın desteği ile aile içi iletişim gibi konularda, alanında uzmanlaşmış ünlü isimlerin katılımıyla konferanslar düzenlenmesi hedeflenmiş ve gerçekleştirilmiştir.

Oluşturulacak kalıcı internet ağı ile proje kapsamında yapılacak çalışmalar ve kurul üyelerinin çalışmaları sitede yayınlanacaktır. 'Aile İçi Sevgi İl Kurulu' kurumların ve konu ile ilgili çalışan STK'ların çalışmaları ve linkleri bu ortak platformda yer alacaktır. Proje kapsamında yürütülen ailelerin ihtiyaç duyduğu bilgiler, eğitim, seminer, konferans vb. bütün çalışmaların içerikleri sitede yayınlanacaktır. Danışmanlık hizmetinin de verileceği sitede konusunda uzmanlar tarafından, soru-cevap yöntemiyle ailelerden gelen sorulara yanıt verilerek gerekli yönlendirmeler yapılması hedeflenmiş ve gerçekleştirilmiştir.

Evlilik Okulu'na başvuran yeni evlenecek çiftler için dikilecek fidanlara çiftlerin adı verilmesi hedeflenmiş ve adları verilmiş, Aile Ormanı oluşturulmuştur.

Proje süresince eğitim, seminer, konferans ve panellerde dağıtılmak üzere eğitim materyalleri hazırlanarak internet sitesinde de yer alması sağlanmıştır.

Bu proje ile aile bireylerinin, yaşantılarını geliştirip zenginleştirecek, yaşam boyu değişen rollerine ve gelişim görevlerine uyum sağlayacak, sahip oldukları bireysel ve çevresel kaynakları fark edip bunları aktif olarak kullanabilecek, problemleri önlemelerine ve oluşmuş problemlerine de çözüm üretecek, kendilerine gerekli olacak bilgi, farkındalık ve becerileri kazanmaları hedeflenmiş ve hedefler gerçekleştirilmiştir.

3.2.1.2. Projenin Hedefi

Aile içi iletişimi güçlendirerek aile birliğini ve bütünlüğünü oluşturmak; sağlıklı, başarılı, mutlu, sevgi dolu nesiller inşa etmek. Özel hedefler ise;

a) Bireylere verilecek eğitimler, konferans, seminer ve paneller ile aile içi iletişimin temel öğeleri olan sevgi, saygı, sadakat, mutluluk ve iletişim kavramlarına yönelik farkındalık yaratma,

b) Toplumun çekirdeği olan ailelerin, aile içi iletişim becerilerini geliştirerek ailelerin yaşam kalitelerinin artırılması,

c) Aile kurumunun güçlendirilmesini amaçlayan çalışmalarda Sivil Toplum Kuruluşları, Kamu Kurumları ve Üniversite arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi,

d) Toplumun ve ailenin gelişmesi için, bireyin katılımcı, üretken ve kendine yeterli hale gelmesi ailelerin ekonomik, toplumsal, kültürel ve psikolojik sorunlarla baş edebilmeleri için korunması, desteklenmesi ve güçlendirilmesi amacıyla "Aile Danışma Merkezleri"nin açılması, mevcut olanların kapasitelerinin geliştirilmesi,

hedeflenmiş ve hedefler gerçekleştirilmiştir.

3.2.1.3. Projeden Beklenen Sonuçlar

a) Aile kurumunun güçlendirilmesini amaçlayan çalışmalarda Sivil Toplum Kuruluşları, Kamu Kurumları ve Üniversite arasındaki bağlar kuvvetlenecek.

b) Toplumun temeli olan aile kurumu güçlenip, edinilen yeni bilgi ve deneyimlerle aile fertlerinin farkındalıkları ve yaşam kaliteleri artacak.

c) Aile Danışma Merkezleri'nin kapasitesi arttırılarak aralarındaki işbirliği ve koordinasyon güçlendirilecek.

3.2.1.4. Proje Hedef Grubunun Seçilme Nedenleri

Proje hedef grubunu Kütahya ilinde ikamet eden aileler oluşturmaktadır. Evlilik işlemleri için Talasemi Merkezi'ne yıllık 3500 civarında başvuru yapılmaktadır. Proje kapsamında açılacak Evlilik Okulu'na evlilik işlemleri için başvuran çiftlerden programın tanıtılması neticesinde -katılım için gönüllü olanlardan- eğitim grupları oluşturulmuştur.

Aile tüm toplumların temel taşıdır. Toplumsal uyumun temelini oluşturan aile yapısının sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi, boşanmaların daha aza indirilmesini sağlar. Bu durum hem çiftlerin ruh sağlıklarının korunmasına katkıda bulunacak hem de sağlıklı bir ailede yetişecek çocukların da ruh sağlıklarının korunmasını ve yetişen neslin özgüveni yüksek, mutlu, olumlu kişilik özellikleri sergileyen bireylerden oluşmasını sağlayacaktır. Mutlu ve doyum sağlayan evlilikler, çiftlerin ve çocuklarının huzurunu sağladığı gibi toplumun genel huzurunu da sağlayacaktır. Toplumda huzur içinde yaşayan bireylerin iş yaşamlarında da daha verimli ve başarılı olacakları düşünülmektedir.

Kütahya'da yaşayan evli veya boşanmış kişilerin evlilik ve boşanma ile ilgili görüş, tutum ve davranışlarının belirlenmesi amacıyla 300 evli, 300 boşanmış kişiye uygulanan anket çalışması (2011) sonucunda: Boşanmışların evlilere göre; eşi tarafından sözel şiddete maruz kalma sıklığının 7,5 kat, fiziksel şiddete maruz kalma

sıklığının 7,5 kat, cinsel şiddete maruz kalma sıklığının 40,7 kat ve ekonomik şiddete maruz kalma sıklığının 12,1 kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

2010 yılında Türkiye genelinde 163.749 çift evlenirken, 33.139 çift boşanmıştır. Boşanmaların 11.981'i evliliğin 1-5. yılında görülmektedir. 2011 yılının II. 3 aylık döneminde 169.787 çift evlenmiş, 33 702 çift boşanmıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2011). 2011 yılının II. üç aylık döneminde meydana gelen boşanmaların % 40,1'i evliliğin ilk 5 yılı içinde, %24,3'ü ise 16 yıl ve daha fazla süre evli olan çiftlerde gerçekleşmiştir. Kütahya'da ise 2010 yılında 4005 çift evlenmiş, 876 çift boşanmıştır.

İl Sosyal Hizmetler Kadın Konuk Evi Müdürlüğü'nün 21.3.2011 tarihindeki verilerine göre, 218 (mükerrer kayıtlarla birlikte) mağdur olmuş, bakıma ya da korunmaya muhtaç hale gelmiş bayan ve çocukları ile ilgilenmiştir.

İl Emniyet Müdürlüğü verilerine göre 2010 yılında aile fertlerine kötü muamele sebebiyle 533 vaka kayıtlara yansımıştır.

Boşanma ve şiddet oranlarındaki artış, aile bireyleri arasındaki sorunların artması ailelerin özellikle de yeni evli çiftlerin desteklenmeye ihtiyacı olduğunu göstermektedir. İlk etapta Merkez İlçe' de yürütülecek olan proje çalışmaları daha sonra diğer ilçelerde de yaygınlaştırılacaktır.

3.2.1.5. Proje Hedef Grubunun İhtiyaç ve Sorunlarının Çözümüne Sağlayacağı Katkı

Bu Proje ile Kütahya'da yapılacak bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetleri ile aileler ve yeni evlenecek çiftler;

- Etkili yaşam becerileri geliştirmeleri yoluyla beklenen ve beklenmeyen yaşam olayları karşısında dayanıklılıklarını koruyabilecekler,
- Sağlıklı bir etkileşim ortamının bireyi ve aileyi geliştirici ve zenginleştirici atmosferinden faydalanacaklar,

- Aile bireyleri arasındaki açık ve net iletişimin aileyi güçlü kılan özelliğinden yararlanabilmeyi öğrenecekler,
- Yaşamdaki geçiş noktalarını daha az problemlili geçirmesini sağlayacak gerekli bilgi ve becerileri kazanacaklar,
- Evlilik kalitesini zenginleştirecek, aile bağlarını kuvvetlendirecek ve sağlıklı bir evlilik ilişkisinin gerektirdiği becerileri kazanacaklardır.

Ayrıca,

- Aile kurumunun güçlendirilmesini amaçlayan çalışmalarda Sivil Toplum Kuruluşları, Kamu Kurumları ve Üniversite arasındaki bağlar kuvvetlenecek,
- Aile Danışma Merkezleri'nin kapasitesi artırılarak aralarındaki işbirliği ve koordinasyon güçlenecektir.

3.2.1.6. Projede Uygulanan Faaliyetler

Faaliyet 1: Eğitim verecek personellerin eğitici eğitimi:

Aile İçi Sevgi İl Kurulu temsilcilerinden Kütahya Belediyesi, Dumlupınar Üniversitesi, İl Jandarma Komutanlığı, İl Emniyet Müdürlüğü, İl Müftülüğü, İl Sosyal Hizmetler Müdürlüğü, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü, Rehberlik Araştırma Merkezi, Kadın Girişimciler İl Kurulu, Halka Eğitim Kültür Sanat ve Dayanışma Derneği personelinden oluşacak 50 kişiye Dumlupınar Üniversitesi ve Zafer Kalkınma Ajansı desteğiyle aile içi iletişim ve yetişkin eğitimi konularında eğitici eğitimi verilmiştir. Eğitim sonrası eğiticiler kendi kurumlarındaki personele hizmet içi eğitim vermiştir. Ayrıca halka yönelik eğitim faaliyetlerinde aktif rol oynayacaklardır. Personeller il ve ilçe merkezlerinden seçilmiştir.

Faaliyet 2: Evlilik Okulu Açılması:

Talasemi Merkezi'nde açılacak olan Evlilik Okulu'nda yeni evlenecek çiftlere programı tanıtıcı broşür dağıtılıp bilgi verilmiştir. Çiftlerin başvuruları doğrultusunda

katılımcılara ‘Aile Okulu Programı Katılımcı Başvuru Formu’ doldurularak 10-20 kişilik eğitim grupları oluşturulmuştur. Talepler doğrultusunda eğitim grupları ve periyotları belirlenmiştir. Eğitimciler; İl Sağlık Müdürlüğü, Dumlupınar Üniversitesi, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İl Müftülüğü, İl Emniyet Müdürlüğü, İl Sosyal Hizmetler Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezi personellerinden görevlendirilmiştir.

Yeni evlenecek çiftlere aşağıda belirtilen temel konularda bilgiler verilmiştir.

a) Evlilik ve Aile Hayatı İle İlgili

1.Evliliğin İlk Yılları

2.Sağlıklı Çift İlişisinin Temel Faktörleri

3. Evlilik Çatışmasına Sebep Olan Faktörler ve Çözüm Yolları

3.1. Evlilik Çatışmasına Sebep Olan Faktörler

3.2. Eşi İncitebilecek İletişim Hataları

3.3. Evlilik Çatışmalarını Azaltan Faktörler

3.4. Çatışmayı Çözümlemenin Yolları

3.5. İlişki Sorunlarına Alternatif Çözümler

4.Çiftlerin Birlikte Kaliteli Zaman Geçirmeleri

4.1. Eşle Birlikte Zaman Geçirme

4.2. Birlikte Geçirilecek Zamanın Planlanması

5. Ailede Rol Dağılımı

5.1. Ailede Görev ve Sorumluluk Dağılımı

5.2. Ev İşlerinin Paylaşımı

5.3. Çocukların Bakımı

6. Akrabaların Evlilik İlişkisine Etkileri

6.1. Akrabaların Evlilik İlişkisi Üzerindeki Etkilerini Düzenleme

6.2. Köken Aileden Özerkleşme

7. Ailenin Sağladığı İmkânlar ve Güçler

7.1. Aile İçi Yardım ve Destek

7.2. Aile İçin Ortak Amaç Oluşturma

7.3. Muhabbet ve Yakınlık

8. Aile Birlikteliğinin Önemi ve Desteklenmesi

8.1. Aile İçi Yardım ve Destek

8.2. Aile İçin Ortak Amaç Oluşturma

8.3. Muhabbet ve Yakınlık

8.4. Birlikte Kaliteli Zaman Geçirme

9. Aile İçi İletişim

10. Kadın ve Erkeğin Birbirleri Üzerindeki Hakları ve Sorumlulukları

11. Ev Ekonomisi

12. Aile Güvenliği

13. Öfke Kontrolü

b) Kişisel Hijyen İle İlgili

1. Kişisel Hijyenin Tanımı Ve Önemi

2. Beden Temizliği

2.1. El, Tırnak Temizliği ve Bakımı

2.1.2. Yüz, Göz, Burun, Kulak, Boyun ve Koltukaltı Temizliği

2.1.3. Saç Temizliği ve Bakımı

2.1.4. Ayak Temizliği

2.1.5. Genital Bölge Temizliği

2.1.6. Tuvalet Alışkanlığı ve Temizliği

2.1.7. Banyo Yapma ve Giyecek Hijyeni

3. Ağız Ve Diş Sağlığı

3.1. Diş Çürümesi ve Vücut Sağlığıyla İlgisi

3.2. Diş Eti Hastalıkları ve Vücut Sağlığıyla İlgisi

3.3. Dişlerin Gelişim Bozuklukları

3.4. Ağız ve Diş Sağlığı Nasıl Korunur?

4. Akıl Sağlığı ve Hijyen

5. Yaşadığımız Çevre Hijyeni (Ev, İş Yeri, Okul)

6. Eşya Hijyeni (Kişisel Eşya, Ortak Eşya)

c) Üreme Sağlığı İle İlgili Olarak

1. Aile Planlaması

1.1. Geleneksel Yöntemler

1.2. Bariyer Yöntemleri

1.3. Hormonal Yöntemler

1.4. Rahim İçi Araçlar

1.5. Cerrahi Yöntemler

1.6. Postkoital Korunma

1.7. Kürtaj/Gebeliğin Sonlandırılması

2. Cinsel İletişim

Böylece bireylerin sağlıklı bir evlilik ilişkisinin gerektirdiği becerileri, evlilik kalitesini zenginleştirecek ve aile bağlarını kuvvetlendirecek becerileri kazanmaları, etkili yaşam becerileri geliştirmeleri yoluyla beklenen ve beklenmeyen yaşam olayları karşısında dayanıklılıklarını koruyabilmeleri, sağlıklı bir etkileşim ortamının bireyi ve aileyi geliştirici ve zenginleştirici atmosferinden faydalanmaları, aile bireyleri arasındaki açık ve net iletişimin aileyi güçlü kılan özelliğinden yararlanabilmeleri, yaşamdaki geçiş noktalarını daha az problemlili geçirmesini sağlayacak gerekli bilgi ve becerileri kazanmaları, aile sağlığını korumaları ve geliştirmeleri, dolayısıyla ailenin yaşam kalitesini ve aile sağlığını korumaları ve geliştirmeleri, ailenin yaşam kalitesini yükseltmeleri hedeflenmiş ve hedefler gerçekleştirilmiştir.

Faaliyet 3. İnternet Ağı Kurulması:

Proje kapsamında hedef grubun ve tüm halkın yararlanabileceği internet ağı oluşturulmuştur. Bir takım olarak proje kapsamında yapılan tüm çalışmalar internet ağına yüklenecek olup, hedef grubun bu çalışmalardan yararlanması sağlanmıştır. Hedef grup ile ağ üzerinden soru-cevap şeklinde iletişim kurularak sorunlarına yönelik görüşler aktarılıp gerekli yönlendirmeler yapılmıştır.

İnternet ağı ile STK- Kamu Kurumları-Üniversite arasındaki bağın sürekliliği sağlanmıştır. Site linkinin proje ortaklarının web sitelerinde yerini almasıyla sitenin duyurusu ve bireylerin haberdar edilmesi etkin şekilde yapılmıştır.

Faaliyet 4: Ünlü rol modellerin katılımlarıyla paneller yapılması:

KUTSO Kadın Girişimciler İl Kurulu tarafından, proje ortaklarının da desteğiyle aile ve iş hayatlarındaki başarılarıyla topluma örnek olmuş ünlü rol modellerin katılımıyla paneller düzenlenmiştir. Dönemin Aile ve sosyal politikalar Bakanı Fatma Şahin konuşmacılardan bir tanesidir.

Faaliyet 5: Bireylerde farkındalık oluşturmak amacıyla konferans, eğitim, seminer ve panellerin yapılması:

Bu proje ile aile hayatının geliştirilmesi ve güçlendirilmesi yoluyla ailenin refahı ve mutluluğunun sağlanması, uyumlu aile ilişkilerine katkıda bulunulması, aileyi bir arada tutan bağların sağlamlaştırılması, aile üyelerinin kişiliklerinin sağlıklı bir biçimde gelişmesi, birey olma potansiyellerinin güçlendirilmesi ve toplumsal yaşama uyumlarının sağlanması, sağlıklı çocuk yetiştirme bilgi ve becerilerinin geliştirilmesi ile aile sisteminde özgürlük, sorumluluk ve toplumsal değerler arasında bir denge sağlanması, evlilik öncesi ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla eğitimler, konferanslar, seminer ve paneller düzenlenmiştir.

Faaliyet 6: Aile Ormanı Oluşturulması:

‘Ağaç kök üstünde büyür’... Kök ne kadar sağlamsa ağaç o kadar büyür, hayatta kalır. Proje kapsamında Evlilik Okulu’na katılan çiftlerin isimlerinin verildiği aile ağaçları dikilerek ‘Aile Ormanı’ oluşturulmuştur.

Faaliyet 7: Proje kapsamında verilecek eğitim, konferans, seminer ve panellerde kullanılmak üzere broşür ve kitapçıkların hazırlanması:

Proje kapsamında eğitim, konferans, seminer ve panellerde dağıtılmak üzere broşür ve kitapçıklar hazırlanmış, dağıtılmış hazırlanan eğitim kitapçıkları internet sitesinde de yayınlanmıştır.

3.2.1.7. Projenin Değerlendirilmesi;

Bu proje ile sağlıklı bir toplumun ana çekirdeğini oluşturan aile biriminin mutlu, huzurlu ve muhabbetli olmasının yanında yönetim olarak onlara ulaşmak ve

devletin yüzünü onlara göstermek amaçlanmıştır. Kapsam aile olunca bu Kütahya'nın tamamını kapsamaktadır. Projede en önemli nokta basit, uygulanabilir, hayatımızda önem ve değer verdiğimiz konuların gündeme geldiği ve konuşulduğu toplantılardır. Hedefte uygulayıcılar açısından kolay ve uygulanabilir bir hedef 'Bir ailenin boşanmasını engelleme' dir.

Kütahya'da anketle tespit edilen boşanma olaylarında en önemli sorun iletişim sorunu görülmekteydi. Dönemin Kütahya Valisi başkanlığında komisyon kurarak nasıl bir yol ve yöntem izlenmesi gerektiğini tartışılarak yürürlüğe merkez ilçeden başlanılmıştır.

Dönemin valisi aile içi iletişim projesi vesilesiyle ailelerle bir araya gelip ailenin öneminden, aile içi iletişimden, iletişim sorunlarından, daha iyi nasıl anlaşacağımızdan bahsetmiştir. Ailelerin dikkatini çekmeye, ailelerin evlerinde eş ve çocuklarını dinlemesi sağlanmıştır.

Kişisel gelişim dersleri ile ailelerin iletişimleri takviye edilmiştir. Yukarıda da projenin tamamında anlatıldığı gibi onlarca iletişim kanalıyla aile bütünlüğü adına toplantılar konferanslar ve karşılıklı mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Yapılan ilk çalışmalar Kütahya merkez ilçesinde aileler adına çok etkili oldu. Kütahya merkez nüfusu 260.000 (köylerle beraber)'dir, Kütahya'nın ilçesi Tavşanlı (köylerle beraber) 100.000'dir. Kütahya merkez ilçesinde boşanma sayıları hızla düştüğü gibi, aileye karşı şiddet olayları da azalmıştır. Emniyet ve Jandarma kayıtlarına göre; 2012'de Kütahya merkezde eşinden dolayı devletten sığınma ve koruma isteyen aile sayısı 100 dür. Aynı tarihte Tavşanlı ilçesinde sığınma ve koruma isteyen eş sayısı 250'dir. Proje uygulanan merkez ilçede şiddet olayı nüfusa oranladığımızda Tavşanlı ilçesine göre on kat daha düşüktür.

