



T.C.  
MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

**YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER VE  
ANTAKYA BELEDİYESİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Süreyya SÖKMEN**

**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Muharrem GÜNEŞ**

**Hatay-2015**







**T.C.  
MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI**

**YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER VE  
ANTAKYA BELEDİYESİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Süreyya SÖKMEN**

**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Muharrem GÜNEŞ**

**Hatay-2015**

## ONAY

**SÜREYYA SÖKMEN** tarafından hazırlanan “**YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER VE ANTAKYA BELEDİYESİ ÖRNEĞİ**” adlı bu çalışma jüri tarafından lisansüstü öğretim yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile **KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALINDA YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

10/ 07 /2015

Jüri Üyeleri	İmza
Prof. Dr. Muharrem GÜNEŞ (Tez Danışmanı - Başkan)	
Yrd. Doç. Dr. Şenol ADIGÜZEL (Üye)	
Yrd. Doç. Dr. Sonyel OFLAZOĞLU (Üye)	

**Süreyya Sökmen** tarafından hazırlanan “**Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler ve Antakya Belediyesi Örneği**” adlı tez çalışmasının yukarıda imzaları bulunana jüri üyelerince kabul edildiğini onaylarım.

Enstitü Müdürü

## ÖNSÖZ

Belediyeler kendine ait kısmi bütçesi, yerel halk tarafından göreve getirilen meclisi ve başkanı ile halka en çok hesap verme sorumluluğu olan en önemli yerel yönetim birimidir. Kentsel sorunlarda en çok ihtiyaç duyulan ve uygulamada kendisine geniş bir yer edinen belediye artık birçok ülkede kurumsal bir yapı kazanmıştır. Bu yaygın kuruluşa halka hizmet götürmede kolaylık sağlamak için önem verilmekte ve belediyenin yönetsel yapısının varlığını sürdürmede gerekli bir unsur olan yerel halkın desteği ve onayı aranmaktadır. Altyapı, ulaşım, imar, konut, sağlık, çevre düzenlemesi ve temizliği, bayındırlık ve iskan-yerleştirme gibi birçok alanda etkin olan belediyenin, rutin ve bürokratik yapıdan çok halkla iç içe geçmiş hizmetleri yürütmesi halkla ilişkileri daha önemli kılmıştır. Sonuçta yönetsel kararlar alınmadan önce, karar aşamasında ve kararların uygulanmasında halkın istek ve görüşlerini almak için gerekli nitelikte halkla ilişkiler birimi oluşturmak kamu yönetiminin nihai görevidir. Bu nedenle yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği üzerine bir çalışma sunulmaktadır.

Uzun sürece dayanan bu tez çalışmasına katkıda bulunanlara teşekkür etmek isterim. Tez önerisinin yazılmasından Enstitüye teslim edilmesine kadar geçen sürecin her aşamasında beni sabırlı bir şekilde yönlendiren tez danışmanım Prof. Dr. Muharrem Güneş'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Yine yüksek lisans derslerimde bana yardımcı olan hocalarım Prof. Dr. Yakup Bulut, Doç. Dr. Veysel Eren, Yrd. Doç. Dr. Şenol Adıgüzel, Doç. Dr. Murat Tek ve Doç. Dr. Nizam Önen'e çok teşekkür ederim. Annem Gülseren Sökmen'e çok şey borçluyum.

Bu çalışmayı, rahmetli babam İsmail Sökmen'e ithaf ediyorum.

Süreyya Sökmen

Hatay, 2015

## YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER VE ANTAKYA BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Süreyya SÖKMEN

Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2015

Danışman: Prof. Dr. Muharrem GÜNEŞ

### ÖZET

Demokratik yapının bir gereği olarak halkın desteğini sağlamayı amaçlayan yerel yönetimler, halkla ilişkiler faaliyetlerine önem vermelidir. Özellikle belediyeler halka ulaşmak için halkla ilişkiler birimi kurmak zorundadır. Çünkü belediyeler halk ile yönetim arasındaki ilişkilerin en yoğun yaşandığı yerdir. Bilgilendirme, dilek ve şikayetlerin yönetime ulaştırılması, halka belediye ve faaliyetlerin tanıtımı, halkla işbirliği vb. olgular halkla ilişkiler çabasının içerisinde yer alır.

Bu çalışma Türkiye’de ve dünyada kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkilerin önemi ve tarihsel gelişimine değinmiştir. Ayrıca kamu kuruluşlarında ve yerel yönetimlerde halkla ilişkiler alanındaki sorunlara ve çözüm önerilerine yer verilmiştir. Günümüzde yerelleşme politikasının da ön plana çıkması ile birlikte kamu hizmeti sunumunda belediyenin önemi artmıştır.

Antakya Belediyesi halkla ilişkiler birimiyle görüşmeler ve yerel halka yapılan anket çalışması, belediyelerde halkla ilişkileri değerlendirmeye yöneliktir. Halkın belediyeden beklentileri ve belediyenin halkla ilişkiler faaliyetlerine bakış açısı tezin araştırma kapsamında yer almaktadır. Genel olarak Antakya Belediyesinin halkla ilişkileri istenilen düzeyde tutmadığı ve diğer kamu kuruluşları gibi halktan üstün bir imaj oluşturduğu söylenebilir. Diğer yandan kentin görünürdeki yüzü değişirken altyapı sorunları devam etmektedir. Kentlinin kişisel görüşlerinden çok siyasilerin istedikleri yönde belediye faaliyetlerinin yürütüldüğünü belirtmek gerekir. Ayrıca belediyenin halkla ilişkiler birimine ait görüşmelerde uzman bir kadronun bulunmadığı görülmektedir. Birime ait bilinirliğin oldukça düşük olması bu sonuca ulaştırmıştır.

### ANAHTAR KELİMELER

Halkla İlişkiler, Yerel Yönetimler, Antakya Belediyesi, Görünürlük.



**PUBLIC RELATIONS IN LOCAL ADMINISTRATION AND CASE OF THE  
ANTAKYA MUNICIPALITY**

**Master's Thesis, Süreyya SÖKMEN**

**Public Administration Department, 2015**

**Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Muharrem GÜNEŞ**

**ABSTRACT**

As a requirement of the democratic structure of local governments aiming to ensure the support of the people should pay attention to public relations activities. Especially municipalities to reach the public are difficult to establish public relations department. Because municipalities where there is the most intense of the relationship between government officials and the public. Information, requests and complaints to be delivered to management, the promotion of public and municipal activities, community cooperation takes place in the cases of so public relations efforts.

In this study, the importance of public relations in public institutions in the world and Turkey, and refers to the historical development. Also included in public institutions and local governments in the problems and solutions in the field of public relations. Today, the public service provision with the prominence of the decentralization policy has increased the importance of the municipality.

Antioch City public relations and local public survey conducted interviews with the unit is intended for public relations evaluation in municipalities. People's expectations from municipality to municipality and public relations point of view of the thesis research activities are covered. Overall public relations that hold the desired level of Antakya Municipality and other public institutions such as the people said to constitute a superior image. On the other hand continues to infrastructure problems when changing face of the city's apparent. In the direction they want too political to the personal views of the citizens should be noted that the conduct of municipal activities. In addition, the municipality's public relations is seen that there is a team of specialists in the negotiations of the unit. The recognition of the unit is quite low and reached this conclusion.

**KEY WORDS**

Public Relations, Local Administration, Antioch Municipalite, Image.

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ	I
ÖZET VE ANAHTAR KELİMELER	II
ABSTRACT AND KEYWORDS	III
İÇİNDEKİLER	IV
GRAFİKLER LİSTESİ	XII
TABLolar LİSTESİ	XVII
KISALTMALAR	XVIII

## GİRİŞ

1

## BİRİNCİ BÖLÜM

## HALKLA İLİŞKİLER VE YEREL YÖNETİMLER

6

## 1. HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI, HALKLA İLİŞKİLERİN İÇERİĞİ VE GENEL AMAÇLARI

6

## 1. 1. Halkla İlişkileri Tanımlama Sorunu

7

## 1. 2. Halkla İlişkilerin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi Hakkındaki Genel

## Yaklaşımlar ve Tarihsel Örnekler

14

## 1. 2. 1. Eski Çağlarda Halkla İlişkiler

14

## 1. 2. 2. Gelişmekte Olan Halkla İlişkiler

21

## 1. 2. 3. Gelişmiş Halkla İlişkiler

22

## 1. 3. Halkla İlişkilerin Önemi ve Gerekliliği

32

## 1. 4. Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar

39

1. 5. Halkla İlişkiler Görevlisi ve Örgütsel Yapısı	49
<b>2. YEREL YÖNETİMLER VE YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ</b>	<b>56</b>
2. 1. Yerel Yönetimler	58
2. 2. Türkiye’de Yerel Yönetimler	65
2. 2. 1. Belediye	65
2. 2. 2. İl Özel İdaresi	67
2. 2. 3. Köy	68
2. 3. Yerel Yönetimler ve Halkla İlişkiler Arasındaki Bütünlük	68
2. 3. 1. Yerel Siyasetçinin İmajına Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü	69
2. 3. 2. Yerel Katılıma Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü	71
2. 3. 3. Yerel Hizmete Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü	78
2. 3. 4. Kurumsal Sorumluluğa Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü	81

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRK KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERE DAİR

#### GENEL YAKLAŞIMLAR VE YAPILAN

#### ELEŞTİRİLER 83

<b>1. İLK TÜRK DEVLETLERİNDEN TÜRKİYE CUMHURİYETİ’NE KADAR HALKLA İLİŞKİLER HAKKINDA YAPILAN YENİDEN DÜZENLEME ÇALIŞMALARINA GENEL BİR BAKIŞ</b>	<b>83</b>
1. 1. İlk Türk Devletlerinde Halkla İlişkiler	84
1. 2. Osmanlı Döneminde Halkla İlişkiler	86

1. 3. Türkiye Cumhuriyetinde Halkla İlişkiler	90
<b>2. HALKLA İLİŞKİLERİN YENİ BİR UYGULAMA ALANI OLARAK BELEDİYELER</b>	<b>106</b>
2.1. Belediyelerde Halkla İlişkiler Araçları ve Amaçları	107
2.2. Belediyelerde Halkla İlişkiler Örgütlenmesi	116
2.2.1. Belediyelerde Halkla İlişkiler Biriminin Görev ve Sorumlulukları	120
2. 3. Belediye Başkanının Halkla İlişkilerdeki Rolü ve Önemi	122
2. 4. Belediyelerde Halkla İlişkiler Sistemi	123
2. 4. 1. Halkla İlişkiler Araştırması	124
2. 4. 2. Halkla İlişkiler Planının Hazırlanması	124
2. 4. 3. Halkla İlişkiler Uygulaması	125
2. 4. 4. Halkla İlişkiler Etkinliğini Değerlendirme	126
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b>	
<b>ANTAKYA BELEDİYESİNDE HALKLA İLİŞKİLER ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI</b>	
	<b>128</b>
<b>1. ANTAKYA VE ANTAKYA BELEDİYESİ</b>	<b>128</b>
1. 1. Antakya Kentinin Kısa Tarihçesi	128
1. 2. Antakya Belediyesinin Bugünü	130
1. 3. Antakya Belediyesinin Vizyon ve Misyonu	131
<b>2. ANTAKYA BELEDİYESİNİN HALKLA İLİŞKİLER ALTYAPISI</b>	<b>131</b>



2. 1. Antakya Belediyesinde Halkla İlişkiler Birimi	131
2. 2. Belediyede ve Halkla İlişkiler Biriminde Yapılan Halkla İlişkiler Faaliyetleri	136
2. 3. Halkla İlişkiler Biriminin Araştırma Yapma Durumu	141
2. 4. Halkla İlişkilere Dair İnternet Kullanımı	141
3. YEREL HALKIN ANTAKYA BELEDİYESİNİN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ HAKKINDAKİ ALGI DÜZEYLERİ	144
3. 1. Araştırmanın Amacı	144
3. 2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem Büyüklüğü	145
3. 3. Araştırma Yöntemi (Metot ve Teknik)	146
3. 4. Araştırma Analizi (Çözümleme)	147
3. 5. Bulgular	147
3. 5. 1. Demografik Sorulara İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri	148
3. 5. 1. 1. Katılımcıların İkamet Durumu	148
3. 5. 1. 2. Katılımcıların Yaş Durumu	148
3. 5. 1. 3. Katılımcıların İkamet Süresine İlişkin Durumu	149
3. 5. 1. 4. Katılımcıların Cinsiyet Durumu	150
3. 5. 1. 5. Katılımcıların Eğitim Durumu	150
3. 5. 1. 6. Katılımcıların Gelir Durumu	151
3. 5. 1. 7. Katılımcıların Mesleki Durumu	152
3. 5. 2. Likert Ölçekle Ölçülmüş Olgusal İfadelere İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri	152
3. 5. 2. 1. “Antakya Belediyesi Yeniliklere Açık, Sürekli Kendini	

Yenileyen Bir Kurum”	152
3. 5. 2. 2. “Belediye Başkanı Vatandaşın Sorunlarıyla Yakından İlgilenmektedir”	153
3. 5. 2. 3. “Belediye Başkanı Vatandaşı Dinleyen Anlayışlı Bir Yöneticidir”	154
3. 5. 2. 4. “Antakya Belediyesi Vatandaşa Vaat Ettiklerini Yerine Getiren Bir Kurumdur”	155
3. 5. 2. 5. “Antakya Belediyesi Spor Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur”	156
3. 5. 2. 6. “Antakya Belediyesi Halkın Eğitimine Katkı Sağlayan Projeler Üretmektedir”	156
3. 5. 2. 7. “Antakya Belediyesi Sanat-Kültür Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur”	157
3. 5. 2. 8. “Antakya Belediyesi Genel Olarak Başarılı Bir Kurumdur”	158
3. 5. 2. 9. “Antakya Belediyesinin Kolay Ulaşılabilir Bir Binası Vardır”	159
3. 5. 2. 10. “Antakya Belediyesinin Sunmuş Olduğu Hizmetler Kalitelidir”	160
3. 5. 2. 11. “Belediye Binası İçinde Aradığım Bir Birime Kolayca Ulaşmaktayım”	161
3. 5. 2. 12. “Antakya Belediyesi Amblemini Rahatlıkla Tanıyabilirim”	161
3. 5. 2. 13. “Antakya Belediyesi Çevreye Karşı Duyarlı Bir Kurumdur”	162
3. 5. 2. 14. “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimler ile Etkili İletişim Kurmaktadır”	163
3. 5. 2. 15. “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimlerin Yönetime Katılmasına Teşvik Edici	

Rol Oynamaktadır”	164
3. 5. 2. 16. “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarından Haberdarım”	165
3. 5. 2. 17. “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarının İse Yararlı Sonuçlar Verdiğini Düşünmekteyim”	166
3. 5. 2. 18. “Belediye, Hizmet ve Faaliyetlerden Vatandaşın Etkin Şekilde Haberdar Olmasını Sağlamaktadır”	167
3. 5. 2. 19. “Belediye, Karar Alma Süreçlerine (Planlar ve Bütçe) Vatandaşın Katılımına Önem Vermektedir”	168
3. 5. 2. 20. “Belediye, Kent Halkının İhtiyaçlarını ve Taleplerini Yerinde ya da Kurumda Tespit Ederek, Çözümünde Rol Oynamaktadır”	169
3. 5. 2. 21. “Belediye Hizmetlerinden Faydalanan Vatandaşların İşlerini Kolaylaştırmaktadır”	170
3. 5. 2. 22. “Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İşbirliği İçerisinde Projeler Geliştirmektedir”	171
3. 5. 2. 23. “Antakya Belediyenin Temiz ve Düzenli Bir Binası Vardır”	172
3. 5. 2. 24. “Belediye, Kent Kararlarına Vatandaşın Katılımını Sağlamak İçin Çalışmalarda Bulunmaktadır”	173
3. 5. 2. 25. “Belediye, Kent Sakinlerinin İhtiyaçlarına ve Hizmet Taleplerine Dönük Görüşlerini Tespit Etmek ve İlgili Birimlere İletme Konusunda Etkin Çalışmalar Yürütmektedir”	174
3. 5. 2. 26. “Belediye, Hizmet Konusunda Halkın Şikayet ve Önerilerini Dikkate Alan Bir Mekanizmaya Sahiptir”	175
3. 5. 2. 27. “Belediye, Tüm Yönetim Faaliyetlerini En Açık Şekilde Gerçekleştirmektedir”	176
3. 5. 2. 28. “Belediyenin Sorun ve Şikayetlere Yönelik Etkin Bir Cevap	

Sistemi Vardır”	177
3. 5. 2. 29. “Yapılan Hizmetlerin Yeterli Sayıda Görevli ve Kaliteli Bulunduğunu Düşünüyorum”	178
3. 5. 2. 30. “İşlemler Konusunda Belge, İzin, Onay vb. Durumların Bize Güçlük Çıkartacak Derecede Olmadığını Düşünüyorum”	179
3. 5. 3. Antakya Belediyesinde Genel Halkla İlişkiler Sürecinin İşleyişi	180
3. 5. 3. 1. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılan Araçlar	180
3. 5. 3. 1. 1. Web Kullanma Durumu	180
3. 5. 3. 1. 2. Radyo Kullanma Durumu	181
3. 5. 3. 1. 3. Televizyon Kullanma Durumu	181
3. 5. 3. 1. 4. Belediye Yayınlarını Kullanma Durumu	182
3. 5. 3. 1. 5. Yerel Gazeteleri Kullanma Durumu	183
3. 5. 3. 1. 6. Muhtarlarla Toplantıları Kullanma Durumu	183
3. 5. 3. 1. 7. SMS Hattı Kullanma Durumu	184
3. 5. 3. 1. 8. Anons Kullanma Durumu	185
3. 5. 3. 1. 9. Billboard Kullanma Durumu	185
3. 5. 3. 1. 10. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılan Araçların Genel Durumu	186
3. 5. 3. 2. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılmak İstenilen Araçlar	187
3. 5. 3. 2. 1. Web Kullanma Talebi	187
3. 5. 3. 2. 2. Radyo Kullanma Talebi	187
3. 5. 3. 2. 3. Televizyon Kullanma Talebi	188
3. 5. 3. 2. 4. Belediye Yayınları Kullanma Talebi	189



3. 5. 3. 2. 5. Yerel Gazeteleri Kullanma Talebi	189
3. 5. 3. 2. 6. Muhtarlarla Toplantıyı Kullanma Talebi	190
3. 5. 3. 2. 7. SMS Hattı Kullanma Talebi	190
3. 5. 3. 2. 8. Anons Kullanma Talebi	191
3. 5. 3. 2. 9. Billboard Kullanma Talebi	191
3. 5. 3. 2. 10. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılmak İstenilen Araçların Genel Durumu	192
3. 5. 3. 3. Antakya Belediyesine İlişkin Şikayetlerin Durumu	192
3. 5. 3. 4. Antakya Belediyesine Yapılan Şikayetleri İletme Yolları	193
3. 5. 3. 5. Antakya Belediyesine Yapılan Şikayetlerin Ele Alınma Yöntemleri ile İlgili Memnuniyet Durumu	194
3. 5. 3. 6. Yapılan Şikayetler Sonrasında Antakya Belediyesinin Geribildirim Durumu	194
3. 5. 3. 7. Katılımcıların Antakya Belediyesine Yaptığı Başvurulara Dair Konu veya Sorunlar ve Başvuru Süreleri	195
3. 5. 3. 8. Son 5 Yıldaki Antakya Belediyesine Yapılan Başvuruların Sıklık Durumu	198
<b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRME</b>	<b>200</b>
<b>KAYNAKÇA</b>	<b>213</b>
<b>EK: Antakya Belediyesi Halkla İlişkiler Algısı (Yerel Halka Yönelik Anket Formu)</b>	<b>221</b>

## GRAFİKLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Grafik 1: Araştırmaya Katılanların İkamet Ettiği İlçe.....	148
Grafik 2: Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımı.....	149
Grafik 3: Araştırmaya Katılanların İkamet Süresi Dağılımı.....	149
Grafik 4: Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı.....	150
Grafik 5: Araştırmaya Katılanların Eğitim Dağılımı.....	151
Grafik 6: Araştırmaya Katılanların Gelir Dağılımı.....	151
Grafik 7: Araştırmaya Katılanların Mesleki Dağılımı.....	152
Grafik 8: “Antakya Belediyesi Yeniliklere Açık, Sürekli Kendini Yenileyen Bir Kurumdur” Yargısına Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	153
Grafik 9: “Belediye Başkanı Vatandaşın Sorunlarıyla Yakından İlgilenmektedir” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	154
Grafik 10: “Belediye Başkanı Vatandaş Dinleyen Anlayışlı Bir Yöneticidir” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	155
Grafik 11: “Antakya Belediyesi Vatandaşa Vaat Ettiklerini Yerine Getiren Bir Kurumdur” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	155
Grafik 12: “Antakya Belediyesi Spor Faaliyetlerin Destekleyen Bir Kurumdur” İfadesine Yerel Halkın Katılım Derecesi.....	156
Grafik 13: “Antakya Belediyesi Halkın Eğitimine Katkı Sağlayan Projeler Üretmektedir” İfadesine Halkın Katılım Dereceleri.....	157
Grafik 14: “Antakya Belediyesi Sanat-Kültür Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	158
Grafik 15: “Antakya Belediyesi Genel Olarak Başarılı Bir Kurumdur” İfadedeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	159
Grafik 16: “Antakya Belediyesinin Kolay Ulaşılabilir Bir Binası Vardır” İfadedeki	

Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	160
Grafik 17: “Antakya Belediyesinin Sunmuş Olduğu Hizmetler Kalitelidir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	160
Grafik 18: “Belediye Binası İçinde Aradığım Bir Birime Kolayca Ulaşmaktayım” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	161
Grafik 19: “Antakya Belediyesi Amblemini Rahatlıkla Tanıyabilir” İfadesindeki Yargıya Katılım Dereceleri.....	162
Grafik 20: “Antakya Belediyesi Çevreye Karşı Duyarlı Bir Kurumdur” İfadesindeki Yargıya Halkın Katılım Dereceleri.....	163
Grafik 21: “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimler ile Etkili İletişim Kurmaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	164
Grafik 22: “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimlerin Yönetime Katılmasına Teşvik Edici Rol Oynamaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	165
Grafik 23: “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarından Haberdarım” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	166
Grafik 24: “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarının İse Yararlı Sonuçlar Verdiğini Düşünmekteyim” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	167
Grafik 25: “Belediye, Hizmet ve Faaliyetlerden Vatandaşın Etkin Şekilde Haberdar Olmasını Sağlamaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	168
Grafik 26: “Belediye, Karar Alma Süreçlerine (Planlar ve Bütçe) Vatandaşın Katılımına Önem Vermektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	169
Grafik 27: “Belediye, Kent Halkının İhtiyaçlarını ve Taleplerini Yerinde ya da Kurumda Tespit Ederek, Çözümünde Rol Oynamaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	170



Grafik 28: “Belediye Hizmetlerinden Faydalanan Vatandaşların İşlerini Kolaylaştırmaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	171
Grafik 29: “Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İşbirliği İçerisinde Projeler Geliştirmektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	172
Grafik 30: “Antakya Belediyenin Temiz ve Düzenli Bir Binası Vardır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	173
Grafik 31: “Belediye, Kent Kararlarına Vatandaşın Katılımını Sağlamak İçin Çalışmalarda Bulunmaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	174
Grafik 32: “Belediye, Kent Sakinlerinin İhtiyaçlarına ve Hizmet Taleplerine Dönük Görüşlerini Tespit Etmek ve İlgili Birimlere İletme Konusunda Etkin Çalışmalar Yürütmektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	175
Grafik 33: “Belediye, Hizmet Konusunda Halkın Şikayet ve Önerilerini Dikkate Alan Bir Mekanizmaya Sahiptir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	176
Grafik 34: “Belediye, Tüm Yönetim Faaliyetlerini En Açık Şekilde Gerçekleşmektedir” İfadedeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	177
Grafik 35: “Belediyenin Sorun ve Şikayetlere Yönelik Etkin Bir Cevap Sistemi Vardır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Derecesi.....	178
Grafik 36: “Yapılan Hizmetlerin Yeterli Sayıda Görevli ve Kaliteli Bulduğunu Düşünüyorum” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	179
Grafik 37: “İşlemler Konusunda Belge, İzin, Onay vb. Durumların Bize Güçlük Çıkartacak Derecede Olmadığını Düşünüyorum” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri.....	180
Grafik 38: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Web Kullanma Dağılımı.....	180



Grafik 39: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Radyo Kullanma Dağılımı.....	181
Grafik 40: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Televizyon Kullanma Dağılımı.....	182
Grafik 41: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Belediye Yayınları Kullanma Dağılımı.....	182
Grafik 42: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Yerel Gazeteleri Kullanma Dağılımı.....	183
Grafik 43: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Muhtarlarla Toplantıları Kullanma Dağılımı.....	184
Grafik 44: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada SMS Hattı Kullanma Dağılımı.....	184
Grafik 45: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Anons Kullanma Dağılımı.....	185
Grafik 46: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Billboard Kullanma Dağılımı.....	186
Grafik 47: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılan Araçların Dağılımı.....	186
Grafik 48: Belediye ile İlgili Bilgilere Web Aracılığıyla Ulaşmak İsteddiğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	187
Grafik 49: Belediye ile İlgili Bilgilere Radyo Aracılığıyla Ulaşmak İsteddiğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	188
Grafik 50: Belediye ile İlgili Bilgilere Televizyon Aracılığıyla Ulaşmak İsteddiğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	188
Grafik 51: Belediye ile İlgili Bilgilere Belediye Yayınları Aracılığıyla Ulaşmak İsteddiğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	189
Grafik 52: Belediye ile İlgili Bilgilere Yerel Gazeteler Aracılığıyla Ulaşmak İsteddiğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	189
Grafik 53: Belediye ile İlgili Bilgilere Muhtarlarla Toplantı Aracılığıyla Ulaşmak	

İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı .....	190
Grafik 54: Belediye ile İlgili Bilgilere SMS Hattı Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	190
Grafik 55: Belediye ile İlgili Bilgilere Anons Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	191
Grafik 56: Belediye ile İlgili Bilgilere Billboard Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı.....	191
Grafik 57: Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Katılımcıların Kullanmak İstedikleri Araçların Dağılımı.....	192
Grafik 58: Katılımcıların Belediyeye Son 12 Ay İçinde Yaptıkları Şikayet Dağılımı.....	193
Grafik 59: Katılımcıların Belediyeye Şikayetlerini İletme Yollarının Dağılımı.....	193
Grafik 60: Katılımcıların Şikayetlerin Belediye Tarafından Ele Alınış Konusundaki Memnuniyet Dağılımı.....	194
Grafik 61: Şikayetler Sonrasında Belediyenin Geribildirim Dağılımı.....	195
Grafik 62: Son 5 Yılda Belediyeye Yapılan Başvuruların Sıklık Dağılımı.....	199

**TABLolar LİSTESİ**

	<b><u>Sayfa</u></b>
Tablo 1: Belli Anaküteller için Kabul Edilebilir Örnek Büyüklükleri	145
Tablo 2: Belediyeye Herhangi Bir Birime Belli Bir Sorunu İletmeyenler	195
Tablo 3: Trafik ve Yol ile İlgili Başvurulan Konu veya Sorunlar	196
Tablo 4: Çevre ile İlgili Başvurulan Konu veya Sorunlar	196
Tablo 5: Altyapı ile İlgili Başvurulan Konu veya Sorunlar	197
Tablo 6: Kişisel Konu veya Sorunlar	197

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>7/24</b>	7 gün 24 saat
<b>AA</b>	Anadolu Ajansı
<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>APRA</b>	Amerikan Halkla İlişkiler Derneği
<b>BİMER</b>	Başbakanlık İletişim Merkezi
<b>BRT</b>	Belediye Radyo ve Televizyon
<b>CBS</b>	Coğrafi Bilgi Sitemi
<b>CERP</b>	Halkla İlişkiler Avrupa Konfederasyonu
<b>Doç.</b>	Doçent
<b>DPT</b>	Devlet Planlama Teşkilatı
<b>Dr.</b>	Doktor
<b>HRT</b>	Hatay Radyo ve Televizyon
<b>ICCO</b>	Uluslararası Halkla İlişkiler Danışmanlık Şirketler Birliği
<b>IPRA</b>	Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği
<b>IQPR</b>	Uluslararası Halkla İlişkiler Kalite Enstitüsü
<b>KAYA</b>	Kamu Yönetimi Araştırma Raporu
<b>M. Ö.</b>	Milattan Önce
<b>MEHTAP</b>	Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi
<b>OECD</b>	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
<b>PR</b>	Halkla İlişkiler
<b>Prof.</b>	Profesör
<b>PRSA</b>	Amerikan Halkla İlişkiler Topluluğu
<b>RTÜK</b>	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

<b>SEDAM</b>	Semt Danışma Merkezi
<b>SMS</b>	Kısa Mesaj Servisi
<b>TEDAŞ</b>	Toroslar Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi
<b>THİD</b>	Türkiye Halkla İlişkiler Derneği
<b>TKY</b>	Toplam Kalite Yönetimi
<b>TL</b>	Türk Lirası
<b>TODAI</b>	Türkiye Ortadoğu Amme İdaresi
<b>TOKİ</b>	Başbakanlık Toplu Konut İdaresi
<b>vb.</b>	ve benzeri



## GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle gelişen kavramlardan biri de halkla ilişkilerdir. Halk ile yönetim arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması ve demokrasinin imkan sağladığı bilgi edinme ve katılım olgusu, oldukça eski bir kavram olan halkla ilişkileri günümüzün mesleği haline getirmiştir. Amacına bakılmaksızın bir kurum için en önemli konulardan biri olan hedef kitlenin kendisini nasıl gördüğü ve algıladığını bilme ihtiyacı halkla ilişkileri bir birim ve örgütün parçası yapmıştır. Ekonomik, siyasi ve sosyal alanda hızlı gelişmelerin yaşanmasıyla beraber hedef kitlenin düşünce, tavır ve davranış değişikliklerini anlama ve hedef kitleler tarafından olumlu görüntü/imaaj oluşturma ihtiyacı ortaya çıktı. Diğer yandan yönetimin hizmet sunumu nedeniyle ilişkide bulunduğu bireylerin düşünce, beklenti ve isteklerini bilmek, yönetsel politikaları bu bilgiler ışığında düzenlemek ve uygulamak, başarıyı arttıran pratikler içerisinde en önemli faktörlerden biridir.

Yönetimin halkın güven ve desteğini almak için imaj oluşturma yönünde bir arayışa kaynaklık eden halkla ilişkiler anlayışı sürekli olarak yanlış algılanmış, gerçek-dışı görüntülere maruz kalmış ve halkla ilişkilerde kuramlaşma sorununu ortaya çıkarmıştır. Çeşitli yöntemlerle tüm gerçeğin bir kısmı yansıtılarak ürün veya hizmetin tercih edilmesi sağlanabilir. Herhangi bir yanılısamanın nedeni yeterli veri olmamasından kaynaklanır ve sonuç olarak gerçeklere dair farklı anlamlar ve yorumlamalar ortaya çıkar. Bir bakıma halkla ilişkiler kurularak geniş halk kitlelerini yönetebilme durumu oldukça kolaylaşır ve kalıplaştırılan bilgiler uzun süre yönetime bir sorun çıkarmaz.

Halkla ilişkiler teorisine dair birçok tartışmanın temelinde bulunan yönetsel amaçları gerçekleştirmede karşılaşılan güçlüklerden biri bu amaçların halka benimsetilmesi olarak gösterilebilir. Halkın ihtiyaçları doğrultusunda meydana gelen birtakım sorunların giderilmesi için getirilen çözüm önerilerinin uygulanmasında halkın desteği ve yardımı olmaksızın bu önerilerin hayata geçirilmesinin mümkün olmadığı fark edilecektir. Özellikle halkın olumlu tepkisine en çok gereksinim duyan yerel hizmetlerin halkın istekleri doğrultusunda yerine getiren ve yerel halk tarafından seçilen yerel yönetimler

için halkla ilişkiler ihtiyat değil bir zorunluluktur. Yerel yönetimlerin halk içerisinde sorumlu ve saygın bir yapıya kavuşması, halkın güven ve desteğini sağlayan beklentilere ve isteklere cevap verme durumunda şekillenmektedir. Halkla uyumlu ilişkiler gerçekleştirmek verimli, etkin ve yerinde hizmet sunumu sağlamanın yanında hizmetlerden elde edilen olumlu algılar sayesinde halkın yerel yönetime güveni ve desteği artacaktır. Bundan dolayı yerel yönetimlerin akılda kalıcı, saygın bir imaj oluşturması ve devamlılığını sağlaması halkla ilişkiler çalışmalarına verilen önemle belirlenir.

Türkiye'nin yönetsel sisteminde uygulama olarak kendisine en çok başvurulmuş belediyelerin hedef kitleleriyle yaşadığı yoğun etkileşim halkın doğrudan eleştiri yapmasını kolaylaştıran bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Bundan dolayı belediyeler saydamlık veya şeffaflık ilkesini içeren halkla ilişkiler etkinliklerini kendi bünyesinde arttırmak durumundadır. Halkla ilişkiler araçları her türlü eylem ve işlemin halkın bilgisine sunulmasını sağlarken halktan gelen uyum ve anlayış yönetsel fonksiyonların yerine getirilmesini büyük ölçüde kolaylaştırır. Ancak belediyeler dahil hiçbir kurum tarafından yeterince ciddiye alınmayan halkla ilişkiler konusu ve alanına önem verilmemesi, kurumsal iletişim kanallarının gelişmesine engel teşkil etmekte ve yönetim hakkında olumsuz düşünce ve tutumların oluşmasına zemin hazırlayarak kamuoyunda hoşnutsuzluğa neden olmaktadır. Bu durum her türlü yönetsel faaliyetin başarısız olmasına ortam hazırlamıştır. Nihayetinde örgütün muhatabının insan olması halkla ilişkileri en önemli yönetsel anlayış haline getirecektir.

Yerel halkın belediyeyi benimsemesinde ve kentin yönetiminde bütünlük ve birliktelik sağlayacağı düşüncesine ek olarak günlük aktiviteleri de kapsamı halkla ilişkilerin her aktivitede farklı tanım ve işlevler kazanmasına yol açmıştır. Ayrıca her örgütsel yapı belli bir ilişki çerçevesinde kurulur ve sürekliliğini sağlar. Bu nedenle belediye yönetiminin, sunduğu hizmetler dahilinde yerel halk ile ilişkiler kurması gerekir. Belediye örgütü ile çevresi arasında uyum ve denge sağlayan halkla ilişkiler etkinlikleri aktif bir iletişim atmosferi oluşturur. Bu atmosfer kurumun yararına bir katkı sağlayacaktır.

Halkın ilgisi ve desteği olmadan yani halka benimsetilmeyen örgütsel amaçların hayata geçirilmesi sonucu birçok güçlük ortaya çıkmıştır. Bu durumda mali, idari, siyasi sorunların oluştuğu gözlemlenir. Yerel yönetimlerde halkla iletişim sağlamaya yönelik amacın gerçekleşmesiyle halktan kopuk ve uzak



yönetim anlayışı ortadan kalkabilir. Ayrıca insan haklarının gelişmesi ve demokrasi anlayışıyla halkla ilişkilerin faaliyet alanı gittikçe genişlemektedir. Bu çalışma ile halkla ilişkiler hakkında dünyadaki ve Türkiye'deki bakış açıların genel izlenimi ortaya çıkarılmıştır. Bir yandan halkla ilişkilerin yerel yönetimlerdeki boyutu ve uygulamadaki güçlüklerden söz edilirken diğer yandan belediyeler yönü incelenerek halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği konusuna değinilmiştir. Halkla ilişkiler kurularak halkın yardımı ve desteğiyle varolan kentsel sorunlara zamanında ve yerinde çözümler üretilebilir.

Halkla ilişkileri anlamamanın yolu halkla ilişkiler alanındaki değişimleri incelemekten geçer. Nitel çözümlemenin ağır bastığı bu tezde halkla ilişkiler özellikleri belirlenmekte ve bir bütün şeklinde sunulmaktadır. Bu yöntem, kavramı anlamaya yardım ettiği gibi kurgulama yoluyla davranış hallerini de açıklar. Bu yöntem ve teknik anlayışının temelinde pozitivist araştırmanın yerine anlamacı araştırmanın tercih edilmesi sonucu yorumlama kabiliyetini geliştirmek yatmaktadır. Bu kabiliyet tezde parçalama kültürünü oluşturur. Parçalanma metindeki başlıklandırmaya dayanır. Belli başlıklar altında olgusal gerçeklere benzer anlamlı açıklamalar yapmak uygulanan anketi yorumlamayı sağladı.

Araştırmada ilk olarak halkla ilişkiler kavramı tanımlanmaya çalışılmıştır. Kuramsal açıdan halkla ilişkiler aktörlerin kimler olduğu, etkilendiği veya etkilediği yapılar, tarihsel gelişimi ile uygulama alanları arasındaki bağı ve yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin işlevselliği ve kullanılabilirliği gibi birçok sorun göz önünde bulundurulur. Tanımlama sorunuyla gelen bakış açılarının farklılığı ve çeşitliliği kavramın toplumsal anlamları ve sonuçlarını ortaya çıkarır. Bu şekilde halkla ilişkiler gerçeğini soruşturma olasılığı artacaktır. Her bir tanımla gelen bakış açısı/yaklaşımların belli bir ideoloji, felsefe, yöntem, bilgi kuramını da belirtmesi nedeniyle halkla ilişkilerin tek bir tanımı dolayısıyla tek bir yaklaşımı olmadığı anlaşılmaktadır. Bu çalışmada halkla ilişkilerin tarihsel süreç içerisinde uygulama alanları genel hatları ile aktarılarak, Türkiye'deki halkla ilişkiler boyutu sunulmaktadır. Ancak akademik olarak geliştirilemeyen özyapısı nedeniyle eksik yorumların getirilmesi, halkla ilişkileri karma bir sistem olarak sosyal bilimleri ve mesleki geleneği içeren bir senteze dönüştürmüştür.

Bu çalışmada sistemli bir şekilde yapılan araştırmalara dair nitel bilgi tarama yöntemiyle halkla ilişkiler hakkında önceden belirlenen varsayımların



doğruluğu veya yanlışlığını ortaya çıkarma yolundaki yorumlama ve değerlendirmeler ilgili literatüre dayanmaktadır. Böylece halkla ilişkilerin özündeki varoluş amacının belirlenmesi ve halkla ilişkilerin belediyeler açısından incelenmesi bizi yönetsel bir araştırmaya götürecektir. Bununla birlikte tanımın tarihsel süreçlerden geçerek anlatılması ve halkla ilişkilerin kullandığı araçlar ve hayata geçirdiği faaliyetleriyle ortaya çıkan toplumsal sonuçları metodolojik, epistemolojik ve etik açıdan sorgulanmaya tutulur. Daha sonra yerel yönetimlerin kuramsal çerçevesine, kentsel sorunlara dair çözüm olanağı sağladığı düşünülen belediyeler için halkla ilişkilerin kullanılabilirliği konusu yerleştirildi. Yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin yapı, yöntem ve araçlar bakımından var olan durumunu saptamak, halkla ilişkiler sürecini geliştirmede gerekli öneriler sunmak bu çalışmanın nihai amacını oluşturur. Ayrıca hem yerel yönetimlerin kendi örgütlerinde halkla ilişkilerin ne ölçüde gerçekleşmekte olduğu hem de halkla ilişkilerin örgüt amaçlarını hayata geçirmedeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler bağlamında örneklem kümesi ülkemizin yerel kuruluşlarından biri olan Antakya Belediyesinde halkla ilişkiler anlayışı ve uygulamalarının neler olduğu, hangi yöntemlerin izlendiği, belediye örgütündeki yeri, teknolojik altyapısının kentlilerle iletişim kurma açısından yeterliliği, belediye içerisinde halkla ilişkiler biriminin amacı ve faaliyetleri yanında yerel halkın belediye hakkındaki algıları ortaya çıkarılmıştır. Antakya Belediye yönetiminin halkla ilişkiler birimi dahilinde yerel halk arasındaki uzaklığı gidermede yeterli olup olmadığı ve bu birimin danışmanlık hizmetinden öte yerel katılımı oluşturan unsurları gerçekleştirip gerçekleştirmediği tartışılmaktadır. Halkla ilişkiler birimiyle yapılan mülakatlar ve halka sorulan sorular sonucu edinilen bilgiler ışığında literatür taramasına dayanak oluşturan nicel veriler sunulmuştur. Bu şekilde halkla ilişkiler sorununa çözüm önerileri getirmekle birlikte Antakya Belediyesindeki halkla ilişkiler birimine ait literatürde herhangi bir araştırma olmadığından yola çıkarak farklı bir nitel ve nicel araştırma konusu sunulacağı belirtilebilir.

Belediyelerin yapmış olduğu halkla ilişkiler faaliyetlerinin halk üzerindeki algılanışı ve etkileri, anket tekniğine dayalı veri toplama ve analizi sonucunda ortaya çıkartılmaktadır. Dolayısıyla yerel yönetim açısından halkla ilişkilerin ne anlama geldiği, halkla ilişkiler birimlerinde gerçekleştirilen faaliyetlerin ne kadarının gerçek anlamda halkla ilişkiler faaliyeti olarak

değerlendirilebileceği sorunu ele alınmıştır. Bu anket soruları, Antakya Belediyesinin halkla ilişkiler faaliyetleri başlığı altında yapmış olduğu hizmetler ve belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri ile ilgili genel bir yargıya ulaşmak için benzer araştırmalardan yararlanarak hazırlanmıştır. Ayrıca halkla ilişkiler görevlileri ile yapılan görüşmeler sonucu belediyenin halkla ilişkiler birimi hakkında elde edilen bilgilerin çalışmaya katkı sağlayacağı düşünülebilir.