Tüm ilçelerde proje uygulanmaya başladığında Kütahya merkez ilçedeki oranlar tutturulmuştur. Aile saadeti, boşanma oranlarının aşağıya çekilmesi, evlilikten önce evlenecekler bilgi verilmesinin yanında toplantılarda bir araya gelindiğinde yapılan faaliyetler, yatırımlar, hükümet icraatları, bunların hangi

safahatta olduğu ve kendilerinin resmi kurumlardaki aksayan veya yapılmasını istedikleri işler çözülmeye çalışılmıştır.

Aileler de bu sebeple kamu yöneticileriyle bir araya gelmiş, devletle aralarındaki duvarlar yıkılmış, samimi bir ortam dâhilinde dilek ve arzularını dile getirmişlerdir. Devletin gülen yüzü halka gösterilmiş, valisinden müstahdemine kadar kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan insanların halk için çalıştığı mesajı verilmiş, il bazında yapılan yatırımlar proje ile temas edilen tüm vatandaşlara anlatılmıştır.

Nüfusu küçük yerlerde herkese ulaşan yerel bir medya kanalı yok ise bilgi kulaktan kulağa dedikodu yoluyla yayılır. Dolayısıyla halk doğru bilgilendirilmek istendiğinde birebir veya bu toplantılar yoluyla halka merak ettikleri konular anlatıldığında gerçek konulara halk vakıf olmaktadır.

Bu projede ikinci bölümde bahsedilen vali ve kaymakamların kullandığı araç ve tekniklerden gazete, afiş broşür ve ilan tahtası, televizyon, radyo, sosyal medya araçları, toplantı, tören, halk ziyaretleri, kamu kurumları çalışanları aracılığıyla bilgilendirme metotlarının tamamı kullanılmıştır. Basın araçları vasıtasıyla projeye dahil olamayanların da bilgilendirilmesi sağlanmıştır. Bu bilgilendirme sayesinde vali ve kaymakamlara olan halkın muhabbetinin artması hedefleri gerçekleştirilmiştir. Projenin içerisinde vali ve kaymakamların halkla ilişkileri de üst düzeyde gerçekleştirilmiş, yöneticilere halkın muhabbeti artmıştır.

Bu projede çalışan il müdürleri ve görevli diğer yetkililer analiz yaparak proje uygulamayı ve halkla ilişkilerin önemini kavramışlardır. Halk il müdürlerini sevmiş onların ilden tayinleri çıktığında ayrılmalarını arzu etmemişler, gitmemeleri için ilgili kurumlara müracaat yapmışlar, tayinine engel olamadıkları görevli için ise sevgi gösterisi olarak uzun konvoylarla ilden uğurlandığı gözlenmiştir.

Bu sonuç projede çalışan görevlilerin kamuyu iyi tanıyıp, halka dayalı projeler geliştirmelerine, halkı sürekli bilgilendirmelerine, iki yönlü simetrik iletişimle halkı ikna etmelerine kısaca iyi bir halkla ilişkiler politikaları izlemelerine bağlı olarak geliştiğine şahit olunmuştur.

Ayrıca bu görevliler amirleri tarafından da ödüllendirilmiştir. Örneğin projede görev alan;

- 1- Dönemin Kütahya il sağlık müdürü terfian Kahramanmaraş kamu hastaneleri genel sekreteri, akabinde halk sağlığı hizmetleri genel müdür yardımcısı,
- 2- Dönemin Kütahya il müftüsü, Yalova il müftüsü,
- 3- Kütahya aile ve sosyal politikalar müdür vekili, Düzce aile ve sosyal politikalar il müdürü,
- 4- Görev alan diğer görevliler de arzu ettikleri üst kademe veya istedikleri görevler için değerlendirilip atandıkları görülmüştür.

3.2.2. Eğitimde Benchmarking Modeliyle Halkla İlişkiler Uygulaması

3.2.2.1. Projenin amacı:

Projenin genel amacı; kurumun amaç ve hedeflerini saptamakta yardımcı olmak, Hedef ve amaçlara ulaşmak için en iyi uygulamaları saptamak, Kurum kültürünü değiştirmek ve güçlendirmek, Kurumun stratejik olarak yönetilmesini sağlamak, Kurum içinde daha iyi uygulamaları açığa çıkartmak, Maliyetleri düşürmek, Çalışanlarda motivasyon sağlamak ve Kurum performansını artırmaktır.

Dünya hızla değişmektedir. Eğitimi verenler, eğitimi alanlar arasındaki öğretim metotları da değişmektedir. Her alanda gelişen bir değişim söz konusudur. Eğitimin de bunların gerisinde kalması söz konusu değildir. Değişimde ve gelişimde hatalar yarınlarında sorunlar ortaya çıkartacaktır. Eğitimin özüne ve temel ilkelerine bağlı olarak değişerek gelişen bir eğitim gereklidir.

Her konuda, Dünya ülkelerinin önünde ve çığır açan bir lider ülke hayalimiz muhakkak gerçekleşecektir. Bu hayal değil gerçek olacaktır. Bunun sağlanabilmesi için eğitimin önemi büyüktür. Eğitimin kalitesinin artırılması akademik ve davranış anlamında Dünya'ya yön veren bir sistemi yakalamak muhakkakki ciddi çalışmaların sonucunda oluşacaktır. Burada "Benchmarking" in önemi ortaya çıkmaktadır.

Eğitimde yapılacak Benchmarking alışmaları eğitimde en kısa zamanda en doğru yolu bulma, en doğru kararı verme, sıfır hatayı yakalama imkânı oluşturacaktır.

Eğitim alanında ilimizde yapılan çalışmaları, diğer illerde yapılan çalışmaları hatta diğer ũlkelerde yapılan çalışmaları takip ederek, gŕzlememiz gerekmektedir. Neredeyiz? Ne yapıyoruz? Neyiz? Nereye gidebiliriz? gibi soruların yanıtlarını bulabiliriz.

Eğitimde 5 duyu organının etkisi tartışılamaz. Bazen bir ŕđrenciye sŕzle anlatmak, bazen gŕsellikle anlatmak, dersin içeriğine gŕre birden fazlasını hatta tũm duyu organlarını kullanarak eğitimi vermek verimi artırmıştır. Bir sınıftaki başarılı ŕđrenciler ile başarılı olmak isteyen diğer ŕđrencilerin kendini birbirleri ile kıyasladıkları gibi, bir ilde de başarılı olmak isteyen okul ŕđretmenleri, okul idarecileri, başarılı olanlar ile kendilerini muhakkak kıyaslayacaklardır.

Eğitimde yapılacak olan dũzenli Benchmarking alışmaları ilin eğitimine bũyũk bir ivme kazandıracak, zaman israfını ŕnleyecek, etkileşimi artıracak ve yeni ufuklar açacaktır. İl eğitiminde sistematik olarak olumlu adımların atılmasını sağlayacaktır. İl genelinde eğitimin nabzı tutulacaktır. Nabız kuvvetli olursa tũm il geneline giden kan miktarı da verimli olacaktır.

3.2.2.2.Proje Gerekçesi

Benchmarking, “bir işletmenin rekabet gũcũnũ yũkseltmek için başarılı performansa sahip başka işletmelerin iş yapma tekniklerini incelemesi, kendi teknikleri ile kıyaslaması ve bu kıyaslamadan elde ettiği bilgileri kendi işletmesinde uygulaması” (Bedũk, 2002: 5) demektir. Benchmarking kavramının ana çıkış noktası her işletmenin diğerinden iyi durumda olan en az bir yŕnũ olduğu ve bu yŕnũn kullanılmasıyla verimliliğinin artırılabilereği mantığına dayanmaktadır.

Kıyaslama uygulaması iki şirketin işlem ve yŕntemlerine ilişkin bilgileri paylaşma konusunda ŕnceden anlaşmış olmalarını içerir. Her iki şirket bilgi

değişiminden bazı kazançlar bekler. Şirketler sahip olduğu bilgiyi vermemekte özgür olmakla birlikte, birbirlerini rakip olarak görmezler.

Eğitim kurumlarındaki kıyaslama çalışmalarının temel amacı; diğer sektörlerdeki gelişme hızı karşısında, oldukça yavaş kalan eğitim kurumlarında birbirinden öğrenmeye imkân veren yeni modeller ortaya koymaktır.

Rekabetçi kıyaslama eğitim örgütlerine, kar amaçlı kurumlarda olduğu şekliyle uyarlanamaz. Çünkü eğitim kurumları arasında bir rekabet olsa bile bu daha yumuşak bir düzeyde olmalıdır. Bu yüzden eğitim kurumlarında birbirinden öğrenme felsefesinin geliştirilmesi ve rekabetin daha fazla bilgiye ve daha iyi uygulamalara sahip olma temeli üzerine kurulması daha yararlı olabilir.

Eğitimde yapılacak Benchmarking çalışmaları eğitimde en kısa zamanda en doğru yolu bulma, en doğru kararı verme, sıfır hatayı yakalama imkânı oluşturacaktır. Eğitim alanında Kütahya'da yapılan çalışmaları, diğer illerde yapılan çalışmaları hatta diğer ülkelerde yapılan çalışmaları takip ederek, gözlemlemek gerekmektedir. Neredeyiz? Ne yapıyoruz? Neyiz? Nereye gidebiliriz? gibi soruların yanıtları bu yolla bulunabilir. Eğitimde yapılacak olan düzenli Benchmarking çalışmaları ilin eğitimine büyük bir ivme kazandıracak, zaman israfını önleyecek, etkileşimi artıracak ve yeni ufuklar açacaktır. İl eğitiminde sistematik olarak olumlu adımların atılmasını sağlayacaktır. İl genelinde eğitimin nabızı tutulacaktır. Nabız kuvvetli olursa tüm il geneline giden kan miktarı da verimli olacaktır.

Benchmarking'in Türkçe tam karşılığı olmamakla beraber kıyaslama olarak çevirebiliriz. Benchmarking ile ilgili onlarca tanım olduğu gibi kendimiz yüzlerce farklı alanlarda değişik tanımlar türetebiliriz. Benchmarking'in, kişinin şahsından başlayıp tüm kuruluş şirket kurum ve organizasyonları kapsayabilecek uygulama alanları vardır. İnsan olarak düşündüğümüzde diyelim ki kendisini sporun maraton dalında geliştirmek istiyor. Ne var ki belirli bir performansın üstüne çıkamıyor. Bunun için aynı alanda daha üstün performans gösteren sporcuların yeme, içme, etkinlik ve antrenman tekniklerini öğrenip kendi yaşam uygulamalarına ve fiziki

imkanlarına uyarlayarak uyguluyor. Bir şirket için ise faaliyet yaptığı alanda en iyisi olabilmek adına kendi iç dinamiklerini harekete geçirerek kendi iç analizlerini yaparak yani swot analizi yaparak kendi içinde iyileşme, ayrıca rakip firmaların ne yaptıklarını öğrenmek amacıyla diğer firmalarla anlaşma yoluna giderek, kendini geliştirme olarak da tarif ederiz.

Benchmarking insan doğumundan buyana var olagelen ama sistematik uygulanamayan bir sistemdir. Nasıl ki bir komutan savaşırken karşıdaki gücü bilmeli tanımalı kendi gücü ile kıyaslamalı ve ona göre yönlendirmelidir.

Bizim buna uygun atasözlerimizde vardır.'Bir elin nesi var iki elin sesi var' , 'el elden üstündür' , ' başkasının yumruğunu yemeyen kendisinin yumruğunu balyoz zannedermiş', ' ilim Çin'de de olsa al' gibi.

Dünyada gerçek manada bilimsel olarak bu uygulamalara baktığımızda daha çok 1970'li yıllarda Japonya'da 1980'li yıllarda Amerika'da 1990'lı yıllarda Avrupa'da 2000'li yıllarda ise Türkiye'de yoğun olarak şirketlerde kıyaslama metodunun uygulandığını ve uygulayan şirketlerin başarılı olduğunu görmekteyiz.

Türkiye de bilinen ilk uygulama toplam kalite yönetiminin arttırılması şekliyle Ereğli Demir Çelik Fabrikası, Koç gurubu, 3. ana jet komutanlığı, dokuz Eylül üniversitesi gibi kuruluşlarda görülmektedir.

Niçin kıyaslama metodunu kullanmaya geldiğimizde, sosyal bilimlerde nirengi noktası yani fen bilimleri gibi bir metremiz, bir barometremiz, bir hızölçerimiz yoktur. Mevcut bulunduğumuz noktadan daha ileriye gidebilmek için bizden daha ilerde olan diğer şirketleri kurumları veya kişileri örnek alarak birinci etapta, onların seviyesine ikinci etap da ise daha üst seviyeye çıkmamızdan kaynaklanmaktadır.

3.2.2.3. Benchmarking Uygulama Hedefleri

Eğitimin kalitesini artırmak,

İlimizde eğitimi seviyesini yükseltmek,

İl genelinde eğitimde birlik oluşturmak,

Gelişmeleri takip etmek

Eğitimde motivasyonu sağlamak,

Öğretmenlerin bilinçaltı bilgilerine erişim özelliğini kazandırmak,

İyi örnekleri ön plana çıkararak pozitif bir eğitim ortamı oluşturmak,

Okulların iyi yönlerinde birbirleri ile yarışmalarını sağlamak,

Sosyal anlamda etkileşimlerin sağlamak,

Okul içi bütünlük ve beraber hareket etme duygusunun geliştirmek,

İl dışındaki eğitimdeki gelişmeleri takip ederek ilimizin hedeflerini yükseltmek,

Öğretmenler arası mesleki diyalogu geliştirmek,

İl genelinde eğitimde birlik ve heyecan oluşturmak,

Eğitimde yeni fikirlere ve yaklaşımlar yakalamak,

Öğretmenler arası mesleki diyalogu geliştirmek,

İl genelinde eğitimde birlik ve heyecan oluşturmak,

Eğitimde yeni fikirlere ve yaklaşımlar yakalamak,

Öğrencilerimizin ileriki hayatlarında kendilerine faydalı olacak davranış ve girişimcilik ruhu kazandırmak,

Öğrencilerimizin keşfedilmeyi bekleyen yönlerini ortaya çıkarmak,

Öğrencilerin olumsuz davranışlarını azaltmak,

Öğrencilerimizin Türkiye’de sosyal etkinliklerde derece elde etmelerini sağlamak,

Öğrencilerin çok yönlü gelişmelerini sağlamak,

Öğrencilere ve velilere okulu benimsetmek, katılımı artırmak,

Öğrencilerin kabiliyetleri tespit etmek,

Okul dışı çalışmalarla öğrenci ve velileri daha iyi tanımak,

Okul içindeki birlik bütünlük ve verimli çalışmayı artırmak,

Başarıyı ödüllendirmek,

Başarıyı duyurmak,

Bireysel başarılarla okulun başarısını artırmak,

Okulun güçlü yönleri kullanarak başarıyı arttırmak

Türkçeyi doğru kullanmak,

Öğrencilerin hayal gücünü geliştirmek,

Öğrencilerin hazırlık yapmadan bir konu üzerinde ifade yeteneklerini geliştirmek,

Öğrencinin heyecanını kontrol etme özelliği kazandırmak,

Beden dilini kullanmayı sağlamak,

Duygularının farkına varma ve ifade etmeyi sağlamak,

Öğrencinin dil gelişimini sağlamak,

Toplum önünde kendini ifade edebilme yeteneğini geliştirmek, kelime hazinelerini geliştirmek,

Başarının sırrını bulmak,

Okulun amaç ve hedeflerini belirlemede yardımcı olmak,

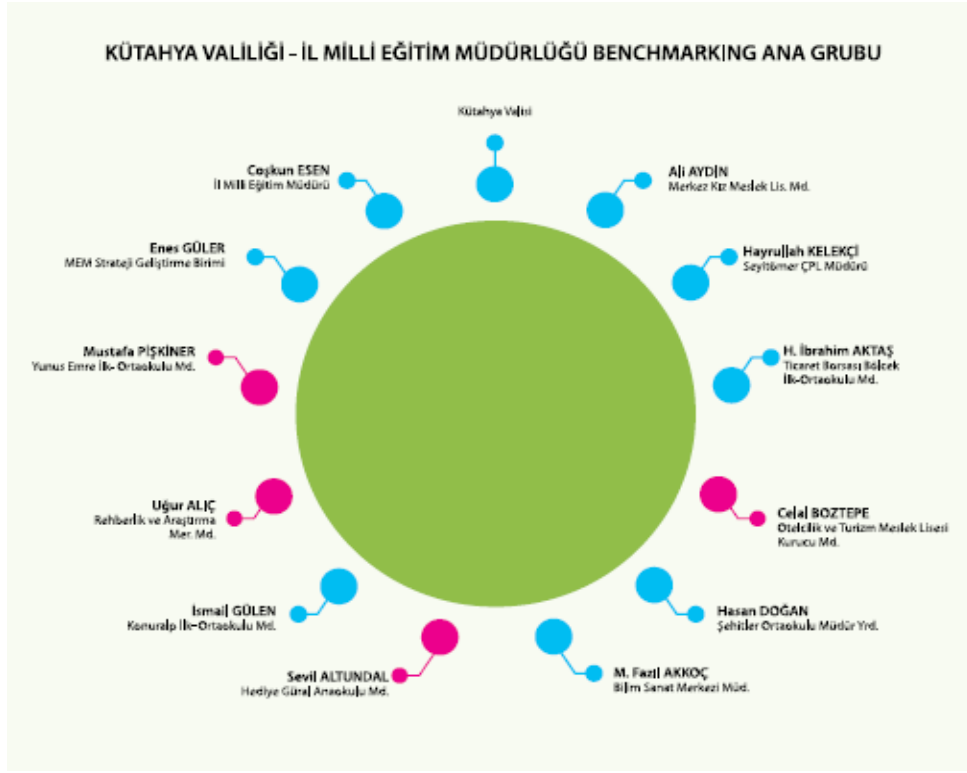
Okulun eğitim yapısını değiştirme ve güçlendirmeyi sağlar.

Kitap okuma isteğini ön plana çıkarmak,

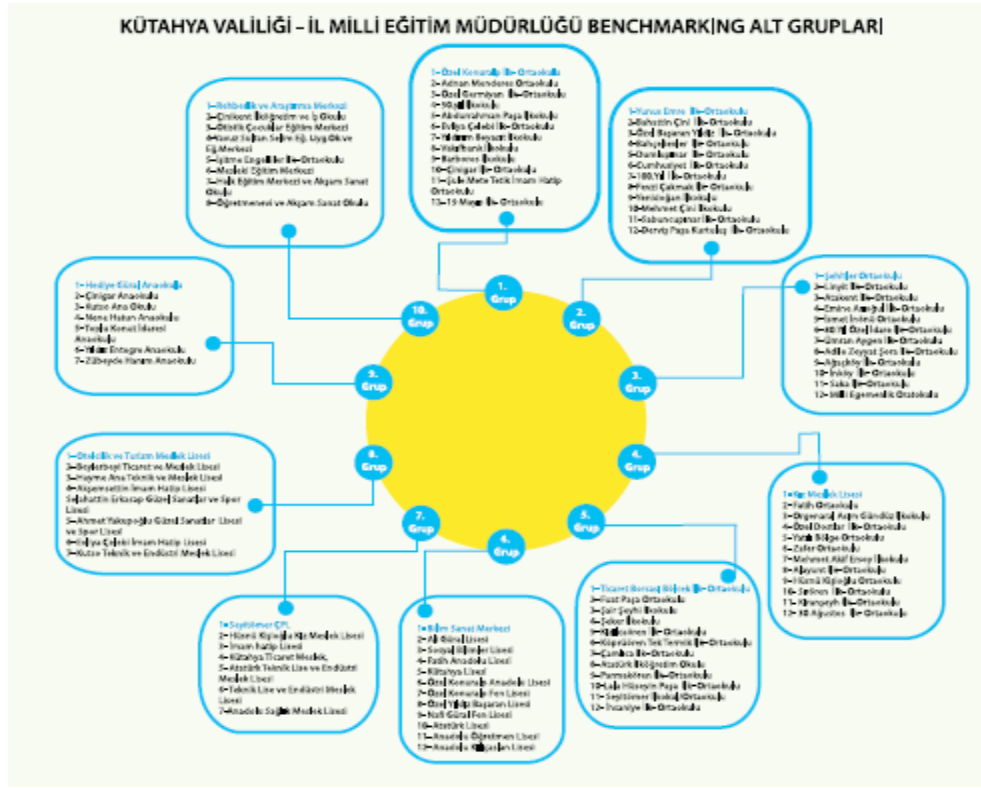
İyi örnekleri ön plana çıkararak pozitif bir eğitim ortamı oluşturmak.

3.2.2.4. Benchmarking Uygulamaları

Dönemin İl Valisi başkanlığında ilk toplantı 2 Şubat 2011 tarihinde Valilik toplantı salonunda yapılmıştır. Toplantıya her kurum ve okulu temsil eden idareciler ve İl MEM ARGE birimi katılmıştır. İlk toplantıda “Örgün eğitimdeki her öğrencinin bir sosyal etkinlik içinde yer almasını sağlamak” kararı alınmıştır. İlk toplantıdan sonra il merkezinden okul ve kurumlar 8 alt gruba ayrılmıştır. Her grubun başkanlığına ana gruptan bir üye görevlendirilmiştir.



Şekil 1; Kütahya Benchmarking Ana Grup Şeması



Şekil 2; Kütahya Benchmarking Alt Grup Şeması

14 Şubat 2011 tarihinde Valilik Toplantı salonunda dönemin valisi başkanlığında yapılan toplantıda, tüm ilçe kaymakamları ve ilçe milli eğitim müdürlerine Benchmarking çalışmaları hakkında detaylı bilgi verilmiş ve sorular cevaplanmıştır.

İlde bulunan 12 ilçe, ilçe kaymakamlarının başkanlığında Benchmarking Ana Çalışma Grupları kurmuşlardır. İlçeler, eğitim ile ilgili görüşmelerini her ay düzenli olarak yapmaktadırlar.

3 Mart 2011 tarihinde Anadolu Öğretmen Lisesinde; Benchmarking 2.Toplantısı yapılmıştır. Toplantıda önerilen teklifler neticesinde “Öğrenciler

arasında sosyal faaliyette akademik anlamda başarı kazananların ödüllendirilmesi yoluna gidilerek özendirilmesi” kararı alınmıştır.

15 Nisan 2011 tarihinde dönemin valisi başkanlığında 3. Benchmarking Toplantısı Konuralp İlköğretim Okulunda yapılmıştır. Toplantıda önerilen “Öğrencileri doğaçlama ya da hazırlıklı ifade çalışmaları” oy birliği ile kabul edilmiştir. Ayrıca, Ticaret Borsası ve Bölcek İlköğretim Okulu, Özel Konuralp İlköğretim Okulu, ve Okçu Güveççi İlköğretim Okulu eğitimde iyi örnekler ile ilgili sunumlar yapmışlardır.

31 Mayıs 2011 tarihinde Kız Teknik ve Meslek Lisesinde dönemin İl Şube Müdürü başkanlığında Benchmarking Alt Grup temsilcileri toplantısı yapılmıştır. Yapılan bu toplantıda il merkezi ve ilçelerde yapılan Benchmarking Toplantıları 8 Alt Çalışma Grubu Başkanı ve İL MEM ARGE ile değerlendirilmiş, alınan kararların uygulama aşamaları ve geri dönüşler değerlendirilmiştir.

2 Haziran 2011 tarihinde 8 alt çalışma grubu başkanı, kendilerine bağlı okul müdürleriyle yaptıkları toplantıda; yapılan Benchmarking çalışmaları, alınan kararlar, okul müdürlerinin teklif ve öneriler, dilek ve temenniler masaya yatırılmıştır.

Alınan kararların uygulamaları ve sonuçlarının değerlendirilmesi kapsamında; 16 Haziran 2011 tarihinde Belediye Kültür Sarayı’nda Benchmarking ödüllendirme töreni yapılmıştır. İlimizde örgün eğitime devam eden öğrencilerden uluslararası, ulusal ve bölgesel alanda dereceye giren öğrencilere ödülleri verilmiştir. İl genelinde farklı sosyal alanlarda dereceye giren 1780 öğrenciye “Başarı Belgesi” verilmiştir. Ödül töreni Fuat Paşa İlköğretim Okulu Folklor ekibinin gösterisi ile başlamış, dönemin İl Milli Eğitim Şube Müdürü Benchmarking çalışmalarını anlatmıştır. Dereceye giren tüm öğrencilere ödülleri verilmiştir.

3.2.2.5. Uygulanan projelerden bazı Örnekler

1- 1 Öğretmen 1 Fikir: Eğitimle ilgili iyi, güzel, farklı fikirlerin belirlenmesi ve projelendirilerek uygulanması için öğretmen ve idarecilerimizin düşüncelerini belirlemek amacıyla uygulandı. 2 bin 300 öğretmen fikir belirtti.

2- Annem-Babam Okuyor: “Okuma alışkanlıklarının ebeveynle birlikte kazandırılması. İl merkezi: 6 bin 67 öğrenci, 282 öğretmen ve 2017 veliye ulaşıldı.

3- İşimi Buldum: Ortaöğretim son sınıf öğrencilerine yönelik olarak, iş ve meslek danışmanlığı, iş aramak için kullanılan yöntemler, iş arama süreci, iş arama becerilerinin geliştirilmesi, işverenin sizden beklentileri vb. konularda rehber öğretmenler aracılığıyla eğitimler verildi. 8. sınıf öğrencilerine meslek gezileri, anaokulu öğrencilerine uygun mesleklerin öğrencilere tanıtımı gerçekleştirildi. 2 bin 499 ortaöğretim öğrencisine ulaşıldı.

4- Artı Değer: Kütahya’da Akademik Başarının Artırılması Projesi.

5- Teknoloji Bağımlılığı: Pilot okul Kütahya Ticaret Lisesinde 160 öğrencimize teknoloji bağımlılığı anketi yapıldı. Anketin amacı ülkemizde ve dünyada hızlı bir şekilde yayılan, çağımızın hastalığı olarak bilinen, “teknoloji bağımlılığı” ile ilgili farkındalığı artırmak, çözümler oluşturmak ve önleyici tedbirleri ortaya koymaktır. Eğitimcilerin eğitimi, aile eğitimi, genel konferanslar, öğrencilerle işbirliği, kurumlar arası iletişim başlıca öneriler arasında yer almaktadır.

6- Güvenli İnternet ve Teknoloji Bağımlılığı

Konferansı: Kütahya Valiliği, İl Milli Eğitim Müdürlüğü ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından ortaklaşa düzenlenen “Güvenli İnternet ve Teknoloji Bağımlılığı” konulu konferans yapıldı.

7- Hayata Okulda Hazırlanıyorum Yaşam Kalitemi Artırıyorum: Kütahya il merkezinde ve ilçelerinde görevli Türkçe, Türk Dili ve Edebiyatı, Matematik, Fen Teknoloji, Fizik, Kimya, Biyoloji öğretmenlerini OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) tarafından düzenlenen uluslararası öğrenci değerlendirme sınavları (Pisa, Timss, Pirls) hakkında bilgilendirmek, farkındalık yaratmak, öğrenci tabanına yaymak, uluslararası platformda sürdürülebilir başarılar elde etmek amaçlanan bilgilendirme toplantısı yapıldı.

8- Uluslararası Yeterlilik Düzeyini Ölçme Sınavı: Hayata Okulda Hazırlanıyorum, Yaşam Kalitemi Artırıyorum” projesi kapsamında, “Sancaktar Kütahya” başlığında 15 Mayıs 2013 tarihinde İlimiz ve komşu iller Eskişehir, Bursa, Bilecik, Balıkesir, Manisa, Uşak ve Afyonkarahisar illerinden seçilen 32 okulun 6. sınıf öğrencilerine uluslararası yeterlilik düzeyini ölçmek amacıyla “Ulusal Sınav Uygulaması” 741 öğrenciye uygulandı.

9- Montessori Semineri: “Kendim yapabilmem için bana yardım et,” ana fikrini taşıyan Montessori pedagojisi ile ilgili eğitimci yazar Emel ÇAKIROĞLU WILBRANDT tarafından seminer verildi.

10- Birlikte Başaralım Projesi: Birlikte Başaralım Projesi ile velilere de okuma alışkanlığı kazandırılması amacı ile 15 katılımcı okulun velilerine, Pedagog Ali ÇANKIRILI’nın “Çocuklara Söz Geçirme Sanatı” adlı kitabının dağıtımı yapılarak, kitabın okunmasının ardından yarışma düzenlendi. Düzenlenen yarışma sonucunda başarı elde eden öğrenci velilerine çeşitli hediyeler verildi.

11- Kamu Spotu: Toplumun eğitime katkısının artırılması ve bu konuda farkındalık yaratılabilmesi amacı ile 1.Kamu Spotu, Daha kaliteli bir eğitim için aileleri teknoloji bakımından bilinçlendirmek amacı ile 2.Kamu Spotu hazırlandı.

3.2.2.6. Benchmarking Grup Çalışmaları Uygulaması

2011/2012 Benchmarking Ana Grup Toplantıları 15 Eylül 2011 tarihinde Kütahya Nafi Gural Fen Lisesinde saat 10.00’da yapıldı. Toplantıda “Zümre öğretmenlerinin etkileşimlerinin artırılması” kararı alındı.

2011/2012 Benchmarking Ana Grup Toplantıları, Alt Grup Çalışmaları, okul müdürleri toplantıları ve okullarda öğretmenlerin bilgilendirilmesi toplantıları bir takvime bağlandı.

Benchmarking Ana Grup Toplantıları	Her ayın 15’inden sonraki ilk Perşembe,
Alınan kararın Eylem Planına Dönüşmesi	İl MEM ARGE,
8 Alt Grup Temsilcileri Toplantıları	Ana Grup Toplantısından sonraki ilk Salı,
Okul Müdürlerinin Toplantısı	8 Alt Grup Temsilcileri Toplantısından sonraki ilk Salı,

Öğretmenlerin Toplantısı	Okul Müdürleri Toplantısından sonraki 3 gün içinde,
Kararların Uygulanması	15 gün içinde,
Uygulama sonuçları raporların oluşturulması	2 gün içinde,
Ana Grup Toplantısında Raporların sunulması	İl MEM ARGE,
Benchmarking Koordinatörlüğü	İl MEM ARGE,

15 Aralık 2011 tarihinde 2. Benchmarking Ana Grup Toplantısı Sosyal Bilimler Lisesinde yapılmıştır. Toplantıda; “Daha önce alınan Benchmarking kararları ile öğretmenlerin eşleştirilmesi ve kararların uygulamasının izlenmesi” kararı alınmıştır.

19 Ocak 2012 tarihinde Gazi Kemal Bilim ve Sanat Merkezinde yapıldı. Toplantıda “Kıyas ortağı olan okullara gidilerek onların yaptıkları ve bizim yaptıklarımızın kıyaslanması” kararı alındı.

24 Ocak 2012 tarihinde Fatih İlköğretim Okulunda 8 Alt Çalışma Grup temsilcileri ile toplantı yapıldı.

26 Ocak 2012 tarihinde 8 alt grup temsilcisi, kendilerine bağlı okul müdürleri ile toplantılar yaptılar.

17 Şubat 2012 tarihinde Atatürk İlköğretim okulunda 4.Benchmarking Ana Grup Toplantısı yapılmıştır. Toplantıda 3 önemli karar alınmıştır.

“Elektronik ortamların kullanılması”

“İsteyen veliler mail grubuna eklensin”

“Okullarda eksik konuları olan öğrencilere telafi dersi verilerek konular tamamlansın.”

21 Şubat 2012 Salı günü 8.Alt grup Temsilcisi Rehberlik ve Araştırma Merkezinde toplantı yapılmıştır.

23 Şubat 2012 8 alt grup temsilcisi kendilerine bağlı okul müdürleri ile toplantılar yaptılar.

3.2.2.7. Benchmarking Uygulama Sonuçları

- 2500'e yakın proje ortaya çıkmıştır.
- Tüm öğrencilerin sosyal etkinliklere katılımı artmıştır.
- Sosyal etkinliklere katılan öğrencilerin okul başarıları artmıştır.
- Tüm okul müdürlükleri il içinde, il dışında kıyas ortağı bulmuş, ülke dışında okullardan kıyas ortakları bulunmuştur. Kıyas ortakları ziyaretlerinde eğitimde kıyaslama imkânı oluşmuş ve pozitif dönüşler gerçekleşmiştir. İl genelindeki tüm okul ve kurum müdürlükleri il içinde farklı bir okul ve kurumla irtibata geçerek ziyaretler yapmışlar. Yaptıkları ziyaretlerde okullarda uygulanan projeler, eğitimde iyi örnekler vb. eğitime katkısı olacak her konu başlığı kıyaslanmış, gözlemlenmiş ve raporlaştırılmıştır. Yapılan kıyas ziyaretlerinden sonra okullarda proje alanında hareketlilikler gözlemlenmiştir.
- Okullarda iyi örnekler ve projeler artmış, katılımcı bir eğitim anlayışı ortaya çıkmıştır. İyi örneklerde yarışlar başlamıştır.
- Eğitimciler idarecilerin kitap okuma ve araştırma yönleri gelişmiştir. Sürekli bir iyiyi bulma ihtiyacı meydana getirmiştir.
- Okulların birbirleri ile iletişimleri artmıştır.
- İllerin eğitim anlamında birbirleri ile iletişimleri artmıştır.
- Her ay, eğitimin nabzı tüm çalışanlar ile beraber tutabilme imkânı oluşmuştur.

- İldeki tüm çalışanlara sanal alemde ulaşabilme imkânı oluşmuştur.

3.2.2.8. Proje Değerlendirmesi

Bu uygulamalar sonucunda son üç yılı baz aldığımızda Kütahya'nın YGS ortalamalarında yükselen trend içinde olduğu açıkça görülmektedir. 2012 yılı YGS sonucuna göre Kütahya, 213.714 ortalama ile seksen bir il arasında 34. sırada yer alırken 2013'te 212.569 ortalama ile 27. sıraya yükselmiştir. 2014'te YGS ortalaması ise 215.098 olmuştur. Bu ortalama ile iller arasındaki sıralamanın yükseldiği düşünülmektedir. Kütahya ili LYS Türkiye geneli ile il düzeyi net karşılaştırmasında 2012 LYS sonucunda Kütahya Türkiye ortalamasının 9,31 net gerisinde iken, 2013 LYS'de 0,69 net gerisindedir. 2014 yılında Kütahya Türkiye ortalamasının 3,31 net üstüne çıkmıştır. Ayrıca ulusal ve uluslararası projelere katılım sayısal anlamda artmış, bunun doğal sonucu olarak da başarılı olan ve finallere çağrılan proje sayısı yükselmiştir.

Bütün bu tecrübelerden sonra bu proje geliştirilerek Kütahya ve ilçelerinde uygulanmıştır. Öğretmenler motive olmuş, veliler çocuklarıyla daha yakından ilgilenmeye başlamış, öğrenciler okula severek gittikleri gibi başarı düzeyleri artmıştır. Projey başlanıldığında Kütahya ülke geneli yapılan sınavlarda 34. sırada yer alırken, iki yıl sonra 27. sıraya yükselmiştir. 2014 yılında İlk on il içerisine girmiştir.

Eğitimde öğrencisi olan ebeveynlerin tamamına, öğretmenlerin tamamına, öğrencilerin tamamına bu proje sayesinde ulaşılmış ve eğitimin yanında verilmesi gereken tüm mesajlar verilmiştir. İl ve İlçe merkezlerinde öğrenci, öğretmen, velilerle onlarca kez bu proje sayesinde bir araya gelinmiştir. Çalışan vali, çalışan öğretmen, ilgili ve projeye katkı veren veli buluşması gerçekleşmiştir. Devlet vatandaş işbirliğinin eğitim ayağı yaşama geçirilmiştir.

İdarecisiyle her derdini görüşebilen ve çözüm bulan bir halk topluluğu proje sonunda ortaya çıkmış oldu. Bu yakınlığı gören öğrenciler tweeter, facebook gibi sosyal ağlardan amirlerine ulaşır ve sıkıntılarını aktarır hale geldiler. Öğretmenler

öğrencileriyle daha fazla ilgilenmeye ve her öğretmen 'ben ne yapabilirim' demeye kendisini mecbur hissetti ve sürece katıldığı gözlenmiştir.

Öğretmenlerimiz yeniden yapısalıcı eğitime eğitim alarak adapte oldular. Öğretmenlerimiz de kendilerini bu proje sayesinde yenilediği gözlemlendi. İnsanın en değerli varlığı çocuğudur. Çocuğuyla ilgilenildiğini gören veliler amirlerini vali ve kaymakamları daha fazla sevmiş ve kendilerine muhabbet beslemiştir. Her yıl yapılan memnuniyet anketlerinde vali ve kaymakama güven ve memnuniyet %80-85'lerde çıkmıştır.

Bu proje sonucunda;

- 2500'e yakın proje ortaya çıkmıştır.
- Tüm öğrencilerin sosyal etkinliklere katılımı artmıştır.
- Sosyal etkinliklere katılan öğrencilerin okul başarıları artmıştır.
- Tüm okul müdürlükleri il içinde, il dışında kıyas ortağı bulmuş, ülke dışında okullardan kıyas ortakları bulunmuştur. Kıyas ortakları ziyaretlerinde eğitimde kıyaslama imkânı oluşmuş ve pozitif dönüşler gerçekleşmiştir. İl genelindeki tüm okul ve kurum müdürlükleri il içinde farklı bir okul ve kurumla irtibata geçerek ziyaretler yapmışlar. Yaptıkları ziyaretlerde okullarda uygulanan projeler, eğitimde iyi örnekler vb. eğitime katkısı olacak her konu başlığı kıyaslanmış, gözlemlenmiş ve raporlaştırılmıştır. Yapılan kıyas ziyaretlerinden sonra okullarda proje alanında hareketlilikler gözlemlenmiştir.
- Okullarda iyi örnekler ve projeler artmış, katılımcı bir eğitim anlayışı ortaya çıkmıştır. İyi örneklerde yarışlar başlamıştır.
- Eğitimciler idarecilerin kitap okuma ve araştırma yönleri gelişmiştir. Sürekli bir iyiyi bulma ihtiyacı meydana getirmiştir.
- Okulların birbirleri ile iletişimleri artmıştır.
- İllerin eğitim anlamında birbirleri ile iletişimleri artmıştır.
- Her ay, eğitimin nabzı tüm çalışanlar ile beraber tutabilme imkânı oluşmuştur.
- İldeki tüm çalışanlara sanal alemde ulaşabilme imkânı oluşmuştur.

▪ Bu projeler sayesinde ildeki tüm öğretmenlerle vali ve kaymakamlar temas etmiş görüşme fırsatı bulmuştur

▪ Vali ve kaymakamlar öğrencilere ve onların vasıtasıyla velilere istedikleri mesajı vermişlerdir.

▪ Proje sayesinde yapılan çalışmalar ve verilmesi gereken mesajlar topluma verilmiştir.

Bu projede çalışan il müdürü , ilçe müdürleri, şube müdürleri, okul müdürleri, öğretmenler swot analizi yaparak proje uygulamayı, dünyanın ve ülkenin diğer yerlerinde uygulanan güzel projeleri alarak kendi görev sahalarındaki okul ve öğrencilere uygulamayı ve halkla ilişkilerin önemini kavramışlardır. Halk, öğrenciler ve veliler il , ilçe, şube, okul müdürünü ve öğretmenlerini sevmiş onlara muhabbet beslemişlerdir. Aktif görev yapan bu görevlilere amirleri ve yerel politikacılar sahip çıkmış tayin ve terfilerinde yardımcı olduğu gözlenmiştir.

Bu sonuç projede çalışan görevlilerin kamuyu iyi tanıyıp, halka dayalı projeler geliştirmelerine, halkı sürekli bilgilendirmelerine, iki yönlü simetrik iletişimle halkı ikna etmelerine kısaca iyi bir halkla ilişkiler politikaları izlemelerine bağlı olarak geliştiği müşahede edilmiştir.

Ayrıca bu görevliler amirleri tarafından da ödüllendirilmiştir. Örneğin projede görev alan;

- Dönemin Kütahya il milli eğitim müdür vekili, asaleten Kütahya il milli eğitim müdürü,
- Projede görev alan dönemin Kütahya milli eğitim müdür yardımcılarında biri Balıkesir il milli eğitim müdürü,
- Projede görev alan ilçe milli eğitim müdürleri (örneğin; Tavşanlı ilçe milli eğitim müdürü, Eskişehir Odunpazarı ilçe milli eğitim müdürü olmuştur), il milli eğitim şube müdürleri, okul müdürleri ve öğretmenler daha üst görevlere terfian gittiklerine şahit olunmuştur.

3.2.3. Neighbourhood (Komşuluk İlişkileri) Modeliyle Halkla İlişkiler Uygulaması

3.2.3.1. Projenin Amacı

Toplumda güven ortamının oluşmasına katkı sağlamak, kişilerin can, mal emniyetini ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak.