Antakya Belediyesi halkla ilişkiler faaliyeti halkla ilişkiler tanım ve modeli açısından ele alındı. Araştırmanın ana kütlesi Hatay ilinin merkez ilçesi olan Antakya içerisindeki belediye sınırları dahilinde 18 yaş ve üzeri yerel halk ile sınırlı tutulmuştur. Anket sayısı ise dört yüz olarak belirlenmiştir. Yerel halkın Antakya Belediyesine yönelik yaklaşımları açığa çıkartılarak Antakya Belediyesi-yerel halk ilişkilerinin boyutu hakkında bilgi elde edilmiştir. Burada Antakya Belediyesinin sunmuş olduğu kamu hizmeti sonucundaki memnuniyet derecesinin olumlu bir belediye imajıyla yani halkla ilişkilerle ilgili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla halkla iyi ilişkilerin kaliteli hizmet anlayışıyla ilişkili olduğunu ortaya çıkarmaya yönelik bir çalışma yapılmıştır.

Sonuç olarak bu tez çalışmasında yerel halkın taleplerine Antakya Belediyesinin cevap verme derecesinin ne kadar uygun olduğu ve kentliler tarafından belediyenin hizmet, personel, organizasyon ve itibarın ne şekilde algılandığını tespit etmek amacıyla anket yapılmıştır. Antakya Belediyesi örneğine dair çoğunluğu Türkçe olmak üzere İngilizce yazılı materyaller ele alınarak birtakım değerlendirmeler yapılmıştır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### HALKLA İLİŞKİLER VE YEREL YÖNETİMLER

Halkın kamu yönetiminden beklentisinin değişmesi (Göküş, 1993:20), kamu yönetimi ve yerel yönetimlerin gittikçe büyüyen bir yapıya sahip olmasına neden olmuştur. Bu durum devletin halka karşı görev ve sorumluluklarının arttığını gösterir. Bu başlık altında halka karşı yönetimin bakış açısı ve halkla ilişkilerin tarihsel süreçle birlikte yerel yönetimlerde uygulama biçimi anlatılmaktadır. Ayrıca halkla ilişkiler faaliyetleri yürüten birimlerin görevleri, sınıflandırılması ve örgüt içerisindeki yeri ve önemi üzerinde durulmuştur (Coşkun, 1989:114).

#### 1. HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI, HALKLA İLİŞKİLERİN İÇERİĞİ VE GENEL AMAÇLARI

Metodolojik, epistemolojik ve etik olarak halkla ilişkilerin toplumsal sonuçlar bağlamında incelenmesi, birbirini izleyen tarihsel gelişmeleri kuramsal yapıya dahil etmeyi zorunlu kılar. Hedef kitleye bağlı olarak değişen halkla ilişkiler amaçları halkla ilişkilerde kavram karmaşasına neden olmakta ve bu durum halkla ilişkilere ve kurumlardaki ilgili birimlere karşı bakış açılarını olumsuz etkilemektedir. Bu kavramın ne olduğu konusundaki tartışmaların literatüre alınmamasından kaynaklanan sorunlara rağmen yerel yönetimler başta olmak üzere birçok kamu kuruluşunda halkla ilişkiler adında veya çeşitli isimler altında birimler kurulmuştur. Ayrıca bu birimlerin uyguladığı tüm faaliyetler halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilmiştir. Sürekli yerel halkla iç içe olan yapısıyla devamlı iletişim halinde olan belediyeler, bu faaliyetlere en çok ihtiyaç duyan kamu örgütleridir (Akçakaya, 1999:77). Ancak bu halkla ilişkiler faaliyetleri ve bağlı olduğu kuramlar artık eleştirilmeye başlandı. Tarih sahnesinde en gelişmiş iletişim olarak karşımıza çıkan yöneten-yönetilen ilişkisi günümüzde halk arasındaki kurum kimliği hakkında belli bir algı yaratma, kısacası bilinç oluşturma çabasına dönüşmüştür. Yapılan tanımların farklı olması bakış açısını da farklılaştırır. Bazı yazarların pazarlama (marketing) (Jefkins,

1988:251) aracı olarak gördüğü halkla ilişkiler, diğer yazarlara göre yönetim fonksiyonu olarak değerlendirilmiştir. Bu farklı bakış açıları halkla ilişkiler tanımını da genişletmiştir. Araştırmanın bu kısmında kuram birliğini sağlamak amacıyla gerek kamu gerek özel tüm kuruluşlar için halkla ilişkiler olması gerektiği şekilde tanımlanır. Bilimsel bir temele henüz oturtulmamış olması sebebiyle yorumlara açık hale gelen yapısı, temel ilkeleri, örgüt içindeki payı ve önemi, kullanılan araçlar ve yöntemler gibi temel unsurları açıklayarak halkla ilişkiler kavramı tanım karmaşasından kurtarılmaya çalışılacaktır.

Gerek hükümetler gerek firma sahipleri halkla ilişkiler uygulamalarıyla meşru, sempatik, saygın bir imaj yaratmıştır (Keloğlu-İşler, 2007:7). Böylece her kurum veya yönetici kendi hedef kitleleri üzerinde sorgusuz sualsiz bir ikna etkisi oluşturmaktadır. Literatürde halkla ilişkiler kavramın yararları anlatılırken de halkla ilişkiler yapılmıştır. Çünkü halkla ilişkilere yüklenen anlayış uygulamada farklı bir yapıyla ortaya çıkmaktadır. Firmalar veya siyasetçiler arasındaki rekabet kendi görüntülerini farklılaştırmayı, yapılan görüşmeleri ilginçleştirmeyi teşvik etmektedir (Keloğlu- İşler, 2007:7). Son yıllardaki şirket ve kamu kuruluşlarındaki etki alanının genişlemesi, halkla ilişkilerin uygulama alanına göre farklı tanımları ve kuramları oluşturmasına zemin hazırlayarak tanımsal karmaşaya ortam hazırlamıştır (Keloğlu- İşler, 2007:7).

### 1. 1. Halkla İlişkileri Tanımlama Sorunu

Halkla ilişkiler uygulamasını kavramak ve anlamlandırmak için ilk olarak tanım yapılması ve kuramsal çerçevenin oluşturulması gerekir. Ancak halkla ilişkiler tanım ve işlevlerinde birçok karmaşıklık ve çeşitliliği içinde barındırması bu kavram üzerinde bir tanım birliğinin sağlanmasını engellemiştir. Halkla ilişkiler tanım karmaşasından uzaklaştırmak için halk ve ilişki olarak iki kavramı irdelemekle basit bir aktarım yapılabilir (Erdoğan, 2006:12). Halk sözcüğünün İngilizcede “public” biçimini alırken kamu veya seyirciler gibi dilimizde birçok kavrama çevrildiği bilinmektedir. Public, ortak çıkarlar veya birbirinden ilişkili bireylerin oluşturduğu örgütlü veya örgütsüz grupları ifade eder. Ayrıca Fransızcada “publique”, İtalyancada “publica”, Osmanlı İmparatorluğu döneminde de “umumi, amme” kavramları halk sözcüğünün tam karşılığıdır. Halk kendi içerisinde birçok unsuru barındırır ve birbirinden farklı



özellikleri içerir. Önemli olan halka bakış açısıdır. Örneğin sözcük ve mantık oyunlarıyla kandırılacak, etkilenecek, yanıltılacak ve şaşırılacak olan “halk avcılığı hareketi” için halkın eğitimsiz ve bilinçsiz görülmesi yeter.

Halkı ilgilendiren sorun veya konuların ele alınması halkla ilişkiler kavramının belirleyici bir unsurudur ([www.yordammanas.com](http://www.yordammanas.com), 2011). Kamuoyu yani halkın kanaatinin ve düşüncelerinin dikkate alınması, kamu yararına yönelik faaliyetler yapıldığı ve bu faaliyetlerin denetlendiği inancını yükseltir ([www.yordammanas.com](http://www.yordammanas.com), 2011). Bu durum yönetimde asıl paydaşın halk olmasından kaynaklanır. Hedef kitle olması yanında halk kavramının birçok kavrama dönüştüğü görülür. Buna kitle, yönetilenler, toplum, toplum kesimi, çevre, kamu veya kamuoyu terimleri örnek gösterilmektedir (Yalçındağ, 1986:133). Diğer yandan halk kamu tabirinden çok daha geniş bir kitleyi ifade eder. Ancak halka yönelik, halka yakın, halk yararına gibi olgular için kamu kavramından yola çıkılır.

Halkla ilişkilerin temelindeki diğer unsur iletişim (komünikasyon) olayıdır. Evreni ve onun içerisindeki dünyayı anlama çabası belirsizlikleri ortadan kaldırma, olay ve olgular arasında bağlantı kurma ve bunları anlatma gibi amaçlar iletişimle sağlanır (Ertürk, 2010:41-43). İletişim, mesajlar yardımıyla hedef kitleler üzerindeki algı ve düşünceleri değiştirmektir. Üzerinde yoğunlaşılacak hedef kitleden gelen etki ve tepkiler geri bildirim (feed back) özelliği (Yavuz, 2006:14) taşır. Olumlu bir geri bildirim dayanan halkla ilişkiler için gönderici niteliğindeki kaynağın halka uygun nitelikte olması temel koşuldur. Bunun yanında halkla ilişkilerde iletilmek istenen mesaj anlaşılır, açık, uygun kanallarla doğru zamanda yapılmazsa asıl mesaj kendi anlamının dışında algılanır ve halk üzerinde istenmeyen birtakım düşünce ve davranışlara neden olur. Ekonomik açıdan dünyanın birbirine bağımlı hale gelmesi sonucunda insanların kitleler şeklinde gönderici-mesaj-alıcı olarak bilgi alış-verişi yapması, halkla ilişkiler alanının çapını daha da genişletmiştir (Orrick, 1967:81). Evrensel iletişimle vericiden alıcıya ulaştırılan bilgi ve haberler yardımıyla halkla ilişkilerin sosyal bir etkileşimi sağladığı görülür (Yavuz, 2006:15). Etkileşim ile tutum, duygu, inanç, deneyim, düşünce gibi bireyin toplumsal dünyası ve kimliği daha çok ifşa edilebilir.

Toplumda sağladığı yararlar ile anılan firma, kamu kuruluşu veya yöneticinin iç halkı olan personel ile dış halkı olan çevresindeki kesimlere

duyarlı, önemli ve ilgili görünerek kendini benimsetmesi, halkla ilişkiler yaklaşımıyla mümkün olmaktadır (Akçakaya, 1999:79). Sonuçta halkla ilişkiler kapsamında halk, tek halk olarak değil, halklar şeklindedir (Akçakaya, 1999:78-79). Halkla ilişkiler uygulaması için belli bir halk kesimini ifade eden hedef kitlenin anahtar bir rol oynadığı görülmektedir. Hedef kitleye dönük faaliyetlerin yürütülmesi, gereksinim duyulan destek ve katılımı sağlayabilir. Hedef kitlenin seçimi kadar alışkanlıklarını bilerek hareket etmek örgütün lehine olacaktır. Ancak özel sektör açısından piyasaya uyum sağlamak, gerçek-dışı halkla ilişkiler etkinliği ile mümkündür. Bu ortamda halkla ilişkiler firmalar arasında bir tür imaj savaşı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca olumsuz görüntülerden arınmış bir yüz, halk kitlelerini peşinden sürükleyebilir. Özne veya nesneye değer arttırıcı, en azından değer yükleyici bir görüntü verilir. Sonuçta imaj her şeydir.

İletişim yaşamın zeminini oluşturan sosyal yapının bir sonucudur. İnsanlar bu yapı içinde varolabilmek için düşünce ve duygu alış-verişi sağlamak zorundadır. Ancak iletişim için ilişki kurulması gerekir. Bu etkileşimi sağlayan ilişki sözcüğü İngilizcede "relation" olarak kullanılmakta ve gerçekte yüzyüze iletişime dayanmaktadır. Kurumlar ve insanlar için araç olan iletişim kavramı, iki yönlü yapılan bir işlem veya eylemi ifade eder. Karşılıklı bağımlılıkların getirdiği ilişkiler ağı günümüzde beliren sorunların çok boyutlu olmasına ortam hazırlamıştır. Aynı zamanda ortaya çıkan ulusal veya yerel bazı sorunların evrensel nitelik kazanması iletişimi zorunlu ve gerekli kılar.

İnsan çevresiyle ilişkilerinde sürekli ve belli amaçlar doğrultusunda birtakım kanı, tutum, düşünce veya davranışlara yönelir. Ayrıca ilişki olayının insanın iletişim kurması sonucunda oluşması halkla ilişkiler kavramını güçlendirmektedir. Bireysel olarak bir ihtiyaç olan iletişim sivil toplum kuruluşları (Çevik, 2007:176) dahil birçok örgütün kendini kamuoyunda ifade etme gereksinimini yansıtır. Özellikle bireysel hakların geliştiği günümüzde artan toplumsal talepleri, özel veya kamusal kurum ve kuruluşlara aktararak geri dönüşüm şeklinde halka çözüm sunan bir sistem ortaya çıkmıştır. Bu durum modern anlayıştan postmodern (modern ötesi) anlayışa geçen evrensel, ulusal, yerel yapıların kendi varlıklarının devamını sağlamak için siyasi arayışlar içerisine girmesinden kaynaklanır (Ertürk, 2010:94). Dolayısıyla hedef kitle-örgüt ilişkisini kurmak ve devamlılığını getirmek için siyasi alanda etkinliği sağlayan halkla ilişkilerin karşılıklı güven ve denge ortamı kuran anlayışına



ihtiyaç duyulmaktadır (Ertürk, 2010:94).

Toplumsal ve siyasi ilişkilerin yoğunlaşması sonucu gerek uluslar arası gerek bölgesel örgütler etkin bir güç elde etmek için sürekli mücadele etmekte ve değişik oranlarda çıkarlar sağlamaktadır (Uysal-Sezer, 1996:67; Çevik, 2007:118). Bu ilişkiler ağı, halkın desteğine her geçen gün daha fazla ihtiyaç duyulmasını sağlamakta ve dolayısıyla yönetim ve hizmet anlayışındaki değişimler bir şekilde örgütleri de etkilemektedir (Çiçek ve Ökmen, 1992:141). Ayrıca ulus-devlet ya da uluslararası kuruluşların kurulmasına ortam yaratılmasının nedeni haberleşmeyi sağlama ihtiyacı ile doğan halkla ilişkileri geliştirmektir (Kaya, 1989:147). Bu ihtiyaç örgüt veya kurumların kurduğu ilişkiler çerçevesinde kamu çıkarı ve özel çıkarlar arasında denge sağlamakla görevli olan halkla ilişkilere kurmay bir nitelik kazandırır (Ertekin, 1995:7). Olumlu bir kurum imajı isteyen örgüt, hedef kitleye dönük etkili bir iletişim yürütmelidir. Böylece hedef kitle, yönetsel çıkarları kendi çıkarlarıyla uyumlaşmasını sağlayan bir koşullanmanın etkisine girer (Erdoğan, 2006:90). Dolayısıyla birçok yönetimin farklılaşan çıkarları halkla ilişkilere dair uygulamaları da farklılaştırarak birçok tanımın yapılmasına neden olmuştur.

Yukarıda anlatılmaya çalışılan uygulama alanının geniş kapsamı nedeniyle halkla ilişkiler kavramının bine yakın tanımı bulunmaktadır. Bu durum halkla ilişkiler konusunda genel bir tanımın yapılmasını engellemektedir. Kavramın tanım çeşitliliği, kurama dair yorumlamaların değişebileceğini gösterir. Bazen bir yönetim fonksiyonu, bazen de sanatsal bir içerik olarak görülen halkla ilişkiler için Amerikan Halkla İlişkiler Birliği tarafından yapılan araştırmaya göre orijinal 200 kadar tanım ortaya çıkmıştır (Kalyon, 2006:6). Halkla ilişkilerin tarihsel, işlevsel ve eğitim alanında birçok tanıma sahip olması, tek tanımdan yoksun (Aksoy, 2006:53-62) olmasına ortam hazırlamıştır. Bir türlü anlaşılamayan halkla ilişkiler faaliyeti, sahte imajlar dünyası olarak politika yapma etkinlikleri şeklinde görülmektedir. Bu nedenle Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) (Kilci, 2011:223), Dr. Rex Harlow'un yapmış olduğu tanımı geçerli sayılır. Buna göre halkla ilişkiler halk ile yönetim arasındaki uyumlaştırma faaliyetidir. Hensinki Bildirgesi ve Atina Yasasına göre halkla ilişkiler alanının geliştirilmesi için IPRA ([www.ipranet.org](http://www.ipranet.org),2011) kuralları bu tanımdan hareket etmektedir (Sjöberg, 1987:9; Orrick, 1967:41). Dolayısıyla halkla ilişkiler kavramın yeterli ve tek bir tanımının yapılması mümkün değildir.

Özel sektörde PR (Kilci, 2011:222) olarak karşımıza çıkan halkla ilişkilerin bazı tanımları ise şu şekildedir:

B. Chritian'a göre halkla ilişkiler "Halkı haberleşme yolunda bir kuruluşun lehine düşünmeye, onu desteklemeye, güçlüklerle karşılaşsa da onu uzun süre yılmadan denemeye itmek, bu yolda etkilemek" olarak tanımlanır (Kocaman, 2006:21).

Habermas için halkla ilişkiler saygınlık adına otorite yaratmada bir araçtır (Biber, 2003:26).

Halkla ilişkiler, ahlaki standartları takip eden ve planlanmış çabaları ve araştırmaları kullanan yönetsel bir işlemdir (Simon, 1986:56).

Cutlip ve Center, iki yönlü simetrik terimiyle halkla ilişkilerin karşılıklı olarak tarafların aynı düşünce, duygu, saygınlık, inanç, güven, anlayış, sevgi, onay/rıza gibi örgüt için olumlu çıktılar oluşturma yolundaki planlı çaba olduğunu belirtir (Kaya, 1989:147; Yavuz, 2006:1). Halkla ilişkiler sürecinin halkın istek, görüş, beklenti, şikayetlerini bilme, algılama (Ertekin, 1995:7), anlamlandırma ve yorumlama aşamalarından oluşması bu kavramı bir faaliyet haline getirir. Halkla ilişkilerin günlük faaliyetleri geliştirmeye yönelik tanımı planlı, sistematik, tasarıma dayalı ve örgütlü etkinlikler olduğunu gösterir (Özer, 2013:22).

Bazı yazarlar halkla ilişkileri yönetsel amaçlara ulaşmak için örgütün kendi imkanlarını kullanarak halkı ikna etme aracı şeklinde belirtmektedir (Göküş, 1993: 19).

Ertürk (2010:66) için halkla ilişkiler, bir örgüt yönetimi ile halk kesimleri arasında karşılıklı ve sürekli iletişime dayalı olumlu imaj ve ilişkiler kurma, geliştirme ve devamlı kılma amacına yönelik uzlaşma aracıdır. Bu kavram kurum hakkında kamuoyu içerisinde olumlu bir imajın kökleşmesini sağlayacak düşünceyi meydana getiren iletişim alanını ifade eder. Halkla ilişkileri belirten tanımların birbirinden farklı olmasına rağmen temel amacın imaj yaratmaya dayandığı söylenebilir (Helvacıoğlu, 2008:143). Bir başka tanım, enformasyon sürecinde önemli bir alan ve meslek olarak görülen halkla ilişkileri (Yıldız, 2010:29) demokrasinin bir gereği şeklinde kurulan karşılıklı iletişim olayına dayandırır (Yatkın, 2007:45).

W. Emerson Reck için halkla ilişkiler; "Güdülecek politikayı, sunulacak hizmetleri, yapılacak işleri bireyler ve grupların yararına uygun şekilde



planlamak için sürekli olarak geliştirilen bir oluşumdur” (Kocaman, 2006:21). Reck’e göre halkla ilişkiler bir kişi veya kurumun politikaları, hizmeti ve eylemlerini güven ve desteğine ihtiyacı olan birey ve grupların yararına uydurmak için girişilen tüm yönetsel faaliyetlerdir (Orrick, 1967:3). Edward Lee Bernays (Yıldırım Becerikli, 2005:55) ise bu tanımı destekleyen bir yorum yapmıştır. Bernays halkla ilişkileri yönetsel amaçları gerçekleştirmeye yönelik halkın her türlü örgütsel çabaya destek sağlaması için güven yaratma ve bilinçlendirme faaliyeti olarak tanımlar. Özellikle “Kamuoyunun Belirginleştirilmesi” (Crystallizing Public Opinion) (Yatkın, 2003:6) adlı eserinde bu durumu en iyi şekilde izah ederek halkla ilişkiler danışmanlığının önemine değinmiştir. 1923 yılında yaptığı tanıma göre halkla ilişkileri faaliyet, kurum, yönetici/lider, düşünce, mal/hizmet için bilgi sağlayıcı olarak görmüş ve halkla ilişkiler yönteminin bir parçası olan ikna yardımıyla halkın desteğini almaya çalışmıştır (Erdoğan, 2006:20). Çünkü ikna hem insani hem de ucuzdur. Bernays, bu tanıma ek olarak eserinde halkla ilişkilerin insan sürüsünü yönetmek için gerekli olan sosyal bilim olduğunu ileri sürmüştür. Burada insanın bilinçaltı ve irrasyonel davranışlarını kitle korkusuyla birleştirir. Bernays’a göre bu kitleler yönlendirilmeli ve bu yönlendirme halkla ilişkiler kullanılarak gerçekleştirilmelidir. Bir başka benzer yorum Frankfurt Okulu aydınlarına aittir. Okula göre halkla ilişkiler bilinç yönetimi yapan ticari faaliyetler yürütmektedir (Keloğlu-İşler, 2007:55; Biber, 2003:26).

“Halkla ilişkiler elemanının sahip olduğu kurum ve kuruluşlarda; kurumu tanıtmaya, kurum çalışmaları ve kurum hakkında çevrede olumlu izlenimler oluşturabilecek ilişkiler kurma ve bu amaçla gerekli faaliyetleri planlama, geliştirme ve yürütme yetisini kazandırmaya yönelik faaliyetlerdir” ([www.hibölümü.com](http://www.hibölümü.com), 2011).

Webster Sözlüğü’nde halkla ilişkiler hakkında “bir insan, bir şirketin ya da kamu kurumu ile halk arasında karşılıklı anlayış ve iyi niyeti geliştirme sanatı veya bilimidir” ifadesi geçmektedir (Orrick, 1967:3; Özer, 2013:22). Bir bakıma halkla ilişkiler örgütün çevresiyle uyum sağlama zorunluluğundan ortaya çıkmıştır (Eraslan Yayınoglu, 2007:18). Ayrıca Sözlük halkla ilişkileri bir ilişki kurma sanatı olarak formüleştirebilir. Hedef kitlelerine göre kurgulanan güdümlenme modeliyle iletişim sanatı yapıldığı öne sürülmüştür.

Bu çalışma ile ilgili en önemli tanım ise “kamu kuruluşun ilişkide

bulunduğu toplum kesiminde güven ve destek sağlamak için iki yönlü iletişime dayalı, istenilen yönde değişiklik yaptırmasına ve bunun bir sonucu olarak kuruluş ve çevre arasında denge sağlamaya yönelik toplumsal desteğe bağlı girişilen sürekli faaliyetler” şeklindedir (Yalçındağ, 1986:133). Kamusal ya da özel kurum olsun çevresiyle uyumlu ve dengeli bir bütünleşme çabasını anlatan halkla ilişkilerin liberal nitelikli bir kavram olması, bizi yeni dünya düzeninin ortaya çıkardığı bir uygulama olduğu düşüncesine götürmektedir. Bu tanımların birden fazla olması kavramın değişik niteliklerine yapılan vurguların farklılığı ile ilgilidir.

Ne olduğuna dair tanım birliği sağlanamayan halkla ilişkiler alanı şirket ya da kamu yönetiminde uzmanlaşan bölümleri oluşturmak zorundadır. Bu sebeple sosyal bilimlerden farklılaşmasına ve salt mesleki bilgi vermeye yönelik dar bir alana dönüşmesine neden olmuştur. Halkla ilişkileri uygulamaya geçiren ancak kuramsal olarak algılanmasını engelleyen çıkarlar nedeniyle belli güç yapıları tarafından yanlış yöntemler kullanılarak farklı yorumlanmasına yol açan işlevleri bulunmaktadır. Bu anlayış halkla ilişkiler kavramını görünürde ve gerçekte var olan anlamlarını birbirinden uzaklaştırmıştır. Bunlardan biri halkla ilişkileri oy kullanma aracı olarak belirten yaklaşımdır. Oy kaygısı olan siyasi parti ve liderler oy tabanını oluşturan hedef kitlesine olumlu imaj yaratarak yerel veya genel seçimlerde durumu kendi lehine çevirebilmektedir (Yalçındağ, 1986:135). Benzer amaçlar dahilinde halkla ilişkilerin yönetim-halk ikilisi arasındaki karşılıklı fayda ve anlayış için olumlu imaj yaratma çabasında olan yönetsel işlev gerçekleşir. Bu durum kavramın tek yönlü olarak algılanmasına neden olmuştur. Olumlu imaj olayı E. Bernays için ikna, uyarılma ve enformasyonla kamu desteği sağlama aracıdır. Dolayısıyla bu kavram, örgütün bağlantı kurduğu veya kurmayı planladığı hedef kitlenin anlayış, sempati ve desteğini sağlamak ve bunların devamlılığını getirmek adına yapılan düzenli, sürekli ve örgütlenmiş yönetsel faaliyetlerin parçalarından oluşur.

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimine bağlı olarak gerçekleştirdiği işlevler zamanla değişikliğe uğramış ve bu durum birbirinden farklı tanımların yapılmasına neden olmuştur. Tanım karmaşasının asıl sebebi, bu kavramın birçok işlevinin bulunmasıdır. Yapılan mesleki tanımlardan öte kuramsal bir tanım için tek bir çıkış noktasının belirtilmesindeki amaç yönetim, davranış ve iletişim bilimi gibi birçok alanı kapsayan karma bir yapıya dayandırılır. Aksi takdirde



halkla ilişkiler pazarlama başta olmak üzere propaganda, reklam gibi birtakım kavramların yerine kullanılır (Çamdereli, 2005:33).

## **1. 2. Halkla İlişkilerin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi Hakkındaki Genel Yaklaşımlar ve Tarihsel Örnekler**

Tarihsel süreç içerisinde halkla ilişkileri dönem dönem ve uygulandığı ortam koşullarına göre algılamak gerekir. Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, bu yapının genişlemesine bağlı olarak farklı uygulama alanları bulması ile doğrudan ilişkilidir. Halkla ilişkiler yeni bir kavram olsa da yeni bir uygulama alanı değildir. 1980'lerden bu yana teknolojik alanda yaşanan hızlı değişimlerin meydana getirdiği küreselleşme olgusu, halkın yönetim hakkındaki olup bitenden haberdar olma talebini ve ikna/onay kavramlarını gündeme getirmiştir. Dünya ekonomisinde pazar ihtiyacının artışı ile üretim ve sermayenin kendisine destek verebilecek ülkelere kayması (Şengül, 2001:184) küreselleşmeden etkilenen yerel yapıların yeniden biçimlenmesine ortam hazırlamıştır. Bu durum halkla ilişkileri arttırmış ve meydana gelen yönetsel olay ve olguların halk tarafından benimsenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Halkla ilişkiler işlevlerini yerine getirerek kamu yönetimi dahil tüm örgütler için destek mekanizmasının çalıştırma zorunluluğu, yönetsel gereksinimlerin önüne geçmiştir. Kamu yönetimi kamu yararı için hizmet veya mal üreten bir araç olması ve temsili demokrasi ilkeleri gereği yerel ve genel seçimlerde halkın rızası aranması halkla ilişkileri bir zorunluluk haline getirir (Akçakaya, 1999:78).

### **1. 2. 1. Eski Çağlarda Halkla İlişkiler**

Tarihte ilk olarak yönetilen ve yöneten ilişkisi yani halkla ilişkiler yerleşik hayata geçme ile daha da derinleşti (Yatkın, 2003:5). Toplumsal yaşamın düzen içerisinde devam etmesi, bu ilişkilerin ne boyutta gerçekleştiğine bağlıdır. Diğer yandan müşteri ve satıcı/firma anlayışı aynı yöneten ile yönetilen arasındaki ilişkiyi yansıtmaktadır. Dünyayı rahat ve huzurlu yaşanılabilir bir duruma getiren bilgi akımı, yönetilen ve yöneten arasında bilgi alış-verişini ve bu alış-veriş nedeniyle halkla ilişkilerin gelişmesini sağlamıştır. Başka bir



deyişle padişah-kul, kral-reaya, derebeyi-serf ilişkisi (Kalyon, 2006:12-13) günümüzde devlet-vatandaş ilişkisine dönüşmesi sonucu halk olarak bilinen kitle kavramının değer kazanması ve birtakım haklara sahip görülmesi bilgi alış-verişinin artışı ile ilişkilidir. Bu nedenle halkın katılımı, denetimi veya bilgi edinme özgürlüğü halkla ilişkileri geliştirme ihtiyacını doğurmuş, devlet veya firmanın her zamankinden daha çok halkla ilişki kurmasını sağlamıştır. Küresel dünyayı işletmek adil hukuk sistemi, fonksiyonel kurumlar ve belli bir etkileşimle halka karşı ilgili ve duyarlı olmadan mümkün değildir. Halkla ilişkiler bu düzeneği sağlayan yapıtaşlarından biridir (Zeybek, 2005:90). Gerek devlet gerek özel sektörde bireyleri ve halkları bu hizmet/mal üretimi ve tüketimine dahil etmek ve katkı sağlamasına ortam oluşturmak halkla ilişkiler yardımıyla olanaklı hale gelir (Zeybek, 2005:93).

Halkı ikna ile yönetmenin daha etkili olacağı düşüncesinin dünyaya yayılması gelişmesi halk ile ilişkileri de değiştirecektir. Halka karşı duyarlı ve ilgili olmak, en azından halkı ciddiye alan tavrı sergileme yöntemi, yönetim tarafından benimsenmesi gereken bir husustur. Bu anlayışla danışmanlık hizmetini yürüten halkla ilişkiler mesleği kendi yönünü değiştirerek imaj yaratma stratejisine dönüşmüştür. Bir mal, hizmet veya düşünceye talep yaratması için bunları üreten örgüte karşı olumlu kaygılar oluşturmak iyi bir imajın yaratılmasına ortam hazırlar. Burada halkla ilişkiler için hedef kitlenin, yönetimin kendi amaçlarını gerçekleştirmek adına bir araç olduğu görülür (Gündüzöz, 2012:148). Ancak doğru ve dürüst bir çizgi izlemeyen örgüt yönetimi, daha sonradan ortaya çıkabilecek gerçek-dışı olay veya olgularla kendi imajını zedeleyecektir. Bu nedenle halkla ilişkiler kavramı açıklık ilkesinin de bir parçası olmuştur. Gerçeğin başarılı, iyi ve olumlu olan küçük bir parçasının hedef kitleye ulaştırılması veya örtük amaçların üstünde sosyal sorumluluk dahil sponsorluk gibi insancıl araçların kullanılması kitlelerin yönetsel faaliyetlere destek vermesini veya en azından yönetimi sabote etmesinin önüne geçmektedir.

Diğer bir halkla ilişkilerin gelişmesine neden olan faktör bilgiye ulaşma ve yayma isteğinin teknolojik gelişmelerin yardımıyla sosyo-kültürel, ekonomik ve siyasal alana yaydığı etki sonucu iletişim sürecini değiştirmesidir. Halkın çoğunun enformasyona ulaşmasına izin veren kullanıcı merkezli bilgi ve haber ağı, halk kesimlerini bir araya getiren ve birbirini etkileyen bir bütünleşme sürecini ortaya çıkarmıştır. Bu bütünleşme, halk kesimleri olarak hedef kitle ve

kamuoyunun birden önemli hale gelmesine ve halkla ilişkilerin geniş kapsamda kullanım alanı bulmasına ortam hazırlamıştır (Ertürk, 2010:48-50). Halkla ilişkilerini geliştirmeyen kapalı örgüt veya toplumlar, ilerleme ve çağdaşlaşma kapsamında değerlendirilmemektedir. Bu nedenle örgütün sürekli olarak çevresindeki halkı, olay ve olguları tanıma, takip etme ve bu gelişmelere uyum sağlama çabası bulunmalıdır. Uluslar arası alandaki her türlü zorunlu birliktelik, çevreyle bilgi alış-verişi sağlamak için halkla ilişkileri meydana getirmiştir (Ertürk, 2010:51).

Örgütlenme biçimine dair gelişim halkla ilişkilerin değişimine dayandırılabilir. Tarihin başlangıcından beri insanın sınırsız istek ve ihtiyaçlarıyla bir arada yaşama zorunluluğu, insanın değişik örgütlenme biçimlerine girmesine neden olmuştur. İnsanın toplumsallaşması ve toplumsal ilişkiler kapsamında örgütün çevresiyle ilişkileri dayanışma ve birliktelik olgusunu ortaya çıkarır. Halkı tanıma ve halka gerektiği şekilde birtakım kural ve yasakları tanıtmaya yoluyla yapılan aktarımlar birçok değer yargısı, inanç, zaman ve mekana bağlılık, değişim ve gelişme olgusu neticesinde doğmuştur.

Halkla ilişkilerin ortaya çıkışı ve tarihsel süreç içerisindeki gelişimi konusunda öne sürülen tezlerden biri, halkla ilişkilerin ilkel şekilde uygulanması daha önce belirttiğimiz toplum-devlet ilişkisinin doğmasıyla ilgilidir. Halkla ilişkilerin ilkel örneği M.Ö. sürekli yöneticileri öven ve kutsallaştıran deyimler ve yazıtlarda bulunmaktadır. Daha önce yönetici olarak bulunan hükümdar, kral, kraliçe veya lordları yüceleştiren ve tanrılaştıran heykeller ve tabletler yapılmıştır. Halktan uzakta olmak, yöneticileri ulaşılmaz kılmakta ve farklı görüntüler sergileyerek değişik görünmesine neden olmaktadır. Böylece yöneticiler hakkındaki söylentilere inanmak kolay olmuştur. Günümüzde ise halkla mesafe kurmak halkı yönetmeyi imkansızlaştırır. Diğer yandan yığın ve kitle olarak görülen halkı yönetmeye başlamak, halkla ilişkilerin doğuşuna olanak sağlamıştır. İlk olarak bilinçsiz şekilde uygulanan halkla ilişkiler anlayışı halkı yönetme şekillerinin değişmesi ile kendini geliştirerek günümüzdeki demokratik yapıya ulaştığı görülür.

Halkla ilişkilerin bilinen en eski örneklerden biri ise M.Ö. Irakta tablet üzerine yazılmış tarım bültenleridir (Kaya, 1989:147; Çamdereli, 2005:14). Antik Çağ olarak nitelendirilen Eski Yunan ve Roma döneminde de sadece seçkin kesimler halk olarak görülmekte ve bu kesimler filozoflar veya yönetim



tarafından etkilenmek istenmekteydi. Halk ile yönetimin bir olduğu ve ayrılmaz bir bütün olduğu düşüncesi filozoflar arasında yayılmıştı. Filozof Sokrates halkı oluşturan kişilerin yönetsel veya diğer alanlardaki düşünce ve uygulamaları sorgulaması gerekiyordu. Halk desteğini alma amacı taşıyan birçok faaliyet filozoflar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde söylev sanatı kullanılarak halkı etkileme çabası artmış ve halkla düşünürleri bir araya getiren etkinlikler, birer halkla ilişkiler faaliyeti olarak karşımıza çıkmıştır. Aynı şekilde Çiçero, Domesthen gibi düşünürler halk kesimi üzerinde etkili olup bazı düşünceleri benimsetmek için halka açık toplantılarda halkla ilişkiler kurmuştur (Kaya, 1989:147). İnanıdırıcı, etkili, ünlü duruma getiren bu konuşma ve tartışmalar istenilen görüşlerin halka benimsetilmesinde imkan sağlamaktadır.

Halkla ilişkilerin başlangıcına dair diğer bir faaliyet Roma döneminde imparatora iyi bir imaj yaratmak için kullanılan övgü edebiyatıydı (Orrick, 1987:1). Bu faaliyet imparatora efsanevi bir görüntü katmış ve olağanüstü imajıyla halkı etkilemeyi ve halktan destek almayı kolaylaştırmıştır. Burada siyasal alanda ortaya çıkan gerçek halkla ilişkilerin sürekli bir faaliyet olarak değil, planlı ve tek taraflı bir yapı olduğu görülür (Keloğlu-İşler, 2007:88). Ayrıca Antik Yunan ve Roma'da halkoyuna önem verilmesi, halkla irtibata geçildiğinin önemli bir kanıtıdır. Özellikle M.Ö. I. yüzyılda Roma'da "Vox Populi, Vox Dei" (Tanrının Sesi, Halkın Sesi) deyiimiyle halkın görüşlerine önem verilmiştir (Kaya, 1989:145; Erdoğan, 2006:46). Bu şekilde halk, temsilci olarak görülen yönetimden daha üstün tutulmuştur. Ayrıca Roma imparatoru Büyük İskenderin fethedilen ülkenin yerel kıyafetlerini giymesi, edebiyat ve sanatçılara önem vermesi yabancı halkların ilgi ve desteğini kazanmasına ortam hazırlamıştır (Çamdereli, 2005:13). Özellikle Roma'nın en önemli Asya kenti olan Efes'in Antik Çağın pazaryeri olması adeta 200.000'i aşan nüfusuyla M.Ö. 3. yüzyılda bu kenti dünyanın en kalabalık metropolüne dönüştürmüştür. Caddelerinde heykeller, çeşmeler gibi yapılar birer anıtsal kimliğe sahip olmuş ve birçok eser ve obje Roma'ya ait sembollere ev sahipliği yapmıştır. Bu semboller Roma'yı dış dünyaya tanıtan en iyi halkla ilişkiler aracıdır.

Antik Yunan'da "demos" ve "kratos" kelimelerine dayanan demokrasinin varlığı, kapsamlı olmasa da gelişmiş bir halkla ilişkiler örneğini insanlığa sunmuştur. Kratos iktidar ve yönetme anlamına gelirken demokrasi halk tarafından yönetim veya halkın iktidarını ifade eder. Bu kavramla halkın



yönetme hakkına sahip olduğu belirtilmiştir. Bir diğer yaklaşım modern halkla ilişkilerin doğuşunu bu demokratik yapının gelişmesine bağlamaktadır. Böylece kurumsallaşmış halkla ilişkiler faaliyetlerinin hayata geçirilmesine imkan sağlanır (Ertürk, 2010:69). Yönetimin insan işi olmasından yola çıkarak, yöneten ve yönetilen olarak iki tarafın insanlardan oluşması halkla ilişkileri ihtiyat değil bir zorunluluk yapar. Bu düşünceden hareket ederek halkla ilişkilerin demokrasiyi sağlayan bir araç olduğu yorumu yapılabilir.

İnsanı etkileme çabasında olan halkla ilişkiler için yönetim kavramı kadar eski bir uygulama olduğu konusunda yorumlar yapılmıştır. Modern halkla ilişkileri kesin olarak ortaya çıkaran olay ve olgulara ilişkin ortak bir bilgi bulunmamaktadır. Ancak halkla ilişkilerin doğuşu ve gelişimi batılı ülkelerde benzer şekilde ortaya çıkmıştır. Batıda halkla ilişkilerin ilk aşaması olarak görülen devlet yönetiminin halkı bilgilendirme konusunda meydana geldiği belirtilir. Bu duruma ilk halkla ilişkiler örneklerinden biri olan Sümer medeniyetinde de rastlanılmaktadır. M.Ö. 1800'lerde Sümerler kendi çiftçilerine tarım ile ilgili bilgi vermek amacıyla tarım bültenlerine benzer halkı bilgilendirme yöntemi kullanmıştı (Erdoğan, 2006:45; Çamdereli, 2005:14). Bu bültenler geçim kaynağı olan halk için oldukça önemliydi. Daha önceki bir zaman dilimine ait olan M.Ö. 3000'de yine eski Teb'de papirüs üzerine yazılmış yarış ilanları, günümüz halkla ilişkiler bültenlerine benzer niteliktedir (Kilci, 2011:231).

Halkla ilişkilerin doğuşuna dair diğer bir bakış açısı, toplumsal ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulan örgüt niteliğindeki devlet ve devletin çevresi olan toplum ikilisi arasındaki uygulamalara dayanır. Polis adı verilen şehir devletlerinin bulunduğu Antik Yunan'da Agora Toplantıları, Eski Roma'da halkı etkileme amacıyla yapılan konuşmalar (forum) ilk halkla ilişkiler aracı sayılmıştır (Kalyon, 2006:13; Ertürk, 2010:66-69). Bu forumlarda bir topluluğu heyecanlandırıp harekete geçirmek üzere düzenlenen konuşmalardaki söylev sanatı, yöneticiliğe aday olan kişiler tarafından halkın önünde uygulanmaktaydı. Hitabet gücü olan, ikna kabiliyeti iyi olan kişiler yönetici seçilirdi. Aristo için konuşmacı da en az mesaj kadar önemlidir. Ancak bu konuşmalar kendini dinleyen kitleleri destekleyen tarzda yapılmalıdır. Bu nedenle hedef kitleyi tanımak inanç, tutum, ihtiyaç ve beklentilerini bilmek destekleyici ve ikna edici konuşmalar için son derece önemlidir. Konuşma yapanlardan biri, yöneticiliğe

seçilmek isteyen Demostenes'di. Daha sonra halkla ilişkiler alanındaki uygulamaları İmparator Augustaus, Büyük İskender ve Marcus Antonius takip etmiştir. Romalı olma gururunun aşılması, site/şehir yönetiminde iktidar olmak için halka ulaşmada kullanılan araçlardan biri olmuştur. Halkla ilişkilerdeki bu ilk uygulamalara yöneticinin halka tanıtılması ve halk tarafından desteklenmesi ifadelerini içeren Mezopotamya'daki tabletleri de ekleyebiliriz (Göküş, 1993:4). Ancak bu örnekler halkla ilişkileri örgütü çevreye tanıtmaya ve çevreden destek almak için yapılan planlı-programlı, geniş bir zamana yayılan etkili iletişim yöntemi (Zeybek, 2005:56) olarak çağdaş yönetimin bir parçası (Zeybek, 2005:55) olduğu bilgisine ulaştıramayabilir. Ayrıca bunlar halkla ilişkilerin modern uygulanabilir tanım ve kuramlarını vermemektedir. Ancak eski uygarlıklar, iletişimi sağlayan liderlik yardımıyla yönetsel sorun ve olaylara yaklaşımlarda tecrübe, bilgi ve yetenekleri kullanması kısmen de olsa halkla çatışmaları önlemiştir. İlkel dönemler de halkla ilişkileri örgütsel amaçları gerçekleştirmede etkili bir araç olarak kullandı. Bu yorumlar davranışsal yönetim yaklaşımının bir sonucu olarak öne sürülür.

Eski dönemlerde beraya olarak belirtilen yönetimin halka reaya, tebaa, parya veya kul anlayışıyla yaklaşan düşüncesi artık günümüzde hakim değildir. Halk çiftçi, köylü, esnaf, azınlık, tüccar olarak bu tebaa sınıfına mensup olan vergi vermekle yükümlü ve bunun karşılığında kamu hizmeti görmeyen geniş halk kitleleriydi. Halk vatandaş olarak artık yönetime katılan, yönetimle ilişkileri geliştiren, alınan kararlarda söz sahibi olan, daha kaliteli bir yaşam için yerel sürece ilgi duyan ve katkı sağlayan bir yaklaşımla demokratik bakış açısına sahiptir. Bu durum halkı pasif yurttaştan aktif yurttaş dönüştürmüştür. Pasif bulunma hali halka var olan düzene razı olma ve bu düzeni devam ettirme isteğini gösterir (Keloğlu-İşler, 2007:76-77). Ayrıca halkın pasifliği toplumsal düzen ve istikrarı, dolayısıyla huzuru ve güveni işaret eder. Bunun nedeni pasifliğin çatışma ortamına meydan vermemesidir. Yönetim bu çatışmaya meyil verecek sessizliğe ve olumsuz bir imaja neden olmamalıdır. Halkla ilişkiler kurularak yapılan açıklamalar yardımıyla yönetsel konularda bilgilendirme veya herhangi bir sorunda aydınlanma sağlanabilir. Böylece halkın desteğine veya en azından izlenilen politikalar hakkında pasif kalmasına ortam hazırlanır (Zeybek, 2005:69-71). Ancak halkın eskisi gibi yönetilen olmak yerine yöneten olma talebi içerisinde. Bu nedenle devletin işlem ve



faaliyetleri karşısında halk, çoğu zaman ya ilgisiz ya da destekçi olarak devlet lehine olumlu birer katılımcı olmuştur (Biber, 2006:11).

Kilisenin de bir yönetim olduğunu düşünürsek özellikle Ortaçağ'da en etkili yönetim olmuştur. Halkın kiliseye olan inancı doğrultusunda önemli bir güç kaynağı olduğu söylenebilir. Halkın gönüllü olarak kendi haklarından vazgeçmesi kilisenin gücünü arttırmasına ortam hazırlamıştı (Keloğlu-İşler, 2007:86). Kilise din aracılığıyla halkı kontrol edebilmekte ve halkın gönüllü olarak kendisine gelir sağladığı görülmektedir (Erdoğan, 2006:48). Kilise yönetimi din aracılığıyla ne yapması gerektiği ve ne yapmaması gerektiği konusunda Hıristiyan olan halka yasaklar ve emirler şeklinde ulaşmıştır. Bunun yanında Hıristiyanlığa karşı suç işleyenleri cezalandıran engizisyon mahkemeleri Avrupalıları yüzyıllarca korkuya boğmuş ve insanları ateşe vermişti. Kutsal mahkeme adı altında kilisenin kurduğu yargı mekanizması Ortaçağ Avrupası için karanlık çağı yaşattı. Din adı altında uygulanan şiddet tedirginli insanların doğmasına yol açtı. Engizisyon memurları ve Katolik hükümdarların halkla ilişkilerinde yaydığı korku ve dehşetten en çok Yahudiler ve Müslümanlar etkilendi. Dinler arasındaki olumsuz ilişkiler insanları iç savaşa sürükledi. Ötekine yaratılan nefret ile kiliseye olan bağlılık artmış ve köleleştirilmiş kesimleri doğurmuştur. Bu kesimlerin ikna olmasında kiliseye olan gönüllülük esastır. Diğer yandan kilisenin gücünü arttıran Hıristiyan inancını daha fazla yaymak için dini iletiler kullanılmıştır. Tanrının seçtiği kişi olarak görülen Papaya karşı gelmek Tanrıya karşı gelmek demektir. Bu nedenle kilisenin yaptığı işlem ve eylemler her zaman ve her yerde meşru görülmüştür. Mısır, Roma dönemi veya Ortaçağ Avrupa'sındaki dinsel iletiler, halkı yönlendirme amaçlı kullanılarak geleneksel yapılar (Keloğlu-İşler, 2007:86) inşa etmiştir. Bu şekilde halkın istenilen düşünce ve davranışı sergilemesi için ortam hazırlanır. Kilise bilinç yönetimi işlemi yaparak aforoz, endüljans, enterdi gibi ussal olmayan araçlarla kralları dahi dize getiren güçle halk ile istenilen ilişkileri kurmuş ve yönetmiştir. Reform hareketi ile halk ile ilişkileri bozulan Katolik kilisesi, kitlelere tekrar egemen olma imkanına erişebilmek (Keloğlu-İşler, 2007:86) için önceki dönemden farklı olan bir halkla ilişkiler faaliyeti yürütmüştür. Bu faaliyetlerin en önemlisi okulların açılması ve dini kaynakların basımıdır (Keloğlu-İşler, 2007:86). Artık baskı ve şiddet ikinci planda kalmıştır.



### 1. 2. 2. Gelişmekte Olan Halkla İlişkiler

Bilime verilen önemin ve teknik buluşların artışı sonucu düşün dünyasındaki gelişmeler 15. ve 16. yüzyıllarda halkla ilişkilere farklı bir nitelik kazandırdı. Matbaanın icadı hedef kitleleri artırmış, daha çok tanıtım daha fazla destek getirmiştir. İngiltere’de halkın görüş ve şikayetlerini öğrenmek amacıyla danışmanlar tutulması, Fransa’da tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi bu farklılığı açıklayabilir. Özellikle devlet teşkilatının çeşitli kademelerinde işlerin yasalara uygun bir biçimde yürütülmesi için ekonomik ve sosyal gelişmelerden sorumlu tutulan kamu yönetiminin halkla ilişkiler kavramı içerisinde yer aldığı görülür.

Halkla ilişkilerin 18. yüzyılında siyasi düşünür ve devlet adamları halkın rolüne önem vermiştir. 1742 yılında İskoçyalı düşünür David Hume’e göre “Devlet yalnız kanaat üzerine kurulmuştur, bu söz en özgür ve halkçı devletlerde olduğu gibi en despotik ve askeri devletler için de geçerlidir.” (Orrick, 1967:74). ABD başkanı Abraham Lincoln ise rızaya dayalı bir yönetim olarak demokrasiyi “halkın, halk için halk tarafından yönetimi” olarak tanımlar. Diğer bir ABD başkanı olan Thomas Jefferson (Tortop, 2001:69; Yatkın, 2003:5) ise halkın, yönetimi sadece yöneticilere bıraktığı zaman yozlaşacağını ve bu nedenle yönetimin tek güvenilir emanetçisinin halk olduğunu belirtir. Burada halkın rıza ve onayının ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Halkın genelinin istemediği bir yönetim kendi devamlılığını hiçbir zaman sağlayamaz. Diğer yandan marjinal grupların ortaya çıkmasını önleyen demokrasi anlayışı aynı zamanda azınlığın haklarını da öngören bir yapıyı ortaya çıkarır. 1820’de ise Amos Kendall’ın halkoyu araştırmalarına yönelmesi bu alanda hızlı bir gelişmeye yol açmıştır (Keloğlu-İşler, 2007:92).

Bu dönemden sonra yönetimde baskı ve korkutma yöntemi yerine rıza ve onay yöntemi seçilmiştir. Bilinç yönetimi ile istenilen kamuoyu yaratılarak yönetsel eylem ve işlemlerin onay ve rızaya dayandırma gerekliliği bir tür meşruluk sağlama zorunluluğundan meydana gelir. Baskının bulunduğu yönetsel yapının çağdaş yönetim kuramlarına ters düşmesi nedeniyle hedef kitlenin uzlaşmaya yönelik herhangi bir tavrı bulunmamaktadır. Bu yaklaşımdan yola çıkarak birçok yapısal ve işlevsel (Göküş, 1993:23) özelliği içinde barındıran örgütte olduğu gibi devletin egemenlik gücü de onay ve rızaya dayanır. Gerek

yönlendirmek gerek ikna etmek için kullanılan halkla ilişkilerin önemi, baskı ve şiddetle insanları yönetmenin mümkün olamayacağı gerçeği ile anlaşılmiştir. Toplumda bir güven, anlayış, uzlaşma ve olumlu bir imaj oluşturma amacı bu sistem ile mümkündür. Çünkü yönetimin kendi amaçlarına ulaşmada etkili olan iç ve dış hedef kitlelerle kurduğu iletişimin temelinde işbirliği, dayanışma, uyum ve uzlaşma konuları bulunur. İletişim aracılığıyla kendi yapısının işlevselliğini kabul ettiren kurumlar, hedef kitleleri tarafından destek ve kaynak görecektir. İşlevselliğini kaybeden kurumlar ise yerini çağın gerektirdiği yeniliklere ve ihtiyaçlara uygun kurumlara bırakır.

Halkı ön planda tutan halkla ilişkiler anlayışına 19. yüzyılda rastlanır. 19. yüzyıldan itibaren gelişen insan hakları, hukuksal yapı ve demokrasi yönetim ile halkla ilişkiler boyutunun değişmesine imkan sağlamıştır. Halka belirli bir iş yaptırma veya herhangi bir tutumun kabul ettirilmesini sağlama çabası (Uysal-Sezer, 1996:50) halkı bir kişiye, nesneye veya kuruma inandırma ihtiyacını doğurur. Yeni yönetim sistemi geleneksel, baskıcı, katılımın olmadığı, sadece yönetimin gereklerini yerine getiren Weberian bürokratik yapı (Çevik, 2007:75) yerine kitlesel iletişimi kullanarak halkın rızasına dayalı devlet yönetimini gerçekleştirmeye çalışır. Bu değişim kamusal politika, proje ve uygulamaların halkın desteğine dayanmaksızın başarısız olacağı gerçeğiyle ilgilidir. Katılımcı demokrasilerde halk, kendisine temsilci belirlemek yerine kitle iletişim araçları ile doğrudan katıldığını düşünmektedir. Karar aşamasında demokratik olabilmek için geniş bir halk kitlesine ulaşmak mümkündür (Zeybek, 2005:88-89). Bu anlayışla 1889 yılında ABD’de kurulan ilk halkla ilişkiler birimi, kitle iletişim araçları ile önemli bir kamuoyu yaratmıştır. Halkla ilişkiler faaliyetleri daha sonra bilimsel bir yapı kazanmaya başlayacaktır.

### 1. 2. 3. Gelişmiş Halkla İlişkiler

Kamu enformasyonuna dayanan 20. yüzyıl halkla ilişkiler döneminde halkla ilişkiler görevlisi veya uzmanı, bir tür gazeteci niteliğine büründü. Bazı gelişmelerle halkla ilişkiler ABD’de öncül bir karaktere sahip olmuş ve birçok ilgili dernek kurulmuştur. Basın anlayışını barındıran ([www.vikipedi.com](http://www.vikipedi.com), 2011) bu kavram günümüzün odak noktasını oluşturan müşteriler, okuyucular, izleyiciler, seçmenler vb. hedef kitlelerle ilişki kurma gereksinimi duymuştur.



Bu gereksinimle hareket eden New York'ta Ivy Ladbetter Lee adlı gazeteci, global bir şirketi olan John D. Rockefeller'in danışmanlığını yaparak tanıtım konusundaki uzmanlığını göstermiştir (Biber, 2003:42). Pennsylvania Demiryollarındaki kömür işçilerin yapmış olduğu grev sonucu karalanan Rockefeller (Tortop, 2001:71; Yatkın, 2003:5) kendi üzerindeki olumsuz imajı kaldırmak için Lee'yi görevlendirmiştir. Böylece Lee, günümüzün gelişmiş ilk halkla ilişkiler uygulamasına yönelmiştir. Bu adımlar 1914 yılında kamuya yaptığı birtakım açıklamalar şeklinde hayat bulur.

Lee, Rockefeller'in işyerinden kopuk olduğu düşüncesinden hareketle halkın tepkilerini değerlendiren ve raporlaştıran bir çizgi izlemiştir. Daha sonra 1906'da Rockefeller'a iyi imaj yaratma ile başlayan birçok halkla ilişkiler faaliyetine imza attı (Balta Peltekoğlu, 1993:17; Yavuz, 2006:3). Kamuoyu için kar amacı güden patron görünümü yerine yardımsever halktan biri imajı çizilmiştir (Yatkın, 2003:6; Balta Peltekoğlu, 1993:17). Lee, iyi bir imaj yaratarak Rockefeller'e yardımcı olmuş (Erdoğan, 2006:58) ve onun hakkında işçiler veya halkta olumlu düşünceler ve duygular oluşmasına imkan sağlamıştır. Oysa bu fabrikatör işçilerin yaşam koşullarından haberdar olmamakla suçlanıyordu. Rockefeller bu olumsuz görüşleri ortadan kaldırmak için maden ocağını ziyaret etmiş, çalışanlarla iletişim kurmuştur (Tortop, 2001:69). Rockefeller'in kamu yararına işleyen bir işletme izlenimi bırakması firmaya dönük grevleri sona erdirecekti. Bir hastane açmak, derneklere yardım etmek, kendi ailesiyle birlikte fotoğraf çekilmek (Tortop, 2001:70) gibi faaliyetler ve işlemler halk içerisinde olumlu izlenimlere ortam sağlamıştı. Halkın sempatisi ve sevgisini kazanmak, kurumsal sorumluluk altında kültürel ve sosyal faaliyetler yürütmek, spor ve eğitim gibi alanlara maddi destek sağlamak halkın maneviyatına seslenecektir (Tortop, 2001:72). İşçilerle yakın temas ve iyi bir aile babası görüntüsü bir patron için iyi bir imajdır.

Diğer yandan halkla ilişkilerin gazetecilik vb. diğer alanlardan ayrı bir disiplin olarak ortaya çıkışı 1800'li yıllara rastlar. Londra Halkla İlişkiler Enstitüsü Başkanı olan Paget-Cook'a (Göküş, 1993:5) göre bu kavramı ilk defa resmi olarak 1807'de ABD 3. Başkanı Thomas Jefferson 10. Kongreye gönderdiği mesajda kullanmış ve buradaki anlamının dış ilişkilerle ilgili olduğunu belirtmiştir (Keloğlu-İşler, 2007:81; Yatkın, 2003:5). Halkla ilişkiler simasını ABD'de göstermiş ve yine burada kendini geliştirmiştir. Bu kavramı



kullanan bir diğ er başkan Benjamin Franklin olacaktır. 1882 yılında ise Yale Hukuk Fakültesi'nden mezun olanlara "Halkla İlişkiler ve Hukuk Mesleğ inin Ödevleri" başlıklı bir konuşma dinletildi (Yavuz, 2006:3). Daha sonra 1897'de bu kavram Amerikan demiryolları ile ilgili "Demiryolu Yıllığı (Year Book of Railway Literature)"nda yer almıştır (Orrick, 1967:2,34; Tortop, 2001:69). Bu durumda halk ile ilişkilerde hangi kesimin egemen yapı olduğunu öğrenmek için halkla ilişkilerin araç ve yöntemlerini belirleyen tarafa bakılmalıdır.

1920'lerde halkla ilişkiler, ikna etme yöntemi olarak algılanmıştır. İkna etmeye dönük hizmet kampanyasını tanıtım kapsamlı algılayan Lee'nin varisi Edward L. Bernanys idi. Lee'nin "halkın bilgilendirilmesi" yaklaşımını "halkın anlaşılması" yaklaşımına çevirdi (Çamdereli, 2005:15-16). Halkla ilişkiler ruhunu firmalarda başlatan isim olarak tarihte yer alacaktır. Günümüze kadar ulaşan düşünceleri ile Bernanys halkla ilişkilerin sosyal avukatlığını yapmıştır (Saffir ve Tarrant, 1992:3). Daha sonra ilk halkla ilişkiler kolej dersini verdi. Aynı zamanda Sigmund Freud'un yeğeni olan Bernays'ın halkla ilişkiler kuramına dönük bakışında Freud'un "kitle psikolojisi" (Keloğ lu-İşler, 2007:111) kavramının etkili olduğu belirtilir. Bernays'ın halkla ilişkiler planlamaları yaparken psikolojinin halkla ilişkiler açısından önemini vurgular. Bu nedenle halkla ilişkiler kampanyası düzenleneceğ i vakit, ele alacağı düşünce ve yöntemler için programlanan planlarda bizzat kendisi psikologa başvururdu. Ayrıca Bernays "kamuoyu oluşturma mühendisi" olarak görülmüştür (Çamdereli, 2005:16).

Bernays gibi Lasswell ve Gustav Le Bon (Keloğ lu-İşler, 2007:110; Erdoğan, 2006:58) halkla ilişkiler kaygısı ve kurumsal yapısını oluşturmak için halkın düşüncelerini kontrol etmeye dönük bir yol izledi. Burada halk kitlelerinin ş uursuz olarak hareket ettiğ ini ve ne yapacakları belli olmayan irrasyonel davranışlar sergilediğ i belirtilerek kontrol edilmesi gerektiğ i düşüncesi benimsenmiştir. Le Bon (Erdoğan, 2006:33) halk olarak kitlelerin bilinçsiz hayatı olduğunu savunarak üst yönetimlerin haklı olduğ u varsayılan bir tarafı bulunduğ unu belirtir. İnsanların genel bir tutumunun olduğ unu ve bu tutumun üst yönetim aracılığ ıyla onları yönetmek için kullanılması gerektiğ ini düşünür. Sosyal bir psikoloji konusu olan halkla ilişkileri kamuyu istenilen düşünceyi düşünen, istenilen davranış sergileyen bir duruma getirme aracı yapmıştır. Bu şekilde iletişim becerisi halkla ilişkilerin küçük bir parçası olmuştur (Yıldız,

2010:28).

Diğer bir gelişme daha önce belirtilen Ekonomik Buhranın halk arasında hoşnutsuzluk oluşturması sonucu Başkan Theodore Roosevelt'ın, iktisadi bulanımdan kurtulmak için "New Deal"(Yeni Düzen) kararlarını açıklamıştır. Bu kararların halk tarafından benimsenmesi yolunda kapsamlı bir halkla ilişkiler faaliyeti yürütüldü. İşsizlik, enflasyon ve deflasyonun yarattığı toplumsal kaos nedeniyle halkı kontrol etmek için sosyal yasalar her zamanki gibi siyasal sisteme empoze edilmiştir. Krizlerin ardından patlak veren II. Dünya Savaşı sırasında ABD'de birçok özel kuruluşun halkla işbirliği yapmak için halkla ilişkiler uygulamalarından yararlandığı görülmektedir (Göküş, 1993:6). Burada halkla ilişkiler örgütlenmesinin en fazla bulunduğu ülkenin ABD olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Bu kavramın profesyonel ve özel sektör uygulaması olarak görülmesi ABD tarafından gerçekleştirilmiştir.

Başkan Roosevelt yanında Woodrow Wilson'un halkla ilişkilerin gelişmesine katkı sağladığı bilinmektedir (Keloğlu-İşler, 2007:103). Wilson sürekli olarak basın toplantıları düzenleyip Amerika'nın tutumunu ve düşüncelerini mesajlar yoluyla Beyaz Saray'dan tüm dünyaya yaymakta idi (Summak, 2001:16). George Creel'la birlikte I. Dünya Savaşına girme konusunda halkın desteğini sağlamak için yoğun faaliyetlere girişti. Bu amaç doğrultusunda The Committee On Public Information'un (Kamuyu Bilgilendirme Komitesi) altında Creel Comission (Creel Komisyonu) denilen bir komisyon kuruldu (Erdoğan, 2006:60). Bu şekilde ABD'yi hiç ilgilendirmeyen savaş Amerikalılar için en önemli unsur haline gelmiştir (Göküş, 1993:6). Daha sonra halkla ilişkilerin özel sektörde başlaması ve gelişmesiyle kamu işletmeciliği veya yönetim anlayışına geçilmiştir. Bu şekilde vatandaşa müşteri niteliğinin kazandırılması, kamu yönetiminde halkla ilişkileri sürekli gündemde tutmuş ve eskiye oranla daha fazla gelişme gösterdiği kaydedilmiştir.

Dünya için 1930'lar ise halkla ilişkilerin parlak bir dönem yaşadığı zamanı gösterir. Bundan dolayı halkla ilişkiler tanımı ve faaliyetlerinin kamu yönetimi anlayışında uygulanması bu kavramı zenginleştirmiştir. 1948 yılında kurulan Amerikan Halkla İlişkiler Derneğiyle (APRA) (Göküş, 1993:7) 1954'te halkla ilişkiler yasası kabul edilmiştir. İki yönlü halkla ilişkiler modeline geçilmesi yine bu dönemle başlar. Örgütsel ilişkilerin temelinde iknanın bulunması hedef kitle olan halk kesiminin istek ve beklentilerini yönetim



tarafından dikkate almasını sağlamış ve farklı bir yönetsel yapıyı meydana getirmiştir. Birçok değişik grup ve bireyi içinde barındıran halk hakkında yorum yapmanın, ne davranışta bulunacağını tespit etmenin ve netice olarak halkın beklentilerine cevap vermenin yönetim için birden zorlaşması, kurumları halkla ilişkilere yöneltmiştir. Merkezi yönetim veya yerel yönetimlerin sağlıklı ve iyi bir şekilde halkı yönetmeyi sürdürmesi, yürütmeye dair yetkilerini meşru kılmakla başarabilir. 1945'e gelindiğinde ABD'de halkla ilişkilerin işlevlerini ortaya çıkarmak adına W. Lippmann "Kamuoyu" adlı eserini yazdı. Lippmann savaş yıllarında halkla ilişkiler hakkında bilgi sahibi olmak için birçok sorunu gündeme getirmiştir (Göküş, 1993:7).

II. Dünya Savaşından sonra halkla ilişkiler anlayışının Avrupa ve diğer ülkelere yayıldığını görmekteyiz. Kanada, Fransa, Hollanda, İngiltere, Norveç gibi batılı ülkelerde halkla ilişkiler ajansları oluşturuldu (Keloğlu-İşler, 2007:48) ve bu alanda uzmanlar yetiştirildi. Özellikle İngiltere'nin halkla ilişkiler pratiğinin gelişmesinde büyük katkıları olmuştur. Batılı ülkelerde halkla ilişkiler birçok alanda daha geniş bir yelpazede yer almaya başlamış ve artık bilimsel bir yapı kazanmıştı (Saffir ve Tarrant, 1992:3).

1950'lerde üstün bir iletişim alanı ile artan küresel ve yerel rekabet ortamı sayesinde (Çevik, 2007:238) daha ileri teknoloji kullanımı gerçekleşti. Bu durum halkla ilişkilerin kendi içerisinde yenilenmesi gerekliliğini doğurmuştur. Dolayısıyla kuram ve yaklaşımlarda değişiklikler meydana gelmiş ve küresel piyasanın kapsadığı alan ve kurumların artışıyla rekabet ortamı daha zor bir hal almıştır (Türk ve Akçay, 2010:148). Özellikle küreselleşme sürecinde halkın desteği ve yardımına daha çok ihtiyaç duyulması, örgütlerin halkla ilişkilerini daha düzenli ve iyi bir şekilde sürdürmesine zemin hazırlamaktadır. 1960'lı yıllarda radyonun bireysel iletişim aracı olması ve televizyonun da başlıca iletişim aracı olarak karşımıza çıkması, daha çok hedef kitleye ulaşmak için halkla ilişkilerde önemli bir gelişme sayılmıştır. Yönetim, çevresindeki kitleleri genişletmek amacıyla benzer halkla ilişkiler yöntemlerine başvurdu. Gerek radyo istasyonları ile ayrı ayrı bulunan halklara uyacak programların yayınlanması, gerekse uydular aracılığıyla televizyon yayınlarının gelişmesi ülkenin kültürel yapısını dünyanın her yerindeki halka sunabilecek imkana eriştiren araçlar haline gelmiştir.

Halkla ilişkilerin ABD dışındaki dağılımına bakıldığında ilk başta



İngiltere gelir. İngiltere Başbakanı L. George genel seçimlerde halkla ilişkiler faaliyetini hayata geçirmiştir. İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü ise birçok alanda halkla ilişkiler konusuna hitap ediyordu (Göküş, 1993:7). 21. yüzyılda ABD dışında reklam ve medya alanları içinde bağımsız olarak ortaya çıkan halkla ilişkiler, Schiller ve Ewen gibi düşünürlerin deyimiyle bilinç yaratma işlevinin bir parçasıydı. 1946 yılında bu faaliyetleri planlayan uzmanlar, İngiliz hükümetinin isteğiyle Merkezi Enformasyon Bürosu adlı örgütlenmeye dahil edilmişti (Göküş, 1993:6-7). Fransa'da ise halkla ilişkiler konusu tartışmalıdır. İlk modern halkla ilişkiler örneğinin Fransa'da ortaya çıktığını iddia eden yazarlar da bulunmaktadır. Ancak geniş bir akademik çevre halkla ilişkilerin ABD'de çıktığı konusunda hemfikirdir.

Fransa halkla ilişkiler örneklerinden birini II. Dünya Savaşının yıkımını üzerinden atmak ve bu yıkımı verimliliğe dönüştürmek için halkla işbirliği yapma yöntemi olarak göstermiştir. Yeniden inşa amacının yeterli destek ve kaynağı, halkla ilişkiler faaliyetleri ile karşılanacaktır (Göküş, 1993:8). Bu amaçla veya genel olarak halkla ilişkiler, iletişimi temel iyileştirme eylemlerinden biri olarak kullanmıştır (Öztemel, 2001:275). Aynı şekilde Almanya, 1958'de yine Avrupa'nın genelini ilgilendiren II. Dünya Savaşının kayıplarını gidermek adına ve demokratikleşme çabalarında halkla ilişkiler konusuna sarılmıştır. Yönetim ve halk ilişkileri güçlendirilerek, yıkılmış olan Almanya yeniden inşa edilmişti. Bu dönemde halkla ilişkiler bir tür meslek örgütü olarak sanayi bölgeleri (Rheine sanayi bölgesi) ve belediyelerde halkla ilişkiler büroları kurmaya başladı. Kısacası dünyada modern halkla ilişkiler dönemi 1950-1960 yılları arasına denk düşmektedir (Göküş, 1993:8).

1960'ta katılımcı yönetim olarak görülen halkla ilişkiler gelişerek, 1980'lerde demokratikleşme ve küreselleşmenin rasyonel olgusu olarak ortaya çıkmıştır. Demokrasi ve liberalizm anlayışının gelişmesiyle halkla ilişkilerin günümüzdeki yeri ve önemi daha da artarak devam etmiştir. Büyüyen örgütler nedeniyle gitgide çevresi genişleyen yapılar, Taylorizm ve Fayolizm anlayışının bireysel ilişkilerinden halkla ilişkilere doğru bir adım atmıştır (Çevik, 2007:74). Bireyler artık daha geniş haklar ve katılıma uygun kurumlar oluşturulmasını istemektedir. Dolayısıyla örgütlerde Frederick W. Taylor ve Henri Fayol'un (Zeybek, 2005:8-9) hedef kitlenin pasif nitelikte bir özellik gösterdiği klasik yönetim kuramı değişmişti. Örgüt kendi devamlılığını sağlamak için artık

bulunduğu çevreyle uyumluluğu gözeten, çevrenin beklentilerine göre hareket edebilen bir örgüt yönetimi anlayışı yerleştirmektedir (Ertürk, 2010:80-85).

Toplumsal sistemi günümüz halkla ilişkilere ulaştıran bu gelişim, yönetsel yapının fiziksel koşullara verdiği önemi değiştirerek klasik yönetim anlayışının yerini insan ilişkilerine dayanan anlayışa bırakmıştır. Bu öngörü örgüt tarafından fiziksel koşulların işin gerektirdiği ilkeleri arka planda bırakmasıyla sağlanmıştır. Elton Mayo ve ekibinin araştırması ile ortaya çıkan davranışsal yaklaşımdan önce örgütiçi halkın sadece maddi çıkarılara göre güdümleneceğini belirten bir anlayış bulunmaktaydı (Çevik, 2007:78). Bu nedenle halkla ilişkiler yapısı ve işlevleri örgütleri insanileştirme amacını öne çıkaran yaklaşımla örgütün insani yönüne dikkat çekmeye çalışır. Oysa daha önce yönetim, sadece örgüt ile çevresindeki halkı iyi gözlemleyip gerekli önlemleri almakla yükümlüydü. Yeni yaklaşımla yönetici ve personelin davranışları halkla ilişkiler ve buna bağlı olarak örgütün başarısını arttırmada en önemli öge haline gelmiştir. İç ve dış halk ile yönetim arasındaki uyum ve denge örgütün insana bakış açısına dayanır (Orrick, 1967:70). Örgüt çalışanlarının üst yönetimle olan olumlu ilişkileri sonucu çevresinde olan dış halka bu uyum ve huzuru yansıtması, örgütün amaçlarını gerçekleştirmede bir yapıtaşını oluşturur (Orrick, 1967:70).

Örgüt odaklı yönetim yerine insan odaklı yönetim anlayışıyla hareket eden çağdaş örgüt kuramlarında çevreyi ifade eden halk ön planda bulunur. Daha demokratik yani katılımcı ve şeffaf yönetilmek isteyen halk, karşılıklı ilişkiler kurarak halkla ilişkilerin önem kazanmasını sağlamıştır (Zeybek, 2005:139-141). Örneğin bilgi edinme hakkı, kentli hakları gibi üçüncü kuşak hakların ortaya çıkışıyla iletişim olgusunun gelişmesi halk-yönetim temasını arttırmıştır. Bilgilenme amaçlı tanıtım ve tanıtma araçları halk-yönetim arasında iki yönlü ilişkileri doğurmuş ve dolayısıyla halkın denetim olgusunu güçlendirmiştir. Yönetim-halk temelli iletişim anlayışında uzlaşmaya dayalı yönetsel yaklaşımların zemininde belli ve örtük amaçları gerçekleştirme ideali bulunur. İki yönlü olmayan halk-yönetim teması halkla ilişkilerden uzak, propaganda niteliği kazanarak gerçek-dışı faaliyetlere dönüşür (Tortop, 2001:74).

İlk etapta sanat şeklinde doğan halkla ilişkiler halkta ilgi uyandırma ve yönlendirme niteliğine sahipti (Özdönmez ve diğerleri, 1999:3). Ancak



uygulamalı bilim dalı biçiminde şekil değiştirerek bir mesleki kola dönüşmesi 20. yüzyıla rastlar (Yavuz, 2006:4). Mesleki alanın halkla ilişkilere dahil edilmesi, eğitim kapsamında değerlendirilmesini de sağlamıştır. Her mesleğin uluslararası ve ulusal standartları bulunduğu gibi halkla ilişkilerde de meslek etiğinin uygulanabilirliği konusunda belli standartlar belirlemeye yönelik eleştiriler ortaya konulmuştur. Diğer taraftan toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilecek mesleki standartlara sahip çıkmak ve bu standartları yaygınlaştırmak gerekir. Çünkü halkla ilişkilerin uygulama aşamasında bazı farklılıklar göstermesi kavramın yanlış algılanmasına yol açabilir (Ertekin, 1978:70). Birtakım abartılı faaliyetler ve medyanın etkisiyle oluşturulan gerçekçi olmayan imaj yerine güvenilir, kendisine saygı duyulan bir kurum imajını oluşturmak örgüt için daha yerinde bir karar olacaktır.

Kurum imajını belirleyen felsefi ve kültürel değerler yardımıyla kurumlar varlığını sürdürebilir (Kalyon, 2006:29). Aynı amacı içeren kamu yönetimindeki yeni arayışlar, daha şeffaf ve dolayısıyla halkın katılımını öngören yönetsel yapıyı gerektirir. Devletin varlık sebebi olan toplumsal taleplere karşılık verme amacı katılımın artmasıyla mümkündür. Bu taleplerden devletin haberdar olması şeffaflık ilkesi sonucu gerçekleşir. Ancak bu şekilde yönetsel etkinlik sağlanabilir. Halkın katılımını sağlayacak projeler üretilmesi ile halkla ilişkiler kurulması şeffaf bir yapı oluşturur. Yönetsel yapı içerisindeki katılımın örgütiçi sosyo-psikolojik anlayışa dayanması ([www.figentoksu.com](http://www.figentoksu.com), 2011) halkın katılımını belirleyen etkenin iletişim olgusu olduğunu gösterir. Bu katılımcı demokrasinin gündeme gelmesiyle halkla ilişkileri geliştiren en önemli faktörün temsil krizi olduğu fark edilir (Ökmen ve Görmez, 2009:12).

IPRA tüm üyelerine Uluslararası Ahlak Yasası'na uyma zorunluluğu (Kalyon, 2006:17) getirmekte ve uyulmadığı takdirde ilgili halkla ilişkiler görevlisi Konsey tarafından yaptırıma tabii tutulmaktadır ([www.ipranet.org](http://www.ipranet.org), 2011). Genel olarak bu yasa açıklık, dikkat, doğruluk-dürüstlük ve toplumsal yararlılık ilkelerine dayanır (Budak, 1995:55). Görünürde yöneticileri yönlendiren halkla ilişkiler uzmanları bu yasaya uymak zorundadır. Ahlak yasasının uygulandığı her ülkede halkla ilişkiler konusunda farklı yasal düzenlemeler yapıldı. 1967 yılında halkla ilişkiler alanındaki etik kuralları birleştirmek ve bu alanın bağımsız bir alan olmasını sağlamak için konferans verildi (Tortop, 2001:73). Halkla ilişkiler etiğini oluşturmaya çalışan örgütler



arasında The Institute of Public Relations (Halkla İlişkiler Enstitüsü) adlı kurum da yer almaktadır (Howard, 1992:195). 1978 yılında Meksika’da toplanan Dünya Halkla İlişkiler Dernekleri Toplantısı aynı amaçlara hizmet etmiştir. Toplantıda halkla ilişkilerin modern bir uygulama olarak ve her türlü değişimi kendi bünyesine uyarlayarak iletişimi geliştirdiğinden bahsetmiştir. Ayrıca araştırmacı kimliğiyle sanat ve bilim dalı olduğu konusuna da işaret etmiştir. Daha sonra Dünya Halkla İlişkiler Forumu ([www.wprs2010.se](http://www.wprs2010.se), 2011) ve CERP (Halkla İlişkiler Avrupa Konfederasyonu) halkla ilişkiler meslek dalına birçok katkı sağlayacak ilkeler belirledi (Kalyon, 2006:18).

25 Ekim 1991 Roma Bildirgesi ICCO (Uluslararası Halkla İlişkiler Danışmanlık Şirketler Birliği) tarafından halkla ilişkilerin uluslararası meslek bildirgesi olarak kabul edilmesi ve 18 Haziran 1997’deki Helsinki Dünya Halkla İlişkiler Kongresinin halkla ilişkiler mesleğinde kalite konusuna değinmesi bu alana dair diğer gelişmelerdir. Bu doğrultuda belirlenen kalite anlayışını gerçekleştirmek için Paris’te IQPR (Uluslararası Halkla İlişkiler Kalite Enstitüsü) adlı enstitü kuruldu (Kalyon, 2006:18). Özellikle ICCO’nun 2005 yılı içerisinde dünya ülkelerin bulunduğu araştırma raporunda Türkiye’de halkla ilişkilerin en yoğun olduğu sektörlerin iletişim, sağlık ve perakende satış olduğunun belirtilmesi dikkat çekici bir sonuçtur (Helvacıoğlu, 2008:148). “Global Bir Toplumda Halkla İlişkiler ve İletişim İçin Bir Eylem Çağrısı” adı altında 15 Haziran 2010 tarihli Stockholm Antlaşması da halkla ilişkiler mesleğini gündeme taşıyan bir diğer gelişme olarak günümüze taşınmıştır ([www.promedia.com](http://www.promedia.com), 2011). Lizbon Halkla İlişkiler Ahlak Kuralları (Balta Peltekoğlu, 1993:167) da bu alanda benzer ilkeler ortaya koymuştur.

Halka yönelik bir afiş veya ailesi ile birlikte gösterilen siyasetçi, kendi adaylarına sempatik görünecektir. Fransa’daki 1974 başkanlık seçiminde bu yöntem izlenmişti (Ertekin, 1978:67). Buna benzer siyasi konularda kurum veya kişiler televizyon gibi kitle iletişim araçlarını veya afiş, el ilanı gibi yazılı araçları halka ulaşmak için uygulamaya geçirir. Siyasi amaçlarda kullanılan kitle iletişim araçlarıyla halkla ilişki kurulması, halkın sempati ve desteğini sağlamaya yetecek geçerli bir imaj yaratır. Bu araçlar, imaj kavramının zayıf ve ölçülmesi zor olması nedeniyle çoğu insana yanlış inanç sağlayabilir (Ertekin, 1978:67). Çünkü güvenilirlik ölçümünü herkesin yapması beklenemez. Amaç adaya en iyi şekli veya kabul edilebilir bir görüntüyü yaratmaktır. Kurumların veya kişilerin yalan

yanlış bilgiler yayması, yaşanmamış olay ve olguları yaşanmış bir şekilde göstermesi, doğruluk ve dürüstlük ilkesine ters düşmesi gibi durumlar çok az kişi veya grup için önemlidir (Yatkın, 2003:19). Dışlanma kaygısıyla çoğu insan, genel kanaate ayak uyduracaktır. Halkla ilişkilerde genel-geçer nitelikteki bu düşünceye uyum sağlayan araç, yöntem ve teknikler geliştirilir. Sonuçta her şey herkes için görüldüğü gibidir, şeklinde bir algı bulunmaktadır. İster siyasal ister kar elde etme amacı olsun tercih edilmek, halkın üzerinde olumlu bir izlenim bırakılmasıyla ilgilidir. Dolayısıyla halk ile samimi bir ortam yaratmak ve ulaşılmaz bir imaj çizmemek gerekir (Ertekin, 1978:67).

İmaj yaratmada etkin rol oynayan kitle iletişim araçlarının önemi, 1952'deki ABD başkan yardımcılığı adaylığında daha iyi anlaşıldı. Televizyonda yapılan duygusal konuşmalara bağlı olarak halkla ilişkilerle hemen hemen her gün geniş kitlelere kolay bir şekilde seslenme yolu açılmıştı (Ertekin, 1978:68). Siyasetçi veya bürokratların söylevleri televizyon aracılığıyla taşınabilmekteydi. Bu nedenle tüm toplumsal etkinlikler ve dolayısıyla halkla ilişkilerde bu araç, zorunlu bir geçit noktası haline gelmiştir. Geçmişte forum ve Agora toplantılarında yapılan konuşmalar günümüzde televizyon ve radyo aracılığıyla aynı yöntem, fakat farklı araçlarla kitlelerin tercihlerini değiştirmeye devam etmektedir.

Diğer bir halkla ilişkiler modeli veya tarihsel gelişim, Grunig ve Hunt tarafından atılır (Keloğlu-İşler, 2007:44; Erdoğan, 2006:13). Onlara göre halkla ilişkiler araştırmaları akademik bir kaygıyla irdelenmelidir. Bu dönemde uygulayıcıların halkla ilişkilerin tanıtma fonksiyonu ile örgütlerin rakipleri karşısında büyük bir destek ve ilgi alarak ortaya çıkmasını sağlarken, 20. yüzyılda tek yönlü kamu enformasyonu modelini kullanmıştır (Ertürk, 2010:80). Bu dönüşüm tek yönlü bilgilendirme amacı taşımaktadır. Daha sonra hoşgörü ve anlayışın karşılıklı olarak geliştirildiği iki yönlü halkla ilişkiler fonksiyonu gündeme gelmiştir (Ertürk, 2010:80). Ancak bu faaliyeti yürüten uzman veya görevlilerin yönetim ile halk arasındaki denge ve uyumu sağlaması, halkla ilişkilerin mesleki alanının ağırlık kazanmasına zemin hazırladı. Özellikle dünya savaşları sonrasında kentleri iyileştirmek amacıyla yeni dünya düzeninin kurulmaya çalışılması halkla ilişkiler sayesinde olmuştur.