İlde komşuluk ilişkilerini tekrar canlandırmak, komşuluk ilişkilerinin önemini vurgulamak ve vatandaşlarımızın mal, can, ırz ve namus güvenliği ile esenliğini sağlamada polis - vatandaş dayanışmasını en iyi şekilde gerçekleştirmek amacıyla “Kütahya İlinde Güvenlik ve Komşu Dayanışması Projesi” uygulamaya konulmuştur.

3.2.3.2. Uygulanan Projeler

Proje kapsamında Kütahya’da komşuluk ilişkilerinin geliştirilmesi için yapılan çalışmalarla birlikte, toplantılar ve genel güvenlik hizmetlerini vatandaşın katılımı ile daha etkin bir şekilde yürütmek, vatandaşları Toplum Destekli Polislik faaliyetleri, evden ve iş yerinden hırsızlık, oto ve otodan hırsızlık, yankesicilik ve kapkaç, şüpheli şahıs ve araçlarla karşılaşılması durumunda 155 Polis İmdat Hattının aranması konusunda vatandaşlarımızla görüşmek suretiyle bilinçlendirme çalışmaları yapılmıştır.

3.2.3.3. Uygulamalardan bazı Örnekler

1- Bu çalışmalar kapsamında Kütahya Yunus Emre ve Dumlupınar Mahallelerinde, 855 haneye gidilerek değişik yaş gruplarında yaklaşık 2500 vatandaşımız ve Cumhuriyet Caddesi üzerinde faaliyet gösteren 60 işyerindeki yaklaşık 200 vatandaşımız ile görüşülerek hazırlanan ve ekte sunulan bilgi notları dağıtılmış ve yüz yüze bilgi paylaşımı yapılmıştır.

2- Kütahya İlinde faaliyet gösteren fabrika işçilerine yönelik çalışmalar yapılmış; EÜAŞ Seyit Ömer Termik Santralinde çalışan yaklaşık 500 işçiye, komşuluk ilişkileri ve önleyici polislik tedbirleri ile ilgili sunum yapılmış ve karşılıklı bilgi paylaşımında bulunulmuştur. Toplantılarda; komşunun önemine vurgu yapılırken; “Komşu komşunun kapısının kilididir.” sözünden yola çıkılarak bunun bir görev ve sorumluluk olduğu dile getirilmiştir.

3- Komşunun ehemmiyeti il müftülüğü tarafından hutbe ve vaaz konusu haline getirilmiş ve camiye gelen tüm vatandaşlara anlatılmıştır.

4- Emniyet Müdürlüğü özellikle suça eğimli mahallelerdeki toplantılar sonucunda sahip çıkılması gereken gençlere iş bulunmuş, onlar sportif aktivitelere dahil edilmiş, eğitim almak isteyenlere sivil toplum örgütleri tarafından destek verilmiş üç yaşından itibaren gönüllü eğitim verilmiştir.

3.2.3.4. Elde Edilen Sonuçlar

1- Projeler doğrultusunda yapılan faaliyetleri hayatın her alanında hisseden vatandaşlar verilen hizmetlerin bir ilk olduğunu ifade etmişlerdir.

2- Yapılan toplantı ve ziyaretler neticesinde vatandaşlar yaşadıkları bölgenin daha huzurlu ve daha güvenli bir yer olabilmesi için kolluk kuvvetlerine yardım konusunda daha duyarlı olacaklarını bildirmişlerdir.

3- Bu proje sayesinde yeniden komşuluk ilişkileri geliştirildiği gibi, suç oranları aşağıya çekilmiştir.

4- Kütahya’da suça karışan aileler iş ve sosyal aktiviteler neticesinde suç işlemekten vazgeçmişlerdir.

5- Kütahya’da var olan 'GEZEK' kültürünün içine aileli komşu ilişkileri bu proje sayesinde monte edilmiş, komşuluk ilişkileri artarak devam etmiş, güvenlik güçlerimiz halkın içine sıcak ve samimi bir ortamda girmişlerdir.

6- Emniyet ve asayiş konusunda Halkla ilişkiler komşu güvenliği projesi sayesinde Kütahya’da sağlanmıştır. Asayiş olaylarının halk tarafından emniyet güçlerine bildirilmesi arttığı gibi, zabita kuvvetlerine güven %75’lerin üzerine çıkmıştır.

7- Halkla ilişkiler Emniyet ve Jandarmanın bu projeleri sayesinde vali ve kaymakamlar açısında daha da iyi düzeye gelmiştir. Komşular arasında muhabbet arttığı gibi güvenlik güçlerine minnet duymuşlardır.

8- Hırsızlık gibi asayiş olayları yıllara sari olarak azalmıştır. Birbirini tanıyan anında haber veren halk konuya daha ciddi değinilmesine ve önlemlerin artırılmasına katkıda bulunmuştur.

3.2.4. Kütahya Emniyet Müdürlüğü Pınarspor Projesi

3.2.4.1. Projenin Amacı

Bu proje ile toplumdan uzaklaşma sebepleri arasında görülen günöbirlik yaşama kültüründen kurtarılıp çalışarak para kazanma, kazanarak mücadele etme ve bu sayede toplum içerisinde doğru bir yer edinme anlayışının geliştirilmesi, özellikle Roman gençlerin Pınar Spor Kulübü çatısı altında sportif faaliyetlere yönlendirilerek spor ahlakının kazanılması ve bu spor kültürü içerisinde sorumluluk bilincinin geliştirilmesi, Kütahya'da yaşayan Roman vatandaşların mesleki ve okul eğitimlerine ağırlık verilerek eğitilmiş ve meslek sahibi bireyler haline getirilerek toplumsal birlik ve huzurun sağlanması amaçlanmıştır.

Pınarspor Projesi adı altında Roman Vatandaşlara yönelik uygulanan sosyal sorumluluk projesi İl emniyet müdürlüğü tarafından 2011 yılından itibaren iki yıl süreli yürütölmüştür.

3.2.4.2. Proje İçerisinde uygulanan Faaliyetler

- Toplumsal dayanışma ve bütünleşmeyi sağlayan, evrensel değerlere sahip olan, herkese eşit bir yaklaşım ortaya koyarak, sosyal, ekonomik ve eğitim farklılıklarını ortadan kaldıran sporun her kesiminden insanın birbirini tanımaya, dostluk kurmasına ve ortak amaçlar etrafında birlikte çalışmalarına imkân hazırladığı bilinmektedir. İkinci Amatör Futbol Liginde faaliyet göstermekte olan ve çoğunluğu Roman vatandaşlarımızdan oluşan Pınar Spor Kulübü gençlerine yönelik sosyal, kültürel, sportif, eğitim ve mesleki çalışmaların yapılması,

- Roman gençlere ve aile fertlerine yönelik, çalışarak para kazanma kültürünün yerleşmesi ve bunun bir yaşam tarzı haline gelmesi için mesleki sanat kazandırarak meslek edindirme çalışmaları yapılması,

- Okuma yazma bilmeyenlere ve eğitim seviyesi düşük olanlara yönelik eğitim çalışmaları yapılması,

- Amatörce sürdürülen sanatsal yetenekleriyle ön plana çıkmış kişi ve gençlerin belirlenerek kabiliyetlerinin geliştirilmesine ve bunun kazanç getiren mesleğe dönüştürebilmesine yönelik sanatsal eğitim çalışmalarının yapılması (Müzik, Tiyatro vb.),

- Sosyal, kültürel, eğitim, spor, sağlık ve toplumsal yaşamın içerisinde ihtiyaç duyulan konularda seminer, konferans ve bilgilendirme çalışmaları yapılması,

- Milli, manevi, kültürel ve tarihi anlamda ortak değerlerin bilinmesi ve bu duyguların geliştirilerek yaşamlarına ışık tutması amacıyla çeşitli gezi ve etkinlikler, sivil toplum örgütleri katkısıyla yapılması

- Ziraat ve hayvancılığa yatkın olan ailelerin mesleki eğitimleri sağlanarak belirlenen alanlarda bilinçli ve kontrollü şekilde çiftçilik ve hayvancılık yapmalarının sağlanması,

- Yapılan araştırma ve değerlendirmeler neticesinde durumu uygun olanların tespit edilmesi, ilgili sivil toplum kuruluşları ve işverenlerle koordine sağlanarak bu kişilerin belli bir iş koluna yerleştirilmesi şeklinde faaliyetler yapılmıştır.

3.2.4.3. Elde Edilen Sonuçlar

Özellikle 10 - 25 yaş arası Roman çocuk ve gençler ile bunların ailelerinin;

1- Toplum içinde yer edinme, yerini idrak edebilme ve uzaklaştığı toplum üyelerini tanıyabilme gibi çabaların artmasıyla birlikte, Roman vatandaşlarımızın olgunlaşarak toplum hayatına alışmaları sağlanmış, kendileri ile ilgili olumsuz kanaatlerin zamanla değiştiğini fark ederek topluma daha çabuk adapte olmuşlardır, 143 Osmangazili vatandaşımıza iş imkanı sağlanmıştır.

2- Kamu kurum ve kuruluşlarının, dayanışma ve yardımlaşma vakıflarının, spor derneklerinin ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının hedef kitleye yönelik

verdikleri eğitim ve kültürel faaliyetler sayesinde toplumla birlikte yaşama kültürü tekrar oluşmuştur.

3- Sporla meşguliyetleri sayesinde gençler kötü alışkanlıklardan ve suçtan uzaklaşmışlar, daha önceden edinmiş oldukları yanlış davranış bilincinden sporun kazandırdığı sorumluluk bilinci ve aidiyet duygusu sayesinde kurtulmuşlardır.

4- Sorumluluk bilinci kazanan gençlerde toplum içerisinde doğru yer edinme mücadelesinin ve gayretlerinin evrensel toplum değerleri temelinde gelişti.

5- Futbol ve diğer sporların daha sağlıklı ve profesyonel yapılabileceği, sağlıklı fizik ve zihni yapının gelişmesi ile birlikte gençlerin eğitim düzeylerin de pozitif etkileneceği, eğitimle sağlanan başarıyla da toplum içerisinde yer edinme kabiliyetinin arttığı ve başarının çalışmaya bağlı olduğu bilinci yerleşmiştir.

6- Eğitimler ve takım sporları sayesinde roman vatandaşlarımızın, uzaklaştıkları toplumla olan ilişkilerini kurallar çerçevesinde yürütme, alınan kararları kabullenme, ortak hedefler doğrultusunda birlikte hareket etme olgusunun geliştiği gözlenmiştir.

7- Roman vatandaşlarla kurulan bu halkla ilişkiler modeli sonucu suç oranları düşmüş, suça karışanları bizatihi kendileri ihbar edip emniyete teslim etmişlerdir.

8- Sivil toplum örgütlerinin de işin içinde olması nedeniyle, halk tarafından da roman vatandaşlar benimsenmiş ve topluma kabul edilmişlerdir.

Bu proje sayesinde emniyet ve jandarmayla, zabıta kuvvetleriyle irtibatlı suç işlemiş veya işlemeye meyilli vatandaşlara veya suça maruz kalabilecek vatandaşlara ulaşılmıştır. Onlarca mahalle toplantıları yapılmış bu toplantılarla vali ve kaymakamlar devletin sıcak ve şefkatli yüzünü vatandaşlara göstermişlerdir.

Vali ve kaymakamlar toplumun bu kesimine vermek istedikleri mesajları bu projeyi vesile kılarak anlatma ve kendilerine temas etme fırsatı yakalamışlardır. Proje harici gidildiğinde vatandaş vermek istediğiniz mesaja kendisini kapatmakta dinliyormuş gibi yapmakta ve konuşulanların tesiri olmamaktadır.

Proje sayesinde zabıta güçleri, vali ve kaymakamlar sevilmiş verilen mesajlar toplumun bu kesimine ulaştırılmıştır. Projeler doğrultusunda yapılan faaliyetleri hayatın her alanında hisseden vatandaşlar verilen hizmetlerin bir ilk olduğunu ifade etmektedirler. Yapılan toplantı ve ziyaretler neticesinde vatandaşlar yaşadıkları

bölgenin daha huzurlu ve daha güvenli bir yer olabilmesi için kolluk kuvvetlerine yardım konusunda daha duyarlı olacaklarını bildirmişlerdir ve olmuşlardır.

Komşu güvenliği ve pınarspor projelerinin incelemelerinde, emniyet görevlilerinin swot analizi yaptığı, anketlerle halkın görüşlerini aldığı, halkın hoşuna gidecek projeleri uyguladığı ve başarılı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bunun sonucunda emniyet güçlerinin halk tarafından benimsendiği ve sevildiği, kendilerinden gördüğü ve çalışmalarına büyük destek olduğu gözlenmiştir. Bunun en önemli göstergelerinden birisi, il ve ilçeler açısından hayati önem taşıyan kriz durumlarında emniyet güçlerine yardımcı olunduğu gibi şikayet de edilmemeleridir. Simav depremi, 2013 Emet olayları, 2011 seçimler sırasında yapılan mitingler , akil insanlar heyetinin Kütahya ziyaretleri, 2011 yılı gümüş fabrikası siyanür vakasında gösterilen tepkiler gibi kriz durumlarında emniyet güçleri şikayet edilmemiş ve kamu-halk emniyet güçlerinin gerekeni yaptıklarına inanmış ve yardımcı oldukları gözlenmiştir.

Bu sonuç emniyet güçlerinin il ve ilçelerini iyi tanıyıp, halka dayalı projeler geliştirmelerine, halkı sürekli bilgilendirmelerine, iki yönlü simetrik iletişimle halkı ikna etmelerine kısaca iyi bir halkla ilişkiler politikaları izlemelerine bağlı olarak geliştiği gözlenmiştir.

Ayrıca bu projelerde görev alan emniyet güçlerinin memur ve amirleri, amirleri tarafından ödüllendirilmiş polis okul müdürü gibi (Siirt), emniyet genel müdürlüğünde farklı üst düzey görevlerde terfian görevlendirildiği görülmüştür.

3.3. İLÇE KAYMAKAMLIKLARI UYGULAMALARI

Bu bölümde Kütahya ilinde 2011-13 yılları arasında ilçe kaymakamlıklarının uyguladığı çeşitli halkla ilişkiler projelerinden bazıları değerlendirilecektir.

3.3.1.Tavşanlı Kaymakamlığı Yardım Kampanyaları Uygulaması

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Başkanı Tavşanlı Kaymakamı önderliğinde Tavşanlı'da faaliyet gösteren dernek ve vakıflardan oluşturulan yardım platformunca, Elazığ, Haiti, Japonya, Simav depremleri Somali ve Suriye içinde İlçeden toplanan 649.740,00 TL tutarında nakdi yardım ile kamyonlarca ilaç, battaniye, un, gıda ve giyim malzemeleri toplanılarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmıştır.

Hanım üyelerin oluşturduğu Dost Kalpler Derneği ve Yediveren Derneği başta olmak üzere Kızılay, Hayırlı Hizmetler Vakfı, Maden İş Sendikası vd. sivil toplum örgütleri ile birlikte yapılan yardım kampanyalarında kermes gibi etkinlikler de düzenlenmiştir. Son olarak Suriye'ye ilçeden giden yardım miktarının 100.000.TL'ye ulaştığı değerlendirilmektedir.

Tavşanlı Yediveren Derneğinin Dursunbey ilçesine bağlı bir dağ köyüne yardım etmesi hususu Dursunbey kaymakamlığı ile koordine edilmiştir. Ayrıca Derneğin bir başka dönemde Balıköy İlköğretim Okulunu ziyareti ve yardım yapması sağlanmıştır.

Hanım dernekleri evlerde hazırladıkları yemekler ile İlçe Jandarma Komutanlığında askerler ile birlikte öğle yemeği yemişlerdir. Yemekte aile sıcaklığı içinde güzel bir ortam oluşmuştur.

Tavşanlı kaymakamlığı önderliğindeki çeşitli dernekler yukarıda belirtilen etkinlikleri gerçekleştirirken, halkla içiçe olmuşlar, çalışmalarının amaçlarına ilişkin

yüzyüze bilgi vermişlerdir. Bu sürecin halkla ilişkiler çalışmaları olarak değerlendirilmesi mümkündür.

3.3.2. Tavşanlı Kaymakamlığı Sosyal , Tarih ve Kültür Çalışmaları

Tavşanlı ilçesinde kitap okunmasına özel bir önem verilmeye çalışılmakta olup tüm eğitim kurumları esnek bir düzen içinde belli saatlerini öğrenci ve öğretmenlerinin okumasına ayırmaktadırlar.

Bundan hareketle Tavşanlı ilçesinde görev yapmakta olan bir kısım yönetici ve eğitimci ile bir araya gelinerek belli bir kitabın iki hafta içinde okunması ve tespit edilen hususların toplantı anında diğer grup üyeleri ile mütalaa edilmesi şeklinde bir etkinlik yürütülmektedir.

Bu faaliyet formel ve hiyerarşik bir yapıdan ziyade dost sohbeti şeklinde cereyan etmektedir. Tavşanlı ilçesinde tarihi kökleri bulunan sohbet (sohbet) geleneği bu şekle dönüştürülerek zenginleştirilmiştir.

Kitapları okunan yazarların misafir olarak ilçeye davet edilerek mümkün olduğunca konferans vermesi sağlanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda kitabı okunan Mehmed Niyazi ilçede konuk edilmiş, ayrıca lise öğrencileri ile Tarih sohbeti yapması sağlanmıştır.

Tavşanlı Tarih ve Kültür Araştırmaları Komisyonu 18.01.2010 tarihinde ve 288 sayılı Tavşanlı Kaymakamı'nın oluruyla kurulmuştur.

Bu komisyonun amacı yörede bulunan tarihi ve kültürel bilgi ve belgeleri toplamak veya kayıt altına almak ve koruyarak gelecek nesillerle aktarmaktır. Bunu gerçekleştirmek amacıyla Tavşanlı'nın bütün köyleri araştırmacılar tarafından incelenecek ve bu sonuçlar yılda 2 defa yayınlanan dergiler ve diğer dokümanlarda kamuoyuna sunulacaktır. Daha sonra toplanan belge, doküman ve eşyalar Tavşanlı' da kurulması planlanan Kent Müzesinde sergilenerek gelecek nesillere aktarılacaktır.

Bunu gerçekleştirmek amacıyla Komisyon kurulduğu tarihten itibaren İlçe Kaymakamı'nın başkanlığında toplanarak gerekli planlamaları yapmıştır. Şimdiye kadar yapılan çalışmalar şunlardır:

1. Yaklaşık olarak 45 Köy bu amaç doğrultusunda incelenmiş ve bilgiler kayıt altına alınmıştır.
2. 30.03.2010 tarihinde kurulması planlanan Tavşanlı Kent Müzesine temel oluşturmak amacıyla komisyon tarafından Bursa/ İnegöl Kent Müzesinde incelemelerde bulunulmuştur.
3. 18.04.2012 tarihinde komisyon İznik, İnegöl ve Bursa Müzelerinde incelemelerde bulunmuştur.
4. Komisyon, 11 Ekim 2012 tarihinde İlçeye bağlı Elma ağacı ve Eşen Köyleri arasındaki Naldöken Mağarası ile eski Ömerler Köyü altındaki Kazan Kayası civarında bir araştırma gezisi ve incelemelerde bulunmuştur.
5. Yapılan tüm çalışmalar çeşitli dergilerde yayınlanmıştır.
6. Komisyon üyelerinden Ömer Faruk Dinçer'in hazırladığı TAVŞANLI TARİHİ kitabı basılmıştır.

3.3.3. Tavşanlı Kaymakamlığı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Halkla ilişkiler faaliyetleri

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'nın, halkla ilişkiler çalışmalarını daha iyi yürütebilmesi için bir takım imkanlara kavuşturulmuştur.

Hükümet Konağında Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfına geniş bir oda daha kazandırılmış, yeterli personel alımı yapılmış, ayrıca makine, donanım ve teçhizat yönünden yenilenmiş ve zenginleştirilmiş, araç alınmış, çalışma şartları iyileştirilerek vatandaşlara daha iyi hizmet verme yönünde büyük gelişimler sağlanmıştır. Kullanılan programlarla vatandaşlardan evrak istenilmeksizin kısa bir zamanda işlemlerin gerçekleştirilmesi sağlanmıştır.

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfında müracaatçıların işlemlerinin tamamlanması anlamında proaktif yönetime geçilmiş, böylelikle müracaatçıların farklı kanallara yönelmeden problemlerinin çözümü esas alınmaya başlanılmıştır.