Başka bir yorum da sanayileşmeyle ilgilidir. Sanayileşmenin ilk dönemlerindeki olumsuz yaşam koşullarının ortaya çıkardığı erken ölüm ve



hastalıklardan dolayı ciddi düşüş yaşayan insan nüfusu koruma altına alındı. Halkla ilişkiler bu dönem içinde her ulusun kendi geleceğini asgari düzeyde güvende tutma amacını taşımıştır. Bu amaç dahilinde işletme ve fabrikaların insanileştirilmesi olayından bahsedilerek insan unsurunun ön plana çıkartılması (Tortop, 2001:71) halkla ilişkilerde birtakım olumlu gelişmeleri beraberinde getirmiştir.

### 1. 3. Halkla İlişkilerin Önemi ve Gerekliliği

İnsan olarak sosyal, ticari ve idari yapılar içinde yaşarız. Fiziki dünyanın kendine has kanunları olduğu gibi sosyal sistemin de tabii olduğu kurallar vardır. Bu sistemin işleyişini yönetsel yapıların toplumsal sistemlere uyumu belirler. İçinde bulunulan yapının iyi işlemesi ve başarısı halk içerisinde kendiliğinden oluşan kurallara bağlı olarak gelişir. Halk içerisinde belirlenmiş olan bu kurallara uyulmaması bir çelişki oluşturur. Sosyal yapıların çözülmesi, ticari işletmelerin iflas etmesi veya devletlerin yıkılması toplumsal çelişkiler sonucu gerçekleşir. Bu nedenle yönetim çelişki oluşturabilecek düşünce ve davranış kalıplarıyla mücadele içinde olmalıdır. Toplumsal çelişki olması gerekenle yaşanan arasındaki uyumsuzluk, kanunda belirtilenler ile uygulanan arasındaki tutarsızlıktır. Halk-yönetim arasındaki zıtlık toplumda gerilim oluşturur ve sisteme zarar verir. Yönetsel çelişki daima sistematik problem oluşumuna sebep olmuştur. Büyük devletler ve imparatorlukların yıkılması hep içinde barındırdıkları toplumsal çelişkilerin büyümesiyle oluşur. Örneğin, yönetsel davranışı şikayet eden azınlık yerine çoğunluk olsaydı toplumu yönetebilir bir durum ortadan kalkmış olurdu. Çelişkili davranışlar yüzünden artan şikayetler yönetsel yapının işleyişinde ciddi problemler meydana getirir. Bu nedenle özellikle kişi veya azınlığın yönetiminden çoğunluğun yönetimine geçişte idari profesyonellik ve idari ehliyeti oluşturan halkla ilişkiler faktörlerine önem verilmelidir. Bunun sonucunda sosyal sistemin işleyişinde ortak akıl oluşturulur ve yönetsel kararlar bu ortak akla mal edilmeye çalışılır.

Uygulama alanı ve düzeyine göre farklı adlandırılan halkla ilişkilerin dünyada olduğu gibi Türkiye’de de genişleyen bir yapısı vardır. Bunun temelinde, evrensel veya ulusal sorunların halkın ve sivil toplum kuruluşlarının yönetime birlikte katılımı ile çözüleceği öngörüsü bulunmaktadır. Politikalar



üzerinde etkin bir şekilde katılımı sağlayan sivil toplum kuruluşları, halkla ilişkilerini sağlam kurarak oluşturduğu bilinçli ve duyarlı kamuoyuyla birlikte hareket eder (Özdönmez ve diğerleri, 1999:9). Kamuoyunun her daim kuşku duyduğu otorite, katılım sonucu denetim altına alınabilir. Denetim doğrudan yönetimi zorunlu kılar. Doğrudan yönetim doğrudan halkla ilişkileri getirir. Bu zincirleme yaklaşım, yerel düzeyde de geçerlidir. Dolayısıyla toplumun kendi içerisinde ve toplumlar arası ilişkilerde halkla ilişkilerin uzlaşma aracı olarak önemli bir rolü bulunmaktadır.

Bireylerin yöneten ve yönetilen şeklinde karşılıklı iletişimini anlatan yönetim yardımıyla yönetenlerin yönetilenler üzerindeki egemenliği değişmektedir. Özellikle iş dünyasında sürekli değişen yönetsel yapı, yeni düşüncelerin önemini arttırmakta ve piyasaya tutunmak için kaliteyi gösteren imaj gibi gösterge bilimine dayanan kavramlara yer vermektedir. İmaj yaratma işi ve etkinliği de halkla ilişkiler alanına girer. Çünkü tüm yönetim alanlarında iletişim, kendiliğinden gerçekleşen bir yapı olmadığından dolayı geniş kapsamlı uğraş isteyen bir işlevi bulunmaktadır. Birçok halk kesiminin yönetimde söz sahibi olmak istemesi ve var olan egemenliğin paylaşımında bu kesimlerin ikna edilmesi günümüz rekabet ortamının gerekli bir sonucudur (Zeybek, 2005:39). Halkla ilişkilere dair işlevlerin zorunlu olarak iletişim çerçevesinde hayata geçirilmesindeki önemli halkı tanıma, örgüt ve çevre koşullarını iyileştirme ve geliştirme, tanıtım etkinlikleri, haber ve bilgileri duyurma ve yayma, yönetim ve örgütün gerçekleştirdiği genel ve özel görevlere dayanmaktadır (Karakoç, 1996:39).

Halkla ilişkiler ile gerekli bilgilendirmenin yapılması, beklentilerin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak hizmetlerin kolay bir şekilde yürütülmesine katkıda bulunur (Kalyon, 2006:22). Muhatap olmaktan öte katılım olgusunu barındıran bilgi edinme ve bilgilendirmeye dayalı şeffaf kamu yönetimi anlayışı, hukuk-dışı uygulamaları ve yolsuzlukları önleyerek yönetimin keyfi bir şekilde hareket etmesini engelleyecektir (Çolak, 2005:531). Halkla ilişkiler adına kullanılan teknolojinin tanıma, tanıtma kapsamında imaj, duyuru gibi algılara dayanması halkın belediyesi veya halkın yönetimi kavramı için yeterli değildir. Ancak Lipmann, *The New Public* (Yeni Kamu) dergisinde editörlük yaparken 1914'de *Drift and Mastery* isimli bir kitapta yazdıklarına bakıldığında, halkı bilgilendirmeye az çaba gösterilmesi ve kitleleri kontrol edilmesi gerektiğinin

üzerinde durmuştur (Orrick, 1967:74). Ona göre imaj kavramıyla hayal ve ilizyon yaratma, demokrasilerde halkın onayını almak için yeni bir sanat biçimiydi (Erdoğan, 2006:61). Çoğu bilgi ve haber yoksunluğu, bazı insanların bilinç yönetimine dayandırılabilir (Erdoğan, 2006:61).

Neticede yönetimin en önemli ögesi olan insanlar kendi yaşamlarının devamlılığını sağlamak için bilgilendirme temelli bireysel, grupsal veya sanal iletişimi kullanarak ihtiyaçlarını giderir ([www.promedia.com](http://www.promedia.com), 2011). İnsanların her daim kendini tanıtmak, kanıtlamak, sorunlarını açığa vurma, birtakım gereksinimleri belirtme gibi amaçları olacaktır. Ancak asıl incelenen konu örgüt amaçları çerçevesinde iletişime dayanan halkla ilişkiler konusudur (Onar, 2010:105). Bu şekilde bilgi ve belge yönetimi yapılarak (Biber, 2006:85) bilginin derlenmesi, düzenlenmesi, erişimi ve yayınlanması süreçleri takip edilmektedir. Örgütsel amaçları gerçekleştiren tanıtım ve basın modeline uygun olarak halkla ilişkiler faaliyetleri iletişim yardımıyla harekete geçirilir. Örgüte yeni üye kazandırmak yanında (Onar, 2010:117) hedef kitlenin sadakatini sağlamak için bu kitleyi tanımak ve örgütü hedef kitleye iyi tanıtmak (Ertekin, 1978:70) şeklinde değişik türde halkla ilişkiler işlevleri görülmektedir. Tanıtım itibarıyla gazeteci olarak görülen halkla ilişkiler görevlisi gerçek anlamda halkla ilişkiler çabasını sergilerken halkın sorunlarını, istek ve beklentilerini örgüt yönetimine aktarması ile sunulan hizmetler açısından memnuniyetin sağlanması mantığı ve duygusuna sahiptir (Ertürk, 2010:14-15). Bu görevliler, karşılıklı olarak örgüt ve halk arasında optimum uyum sağlama ve anlaşma için kendi yapısal işlevlerinde birtakım değişikliklere gitmiş ve gelişme sürecine dahil olmuştur (Ertürk, 2010:14-15).

Özellikle kriz yönetiminde destek yaratılması ve yeniden yapılandırmaya karşı direnç gösterebilecek çıkar çevrelerinin gücünün kırılması, halkla ilişkilerin olumlu yönde tutulmasına bağlıdır. Halkla ilişkiler krizden önce veya sonra kullanılarak örgüt içi ve örgüt dışından gelebilecek aleyhte sesleri kısabilir. Kriz anında özellikle medya aracılığıyla örgütün izleyeceği halkla ilişkiler politikası, kriz sonrası kurumun alacağı konumu belirler ([www.promedia.com](http://www.promedia.com), 2011). Kamuoyu desteğini almayan veya çevresine uyumluluk göstermeyen örgüt, yürüttüğü yönetsel gerekler ile halkın beklentileri arasında uyumsuzluğa yol açar. Bu durum kriz ortamını yaratarak örgütü maddi ve manevi zarara uğratabilir. Krizler, daha çok örgüt ve çevresi etrafında



meydana gelen değişimlere örgüt yapısının ayak uyduramamasından dolayı ortaya çıkar (Akdağ, 2005:3). Örgütün şöhreti, geleceği, kar edinmesi ve güçlü bir nüfusa bağlı olması, izlediği kriz yönetimindeki halkla ilişkiler uygulamasına bağlıdır (Erdoğan, 2006:262).

Özel sektörün müşteri çekme ihtiyacının ve siyasi partilerin iktidar mücadelesi konusunun daima “halk” olması, tanıma ve tanıtma işlevlerine önem verilmesine ortam hazırlar. Dolayısıyla halk ile ilişkileri geliştirme çabasına düşen tüm örgüt ve yöneticilerin hedefinde, toplumda önemli bir nüfuz elde etme ve kendi devamlılığını sağlama amacı bulunur. Bu nedenle yıllar yılı sosyal bilimciler halk kitlelerini düzene geçirme, yönlendirme ve biçimlendirme üzerinde durmuştur. Bunu gerçekleştiren bir mekanizma olarak halkla ilişkiler “bilinç yönetimi” kavramını kullanır (Erdoğan, 2006:183). Bilinç yönetimiyle halkla ilişkileri kullanan uygulayıcılar, kitleler halinde var olan insanların değer yargılarını tanıyarak birer güç alanına dönüşmüştür (Keloğlu-İşler, 2007:94). Örgütlerin veya yöneticilerin insanların zayıflıklarından yararlanarak hayatlarını daha katlanabilir bir biçime çevirme talebine dayanan ihtiyacından faydalanmak istemesi, halkla ilişkileri bir bilinç sömürüsü haline getirmiştir. Sonuç olarak yönetim unsurunun belirtildiği her yerde halkla ilişkiler uygulamasından söz edilebilir ([www.mufetder.org](http://www.mufetder.org), 2011).

Genel olarak kamu yönetiminde görev ve sorumlulukların artışı ve yetkilerin azaltıldığı düşünülürse halk tarafından yapılan kaynak aktarımının kontrolü için yapısal değişikliklerin hayata geçirilmesi gerekir. Bu reformlara karşı çıkar gruplarında ortaya çıkan bazı tepkileri meydana getiren faktör, yönetsel kesimlerin bir düşünce ve davranışa bağımlılığın veya alışkanlığın değişmesinden doğan huzursuzluğu dile getiren psikolojik olay ve olgulardır. Bu durumda yönetimin karşı karşıya kaldığı sorunları (Karaosmanoğlu, 2002:13-14) ve olağan suçlamaları direk olarak yönetime gitmesini engellemek için halkla ilişkiler çözüm önerisi olmaktadır. Güvene dayalı ve uzlaşmacı bir tavır sergilenerken (Karadeniz, 2008:105-108) ortak amaçlar için etkileşim sürecinde kaynak girdisi sağlamak ve devlet yönetimi ile halk arasındaki ilişkileri özgür ve demokratik kılmak gerçek anlamdaki halkla ilişkilerin doğal bir sonucudur. Her daim devlet-toplum karşıtlılığının ortadan kaldırılması halkla ilişkilerin kurulmasına bağlıdır (Ertürk, 2010:60).

Yönetimin halktan elde edilen bilgilerle tanıma faaliyetini



gerçekleştirmesi kamuoyunu etkileme ve yönlendirmeyi sağlar. Halkla ilişkilerin bu amacı, düşünceleri şekillendirme etkinliklerine bir zemin oluşturmaktadır. ABD'nin formel olarak kurulması ve anayasanın kabul edilmesi, halkla ilişkiler faaliyetinin planlı yönlendirme işlevi sonucu gerçekleşir (Keloğlu-İşler, 2007:90). The Federalist Paper adında oluşturulan 85 kitapçık ABD kamuoyunu etkileyen ve birtakım değişimlere yönelten faktörlerden biridir (Keloğlu-İşler, 2007:90). Kitlelerin ilgisini çekmek ve bu ilgiyi kabullenmeye dönüştüren davranış kalıpları için halkla ilişkiler çalışmaları ikna etme yollarını aramıştır. İmaj adı altında halkı yönetsel karar ve faaliyetlerin yararına inandırma çabası, halkla ilişkiler yöntemi olarak kullanılır. Bu süreç içerisinde yönetim, halktan gelen tepkileri değerlendirerek geri dönüt yapar ve yönetsel sorunları çözmeye çalışır. Yönetsel sorunların baş göstermesiyle çalışanlar ve müşterilerin firmaya bağlılık ve sadakati imaj krizinin oluşmasıyla son bulmaktadır (Erdoğan, 2006:227).

Devlete başvuru yapan vatandaş herhangi bir sorunla karşılaştığında akraba, arkadaş veya siyasi partiden birini tanıma ihtiyacı hisseder. Kamu kurum ve kuruluşlarında sıra bekleme sorunu bu yöntem yardımıyla giderilmeye çalışılır. Oysa başvuruları alan bir birimin varlığı, görev ve sorumluluk alanı dışına çıkan işlem veya eylemlerden bürokrasiyi kurtarır. Bu durum sadece halktan gelen talepleri karşılamakla kalmayıp yönetsel yapıdaki karmaşıklığı ve merkezileşmiş bürokrasinin alt yöneticiler ve memurlar üzerindeki baskısını da azaltacaktır. Alınan başvuruların gerekli birimlere aktarılması işlemi ancak doğru işleyen halkla ilişkiler faaliyetleri ile mümkündür. Hatır saymak için yapılan adam kayırma nedeniyle beliren aracılardan ortadan kaldırılması, hem partizanlık hem de akraba veya tanıdık kayırmacılığını engelleyecektir. Dolayısıyla halkla ilişkiler olayının karşılıklı iletişime dayandırılmasına ve aracılardan ortaya çıkmamasına dikkat edilmelidir ([www.blogspot.com](http://www.blogspot.com), 2011). Aracılar bazı durumlarda verilen mesajın farklı yorumlanmasına, eksik veya fazla iletilmesine ortam hazırlayarak, istenilen hedef kitlenin oluşmasına engel oluşturacaktır. Bu durum halkla ilişkilerin başarısız olması demektir ([www.blogspot.com](http://www.blogspot.com), 2011).

Güncel sorun veya konular hakkındaki bilgilerin gerçek ve tam bir şekilde halka ulaşıldığı inancı kadar halk kesiminin görüş, öneri ve şikayetlerinin yönetime iletildiği güvenin de inşa edilmesi gerekir. Bunun için yönetim kendi işleyiş esasları ve uygulamalarını gözden geçirmeli ve karşılıklı

çıkar dengesine dayanan bir yapıya yönelmelidir ([www.yordammanas.com](http://www.yordammanas.com), 2011). Bu çıkarlar doğrultusunda içinde bulunduğu çevresiyle birtakım ilişkiler kuran örgüt, çevreden etkilenir ve çevreye göre uyum sağlar. Diğer yandan çevreyi de etkileyerek ihtiyaç duyduğu desteğe sahip olabilir ve çevreden aldığı bilgiler yardımıyla kendi örgütsel devamlılığını sağlayabilir (Özdönmez ve diğerleri, 1990:8).

Yöneticiler veya kurumlar yönetsel süreçleri ifade eden planlama, örgütlenme, yöneltme, koordine etme (eşgüdüm), bütçeleme ve denetim işlevlerini yerine getirmek için hayata geçirdiği roller kapsamında halkla ilişkiler kurmak zorundadır (Kalyon, 2006:20-21). Bu aşamalarda halkla ilişkiler faaliyetinin sağladığı yararlardan en önemlisi, kamu kaynaklarını etkin kılma ve halkın ihtiyaçlarını daha iyi öğrenme fırsatıdır. Halkın ihtiyaçlarını bilmeyen yönetimler halkın yararına uygun gerekli olan kararları da alamazlar. Kamu politikaları hakkında bilgilendirme ile katılımın sağlanması, yönetsel sorumluluğun tabana yayılmasını ve dolayısıyla politikaların uygulanmasını kolaylaştırır. Özellikle halkla ilişkiler birimi vatandaşın iş ve işlemlerinin yürütülmesinde enerji kaybını önlemektedir. Ayrıca giderek azalan kaynaklarla artan kamu hizmetlerini karşılamak, sadece halkın katılımını oluşturan halkla ilişkilere bağlıdır (Göküş ve Karayıldırım, 1984:128).

Her çeşit yönetimin çevresiyle ilişkilerinde genel bir tavır takınması ve programlarını özel bir konuyla sınırlandırmaması, kitlesel bir etki yaratmak istemeleri anlamına gelir. Kurumun çevresiyle ilişkisini halkla ilişkiler anlatır. Daha önce de belirttiğimiz gibi kurum, çevreyle uyum sağlamak için çevrenin algılarını ve tutumlarını bilmeye ihtiyaç duyar (Yatkın, 2003:33). Tanıdığı halk içinde ancak meşruluk sağlayabilir. Fakat heterojen hareketli çevreden enformasyon sağlamak için araştırmalara ihtiyaç duyulur. Halkla ilişkiler kurulmadan araştırmanın genel-geçerliği zedelenebilir (Aytaç ve diğerleri, 2000:28). Tüm kurumların olumlu bir görünüme sahip olması için imaj yaratma etkinliklerine başlaması ve bu imajın sürekliliği, hedef kitlelerce olumlu algının devam etmesine bağlıdır. Halka sunulan hizmette yerindelik, verimlilik ve etkinlik gibi kalite unsurlarını sağlamak (Yalçındağ, 1986:134), zaman kaybını önlemek, kamusal işlem ve eylemler için gerekli başvurular yapmak, vatandaş açısından içinden çıkılmaz bir durum haline gelen adli, idari veya mali sorunları önlemek amacıyla halkla ilişkiler hayata geçirilmiştir.



Bir yandan özel sektörde iş fırsatlarının zorlaşması diğer yandan kaliteli olduğuna inanılan markalaşma ile kurumsal yapının idealleşmesi, küresel vatandaşlık anlayışı çerçevesinde çalışan ve müşterilerine önem veren halkla ilişkiler modelini oluşturur. Sürekli ve kalıcı olan halkla ilişkiler güven yaratır. Bu güvenle güçlü bir imaja sahip olan kurumlar her daim alıcı veya eleman bulabilir (Kalyon, 2006:29-30). Yaratılan güven kuruma değer kattığından dolayı müşteri sadakatini meydana getirecektir. Bunun yanında topluma karşı sorumluluklarını yerine getiren bir kurum, daha sempatik ve olumlu halkla ilişkiler kurar. Bu nedenle toplumsal sorumluluk kavramı, firmalar dahil tüm yapılarda gerekli güveni yaratan vazgeçilmez araçlar arasında yer alır. Halkla ilişkiler araçlarının tüm varlıklar arasında sürekli ve kesintisiz olarak gerçekleştirdiği iletişim olayı sayesinde gerek örgütler gerek insanlar kendi hedeflerine ulaşmıştır. Bu araçlar arasında semboller kurum adı, personeli, yöneticisi ve faaliyetleri hakkındaki açıklamalar olmadan bireye kurum kimliği ve imajına yönelik bilgiler sunar (Biber, 2006:103).

Kamu örgütlerinde bürokrasinin aldığı kararlar, seçtiği yöntem ve teknikler ile yaptığı uygulamalar ve değerlendirmeler kamuoyunu belirleyici bir rol oynamaktadır. Burada halkla ilişkiler halkı etkileme ve halktan etkilenme sürecidir (Özdönmez ve diğerleri, 1999:9). Ancak bu süreçte aynı patronlar gibi bürokratların da çıkarlarını maksimize etmeye çalıştığı görülür. Sistemde çıkarları yansıtılmayan bir kamu hizmetinde işlem veya eylemin ya gönülsüz yapılacağı ya da bu hizmetin bir şekilde sabote edileceği tahmin edilmektedir (Çevik, 2007:92).

İletişim kanallarından biri olan halkla ilişkiler birimi, hedef kitleye örgütü tanıtarak örgütün yöntemleri ve uygulamaları hakkında bir ön bilgi sunar. Birimin ortaya çıkabilecek yönetsel ve sosyal sorunları önceden görebilme imkanı yaratması gerçek anlamda halkla ilişkileri hayata geçirir (Yalçındağ, 1986:153). Bu öngörü sayesinde hedef kitleyle iletişimin kurulması güvenilir ve saygın bir izlenim yaratır. Sonuç olarak gerek örgüt içi gerekse örgüt dışı halktan bazı kesimler, özel veya kamu siyasaların ortaya çıkmasına ve uygulanmasına zemin oluşturur (Yavuz, 2006:18-19). Diğer yandan tanıma ile çalışanların farklı düşünce ve davranışların ölçülmesi sağlanır ([www.blogcu.com](http://www.blogcu.com), 2011). Bu şekilde iş ve meslek hayatında olumlu ilerlemeler kat edilir. Diğer yandan çevresiyle uyumsuz örgüt, toplumsal çatışmalar ve



ayrılıkçı hareketlerden dolayı örgütü var eden toplumsal birlik ve beraberliğin yok olmasına neden olacaktır.

Halkla ilişkileri arttırma amacı halkın yönetimi tanınması, yönetimin kendini halka tanıtmasından ibarettir. Bu işlev görünürlük kavramını uygulamayı içerir (Şimşek, 2012:208). Görünürlük kavramı da halkla ilişkilerin olmazsa olmaz bir unsurudur. Örgütler kendileri hakkındaki hizmet, mal sunumu ve kurum tanıtımına dair bilgileri çeşitli kanallar aracılığıyla çevresine ulaştırmaktadır. Tüketici, vatandaş, hemşeri vb. biçimde belirtilen halk, ancak bu şekilde kuruma dair bazı yargıları zihninde oluşturabilir. Örgüt, arzu ettiği amaçlar için kendini tanıtarak hem halkla ilişki kurmakta hem de gerekli verimlilik ve etkinliği sağlamaktadır (Biber, 2006:107-108).

Kamu yönetimi için üzerinde politika uygulanacak hedef kitlenin öneri ve taleplerine bakılarak evrensel ve ulusal olarak makro düzeyde veya rutin günlük eylem ve işlemlerin bulunduğu mikro düzeyde (Yalçındağ, 1986:147) yönetsel etkinlik ve verimlilik arttırılabilir. Her örgütsel yapı belli bir ilişki çerçevesinde kararlar alınması ve uygulanması ile kendi varlığını korumaktadır. Bu nedenle yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkiyi kurmak veya kurulan ilişkinin devamlılığını sağlamak için halkla ilişkileri iyileştirme çabalarına ağırlık verilmelidir. Ulus-devletlerin dünya ekonomisine eklemlenme çabasıyla artan halkla ilişkiler anlayışı sonucunda birçok örgüt, olağanüstü şekilde kamuoyu oluşturma becerisine ulaştı. Dikkatleri üzerine çeken bu işlev örgüte belli bir meşruiyet kazandırmıştır (Biber, 2003:46-47). Halkı meşruluğuna inandıran yönetimler her daim devamlılığını sağlayabilir. Çünkü toplumsal destek (Aksoy, 2006:54) meşruiyetin ve başarının ilk koşulu haline gelmiştir. Toplum üzerinde olumlu imaj yaratmak yönetime beraberinde iktidar/güç getirecektir (Aksoy, 2006:53-54). Bu meşruiyet örgüt veya yöneticinin halkın gözünde kazandığı itibara bağlıdır. İtibar da halkla ilişkilerde elde ettiği imaj konusuna dahildir. Bütün bu süreçler ve olgular halkla ilişkilerde tek amacı taşır: Kabul edilme ve anlaşılır olma yolunda mücadele etmek (Ertekin, 1986:11).

#### **1. 4. Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar**

Halkla ilişkiler ancak halkla ilişkiler yöntem ve araçları ile

yürütülebilir. Halkla ilişkiler faaliyetinde halkla ilişkiler araç ve yöntemleri bir bütünlük içerisinde bulunur. Bunun en güzel örneği, halkla ilişkilerin sınırsız kullanım alanını belirlemekte nihai araç olan kitle iletişim araçlarıdır (mass media). Yine de medya araçların hiçbiri olmaksızın halkla ilişkileri yönetmek mümkündür (Jefkins, 1988:22). Ancak medya dışındaki araçları kullanmak farklı bir uzmanlık gerektirir.

Günümüzdeki ekonomik koşullara bağlı olarak yönetimin biçimi, işlevleri, hizmet yapıları ve yelpazeleri bakımından halkla ilişkilerde oldukça farklı ve gelişmiş yapılar bulunmaktadır. Halkla ilişkiler araçları da bu yapıya uyum sağlamak için kullanılır. Çağdaş ve dinamik bir imaj (Tellan, 2009:9) yaratmak amacıyla yürütülen sanat, kültür ve sosyal içerikli günler, düzenli yayınlar, yapılan toplantılar vb. dış faaliyetler halkla ilişkiler araçlarını kapsar (Özdönmez ve diğerleri, 1999:19). İçe dönük kurumsallaşma ve personeli bilgilendirmek için gazete çıkarmak, hizmet içi eğitim vermek veya ödül, prim, kariyer ile hizmet kalitesini arttırmak gibi iç halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik etkinliklere gidilmektedir. Bu araçlar teknolojik yapıdaki gelişmelerle büyük ölçüde değişmiştir. Karşılıklı olarak gerçekleşen ilişkilerde teknoloji kullanımı, birçok alanda yarar sağlamaktadır (Yıldırım, 1993:111).

Son derece büyük topluluklara ve bu topluluğun bireyleri arasında fark gözetmeksizin hitap eden halkla ilişkiler araçları basın, radyo, televizyon, video ve mikro bilişim gibi haberleşme araçlarını kapsamaktadır. Bu şekilde geniş kitlelerle iletişime geçilir. Radyo, televizyon gibi görsel-işitsel araçlar yanında e-devlet (elektronik devlet), e-belediye (elektronik belediye), t-belediye (telefon belediye) gibi pratiğin günlük hayata girmesiyle herkese aynı açıdan yaklaşıldığı bir düşünce yayılmıştır. Bu şekilde halkla bağlantı kurulmaya çalışılarak piyasa ekonomisinin işleyişi sağlanır (Aksoy, 2006:57). Özellikle İnternetin hem yönetimin yerel hizmete yönelik faaliyetlerinde gerekli enformasyonu kurmada hem de vatandaş ve özel sektör açısından yönetime ulaşmada bir araç olduğu belirtilebilir (Kocaman, 2006:128-129; Aksoy, 2006:58). Özellikle İnternetle halkla ilişkiler alanında yeterli ve gerekli ortam oluşturulur. Sonuçta çağdaş haberleşme ve bilgi alış-verişini kolaylaştırmak adına web sitesi ve internete ihtiyaç duyulduğu günümüzde bilinen bir gerçektir (Yatkın, 2007:46). Ayrıca şeffaf olma gerekliliği elektronik ortamı önemli bir araca dönüştürmüştür. Örgütsel kimlik ve yönetici imajı, bütçe yatırım ve



projeleri, ihalelerin saydamlığı için kurum ve hizmet alanından vatandaşın haberdar edilmesi web sitesinin işlevselliğini ve kullanımını yaygınlaştırır.

Çarpıcı görüntüler sunma çabası ve yayın organlarına daha ilgi çekici şekil verme isteği halkla ilişkilerde teknoloji kullanımını arttırmıştır (Göküş, 1993:39). Görüntülerin biçimini değiştiren, kitleleri görüntü yağmuruna tutan firma veya siyasi partiler teknoloji yoluyla kısa süreli görüntü ve ses aktararak amaçlarını gerçekleştirebilmiştir (Göküş, 1993:39). Dolayısıyla halk üzerinde istenilen bilgi ve düşüncelerin yerleşmesine imkan sağlanır. Bu amaç için görsel araçların işitsel araçlara göre yirmi beş kat daha etkili olduğunun belirtilmesi televizyonu daha önemli bir araç yapmıştır (Göküş, 1993:39; Yavuz, 2006:44). Ayrıca toplumsal ve kültürel yapılar, kuramsal geleneğe ve amaca, yürütülen faaliyetler bütününe veya en önemlisi ulaşılmak istenen halk kesimine göre araçlar belirlenmeli ve kullanılmalıdır. Burada araç konusunun önemi; halkta gerekli olan inancı, ilgiyi veya bilgilendirmeyi sağlama gibi birçok işlevi içerisinde barındırmasına dayanır (Göküş, 1993:30; Yavuz, 2006:36). Çünkü halkın ilgisini ancak bu şekilde üzerine çekebilen yönetimler, iş dünyasında ve pazarlamada tutunabilir (Jefkins, 1988:22). Günümüzde halkla ilişkiler kurmak için halkın ilgisini canlı tutmak ise oldukça zor bir iştir.

Yönetimler halkla ilişkilerin en önemli yöntemleri olan tanıtım ve tanıma ile ilgili tüm süreç, araç ve uygulamalarından yararlanmaktadır (Karakoç, 1996:39). Tanıtım yöntemiyle hedef kitle olarak halkın özellikleri, örgüte dair düşünceleri ve çevresindeki değişimleri hakkında bilgi toplamak için halkla ilişkiler araçları kullanılmalıdır (Özdönmez ve diğerleri, 1999:18). Bu nedenle halkla ilişkiler faaliyetinin en önemli aşaması tanıtım ve tanıma yöntemlerinden oluşmaktadır (Türk ve Akçay, 2010:157). Bu düşünceyi daha çok ileri götürürsek uygulanan halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtımdan ibaret olduğu söylenebilir. İlk olarak tanıtım kavramına bakılacak olursa tanıtımın örgütün bir ürün, hizmet veya düşünceyi uygun yöntemlerle hedef kitleye tanıtılması, hedef kitle üzerinde ilgi ve kontrolü sağlama şeklinde tanımlarız (Ertürk, 2010:80-81). Ancak tanıtım tanıma faaliyetiyle gerçekleşir. Tanımadığımız bir topluma ürün, hizmet veya düşüncenizi aktaramazsınız.

Tanıtmaya ile kişi imajı, kurum imajı veya kişiye eklenmiş kurum imajı örgüt tarafından halka yansıtılır (Biber, 2006:103). Zihinde bırakılan izlenimler kurum hakkındaki düşünce ve tutumları belirlemektedir (Biber,



2006:103). Bu düşünce ve tutumlar davranışları, davranışlar da tavırlarımızı etkiler. İmaj konusunda özellikle lobi (lobby) (Howard, 1992:186) Amerikan siyasetinin belirleyici halkla ilişkiler modeli ve pratiği şekline bürünür. Tercih sebebi olmanın iyi bir imaja bağlanması (Ertekin, 1978:65) modern ve güven veren izlenimlerin yaratılmasını zorunlu kılmıştır. Kurum kendini tanıttığı sürece olumlu bir imaja sahip olmakta (Türk ve Akçay, 2010:174) ve bu tanıtım sürekli yapılmadığında yaratılan imaj bellekten silinmekle karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle yönetici ve halkla ilişkiler uzmanı dahil tüm personel halkla ilişkiler konusunda daha duyarlı, sabırlı, anlayışlı hareket etme yönünde davranış sergilemelidir (Yalçındağ, 1986:143). Çünkü kurumun her türlü etkinliği, davranışı, görsel-işitsel yapısı kurumun imajını belirlemektedir.

Kurumun olumlu bir izlenim bırakarak imaj yaratması, bireylerin çıkarlarına yarar sağlaması ya da kendi değer yargılarına hitap etmesiyle mümkündür (Türk ve Akçay, 2010:148). Bu nedenle halkla ilişkilerde etik yapı bir kenara bırakılarak etkili iletişim ön plana çıkartılmıştır. Yapılan görüşmelerde tüm araç temsilcileri ve seyircilerin bulunması, haberin verilisinde ve yorumlanmasında itirazları azaltacaktır (Orrick, 1967:41).

Yönetim kamuoyu üzerindeki etkisini arttırmaya yönelik gerekli araç ve uygulamaları hayata geçirmelidir. Bu şekilde kullanılan araç ve yöntemlere göre halkla ilişkiler uygulamasında farklılıklar oluşturacaktır. Halka tanıtım yapılmaya değer hizmet politikası üretmek ve uygulamak kurumun lehine bir gelişmeyi ifade eder. Dolayısıyla halkla ilişkiler örgütsel iletişimin yanında yönetsel gerekleri de yerine getirir. Başka bir deyişle halkla ilişkilerin ilk aşamasında tanıtım ve tanıma fonksiyonu uygulanması, kurum faaliyetlerini yönetsel niteliğin ağır bastığı bir alana dönüştürmüştür (Yalçındağ, 1986:134). Halka ulaşmayı hedefleyen tanıma ve tanıtma yöntemleri teknolojik araçlarla iletişim olayını gerçekleştirerek halk ile yönetim arasında bağ kurar. Bu bağ kurulmazsa tanımadığı yönetim hakkında halkın yargıları olumsuz olacak ve kurumun aleyhine bir yol izlediği görülecektir. Bu nedenle halkla ilişkilerde ilk kullanılan yöntemin, hedef kitleyi tanımak olduğu sonucuna ulaşılabilir (Özer, 2013:21).

Tanıma ve tanıma örgüt içerisindeki sorunları saydamlaştırır, fark ettirir ve örgütün çevresini daha iyi tanınmasına zemin hazırlar. Ancak ilk önce örgütün kendi içyapısını iyi bir şekilde tahlil etmesi gerekir. Halk kitlelerinde

tercih, beğeni ve istek yaratan tanıtım, toplumsal düzeni sağlamak için kanun gibi yasak ve kurallar hakkında bilgilendirme işlevini görür. Bu tanıtımlar çoğunlukla görüntüler yardımıyla halka aktarılmaktadır. Çünkü görüntüler tüm insanlara hitap eden etkili bir güçtür ve istenilen etkiyi daha geniş boyutlara ulaştırır. Halkla ilişkilere en uygun görüş ve uygulamayı sağlayan bu görüntüler, kullanılan araçtan ve örgüt dışından gelen olumsuz etkilerden zarar görmemelidir (Ertekin, 1978:72). Tanıtımda siyasal ve kültürel kaygılarla birlikte dilleri, dinleri ve tarihi farklı olan halkların ortak anlayışının ancak görüntüler olabileceği düşünüldü. Böylece görüntü küreselleşmenin önündeki engellerden birini ortadan kaldırmıştır. Uluslar arası alanda etki yaratan görüntü aracını ve iletişim teknolojilerini ellerinde tutan gruplar kitle iletişim araçlarını tekeline almıştır. Ancak fotoğraf okumasıyla görselin algıyı çarpıtabileceği, bozabileceği kanısına ulaşabiliriz (Özgen, 2012:125).

Bir başka halkla ilişkiler yöntemi olarak ikna etkinlikleri konusundaki örgütsel başarı, hedef kitleyi yönlendirme derecesiyle ölçülür (Biber, 2003:46). Bu şekilde ortak akıl oluşturulmaktadır. Ortak akıl için ikna açısından halkla ilişkilerin konusu huzur, güven içinde yaşama, hümanizm gibi düzen ve istikrar sağlayıcı amaçlara dayalı toplumsal uyum ve uzlaşmaya dayanır (Orrick, 1967:25). Bu bağın kurulması için toplumsal çıkarın sağlandığına dair faaliyetler yürütüldüğünü inandırma (Yavuz, 2006:36) çabasına düşen tüm örgütler tanıtımı halkla ilişkiler yöntemi olarak kullanmıştır. Ancak olağanüstü durumlarda ortak akla dayalı halkın oyu sürekli değişiklik göstermesi nedeniyle belli bir noktada oyların yoğunlaşması gerçekleşemez ve yönetim istediği halkı elde edemez (Orrick, 1967:25). Hedef kitlesi olan halka ulaşamayan ve dolayısıyla desteklenmeyen örgütlerin girişimleri yarım kalır ve başarıya ulaşması önlenir (Ertekin, 1995:8).

Halkı yönetme amacını taşıyan tüm yönetimler, halkla ilişkiler araçlarından en çok basın tanıtım aracı olarak (Biber, 2003:15; Kalyon, 2006:100) kullanmaktadır. Özellikle genel basına yönelmesi daha geniş kitlelere ulaşılmasını sağlar. Hedef kitleye yönelik yönetsel faaliyetlerin boyutu hakkında yapılan aktarımlar bir tür tanıtım etkinliğidir (Kalyon, 2006:41). Yönetimin basın izleme yolunu seçmesi, hedef kitleye yönelik tanıtım olayının geniş boyutlarıyla ele alınmasını sağlayacaktır (Çamdereli, 2005:115). Kuruluşlarla ilgili bilgiler ve olaylar haber niteliği taşıyorsa basın bültenleri



haline dönüştürülebilir (Çamdereli, 2005:117). Bu haberlerin hazırlanması ve araçların ilgili hedef kitleye dağıtımı halkla ilişkiler görevlisiyle birlikte yapılmaktadır (Balta Peltekoğlu, 1993:37).

Birçok yönetim basının yanında radyo, televizyon, internet gibi medya araçlarını yoğun bir şekilde kullandı (Kalyon, 2006:85; Raşa, 2010:19). Diğer araçlara göre medyanın daha çok hedef kitleye hitap etmesi (Biber, 2003:60) halkla ilişkilerin teknik yönünün ağır basmasına neden olmuştur. Bundan dolayı yönetimler, kitle iletişimin ve araçların halkla ilişkiler açısından önemini kavramalıdır. Haber ve bilgi dağıtımı, kitlesel eğitimle halkı aydınlatma (Yatkın, 2007:45), kamuoyu yaratmak gibi amaçlar dahilinde söz konusu araçlar yapısal, kurumsal ve işlevsel olarak farklılaşmaktadır. Bir taraftan fırsat ve haber niteliğinde olmayan bilgiler geniş yayımlanma ve yayımlanma konusu olurken, diğer taraftan örgütün bu bilgilerle halk içerisinde ilgi yaratarak hedef kitleye ulaşmaya çalıştığı görülür. Bu yöntemle istenilen politikaları halk içerisinde önemli hale getirmek, yönetimin halkla ilişkilerini, başka bir deyişle halkı yönetmeyi kolaylaştırmaktadır (Yıldırım Becerikli, 2005:16). Halka bilgi vermek, yasaklar ve yaptırımlar konusunda halkı aydınlatmakla toplumsal düzen ve istikrar sağlanabilir. Çünkü bu düzen ve istikrar, halk ile yönetimin olumlu ilişkileri çerçevesinde gerçekleşir (Yatkın, 2007:45).

Kitle iletişimin önemli olması, halkla ilişkiler uzmanının kitle iletişim araçlarına ilişkin uygulamaya dönük beceriler kazanmış olan kişiler olmasını gerektirmiştir (Çamdereli, 2005:59-60). Bu şekilde profesyonel bir biçimde zihinleri manilüpe edilen insanlar, kurumun veya kurum felsefesinin her daim doğru ve yararlı olduğuna ikna edilir. Özellikle kaos dönemlerinde yüksek korku dürtüleri iknayı daha fazla arttırmaktadır. Ancak dikkati çekilmeyen kitlenin ikna edilmesi imkansızdır. Diğer yandan kitle iletişim araçlarının artması (Biber, 2003:59) ve yönetim kavramının gelişmesiyle birlikte İnternetin tüm sektörler için vazgeçilmez olması, gün geçtikçe bu alanın önemini arttırmıştır. Karşımızdaki insanı ikna etmek artık daha da zor bir iş haline geldiği belirtilebilir.

Yönetime ulaşma çabasını kolaylaştırmak için e-mail, telefon, faks ve danışma bürolarından yararlanılması, teknoloji ile halkla ilişkiler uygulamalarını bütünleştirmiştir. Halkla ilişkiler uzmanları amblem, logotaybe, afiş, pankart, kitap, bülten (Kalyon, 2006:152), el ilanı, yıllıklar, broşür

(Çamdereli, 2005:103) vb. duyuru ve tanıtım ilanlarında görsel iletişim araçlarını kullanarak halkla ilişkiler faaliyetlerini hayata geçirir. Mekanik veya elektronik araçlarda bir imajın yeniden basılması veya yayınlanması özgün anlamından bir parça kaybettirir. Bu nedenle film (Summak, 2001:40), radyo, video ve televizyonlardaki yayınlarda belirsizlikler kaçınılmazdır (Ertekin, 1978:72). Haber bültenleri, röportajlar, basın toplantıları, festivaller, fuar ve sergiler (Biber, 2003:92), açık oturumlar ve söyleşiler birer halkla ilişkiler programı olarak medyada kullanılır (Göküş, 1993:37). Kısacası geniş kitlelerde etkili olabilmek için görsel malzemelerden daha çok yararlanılmaktadır. Örgütler veya yöneticiler tarafından medyada izlenen yöntemlere göre araçlar kullanılır ve zihinlerde gereken bir dünya yaratılmaya çalışılır. Özellikle filmin insanlar ve toplumlar üzerindeki tesiri, diğer halkla ilişkiler araçlarına göre daha fazladır. Çünkü görüntü ve işitme, halk üzerindeki mesajın etkisini daha fazla arttırmaktadır.

Halkla ilişkilerde bir kişiyi, kavramı veya nesneyi insanlara aktarmada görsel araçlar kullanılması halk arasında anlaşılabilirliği arttırmaktadır (Boudon ve Lazarsfeld, 1982:29-38). Televizyon dahil diğer görsel araçlar bütün ekonomik süreçlerde markalaşma hedefi olan birçok işletme için önemli bir rol oynar (Kalyon, 2006:85). Halkla ilişkiler uzmanı televizyon, radyo, basın (Kalyon, 2006:100) gibi kitle iletişimini içine alan araçlar (Çamdereli, 2005:132) ile broşür, yaka rozeti, dergi, bülten, el kitabı, gazete, el ilanları gibi (Göküş, 1993:34) daha dar açıdan mesaj ileten araçlardan hangisinin yararlı olup olmadığına karar verirken mesajı iletebilecek kapasiteye bağlı bir şekilde araç seçimi yapar. Ancak tek bir halkla ilişkiler aracı ve yöntemiyle harekete geçilemez. Hiçbir örgüt halka bilgi vermek için yazılı, görsel-işitsel vb. halkla ilişkiler araçlarına güvenmemelidir. Bütün bu araçlar içerisinde halkla yüzyüze/kişiler arası iletişim (Zeybek, 2005:64) kuracak yönetimler insan ögesine önem vermesi daha yerinde bir karar olacaktır (Orrick, 1967:67).

Basınla ilişkiler veya basın takibi; halkı dinleme günleri, idari danışma merkezleri (Karadeniz, 2008:133) ve bireysel başvuruları içeren yüzyüze ilişkiler; sosyal etkinlik; kamuoyuna başvurma (referandum); mektup (Çamdereli, 2005:108), kent konseyi, çocuk meclisi, kurultaylar (Akçakaya, 1999:86), kadın meclisi, halk meclisi, mahalle toplantıları (Güllüpunar, 2006:33), dilek ve şikayet kutuları, dilekçe, ilgililerle ve sosyal önderlerden



yararlanarak yapılan görüşmeler halkla ilişkiler için tanıtım ve tanıma faaliyetlerinde kullanılan araçların en çok bilinen ve başvurulan çeşitleridir (Türk ve Akçay, 2010:147; Öner, 2001:109). Özellikle halk meclisi gibi yapılar toplumsal memnuniyeti ölçmek ve hizmet kalitesinin sürekliliğini sağlama konusunda destek mekanizmasını çalıştırmaktadır (Öztemel, 2001:11).

Halkı etkileme araçlarından bir diğeri şenlik niteliğindeki festivallerdir (Çamdereli, 2005:100). Festivaller işbirliğine dayalı bir halkla ilişkiler aracıdır. Her türlü sembol festivallerde tanıtım amaçlı kullanıma uygundur (Kalyon, 2006:102). Festivale benzeyen törende ise üst düzey devlet yöneticilerin katılımı ile kurum veya kişi üzerine halktan ilgi toplanmaya çalışılır (Kalyon, 2006:103). Akademisyen, uzman, bürokrat, siyasetçi veya kanaat liderlerin bu katılımı medyaya taşınır ve halk içerisinde bu kişilerin yankı uyandırması beklenir. Diğer taraftan yarışmalar düzenleyerek kamuoyunun ilgisini kurum veya kişi üzerine çekebilen bir halkla ilişkiler aracı oluşturulabilir. Buradaki nihai amaç ödüllendirme olduğu düşünülse de aslında kuruluşun tanıtımı ve dolayısıyla gerekli toplumsal statünün yükselmesi için önemli bir adım atılmıştır. Benzer uygulamalara sergide de rastlanılmaktadır (Çamdereli, 2005:97). Hedef kitleye anlatılmak istenen mesajların en kolay şekilde aktarıldığı bu araçta görüntüler olabildiğince açık oluşturulur. Sergiler, alıcı-satıcı ilişkisi kurmak yanında gönüllü kuruluşların bir düşüncüyü veya nesneyi sunmasına yardımcı olur (Balta Peltekoğlu, 1993:109). Ayrıca yoğun kentsel yapıya sıkışmış insanların düzenlenen sergilere katılımı oldukça yüksek olacaktır. Bu durum daha fazla hedef kitleyi ifade eder.

Halkla ilişkiler yöntemi olarak tanıtmanın duyurma (publicity) işlevi bulunmaktadır. Duyurma, birey ya da örgütün kamusal veya özel yararı sağlamak maksadıyla planlanmış ve dağıtılmış haberlerden oluşur. Gazete, dergi, kitap veya diğer araçlar yardımıyla duyurma yapılabilir. Özellikle kitap bilgilendirme aracı olarak kullanıldığında kalıcı bir araç niteliği göstermektedir (Orrick, 1967:47). Önemli olan nokta hedef kitleye ulaşma yollarından hangisinin açık olduğunu bilmektir. Hedef kitlenin hangi tür haber ve yazıları takip ettiğine dair bir alan araştırması (Erdoğan, 2006:243) yapılarak hedef kitleye ulaşma hakkında bilgi sahibi olunabilir.

Duyuru konusuna özellikle başarıyla yürütülen hizmetlerin dahil edilmesi gerekir. Duyuru niteliğinde toplantı konuları belirlenir (Yavuz,

2006:26). Toplantıda katılımcıların listesi hazırlanırken uzman, yönetici gibi kişilerin yanında toplum içerisindeki kanaat liderleri (kamuoyu önderleri) (Çamdereli, 2005:74; Summak, 2001:71) de katılımcıların arasında yer almalıdır. Kanaat liderlerine belli örgütsel amaçlar (Tellan, 2009:193) için başvurulması, halkla ilişkilerin daha kolay kurulmasını sağlar ve gerekli güven ortamına bağlı desteğin oluşmasında önemli bir rol oynar. Ancak bu liderlerin yönetim tarafından çıkarları göz önünde bulundurulmalıdır. Aksi takdirde yönetim aleyhtarı faaliyetler yürütülebilir.

Sonuçta halkla ilişkiler faaliyetleri her türlü özel çıkar ve kamusal çıkar arasında denge ilişkisi kuran faaliyetler şeklindedir (Orrick, 1967:65). Halka danışmanlık yapan temsilci kişi veya gruplarla yapılan görüşmelerde çıkarların giderilmesi gerekir. Çünkü halk üzerinde etkili olmak için önemli görülen kişilere ihtiyaç duyulmaktadır (Yavuz, 2006:26). Bu görüşmelerde hizmet sunumu dahil tüm faaliyet ve yöntemlerin halka duyurulmaması yanlış algılamalar ve yorumlamalara neden olabilir. Bu algılarda rakip firmaların veya muhalefetin faaliyetleri etkili olur. Oysa gerçek halkla ilişkilerde kullanılan araçlar kendiliğinden hesap verme mekanizmasını harekete geçiren bir sistemi oluşturarak halkla dürüst ve etkin ilişkiler kurma amacı taşır (Yalçındağ, 1986:146). Ancak kararların uygulandığı kesim halk kesimi olurken karar vericiler güç sahibi olan kişilerdir. Halkla ilişkiler uygulayıcısı da güçlü ve nüfuslu kesimdir. Bu gücü yönetime halk verir.

Diğer yandan idari danışma merkezleri gibi halkla ilişkiler birimleriyle birebir vatandaş veya gruplarla ilişkiler kurmak yönetim açısından daha çok yarar sağlayacaktır (Ertekin, 1995:10). Çünkü kurulan ilişkiler tanıma ve tanıtma ortamına zemin hazırlar. Bu şekilde halkla ilişkiler araçları, üzerinde önem ve özenle durulmayan konu veya sorunlara değer kazandırır. Birçok yönetim, halka tanıtmaya değer bir faaliyet yürüterek kendi yapısına uygun bir kamuoyu yaratabilmiştir (Özdönmez ve diğerleri, 1999:4-5). Bu işlev nedeniyle halkla ilişkilerin kurum veya kuruluşlar için kurmay nitelikli hizmet veren profesyonel bir mesleki alan (Yatkın, 2007:45; Özer, 2013:22) olduğu anlaşılabilir.

Hedef kitleyi günümüz karmaşasından kurtaran yalın bilgilerle insan beyninin rahatlatılması ve bir karar verme açısından kendi kendisiyle çatışmasını engellemesinde halkla ilişkiler araçları büyük bir kolaylık sağlar. Bu



konuda en etkili araç görsel niteliği olan filmlerdir (Özdönmez ve diğerleri, 1999:23). Halkı aydınlatma amaçlı öğretici filmler (Yavuz, 2006:45) ve haberlerde kullanılan video teknolojisi (Jefkins, 1988:216), parça bilgileri çeşitli araçlarla serpiştirerek basit bir şekilde istenilen mesajı geniş alanlara yayabilmektedir. Örgütün çalışanları, ortamı ve faaliyetleri kısa bir film haline dönüştürülerek örgüt imajı oluşturulmaya çalışılır. Ayrıca kurumlarda imaj yaratma amacını içeren halkla ilişkiler görevi veya halkı aydınlatma görevinin üst yönetici ya da bir müdür tarafından yapılması daha etkili bir yöntemdir. Bu görevler esnasında bildiri, bülten, afiş ve yıllıklarla önbilgi oluşturacak olayların oluşum sırası fotoğraflar yardımıyla aktarılmaktadır (Balta Peltekoğlu, 1993:115). Ancak fotoğraflarla oluşturulan simgeler, uygun zamanda halka ulaştırılmazsa istenilen etki yaratılamaz. Zamanaşımına uğrayan olayların güncel bir önemi kalmadığından hedef kitlede istenilen etkinin oluşturulması beklenmemelidir.

Halk içerisinde istenilen etkiyi ve değişikliği yaratmak için ciddi dergiler, reklamlar, iyi basılmış ilgi yaratan el ilanları; itibarlı, nüfuslu ve ünlü uzmanlarla yapılan görüşmeler gerekir (Orrick, 1967:15). Doğru bilgiler sunularak kişilerin güvenini artırır (Tortop, 2001:72). Haber ya da bilgilerin sürekli olarak ayrı kanallar yardımıyla hedef kitlenin ilgisi ve yararına uygun bir şekilde dağıtılmalıdır. Ayrıca bu bilgi ve haberlerin eylem niteliğindeki faaliyetler şeklinde sunulması daha çok etki yaratacaktır. Burada bir tür programlanmış insanlar topluluğu yaratılmaya çalışılır.

İmaj yaratmaya destek olan danışmanlık, diğer bir halkla ilişkiler aracıdır. Genel olarak temsilcilerle ilişki kurmayı sağlar. Seçilen temsilcilerin yardımıyla görüşmelerin gündemindeki konu veya sorunlar hakkında açıklama ve tartışmalar yapılır. Ancak bu katılım oldukça sınırlıdır (Gündüzöz, 2012:160-161). Kamuoyu yoklamalarında ise halkın görüşünün hangi yönde olduğu veya yeniliklerle benimsetilmeye çalışılan yasal-yönetimsel düzenlemelere karşı halkın uyumunun nasıl oluşturulacağı sorulur (Yalçındağ, 1986:134; Göküş, 1993:17). Bu yoklamalar halkın düşüncelerini genel hatlarıyla belirlemektedir. Bu yönden kamuoyu yoklamalarının sadece hayata geçirilen faaliyetleri değerlendiren notlar şeklinde gelecekte yapılması gerekenlerle ilgili ipucu verdiğini belirtmek eksik bir ifade olacaktır (Yalçındağ, 1986:134; Göküş, 1993:17). Gerçeklik daha çok yönetimin plan ve programlarında bulunmaktadır (Yalçındağ,

1986:134; Göküş, 1993:17).

### 1. 5. Halkla İlişkiler Görevlisi ve Örgütsel Yapısı

Örgüt kavramı kurum, kuruluş, enstitü, işletme, firma veya aile olarak algılanabilir. Belli bir amaç doğrultusunda meydana gelmiş bu örgütler, kendi bünyesinde halkla ilişkiler örgütlenmesi ve çalışanlarına sahiptir. Edward Bernays'a göre örgütler, halkla ilişkiler yardımıyla toplumu yönlendiren bir aracı konumundadır. Bu genel tabirin yanı sıra çalışanların niteliği, sayısı ve örgütlenmesi örgütün yapısına göre değiştiği söylenebilir (Çamdereli, 2005:52). Bir başka tanıma göre örgüt, temel grup ihtiyaçlarını karşılamak için karar ve uygulamalara yönelen davranış örüntülerinin bileşimi olarak görülür (Fichter, 2004:139). Gerek ticari gerek ticari olmayan yapısıyla halklara ulaşmayı hedefleyen örgütler siyasal, teknolojik, sanatsal, kültürel, bilimsel, sosyal dayanışma veya kamusal olaylar için halkla ilişkiler yapması gerekir (Çamdereli, 2005:51). İletişimi kuran ve örgütün saygınlığı, güvenilirliğini içeren imajın çevreye yayılmasından halkla ilişkiler birimi sorumludur. Bu birim örgüt içi ve dışında örgütle ilgili tüm olay ve olguları gözlemlemeli ve gerekli araştırmaları yapmalıdır. Ancak bu şekilde halkla ilişkiler planı (Tellan, 2009:8) oluşturulabilir ve stratejik açıdan geliştirilebilir. Planlama, örgüte koordineli çalışma imkanı sunarak işleri kolaylaştırır ve başvuru yapan vatandaş bekletme ve işlemlerinde hata yapma payını minimuma indirerek halk ile ilişkilerde olumlu bir hava yaratır (Biber, 2003:86). Planlama dahilinde araştırma, uygulama, değerlendirme ve geri dönüt için personele ve bu personelin koordineli çalışmasına ihtiyaç duyulması örgütlenme (organization) olayını ortaya çıkarmıştır (Kilci, 2011:248). Doğrusu siyaseten değil de bilimsel açıdan gerekenlerin (Tek ve Güneş, 2009:221) yerine getirilmesi için birimin yönetsel bir faaliyet olarak örgütlenmesi (Kalyon, 2006:146) gerekir.

Yönetsel işlevlerin yerine getirilmesinde yapılacak ilk iş değişime açık teknik bilgilerle donatılmış yönetim bilimi, sosyoloji, psikoloji, metodoloji alanında yetiştirilmiş lisans düzeyinde halkla ilişkiler alanına dahil halkla ilişkiler birim veya yöneticisi görevliler istihdam etmektir (Çamdereli, 2005:59-60). Böylece halkla ilişkiler biriminden beklenen verilerin zamanında toplanması ve bu verilerin hızlı bir şekilde değerlendirilerek yönetime



aktarılması kolaylaşır. Genellikle zaman sorunu olan halkla ilişkiler etkinlikleri için gerekli araç ve yöntemleri kullanabilen, bu konuda uzmanlaşmış görevliler istihdam edilir (Özdönmez ve diğerleri, 1999:27). Sanayileşmenin ve teknolojinin getirdiği benzer gereksinimler, ticari ve sınai ilişkilerin geniş bir alana yayılmasını ortaya çıkardı (Erdoğan, 2006:200). Ryon ve Whitney'in mali danışmanlık için George Harvey'i halkla ilişkiler görevlisi olarak işe alması gibi benzer olaylarla bu alanı bir uzmanlık alanına çeviren görüş halkla ilişkiler örgütlenmesini geliştirir (Göküş, 1993:5). Hem teknik hem de yönetsel niteliği bulunan bu görevliler, tek elden karar alma ve uygulama konusunda gerekli beşeri kaynakları oluşturmuştur.

Açık bir sistem olan örgüt, toplumsal bir sistem olarak toplumun ihtiyaçlarına cevap vermeli ve bu süreçte halk ile etkileşim halinde olmalıdır. Halk ile etkileşim etkinlikleri ve dolayısıyla bilgilendirmeyi içerir. Bu durum etkinlikleri halkla ilişkiler alanına giren bir tür görüntü ve iletişim aracı niteliğine bürümüştür. Örgütler iletişim sonucu çevreden aldığı çeşitli girdileri faaliyet alanına göre çevreye mal veya hizmet şeklinde çıktılara dönüştürür. Bu işlemi ancak halkla ilişkiler faaliyetleri yardımıyla yürütülmektedir (Kaya, 2003:11-12). Çevrede meydana gelen değişimleri ve gelişmeleri bilgilendirme yoluyla anlamayan, araştırmayan, taleplere cevap vermeyen örgüt, kendi çevresinde meydana gelen yeni oluşumlara uyum sağlama konusunda zorluk çeker (Yavuz, 2006:63). Çevreyi algılama ve uyum süreci zorlaşan örgütte kazanç, rant veya oy kaygısı kriz ortamını oluşturarak yönetici ve personel dahil tüm yararlanıcılara sorun teşkil edecektir. Bu uyum ve kriz yönetimini sağlayan araç halkla ilişkilerdir (Kalyon, 2006:61). Halkla ilişkiler biriminin devamlı yaptığı halkı tanıma veya araştırma faaliyetleri sonucunda elde edilen verileri, yönetsel karar ve uygulamalara dahil ederek örgütün değişim yanlısı bir yön alması sağlanır (Göküş, 1993:43).

Halkla ilişkiler örgütlenmesi kendi aralarında hiyerarşik olarak değil yatay bir şekilde oluşturulmalıdır. Halkla ilişkiler uygulamasındaki sapma ve yanlış algıların ortaya çıkması bu şekildeki bir örgütlenme ile giderilebilir. Ancak bu konuda örnek teşkil eden kuralların bulunmaması, ilgili birimlerin çeşitli şekilde adlandırılmasına ve değişik bakış açılarına göre uygulanmasına ortam hazırlamıştır. Halkla ilişkiler basınla ilişkiler, danışma, rehberlik, kayıt kabul, hemşeri ile ilişkiler vb. şeklinde uygulama alanı bulmuştur. Bu alandaki

alt birimler araştırma, planlama, tanıtım ve değerlendirme şeklinde oluşturulabilir (Özdönmez ve diğerleri, 1999:28; Yavuz, 2006:59).

Kurum ve kuruluşlar halkla ilişkiler görevini yerine getiremediği bazı durumlarda bu görevi uzman bir kuruluşa devretmektedir. Halkla ilişkiler gelişme sürecindeki eksiklikten dolayı birçok kurum, halkla ilişkiler birimini yeni yeni açmakta ve gerekli kurumlaşma konusunda birtakım sıkıntılar yaşamaktadır (Yavuz, 2006:60). Bu nedenle birimin örgüt içerisindeki yeri standart bir örneğe tekabül etmez (Kalyon, 2006:145). Ayrıca bu alanda nitelikli elaman yoksunluğu çekilmesi ve örgütlenmenin kolay olmaması, halkla ilişkiler biriminin kamu kuruluşundaki faaliyet alanı ve adının halk tarafından bilinmemesine neden olmuştur.

Bu sorunlar nedeniyle bazı örgütler halkla ilişkiler hizmetini dışarıdan almaya çalışmaktadır. Halkla ilişkiler konusunda uzmanlaşmış görevliler olumsuz olay ve olguları ört pas etme politikasıyla olumlu bir imaj yaratma çabası içerisinde olması örgütleri bu hizmeti satın almaya zorlar. Bütün örgütler meşruiyet sağlayacak olan bu imaja ihtiyaç duymaktadır (Biber, 2003:67). Bu amaç için çevreyle iletişim kurulmadan önce haber ve bilgi toplayan birçok halkla ilişkiler örgütlenmesi bulunur. Diğer yandan çevresinden soyutlanmış bir örgüt kendi amaçlarını gerçekleştirme mümkün değildir (Kalyon, 2006:145). Dolayısıyla bir ülkede var olan belli başlı kurumlar arasında halkla ilişkiler birimi olmamasına rağmen halkla ilişkiler etkinliklerini uygulamaya geçirmeyen örgüt yok denecek kadar azdır. Aslında her yönetici veya çalışan ister istemez halkla ilişkiler mesleğini icra etmektedir (Yavuz, 2006:59). Oysa halkla ilişkiler çalışmasının ayrı bir özen istemesi, sistemli ve planlı bir şekilde yürütülme zorunluluğu, örgüt içinde ayrı bir birimin kurulmasını gerektirir (Yavuz, 2006:59; Özdönmez ve diğerleri, 1999:27). Bürokrasinin ağır yapısını ortadan kaldırmak, halka daha yakın ilişkilerde bulunmak, daha yaşanılır ve daha uygar mekanlar için bu örgütlenmeye ihtiyaç duyulur (Kocaman, 2006:114).

Diğer yandan tüm elemanların halkla ilişkiler görevlisi olduğu düşüncesinden hareketle iç halkla ilişkileri etkileyen örgütün sosyo-psikolojik yönü, yönetim tarafından dikkate alınmamıştır (Keloğlu-İşler, 2007:174; Erdoğan, 2006:17). Kurum veya kuruluş içerisinde anlayış ve onay geliştirecek bir ortam sağlanması için yönetime kurmay/yardımcı olan halkla ilişkiler birimi ile içe dönük halkla ilişkiler faaliyeti yürütülür. Bu faaliyetler ile iç uyum ve



uzlaşa sağlanarak hedef kitlenin ilgi ve dikkati toplanmaya çalışılır, örgüt hakkında olumlu izlenimler oluşturulur (Balta Peltekoğlu, 1993:140). Halkla ilişkiler birimiyle hedef kitlenin gereksinimleri ve ilgisini yönetsel amaçlarla uyumlaştırmak için bir zemin hazırlanır. Özellikle kamunun anlayış ve onayını kazanmak (Uysal-Sezer, 1996:60) amacıyla birtakım uygulamalara gidilmesindeki neden; halk ile yönetim arasında bir bütünleşme kuracak şekilde karşılıklı istek, beklenti ve zorunlulukların uyumlaşmasını sağlamaktır. Birtakım anlaşmazlıkların uzlaşa yoluyla giderilmesi bu yöntem ile mümkündür (Kalyon, 2006:159). Halkla ilişkiler açısından danışma memuru, basın sorumlusu, rehberlikte yer alan görevliler ticaret dahil tüm konularda halkta oluşan kanaatlere eşit davranmalı, elinden geldiğince çatışmalı düşünceleri kendine saklamalıdır.

Halkla ilişkilerin bir kolu beşeri kaynaklar veya personel yönetimine dayanır. İç halkla ilişkiler inceleme konusuna dahil olan bu alanlar, örgütsel amaçları içselleştirmesi ve bu yönde davranış sergilemesini sağlar. Kurumun halk tarafından içselleştirilmesi sonucu aitlik ihtiyacını -bir parçası olma hissi-görmesi güven ve inanç duygularını harekete geçirir (Eraslan Yayinoğlu, 2007:129). Personelin motivasyon ve örgütsel verimliliği arttırmak için gerekli önlemleri alan bu birimler, yönetim tarafından bilgi ve beceriyi kazandıran hizmetiçi eğitim (Bilgin ve Çapar, 2010:55) programlarına dahil edilir. Bunun sonucunda işe yeni katılanların oryantasyona (uyumlaşmaya) tabii tutulmasıyla iç halkla ilişkiler düzenlenir. Bu faaliyetlerin aksine bir davranış örgüt içerisindeki sağlıklı ilişkileri ve çalışanların çevresine olumlu bir imaj bırakmasını engeller (Yavuz, 2006:18). Örneğin, personeline saygı gösteren bir üst kademe anlayışının eksikliği veya düzenli, temiz bir çalışma ortamının bulunmaması (Kalyon, 2006:157) iş doyumunu, örgüte bağlılık ve fedakarlık gibi değerleri imkansızlaştırır. Bu olumsuz durum iç halkla ilişkiler faaliyeti ile ortadan kaldırılabilir.

Halkla ilişkiler biriminin örgütteki yeri veya örgütlenme modeli, halkla ilişkiler konusundaki genel eğilimi belirler. Halkla ilişkiler çalışmaları hakkında doğrudan bilgi sahibi olması gereken yönetici, ilgili birimi kendine yakın bir konumda bulundurur. Yönetici bu şekilde örgüt içi ve örgüt dışı tüm bilgilere ulaşabilir. Diğer birimlerin uymakta zorluk çektiği halkla ilişkiler plan, program ve projeleri için gerekli olan yetki, görev ve sorumlulukların

koordinasyonu ancak yönetici tarafından oluşturulur. Dolayısıyla yöneticilerin halkla ilişkiler konusuna bakış açısı halkla ilişkiler biriminin örgüt içindeki konumunu belirler. Bu kurumsallaşmanın ortak amacı kamu hizmetinin gelişmesi ve kamu yararının sağlanması ile ilgilidir. Halkla ilişkiler de kamu hizmetleri ve hizmet sürecinin iyileşmesini sağlar (Özkara, 1999:111).

Örgütün kaderini belirleyecek bir konuma yükselen halkla ilişkiler anlayışı kamu hizmetini sağlamak yanında birçok önemli işlevi yerine getirir. Örgüt, kendi imajını (Kalyon, 2006:30) ve kültürünü belirleyen toplumsal yapıdan etkilenir. Toplumu anlamak, toplumun değerler sistemi ve tutumlarını bilmek, toplumu yönlendirmek demektir. Örgüt için en önemli amaç toplumu tanımak olmalıdır. Yönetim yönü ağır basan kurumların zorunlu olarak bulunduğu toplumsal yapı; bireyin öğrenimi, tutumu, algıları, istek ve gereksinimleri yanında görüş ve yorumlarını etkileyen en önemli faktördür. Bu yönde basın, yayın ve halkla ilişkiler yöneticisi, uzmanı veya diğer görevlilere hizmet içi eğitimle Yönetim ve İletişim, Duyarlılık ve Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Kurumsallaşma, Halkla İlişkilerde Medyanın Kullanımı, Halk Katılımı, Örgütlenme ve Örnek Olaylar, Halkla İlişkilere Eleştirel Yaklaşım dahilinde programlar verilmektedir ([www.yerelnet.org](http://www.yerelnet.org), 2011).

Hizmetiçi eğitimle kazandırılan sosyalizasyon halkla ilişkiler görevleri arasında yer alır. Bu görüş dahilinde örgüt tarafından uygulama grupları oluşturulur ve çalışmalar koordineli bir şekilde yürütülür ([www.yerelgundem.com](http://www.yerelgundem.com), 2011). Örgüt içindeki tüm birimlerin işbirliği yapması ve dolayısıyla halkla ilişkiler konusunda başarı kazanması buna bağlıdır. Halkla ilişkiler faaliyetinin personel için ne ifade ettiğinin belirlenmesi ve özdeşleşmesi örgütün amacı, araçları ve mevcut personeli yeni personele tanıtarak örgütsel uygulamalara dahil etme çabası motivasyonu artırma olanağı yaratır. Böylece hizmet sunumu ve mal üretiminde verimlilik sağlanır, örgütsel faaliyetler işlevsel duruma gelir. Diğer yandan birimler arasındaki iletişim kopukluğu eşgüdüm seviyesini azaltarak yönetsel faaliyetlerde personeli bir araç konumuna getirir. Bireyi örgütten soyutlaştıran bu durum örgütdışı halkla ilişkileri olumsuz etkiler ve halkın memnuniyetsizliğini artırır (Tekeli, 2009:227; Göküş, 1993:79).

Kamusal faaliyetler ile halkın tepkisi arasındaki var olan boşluğu, örgüt içindeki halkla ilişkiler görevlisi veya diğer görevliler doldurur (Orrick,



1967:58). Bu boşluk giderildiği sürece örgüt yönetimi ve imajında ortaya çıkabilecek sosyal, idari, ekonomik ve mali sorunlar beklenmedik bir şekilde meydana gelmeyecektir. Diğer yandan liderlik vasfından uzak, personeliyle olumlu ilişkiler kurmayan yönetici, örgütün halka yansıyan imajını zedeleyebilir. Bir bakıma etkili yönetim şeklini yansıtan liderlik, yöneticinin halkla ilişkiler yapmasına dayanmaktadır (Zeybek, 2005:5). Liyakat ve kariyer sistemi dahilinde eşitlik ve adalet ilkesine uygun refah bir çalışma ortamı oluşturulması, örgütün halk ile ilişkilerini biçimlendiren zincirleme olgulardır.

İlgili ve güler yüzlü personeli olmasını (Kalyon, 2006:154) isteyen tüm örgütlerde olduğu gibi kamu yönetiminde de halkın beklentilerine cevap verme zorunluluğu bulunur. Bu nedenle örgüt içi ilişkilerin düzenlenmesi ve yönetici-personel ilişkilerin düşük hiyerarşik yapıda yürütülmesi gerekmektedir. Bazen bağımsız olarak çalışan halkla ilişkiler uzmanları, farklı işlevleri olan bu yapıya uyum sağlayan elemanlar olmalıdır. Ancak ister örgütün bir parçası olarak ister bağımsız olarak çalışan uzmanlar başta olmak üzere kurumdan belirli bir ücret/maaşa karşılık sözcülük yapan her türlü halkla ilişkiler uygulayıcısına kamu şüphe ile yaklaşmaktadır (Helvacıoğlu, 2008:148). 1998 yılında PRSA (Amerikan Halkla İlişkiler Topluluğu) araştırmasına göre halkla ilişkiler uygulayıcılarına halkın az seviyede güven duyulduğunun (Helvacıoğlu, 2008:145) ortaya konulması bu yaklaşımı destekleyen bir gelişmedir.

Halk ile ilişki kurabilecek kişilerin göreve getirilmesi ile halkla ilişkiler birimi dahil tüm birimler için olumlu imaj yaratacak olan davranış kalıpları sergilenir. Halka karşı örgütsel tutum ve tavırların sergileniş biçimine bağlı olarak bireyde yönetim lehine kanı ve düşünceler oluşur (Yalçındağ, 1986:146). İlgili konuda gerekli bilinçlendirme işlemi yapacak, beklentilere cevap verecek şekilde yanlış algıları ortadan kaldıran ve yolsuzluğa meydan vermeyen bir yönetim yapısı olumsuz izlenimleri oluşturan davranışları da sergilemeyecektir (Yalçındağ, 1986:147). Burada halkla ilişkilerin asıl amacı, tek tek halk kesimleriyle kurulması imkansızlaşan iletişimi sağlamaktır. Bu imaj mühendisliği (Erdoğan, 2006:29) veya rıza mühendisliğini (engineering consend) (Yıldırım Becerikli, 2005:56) halkla ilişkiler birimi veya uzmanları yapar. Belirtilen şekilde yaratılan imajla toplumsal sisteme verilen girdi daha sonra kazanç, rant, destek olarak kuruma geri dönecektir (Türk ve Akçay, 2010:149).

Halkla ilişkiler olarak görev yapan personel veya uzmanın uyacağı genel ilkeler, IPRA Atina Meslek Yasası şeklinde yer almaktadır (Kalyon, 2006:161). Buna göre;

- İnsan onurunu koruma,
- Herkesin kendi kendisinin yargısına ulaşmasını sağlama,
- Temas kurulacak kişilerin güvenini kazanma ve bu güveni hak edecek şekilde davranma,
- Kamu çıkarına gereken saygıyı gösterme,
- Bilerek veya bilmeyerek gerçek dışı beyanlarda ve davranışlarda bulunmama,
- Psikolojik ve zihni şartları içeren diyalogları yaratma ile herkesin kendi görüşünü açıklamasına izin verme (Kalyon, 2006:161),
- İnsanın özgürlüğüne engel olan bilinçsiz bir güdüleme yaratabilecek her çeşit yöntem, teknik ve araç kullanımı ile gerçek dışı ve eksik bilgilerin kullanımı, denetlenmemiş olgulara dayalı haberlerin yayılmaması (Orrick, 1967:7-8) gibi ilkeler bulunur.

Kamu yönetiminde bu ilkelere dahil olan halkla ilişkiler sorumlusu halkla ilişkiler müdürü, genel müdür veya müdür yardımcısı gibi adlar alır. Bu konumlar bakan, müsteşar veya genel sekreter gibi ara kademelere bağlıdır. Dolayısıyla halkla ilişkiler görevlisinin düşünce ve araştırmaları, ara kademelerin yorumuyla farklılaşması sonucu yürüttüğü halkla ilişkiler faaliyetleri olumsuz etkilenir. Bu nedenle halkla ilişkiler görevlisinin etkinliği azalmakta ve sınırlanmaktadır (Orrick, 1967:69). Çoğu belediyede ise belediye başkan yardımcısı, özel kalem gibi benzer ara kademelerle halkla ilişkiler hizmetleri yürütülür. Oysa halkın gözünde en çok görünen başkan, halkla ilişkilerden en çok sorumlu olan kişidir ([www.blogspot.com](http://www.blogspot.com), 2011).

Yönetim olgusunun karmaşık ve geniş yapısı halkla ilişkiler işlevlerini de farklılaştırır. Bu farklılığı oluşturan etkenler örgüt ölçeği, hedef kitle, faaliyet alanı ve bütçedir (Kalyon, 2006:146). Büyük örgütler için birden fazla ve farklı fonksiyonları içeren halkla ilişkiler birimleri bulunurken, küçük çaplı örgütlerde sadece bir uzman veya görevli istihdam edilmesi uygun görülmüştür (Ertekin, 1995:6-7). Oysa insan kaynakları bölümü, basınla ilişkiler gibi birçok örgütlenme içerisinde bulunan yapının halkla ilişkiler ile ilgili olması iç ve dış



halkla ilişkilere yönelik görevleri arttırmakta ve görevli sayısını çoğaltmaktadır. Ancak kamu görevlisi olarak halkla ilişkiler personelin yerine politikacıların etkili olması, bu görevlinin görüş ve önerilerinin dikkate alınmayacağına işaret eder. Burada görevliler sadece bilgi verici niteliğinde birer memurdur (Orrick, 1967:75). Aynı şekilde özel bir şirkette halkla ilişkiler görevlisinin politikaları etkileme yönü oldukça düşük derecededir. Bu görevlilerin yöneticilere karşı direncinin az olması halkla ilişkiler amacının rafa kaldırılmasına neden olur. Genelde bilgilendirme faaliyetinin yöneticiye verilmesi bu görevliyi yalnızca raportör yapmaktadır (Orrick, 1967:76,83). Örneğin, basınla toplantılar veya halka seslenişte yöneticilerin konuşma yaptığı görülür. Kısacası halkla ilişkiler görevlileri birer kukla görünümündedir.

## 2. YEREL YÖNETİMLER VE YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ

Kentleşme günümüzden 6000 yılı aşkın süre önce Mezopotamya'da ortaya çıkmıştır (Hatt ve diğerleri, 2002:12,28). Bu kentlere Nil, İndus ve Huang He vadileri adlarında başka kentler (urban) de eklendi (Hatt ve diğerleri, 2002:28). Bu kentlerin ortaya çıkışı, büyük politik yapıların doğuşu ve gelişmesi ile aynı döneme rastlar. Kentle beraber kente özgü idari, askeri, ticari, mali, hukuksal sorunların el vermesi kent yönetiminde kent kurulları gibi yapıları meydana getirir. Kentli ile kenti yönetenler, kente özgü bu sorunların çoğalmasının önüne geçme ve karmaşıklığın giderilmesinde kullanılan olgulara dair yöntemleri geliştirme üzerinde durmuştur. Yerleşik hayata geçişle başlayan ve bulunduğu bölgede yönetim, örgütlenme şeklinde düzen kurma yolundaki gelişmiş toplumlar kent için yerel yönetimleri öngörmektedir. Bu düzen kurma çabası yerleşme yerleriyle başlar ve gelişir (Aydın, 1992:81).

Dünya ölçeğinde etkili olmak isteyen bir çok örgüt için yerel düzeyde yetki ve görev paylaşımı gerekmektedir. Daha kaliteli, katılımcı ve şeffaf bir anlayış getirilmesi küreselleşme ve yerelleşme eğilimiyle ilgilidir. Kamusal reformlara ve planlara küresel nitelikler kazandırılarak bütün kurumlarda halkla ilişkiler artırılmıştır. Küreselleşmenin ürünleri yerel halk-belediye arasındaki ilişkileri geliştirmeye yönelik Yerel Gündem 21, 1992 Rio Konferansı, 1996 Habitat II toplantıları şeklinde ortaya çıkmakta ve bu ürünlerle yerel

yönetimlere katılımcılık ve dolayısıyla yönetim-halk kaynaşması sağlanmaya çalışılmaktadır (Öner, 2001:104).

Yerel yönetimin bir birimi olarak belediyenin görev alanı yerel halktır (Karadeniz, 2008:88). Başarılı bir belediyeçiliğin kökeninde belediyesine sahip çıkan kent halkı bulunur (Akçakaya, 1999:77). Halkın ve kurumların yönetim politikaları, planları ve programlarına inancı ve desteği olmaksızın örgütler bu hedefleri hayata geçiremez veya beklenen başarıyı elde edemez. Beklentilere cevap vermek ve hizmetlerin etkinliği, verimliliği ve yerindeliğini sağlamak için halkı tanımak, beklentilerini bilmek büyük bir önem arz eder (Akçakaya, 1999:82). Halkı tanıyarak beklentilere karşılık verilmesi kolaylaşır ve halkın desteğini sağlamak daha olanaklı hale gelir. Demokrasinin hüküm sürdüğü bütün ülkelerde halkın desteği ve güveni olmadan hiçbir kuruluş başarılı olamaz (Uysal-Sezer, 1996:61). Ayrıca belediyenin yerel halkın seçimiyle başa geçmesi, başkan ve personelin halkla sağlıklı ve iyi ilişkiler kurmasını zorunlu hale getirmiştir (Eraslan Yayınoglu, 2007:96). Kent yaşamındaki mutluluk, kent için belediyeçilik anlayışının yerleştirilmesi, halkın belediyesi kavramının ve bilinçli kentlinin oluşturulması bu ilişkilere bağlıdır (Akçakaya, 1999:77). Bu bilinç kente aidiyetlik veya hemşericilik duygusunu meydana getirir. Diğer yandan kent halkının duygusal kontrolü ve desteğinin sağlanması için halkla iletişim kurulması bir zorunluluk halini ifade eder (Özer, 2013:23). Yönetimin olduğu her alanda halkla ilişkilerin kurulması gerekir.

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler anlayışı ve uygulamaları ile birlikte gelen diğer bir olgusal bütünlük, halkın yönetime ilgisi ve katılımı anlayışının birleşmesidir. Bu durum bir kamu kuruluşu olarak yerel yönetimlerde hem güven sorununa hem de denetim isteğine cevap verir. Halkla ilişkiler bir yandan yönetim ile vatandaş arasındaki ilişkileri yakınlaştırarak yanlış algı, tutum ve bilinci ortadan kaldırmakta diğer yandan yönetimin nihai amacı olan etkinliği ve verimliliği artırmaktadır. Bu amacı gerçekleştirirken özel sektördeki uygulamalardan farklı bir çizgi izlenmesi gerekir. Yerel yönetimlerde en çok başvurulan belediye uygulaması, diğer kamu kuruluşlarına göre toplumsal konuları itibariyle daha çok göz önünde bulunur (Eraslan Yayınoglu, 2007:80). Buradaki amaç yerel yönetim ve yerel demokrasiyi güçlendirmekle halkın yönetimden beklentilerini ve sorunlarının çözümünü en hızlı şekilde sağlamaktır. Gerçek bir belediyeçilik anlayışının dayandığı değer de halkla



bütünleşmiş bir yapı sonucu meydana gelir (Türk ve Akçay, 2010:144). Çünkü ideal bir toplumun inşa edilmesi olumlu halkla ilişkiler anlayışına dayanmaktadır.

Bu bölümün alt başlıklarında yerel demokrasinin genel çerçevesine değinilerek yerel yönetim türleri, organları, görevleri, organların seçimi ve merkezi yönetimle ilişkileri olarak yerel yönetimlerle ilgili genel yapı ele alınacaktır (Haktankaçmaz, 2006:69). Yapılan incelemelerle yerel demokrasinin gerçekleşmesi için halkın katılımını sağlayan halkla ilişkiler etkinlikleri oluşturma gereği üzerinde durulmaktadır. Ancak sadece fikir beyan etme, görüş alma ve bilgi verme girişimiyle ortada kalan halkla ilişkiler etkinlikleri sembolik bir katılımı oluşturur. Oysa gerçek bir katılım yönetsel karar organlarına etki etme, ilgi duyma, izleme bir bakıma toplumsal artı değerleri paylaşmaya götürecektir.

## 2. 1. Yerel Yönetimler

Ülkemizde küreselleşme sonucu ortaya çıkan yerelleşme olgusunun etkileri bulunmaktadır. Belediye yasasında küreselleşme kavramlarına yer verilmesi bu durumu yansıtır. Dünya sistemine uygun olarak demokratik yapılara ortam sağlama zorunluluğu ile merkeziyetçiliğin azaltıldığı devlet anlayışının gelişmesi, yerel olgulara hayat vermeyi gerektirmiştir (Çevik, 2007:113). Vatandaşa daha yakın olanın daha iyi hizmet sunacağı öngörüsü, yönetime ulaşmayı kolaylaştırır ve bürokratik yapının üstünlüğünü azaltmayı sağlar. Bu durumda seçim sistemine duyarlı bir yönetim anlayışı için yerelleşme talebi ortaya çıkar. Ayrıca devletin elektronik yapılaşması, yüzyüze ilişkileri gerektirmeyen işlemlerde kolaylık sağlayan e-belediyecilik gibi teknolojik ağırları meydana getirmiştir. Bu tür yeniliklerle kamu hizmetleri mümkün olduğunca yerel düzeyde yürütülmesi gerektiğini belirten yerelleşme olgusu, belediye ve bölgesel kuruluşlara ağırlık verme anlayışını kendi bünyesinde taşır. Ülkemizdeki mahalli idare reformuyla ülke geneline yaygınlaştırılan oluşumlar, küreselleşme olgusunun yerelleşme niteliğine dayandırılabilir (Gündüzöz, 2012: 147).