Hem vakıf hem de Kaymakamlık çalışanlarının müracaatçılarla diyaloglarının sağlıklı olabilmesi için, normal dışı davranışlar ve kişilik bozukluğu bulunan şahıslara karşı davranış biçimleri hakkında Doç. Dr. Mustafa KALEMLİ Devlet Hastanesi'nde görevli bir psikolog tarafından eğitim verilmiştir.

Vakfın görev alanına giren yardımlar haricinde, gelir testi işlemleri, 2022 sayılı Kanun iş ve işlemleri ile ilgili olarak yerel gazete ve televizyonda zaman-zaman açıklamalar yapılarak vatandaşlar bilgilendirilmiştir.

Yardım için müracaat eden vatandaşlardan proje talep edilmeye başlanmıştır. Vakıfça yapılan normal projelerden hariç, küçük ölçekli projeler Vakıf imkânları ile karşılanmakta ve insanlar iş sahibi yapılarak öz güvenleri sağlanan ailelerin devlete olan yükü de azaltılmaktadır. Bu kapsamda; Hacer DANACIOĞLU' na gelinlik dikimevi için 2.000,00 TL tutarında malzeme ve makina, hurda toplamak için Pazar arabası talebinde bulunan A.İrfan İLÇİ' ye 350,00 TL tutarında Pazar arabası, tost büfesi açacak olan Mustafa YILMAZ' a 1.000,00 TL değerinde makina ve malzeme alımı, İsmail KÖSE' ye 250.00 TL değerinde simit arabası alınmıştır.

Van Depremi sonrasında ilçeye geçici olarak gelen aileler tespit edilerek gerekli yardımlar ulaştırılarak ziyaretlerine gidilmiştir.

3.3.4. Tavşanlı Kaymakamlığı İstihdamın geliştirilmesine yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri

Tavşanlı İlçe İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu İlçe kaymakamı'nın talimatıyla 22.12.2009 tarihinde kurulmuştur. Kurul, İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu çalışmalarının yakından takip edilmesi ve buna paralel çalışmaların yürütülebilmesi için düşünülmüş ve günün çıraklık eğitim merkezi müdürü Süleyman Çelebi'nin sekreterliğinde oluşturulmuştur. Kurulun sekreteryasını şu an Mesleki Eğitim Merkezi Müdürü Cenap Fillikçioğlu yürütmektedir. Kurulun kuruluş

amaçlarından biriside STK'ların, Meslek ve Ticaret Odalarının koordineli çalışmalarını temin etmek, piyasanın ihtiyacı olan işgücünü belirlemek ve yetiştirmek olmuştur.

Tavşanlı İlçe İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu 2010-2013 yılları arasında altı kez toplanmıştır.

Tavşanlı İlçe İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu Tavşanlı ilçe kaymakamı tarafından hayata geçirilmiş bir projedir. Bu projenin, kurulun hayata geçirilmesi ile birlikte Kaymakamlık, Belediye, Milli Eğitim Müdürlüğü, Üniversite, STK , KİT, Meslek Odaları ve Kuruluşları, OSB Müdürlüğü ile Hayat boyu Öğrenme genel müdürlüğüne bağlı kurumların yetkilileri bir araya getirilerek Tavşanlı OSB'de yatırım yapmayı düşünen firmaların ikna edilmesinde, yapmayı düşündükleri yatırımlarda gerekli işgücünü karşılayabilmek, için İŞKUR ile yatırımcıları bir araya getirmek suretiyle işbirliği yapılarak İstihdam garantili kurslar, UMEM kursları düzenlenmiştir.

Tavşanlı OSB'de 15 firma yatırım yapmak üzere resmi iş ve işlemlerini tamamlamıştır. Yapılan araştırma ve çalışmalarda bölgenin ihtiyacı olan işgücü çeşitleri belirlenmiş ve bu belirlenen alanlarda meslek kursları, UMEM kursları, İstihdam garantili kurslar, işgücü yetiştirme kursları açılmıştır. Talepler doğrultusunda da açılmaya devam edilmektedir. Ayrıca ileride ihtiyaç olabilecek alanlarda da ilgili kurslar açılmaktadır.

Sigortalı işe başlama oranı son yılların en yüksek oranına ulaşmıştır. Buna en güzel örneklerden birisi; Tavşanlıda faaliyet gösteren Nursan Kablo Donanımları Tic. A.Ş firmasında bugün itibariyle 783 kişi sigortalı olarak işte çalışmaktadır. Bu çalışanlarından 300 e yakın çalışanı Tavşanlı Mesleki Eğitim Merkezinde kurs görerek işe başlamışlardır.

3.3.5. Domaniç Kaymakamlığı İlk A.Ş. Kurulum Projesi Uygulaması

Domaniç ilçesinin işgücü istihdamı bakımından bir analizi yapıldığında nüfusun yaklaşık %70'lik bir kısmının emekli olduğu, kalan genç nüfusun ise öğrenci durumunda olanlar dışarıda bırakıldığında %50'lik kısmının ilçe dışında İnegöl ve Bursa da işçi olarak istihdam edildiği, kalan kısmın ise ilçede küçük çaplı tarım ve hayvancılık ile uğraştığı ya da küçük esnaf olarak faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. İlçede dışarıdan gelip yatırım yapan 3 adet firma dışında (Vantela Ltd Şti.,NT Ltd. Şti, Dinç Su Ltd Şti) 30 kişinin üstünde çalışanı istihdam eden şirket bulunmamaktadır.

Kaymakamlıkça ilçede yapılan değerlendirmeler ışığında ilçedeki yatırım eksikliğinin iki önemli sebebe bağlanmıştır. Bunlardan ilki geçmişte nüfusun büyük bir çoğunluğunun Tunçbilek'te GLİ Müessesesinde işçi olarak çalışmasından kaynaklı bir girişim ruhu eksikliği, bir diğeri ise sermaye eksikliğidir. Günümüzde Tunçbilek Kömür İşletmelerinin özelleşmesi ve yeni eleman almaması, buna karşın özel bir girişim ruhunun da eksikliği nedeniyle gençler iş bulmak amacıyla ilçe dışı Bursa ve İnegöl'e göç etmeye başlamışlardır.

Bu çerçevede sermaye eksikliği kaynaklı girişim kültürün yeşertilmesi amacıyla kaymakamlık önderliğinde ilçenin ileri gelen esnafı ve kanaat önderleriyle bir araya gelinerek geniş katılımlı halkın iştirak ettiği ilçenin ilk A.Ş'nin kurulması çalışması başlatılmıştır. Küçük yatırımcıları teşvik etmek amacıyla tüm halka açık olarak gerçekleştirilen bir duyuru ile bir toplantı yapılmış ve projenin kapsamı ve amacı halk ile paylaşılmıştır.

Proje kapsamında 50 ortaklı bir A.Ş kurulması planlanmıştır. A.Ş'nin farklı alanlarda faaliyet göstermesine yönelik olarak tüzüğünde gerekli düzenlemeler yapılmış olsa da şirket ilk etapta küçükbaş hayvancılık odaklı faaliyete geçmeyi öngörmüştür. Şirket içinde hâkim ortak olmasının engellenmesi ve vatandaşların sınırlı sermaye imkânları dikkate alınarak her bir ortak için 5.000 TL'lik eşit hisse öngörülmüştür.

Sonuç olarak; ilçe kaymakamının önderliğinde ilçe halkının katılımı ile 2012 yılının Nisan aylarında şirket kurulmuştur. İlk bir yılda şirket sermayesini oluşturulan küçükbaş hayvan sayısı iki katına çıkmıştır. Projenin ilk aşamasında bazı vatandaşlarda oluşan tereddütler giderilmiş ve şu an itibariyle şirkete ortak olmak üzere birçok başvuru yapılmaktadır. Hatta kuruluş yöntemi ve ortaklık yapısı nedeniyle bazı üniversitelerin işletme ve veterinerlik fakülteleri tarafından araştırma konusu yapılmasına yönelik teklifler gelmektedir.

3.3.6. Domaniç Kaymakamlığı Domaniç ilçesi Tanıtma ve Hayme Anayı Anma Etkinlikler Sivil İnisiyatifi Destekleme Projesi

Proje Hedefi: Bu projede amaç gerek Domaniç ilçesinin kültürel ve turizm açısından tanıtılması gerekse Hayme Ana'yı Anma ve Göç Şenliklerinin Yıldönümü Kutlama Etkinlikleri kapsamında vatandaşların sivil inisiyatif almalarını sağlamak ve etkinliklerde halkımızın geçmişten gelen ortak değerlerinin pekiştirilmesine vesile olmak amacıyla törenlerinin resmi işleyişi dışındaki tüm etkinliklerinin belirlenmesi, yürütülmesi ve sonuçlandırılması işlemlerinin sivil halkın oluşturacağı komisyonlara devredilmesinin sağlanması olmuştur.

Bu kapsamda oluşturulacak komisyonlar aracılığıyla Hayme Ana'yı Anma ve Göç Şenliklerinin Kutlama Programı kapsamında yürütülecek tüm sivil etkinlikleri gerçekleştirilmesi hedeflenmiş olup, uzun vadede Domaniç ilçesinin tanıtılması ve bir turizm markası haline getirilmesi amacıyla yürütülecek çalışmaların da bu komisyonlar aracılığıyla organize edilmesi öngörülmüştür.

Böylece ilçede gerçekleştirilmesi planlanan turizm hamlesine tüm vatandaşların ilgisini ve katılımını sağlamak, sivil toplumda demokrasi kültürünün yerleşmesine yardımcı olmak ve bayanların sivil aktif hayatta daha fazla rol alması hedeflenmiştir.

Proje Kapsamı: Hedeflenen proje amacının gerçekleştirilebilmesi için tamamı sivil vatandaşlardan oluşacak 3 ayrı komisyon ve detayı aşağıda sunulan üst kurul teşkil edilmesi öngörülmüştür.

Kısa vadede kutlama programı kapsamındaki tüm sivil etkinliklerinin planlanması ve yürütülmesi, uzun vadede ise Domaniç ilçesinin tanıtımına yönelik tüm etkinliklerin bu üst kurula ve komisyonlara bırakılması öngörülmüştür.

Oluşturulacak komisyonlar, komisyonların yürüteceği görevler, komisyonlara başvuru, komisyonların yapısı ve çalışma şekilleri basın yoluyla halka duyurulması amaçlanmıştır. Komisyonların görevleri kısa vadeli olarak belirlenmiş olup, komisyonlar belirlendikten sonra uzun vadeli amaç ve projeler komisyon üyeleri ile üst kurul üyelerinin bir araya gelmesi ile şekillendirilmesi öngörülmüştür.

Bu amaçla gerek basın gerek sivil toplum kuruluşlarıyla yapılan toplantılar neticesinde projenin halka duyurulması amaçlanmıştır. Bu amaçla ilçede çıkan yerel gazete aracılığıyla halka duyurular yapılmış olup, bununla beraber bu etkinliklerin sivil halka devredileceğine dair belediye anonsları aracılığıyla halk düzenli olarak bilgilendirilmiştir.

Proje kapsamında “Kültür ve Turizm Etkinlikleri Komisyonu”, “Tanıtım ve Tören Etkinlikleri Komisyonu” ve “Sanat ve Spor Etkinlikleri” komisyonu kurulması öngörülmüştür. Komisyonlarda Domaniç İlçesinde ikamet eden ve 18 yaşından gün almış tüm vatandaşların komisyonlarda görev alması hedeflenmiştir. Kamu kurum ve kuruluşlarında yönetici, memur, sözleşmeli veya işçi statüsünde çalışanların komisyonlarda görev almaması öngörülmüş, tek istisnası kadrolu veya sözleşmeli olarak çalışan öğretmenler kabul edilmiştir. Her bir komisyonun 7 kişiden oluşması planlanmış olup, uygun niteliklere haiz olunması koşulu ile Kültür ve Sanat Etkinlikleri Komisyonunda en 3, Basın ve Tören Etkinlikleri komisyonunda en az 2 kişilik bayan kontenjanı ayrılmıştır. Bunun yanında Sivil Girişimi Destekleme Projesi Üst Kurulu oluşturulmuştur. Bu kurul ilçe Kaymakamının başkanlığında; belediye başkanı, il genel meclisi üyeleri, Çarşamba Köy Muhtarlığı, oluşturulacak 3 ayrı komisyonun kendi aralarında seçecekleri başkanları, köy ve mahalle muhtarlarının kendi aralarında seçecekleri birer temsilci, sivil toplum kuruluşlarının kendi aralarından seçeceği 3 temsilci, ilçe derneklerinin kendi aralarından seçeceği iki temsilcisi ve ilçe dışından ilçemizi temsil sıfatına haiz gönüllü üç işadamından oluşturulmuştur.

Proje Uygulama Sonuçları: Proje duyurusu sonucu ilgili vatandaşlardan gelen taleplere istinaden ilgili alt komisyonlar teşkil edilmiştir. Komisyonlardan gelen öneriler Başbakanlık Tanıtma Fonu aracılığıyla temin edilen ödenek dikkate alınarak üst komisyonca değerlendirilerek sonuçlandırılmıştır. Bu çerçevede geçmişten bu yana vatandaş eliyle yürütülen ve devlet törenine dönüşmesi sonrası etkinliklerin hiçbir aşamasında yer alamayan sivil toplum temsilcileri ve gönüllü vatandaşlar doğrudan etkinliklerin bir parçası olmuş ve yeniden törenleri sahiplenir hale gelmişlerdir. Böylece son yılların en etkili tören etkinlikleri ve katılımının gerçekleşmesi sağlanmıştır.

3.3.7. Domaniç Kaymakamlığı Kültür evi ve Tarih-Kültür Komisyonu Oluşturulması projesi

Kültür evi; Bu proje kapsamında Osmanlı Devletinin kuruluşundan bu güne kadar Domaniç halkının yaşamına hâkim olan Yörük ve yayla kültürünün tanıtımı, gelecek nesillere aktarılması ve korunması amaçlanmıştır. Bu amaçla ilçe hükümet konağı bünyesinde adliyenin kapatılması sonucu boşalan 1. Katında iki ayrı salonun tahsis edilerek bir Domaniç kültür evi oluşturulması çalışmaları başlatılmıştır.

Proje esasen ilk olarak bir kamu projesi olarak başlatılmıştır. Bu amaçla kaymakamlık talimatı ile tüm köy muhtarlıklarına, köy ilköğretim okulları ve köy imamlarına duyuru yapılmış ve buldukları köylerde çalışma yürüterek Yörük ve yayla kültürünü temsil eden, eski her türlü malzemelerin tespiti ve temini konusunda çalışma yürütmeleri istenmiştir. Bunun yanında çalışmaya ilişkin olarak gerek yazılı basın yoluyla gerekse belediye anonsları yoluyla halka duyurular yapılmıştır. Ancak tüm bu girişimlere rağmen gerek kamu personelinin ilgisizliği, gerekse vatandaşlara tam olarak ulaşamamasının bir sonucu olarak yeterli ilgi gösterilmemiş ve 10 parçayı geçmeyen bir eski eser elde edilebilmiştir.

Bunun üzerine konuyla ilgili gönüllü olarak çalışma yapmak isteyebilecek halktan kişiler ile ilgili olarak ilçe kaymakamı tarafından doğrudan bir çalışma yapılmış ve biri arkeolog diğeri halk dansları uzmanı iki gönüllü bayan tespit edilmiştir. Bu bayanlar doğrudan kaymakamlık tarafından tahsis edilen araç ile tek

tek köy köy evleri ziyaret etmiş ve bayan olmalarının verdiği avantajla projeyi hane hane anlatmışlardır. Yaklaşık 3 hafta süren bu çalışmanın sonucunda 300 e yakın eski eser niteliğinde olabilecek parça vatandaşlardan temin edilmiş olup, çalışan gönüllülerin çabası ile hiçbirine bedel ödenmeksizin kaymakamlığa devri sağlanmıştır.

Gönüllü olarak çalışan bu kişilere kaymakamlıkça hiçbir ödeme yapılmamış olup, şu an itibariyle Kültür evi açılış aşamasına gelmiştir. Öyle ki toplanan malzeme dikkate alındığında Kaymakamlıkça tahsis edilen iki salon yetersiz kalmıştır.

Sonuç olarak; doğrudan Kaymakamlıkça kamu görevlileri ile emir komuta zincirine bağlı olarak başlatılan projeden hiçbir sonuç alınamamışken, doğrudan proje devlet-vatandaş işbirliği şeklinde gönüllü vatandaşların inisiyatifine bırakıldığında ortalama bir kent müzesini doldurabilecek kapasiteye sahip kültür evi eseri ortaya çıkmıştır.

Şu anda Kültür evi bünyesinde;

- Domaniç'e özgü Domaniç Hayme Ana Bebekleri, (günümüz kadınlarınca el emeği göz nuru olarak yapılmakta)
- Domaniç kadınının halen giydikleri Hayme Ana döneminden beri giyilip gelinen Domaniç Yöresel Kadın Kıyafetleri,
- Kuruluşundan beri Domaniç erkeğinin giydiği Aba (yün) elbiseler,
- Domaniç'in yazlık olarak kullandığı Domaniç Osmanlı Çadırı Maketi (aslını aratmayacak şekilde) sergilenmektedir.

Bunun yanında gerek Yörük kültürünü gerekse geleneksel eski Domaniç yaşamını temsil eden eserlerin köy köy taraması yapılmıştır. Bu kapsamda;

- Elektriğin olmadığı yayla evlerinde kullanılan pilli radyolar, gaz lambaları, ispirto ocakları, mutfak eşyaları,
- Süt ve süt ürünleri imalatında kullanılan araç ve gereçler

➤ Çadırını bekleyen Oğuz Kadını'nın yün ve keçe işleri ile ilgilendiği çıkırık, öreke, yün eğirme aletleri,

➤ Osmanlılardan kalma imal yılları bilinmeyen el dokuma halılar, kilimler, çul ve çuvallar ilk günkü gibi kültür evine gelenlere konukluk yapmaktadır.

➤ Domaniçli ailenin evinde, bahçede, tarlada, sürüsünün arkasında kullandığı günlük aletlerinden orak, yaba, tırmık, keçi ve koyun çanları, torba ve işlemeli heybeler, ekmek, bazlama ve katmer yapımında kullanılan aletler ve daha birçok yöresel kültür mirasımız

Domaniç Kültür Evi'nde sergilenmektedir.

Tarih-Kültür Komisyonu; Proje kapsamında 2012 yılında Domaniç ilçesinin Osmanlı Devletinin kuruluş sürecindeki yeri ve devlete şekil veren felsefenin biçimlendirilmesindeki rolünün tanıtılması ve bu vesile ile ilçede tarih turizminin altyapısının oluşturulması amacıyla “**Domaniç Tarih ve Kültür Derneği**” kurulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda dernek içinde görev alacak gönüllülerin tespiti ve ön çalışmanın yürütülmesi amacıyla ilk etapta “**Kuruluşun başkentinde Tarih ve Kültür Komisyonu**” adı ile bir ön çalışma grubu oluşturulmuştur. Komisyon çalışmalarında gönüllülük esas alınmış olup, komisyon etkinlikleri nedeniyle yürütülecek her türlü proje, etkinlik ve çalışmaların cari giderleri Kaymakamlıkça karşılanmıştır. Komisyonun etkin ve verimli çalışabilmesi ve düzenli toplantılar ile hedeflerine ulaşabilmesi amacıyla Hükümet Konağında yer tahsisi yapılmıştır. Komisyonda görev almak isteyen ve derneğe üye olmak isteyen vatandaşlara başvuru amacıyla basın yolu ve toplantılar ile çağrı yapıp başvurular alınmıştır.

Domaniç Tarih ve Kültür Komisyonu temel olarak Domaniç ilçesinin Osmanlı Devletinin kuruluşundaki yeri ve öneminden hareketle ilçenin tanıtılması ve ilçede tarih turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik argümanların değerlendirilmesi, bu konularda proje üretilmesi ve bu projelerin yürütülmesi süreçlerini yönetmektedir. Toplantının ilk gündemi yine basın yoluyla kamuoyu ile paylaşılmıştır .

İlçe kaymakamı başkanlığında oluşturulan bu komisyon gerçekleştirilen toplantılar ve alınan kararlar ışığında şu anda 4 ana başlık altında çalışmalarını sürdürmektedir. Bu alanlar Osmanlı Devletinin kuruluşunda Domaniç ve/veya Kadının (Hayme Ana üzerinden) yeri konulu akademik bir panel veya toplantı organizasyonu; Hayme Ana'yı Anma ve Göç Etkinliklerinin ulusal boyutta tanıtımı; Domaniç tarih ve kültür envanterinin çıkartılması ve Domaniç kültürünün (folklor, yemek, gelenek ve görenekler, kıyafet vb.) korunması ve yaşatılmasının sağlanması için gerekli yayınların yapılması. Bu çerçevede iki kitap hazırlanmıştır. İki kitapta basılmıştır.