Yerelleşmeyi sağlayan yerel yönetimler bir kent yönetimidir. Kentin uygarlık seviyesinin bir parçası olması kent yönetiminden beklentileri daha da

arttırmaktadır. Bulunduğu coğrafyada yerel ve medeni ihtiyaçları karşılamakla görevli olan yerel yönetimlerin (Ertekin, 1995:3; Gölönü, 2000:126) hedef kitlesi kentlilerden oluşmaktadır. Diğer bir deyişle halkın bir arada yaşamasından kaynaklanan sorunlara çözüm üreten toplumsal birim yerel yönetimlerdir. Türkiye Cumhuriyeti 1982 Anayasasınının 127. maddesinde yerel yönetimleri ifade eden mahalli idareler il, belediye veya köy halkının mahalli, müşterek ihtiyaçlarını gidermek için kurulan ve karar organları seçmenler tarafından belirlenen kamu tüzelkişileri olarak tanımlanır (Yıldırım, 1993:33). Ancak ülkemizde yerel yönetim yapısının geleneksel hale getirilmediği görülür (Şengül, 2001:100). Günümüzde bu geleneğin oluşturulmasında belediye sayısını arttırmak yeterli bir yöntem değildir. Personel sisteminden seçim sistemine kadar birçok yapısal ve işlevsel niteliğin demokratikleşmesi gerekir. Bu nedenle yerel yönetimlerde halkla ilişkiler ve dolayısıyla saydamlık gibi ilkelere önem verilmesi yerelleşme konusunda büyük bir adım atılmasına olanak tanır (Kırışık ve Sezer, 2006:6).

Yerel yönetimleri anlatmak için devletin örgütlenme biçimine bakmak gerekir. Kamu yönetimi örgütsel olarak ikiye ayrılır. Bunlardan biri merkezi yönetim biri de yerinden yönetimlerdir (Çevik, 2007:111). Yerinden yönetim anlayışı merkezi yönetimden özerk bir yapıya sahiptir. Ancak bu özelliğe ülkemizde yer verilmemektedir. Bir belediyenin ayrı bir bütçeye sahip olması (Çevik, 2007:111), merkezi yönetimden mali yardım aldığı yadsızdır (Çevik, 2007:29). Diğer yandan merkezi yönetim, yerel yönetimlerin bazı iş ve işlemlerine müdahale etmektedir. Bazı kontrol araçları bulunsa da genel olarak yerel yönetimlerin örgütlenmesi, coğrafi ve fonksiyonel olmak üzere ikiye ayrılmıştır (Akın, 1997:113). Coğrafi yerel yönetimler (yerel yerinden yönetim) ülkemizde uygulanan ve gelişme kaydeden bir yapı olmakla birlikte birçok Avrupa ülkesinde rağbet görmektedir. Özellikle belediyeler başta olmak üzere il özel idaresi ve köy adı altında yerel yönetim türlerinin ilgi topladığı belirtilebilir. Siyasi nitelikte coğrafi yerel yönetimler ise Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya başta olmak üzere birkaç ülkede kendini gösterir. Ancak coğrafyaya önem verilmeden hizmet unsuru öne çıkıyorsa burada fonksiyonel yerel yönetim (hizmet yerinden yönetim) anlayışı bulunmaktadır (Çevik, 2007:30). En bilindik örneği üniversiteler, kamu iktisadi teşebbüsleri ve mesleki kuruluşlardır (Çevik, 2007:30). Bu kurumlardan mesleki kuruluşlar hariç



yönetim organları kendi üyeleri tarafından belirlenmez (Akin, 1997:114).

Yerel topluluktaki bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan yerel yönetimler, ekonominin ve hizmet anlayışının yerel taleplere uygunluğunu sağlama amacıyla ortaya çıkmıştır (Tekeli, 1983:3; Özer, 2013:30). Bu uyumu sağlamak kent gibi yerel yapılarda bulunan halkın katılımıyla mümkündür. Yerel yönetim hizmetinin yerel ihtiyaçlara göre belirlenmesi ve bu hizmetlere katılım, halk-yönetim işbirliği ve dayanışmasını sağlamakla ilgilidir. Bu durum yönetime karşı olumsuz tepkileri veya günümüz koşulların getirdiği yeniliklere ve değişime olan direnci azaltacaktır. Etkinlik, demokrasi, özgürlük ve ülke kaynakların yeniden paylaşımı sonucu ortaya çıkan yerel yönetimlerin merkezden farklı görev, yetki, bütçe ve personele sahip özerk kamu tüzel kişileri (Çevik, 2007:111) olarak meydana gelmesine ortam hazırlamıştır. Güçlü bir devlet anlayışı için genel hizmetler yanında yerel hizmetlerin meşruluğunu sağlamak (Çevik, 2007:24) halkla ilişkileri geliştirmekle ilgilidir.

Diğer yandan geleneksel kamu yönetimi anlayışı güvenlik, adalet, savunma gibi hizmetleri içerirken ortaya çıkan yeni yönetim (Çevik, 2007:17) anlayışında haberleşme, ulaşım, sosyal konut, eğitim, sağlık, danışmanlık ve çevre gibi toplumsal ve ekonomik yönü ağır basan hizmetlere olan beklentiler artmıştır. Dolayısıyla merkezi yönetimin bürokratik ve yönetsel sakıncalarını gidermek için yerel ihtiyaçlara önem vermesi, devlet yönetiminde yerelleşmeyi meydana getirmiştir. Bu durum global dünyaya uyumlaşma çabası sonucunda sosyo-kültürel ve siyasal değişimin hızlı yaşanması ve bu değişimin yönetsel süreç ve yapıyı etkilemesiyle ortaya çıkar.

John Stuart Mill, Jeremy Bertham, Sidney Webb gibi birçok anglo-sakson düşünür yerel yönetimlerin temelini oluşturan sağlıklı bir toplum kurma yolunda demokrasinin yerelleşmesi yaklaşımına değinmiştir. Kentleri mutlakiyetin eline bırakılmasının sakıncalı olduğunu belirten Fransız düşünür Montesquieu, ideal devletin yerel topluluklarla sağlanacağını belirtir (Tekeli, 1983:4). Diğer yandan Cordornet, bu yapının kent içindeki ayrıcalıklı sınıfın çıkarlarını koruma açısından bir araç olduğunu savunmaktadır (Tekeli, 1983:4). Küçük ve güçlü halk kesimlerinin oligarşik tutum sergilediğini ve kentin yönetiminde halkın tümü yerine bu kesimlerin öne çıkacağını söyler. ABD'li Tolman Smith için yerel oligarşinin önüne geçmek isteniyorsa merkezi yönetimin olanaklarından yararlanılmalıdır (Tekeli, 1983:4-5).

Yerel yönetimlerin ilk oluşumuna dair varsayımlar surlarla çevrili kentlerde oluşmuştur. Batılı toplumlarda yerel yönetim anlayışının başlaması feodalizme dayanmaktadır (Tekeli, 1983:5). Batılı düşünürlerin geneli yerel yönetimlerin demokrasi anlayışının yani halk egemenliğinin bir gereği olduğunu belirtir. Ancak Avrupa’da feodal beylerin kentler üzerinde kurduğu denetim ve yerel güç odağı haline gelmesi sonucunda merkeziyetçi yapı harekete geçerek bu ayrıcalıklara son vermek için gerekli önlemleri alma yoluna gitmiştir. İleriki dönemlerde burjuvazinin gelişmesi üzerine özerk yerel yönetimler tekrar oluşturulmaya çalışılacaktır (Tekeli, 1983:5).

Bugünkü anlamda yerel yönetim anlayışını yansıtan belediyeçilik İngiltere’de 1835 yılında bir yasayla kurumsallaşmış ve 1894 yılına gelindiğinde ise nerdeyse kent içerisinde bulunan tüm halk kesimlerinin belediye yönetimine katılımı sağlanmıştı (Tekeli, 1983:6). Ülkemizdeki belediyeçilik anlayışının yerleşmesi ise 1973’e kadar uzanmaktadır (Hotman, 1992:252). Kentsel altyapı, kanalizasyon, içme suyu, metro gibi kitle taşımacılık sorunlarının giderilmesi görevi salt belediye anlayışı olarak görülmüş, batılı toplumlardaki gibi yerel yönetimlerin merkezi yönetimle güç paylaşımına dayalı bir yapı biçiminde etkinliği bulunmamıştır (Tekeli, 1983:8).

Osmanlı döneminde belediyenin halk tarafından desteklenmeyen bir kurum olarak etkisiz bir yapıya bürünmesi 1850 yılına gelindiğinde değişmiş özellikle kıyı kesimlerindeki belediyelerin gelişmesine paralel olarak kent yapısındaki dönüşümler sonucu bankacılık, yabancı şirket kolları, sigorta şirketleri gibi yeni iş odaklarının bulunması kent merkezlerinin artmasına ve kentsel altyapıyı güçlendirmesine ortam hazırlamıştır (Tekeli, 1983:8). Kent içi ulaşım gibi alanlarda yaşanan gelişmeler yeni bir örgütlenmeyi doğurdu. Bu durum geleneksel kurumların işlevini yitirmesine ve vakıf anlayışının yerine belediyeçilik anlayışına olanak veren daha geniş kapsamlı işgörür kurumların yerleşmesine neden olmuştur (Tekeli, 1983:8). Ancak bu gelişim, seçimlerin sadece güçlü halk kesimleri tarafından gerçekleşmesi ve geniş kesimlerin seçimlere dahil edilmemesi sonucu halkla ilişkilerde bazı olumsuzluklara meydan vermiştir. Bu durum Cumhuriyet tarihine geçişte de devam edecektir.

1930 yılına gelindiğinde Belediyeler Yasası kabul edilmiş ancak uzun bir süre güçlü yerel kesimlerin etkinliği yine devam etmiştir (Tekeli, 1983:8). 1973 yılında ise yeni bir yapılandırmaya giden belediyeçilikte yerel yönetim ve



merkezi yönetim işbirliği sona ermiş ve belediye kavramı daha çok politikaya dahil edilmiştir (Tekeli, 2009:273). Bu dönemde demokratik ve katılımcı ortam halkın etkinliğini arttırdığı görülür (Tekeli, 1983:11). Gittikçe artan destekler belediyenin halktan kopuk bir kuruluş olmaktan çıktığının göstergesidir. Ülkemizdeki yerel yönetime karşılık bulan anlayış, belediyenin merkezi yönetimin bir kuruluşu görünümünde olduğunu belirtir.

Yerel yönetimler merkezi yönetime karşı bir örgüt olduğu düşünülse de yönetsel bir alt birim özelliği gösterir (Uysal-Sezer, 1996:63-64). Ülkemiz ve Kıta Avrupa'sındaki belediye ve diğer yerel yönetim kuruluşlarının bir tür denetim altında olması ve İçişleri Bakanlığınca bu denetimin yürütülmesi yasalar sonucunda kararlaştırılmıştır (Keleş ve diğerleri, 2012:21-22). Devlet ile yerel yönetim arasındaki bu ilişkiler vesayet ilişkileri adını alır (Çevik, 2007:116; Aksoy, 2006:53-54; Akın, 1997:115). Mali alan dahil birçok alandaki yetki, gelir ve sorumluluk paylaşımı vesayete bağlıdır. Bu da belediyeler aleyhine yerel yönetim yapısına yol açmıştır (Keleş ve diğerleri, 2012:20).

Yerel yönetimler dahil devletin temel işlevlerinden biri, ulusal kaynakların daha verimli ve etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamaktır (Çevik, 2007:202). Bu işlev denetim ve kontrol mekanizmasının yönetime katılım olgusuna uyarlanmasıyla ilişkilendirilmiş ve yerelleşmeyle bütünleşmiştir. Bu şekilde yerel grupların etkinliği artırılarak oluşturulan girişimler ve birliktelikler, bireylerin eşit bir şekilde yönetime dahil olmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda halkla ilişkiler uygulama alanından biri olarak ülke yönetim sistemi içerisindeki konumu dahilinde yerel yönetimlerin halkın bulunduğu yerde il, ilçe, mahalle, köy vb. alanlarda yaşam kalitesini artırma amacına hizmet etmesi halka yakın bir niteliğe sahip olmasından kaynaklanır. Dolayısıyla halka doğrudan etki edebilecek kararlar alınabilir ve demokratik bir yapıyı inşa eden yerel halkın katılımı sağlanabilir.

Gelişmiş veya gelişmemiş bütün devletlerin katılım konusu başta olmak üzere kent yönetimi ile ilgili sorunları kentleşme olgusuyla başlamaktadır. Kentleşmeyen mekanlar, kentlileşemeyen sosyal yapıları doğurmuştur. Bugün evrensel olarak kentin kır üzerinde tam bir egemenlik kurduğunu görebiliriz (Bookchin, 1999:31; Holtan, 1999:63). Kentleşme sürecine dahil olan sorunlara gerek politikalarda gerek yasal düzenlemelerde birçok alanda çözüm üretilmemiştir. Bu sorunun temelinde kent planlaması

yapılırken yerel özellikler ve gereksinimler yerine politik çıkarlara yönelmek bulunur (Keleş ve diğerleri, 2012:16). Yerel yönetimlerin en belirgin görev ve yetkisinin kentsel altyapıyı düzenlemek olması ve bu konudaki başarısızlık, kentsel yaşamı zorlaştırmakla birlikte yenilenebilir kentsel (Keloğlu-İşler, 2007:55) yapı düşüncesini de ortadan kaldırmaktadır. Kent halkının nüfus itibarıyla artışı başta altyapı olmak üzere yerel hizmetlerin sayısı ve niteliğini de değiştirir. Geleneksel hizmet anlayışının yerine kaliteli hizmet anlayışının yerleştirilmesi ve vatandaşın hizmet memnuniyetini arttırmaya çalışması, yönetim-halk ilişkilerini olumlu etkileyecektir. Bu durum yerel yönetimi farklılaştırmaya yol açmış ve önemli bir konuma getirmiştir (Gündüzöz, 2012:148).

Halkın günlük yaşantısını doğrudan etkileyen belediyenin çevre temizliği, halk sağlığı hizmetleri, imar planlaması, kanalizasyon, yol yapımı, ulaşım vb. altyapı çalışmaları ile yerel halkın memnuniyetini sağlaması halkla ilişkiler için önemli bir hal almıştır. Bu maddi beklentiler ve yerel güç oluşturma isteği yerel siyaseti ve uygulamaları etkileyecektir. Yerel iktidarın hızlı kentleşmeye paralel bir altyapıyı oluşturamaması halk tabanındaki sorunları siyasi yapıya yansıtır. Çünkü Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre birincil ihtiyaçların (içme ve kullanma suyu, barınma/konut, çevre temizliği vb. biyolojik ihtiyaçlar) kabul edilebilir derecede karşılanmaması özellikle belediye yönetimini olumsuz bir şekilde etkileyecektir (Eraslan Yayınoglu, 2007:194). Bu durumda halk içerisindeki memnuniyetsizlik gerekli olan imajın oluşmasını engelleyerek kamusal hizmetlerin aksamasından dolayı ortaya çıkan toplumsal, ekonomik ve siyasi istikrarsızlıkta artış meydana getirecektir. Zaten kentlerin kurulması kaçınılmaz olarak toplumsal ve ekonomik bir çaba gerektirmesi, birçok sorunu beraberinde getirmiştir (Kongar, 1993:419).

Ülke coğrafyasına yayılmış ve merkezi yönetimin taşra teşkilatı niteliğinde olmayan yerel yönetimler; yönetsel karmaşa ve denetimsizliği gidermek, bilgi eksikliğini azaltmak, halkın günlük ve acil ihtiyaçlarına yönelik kamusal eylem ve işlemleri daha kolay ve güvenilir bir şekilde yerine getirmek adına uygulamaya konulmuştur ([www.yerelnet.org](http://www.yerelnet.org), 2011). Buna bağlı olarak yerel yönetimlere kaynak ve yetki aktarma eğilimi de ortaya çıkacaktır ([www.yerelnet.org](http://www.yerelnet.org), 2011). Bu eğilim yerel yönetimleri doruk noktasına ulaştırmıştır. 1970'lerde yaşanan krizler, yerel yönetimleri toplumsal ve siyasal



sistemde ön plana çıkardı (Güler, 2007:237). 1985'teki AB (Avrupa Birliği) Anayasası Yerel Yönetimler Özerklik Şartına (Charter Of Local Self-Government) (Akın, 1997:118) göre AB başarısının temelinde halka en yakın konumda bulunan birimler bulunmaktadır. AB, kendi içerisindeki yapılar üzerinde etkin bir rol oynama isteğini yerel yönetimleri güçlendirme yoluyla yerine getirdi. Bu şart sübzıdıyarite ilkesi (Çiçek ve Ökmen, 1997:139) ve uygulamasını içermekte olup Türkiye dahil birçok devlet tarafından imzalanmıştır. Sonuçta toplumsal refahı gerçekleştirmek için topluluğun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yerele en yakın hizmet biriminin yetkilendirilmesi doğru bir uygulama olduğu belirtilebilir. Yerel güçlerin desteği olmaksızın genel idarenin başarılı olması mümkün değildir.

Halka yakın birimlerin kurulması, birbirinden farklı ve çoğalan ihtiyaçların yerindeliği açısından daha etkin ve verimli bir sonuç verebilir. AB'nin savunduğu yerelleşme düşüncesi, halk ile yönetim arasında düşünce ve davranış bakımından uyumlaşma sürecini başlatır. Nihayetinde yönetim yerel veya genel kamu hizmetinin verimliliği için halktan destek görmesi gerekir. Ayrıca halkın içinden çıkan yöneticiler, yönetim hakkını ellerinde bulundurur (Çevik, 2007:22). AB'nin desteklediği yerelleşmeyi ortaya çıkaran çok katmanlı yönetim (long level administration) anlayışı (Şengül, 2001:32) halkın desteğine bağlı bir kuramdır. Bu anlayış uluslar arası siyasi, toplumsal veya ekonomik kuruluşlar, ulusal devletler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları gibi birçok örgütsel yapı ve örgütlü halde bulunmayan ancak küresel süreçte karar alma ve uygulama mekanizmasına bağlı bir tür ilişkiler ağı (Ertürk, 2010:32) oluşturmayı amaç edinmiştir. Bu yapılar sosyal sistemin birer parçasını ifade eder.

İlişkiler ağı, bilgi akışının küresel olarak yayılmasını ve dünyanın birbiriyle bağlantılı bir bütüne dönüşmesini sağlamıştır. Devletler bu süreçte uluslar arası kuruluşlar ve diğer ilişkilere uygunluk çerçevesinde kendi yönetimini geliştirmek ve devamlılığını sağlamak adına belediye ve bölge yönetimi gibi yapılar oluşturmaktadır. Burada küreselleşmenin bir getirisinin yerel yönetimler olduğu belirtilebilir (Ertürk, 2010:32). Ayrıca ulus-devletin ulusal düzeydeki sorunların yanında yerel ve küresel nitelikteki sorunlara dahil edilmesi, yerel ve küresel alanda etkili olmasına neden olmuştur ([www.yordammanas.com](http://www.yordammanas.com),2011). Bir yanda evrensel kent/kosmopolis (Hatt ve

diğerleri, 2002:291) düşüncesinin varlığı diğer yanda yerel yönetimlerin güçlendirilmesi durumu bulunmaktadır (Ökmen ve Görmez, 2009:133). Birbirine zıt olan bu kavramlar gerçekte birbirini destekleyen ve biri diğerinin varlığına katkı sağlayan özellikleri içinde barındırır. Bu yaklaşıma ek olarak Simon Duncan ve Mark Godwin gibi yerel yönetim alanındaki yazarlar, yerleşmenin devlet yönetiminden farklı olmadığını ve yerel demokrasiden öte devlet yönetiminin yerel yönetim iktidarını değiştirebileceğini belirtmektedir (Güler, 2007:237).

Sonuç olarak ülkemizde uluslar arası sözleşmeler ve 1982 Anayasasına göre yerel yönetimlerin görev ve sorumluluklarıyla denkleşmiş bir mali yapıya ulaştırılması birtakım yönetsel reformlara yönelmeyi zorunlu kılmıştır. İdarenin Yeniden Keşfi (Reinventing Government) adlı raporunda daha az maliyetle daha kaliteli hizmet anlayışının yerel yönetimlerde yer alması gerektiği öne sürülmüştür (Şimşek, 2012: 2010). Ancak bugün birçok belediyemiz özellikle İller Bankasına borçlanmaya gitmekte ve zarara uğratılmaktadır.

## 2. 2. Türkiye’de Yerel Yönetimler

Ülkemizde yerel yönetim örgütü üçe ayrılmakta ve mahalli idareler olarak belirtilmektedir (Güllüpunar, 2006:3; Karadeniz, 2008:87). Mahalli idarelerin kuruluş, kendi aralarında birlik kurması, görev, yetki, maliye ve kolluk işleri veya merkezi idare ile ilişkileri kanunla düzenlenir (Keleş, 2000:201). Mahalli idareler içerisinde kendisine en çok başvuru alan ve önem verilen yerel kuruluş belediyelerdir. 1982 Anayasasınının 127. maddesine göre yerel yönetimler kanunla belirlenen kişiler tarafından seçilen karar organları il, belediye ve köy halkının mahalli ve müşterek ihtiyaçlarını karşılayan kamu tüzel kişiliğine mensup örgütlerdir (Yavuz, 2006:72). Bu ihtiyaçlar kentsel yapının sürekli dönüşümü altında değişmekte ve gelişmektedir. Yeni görevler verilen yerel yönetimlere bu görevler dahilinde halkla daha fazla ilişki kurma imkanı yaratılmıştır (Yavuz, 2006:74).

### 2. 2. 1. Belediye

Çalışmamız itibarıyla belediyeleri ayrı olarak incelemek gerekir. Yerel



yönetimler içerisinde birçok kamu hizmetini kendi bünyesinde bulunduran belediye örgütü son zamanlarda önem kazanmıştır. Türkiye’de modern anlamda belediyeçilik anlayışının ilk olarak Tanzimat’la başlayan bir çizgisi bulunmakta ve günümüze kadar geliştirilmeye çalışılmaktadır (Gündüzöz, 2012:149). Genel bir tabir olarak ülkemizdeki belediye tarihinin iki yüzyıla yaklaşan bir geçmişi vardır. Dolayısıyla bu kurum sürekli gelişen kurumlardan biri olarak görülür.

Yerleşme politikasının ön plana çıkması ile kamu hizmetleri sunumunda belediyeye birtakım görevler verilmiştir (Tekeli, 2009:90). Belediyenin yerel halkı rehber olarak hizmet yürütmesi (Özüpek ve Aksoy, 2006:56) vatandaşların kamu hizmetleri konusunda beklenti ve taleplerini öğrenme ve bunları karşılamada büyük bir avantaj sağlamaktadır. Halkın gerçek ihtiyaçlarının belirlenmesinde kolaylık getirdiği düşünülen belediyelere kaynak israfını önleyebileceği düşüncesiyle başvurulmuştur. Yönetime katılım ve yönetimdeki sorumluluğu paylaşmak, zaman kaybı ve kırtasiyeciliği önleyen bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır (Göküş ve Karayıldırım, 1984:127-128).

5393 sayılı Belediye Kanununa göre idari ve mali özerkliğe sahip olan belediye; nüfusu 5.000 ve üzeri bulunan yerleşim yerlerinde büyükşehir, il, ilçe, belde belediyesi olarak dört farklı şekilde kurulmuştur. İl ve ilçe merkezlerinde belediye kurulması zorunludur. Bu kurulum İçişleri Bakanlığınca Danıştay’ın görüşü alınarak müşterek kararname ile yerine getirilir (Çolak, 2005:446-447).

Belediyenin görevi temel kentsel altyapı, temel kentsel hizmetler ve kentsel ekonomiyle ilgili alanlarda etkinlik göstermektedir. Bu alanlar büyük kentlerde daha da genişlemiştir. Ülkemizde büyük kentlerdeki belediyeler için özel bir yasa uygulanır ([www.belgenet.com](http://www.belgenet.com), 2012). İlin ihtiyacına göre büyükşehir belediyesi veya belediye uygulamaları hayata geçirilir. Büyükşehir belediyesi üç veya daha fazla ilçe ve ilk kademe belediyesinin birleşimiyle oluşan yerel yönetimlerdir (Sanal, 2007:125). Büyükşehir belediyesi ya da belediyenin organları belediye başkanı, belediye meclisi ve belediye encümeni olarak üçe ayrılır. Özellikle belediyeyi temsil eden ve seçimle işbaşına gelen belediye başkanı (Keleş, 2000:240) yarattığı imajla halkla ilişkileri belirler. Karar organı ise seçimle oluşturulan belediye meclisinin özelleştirme ve küçük parasal anlaşmazlıkları gidermeye dönük karar ve uygulamalara yönelir ([www.tbmm.gov](http://www.tbmm.gov), 2012). Belediyenin nüfusuna göre belirlenen belediye encümenine bakıldığında plan ve programlar hakkında görüş bildirme,

kamulaştırma kararı çıkarma, belediye cezaları verme veya kiralama gibi uygulamalara yönelik görev ve sorumlulukları yerine getirmektedir ([www.tbmm.gov](http://www.tbmm.gov), 2012).

Homojen yönetim birimi olmayan belediye, temsili demokrasinin en önemli çekirdek birimi ve devlet mekanizmasının vatandaşa en yakın unsurudur. Hizmetler yerele indirgindikçe yerel unsurların çeşitlendiği de görülür. Yerel yapılar hizmet ve altyapıyı gerçekleştirmede birtakım sorunlar çıkartacağı gibi toplumsal hayat ve bölgesel girişimlere kolaylık getiren kararlar ve hizmetler konusunda belde halkının katılımını da sağlar. Bu şekilde yönetimin toplumsal olaylar üzerinde daha etkili olacağı düşünülmektedir. Ancak şehrin konumundan veya beldeler arasındaki kaynak ve beldeye özgü sorun farklılıklarından ileri gelen eşitsizlikler, belediyeler üzerinde merkezi iktidarın koordinasyon kurmasına ortam hazırlamıştır (Tekeli, 2009:255,286).

Belediyelerde halkla ilişkilerin hizmet kalitesini arttırmada kullanılması, toplumun bu hizmetten alacağı faydanın belirlenmesini gerektirir. Günümüzde birçok belediyede hizmet kavramı açık olarak tanımlanmamış ve sadece geleneksel belediye görevleri ve hizmetlerin bulunması gerekli görülmüştür. Oysa modern belediyenin iyi ve sağlam bir bütçeyle politikalar üretmesi ve yerindelik (Çevik, 2007:115) ilkesine uygun olarak bu politikaları hayata geçirmesiyle kaliteli bir kent yaşamı oluşturulabilir. Bu anlayış için verimli, etkili, yeterli hizmet yürütmek yeterli değildir, aynı zamanda çağın değişen yapısına uyum göstermek gerekir. Sosyo-ekonomik hayattaki yeri artmakta olan belediyenin en küçük biriminden en yüksek mercisine kadar tüm atanmış veya seçilmiş görevliler siyasi kimliğini bir yana bırakıp tamamen toplum yararına çalışmalıdır. Ancak belediyenin politize olma durumuyla karşı karşıya kalması buna engel teşkil etmektedir. Bununla birlikte belediyeler kendi uygulama alanına halkla ilişkileri dahil etme zorunluluğunu kabul etmiştir.

### 2. 2. 2. İl Özel İdaresi

İl özel idaresinin kuruluşu ilk olarak Osmanlı döneminde 1913 İdare-i Umumiye-i Vilayet Kanun-u Muvakkat adlı geçici kanunla gerçekleşir. Günümüzde il özel idaresinin başında vali bulunurken karar organı olarak il genel meclisi seçilir ve yürütmeye il daimi encümeni bakar ([www.belgenet.com](http://www.belgenet.com),



2012). Meclise stratejik plan yapma görevi verilerek seçimle değişen veya yarım kalan planların önüne geçilmek istenmiştir. Vali ise merkez teşkilatının bir parçasıdır ([www.belgenet.com](http://www.belgenet.com), 2012). Ancak yerel yönetim birimi olarak il özel idaresinin başı ve tüzel kişiliğinin temsilciliğini de ifade etmektedir. Vali bir yandan ilin en üst idari amiri olmakta diğer yandan il özel idaresini yönetmektedir. İl daimi encümeninin ise il özel idaresinde uygulamaya dönük görevleri bulunur (Keleş, 2000:146).

### 2. 2. 3. Köy

Nüfusu 2000'den az olan yerleşim yerlerine köy adı verilir ([www.köy kanunu.htm](http://www.köy kanunu.htm), 2012). Kırsal faaliyetlerle ilgilenen kentin karşıtı olarak küçük bir yerleşim birimi şeklinde ve kendiliğinden oluşan köy, 1924 tarihli 442 sayılı kanunla en eski yerel yönetim birimi sayılmaktadır. Görev itibariyle güvenlik ve sağlık gibi zorunlu işler ile sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlayacak yol ve köprü yapımı gibi zorunlu olmayan işleri içerir ([www.köy kanunu.htm](http://www.köy kanunu.htm), 2012). Bu yerel yönetim biriminde belirli bir yaş sınırına gelen tüm köylülere oluşan köy derneği, karar organı olarak ise köy ihtiyar meclisi seçilmekte ve yürütmeden sorumlu köyün muhtarı bulunmaktadır ([www.köy kanunu.htm](http://www.köy kanunu.htm), 2012).

### 2. 3. Yerel Yönetimler ve Halkla İlişkiler Arasındaki Bütünlük

Modern insan, yaşadığı toplum ve dünya ile ilişkisi ve haberi olan insanı ifade eder. Toplumsal ve kurumsal değerler bireylerin zamanla oluşturduğu ilişkilerle meydana gelmektedir. Bireyin değişen dünyadaki vatandaşlık konumu farklılaşmakta, özellikle yaşadığı kentteki toplumsal ve siyasal kurumlarla daha fazla ilişkide bulunması toplumsallaşma sürecini değiştirmektedir. Her türlü kitle iletişim aracıyla toplumsallaşma boyutu ve yapısı bireyin değişimini hazırlar. Toplumsallaşma ortamının değişmesi, kurumların kendini topluma benimsetme olasılığını da düşürmektedir. Bu nedenle yönetim, kendi imajı olan görünümünü ve geleneksel yapısını değiştirerek ilgi odağı haline gelmesi için halkla ilişkiler araç ve yöntemlerine ihtiyaç duyar.

Halka dönük ihtiyaçların gözetilmesi halk ile yönetim arasındaki ilişkiyi canlı tutmaya yarar. Halka yakın ve halkın ulaşabileceği bir kamu kuruluşunun varlığı halkla ilişkilere daha fazla önem verilmesini gerektirir. Halkla ilişkiler kamu örgütleri için arka plana atılan bir yöntemden ziyade ilk olarak başvurulması gereken bir güç kaynağı olmuştur (Ertürk, 2010:92). İletişim teknolojisiyle görülen ve duyulan yönetsel hataların bilinirliğinin artması ve demokratik yapının bu hataları yönetime karşı ileri sürebilme olanağını yükseltmesi yönetimin şikayet, yakınma ve isteklere karşı duyarlı olmasını zorunlu hale getirir (Göküş, 1993:77). Kentsel sorunlar için projeler hayata geçirirken etkili bir halka ilişkiler yürütülerek projeye destek veren kentliler grubu oluşturulabilir. Her türlü karar ve uygulamada kent halkına hesap verme bakımından yerel yönetimler, merkezi yönetime göre daha çok sorumluluk altındadır (Ertekin, 1995:8; Eraslan Yayınoglu, 2007:93). Yerel sorunların yerel politikacı ve kuruluşlarla daha iyi tespit edileceği düşüncesi, halkın beklentilerini karşılamaya ve kentin kendine özgü kültürüne uygun ihtiyaçların belirlenmesine ortam hazırlamıştır. Kısacası yerel yönetimlerin kullanılması, devletin yerel sorunlar ve konular için bir dayanak oluşturmuştur. Bu nedenle yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin önemi yerel yönetim-halk bütünlüğü temelinde anlatılacaktır.

### 2. 3. 1. Yerel Siyasetçinin İmajına Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü

Yerel yönetimlerin ilgi alanı doğrudan halk olunca halkla ilişkilerin boyutu ve şekli önem kazanır. Halkla ilişkiler ile yerel yönetimler arasındaki sıkı ilişkiyle halkın beklentileri ve isteklerine uygun ihtiyaçları karşılaması her iki kavramda bulunan kuramsal işlev ve amaçların örtüşmesine dayanır (Uysal-Sezer, 1996:61). Ayrıca halkla ilişkilerin yerel yönetimlere uyarlanması, yerel ihtiyaçları karşılama yanında iyi bir imaja ihtiyacı olan siyasetçiye uygun koşulları da verir. Belediyenin yerel halk için düzenlediği rekreasyon-İtibar aktiviteleri bu imajın yaratılmasına yardımcı olabilir. Olumlu bir imaj için yerel yöneticiler yerel halkla devamlı olarak güncel ve yerel sorunlar hakkında görüş, öneri, eleştiri çerçevesinde bilgi alış-verişinde bulunmak zorundadır (Akçakaya, 1999:79). Yönetime karşı güven duygusu bilgi alış-verişinin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacaktır (Özer, 2013:24). Bu şekilde ideal anlamda



belediyeçilik anlayışına yakınlaşarak yönetim ve halkın sosyal uyumlaşması sağlanabilir ([www.aydin\\_bld.gov](http://www.aydin_bld.gov), 2011). Yaratılan kurum kimliği dahil imaj oluşturma kavramları ile yerel halk içinde güven ve inanç oluşturulur. Kentin kuruluşu veya kentsel tanıtımlar gibi toplumsal olaylar, halkla ilişki kurmak için en uygun ortamları yaratır. Gelişmiş kitle iletişim teknolojisi ile kenti aşır ulusal veya uluslararası alanda etkinliklerin duyurulması kurum kimliğinin oluşmasına en büyük katkıyı sağlayacaktır.

Başka bir deyişle yerel yönetimlerin plan ve programlarına karşı yürütülen halk kesimlerin eylemleri yönetsel etkinlik ve verimliliği olumsuz etkiler. Oysa yönetici ve çalışanların kurum içi veya çevreye dair davranışlarında örgütsel anlayışı değiştirerek halkın gözünde duyarlı, sorumluluk sahibi bir yönetim sistemini oluşturması farklı tarafları ifade eden kentlileri ve yerel yönetimleri birleştirebilir. Halkla yüzyüze ilişkilerde bulunan yerel yönetimlerde yapısal konulardan çok işlevsel konulara yönelmek, halkla ilişkileri görüntü yaratma çabasından öteye götürmez. Yerel yönetimler dahil tüm yüzyüze hizmet sunan örgütlerde gerçek anlamda yardımcı ve duyarlı olan halkla ilişkiler kurulmalıdır ([www.b.cekmece.bel.tr](http://www.b.cekmece.bel.tr), 2011). Bu durumda güler yüzlü, sakin, duyarlı ve çözümleyici niteliğe sahip personel veya yönetici halk ile yerel yönetim arasında iyi bir iletişimin kurulması için gerekli olan aktörlerdir. Söz konusu aktörler arasında halkla ilişkiler birim ve uzmanları aracı/köprü niteliğini gösterir ([www.b.cekmece.bel.tr](http://www.b.cekmece.bel.tr), 2011).

Seçimle iş başına gelen yönetimler ve karar organlarına halkın şikayet, öneri, beklenti ve istek mesajları merkezi bürokrasiden daha rahat iletilir. Ayrıca seçilmişler halkın gözünde olumlu izlenim bırakmak için halkla ilişkiler etkinliklerine daha çok ihtiyaç duymaktadır ([www.yenigun.com](http://www.yenigun.com), 2011). Bu etkinlikleri yürütmek adına kent halkını tanımaya yönelik araştırmaların yapılması gerekir. Örneğin kamuoyu araştırması (Ertekin, 1995:4) ile anket, gözlem ve görüşme yöntemleri kullanılarak yerel halkın duygu, düşünce ve beklentilerinin neler olduğu anlaşılabilir (Öner, 2001:108).

Yerel yönetimler ve genel olarak belediye örgütündeki yönetsel yapının büyümesi ve karmaşık bir hal alması halk tarafından yönetimin anlaşılacak derecede prosedür, kural ve gereksiz formalitelerin bulunduğu bir varlık olarak görülmesine neden olmuştur (Ertekin, 1986:72). Halka belediye örgütü ve faaliyetlerinin tanıtılması yani anlatılmasıyla yönetimin halkla anlaşmazlığa ve

çatışmaya düşmesi engellenir. Bu şekilde huzurlu bir kent yönetim merkezi oluşturulabilir. Kent ve belediyesiyle gurur duyan duyguyu oluşturmak veya sürdürülebilir kent yapısıyla gelecek nesillere yinelenen kent işlevini sunmak gerekir. Belediye açısından halkla ilişkilerde istenilen değişikliği sağlamakla uyumlu, istemli, planlı, programlı etkinliklerin yapılması kurum veya örgütü iyi çalışan bir yapıya dönüştürür. Bu durum kentseverleri oluşturarak bir tür kentine sahip çıkan, kentini olumlu şekilde algılayan ve aktaran halkı meydana getirecektir. Dolayısıyla halkın yerel yönetime ve yöneticisine karşı olumsuz tavır alması ve davranış sergilemesi beklenemez (Akçakaya, 1999:80).

Kamu yönetimi iktidarını pekiştirmede bir araç olarak görülen yerel yönetimler, uzlaşmacı görevini yerine getirirken zorlanmakta ve siyasi baskı altında halka iyi bir imaj yaratma çabası vermektedir. Bu görüş çerçevesinde halkla ilişkiler işlevine en çok ihtiyaç duyan yapının yerel yönetimler olduğu olağan bir genellemedir. Halkın desteğine gereksinim duyan diğer yapılar, yerel yönetimler yardımıyla asgari düzeyde halkın ihtiyaçlarını karşılayarak toplumsal artı değerlere sahip olmaktadır.

### 2. 3. 2. Yerel Katılıma Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü

Halka en yakın yönetim birimi olduğundan dolayı yerel yönetim çalışmaları ve politikalarına halkın katılımı daha kolay sağlanacaktır (Uysal-Sezer, 1996:66). Halkla ilişkiler ve yerel yönetimler arasındaki en önemli ilişkiyi ifade eden unsur demokrasi-katılım unsurudur (Öner, 2001:102). O halde yerel yönetimlerde halkla ilişkiler işlevinin demokratik yapıya hizmet ettiğini belirtmek yanlış bir deyim olmayacaktır. Halkla ilişkilerin iletişimden öte demokratik bir şekilde mutlak katılımı sağlaması, halk-yönetim arasında işbirliği ve dayanışmaya ortam hazırlar. Kentsel mekanlardaki yönetim dışı organizasyonlar günümüzde uygulama alanı bulan yönetim sürecinin (Şengül, 2001:52) bir parçası olması sonucunda kurumları ve yöneticileri halkın duyarlılığı ve ilgisini kazandıran ve böylece katılım isteğini uyandıran halkla ilişkiler kavramına yöneltmektedir.

Halkın gözünde dürüst, duyarlı, sorumluluk sahibi olarak olumlu görünmek, kurum veya yönetici sınıf için sürekli biçimde başarı sağlamada ve yönetme erkinin haklılığını oluşturmada gerekli bir faktördür. Böylece halkın



günlük yaşamıyla doğrudan ilişkili olan belediyelerde halkla ilişkiler kavramı ve kuramı halkın belediyesi niteliğini meydana getirecektir (Akçakaya, 1999:77). Ayrıca halk için önceliklerin belirlenmesi ve bunların benimsetilmesi sürecinde kurulan iletişim yardımıyla halk-yönetim arasındaki anlayış farklılığı ortadan kaldırılabilir. Bu şekilde aynı yönde kararlar alınması sağlanarak iyi bir kent yönetimi oluşturulur.

Kentin gerçek ihtiyaçlarının belirlenmesi ve öz kaynaklarının etkili bir şekilde kullanılması katılım ile sağlanır (Tekeli ve Gülöksüz, 1976:23). Halkla ilişkilerin yerel katılımı olanaklı hale getirmesi ile pasif halkı vatandaş konumundan kenti konusunda duyarlı, sahiplenici, gönüllü ve sorumlu bir duruma getirerek aktif kentli olma haline dönüştürmüştür. Bu katılım bilgi edinme hakkı çerçevesinde hizmette verimlilik ve etkinliği arttırmaktadır. Halk-yönetim arasındaki düşünce ve bilgi alış-verişinin sağlanması yerel yönetim sorunlarına çözüm sürecini hızlandırır. Genel tabirde hemşerilerin yerel demokraside etkin olması için yönetimin halkla ilişkiler (Uysal-Sezer, 1996:61) faaliyetlerine başvurması gerekir. Bu şekilde bilgi alış-verişi sağlanarak katılımcı modellerin oluşması ve uygulanmasına imkan yaratılmaktadır. Bir anlamda kentlileşme sürecine dahil olabilmesi için halkla ilişkiler etkinlikleri kullanılarak hemşerilere kente özgü olay ve olguları kapsayan iletiler aktarılmıştır. Yerel unsurlara daha kolay ulaşabilen halk, kendi sorunlarını da rahat bir şekilde iletebilmektedir.