3.3.8. Domaniç Kaymakamlığı Domaniç Adliyesinin Kapatılması Odaklı Kriz

Kriz Kaynağı: Bu kriz 2012 yılı Temmuz ayında Yaz dönemi Hakim-Savcı Kararnamesi ile ilçe adliyesinde görev yapan tüm hakim ve savcıların başka il ve ilçelere atanması ve yerlerine atama yapılmaması sonucu Domaniç ilçesinde adli işlemlerin bundan sonra Tavşanlı ilçe adliyesi tarafından yürütüleceğine dair HKYK Kararı ile gündeme gelmiştir. Teknik olarak bu şekilde açıklanan sürecin bir diğer adı Domaniç İlçe Adliyesinin kapatılmasıdır. Vatandaş devletin kendilerini adli hizmetlerinin sunulmasından mahrum bıraktığı görüşü ile şekillenen süreç; kapatma gerekçesinin ilçe adliyesinde iş yükü sayısının adli mercilerin kurulu tutulması için yeterli olmadığı şeklindeki resmi açıklamalar ışığında tepkiye dönüşmüştür. Zira vatandaş ilçe de asayişin düzenli olmasının ve kendilerinin emniyet ve huzuru bozucu faaliyetlerde bulunmamalarının bir cezası algısı altında bu kararı eleştirmişlerdir. Tepki esasen iktidar partisinin milletvekilleri, belediye başkanı ve ilçe temsilcileri odaklı şekillenmiştir. Bu tepkinin şekillenmeye başladığı dönemde HSYK tarafından kapatılma kararı verilen bazı adliyelerin yeniden açılması kararının verilmesi bu süreci iyi yönetemedikleri gerekçesiyle iktidar partisi temsilcilerine olan tepkiyi hızla arttırmıştır.

Kriz Yönetimi ve Sonuç: Vatandaşın ilçe adliyesinin kapatılması olayın sıcaklığı üzerine verdiği tepkinin sertleşmeye başlaması, muhalefet parti

temsilcilerinin bu tepkiyi tetiklemesi, iktidar partisi temsilcisi ve belediye başkanının vatandaş tepkisi nedeniyle ortada görülmek istememesi üzerine ilçe kaymakamı olarak vatandaşın sakinleştirilmesi ve gündemde adliye kapatılması sürecine yönelik yanlış algıların düzeltilmesi gerektiği tespiti yapılmıştır. Bu açıdan doğrudan kahve ve işyeri ziyaretlerine çıkılmıştır. Her ziyarette vatandaşların doğrudan aynı konuyu açması üzerine gelişen yasal süreç anlatılmış ve bu konudaki yanlış algı hukuki gerekçeleri ile açıklanmıştır. Bunun yanında kararın politik bir karar olmadığı kapatılan adliyeler arasında bizzat Başbakanın kendi ilçesinin de olduğu şeklindeki farklı örnekler ile açıklanmıştır.

Birebir vatandaşların konuya ilişkin yaklaşımları değerlendirildiğinde vatandaşların istisnai olarak karşı karşıya gelebilecekleri adli olaylardan dolayı bağlanılan Tavşanlı ilçesine gitmekte bir sıkıntı görmedikleri ancak adli sicil gibi bazı evrakların temini için bile 40 km uzağa gitmek zorunda kalmalarının kendilerini rencide ettiği tespit edilmiştir. Bu açıdan doğrudan Adalet Bakanlığı Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü ile temasa geçilerek ilçede kaymakamlıkça adli sicil belgesinin verilmesi için girişimde bulunulmuştur. Bu girişimin sonucu ilçe adliyesinin kapatılması ardından geçen bir ay içinde vatandaşların ilçe kaymakamlığından doğrudan adli sicil belgesi alması imkânı sağlanmıştır. Vatandaşların kendi ilçelerinden adli sicil belgelerini alabilmeleri ve alışlagelen basit bazı şikâyetler için bile savcılık makamına gitmek yerine ilçe emniyet ve ilçe jandarma komutanlıklarının adli işlemler için aracılık sağlaması konusundaki yönlendirmelerden sonra tepki zamanla azalmıştır. Şu an itibariyle ilçe adliyesinin kapatılması odaklı kamu hizmetlerinin aksadığı yönünde bir tartışma ilçe gündeminde değildir.

3.3.9. Pazarlar Kaymakamlığı Kaymakam-Vatandaş İşbirliği ile Yürütülen Halkla İlişkiler Projesi

Pazarlar ilçesinde 2012-2013 yılları arasında yürütülen her türlü yatırım, sosyal, sportif ve kriz yönetiminde gerçekleştirilen projeler vatandaş odaklı yapılmış

olup, özellikle vatandaşların olaya dahil edilmesiyle devlet ile vatandaş arasındaki bağın güçlendirilmesi amaçlanmıştır.

İlçede düzenlenen her türlü projeye vatandaşların katkısının üst düzeyde olmasını sağlayan İlçe Kaymakamı halkla olan ilişkilerde bütünlük sağlamayı başarmıştır. Böylece devlet – vatandaş arasındaki bağın, projelere vatandaşların katkısının artmasıyla daha kuvvetlendiği görülmüştür.

Pazarlar ilçesinin nüfusu ve ekonomik gücü incelendiğinde; ilçe nüfusunun büyük bir çoğunluğunun orta yaş ve yaşlı kategorisine girdiği ve ekonomik gücünün zayıf olduğu görülmektedir.

Halkın ekonomik durumunu göz önünde bulunduran ilçe Kaymakamı Tarihe Yolculuk Çanakkale Gezisi'ni düzenlemiştir. Vatandaşların bir kahramanlık destanının yazıldığı yerleri görme imkânı bulmasına vesile olan Kaymakam ile vatandaşlar arasında daha samimi bir bağ kurulmuştur.

Vatandaş odaklı olan bu projeye katılım en üst düzeyde sağlanmıştır. İlçe merkezi dışında belde ve tüm köylerden vatandaşların bu geziye katılımının sağlanması Kaymakam ile halk arasındaki bütünlüğü güçlendirmiştir.

Daha önce Çanakkale'yi görme imkânı elde edemeyen vatandaşların bu tarihi atmosferi yakından koklaması hem vatandaşların tarihi bilincinin gelişmesine vesile olmuş hem de bütün halktan katılımın olması vatandaşların birbirleriyle daha iyi kaynaşmasını sağlamıştır. Böylece vatandaşların birbirleriyle olan ilişkilerinin düzenlenmesinde de Kaymakamın çeşitli projelerle katkı yaptığı görülmektedir.

Gölet Krizi;

Kriz Kaynağı: 2012 Yılında D.S.İ. tarafından Yakuplar Mahallesi sınırları içerisine yapılacak olan sulama göletinin, Yakuplar mahallesi halkı tarafından karşı çıkılması ile Yakuplar Mahallesi halkı ile Orhanlar Köyü halkının düştüğü anlaşmazlık odaklı başlayan tartışmalar ışığında gerçekleşmiştir. Göletin yapılması ile yaklaşık 8900 da tarım arazisinde sulu tarıma geçilecek ve bölge ekonomisine büyük katkı sağlanacaktır. Fakat gölet rezervuarında arazisi kalan şahısların

jeoteknik etüdlerin yapımını engellemesi nedeniyle arazi çalışmalarına başlanamamıştır. Yakuplar halkının bu göletten Orhanlar Köyünün daha fazla hizmet alacağı algısı tartışmaları büyütüştür. İki halk bu olay yüzünden sık sık sürtüşme yaşamışlardır.

Kriz Yönetimi ve Sonuç: Bu tartışmaların giderek büyümesi ve son olarak göletin yapılmasına karşı olanlar tarafından Kaymakamlığa verilen toplu dilekçe sonucunda ilçe Kaymakamı olaya müdahale etme gereği duymuştur. Kaymakam ilk olarak her iki tarafla toplu görüşmeler yapmıştır. Yöre halkının yeterli bilgiye sahip olmaması ve ortadaki bilgi kirliliğinden dolayı bu görüşmelerden herhangi olumlu bir sonuç alınamamış fakat toplantı sayesinde olayın büyümesi önlenmiştir. Bunun üzerine olayı çözüme kavuşturma amacı ile İlçe Kaymakamı gölet yapımını isteyen vatandaşlar ile yapılmasına karşı çıkan yöre halkının katıldığı, DSİ 3. Bölge Müdürü tarafından konu ile ilgili bilgilendirmenin yapıldığı bir toplantı düzenlemiştir. Yapılan toplantıda yapılacak olan sulama göletinin ilçeye sağlayacağı faydalar konu edilmiş olup, tartışmanın her iki tarafının da konu ile ilgili fikirleri alınmıştır. Yapılan toplantıda isteyen vatandaş konu ile ilgili sorularını sormuş ve sorularına birinci yetkili ağızdan cevap alma fırsatını bulmuştur.

3.3.10. Aslanapa Kaymakamlığı Vatandaş Memnuniyeti ve Beklenti Anketi

Aslanapa ilçesi toplam 10744 nüfuslu bir ilçe olmakla beraber ilçe nüfusunun %78`ini köy %22`sini ise merkez nüfusu oluşturmaktadır. Bu olgunun bir sonucu olarak da ilçede sivil toplum bilinci gelişmemiştir. İlçe kaymakamının iletişime geçebileceği, organize edebileceği sivil toplum örgütleri neredeyse yok denecek kadar azdır. Bu nedenle ilçe kaymakamı vatandaşları en kapsayıcı iletişim kanallarını üretmek ve kullanmak gereğini hissetmiştir.

Öncelikle içerisinde vatandaşların özelde mülki idare amiri, genelde kaymakamlık birimleriyle ilişkilerini ölçmeye yönelik soruların da bulunduğu Aslanapa Kaymakamlığı Vatandaş Memnuniyeti Anketi düzenlenmiştir.1050 kişi üzerinde uygulanan anket temsiliyet bakımından oldukça iyi bir orana tekabül

etmektedir. Aşağıda ankete katılanların mülki idare amiri ile ilgili halkla ilişkiler algısı özetlenmektedir.

“İhtiyaç duyduğumda kaymakamla rahatlıkla görüşebiliyorum” sorusuna kesinlikle katılıyorum %32, katılıyorum %30 yani olumlu algıyla cevap verenler %62’lik bir oranı oluşturmaktadır. Kesinlikle katılmıyorum %7, Katılmıyorum %12’lik bir oranla olumsuz cevap verenler ise %19’a tekabül etmektedir. Bu sonuç Aslanapa Kaymakamlığı için olumlu bir sonuçtur.

“İhtiyaç duyduğumda Kaymakamlığa gitmekten hiç çekinmem” cevabını veren %70’lik oranın, kaymakamla rahatlıkla görüşebiliyorum sorusuna %62’lik olumlu cevap veren kesim arasında %8’lik bir fark oluşmaktadır. Bu fark vatandaşların Kaymakamlığa gelerek iş ve işlemlerini Kaymakamla görüşmeye gerek kalmaksızın halledebildikleri şeklinde yorumlanabilir.

3.3.11. Simav Kaymakamlığı 2011 yılında vuku bulan deprem sonrası halkla ilişkiler uygulama ve yaklaşımları

Kaymakamın Halkla İletişimde Aracısız Görüşmesi: Olası afet ve kriz durumunda mağdur vatandaşın müşkülünü anında ve yerinde çözüm, kriz yönetimi açısından önemlidir. Bu konuda oluşabilecek sorunun çözümü, Simav kaymakamı Yüksel Ünal’ın vatandaşın derdini çözüme hemen kavuşturmak için ilçe dışındaki kurumlardan yardım amaçlı gelen malzemelerin etkin ve zamanında vatandaşa ulaştırmadaki başarısı ve vatandaşı olay yerinde dinlemesi ile mümkün olmuştur.

Olağanüstü hallerde kaymakam çalışma hızını kat kat artırmalı, daha gayretli ve fedakar çalışmalıdır. Yüksel Ünal kendi ifadesiyle ‘Bataklıkta sivrisinekle uğraşılır mı?’ sorusuna ‘Evet,gün bataklığı çabuk kurutma zamanı değildir’ ifadeleriyle çözüm odaklı, sorunun üzerine gitme gerekliliğinden bahsetmiştir.

Bu gibi durumlarda iletişim tek kaynaktan olmalıdır. Mesajı iletmek için bütün iletişim araç gereçleri kullanılmalıdır. Bu iletişim yolları twitter, facebook, cami hoparlörleri, belediye anonsu, kaymakamlık web sitesi, toplantılar vs olabilir. Kullanılan dil açık –anlaşılır olmalıdır. İnanırcı ve tutarlı cümleler iletişim

kanallarından iletilen mesajın güvenilir olması manasını taşır. Örneğin Yüksel Ünal bir belediye anonsunda halkın dikkatini çekmek için hitabı resmi değil anlaşılacak şekilde yayınlamıştır. ‘‘Simav Kaymakamlığından duyurulur’’cümlesinden sonra ‘‘Duyduk duymayın demeyin. Son pişmanlık fayda etmez’’deyip vatandaşların hak sahipliğine başvurması istenmiş ve hak sahipliği başvurusunda artış yaşanmıştır.

Vatandaş ile İletişimde Moral/Motivasyon ve Tutarlılığa Önem Verme: Olası afet durumunda afete maruz kalan vatandaşlar moral açısından çökmüş her şeyin bittiğini düşünebilecek kadar karamsarlığa düşmüş bireyler olarak karşımıza çıkarlar. Bu durumda küçük bir haber mutluluk ya da kurtuluş reçetesi sayılabilir. Simav Kaymakamı vatandaşı yalan haber ve dedikodulardan ziyade bu durumun geçici olduğunu gelecek güzel günlerin inancını vatandaşların bilincine yerleştirmeye çalışmıştır. Ayrıca böyle zamanlarda komşu il/ ilçelerden gelebilecek ‘Simavlı kardeşlerimizi unutmadık’ mahiyetindeki küçük yardımların bile moral motivasyonu düzelttiği gözlerden kaçmamıştır.

Memur, STK, Belediye ve İlçe Dışındaki Kurumlarla İlişkiler: Kriz dönemlerini fırsata çevirmek açısından konuşulabilecek mevzulardan bir tanesi de STK ve diğer yardım kuruluşlarının kendini yenileme dönemine girdiğinin göstergesidir. Simav depreminde kaymakam bu türlü kuruluşların faaliyetlerine ön ayak olmuştur. Bunun yanında gerekli durumlarda belediye ile ortak çalışmalarda bulunmuştur. (belediye hoparlörlerini kullanma, yemek dağıtımı vs)

Medya ve Basın Organları: Kriz dönemi etkisi tartışılmayacak durumlardan bir tanesi de medyadır. Simav kaymakamı yalan haberin kontrol edilemediği ülke geneli yayılan haberler konusunda Simav depreminde sıkıntı yaşadıklarını, facebook-twitter gibi çok hızlı yayılan haber kaynaklarının doğruluk değeri araştırılmadan insanların yalan haberlere itibar etmemesi konusunda hızlı davranıp birinci ağızdan kesin ifadeler kullanarak nabzı düşürmeyi hedeflemiştir.

3.3.12. Gediz Kaymakamlığı Halkın Katkılarıyla Güçlenen Aşevi Projesi

İlçede 1998 yılında fakir ve muhtaç vatandaşlara yemek dağıtmak amacıyla Aşevi kurulmuştur. Burada 3 personel hizmet vermektedir. Kurulduğu ilk yıldan bugüne yapılan proje karşılığında Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğünden gönderilen ödenek ile harcamalar karşılanmaktadır. Ancak yıllar geçtikçe aşevinin harcamalarına halkın katılımı her yıl artarak devam etmektedir. Bu yardımlar çeşitli şekillerde olmaktadır. Örneğin yaz aylarında çiftçiler ürettikleri domates, biber, salatalık vb. sebzeleri aşevine getirmektedirler. Esnaf ise özellikle kuru gıda yardımında bulunmaktadır. Aşevi gideri içinde en yüksek tutar et alımı olmaktadır. Son 5 yıl içerisinde kurban bayramlarında toplam 18.973 kg et toplanmıştır. Kurban Bayramında toplanan et ile ve yıl içerisinde gelen et bağışlarıyla bütün bir yıl boyunca et alımı yapılmadan yemek pişirilmekte ve bu aşevi harcamalarında yıllık yaklaşık 95.000 TL kadar tasarruf sağlanmaktadır. Kurban bayramında yapılan et bağışı dışında yapılan tüm bağışlarda, matbu olarak hazırlanan ‘Teşekkür Belgeleri’ İlçe Kaymakamı imzası ile vatandaşlara takdim edilmekte, ayrıca bağış makbuzu ile kayıt altına alınmaktadır.

Ayrıca Ramazan ayında 30 gün boyunca önceden hayırsever vatandaşlar için bir günlük yemek bedeli açıklanmakta ve bağışlar bankada açılan hesaplara kabul edilmektedir. Son 4 yıldan bu yana Ramazan ayı boyunca aşevinden yapılan yemeklerin tüm giderleri hayırsever vatandaşlarca karşılanmaktadır. Burada iki yönlü fayda sağlanmaktadır. Birinci olarak aşevine yapılan bağışlar ile geniş bir vatandaş kitlesine ulaşabilmekte ve bugün itibariyle şartları tutan herkese yemek verme gücüne ulaşabilmiştir. İkinci olarak hayır yapmak isteyen vatandaşlar fakir ve muhtaç şahıslara vakfımız aracılığı ile ulaşabilmektedirler. Çünkü hak eden ve muhtaç vatandaşlara ulaşmak hayırseverler için her zaman mümkün olmamaktadır.

3.3.13.Gediz Kaymakamlığı Halkın Katkısıyla Zenginleşen Sevgi Evi Projesi

Gediz İlçesinde Kaymakamlıkla Vakıf arasında yapılan bir diğer işbirliği çalışması ise Sevgi Evi projesidir. Burada firmalardan temin edilen giyilmemiş kıyafet ve ayakkabıların yanı sıra vatandaşların kullandığı ancak eskimemiş kıyafetler mağazacılık sistemiyle sergilenmekte ve fakir vatandaşlara sunulmaktadır. Her ailede belki de bütçe zorlanılarak satın alınmış bir kıyafet bir süre sonra fuzuli hale gelebilmektedir. Çocuklar için alınan kıyafet çocuklar büyüdüğü için eskimeden atıl hale gelmektedir. Bu durum firmalar için de aynıdır. Çünkü moda değişikliği veya serisi bittiği için indirimine gidilmesine rağmen veya iş değişikliğinden kıyafet fazlası oluşabilmektedir. Örneğin büyük ve çocuk kıyafetlerini aynı anda satan bir firma iş değişikliği sebebiyle yaklaşık 200.000 TL'lik kıyafetini Sevgi Evine bağışlamıştır. Diğer yandan İstanbul ve İzmir'deki büyük giyim firmaları mevsim sonu kıyafetlerini Sevgi Evine bağışlamışlardır. Öte yandan hayırsever vatandaşlar mevsim sonlarında büyük miktarda kıyafet bağışında bulunabilmektedir. Buradaki görevli gelen bu kıyafetleri kontrol ettikten sonra Sevgi Evinde mağaza sistemine göre tasnif edip ütülenip asılmaktadır.

Kıyafete ihtiyaç duyan vatandaşlar buraya başvurmakta ve sistemden kontrol edilip fakir olduğu tespit edildikten sonra teslimat karşılığı giysi veya ayakkabılar teslim edilmektedir. Okullardaki ekonomik durumu iyi olmayan öğrenciler karne dönem sonlarında öğretmenlerin nezaretinde buraya getirilerek beğendikleri veya ihtiyaç duydukları giyim eşyalarını kavuşmaktadırlar.

3.3.14. Kaymakamlık Uygulamalarının Değerlendirilmesi

Kütahya'nın 13 ilçesi vardır. Yukarıda 6 ilçenin (Tavşanlı, Domaniç, Pazarlar, Aslanapa, Simav, Gediz) İlçe kaymakamları tarafından il bazında uygulanan üç ana projenin harici fiilen başkanlık ettikleri halkla ilişkiler uygulamaları ele alınmıştır.