Yerel yönetim tarafından halka hizmet sunumu konusunda söz hakkı verildiğinde bireyler, kendini kent ile ilgili sorunlarda sorumlu hissetmekte ve yaşadığı sorunları yerel yönetime bildirerek düzeltilmesini sağlamaktadır (Akçakaya, 1999:80). Kenti sahiplenme duygusunun aşılması kendini huzurlu hissettiği kentte mümkün olduğu zaman gerçekleşir. Bu duygu halkla ilişkiler için gerekli birimlerin oluşturulması ve tek merkezden birçok yöntem ve teknik kullanılmasıyla halkın sorunlarının giderilmesi sonucunda aşılır. Bununla birlikte görevlerini yerine getirmeyen personeli üst yönetime bildiren vatandaş modeli, halkın kent yönetimi üzerinde denetimini arttırarak kurum içi işleyişe katkıda bulunur. Bu şekilde yönetim tarafından halkın talepleri gerçekleşirken örgütsel sorunlar da azaltılabilir. En önemli sorun teşkil eden yolsuzluk ve rüşvet halkla ilişkiler etkinlikleri yardımıyla saydam, denetimli ve bilgilendirme temelli bir anlayış çerçevesinde engellenir. Genellikle halkta yolsuzluk ve

rüşvetin gizli kalacağı, kamuoyuna yansıtılamayacağı düşüncesinin egemen olması yanlış bir varsayımdır. Bu bağlamda halkla ilişkilerin geliştirilmesi yöntemine başvurulmalıdır. Gerekli bilgilendirme ve şikayet etme kanallarının açık olması şeffaf yönetim anlayışına ortam yaratarak yerel yönetimler dahil tüm kurum ve kuruluşlarda örgütsel birçok sorun veya soruna neden olan kökeni ortadan kaldıracaktır ([www.mufetder.org](http://www.mufetder.org), 2011).

Yerel yönetimin önemini ortaya çıkartan bir diğer yaklaşım, halk içerisindeki birçok çıkarın temsil edildiği çoğulcu yapıda sadece merkezi yönetimin rol almayacağını belirten anlayışa dayanır. Diğer yandan küçük bir grubun yerel yönetimlerin tüm politika ve uygulamaları belirleyemeyeceği ve dolayısıyla halkın istek ve beklentilerinin ön planda tutulması gerektiği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle ortak bir politikada uzlaşa sağlamalıdır (Güler, 2007:238).

Halkla ilişkiler güçlendirildiği zaman gönüllü katılıma ortam oluşturulur. Bu durum yönetim sistemine birtakım yardım ve destek girdisi sağlar (Gündüzöz, 2012:144). Halkın yararı gözetilerek hizmet sunulması, çevreden gelen tepkileri olumlu bir şekilde yönetime iletilmesini olanaklaştırır. Halkın görüş ve önerilerine önem veren yönetimler, bu gerçek doğrultusunda politika oluşturarak karar verirler. Ancak halkın destek ve yardımını almak için bu kararların yerel medya aracılığıyla tanıtılması gerekir (Güllüpunar, 2006:81). Genel yaklaşıma göre halkı tanıyan bir yönetim halkı anlar, kendini halka nasıl tanıtacağını bilir ve yönetimde hata ve yanlış yapma olasılığını azaltarak örgütsel başarıyı getirir. Yönetimin tasarladığı veya uyguladığı politikaları devamlı olarak halka duyurulması ile halkın gözünde “biz çalışıyoruz” şeklinde olumlu imaj yaratma çabası halktan yönetime destek akımını hızlandırır ([www.yenigun.com](http://www.yenigun.com), 2011).

Yerel yönetimlerin demokrasiyi yansıttığı düşüncesinin gerçeklik payı kazanması için kent yönetimini ifade eden yapıların kent halkı tarafından seçilmesi yeterli değildir. Kent halkının ihtiyaçlarını gözetmek, halk kesimleri arasında eşitlik ve adalet ilkelerini yansıtan yönetsel ve örgütsel davranışlara gitmek, bilgi vermede dürüstlük ilkesine uygun aydınlatıcı bir yapı oluşturmak amacıyla halkla ilişkilerin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Yöneticinin kişisel tanıtımı, kurum imajının veya hizmet politikasının tanıtımı iyi yapılırsa da halka ulaşmayan ve benimsetilmeyen amaçların gerçekleşmesi mümkün değildir



(Uysal-Sezer, 1996:66; Yavuz, 2006:75; Ertekin, 1995:8).

Katılım açısından ülkemizde belediye ve sivil toplum arasındaki ilişkilere bakıldığında ihtisas komisyonlarındaki sivil toplum kuruluşları sadece görüş bildirebilir. Burada oy hakkı bulunmaması sivil toplum kuruluşlarının etkisini ve gerçek anlamda katılım olgusunu zedelemektedir (Gündüzöz, 2012:156). Dolayısıyla belediye ve halk kesimlerinden oluşan bu örgütlerin kendi aralarındaki ilişkilerin oldukça zayıf yapıda olduğu görülür (Gündüzöz, 2012:166). Diğer yandan yerel yönetimlerin demokratik seçimlerle başa gelen organlara sahip olması, bu temsilcilerin halka karşı olumlu tavır sergilemesini zorunlu kılar. Bu nedenle halkla ilişkiler ve yerel yönetimlerin amacı örtüşmektedir (Akçakaya, 1999:90).

Kentsel hizmetler için vergi toplanması, gönüllü sağlanan diğer kaynaklar, belediyenin kentsel rantlardan pay alması ve gerçek anlamda kentsel gereksinimlerin karşılanması ancak katılım olgusuyla gerçekleşir (Akçakaya, 1999:80). Yerel düzeydeki bu ilişkilerde halkın yerel yönetimleri etkileme çabasına düşmesi istenilen düzeyde kararlar alınmasını sağlar. Bunun için birçok kuruluşun yerel yönetimlerin amaç ve hedefleriyle çakışmasını önlemesi gerekir. Bu nedenle yerel yönetimler belli bir uzlaşma sağlayacak olan halkla ilişkiler uygulamasına başvurur. Vekalet demokrasisi yerine katılım demokrasisinin oluşturulmasıyla eğitim, sağlık, ulaşım, kültür, sanat, tüketim, ticaret ve sınai açıdan kentsel işlevler kendi kendine yeterli bir yapıya kavuşturulabilir. Bu yapının oluşturulması için gerekli zemin, kent halkının katılımıyla inşa edilir. Kent halkı ile kurulan ilişkiler kentlerin gelişmesini sağlayarak kentleşmeye ortam hazırlayacaktır. Böylece sosyal ve psikolojik açıdan toplumsal düzen ve istikrar kurulabilir. Kısacası insanlara en azından temel ihtiyaçlarını yansıtan kentsel isteklerini yönetime ulaştırma imkanı verilmesi siyasal sistemin devamlılığını getirecektir.

Hemşerilerin kurum veya kuruluş olarak yerel yönetim etkinliklerine ilgi duyması sağlanmalı ve bu etkinlikleri doğrudan veya dolaylı olarak etkilemesine izin verilmelidir. Yerel yönetimleri etkileme ile aktif katılımı sağlamak (Özüpek ve Aksoy, 2006:57) aynı zamanda demokratik işlevin en önemli unsurunu hayata geçirmiştir (Akçakaya, 1999:83). Herhangi bir karar veya eylemde işbirliğine yönelmek ve toplumsal dayanışmayı sağlamak için destek yaratmak, bireyin veya sivil grupların etkili olmasını gerektirir. Çeşitli

halk kesimlerin katılımı yaygın kültür, sanat, çevre, üretim vb. uygulama alanlarında kentsel düzeyi de içerisine almaktadır. Bireyle toplumsal gruplar arasındaki etkileşim sonucunda oluşan katılım, halkla ilişkileri belirleyen en önemli unsur olarak görülür.

Başka bir deyişle kentte çevreye ve özdeksel yaşam koşullarına ilişkin kararlara halkın katılımının sağlanması kent özeklerinin iyileştirilmesine ve yeni kent özeklerinin inşa edilmesine ortam yaratır. Bu ortamın yerel yönetim politika ve projelerinde halkla ilişkiler aktörlerinin işbirliğine olanak vermeyen bir yapıda başarılı olması mümkün değildir. Kentsel çevrenin yapay ve doğal özelliği korunarak son derece duyarlı, yaratıcı ve ekolojik değerlere dayalı toplum ve doğanın bütünleştirici ilişkileri kendi içerisinde çelişkili kent yaşamının yerini almıştır. Gerçekleşen bu olay halkla ilişkiler bilincini gerektirir. Yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere halk kesimlerinin kendi aralarında sağladığı işbirliği ve dayanışma duygusu bu amaca hizmet etmektedir (Bookchin, 1999:30-31; Keleş, 2000:67). Bir araya gelen veya belirtilen sivil toplum kuruluşlarına katılarak belli bir grup oluşturan temsilciler, yerel yönetim-halk ilişkisinin kurulması yolunda adım atarlar. Kuruluş temsilcileri yerel yönetimlerden sorumlu olan kişilerle irtibata geçerek halk üzerinde etkili olan önderle ilişkileri geliştirir ve halk üzerinde katılımı sağlayan olumlu bir atmosfer oluşturur. Bu atmosfer demokratik, katılımcı, etkin, şeffaf ve lider nitelikteki halkla ilişkiler ilkelerini uygulayan yöneticilerin bulunduğu kuruluşlarda meydana gelmektedir.

Yönetim ve halkın doğrudan ilişkileri yanında dolaylı anlamda gelişme gösterdiği ilişki alanı da bulunmaktadır. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak belirtilen e-devlet anlayışı, vatandaş kuruluş binasına başvuru gibi bazı eylem ve işlemlerden kurtararak yönetime uzaklığın olumsuzluklarını ortadan kaldırdığı görülür. Söz konusu uzaklığı azaltan, katılımı sağlayan unsur olarak halkın belli bir konu veya sorunda görüşü alınması için internet ortamından yararlanılmıştır (Aksoy, 2006:58). Bu doğrultuda özellikle e-uyuru, e-mail, e-oylar, e-anket gibi internet araçları kullanılmaktadır. Coğrafi bilgi sistemi (CBS) (Çolak, 2005:481) veya kent bilgi sistemi yanında e-belediyecilik gibi küresel uygulamalara yönelik teknolojik altyapıların kullanılması, vatandaşın veya halkın kamusal hizmetlere katılımında ve yönetimi denetlemede ilişki kurmasına yardımcı olmuştur ([www.yerelnet.org](http://www.yerelnet.org), 2011).



Bu yaklaşıma ek olarak kentin ekonomik bir topluluk olduğu gözden kaçırılmamalıdır (Bookchin, 1999:9). Ekonomik bir yaşam biçimi bulunan kentte yerel ekonomiyi güçlendirecek etkinlikler ve kentsel kalkınmaya dair (Bookchin, 1999:9) ortaklıklarda başarı sağlamak, şeffaflık ilkesine uygun yönetsel işlemlerin yürütülmesine bağlıdır. Bu şeffaflık, yapılan toplantıları halka açık bir hale getirmek ile sağlanabilir. Yollar, köprüler, kanalizasyonlar, enerji hatları, otopark, alışveriş merkezleri gibi birçok altyapı ve inşaat projesinin yerel kalkınma için ortaklık kurması halkla ilişkiler yardımıyla olanaklı hale gelmiştir. Yerel demokrasiyi güçlendirmek için kurulan kent meclisleri, kent kulübü (Aydın, 1992:86) veya kent toplantıları katılıma dair belli ortaklıkların kurulmasında ve halkı kentsel sorumluluklara dahil etmede nihai araçlar olabilir. Bu yolla yerel güçler kendi aralarında kentin sorunlarını ve gerekli konuları görüşür. Özne düşünce ortamı oluşturma olanağı halkın ne istediğinin bilinmesine imkan tanır.

Diğer bir deyişle kent yaşamında sürdürülebilir, duyarlı ve sosyal dayanışmaya dayanan katılım ilkelerini gerçekleştirmek için yerel yönetim tarafından meslek kuruluşları, siyasi partiler, üniversiteler veya sendikalar gibi sivil toplum kuruluşları harekete geçirilmektedir. Yerel yönetimlere yerel halkın katılımının sağlanması ile kentin kalkınma önceliği, altyapı sorunları gibi konular güncellik kazanır ve ortak uzlaşmaya dayanan yapılar inşa edilir. Bir bakıma kent halkı kent sorunları için tartışmaya ve çözümlenmeye çağrılır. Yapılan çağrı ile kent konseyi (Ökmen ve Görmez, 2009:227) halkla ilişkileri geliştiren en iyi örgütlenme modeli olarak ortak bir yaşam formu yaratılması için gerekli olan bilinçlendirme faaliyetini yürütür (Gündüzöz, 2012:161). Bu yapıyı geliştiren kararların alınması ve uygulanması konusunda yerel yönetimlere birtakım sorumluluklar düşmektedir.

Halktan kişilerin yer aldığı kent konseylerinde yerel yönetim faaliyetlerinin etkili ve verimli bir şekilde yürütülmesi konusunda yardım ve destek girdisi sağlanır (Gündüzöz, 2012:157). Bu konsey meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumlarını kapsamaktadır. Kentsel sorunlar için koordinasyon ve işbirliğini sağlayarak yerel unsurların birlikte hareket etmesini öngören yapısıyla kent konseyleri halkla ilişkilere hizmet etmektedir. Yönetimin daha etkili ve verimli hizmet sunması, diğer kuruluşlarla birlikte yürütülen çalışmalara bağlıdır. Yerel yönetimlerin yerel halkın ortak ihtiyaçları

([www.tbmm.gov](http://www.tbmm.gov), 2012) için bu projeleri yürütmesi, halkla ilişkiler içerisinde yer alan bilgi alış-verişi işleviyle gerçekleşir. Bunun için en iyi araçlardan biri halk toplantılarıdır (Yıldırım, 1993:106). Halk toplantıları yerel yönetim yetkilisi tarafından halkı bilgilendirme ve halktan gelen şikayet, öneri ve görüş gibi bilgileri toplama amacıyla oluşturulur. Demokratik katılımın bir gereği olarak yerel yönetimlerin düşünceyi ifade etme özgürlüğünü sağlaması ve devlet organlarının hedef kitleler tarafından yanlış algılanmasının önüne geçilmesi bu sistemin işleyişiyle mümkündür (Özüpek ve Aksoy, 2010:50)

Yönetime katılım imkanı oluşturmak, halkın yerel siyasete karşı ilgisiz ve isteksiz bir şekilde davranmasını engelleyecektir. Çünkü halk kendi görüş, şikayet ve önerilerinin yerel politika ve uygulamalarında etkili olmayacağı, söz hakkı verilmeyeceği düşüncesindedir. Halkın katılımı veya katkısı demokratikleşmenin ve yönetilen-yöneten etkileşimin bir parçasıdır (Yavuz, 2006:74). Belli bir grubun üzerinde yoğunlaştığı ortak düşünceyi ifade eden kamuoyunu yaratmak, halkı yönetim tarafına çekmek ve yönetime yardımcı olmakla eş anlamlıdır. Bu nedenle kamuoyunun ikna edilmesi gerekir (Yatkın, 2003:30). Bu kitlenin siyasette zaman zaman yarattığı etkiye göre halkla ilişkilerde en önemli konunun iyi niyet kapsamında kamuoyu yaratmak olduğu söylenebilir (Yavuz, 2006:87).

Nihayetinden doğrudan halkı ilgilendiren bazı faaliyetlerin halka sorulması gerekir. Vergilerin artışı, yerel yönetim biriminin statüsü, belediye sınırlarının değiştirilmesi veya birleştirilmesi gibi kent genelini ilgilendiren konular halkoyuna bırakılmalıdır (Akçakaya, 1999:84). Bu nedenle katılım mekanizması yerel yönetimlerde geniş kapsamlı olarak işlemektedir. Yerel halkın istek ve ihtiyaçları tespit edilerek bu istek ve ihtiyaçlara göre hizmetlerin yerine getirildiği varsayılır. Ancak sadece fikir beyan etme, görüş alma ve bilgi verme girişimiyle kalan halkla ilişkiler etkinlikleri sembolik bir katılımı oluşturur.

Kısacası yerel yönetimlerde halkla ilişkileri olumlu bir şekilde yerine getirmek için yönetsel işlevlerin (Kilci, 2011:223) yanında siyasi işlevleri de yerine getirmek gerekir. Sadece siyasal çıkarlara dayalı işlevleri yerine getirmek, yerel yönetim örgütü veya birliğini partizan bir yapıya çevirir. Örneğin, belediye başkanı siyasi kimliği yani parti bağı nedeniyle bütün belde halkı yerine kendi seçmenleri ile ilişkilere yoğunlaşır (Uysal-Sezer, 1996:63-



64). Sadece sınırlı bir kesime hizmet dağılımı yapmak verimli, etkin, ihtiyaca ve ortak yarara dayalı bir uygulamayı getirmez. Kent halkına dönük eylem ve işlemleri hayata geçirmek ve tanıtım olayını gerçekleştirmek isteyen belediye başkanı siyasi etkinliklere katılması gerekir. Diğer yandan sadece yönetimin gereklerinin yerine getirilmesi katı, hiyerarşik, bürokratik temelli, halkın ihtiyaç ve yakınmalarından uzak katılımı engelleyen bir yapıyı ortaya çıkarır. Bu nedenle halkla ilişkiler anlayışın özü gereği denge mekanizması harekete geçirilmelidir.

### 2. 3. 3. Yerel Hizmete Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü

Halkla ilişkiler faaliyeti, yerel yönetimlerdeki eylem ve işlemleri kolaylaştıran bir yapıya sahiptir. Hizmetlerin yerine getirilmesi için vatandaşların birbiriyle iletişime geçerek ilişki kurması gerekir. Kurulan ilişkilerin farklı farklı işlevleri yerine getiren yapılarda faaliyete geçmesi ve değişim yaratması kentlinin yönetime katılımını sağlayacaktır. Kentleşmeyle insanların yaşam tarzları ve ihtiyaçlarının değişmesi elektrik, telefon, kanalizasyon, su yol şebekelerine bağlanma, toplu taşımacılık, eğitim, kültür, sanat, sağlık, spor, yeşil alan gibi ihtiyaçların yönetime iletilmesini gerektirir. İhtiyaçlar ve sorunlar konusunda yönetimin halktan, halkın yönetimden habersiz bir sistemde var olması, milyonlarca insanın nitelikli bir çevrede konforlu yaşama umudunu da yok etmektedir.

Özellikle belediye halk memnuniyetini (Göküş ve Karayıldırım, 1984:127) sağlamak için hizmet kalitesini arttırmak zorunda olması, halkın görüşlerini ve şikayetlerini dikkate almayı gerektirir. Genel veya kentsel olarak kamu hizmeti anlayışındaki değişimler göz önünde bulundurulduğunda devletten daha fazla hizmet beklentisi ve isteğine hizmette kalite anlayışı eklenmiştir.

Yerel yönetimler tüm örgütler gibi hizmet sunduğu ve ilişkide bulunduğu çevreden destek görmek için kendilerini ispatlamaya çalışır. Verdiği hizmet bakımından siyasi ve sosyal baskı altında bulunan yerel yönetimler, halka karşı daha çok sorumluluk içerisindedir. Bu nedenle hizmet politikasının belirlenmesinde ve önemli projelerde vatandaşın fikir beyan etmesine imkan

sağlanarak hizmette memnuniyet derecesini artırma yolu izlenir. Bu memnuniyetin temelini oluşturan halkla ilişkiler, devlet yönetimi tarafından güçlendirilerek optimal düzeyde örgüt-çevre arasındaki uyum ve işbirliğini kurmak amacıyla yerel yönetim aşamalarından biri haline getirilmiştir. Vatandaşın ciddiye alınması için üst mercilere gitmesine gerek olmayan ve karşılıklı etkileşimle yerel yönetim faaliyetlerine katılımı sağlayan bir sistemi oluşturmak, kentsel sorunlara daha duyarlı bir vatandaş modelini ortaya çıkarır ([www.mufetder.org](http://www.mufetder.org), 2011).

Kaliteli hizmet sunumu ve vatandaşa güler yüzlü bir anlayışla yaklaşım, halkla ilişkiler krizinin ortaya çıkmasını engelleyebilir. Halkın olumlu yargılara sahip olması halkla ilişkileri olumlu yönde geliştirecektir. Türk kamu yönetiminde karayolları, haberleşme ve su işleri alanında halkın güveni ve beğenisi sağlandığı gibi bu olumlu ilişkilerin yerel yönetimlere aşılması da beklenir (Yalçındağ, 1968:69). Bu doğrultuda halkın bakış açısını kendi lehine çevirmek isteyen anlayış, hizmetin tüm süreçlerinin yönetsel gereklere göre takip edilmesine bağlıdır. Hizmetin planlanması, programlanması, birimlerin göreve getirilmesi, hizmet sunumu ve halkın memnuniyetinin değerlendirilmesi aşamalarındaki eksiklik ve yetersizlikler dahil tüm olumsuzlukların halk tarafından bilinmesi sağlanarak yönetime karşı anlayış ve desteğin artırılması gerekir (Yalçındağ, 1986:146). Böylece karar verme süreci daha kolay bir şekilde gelişecektir (Gölönü, 2000:128).

Bir kamu örgütü olarak yerel yönetim faaliyetlerinde yönetsel yapı ve işlevlerin kaliteli olması için etkili ve verimli hizmet sunumunun gerçekleşmesi gerekir (Yalçındağ, 1986:146). Vatandaşa özgü niteliğinden dolayı bazı kamusal eylem ve işlemler hakkında personel tarafından bizzat vatandaşın kendisine bilgi verme, izlenecek yol ve yöntemleri beyan etme gerekliliği bulunmaktadır. Bu durum idarenin nihai görev ve sorumlulukları arasında yer alır. Ancak hizmet sunumu tek taraflı olarak yani yönetimi ele alarak değerlendirilmesi yeterli değildir (Yalçındağ, 1986:146). Vatandaşın veya başka bir ifadeyle halkın birtakım davranışları sergilemesi beklenir. Örneğin, yerel yönetim görevlerinden biri olan çevre temizliğine gerekli özen ve desteğin verilmesi veya kamusal mallara zarar vermemek, yönetimi gereksiz yere önemsiz meselelerle rahatsız etmemek gibi vatandaşın aktif ve pasif kalacağı durumlar bulunmaktadır (Yalçındağ, 1986:146).



Diğer bir konu teknolojik gelişmeler hakkındadır. Teknolojik gelişmeler yerel yönetimlere birçok kamu hizmeti sunumunda halka en yakın birim olma ve başvurulara hızlı bir şekilde cevap verme açısından büyük bir katkı sağlayacaktır (Göküş ve Karayıldırım, 2012:139). Ancak e-devlete giriş süreci, kamu yönetiminde yeniden yapılandırmayı gerekli kıldığı gibi vatandaş açısından da sorun teşkil etmektedir (Kocaman, 2006:136). Kamu yönetiminin hizmet, mevzuat, yasal dayanaklar konusundaki algılama ve adapte olma açısından yaşadığı zorluklar kamu görevlisi açısından kısa vadede değişime direnç oluşturur. Halkla ilişkiler, kurumsal ve toplumsal değişikliklerin kamu görevlisi tarafından algılanmasını sağlamakta ve bu algıyı vatandaşa aktarmada yönetsel tikanıkları ve sıkıntıları ortadan kaldıracaktır.

Kent halkının beklentilerine göre konut sorununun azaltılması (Keleş, 1983:134), kent altyapısının düzenlenmesi, ulaşım imkanlarının geliştirilmesi, çöp toplama, kentiçi trafik düzenlemeleri ve zabıta denetimleri, kent yapısının görüntü bozukluğunun kaldırılması veya park ve yeşillendirme alanlarının varlığı gibi konular mali destek ve yönetsel inisiyatife bağlı olarak arsa ve arazi temininin giderilmesiyle ilgilidir. Bu ve benzeri konuların dahil edildiği plan ve programların başarısı halkın işbirliği ve desteğine bağlıdır. Yerel yönetimin merkezi teşkilattan karşıladığı sınırlı bütçe ile kentsel sorunları tek başına çözümülemesi mümkün değildir. Birçok karmaşık ilişkiler ve bu ilişkilerden doğan sorunlar ancak karşılıklı anlayış ve empati ile çözümlenebilir. Halkla iletişimin doğru ve tam bir şekilde yapılmaması diğer bir deyişle tanıma ve tanıtma araçlarının yoksunluğu yönetimin halkı iyi bir şekilde idrak edememesine neden olur. Yeterli ve gerekli olan hizmete dair bilgilerin halka duyurulmaması sonucu lüzumsuz bilgilerle vatandaş bilincinin meşgul edilmesi, yönetsel karışıklıklardan doğan bir ortam yaratır ve kent içinde oluşturulan artı değerlerin paylaşılması gerçekleştirilir. Dolayısıyla kurulan iletişimin gücü, yerel yönetimlerde halkla ilişkileri belirleyecektir. Bu ilişkilerde yapılan işin doğru ve yararlı olduğuna halk inandırılmazsa kentsel hizmetlerde başarı sağlanamaz (Akçakaya, 1999:80; Özer, 2013:21).

Hizmet sunumunda halkın önemi ve talepleri yanında bilgi kodlama, kurumsal amaçlar, personel sistemi gibi yönetsel kaygılar da bulunmaktadır. Bu kaygılarla halkın yerel ihtiyaçlarını yerine getirmeyen devlet, daha sonra yerel yönetimleri görevlendirecektir. Halkın beklenti ve taleplerine duyarlı yerel

yönetimleri oluşturmanın temelinde, bireyin kendini ifade etme özgürlüğü ve kamu hizmeti hakkına sahip olması yatar. Bu faktörler idari fonksiyonu bulunan yerel yönetimlerde siyasi ve mali sorumlulukları ortaya çıkarır (Uysal-Sezer, 1996:60). Merkezi yönetim yönetsel düzene dayanan hizmetlerin daha kaliteli ve hızlı olabilmesi için yerel yönetimlere fırsat vermektedir (Tekeli, 2009:244). Bu şekilde halkın memnuniyet derecesi arttırılmaya ve halkla ilişkiler geliştirilmeye çalışılır (Çevik, 2007:111). Bir yerel yönetim birimi kentsel sorunlar konusunda merkezi yönetimden yetki ve mali kaynak olarak serbestlik isteyebilir. Ancak terör, diploması ve makro ekonomik sorunlarda merkezi yönetimin güçlü olması yerel unsurların güçlü olmasından daha etkili çözümler sunar. Diğer yandan birçok günlük ve monoton iş ve işlemlerde hizmet için yerel yönetimlere fırsat verilmesi gerekmektedir.

Kentlilerin olumsuz algıları ve karşıt koşulları engellemek için belediye başkanı ile belediye hizmet birimleri (zabıta, fen işleri, mali işler vb.) arasında bütünlük ve işbirliği oluşturulmalıdır ([www.yerelnet.org](http://www.yerelnet.org), 2011). Vatandaşın belediye hizmet birimlerine en kısa zamanda ve kolay bir şekilde ulaşması için görülebilir giriş mekanlara danışma birimlerinin konumlandırılması, yine halkla ilişkiler çalışmalarının bir sonucudur. İlgili başvuruların nasıl yapıldığı, hangi bilgi ve belgelerin istendiği, süreler gibi hususlar herkesin görebileceği bir yere ve basit bir dille yazılarak asılması ya da okuma-yazma bilmeyen kişileri de kapsayan afiş vb. görünürlük unsurların kullanılması belde halkının ilgisini çekmeye yeterli küçük adımlardır (Akçakaya, 1999:81). Geniş kitlelere ulaşmak katılım mekanizmasını da harekete geçirecektir. Kentlilerin kentin kalkınmasında ve savunucusu olmasında en iyi potansiyelleri ifade ettiği gerçeği, bu katılımı zorunlu hale getirmiştir.

#### **2. 3. 4. Kurumsal Sorumluluğa Dair Yerel Yönetim-Halk Bütünlüğü**

Yerel hizmetlere katılımın oluşturulması, halkın memnuniyetini sağlamak ve kurumsal sosyal sorumluluğa (KSS) bağlı birtakım faaliyetler yürütmekle ilgilidir. Yönetimler bu sorumluluk kapsamında kent halkını kenti ile ilgili sorunlar konusunda haberdar eder ve en önemli gördüğü hizmet veya mal üretiminde etkilemeye çalışır (Akçakaya, 1999:80). Çevrenin korunması, yeşil



alanlar, park yapımı, halkı belli konularda bilinçlendirme seminerleri, işsizliği önleme programları ve projelerde ilgili alana dair ön plana çıkmış kişilerin - önderlerin- katılımıyla kamuoyunda büyük bir yankı uyandırılmaya çalışılarak halk nazarında olumsuz izlenimler yok edilir. Burada kurumsal sorumluluk kapsamında özür, yaşlı, kadın, çocuk gibi kentteki güçsüz kesimlere yönelik yapılan çalışmalar, aslında halkla ilişkiler çalışmaları olarak nitelendirilir (Ertekin, 1986:154-155). Bu çalışmaların tanıtımı broşür, televizyon, gazete, pul yardımıyla yapılabilir.

Halkla ilişkilerin kurum imajının oluşmasında etkili faktörlerden biri olan kurumsal sorumluluk kavramı, kurumun toplum açısından olumlu algılanmasını sağlar (Türk ve Akçay, 2010:149). Yerel halk, oy amacı güden belediye veya başkanından çok sosyal içerikli belediyeye destek vermektedir. Kurum kimliği, kurumsal görüntü, kurumsal iletişim, kurum kültürü, kurum itibarı gibi birçok kavram kurumsal sorumluluk kavramıyla belirlenmekte ve imaj krizinin oluşmasının önüne geçmektedir (Türk ve Akçay, 2010:149).

Özellikle insanların türlü sorunlarla karşı karşıya kaldığı kent yaşamında iş hayatına adapte olma gereği, kendisini daha fazla yalnız hissetmesine neden olmuştur. Bu durumda karşısındaki kurum veya kişilerden karşılıksız, çıkarsız insanları sevindirmek isteyen eylemlere ihtiyaç duyulmuştur (Kaya, 1989:152). Mutluluk özlemini gideren kurumsal sorumluluk kavramı, kimsenin kimseyi düşünmediği bir zamanda insanların hatırlanma ve yardım edilme gayretiyle karşılaşması kurum veya kişilere karşı halk içerisinde sempati uyandırır. Olumlu duygular kurumsal ve kişisel faaliyetlere destek yaratmaktadır (Kaya, 1989:152). Bu şekilde prestiji arttırarak kurum veya kişiler kendi nüfusunu çoğaltır ve halk tarafından tanınmasına imkan oluşturur. İnsanların içinde bulunduğu olumlu atmosfer kurum veya yöneticilere maddi çıkarlar da sağlayacaktır. Belediyeler gibi yerel yönetimlerin sorumluluğunu kentsel sorumluluk olarak da görebiliriz.

Kurumsal sorumluluk faaliyetleri aynı zamanda olumlu kamuoyu yaratma imkanı verir. Kentli olma gururu ve belediyeyi benimseme duygusu kent için yapılan kurumsal sorumluluk faaliyetiyle belirlenir. Ancak desteğine ihtiyaç duyulan halk kesiminin ilgisi ve duyarlılığı; belediye, başkan, kent hakkındaki belli bir sorun veya konu üzerine çekilmesi gerekir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRK KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERE DAİR GENEL YAKLAŞIMLAR VE YAPILAN ELEŞTİRİLER

Ülkemizde halkla ilişkiler felsefesinin Türk kamu yönetimi ve yerel yönetim tarafından benimsenmemesinin temelinde Osmanlı döneminden kalan halk ile yönetim arasındaki kopukluk bulunur (Bostancı, 1998:56). Devletin halkla ilişkilere önem vermeyen bir yönetim sistemine sahip olması, halkla ilişkiler birimine ve faaliyetlerine dair altyapının eksik olduğunu gösterir. Bu alana ayrılan bütçenin ve çalışan emeğin boş olduğuna inanan yönetici ve kurumsal yapının varlığı, halka yeterli bilgi verme görevini arka plana atmakta ve bu durum halk ile olan ilişkileri olumsuz etkilemektedir (Acar, 1994:4).

Türkiye’de halkla ilişkilerin hem kamu yönetimi hem de özel sektör açısından geliştiği söylenemez (Acar, 1994:4). Halkla ilişkilerin yönetim tarafından önem verilmeyen bir konu olması, disiplin olarak eğitsel faaliyetlere geç başlanması ve birimlerin geç kurulması gerçeğini ortaya çıkartır. Bu durum halkla ilişkiler eğitimi 1964-1967 yılları arasında başlamasına neden olmuştur (Yıldırım Becerikli, 2005:122). Diğer yandan Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi küreselleşmenin etkisiyle halkla ilişkilerin geliştiği diğer ülkelerle aynı zemine sahiptir. Tarihsel süreç içerisinde yaşanan küresel gelişmelere göre bu akımın şekillenmesi yerel yönetimlerde farklı bir halkla ilişkiler perspektifi getirmiştir. Bu perspektif çalışmanın bu bölümünde ülkemizdeki kamu yönetiminde incelenerek belediye açısından halkla ilişkiler yapısına değinilmiştir.

#### 1. İLK TÜRK DEVLETLERİNDEN TÜRKİYE CUMHURİYETİ’NE KADAR HALKLA İLİŞKİLER HAKKINDA YAPILAN YENİDEN DÜZENLEME ÇALIŞMALARINA GENEL BİR BAKIŞ

Yönetim ve halk ikilisi bir bütündür. Yönetimin varoluş nedeni ve bağlı olduğu aktörlerin durumu, halka yani yönetilenlere sunulan hizmet anlayışına dayanır. Buradaki yönetim kavramı devlet yönetimi kavramına tekabül eder. Etkilendiği toplumsal ve kültürel yapılara göre halkla ilişkiler konusu hakimdir.



Her ülkede halkla ilişkiler ile ilgili farklı uygulamalarla karşılaşılmaktadır (Yıldırım Becerikli, 2005:5). Türkiye’de halkla ilişkiler gelişimi ve dolayısıyla uygulanması ABD ve diğer ülkelere farklı özellikleri içinde barındırır (Coşkun, 1989:114). Türk kamu kuruluşlarında halkla ilişkilerin önemi ve tarihsel süreç içerisindeki yeri, bu kavramın evrensel olarak gelişmesine paralellik göstermiştir.

Yönetim-halk zıtlığının temelini sosyo-kültürel yapının bir parçası olan tarihsel süreç oluşturur (Ertekin, 1978:95). Ancak bu alandaki gelişmeler birtakım sorunları da beraberinde getirecektir. Halkla ilişkiler sorununa getirilen çözüm önerileri ülkemizdeki uygulamalarda somut bir yer edinmemesinden kaynaklanan olaylar ve olgulara çözüm üretmek yerine ilgili alanda yeni yeni sorunlara meydan vermiştir. Bu nedenle her daim yönetim-halk arasındaki ilişkilerde bir uçurum bulunur. Bu uçurum günümüze kadar uzanmış yönetim-halk zıtlığına dayanan ilişkilere ortam hazırlamıştır (Yalçındağ, 1986:136,144; Göküş, 1993:63). Olumlu bir halkla ilişkilere dahil olmayan bu şekil yönetimin görüntüsü altında yatan neden, tarihsel süreç ile ilgili olduğu görülür. Osmanlı Devletinden bu yana süregelen bu yönetim-halk zıtlığı ve iletişimsizlik halktan kopuk yönetim sınıfı ve halkı kul olarak görme anlayışından kaynaklanmaktadır.

### **1.1. İlk Türk Devletlerinde Halkla İlişkiler**

Her toplumda olduğu gibi Türk tarihindeki oluşumlarda da gelişmiş bir halkla ilişkiler yapısı bulunmamaktadır (Erdoğan, 2006:96). Fakat bu oluşumlarda siyasal ve ekonomik güçlerin halkla ilişkiler yönetimini yürüttüğünü görebiliriz. Bu dönemde rutin veya rutin olmayan ilişkileri düzenleyen birtakım halkla ilişkiler etkinlikleri bulunmaktaydı (Erdoğan, 2006:96). Bunlar kamuoyunu bilgilendirme ve olumlu izlenim oluşturma amacına hizmet etmiştir (Kilci, 2011:231). Özellikle Kutadgu Bilig halkı bilgilendirme yönündeki talepleriyle halkla ilişkiler alanında öne çıkmış bir eserdir (Kilci, 2011:232). Ancak bu etkinlikler günümüzdeki halkla ilişkiler etkinliklerinin amaçlarını içermez. Benzer eserlerle Türk bilginlerin halkın ne durumda olduğunu tespit etme konusunda doğru ve yeterli bilgiye sahip olması

ülke yönetimi için önerilerde bulunmasına ortam hazırlamıştır (Erdoğan, 2006:96).

Türkler için Orhun Yazıtları ilk halkla ilişkiler örneğini ifade eder. Göktürklerin Orhun Abideleri (Erdoğan, 2006:98) ve Selçuklular (Erdoğan, 2006:104) zamanındaki Nizam'ül Mülk'ün Siyasetname'sine göre halka yeterli ve gerekli bilgi verilmesi ve yönetim-halk yakınlaşmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bunun yanında kağanların ve sultanların Orhun Abidelerinde yabancı diplomatlarla olumlu ilişkiler kurması, yönetimin dış halkla ilişkiler faaliyetleri arasında yer almaktadır. Siyasetnamede ise halkın genel durumu hakkında gerçek bilgilere sahip olunması gerektiği üzerinde durulmuştur (Summak, 2001:18).

Orhun Abidelerinde Türk kağanlığının üstünlüğü ve itibarını yaymaya yönelik bilgiler içermesi ülkede birlik ve beraberlik, barışın önemi, boylar arası düşmanlığın manasızlığının belirtilmesi ve yöneticinin görüntüsü (Erdoğan, 2006:98-99) devlet olgusuyla bütünleştirilerek yönetimi güçlendirme amacı bulunmaktaydı. Bu şekilde halka olumlu ve etik mesajlar iletilmektedir. Yürütülen halkla ilişkiler yardımıyla yönetici olan kağana halkın sadık olması hedeflenmiştir (Erdoğan, 2006:98-99). Bir diğer örnek Anadolu Selçuklularında belirli günlerde yönetim tarafından halkın şikayet ve önerilerinin dinlenilmesi ile ilgilidir ([www.makaleler.com](http://www.makaleler.com), 2011).

Türklerde yazılı kurallar yerine insanların birbiriyle ve devletle ilişkisinde töre denilen sözlü hukuk kuralları bulunmaktaydı. Halkla ilişkiler akrabalık düzenine göre şekillenmiştir. Yapılan barış çağrıları, ülke içerisindeki birlik ve beraberlik aile ve akrabalık bağlarının toplumsal ilişkilerdeki önemi birçok Türk yazıtlarında bulunmaktadır. Ayrıca sürekli olarak çıkan beylikler arası savaflara yazıtlarda karşı çıkılmakta, bu içerideki savafların ve dışarıdaki savafların kişilerin arasındaki ilişkileri katılaştırdığı iddia edilmektedir. Adil bir devlet yapısının varlığı en iyi halkla ilişkiler yapısını oluşturacağı yönünde bir anlayış benimsemiştir (Kilci, 2011:231). Yönetimle ilişkiler genel olarak halkın sadık olma ve rıza göstermesine dayanmaktaydı. Diğer yandan Kül Tegin yazıtında fakir halkı zenginleştirmekle ilgili yazılar bulunur (Erdoğan, 2006:100). Kendisi gibi diğer Türk beylerine halkı zenginleştirmeyi öğütlemiştir. Türk halkını yönetmek için kağanlar tahta çıkarılmış ve bunlar sosyal devlet



anlayışıyla hareket etmiştir. Sürekli bir biçimde Türkleri birleştirme gayesinde halkla ilişki kurulmuştur.

Anadolu Selçuklu döneminde ise halk günleri düzenlenerek halkın sorunları hakkında doğrudan bilgi sahibi olunmaktaydı (Erdoğan, 2006:97). Hükümdarlar halkın şikayetleri ve isteklerini bu günlerde dinlemekteydi (Summak, 2001:18). Selçuklular gibi Osmanlı Devleti de toprak sistemini uyguladığından halk-yönetim ilişkisi geleneksel yapıya dayanır. Bu yapı daha da resmileşerek halkın konuşma dilinden farklı bir dil kullanan yönetimin halkla ilişkilerinde kopukluk ve uzaklıklarını daha fazla belirginleştirmiştir (Erdoğan, 2006:103).

## 1. 2. Osmanlı Döneminde Halkla İlişkiler

Bu çalışmada Türkiye'deki halkla ilişkiler sorununa Osmanlı Devletinden itibaren yorum getirilerek yöneten-yönetilen çatışması incelenmeye tabi tutulacaktır. İlk olarak Osmanlı Devletinde millet sistemi yani Türk ve Müslüman olan tebaa ile Gayrimüslim olan tebaa diye bir ayırım bulunduğunu belirtmekte yarar vardır (Göküş, 1993:63). Uzun dönem kamu hizmetine alınmayan Gayrimüslim tebaaya aynı zamanda askerlik hizmetine girme hakkı da verilmedi. Yönetimin halk ile arasındaki ilişki dini kurallar etrafında şekillenmekteydi (Göküş, 1993:63). Tanzimat ile bu halk kesimleri vatandaş statüsüne geçmiş ve önemli bir yapı inşa edilmiştir. Ancak geleneksel bakış açısı uzun zaman devam edecektir. Osmanlı Devletinin kuruluş döneminden Tanzimat Dönemi'ne kadar yönetim tarafından halk, reaya olarak görülmekte ve hiçbir hak sahibi olmamaktaydı. Yönetim ile halk ilişkileri dini kurallara göre düzenlenmekte (Bostancı, 1998:54) ve tek taraflı olarak halkın itaat etmesine dayanmaktaydı. Ancak kuruluş döneminde halk ile yönetim arasında iyi ilişkiler bulunması, devletin halkın yararına hizmet verme ve onu koruma geleneği içerisinde olmasına bağlanabilir.