Ele alınan örnek olay incelemelerinde, her kaymakamın ilçesi ile ilgili swot analizi yaptığı, anketlerle halkın görüşlerini aldığı, halkın hoşuna gidecek projeleri uyguladığı ve başarılı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bunun sonucunda kaymakam ve idarecilerin halk tarafından benimsendiği, kendilerinden biri gördüğü ve çalışmalarına büyük destek olduğu gözlenmiştir.

Bunun en önemli göstergelerinden birisi, ilçeler açısından hayati önem taşıyan kriz durumlarında kaymakam ve idarecilerin hiçbirisinin şikayet edilmemesidir. Simav depremi, siyanür vakası gibi kriz durumlarında kaymakamlar şikayet edilmemiş ve halk kaymakamların gerekeni yaptıklarına inanmıştır.

Bu sonuç kaymakamların ilçelerini iyi tanıyıp, halka dayalı projeler geliştirmelerine, halkı sürekli bilgilendirmelerine, iki yönlü simetrik iletişimle halkı ikna etmelerine kısaca iyi bir halkla ilişkiler politikaları izlemelerine bağlı olarak gelişmiştir.

Ayrıca bu kaymakamlar amirleri tarafından da ödüllendirilmiştir. Örneğin Simav kaymakamı İstanbul Esenler'e; Gediz Kaymakamı Manisa Şehzadeler'e kaymakam olarak atanmıştır. Diğer kaymakamların tamamı da istedikleri yerlere tayin edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Halkla ilişkiler yüzyılımızın en önemli çalışma alanlarından bir tanesidir. Ülkemizde 1960'lı yıllardan sonra önemi anlaşılmaya başlayan halkla ilişkiler, özellikle kamu kurumlarında da yoğun uygulama alanı bulmaya devam etmektedir. Kamu kuruluşlarının amaçlarını gerçekleştirmede halkın güven ve desteğini alma çabaları, çalışmalarını tam ve etkin bir biçimde halka duyurma gayretleri, uyguladıkları veya uygulayacakları projelere halkın etkin bir biçimde katılımının sağlanması ihtiyacı gibi gerekçeler, kamu kuruluşlarında halkla ilişkilerin işlev ve önemini artırmaktadır.

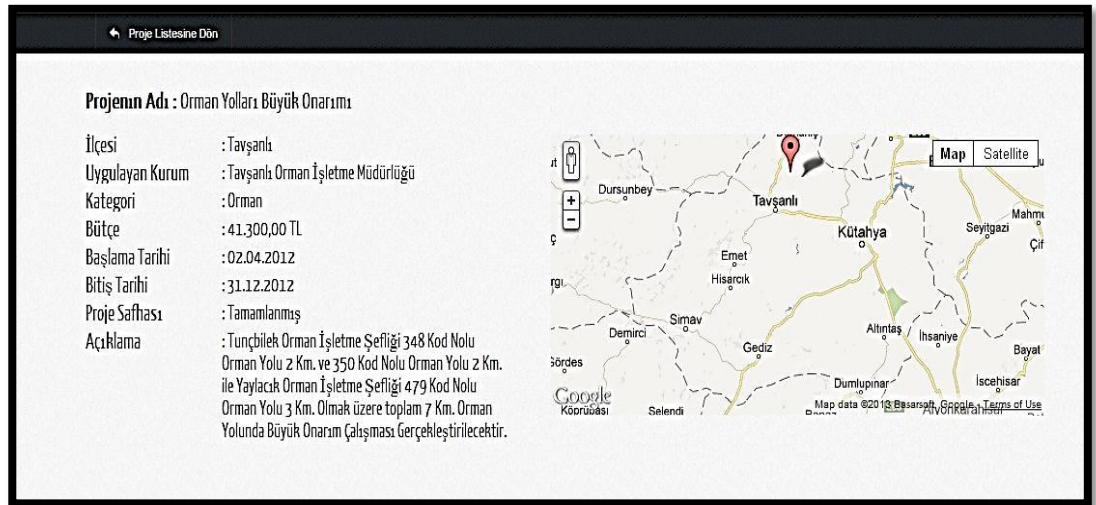
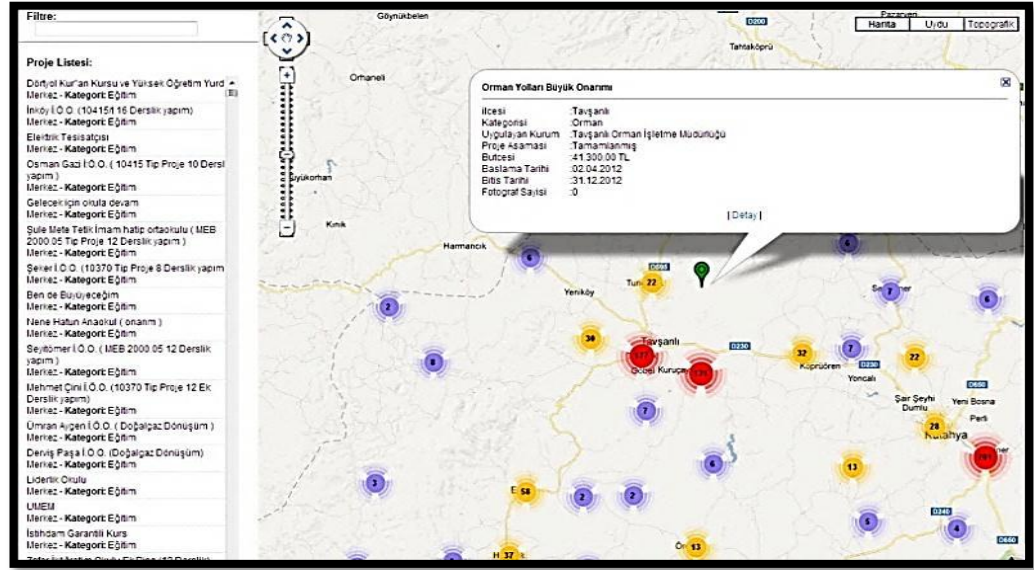
Kamu hizmeti yürüten en önemli kurumların başında mülki idareler gelmektedir. Mülki idarelerin en önemli ayaklarını oluşturan Valilik ve Kaymakamlıkların halkla ilişkiler çalışmalarına önem vermeleri başarılarını artıracaktır. Nitekim bu amaçla, yasal mevzuatta halkla ilişkilere ilişkin çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. İl İdaresi, Dilekçe Hakkının Kullanılması, Bilgi Edinme Hakkı, İçişleri Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri gibi kanunlar ile, Valilik ve Kaymakamlık Birimleri Teşkilat, Görev ve Çalışma Yönetmeliği, BİMER genelgesi gibi düzenlemeler; mülki idare amirlerinin halkla ilişkilere ilişkin ne yapmaları gerektiğine dair fikirler vermektedir. Bu düzenlemeler çerçevesinde Valiliklerde başta İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü olmak üzere, özel kalem müdürlüğü, protokol şube müdürlüğü, etüt ve proje müdürlüğü gibi birimlerin halkla ilişkilerle ilgili görevleri bulunmaktadır. Kaymakamlıklarda ise il basın ve halkla ilişkiler müdürlüğüne yürütülen hizmetlerin, ilçe yazı işleri müdürlüğüne gerçekleştirilmesi hükme bağlanmıştır.

İl İdaresi Kanunu'nun ilgili maddeleri incelendiğinde, vali ve kaymakamların temel görevleri arasında halkla ilişkilerin de bulunduğu görülmektedir. Hükümet uygulamalarından vali genelgelerine kadar tüm eylemlerde halkın önplana konulduğu, il ve ilçede vali ve kaymakamların hükümetin halkla ilişkiler uzmanı gibi çalışması gerektiği bu kanundan anlaşılmaktadır. Bu çerçevede; vali ve kaymakamların yaşam tarzının halkla ilişkiler olduğu, başarılı uygulamalar yapmak için halkla ilişkilere kesinlikle ihtiyaç duydukları söylenebilir.

Bu çalışmada 2011 yılından itibaren Kütahya Valiliği ve ilçe kaymakamlıklarının proje bazlı yürüttükleri halkla ilişkiler uygulamaları konu edinilmiştir. Valilikçe yürütülen Aile içi iletişim modeliyle halkla ilişkiler, eğitimde benchmarking modeliyle halkla ilişkiler, komşuluk ilişkileri modeliyle halkla ilişkiler, emniyet müdürlüğü Pınarspor uygulaması gibi çalışmalar ayrıntılarıyla ele alınmıştır. Ayrıca Kütahya'nın Tavşanlı, Domaniç, Pazarlar, Aslanapa, Simav ve Gediz kaymakamlıklarının yürüttüğü halkla ilişkiler amaçlı çalışmalar da incelenmiştir. Bu incelemelerin sonucunda, Kütahya İl ve ilçelerinde halkla ilişkiler uygulamaların bilimsel olarak gerçekleştirildiği, halkla ilişkiler süreci olan araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarının gereğince yerine getirildiği, kampanyalarda kullanılması gereken iletişim araç ve yöntemlerinden gereğince yararlanıldığı ortaya çıkmaktadır.

Halkla ilişkilerde sıklıkla söylenen “iyi bir halkla ilişkiler üst yöneticiden başlar” sözünün Kütahya örneğinde başarıyla uygulandığı da inceleme sonucunda ortaya çıkmaktadır. Dönemin Valisi, halkla ilişkiler amaçlı projelerin planlanması ve uygulanmasında bizzat yer almış, koordinasyonunu yürütmüş, il yöneticileri ve kaymakamlara gerekli talimatları vererek motivasyonlarını sağlamıştır. Ayrıca ilçelerde kaymakamlara basına bilgi verme yetkisi verilmiş, bunun sonucunda da kaymakamların medya ile iletişimleri güçlendirilmiş ve tecrübe sahibi yapılmıştır. Kaymakamlar yaptıkları projeleri halka aktarma ve anlatma fırsatı bulmuş, halkla olan ilişkilerini güçlendirmişlerdir. Kamu kurum ve kuruluşlarının il müdürleri bu çalışmalar sonucunda olaylara daha fazla vakıf olmuşlar, etkin ve içten çalışmalarına devam etmişlerdir.

Kütahya valiliğinin halkla ilişkiler çalışmalarına proje tabanlı coğrafi bilgi sisteminin de büyük katkısı olmuştur. Bu sistem sayesinde kamu kurum ve kuruluşları birbiriyle yarışa girmiş, her il müdürlüğü kendi projelerini ifade etme imkanı bulmuş ve yönetenler ile yönetilenler arasında işbirliği ve uyum sağlamıştır.



Şekil 1; Harita tabanlı web üzerinden projelerin paylaşımı

Kütahya'da Valilik ve Kaymakamlıkların 2011 yılından sonra gerçekleştirdikleri halkla ilişkiler çalışmalarının büyük çoğunluğunun proje bazlı olduğu görülmektedir. Aşağıda şematik olarak verilen proje bazlı halkla ilişkiler modelinde; vali ilk olarak hareketi başlatmakta, halkı odak noktasına koyan bu projeler daha sonra tabana yayılarak tüm idari sistemi kapsamaktadır. Kaymakamlar, bütün il müdürleri ve tüm memurların dahil olduğu bu çalışmalar, sivil toplum

örgütlerine ve tüm halka yayılmaktadır. Bunun sonucunda tüm il aynı duygularla ve düşüncelerle hareket etmekte, projelerde iletişim kurulmayan hiçbir vatandaş kalmamakta, mümkün olduğunca ilde yaşayan tüm vatandaşlar ya bir proje ortağı veya projeden faydalanan konumuna gelmektedir. Bu projelerin temel hedefi herkesi amaçlar doğrultusunda harekete geçirmektir. Bireyler, bu projelerde kendi yapacakları katkıları sorgulayıp faydalı olacaklarına inandıkları andan itibaren hareket başlamakta ve tüm il en küçük hücrelerine kadar amaçlar doğrultusunda çalışmaktadır. Ayrıca bu projeler gönüllülük esasına dayalı olduğu için katılımcı her proje uygulayıcısı, yaptığı işten memnuniyet de duymaktadır.

Kütahya'da 2011-2014 yılları arasında büyük ve küçük çaplı yaklaşık 2300 tane proje hayata geçirilmiştir. Bu projelerin büyük çoğunluğuna halk dahil edilmiş ve onlarla iletişim kurularak çalışmalar yürütülmüştür. Projelerin uygulama sürecinde halkın yöneticilerden memnun kaldığı gözlenmiştir.

- Reaktif yönetim tarzından proaktif yönetim tarzına kolay geçişin ve başarılı olmanın yolu, proje bazlı halkla ilişkiler modeliyle daha kolay ve etkin olmaktadır.
- Proje bazlı halkla ilişkilerde, çalışanlar ve bireyler kendilerini bir şeyler üretme zorunda hissetmektedirler.
- Proje gruplarındaki tüm bireyler sürekli araştırmakta, kitap okumakta ve proje üretmektedir.
- Durağanlık yerine, sürekli hareketlilik ve dinamizm vardır.
- Bütün paydaşlar çalışma süreçlerine katılmaktadır ve bunlarda nasıl katkı sağlayabilirim düşüncesi gelişmektedir.
- Vali ve kaymakamlar ilin ve ilçenin en uzak köşesindeki memura ve vatandaşa kadar ulaşabilmekte, onlarla yüz yüze iletişim kurabilmektedir.
- Vatandaş ve memurlar da, Vali ve Kaymakamları halkın içerisinde birisi gibi değerlendirerek, mesajını rahatlıkla iletebilmekte ve istediği zaman yöneticilere ulaşabilmektedir.
- Vali ve Kaymakamların tanınırlık ve bilinirliği artmaktadır.
- Vali ve Kaymakama halkın güveni artmaktadır.
- Halk ve devlet kurumları, yöneticileri arasındaki iletişim artmaktadır.

Bilinçli olarak yapılan halkla ilişkiler uygulamaları idarenin yönetsel etkinliğini artırmaktadır. Ne zaman, hangi olayda nasıl davranacağını bilen mülki amirler takdirle karşılandığı gibi, halkı memnun ederek toplumsal olayları en başından engellemektedir.

Artık günümüzde vali ve kaymakamlar, çeşitli analizler yaparak bilimsel yöntemlerle halkı idare etmek zorundadırlar. Çünkü anket yapmayan, sosyal medyayı kullanmayan idareci halkın sorunlarından haberdar olamadığı gibi isabetli karar veremez.

Bilimsel temelli yapılan uygulamalar sayesinde, vali ve kaymakam il ve ilçesinden ayrıldıktan sonra kendinden sonra gelen vali ve kaymakama da bir bilgi aktarımı olmakta, var olan bilgi üzerine daha seri ve hızlı etkin ve gerekli projeler uygulanmakta vakit kaybı azalmaktadır.

Bu çalışmanın teorik ve uygulama bölümleri göz önünde tutularak; Vali ve Kaymakamların bir il veya ilçeye atandıklarında harekete geçmeden önce yapması gerekenler konusunda şu önerilerde bulunulabilir:

a- Vali ilin tamamıyla, kaymakam ilçenin geneliyle ilgili swot-fütz analizini yaptırmalıdır. Çünkü, il ve ilçelerde kamu kurum ve kuruluşların nelere sahip olduğu tam anlamıyla kayıt altında değildir.

b- Vali ve kaymakamlar, bütün kamu kurum ve kuruluşların brifing raporlarını etkin dinlemelidir. Günümüzde vali ve kaymakamların büyük çoğunluğu bunu yapmaktadır. Ancak, uygulamaları yerinde görme, yerinde bilgi alma ve kamu kurum ve kuruluşlarına yıllık, on yıllık ve yirmi yıllık gibi analizlerini sorma konusunda eksiklikler vardır.

c- Milletvekilleri, belediye başkanları, il genel meclis başkan ve üyeleri, muhtarlar dinlenmeli, il ve ilçe ile ilgili görüşleri alınmalı ve zaman zaman yapılmasını arzu ettikleri konular ile ilgili kendileri bilgilendirilmelidir.

d- Sivil toplum Örgütleri ile kendi alanlarıyla ilgili toplantılar yapıldığı gibi onların ille ilgili genel görüşleri de alınmalıdır.

e- Yapılan tüm iş ve işlemlerde üniversiteler ile ortak çalışılmalıdır. Üniversite yönetimin içine her alanda dâhil edilmeli ve kampüsten dışarı çıkartılmalıdır. Bunun çift yönlü faydası olacaktır. Birincisi idareye vali ve kaymakama, ikincisi üniversiteye teorik konularını fiiliyata geçirme veya bir ilde teori ile pratik tutuyor mu sorusunun cevabını almaya.

f- Kanaat önderleri bir il ve ilçe için en önemli kişilerin başlarında gelirler. Vali ve kaymakamlar atandıklarında derhal bunları öğrenmeli ve onlarla iletişime geçmelidir. Kanaat önderlerinin ille ilgili fikir ve düşünceleri alınmalıdır. Toplumsal olaylarda ve kriz durumlarında idareye en fazla yardımcı ve faydası dokunacak, olayları ve halkı teskin edecek bu kişilerdir. Çok farklı meslek gruplarından, inanışlardan ve etnik gruplardan olabilir. Bu kişilerin zaman zaman ziyaretine gitmekte ve bilgi alışverişinde bulunmakta fayda vardır.

Halkın her daim tamamına ulaşması bir vali ve kaymakam için zordur. Çoğu il ve ilçede ayaklı gazeteci denilen ve halka bilgi ulaştırın il ve ilçe tellalları vardır. Bunlar vasıtasıyla da doğru bilgiler halka ulaştırılabilir ve halktan bilgi alınabilir.

g- İlk atanıldığında Başbakan, bakan ve müsteşarlarla imkân dahilinde ise bizatihi giderek veya telefonla aranıp ille ilgili emirleri alınmalıdır. Kaymakam için mutlaka vali ile görüşüp emri alınmalıdır. Bütün bu görüşmeler ışığında vali ve kaymakam harekete geçmelidir.

Vali ve kaymakamların görevlerini başarıyla sürdürebilmesi ve daha iyi halkla ilişkiler çalışmaları yapabilmeleri için; görev yaptığı il, ilçe ve insanlarını sevmeli, halkın sorunlarını kendi sorunu gibi görmeli, problem çözüme odaklı olmalı, halkın içinde olmalı ve onlar gibi yaşamalı, tüm kurumlarla ortaklaşa projeler uygulamalı, ehil insanlarla istişare etmeli, adaletli olmalı, enerjik olmalı ve halkın anlayabileceği bir dil kullanmalıdır.

Valiler tüm il genelinde halkla ilişkilerini tek başına yürütemeyeceği için maiyetinde çalışan memurların da iletişim ve halkla ilişkiler kurallarına dikkat etmesi gerekmektedir. Memur ve çalışanların halkla ilişkileri iyi değilse, vali ve kaymakamların halkla ilişkilerde başarılı olması son derece zordur. Bu nedenle kaymakamdan il müdürüne, memurdan müstahdeme kadar bütün çalışanların, gönüllü bir halkla ilişkiler görevlisi gibi davranması Vali ve ilin yürüttüğü halkla ilişkiler çalışmalarının başarısına doğrudan olumlu katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

ABADAN, Nermin (1955). **Amme İdaresi ve Halkla Münasebet Mefhumu**, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, Sayı.2, ss.171-185.

ACAR, Muhittin (1994). **Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması**, Ankara: DPT Yayınları.

Advertising and Public Relation in Britain, Prepared for British Information Servises by the Central Office of Information, London October 1976. (İngiltere Kültür Bakanlığı Yayını)

Akşehir kaymakamlığı 2006-2009 yılları arası anket çalışması, **Kaymakamlık yazı işleri dokümantasyon arşivi**, 2006 Akşehir-Konya

ALAN, Nuri (1997). **Kamu Yönetiminde Deprem**, *Yeni Türkiye Siyasette Yozlaşma Özel Sayısı I*, Yıl.3, Sayı.13, ss.464-467.

ALTINKAYA, Cengiz (2000). **Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma**, Türkiye Sorunlarına Çözüm Konferansı-III: 21. Yüzyılda Türkiye, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, ss.165-170.

ARSLAN, Nagehan Talat; MAHMUTOĞLU, Abdulkadir (2005). “Türkiye’de İdari Reform Düşüncesi Çerçevesinde Mülki İdare Sisteminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması Hakkında Bir Değerlendirme”, İçinde; **Türkiye’de Kamu Yönetimi Sorunları Üzerine İncelemeler**, Editör: Nagehan Talat Arslan, Ankara: Seçkin Yayıncılık, ss.83-110.

ASNA, M. Alâeddin (1988). **Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi**, Ankara: Sevinç Matbaası.

ATAOL, Alpay (1987). **Halkla İlişkiler: Örgütlerin Temsil Edilmesinde Kavramsal Bir Model**, İzmir: Karınca Matbaacılık.

AY, Canan ve GÜLGÜN, Aylin (1999). **Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında Etken Bir Araç Olarak; İş Tatmini**, Kamu Yönetiminde Kalite I. Ulusal Kongresi, Cilt 1, Ankara: TODAİE Yayınları, ss.249-263.

AYDEDE, Ceyda (2001) **Halkla İlişkiler Kampanyaları**, MediaCat Kitapları 2001 Ankara.

AYDIN, Ahmet Hamdi (1999). **Kamu Yönetimi ve Hizmetinin Verimliliği ve Etkinliğinde, Hizmeti Sunan Personel ve Hizmeti Alan Toplumun Rolü**, Kamu Yönetiminde Kalite I. Ulusal Kongresi, Cilt 1, Ankara: TODAİE Yayınları, ss.241-247.

AYDIN, Ahmet Hamdi (2009) **Türk Kamu Yönetimi**, seçkin yayıncılık Ankara.

BİBER, Ayhan (2003). **Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve**, Nobel Yayınevi, Ankara.

BARRY, Amanda (2003). **Halkla İlişkilerin Gücü**, Çev: Aysin Önen Steidle, Ankara: Elips Yayınları.

BASKİN, Otis; ARONOFF, Craig ve LATTİMORE, Dan (1997). **Public Relations: The Profession and the Practice**, Boston: McGraw·Hill.

BEDÜK, Aykut. (2002). “Yeni Yönetim Tekniği “Benchmarking” *Dış Ticaret Dergisi*. Sayı:19 Ekim. s.131-144.

BENSGHİR, Türksel Kaya (2000). “Devlet-Vatandaş İletişiminde E-Posta”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.33, Sayı.4, ss.49-61.

BIÇAKÇI, İlker (1998) **İletişim ve Halkla İlişkiler**, Media Cat Yayınları, Ankara.

BİBER, Ayhan (2003). **Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

BİLGİN, Kâmil Ufuk (1994). “Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Uygulamasına Örgütsel Bir Yaklaşım: (Başbakanlık ve Bakanlıklarda Halkla İlişkiler Birimleri)”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.27, Sayı.4, ss.43-62.

BULDUKLU, Yasin; KOÇAK, Abdullah (2010) **Sağlık İletişimi**, Akademi Basın, İstanbul.

BÜLBÜL, A.Rıdvan (2003) **Halkla İlişkiler** Nobel Yayın Dağıtım Ankara

BOURANTAS, D., N. Papalexandris (1993), “Differences in Leadership Behavior and Influence Between Public and Private Organizations in Greece”, *The International Journal of Human Resources Management*, c.4. S.4, ss.859-871.

BUDAK, Gönül; BUDAK, Gülay (2014). **İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler** Nobel Yayınları Ankara.

BURAN, Hasan (1995).**Yönetim Yurttaş İlişkileri ve Katılımlı Yönetim**, Kamu Yönetimi Disiplini Sempozyum Bildirileri (Birinci Cilt), Ankara: TODAİE Yayınları, ss.209-224.

CENTER, Allen H. ve JACKSON, Patrick (2003). **Public Relations Practices: Managerial Case Studies and Problems**, New Jersey: Prentice Hall.

ÇAMDERELİ, Mete (2000). **Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler**, Konya: Çizgi Kitabevi.

ÇELEBİOĞLU, Fuat (1986). **Yönetimde Halkla İlişkilerin Önemi, Halkla İlişkiler**: (Seçme Yazılar), Der: Fermani Maviş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss.194-204.

ÇEVİK, Hasan Hüseyin (2004). “Türkiye’de Kamu Yönetimi Başarısızlığına Teorik Bir Yaklaşım”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt.59, Sayı.3, ss.43-78.

DİNÇER, Ömer ve YILMAZ, Cevdet (2003). **Değişimin Yönetimi İçin Yönetimde Değişim, Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma:1**, Ankara: Başbakanlık Yayınları.

DPT (1994). **Kamu Yönetiminin İyileştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara: DPT Yayınları.

EKEN, Musa (1994). “Kamu Yönetiminde Gizlilik Geleneği ve Açıklık İhtiyacı”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.27, Sayı.2, ss.25-54.

EKEN, Musa (1998). “Yönetim Karşısında Vatandaşın Korunmasında Ombudsman Kurumunun Rolü”, Türkiye’de Yönetim Geleneği: Kurumlar, Sorunlar ve Yeniden Yapılanma Arayışları, Editör: Davut Dursun ve Hamza Al, İstanbul: İlke Yayıncılık, ss.131-139.

EKİCİ, K., Mehmet ve OYUR, Emine (2010). **Halkla İlişkiler**, Savaş Yayıncılık.

EMRE, Cahit; ÖZŞEN, Tayfur; ÖZUĞUTLU, Metin; KARASU, Koray (2003) 'Halkın Mülki İdareye Yönelik Tutum ve Beklentileri' *T.C. İçişleri Bakanlığı Strateji Merkezi Başkanlığı*, Ankara

ERDEM, Tarhan (1995). “Siyasi Hayatın Tabiileştirilmesi”, *Türkiye Sorunlarına Çözüm Arayışları: Pera Palas Toplantılarından Seçmeler* (1987-1994), Yayına Hazırlayan: Mehmet Kabasakal, İstanbul: Boyut Yayıncılık, ss.27-38

ERDOĞAN, İrfan (2006). **Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler**, Pozitif matbaacılık Ankara.

ERGUN, Turgay (1988). **Kamu Yöneticilerinin Yetiştirilmesi**, Ankara: TODAİE Yayınları.

ERTEKİN, Yücel (1990). “Halkla İlişkiler Hizmetinde Örgütlenme ve Personel Sorunları”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.23, Sayı.4, ss.35-54.

ERTEKİN, Yücel (1995). **Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Sorunu**, Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt.4, Sayı.5, ss.3-11.

ERTEKİN, Yücel (2000). **Halkla İlişkiler**, Ankara: Yargı Yayınevi.

ERTÜRK, Selâhattin (1969). “Enformasyon ve Tanıtma Teşkilâtı Kurulmasına İlişkin Düşünceler”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.2, Sayı.4, ss.116-129.

ERYILMAZ, Bilâl (2002). **Bürokrasi ve Siyaset: Bürokratik Devletten Etkin Yönetime**, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

FAWKES, Johanna (2006). **Halkla İlişkiler ve İletişim**, Halkla İlişkilerin Elkitabı, Der: AlisonTheaker, Çev: Murat Yaz, İstanbul: MediaCat Kitapları, ss.37-53.

GEYLAN, Ramazan (2001). **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Birlik Ofset, Eskişehir.

GİRİTLİ, İsmet (1999). **Türkiye'nin İdari Yapısı: (Kamu Yönetimi Teşkilatı)**, İstanbul: Der Yayınları.

GÖKÇE, Orhan; GÖKÜŞ, Mehmet ve KUTLU, Önder (2002). Kamu Yönetimi (Ders Notları), Konya: Dizgi Ofset.

GÖKSEL, Ahmet Bülent; YURDAKUL, Nilay Başok (2002). **Temel Halkla İlişkiler Bilgileri**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları İzmir

GREGORY, Anne (2001). “Public Relationsand Management”, *The Public Relations Handbook*, Editör: AlisonTheaker, London: Routledge, ss.35-51.

GÜLER, Şevki (1977). “Yönetimin Sosyolojik Anlamı ve Çağdaş Sanayide Görünümü”, *Yönetim Sosyolojisi: Yönetim Sosyolojisi Kolluk Uyumuna Sunulan Bildiriler Tartışmalar 14-15 Ekim 1976*, Yayına Hazırlayan: Ömer Bozkurt, Ankara: TODAİE Yayınları, ss.85-96.

GÜRDAL, Sahavet (1997). **Halkla İlişkiler ve Yerel Yönetimlerde Uygulamalar**, Simge Ofis Matbaacılık, İstanbul.

GÜREL, Celal (1971). **Teorik ve Pratik Reklamcılık**, Ankara.

GÜRÜZ, Demet (1993). **Halkla İlişkiler Teknikleri**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayın, İzmir.

HAKAN, A. (1996). **Halkla İlişkiler**, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.

HANDLY, Arthur (1967). “Kamu Hizmetlerinde Halkla İlişkiler”, **Halkla İlişkiler Birinci Semineri (5-13 Aralık 1966)**, Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları, ss.53.

HARRİS, Thomas L. (1998). Value - **Added Public Relations: The Secret Weapon of Integrated Marketing**, Chicago: Contemporary Publishing Group.

İNCEOĞLU, Metin (1985). **Güdüleme Yöntemleri**, A.Ü.B.Y.Y.O., Yayın, Ankara.

JEFKİNS, Frank, **Public Relations**, Fourth Edition, London, Pitman Publishing, 1992.

JEFKİNS, Frank; PAUL, Baines; EGAN, John,(2002). **Public Relations Contemporary Issues and Techniques**, Elsevier Butterworth Heineman.

KADIBEŞEGİL, Salim (2003). **Halkla İlişkilerde Temel İlkeler**, Tükel Mat. A.Ş., Yayınları, İzmir.

KADIBEŞEGİL, Salim (2008). **Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı**, İstanbul: MediaCat Kitapları.

KALENDER, Ahmet & FİDAN, Mehmet (2008). “Halkla İlişkiler, Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları”, İçinde; **Halkla İlişkiler**, Ed. A.Kalender & M. Fidan, Konya: Tablet Yayınları, 11-47.

KARATEPE, Selma (1995). “Türkiye’de Yönetim-Yurttaş İlişkisi ve Uygulamada Ortaya Çıkan Bazı Sorunlar”, **Kamu Yönetimi Disiplini Sempozyum Bildirileri (Birinci Cilt)**, Ankara: TODAİE Yayınları, ss.191-207.

KAZANCI, Osman (1967). “Araştırma ve Kanaat Yoklamaları”, *Halkla İlişkiler Birinci Semineri (5-13 Aralık 1966)*, Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları, ss.28-36.

KAZANCI, Metin (1973). “Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Anlayış ve Uygulaması”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.6, Sayı.3, ss.74-86.

KAZANCI, Metin (1976). “Türkiye’de Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamasına Genel Bir Bakış”, *Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri*, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, ss.31-41.

KAZANCI, Metin (1980). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

KAZANCI, Metin (1997) *Kamu ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler*, Turhan Kitabevi, Ankara.

KAZANCI, Metin (2000). “Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşım ve Uygulamalar”, *Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (3-5 Mayıs 2000)*, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, *Ankara: İletişim Dergisi* Yayınları, ss.1-8.

KAZANCI, Metin (2003). “Kırtasiyecilik ve Kamu Yönetimi”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.36, Sayı.2, ss.116.

KÜÇÜKKURT, Mehmet (1988). “Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri ve Değerlendirme”, *Halkla İlişkiler Sempozyumu-87*, Ankara: *Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu ve TODAİE Yayınları*, ss.155-171.

LATAİLLEDE, L. (1967). “Sağlık Faaliyetlerinde Halkla İlişkiler”, *Halkla İlişkiler Birinci Semineri (5-13 Aralık 1966)*, Ankara: *A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları*, ss.37-41.

LİU, B.F., J.S. Horsley (2007), “The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model Fort the Public Sector”, *Journal of Public Relations Research*, c. 19. S.4. ss.377-393.

LONG, Norton E. (2000). "Power and Administration", Public Administration: Concepts and Cases, Edt: Richard J. Stillman, Boston: *Houghton Mifflin Company*, ss.103-108.

MEB, *Milli Eğitim Bakanlığı Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri yayınları*, 342PR0017 Ankara, 2011

MEEK, Jack W. ve NEWELL, William H. (2005). **Complexity, Interdisciplinarity and for Integrating Communities**, Paq Fall 2005, ss.321-350.

MEMİŞ, Emin (2004). "Mevzuatımızda ve Uygulamada Kamu Hizmetlerine Girme/Çekilme Hakları, Arşiv Araştırması ve Güvenlik Soruşturması Analizleri", Kamu Personeli Sorunları İdare Hukuku Sempozyumu (Eskişehir 4-5 Nisan 2003), Eskişehir: *A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları*, ss.209-272.

METİN, Hatice; ALTUNOK, Mustafa (2002). Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (3) 2002/1: 79-99

MIHÇIOĞLU, Cemal (1976). "Kamusal İlişkiler Nedir?", Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri, *Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları*, ss.11-29.

MIHÇIOĞLU, Cemal (1982). "Yurttaşın Yönetimle İlgili Sorularının Yanıtlanması", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt. XXXVII, No.1-2, ss.93-113.

ODABAŞI, Yavuz; OYMAN Mine (2009). **Pazarlama İletişimi Yönetimi**, MediaCat Yayınları İstanbul.

OKAY, Aydemir; OKAY, Ayla (2002). **Halkla İlişkiler ve Medya**, MediaCat Kitapları İstanbul.

OKTAY, Mahmut (1996). **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları**. İstanbul: Der Yayınevi.

ÖNAL, Güngör (1997). **Halkla İlişkiler**, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

ÖNAL, Güngör (2000). **Halkla İlişkiler**, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

ÖZDEMİR, Biltekin(1997).“Kamu Personel Rejimi ve Son Yıllardaki Yozlaştırma”, *Yeni Türkiye Siyasette Yozlaşma Özel Sayısı I*, Yıl.3, Sayı.13, ss.456-463.

ÖZDÖNMEZ, Metin, AKESEN, Aytuğ ve EKİZOĞLU, Abdi (1999). **Halkla İlişkiler**, İstanbul: AB Ofset.

PAKSOY, Arzu (1999). **Türkiye’ deki Halkla İlişkiler Uygulamaları**, Rota Yayıncılık.

PELTEKOĞLU, Filiz Balta (2010,2012). **Halkla İlişkiler Nedir?**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

SABUNCUOĞLU, Zeyyat (2004). **Halkla ilişkiler**, Aktüel Yayıncılık, 2004

SAFFİR, Leonard ve TARRANT, John (1993). **Power Public Relations: How to Get PR to WorkforYou**, Chicago: Contemporary Publishing Company.

SARAN, Ulvi (2004). **Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma: Kalite Odaklı Bir Yaklaşım**, Ankara: Atlas Yayınları.

SEÇİM, Hikmet (1999). **Halkla İlişkiler**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yay., Eskişehir.

SEZER, Birkân Uysal (1995). “Halkla İlişkiler: Katılımdan Tanıtıma”, Kamu Yönetimi Disiplini Sempozyum Bildirileri (Birinci Cilt), Ankara: **TODAİE Yayınları**, ss.149-158.

SEZER, Özcan (2008). “Kamu Hizmetlerinde Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Türkiye’de Kamu Hizmeti Anlayışı Açısından Bir Değerlendirme”, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c.4. S.8. ss.147-171.

TAN, Turgut (1995). “İdarede Yeni Ussallık Arayışları ve Hukuk”, Kamu Yönetimi Disiplini Sempozyum Bildirileri (İkinci Cilt), Ankara: *TODAİE Yayınları*, ss.175-183.

TAŞKIN, Ercan; Semih, Sönmez (2005), “Kurumsal İmaj Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Bir Alan Araştırması”, *İktisat ve Girişicilik Üniversitesi Akademik Bakış Uluslar arası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, S.7 ss.1-27.

TENGİLİMOĞLU, Dilaver; Yüksel Öztürk (2008). **İşletmelerde Halkla İlişkiler**. 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınları.

TİKVEŞ, Özkan (2005). **Halkla İlişkiler&Reklâmcılık: Temel İlkeler – Uygulamadan örnekler**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

TOKGÖZ, Oya (1994). **Temel Gazetecilik**, İmge Yayınevi, Ankara.

TOPÇUOĞLU, Fulya; ÖZDEN, Mehtap (2006). **Diksiyon ve Konuşma Eğitimi**, Pegem Akademi, Ankara

TORTOP, Nuri (1986a). “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler”, Halkla İlişkiler: (Seçme Yazılar), Der: Fermani Maviş, Eskişehir: *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları*, ss.126-167.

TORTOP, Nuri (1986b). “Halkla İlişkiler ve Yönetim”, Halkla İlişkiler: (Seçme Yazılar), Der: Fermani Maviş, Eskişehir: *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları*, ss.185-193.

TORTOP, Nuri (1993). **Halkla İlişkiler**, Yargı Yayınları, Ankara.

TOSUN, Gülgün (1999). “Türk Kamu Bürokrasisi Bağlamında Devlet-Toplum İlişkisinin Sorun Boyutları: Toplam Kalite Yönetimi Kurgularının Önündeki Engeller”, Kamu Yönetiminde Kalite I. Ulusal Kongresi, Cilt.I, Ankara: *TODAİE Yayınları*, ss.87-96.

TUTUM, Cahit (1994). **Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma**, Ankara: Toplumsal, Ekonomik, Siyasal Araştırmalar Vakfı Yayınları.

ULUDAĞ, Ayhan, **Sağlık Hizmetlerinde Halkla İlişkiler**, Tablet Kitabevi, Konya, 2010

UYSAL, Birkân (1983). "Halkla İlişkiler: Bir Değerlendirme", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.16, Sayı.3, ss.23-31.

UYSAL, Birkan (1985). "Yönetmel Liderlik ve Halkla İlişkilere Etkisi", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 18, Sayı 1, s. 81-96; Nuri Tortop, a.g.e.,s. 120-126.

UYSAL, Birkan (1998). **Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler**, TODAİE, Yayın No: 287, Ankara.

ÜZÜN, Cengiz (2000). **Stratejik Yönetim ve Halkla İlişkiler**, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

VAROL, Muharrem (1988). "Siyasal Alanda Halkla İlişkiler", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara: *Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu ve TODAİE Yayınları*, ss.187-190

VURAL, Z. Beril Akıncı; BAT, Mikail (2010). ' Yeni Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya' *Journal of Yasar University* 20(5) 3348-3382

VURAL, Z. Beril Akıncı (2010). **Bilgi iletişim Teknolojileri ve yansımaları**, Nobel yayın dağıtım, Ankara.

YALÇINDAĞ, Selçuk (1974). **Yönetim - Halk ilişkileri**, Ankara: TODAİE Yayınları.

YALÇINDAĞ, Selçuk (1986). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt.19, Sayı.1, ss.131-156.

YALÇINDAĞ, Selçuk (1988). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara: *Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu ve TODAİE Yayınları*, ss.55-84.

WEBER, Jeffrey A. (2005). "Introduction to Chaos, Complexity, Uncertainty and Public Administration: A Symposium", *Paq Fall* 2005, ss.262-267.

WOOD, Emma (2006a). **Kurumsal İletişim**, Halkla İlişkilerin Elkitabı, Der: Alison Theaker, Çev: Murat Yaz, İstanbul: MediaCat Kitapları, ss.119-133.

www.bimer.gov.tr

www.mevzuat.gov.tr



T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ



Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Kenan ÇİFTÇİ			
Doğum Yeri:	Düzce			
Doğum Tarihi:	12.09.1965			
Medeni Durumu:	Evli			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Hacıkadırlar Köyü	İlkokul	Düzce	1977
Ortaöğretim	İmam Hatip Lisesi	Ortaokul	Düzce	1980
Lise	İmam Hatip Lisesi	Lise	Düzce	1984
Lisans	A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi	İktisat	Ankara	1988
Yüksek Lisans	S.Ü. İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler	Konya	2008
Becerileri:	Halkla İlişkiler, Yöneticilik, İletişim, Alt Yapı, Eğitim			
İlgi Alanları:	Spor, Gezi, Çiftçilik			
İş Deneyimi:	26 yıl vali ve kaymakamlık, Üniversitelerde hocalık, Farklı konularda konferanslar			
Aldığı Ödüller:	10'dan fazla takdir, 3 kez yılın idarecisi ödülü, onlarca teşekkür belgesi ve plaketi			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip ERDOĞAN, İçişleri Bakanlığı mensupları, Orhan ERDEM, Mustafa BALOĞLU, Prof. Dr. Veysel EROĞLU, Dumlupınar Üniversite Rektörü Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN, Selçuk Üniversite Rektörü Prof. Dr. Hakkı GÖKBEL, Ordu Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Tarık YARILGAÇ, Prof. Dr. Ahmet KALENDER, Prof. Dr. Abdullah KOÇAK.			
Tel:	05444528111			

E-Posta:	kenanciftci@gmail.com
Adres	Park iftlik toki konutları ck:1-33 Gayret mahallesi Yenimahalle / ANKARA Veya İçişleri Bakanlığı / ANKARA