Osmanlı Devletinin ilk döneminde reyanın Tanrının emaneti olduğu ve kimseye zulüm yapılmamasını sağlama görevinin padişah tarafından yerine getirilmesi gerektiği gibi ifadelerin padişahın adalet fermanlarında yer aldığı bilinir (Yalçındağ, 1986:137). Yönetim için en gerekli ve önemli şey reyanın duasıydı. Padişah halkına adil, eşit davranan ve onu gözetleyen nihai kişiydi

(Yalçındağ, 1987:69). Ekonomik ve toplumsal yapıda bu hoşgörüyeye dayanan siyasi anlayışla refahlığa ulaşılmış ve kargaşa ortamından uzak durulmuştur. Aşık Paşazade döneminde yönetim için en iyi olan şeyin yine aynı şekilde reayanın/halkın hayır duası olduğu ileri sürülür (Yalçındağ, 1986:137). Defterdar Sarı Mehmet Paşa'ya göre alemin velinimeti olarak reaya gösterilmekte ve reayanın çiftçilik yaparak merkezi yönetimi doyurduğu üzerinde durmaktadır (Yalçındağ, 1986:137). Bu dönemde görevini yerine getiren bürokratik yapı ve halkla bir bütün içinde yaşadığı iddia edilebilir (Yalçındağ, 1986:137). Diğer yandan reaya kavramı özgür halk tabiri yerine padişahın kulu olarak görülmekteydi.

Fatih Sultan Mehmet'in Cuma günleri halkla birebir görüşmesi ve genel olarak fethedilen yerlerdeki din-mezhep farklılıklarına ve geleneklere hoşgörü ile yaklaşılması birer halkla ilişkiler stratejisidir (Çamdereli, 2005:14). Sadece fethedilen yerlerde bulunan halk değil yabancılarla yapılan görüşmeler de diplomasi açısından iyi ilişkilerin yürütülmesine ortam hazırlamıştır. Cuma Selamlığı yanında Ayak Divanında halkın yakınma ve istekleri dinlenmekteydi. Hükümdar veya onun saraydan yetkilendirdiği bir kişi halktan biri gibi davranarak, halkın yönetime karşı ne tür düşüncede ve tutumda olduğu belirleniyordu (Summak, 2001:19). Dar'ül Adl (Adalet Evi), Divan-ı Mezalim (Haksızlıklar Divanı) haftada en iki defa toplanır ve halkla yönetim arasındaki davalara bakan kurumlardı. İsveç'teki Ombudsman'a benzeyen bu kurumlar özerk niteliklidir ve tarafsız görünümündedir (Özer, 2013:38). Günümüzde kamu başdenetçisi ve denetçileri diye adlandırılan bu görevliler, Türkiye'de 2010 yılında ilk adımlar atıp 14 Haziran 2012 tarihinde uygulamaya geçmiştir (Özer, 2013:38).

17. yüzyıla gelindiğinde Osmanlı Devletinde halkla ilişkiler yapısı bozulmuş; yolsuzluk, yönetim ve toprak yapısındaki sorunların yol açtığı ekonomik ve toplumsal dengenin kaybolması halkın üzerindeki vergi ve benzeri mali yükleri arttırmış, yönetsel ve kurumsal yapıya liyakat sistemine (merit system) uymayan şekilde kişilerin getirilmesi devletin koruyucu ve gözetici geleneğinden uzaklaşmasına ve halkın devlet hakkında olumsuz yargılara bürünmesine, dolayısıyla yönetim-halk arasındaki iletişim kopukluğuna neden olmuştur. Bozulan üretim yapısına bağlı olarak sürekli artan ve zorla alınan vergiler (Erdoğan, 2006:105) nedeniyle halkın dağlık bölgelere göç etmesine ve



dolayısıyla kendi devlet adamlarından kaçmasına (büyük kaçkın) ortam hazırlamıştır (Yalçındağ, 1986:138). Bu durum merkezi yönetimin zayıflamasına yol açacaktır (Göküş, 1993:64). İçte çıkar ve güç mücadelesi, dışta Osmanlıyı yarı-sömürge durumuna getiren girişimler imparatorluğu halk gözünde bitirmişti (Erdoğan, 2006:107). İlk dönemlerde fetihler daha sonra da artan savaşlar ve vergi gibi gelirlerin azalmasına neden olan ganimet sisteminin çöküşü, merkeze ait gelirlerin Anadolu halkına yüklenmesi sınırlı yapılan halkla ilişkileri daha fazla bozmuştur (Erdoğan, 2006:112).

Yönetim, ekonomi ve toplumsal yapıdaki bozulmaların getirdiği tımar sistemi dahil kullanılan uygulamaların işlerliğini yitirmesi ve giderek halka zulüm yapan bir anlayışın yerleşmesi yönetim-halk ilişkilerini olumsuz bir yapıya bürümüştür. Kadı, voyvoda, paşa, ağa, sipahi, müderris ve naiplerin adaletsiz vergi toplayıp zulüm yapması halkı yönetime karşı olumsuz tutum ve tavırlara yöneltmişti (Yalçındağ, 1986:138; Erdoğan, 2006:106).

Yönetimin bozulan yapısını düzeltme çabaları devam etmesine rağmen celali isyanları bir süre sonra yönetsel yapıyı uğraştıracaktır. Vergi hasılatının satıldığı mültezimler halktan gereksiz yere vergiler topladığı ve devletin güvenlik görevlileriyle birlikte zulüm yaptığı birçok kaynaktan geçmektedir (Yalçındağ, 1986:138). Padişahın kulu statüsünde olan tebaa yani halk ile ilişki Tanzimat'a kadar kurulmak istenmemiştir. 17. yüzyıl ile başlayan emekçi halkı küçük görme yarışı sonucunda halkın yöneticileri düşman olarak görmesi, birtakım yenilikçi padişahları gündeme getirmiştir (Erdoğan, 2006:106). Ancak bu olumsuz olayların varlığı 18. yüzyıldan sonra halka birtakım haklar verilerek imparatorluğun parçalanmasını önleme çalışmalarının yapılmasına ortam hazırlamıştır. Bu dönemde başlayan demokratikleşme hareketinin uzun süre başarısız bir yol izlediği de görülür. Diğer yandan Meşrutiyet döneminde ilk defa sınırlı da olsa halkın yönetime katılması (Erdoğan, 2006:110) halkla daha fazla ilişki kurulmasını sağlamıştır.

Bazı padişah ve sadrazamlar isyanlarla oluşan halkla ilişkiler sorununu gidermek için yenilik hareketlerine ve bu olumsuz havayı değiştirme amacına yönelmiştir. Ancak devlet görevlileri veya bazı kesimlerin hoşuna gitmeyen bu yenilikçi hareketler başarıya ulaşamamış ve kısa süreli bir etki göstermiştir (Göküş, 1993:65; Erdoğan, 2006:109). Dolayısıyla toplumsal, ekonomik, mali ve yönetsel sorunların devam etmesi, halk-yönetim arasındaki çatışmayı

arttırmıştır (Göküş, 1993:65). Ancak III. Selim ile birlikte batıya dönük yenilikler devam etmiş, halka yeni haklar veren faaliyetler yönetime uyarlanmıştır. Diğer yandan halka karşı olan yönetim sisteminin varlığı halkı küçümseyen bir anlayışla yönetim-halk arasındaki ilişkilerde kopuklukların devam etmesine neden olacaktır. III. Selim Avrupa'daki yeni düzeni ifade eden Nizam-ı Cedit uygulamalarıyla imparatorlukta birtakım düzenlemelere gitmiştir. Halkın gözünde rüşvetçi ve katil imajına bürünen yöneticileri değiştirmeyi planlayarak birtakım ıslahatlar yapmıştır. Ancak kısa süre sonra padişahlardan biri daha Osmanlı bürokrasisine yenik düşerek ıslahatlar III. Selim ile birlikte yok edildi (Erdoğan, 2006:107).

Yenilikçi bir başka padişah olan II. Mahmut personel sistemindeki bozulmalar üzerinde durmuş, atama ve yükselmeyi belli ilkelere dayatarak halka hizmet veren yönetim yapısını oluşturmaya gitmiştir (Göküş, 1993:66). Osmanlı İmparatorluğu'nda batıya yönelmek (Erdoğan, 2006:109) ve yenilikçi hareketler yönetim ve halk arasındaki ilişkileri düzeltmemiş, halktan kopuk yönetim yapısı varlığını devam ettirmiştir (Yalçındağ, 1986:139). 1877'ye geldiğinde Millet Meclisinde ilk olarak öne sürülen durum "memur sorunu" olmuştur (Yalçındağ, 1986:139; Erdoğan, 2006:110). Türkiye Cumhuriyetinde halkta derin yaralar açan bu algılar ve tutum, halkçılık ilkesine dayanan yönetsel yapıya rağmen bir türlü ortadan kaldırılamamıştır (Yalçındağ, 1986:139-140). Genel olarak Türkiye'ye kadar Türk devletleri her daim ülke içi halkla ilişkilerden çok diğer devletlerin halkla ilişkilerine önem vermiştir.

Tanzimat'ın ilan edilmesi ile herkese yeni haklar verilmesinin getirdiği yeni düzen halkta var olan olumsuz tavrı değiştirememiştir. Devlet görevlisi olan aydın kesimin halktan kopuk tavrının devam etmesi, halka karşı olumsuz davranışlar sergilemesi ve yenileşme hareketinin halka benimsetilmemesi durumu başta ulema sınıfı olmak üzere bazı çıkar çevrelerinin faaliyetleri ile yönetim-halk arasındaki iletişimin tamamen kopmasını meydana getirmiştir. II. Meşrutiyete geldiğinde sınırlı oy kullanma halkın katılımı olgusunu başlattı (Erdoğan, 2006:110-111). Yönetime görüş bildiren bir yapı ortaya çıkıverdi. Bu dönemde kurulan her parti entelektüel kesimden geliyordu. Amaç, imparatorluğun parçalanmasını önlemektir. Ortaya çıkan politik ayrımlar bu sorun etrafında şekilleniyor ve çatışmalara meyil veriyordu (Erdoğan, 2006:110-111). Tanzimat döneminden Cumhuriyetin ilanına kadar bu anlayışta farklı bir



gelişme yaşanmamış, halkla ilişkilerdeki asıl gelişmeler Cumhuriyet döneminin planlı döneminde ağırlık kazanmıştı. Görüldüğü gibi Türkiye’de ilk olarak bu kavramın ortaya çıkışı devlet yönetiminde rastlanılmaktadır. Bu nedenle Batılı ülkelerden farklı bir gelişim seyri göstermiştir.

### 1. 3. Türkiye Cumhuriyetinde Halkla İlişkiler

Çalışma itibariyle Türkiye’de halkla ilişkilere daha fazla önem verilmektedir. Cumhuriyet döneminde halkla ilişkiler planlı kalkınma öncesi ve planlı kalkınma sonrası halkla ilişkiler olarak ikiye ayrılır. Ancak halkla ilişkilere planlı dönemden itibaren önem verilmeye başlanılmıştır.

I. Dünya Savaşı sonrasında 4 Eylül 1919’da Sivas Kongresinde alınan kararların ve ülkede yapılan işgallerin halka iletilmesi ve halktan ulusal direniş destek sağlamak için İrade-i Milliye gazetesini yayınlatarak Mustafa Kemal halkla ilişkiler konusunda büyük bir atılım göstermiştir. Daha sonra Hakimiyet-i Milliye’yi yayınlaması, 1920’de Basın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünü kurması ve buna benzer gazeteler çıkarmasıyla halkla ilişkilerin boyutunu genişletmiştir.

Modern halkla ilişkiler uygulaması 16 Mart 1920’de İstanbul’un resmen işgalinden sonra Anadolu Müdafaa-i Hukuk Derneği Temsilciler Kurulu tarafından 6 Nisan 1920’de “Anadolu habersiz kalmasın” söylemiyle ve inkılapların halka tanıtımı için her türlü duyurunun hızlı, tam ve doğru bir şekilde haber ve bilgilerin iletilmesi adına Yunus Nadi ve Halide Edip’in çalışmaları (Erdoğan, 2006:116), Mustafa Kemal’in istek ve desteğiyle bir basın-yayın kuruluşu olan Anadolu Ajansı (AA)’nın kurulmasıyla başlamıştır. Günümüzde AA’nın görevi bir anonim şirketi olarak birçok dilde haber üretme ve ülkemizi tanıtmadır (Ertekin, 1986:108). Milli Mücadele yıllarında halkı aydınlatma ve milli birlik kurma yolunda halk ile ilişkiler için kurulmuş olan bu ajans birçok gelişmiş ülkede bulunmaktaydı. Burada Milli Mücadelenin haklılığının halka ve dünya kamuoyuna duyurma ihtiyacı görülmektedir. Daha sonra aynı dönemde aynı sebeple kampanya faaliyetleri yürüten önemli bir komisyon olan İrşad Encümeni oluşturulmuştur. Kongreler de dahil olmak üzere tüm süreçler Cumhuriyetin kurumsallaşması ve inkılapların halka benimsetilmesinde birer halkla ilişkiler örneğini oluşturur. Çünkü bu yeni

devletin kendi halkına tanıtılması gerekmektedir (Erdoğan, 2006:116).

Yeni kurulan devlette Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan merkeziyetçi yapının devam ettiği düşüncesi süregelen belli olay ve olgulardan anlaşılabilir. Bu genç oluşum kendi içerisinde barındırdığı devlet yönetimindeki hataları halk tabanına yansıtması sonucu yönetim-halk dayanışması yerine birtakım çatışma ve zıtlığa dayanan oluşumları ortaya çıkarmıştır. Yönetime karşı sergilenen tutumun temelinde halka benimsetilmeden kurulan yeni yönetim sistemi bulunmaktadır (Yalçındağ, 1986:140). Diğer yandan Cumhuriyet bürokrasisi, Osmanlı bürokrasisinden farklı değildi. Bürokrasi ile halk birbirinden habersiz, ayrı bir görüntü şeklindeydi. Bürokrasinin halktan kopuk tavrının devam etmesi, yönetim-halk arasındaki ilişkinin yumuşamasının önünde en büyük engel teşkil etmiştir (Yalçındağ, 1986:140). Bürokrasinin kendi bulunduğu konumu dışında halkın beklentilerinden ilgilenmemesi ve inkılapları uygulama görevi nedeniyle halka karşı sorumlu ve duyarlı olmayı engelleyen unsurlar bulunmaktaydı (Göküş, 1993:70). Ayrıca yeni kurulan Cumhuriyet ve olağan üstü şartlarda halkın istek ve beklentilerinin merkezi yönetime ulaşması beklenemezdi (Acar, 1994:4-5). 1945 yılında bu durum değişerek çok partili hayata geçişin etkisiyle yeni partilerin halka yakınlaşması siyasi iktidarın değişmesine neden olacaktır (Acar, 1994:4-5). Ülke içerisinde yaşanan hoşnutsuzluk ise II. Dünya Savaşının oluşturduğu olumsuz koşulların etkisinden kaynaklanmaktaydı. Diğer yandan bu dönemde halkla ilişkiler her türlü siyasi partinin programında yer almaya başlamıştır ([www.makaleler.com](http://www.makaleler.com), 2011).

1950'li yıllarda kamu yönetimi ile halkın ilişkisinin tam olarak gelişmemesinden kaynaklanan olumsuz duygu ve düşünceler, memur partisi olarak nitelendirilen partinin iktidarını kaybetmesine neden oldu (Yalçındağ, 1986:141; Bostancı, 1998:56). Daha önceki dönemde iktidarda bulunan bu siyasi partiden memnun olmayan bürokrat ve memurlar iktidarı sabote etmiş, halkın işlem ve eylemlerini gerçekleştirilmeyerek veya geç gerçekleştirilerek yönetime karşı olumsuz tutumları derinleştirmiştir (Yalçındağ, 1986:141). Demokratikleşme yönünde toplumsal beklenti ve koşullardaki değişiklikler, kamu görevlisinin halkla ilişkiler konusuna farklı bir şekilde yaklaşmasını gerekli kıldı (Ökmen ve Görmez, 2009:5-6). Bu dönemde toplumsal ve ekonomik refahın yaratılan demokratik ortama dahil edilmesi sonucunda bürokrasi önem kaybetmiştir. Buradaki siyasal sistem algısı halka dayanan



yönetimi içeren vatandaşa yakınlaşma eğilimi gösterir. Günümüzde de bu gereksinim devam etmektedir. Halk ile yönetimin kaynaşmasının en önemli yönetsel görev ve sorumluluk haline gelmemiş olması, halkla ilişkilerin olumlu katkısının göz önünde bulundurulmamasından kaynaklanır. İleriki dönemlerde Türkiye'deki halkla ilişkiler sorununa getirilen çözüm önerileri artarak bu yöndeki çabalar yoğunluk kazanmıştır. Halkı etkilemek ve halktan etkilenmek olarak karşılıklı ve birbirini tamamlayıcı yapısıyla halkla ilişkiler, kurum ve kuruluşların izlemesi gereken politika ve uygulama yöntemlerinin belirlenmesinde yol gösterici olacaktır.

Türkiye'de 1960'lı yıllar ele alındığında planlı döneme geçiş ile birlikte yönetim-halk ilişkisi daha olumlu bir boyut kazanır (Göküş, 1993:72; Yıldırım Becerikli, 2005:121). Bazı yazarlara göre Türkiye'de halkla ilişkiler gerçek anlamda 1960 yılı ile başlamıştır (Bilgin, 1994:52; Bostancı, 1998:80). Ülkemizde 1960 yılında başlayan halkla ilişkiler süreci diğer ülkelerin aksine ilk olarak kamusal alanda ortaya çıkmıştır. Bu durum halka ilişkilerin oldukça yavaş gelişmesine neden oldu. Diğer yandan Avrupa devletlerinde ve ABD'de bu gelişme özel sektörle birlikte başlamıştır. 1974 yılında ise Türkiye'de ilk halkla ilişkiler danışmanlık şirketi ve danışmanı Prof. Dr. Alaeddin Asna'nın ilk halkla ilişkiler uzmanı olarak göreve başlamasıyla konu gündemde yer aldı ([www.vikipedi.com](http://www.vikipedi.com), 2011).

1960 yılından önce ilk olarak Dışişleri Bakanlığı sonra Genel Kurmay Başkanlığı halkla ilişkiler bilincine varmış ikinci kamu kuruluşudur (Yatkın, 2003:8). Özellikle Dışişleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü geniş kapsamda bakanlıktaki çalışmaları ve dış politika ile ilgili basına, dolayısıyla halka bilgi vererek iç ve dış kamuoyuna ulaşmıştır (Yatkın, 2003:8). Burada gerçek anlamda halkla ilişkiler araştırması, planlaması, uygulaması ve değerlendirilmesi aşamalarına 1960 yılından itibaren geçildiği görülür. 1960'da merkezi yönetim ve taşra yönetiminin genellikle ekonomik ve sosyal içerikli hizmet alanlarında halkla ilişkiler görevlileri ve uzmanları yerleştirilmiştir. Bu olay ilgili alanda kurumlaşmanın başlamasına zemin hazırlar. Ancak kurumsallaşma yeterli değildir. Bunun yanında yönetim tarafından halkın olumlu görüş ve düşüncelerini öğrenmenin en etkili yolunun hızlı, verimli, ucuz, kaliteli hizmet sunumu olduğu fikri kabul edilmelidir (Göküş, 1993:72; Yalçındağ, 1986:144). Özellikle devletin genel politikası ve stratejilerini

gösteren kalkınma planlarında halkın gözündeki olumsuz imajın sorumlusu olarak kamu yöneticileri gösterilir (Yalçındağ, 1986:144). Ayrıca planlı dönemin başlaması ile birlikte kalkınma planlarında halkla ilişkiler alanına dair reformasyondan da söz edilmiştir. Buna benzer planlı toplumsal faaliyetlere gereksinim duyulması halkla ilişkilerin gelişmesine katkıda bulunmuştur.

İlk olarak I. Beş Yıllık Kalkınma Planında kaliteli kamu hizmetleri sunulacağı, halkın yönetime katılıma teşvik edileceği ve kamu kuruluşları ile halkın işbirliği sonucu oluşan olumlu ilişkilerin artacağı konusundan bahsedilir (Tekeli, 2009:180; Göküş, 1993:72). Bu planda kamu yönetiminin güç çalışır bir duruma geldiğinden söz edilirken halkın katılımının önemi üzerinde durulmuştur. Halkla ilişkilerle isteğe bağlı katılımı sağlamak ve katılımı genişletmek için planlı ve sürekli yapılan siyasal, ekonomik ve sosyal bir ağ gerekir. Kısacası halkla temasa geçmek zorunludur (Bostancı, 1998:55). Toplumsal kalkınmanın bu ilke çerçevesinde gerçekleşeceği ve halkın desteğinin sağlanması gerektiği düşüncesi doğmuştur (Acar, 1994:5). Devlet-vatandaş ilişkileri olarak halkla ilişkiler uygulamasına geçilmeye çalışılmış ve halkla işbirliği yapılacağı belirtilmiştir. Ayrıca diğer kuruluşlara göre halkla ilişkilerin daha yoğun yaşandığı içişleri, maliye, eğitim, sağlık ve çalışma bakanlıkları ve taşra kuruluşlarında işlem (muamele) usullerinin kolaylaştırılmasına öncelik verileceği de planlandı (Acar, 1994:5).

1961'e gelindiğinde Devlet Planlama Teşkilatı Koordinasyon Dairesi içinde Yayın ve Temsil Şubesi adı altında halkla ilişkiler birimi kurulmuştur (Ertekin, 1995:9; Göküş, 1993:23; Bilgin, 1994:53; Çamdereli, 2005:20). Amaç, planlı kalkınma düşüncesi ve uygulamalarını yaygınlaştırmaktır. Kalkınma planları ve kalkınma dönemleri hakkında halkı bilgilendirme görevi bu şubeye verilmiştir (Kalyon, 2006:19). 1962 yılındaki DPT ve Türkiye Ortadoğu Amme İdaresi (TODAİ) ortak çıktısı olan Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP) adlı reform çalışması bu alanda yaşanan diğer gelişmelerdir (Aksoy, 2006:55; Yatkın, 2003:7; Bilgin, 1994:53). Raporda halkla ilişkiler konusu ele alınarak kamu yönetiminde tüm birimlerin halkla yakın temas kurmasıyla halkın görüş ve isteklerini almak ve değerlendirmek gerektiği belirtilmiştir (Balta Peltekoğlu, 1993:30-31; Çamdereli, 2005:20). Bu şekilde ortak kalkınma için halkla idare arasında bağ kurulacağı ve devlet kuruluşlarının her kademesinde çalışmaların yapılmasında ve kararların alınmasında bu bağın



kurulması zorunluluğun getirileceği üzerinde durulmuştur (Yatkın, 2003:7). Dolayısıyla halkla ilişkiler yaklaşımı katılım olgusunu da ortaya çıkarır. Aynı dönemde Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün kuruluşu halkla ilişkiler bağlamında göze çarpmaktadır. 1960'lı yıllardan sonra kırtasiyecilik gibi halkla ilişkileri ilgilendiren yönetsel sorunlara devlet tarafından daha etkili çözümler getirilmeye çalışılmıştır (Yatkın, 2003:7; Ertekin, 1986:71).

İlk kapsamlı halkla ilişkiler uygulaması ise 1961 yılında 91 sayılı kanunla kurulan DPT kuruluşunda, ikincisi ise 1964 yılında yine DPT kaynaklı nüfus planlaması için Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmüştür (Yatkın, 2003:6; Erdoğan, 2006:163; Yıldırım Becerikli, 2005:122). Nüfus planlaması konusunda başlatılan faaliyette belli zorunlulukların ortaya çıkması sonucu halkla ilişkilere başvurulduğu görülmektedir (Yatkın, 2003:6). Ülkemizin sosyo-ekonomik yapısı gereği yaşanan hızlı kentleşme sürecinde nüfusun dengesiz dağılımı gözlemlenmiş olup yürütülen halkla ilişkiler hizmetiyle engellenmeye çalışılmıştır. Ayrıca Nüfus Planlama Genel Müdürlüğünde kurulan Tanıtım ve Halk Eğitimi Dairesi sosyal bir sorun ifade eden Türkiye'de aile planlaması konusunda halkı aydınlatma yoluna giderek önemli bir halkla ilişkiler uygulamasını hayata geçirmiştir (Yatkın, 2003:6). 1965 yılında ise yönetim-halk ilişkilerindeki sorunlar ve aksaklıklar kapsamında yönetimin halkla ilişkileri belli bir sistem üzerine oturtması gereği üzerinde duran İdareyi ve İdari Metotları Yeniden Düzenleme Komisyonu Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler konusunda olumsuz bir resim çizmiştir.

1967'de 5875 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla en etkili halkla ilişkiler kurumu olan İdari Danışma Merkezi açıldı (Erdoğan, 2006:163). Vatandaşın sorunları telefon aracılığıyla dinleyen ve hızlı çözüm üretmeyi amaçlayan bu kuruma tüm bakanlıklarda yer verilerek kendilerine ait temsilcilikleriyle iyi bir halkla ilişkiler aracı olmuştur. Ancak 1972 yılında gereksiz olduğu ileri sürülerek merkez kapatıldı (Erdoğan, 2006:164). 1969'da bu alanda mesleki bir örgüt kurma gereği duyulmuştu (Balta Peltekoğlu, 1993:29). İlk defa bir halkla ilişkiler firması kuruldu: A&B (Erdoğan, 2006:167). Bu sırada 1972 yılında merkezi İstanbul olan ve elli kadar üyesi bulunan Alaeddin Asna'nın başkanlık ettiği Türkiye Halkla İlişkiler Derneğinin (THİD) kurulması ise halkla ilişkilerin gelişmesine en büyük katkıyı sağlamıştır (Çamdereli, 2005:178; Yıldırım

Becerikli, 2005:123). THİD'nin amacı hakla ilişkiler mesleğine profesyonel bir kimlik kazandırmak ve halkla ilişkiler mesleği ile ilgili yanlış algıları ve sorunları en aza indirmekti (Çamdereli, 2005:178).

Mayıs 1971'de Türk kamu yönetiminin genel eğilimi hakkında devletin isteği ve stratejisi ile 10 kişilik bir danışma kurulu oluşturuldu (Balta Peltekoğlu, 1993:30-31; Uğurlu, 1995:56). Başını İsmail Rüştü Aksol'un çektiği İdari Reform Danışma Kurulu halkla ilişkiler konusunda araştırmalar yaparak bazı önerilerin sunulmasına ortam sağlamıştır (Uğurlu, 1995:56). Danışma Kurulu, başbakanlığa bağlı ve halkla ilişkilerde eşgüdümü sağlayacak merkezi bir örgüt kurulmasını gündeme getirdi (Göküş, 1993:10). Bu düzenlemeler ve faaliyetlerle değişik ülkelerden alınan halkla ilişkiler deneyimlerin ülkemize uyarlandığını belirtebiliriz. Kurul bilgi edinme hakkı çerçevesinde Türkiye'de halkla ilişkiler ve enformasyon hizmeti gören birimlerin bulunduğu ve bu hakkın halkla ilişkiler kapsamında değerlendirildiğini öne sürmektedir. Danışma Kurulu raporunda Halkla İlişkiler ve Enformasyon başlığı altında halkla iyi ilişkiler kurulması ve bu ilişkilerin sürdürülmesine dikkat çekilir (Uğurlu, 1995:56). Bunun yanında halkta yönetime karşı sempati oluşturmak amacıyla halkla ilişkiler faaliyetinin yürütülmesi gerektiği belirtilmiştir (Balta Peltekoğlu, 1993:31). Başka bir deyişle halkı idari faaliyetler hakkında bilgilendirme ile bu faaliyetlere karşı ilgi uyandırılması ve idare edilenlerin tepkilerine önem verilmesi üzerinde durulmuştur (Yatkın, 2003:8).

Ülkemizde çağdaş devlet yönetiminde birlikte bulunan ve birbirinin tamamlayıcısı olan (Akın, 1997:112) merkezi yönetim ve yerel yönetimlerin işbölümü ve koordinasyona tabii tutulamaması, yapılan reformların çeşitliliği ve farklılığı nedeniyle uygulamada birçok sorunu ortaya çıkarmıştır (Yalçındağ, 1986:144). Kendiliğinden hesap verme mekanizmasının yoksunluğu, koyu hiyerarşiden kaynaklanan örgütiçi iletişimsizlik gibi faktörlerden ötürü yeterli, verimli ve etkin olmayan kamusal kurum ve kuruluşlar vatandaş memnuniyetini sağlayamadığı takdirde olumsuz halkla ilişkiler yapısı devam edecektir (Yalçındağ, 1986:144). Gittikçe halkın beklentilerine göre iyi işlemeyen, sorumluluklarını yerine getirmeyen ve dolayısıyla birçok şikayetin var olduğu kamu yönetimi görüntüsü zihinlerde yer almıştır. Buna ek olarak gizlilik ve güvenlik gerekçesiyle halka bazı bilgileri vermekten kaçınılması ve yönetim hakkında halk kesimleri içerisinde farklı yorumlamalar getirilmesi güvensizlik



ortamının oluşmasına meydan vermiştir (Yalçındağ, 1986:136).

Ayrıca demokratik bir ortamda yönetsel eylem ve işlemlerin kamuoyunun ilgisinden uzak tutmak imkansızdır (Yalçındağ, 1986:133). Diğer yandan güvenlik ve savunma ile ilişkisi olmayan hizmet ve uygulamaların gizlilik şartına bağlanması gerekli değildir (Çolak, 2005:532,541). Oysa çalışan personeli, sunulan hizmeti veya alınan kararları halk kitlelerine bildirmek ve halkı bu kararların alınmasına dahil etmek halkla ilişkilere önem vermeye sağlanabilir (Yalçındağ, 1986:144). Yönetimin yaşadığı sorunların başında bulunan örgütsel aksaklıkların ve belirsizliklerin giderilmesi bu konuların araştırılmasına bağlıdır. Araştırma sonucunda halk kesimlerinden alınan bilgilerin yönetsel karar ve uygulamalara uyarlanması da gerekir. Gerekli bilgilerin toplanması için halk kitlelerinde güven yaratılmalı, yani kurum veya yöneticiye inandırıcı kimlik kazandırılmalıdır. Ancak bu şekilde halkla ilişkilerinde kamu personelin veya yöneticinin destek sağlama amacı gerçekleşir.

Kamu kurumları içerisinde var olan veya karşılıklı iletişim eksikliği koordinasyonun zayıflamasına neden olmuştur. Bu durum örgütlenme ve personel sorunlarına yol açacaktır (Kilci, 2011:247). Olumsuz olay ve olguları meydana getiren ve kurum içi iletişimin yol açtığı halk tabanındaki olumsuz izlenimlerin temelinde nitelikli personel veya yöneticilerin istihdam edilmemesi bulunur. Aynı anlayış halkla ilişkiler birimlerine personel yerleştirilmesi sırasında da görülmektedir.

Ülkemizde ilk halkla ilişkiler eğitimi ise 1965'te Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi'nin Basın-Yayın Yüksekokulu'nda verilmeye başlamıştır (Keloğlu-İşler, 2007:122). 1968'de ilk halkla ilişkiler departmanından mezun olan öğrenciler görülür (Keloğlu-İşler, 2007:122). 1970'e gelindiğinde İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü'nde ve İzmir Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi'nde halkla ilişkiler eğitimi gazetecilik ile birlikte verilmiş ve Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksekokulu olarak birleştirilmiştir (Göküş, 1993:11). Bu nedenle benzer alanlardan ayrı tutulmayan halkla ilişkilerin yanlış algılamalar sonucu yapısı değişmiştir. Günümüzde bu departman İletişim Fakültesi adı altında ayrı bir dal olarak düzenlenir (Göküş, 1993:11). Ancak Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler eğitimi en kapsamlı olarak TODAİ'nde okutulmaktadır. Daha sonra İletişim

Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyasal Bilimler Fakültesi ve Kara Harp Okulunda ilgili dersler verilmiştir (Yıldırım Becerikli, 2005:123).

1978 yılında çıkartılan Halkla İlişkiler Meslek Yasası ile 2003'de güncelliğini halen koruyan bilgi edinme özgürlüğü çerçevesinde (Özüpek ve Aksoy, 2010:50) 24 Nisan 2004 tarihli 4982 sayılı Bilgi Edinme Yasası (Özüpek ve Aksoy, 2010:51; Aksoy, 2006:56) saydamlık ilkesine dayanan yönetsel anlayışla halkı bilgilendirme ve yönetim-halk arasındaki uzaklığı azaltma çabasına gitmesi, ülkemizde halkla ilişkilere dair bir başka önemli gelişmedir. Burada gerek yerel yönetimler gerek merkezi yönetim olmak üzere kamu yönetimi hizmet sunumunda başarılı faaliyetler kadar başarısız olan faaliyetlerin de halka aktarılması ve herhangi bir yolsuzluk davranışın sergilenmesinin önüne geçilmesi amaçlanmıştır (Akçakaya, 1999:83). 1984 yılında bakanlıkların kuruluş ve görev esaslarını yeniden düzenleyen 202 sayılı kanun hükmünde kararnameyle bakanlık merkez teşkilatının ihtiyacına göre hangi tür danışma ve denetim biriminin kurulacağı belirtilmiştir (Aksoy, 2006:59; Ertekin, 1986:74-75). Buna ek olarak Türkiye'de halkla ilişkiler hizmeti gören birimlerin değişik isimler taşıması sonucu başbakanlığa bağlı ve koordinasyonu sağlayacak merkezi bir örgütün gerekli olduğu yasal düzenlemede görülmektedir (Bilgin, 1994:55).

Bakanlık ve diğer örgütlerde halkla ilişkiler ve enformasyon birimlerinin kurulması yanında halka danışmanlık yapan birimlerin hizmet sunumuna dahil olması veya esas görevlere ek olarak halkla ilişkiler görevinin diğer memurların yapmaları konusunda birtakım düzenlemeler yerine getirildi (Acar, 1994:83). Örneğin, 3046 ve 3056 sayılı kanunla başbakanlık ve bazı bakanlıklarda basın ve halkla ilişkiler müşavirliği kurularak bu birime merkezi teşkilatta ortak bir isim verilmiştir (Acar, 1994:83). Ancak bu değişikliklerin yanı sıra kamu kurum ve kuruluşlarında halkla ilişkiler ve enformasyon birimleri, direkt üst kademe yöneticisine bağlı olarak hizmet alanı ile ilgili eğitim görmüş uzman kişilerin göreve getirilmesi gerekmektedir (Aksoy, 2006:59). Ülkemizde halkla ilişkiler biriminin eksikliği ve öneminin anlaşılmasına rağmen görevli personelin birçoğu halkla ilişkiler konusunda nitelikli kişiler olduğunu belirtemeyiz ([www.makaleler.com](http://www.makaleler.com), 2011).

III. Beş Yıllık Kalkınma Planında halkın doğrudan yönetime başvurduğu hizmetlerde gereksiz eylem ve işlemlerin kaldırılacağı (Türk ve



Akçay, 2010:175), halkla ilişkiler konusuna ayrı bir önem verileceği üzerinde durulmuştur. Türkiye’de verimli ve etkin olmayan, kalkınma amacından uzak bir kamu yönetimi veya yerel yönetimin varlığı söz konusudur (Göküş, 1993:74). Kamu yönetimin büyümesi ile yetki ve sorumlulukların artmasına rağmen hızlı, etkin ve verimli bir hizmet sunumundan bahsedilemeyeceği üzerinde durulur. Bilgi edinme hakkından doğan bazı hizmetlerin yer aldığı yasal düzenlemelerin basitleştirilerek halkın bilgisine sunulacağı ibaresi de bu plana dahil edilmiştir (Göküş, 1993:74).

III. Kalkınma Planında bilgilendirme konusuna verilen önemle halkın düşünce ve davranışlarının şekillendirilmesi, halkla ilişkilerde olumsuzlukları ortadan kaldıran bir faktör olduğu savunulur (Yalçındağ, 1986:150). Kamu yönetiminde gerekli etkinlik ve verimliliğin sağlanmasıyla vatandaş memnun etme hedefinin diğer kalkınma planları ve hükümet programlarında halen yer alması, var olan teknolojik gelişmelere rağmen bu sorunun günümüze kadar ulaştığını göstermektedir (Yalçındağ, 1986:150). Diğer yandan IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında önceki üç planda belirtilen kamu yönetimi ilkeleri ve hedeflerine ulaşamadığı şeklinde beyanlar ortaya konulur. Bu plana göre kamu yönetimini geliştirme, iyileştirme ve yenileştirmeye dair yürütülen yönetsel çabalar yeni hizmet birimlerin kurulmasıyla yönetim-halk ilişkilerinde olumlu sonuçları meydana getirmiştir (Yalçındağ, 1986:145). Nihai hedefin halka hizmet etmek (Bilgin, 1994:61) ve halk yararına çalışmak olduğu varsayılırsa bu hedefe ulaşmada belirtilen yaklaşımlar ve uygulamaların yönetim tarafından tam olarak benimsendiği veya hayata geçirildiği sonucuna ulaşamayız.

Halkla ilişkiler içeriği bulunan diğer bir kalkınma planı V. Beş Yıllık Kalkınma Planı’dır. Bu planda “tanıtım” konusu ele alınarak toplumun kültürel yapısı ve niteliğine uygun tanıtımlar yapılacağı belirtilir. Aynı zamanda halkla ilişkiler örgütlenmesine dikkat çekerek halk-yönetim ilişkilerini sağlayan birtakım uygulamalara yönelinmiştir (Göküş, 1993:74). Benzer kavramlar VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda yer alan devlet-halk ilişkilerinde kamusal işlemlerin sadeleştirileceği şeklinde yer alır (Göküş, 1993:74). Yine bu plana göre 800.000 kamu görevlisinin halkla ilişkiler eğitim kursu alacağı belirtilmiştir (Göküş, 1993:74). Dolayısıyla halkın ihtiyaçlarına cevap veren bir kamu yönetimi oluşturma hedefi bulunmaktadır. Bazı yönetsel ve örgütsel araştırmalar sonucunda bürokratik işlemlerin azaltılması gerektiğinin öne

sürülmesi, Türk kamu yönetimi ve halk arasındaki ilişkileri iyileştirme ve olumlu bir imaj oluşturma amacını meydana getirmiştir. Bu raporlarla kalkınma planları şekillendirilir (Yalçındağ, 1986:150).

Yıllık programlarda ise halkın daha az emek, zaman ve masrafla kamusal eylem ve işlemlerin görülmesi gerekliliğinin ortaya çıkarılması diğer bir halkla ilişkiler gelişmesidir. Bir başka rapor, 1991 yılında kamu kurumlarında halkla ilişkiler tekniğinin yetersiz olduğu ve iyileştirilmesi hakkındaki KAYA (Kamu Yönetimi Araştırması) Raporudur (Aksoy, 2006:56). Bu rapora göre Türk kamu yönetiminde yönetsel işleyiş ve bürokratik yapı halkla ilişkilerden hep üstün görülmüştür. Halkla ilişkiler konusunda kamu kuruluşlarında koordinasyon bir türlü sağlanamamakta ve uzman personele yer verilmemektedir (Bilgin, 1994:53). Oysa kamu kuruluşları halk için halkla beraber hareket ettiği sürece kazanım sağlamıştır (Özer, 2013:25). Halkla ilişkiler alanı hep küçümseymiş ve görmezlikten gelinmiştir.

Gerçek anlamda yönetimin kendi görev, yetki ve sorumluluklarını doğru ve tam bir şekilde yerine getirmesi, halk-yönetim ilişkilerini iyileştiren olağan bir faktördür. Özellikle ülkemizdeki halkın yönetime en çok başvurduğu nüfus, evlenme, ölüm, ruhsat, adli ve idari davalar veya izin alma gibi idari işlemlerin azaltılacağı yolunda planlar kurgulanmıştır (Göküş, 1993:73-74). Ancak yıllık programlar dahil olmak üzere kalkınma planlarında yer alan halk-yönetim arasındaki ilişkileri iyileştirme çabası, yazı üstünde kalmaya devam eden ve hayata geçirilmeyen politikalardan ibarettir (Aksoy, 2006:55-56). Taşra teşkilatı başta olmak üzere yöneticinin bakış açısına göre halkla ilişkiler yürütülmektedir. Bu durum profesyonel bir halkla ilişkiler faaliyetinin uygulanmadığını gösterir. Halkla ilişkiler biriminin şekil olarak örgütlendiği ve gerçek anlamda halkla ilişkiler adına etkinlikler ve sorumluluklar yerine getirmediği belirtilebilir (Bostancı, 1998:10).

Bir başka konu küreselleşmenin hızlanmasına bağlı olarak ülkemizde özelleştirmenin artmasıyla beraber 1980'li yıllarda halkla ilişkilerin de hızlı bir şekilde gelişmesidir. 2000'li yıllarda ise halkla ilişkiler pazarlama ve reklamcılık faaliyetleriyle birlikte algılanmaya başlandı (Yıldırım Becerikli, 2005:124). Dolayısıyla halkla ilişkilere salt imaj yaratma faaliyetini yerine getiren bir kavram olarak yaklaşılmıştır. Bu alanın başını bankalar ve firmalar çeker (Çamdereli, 2005:21). Halkla ilişkilerin özel sektörün açık bir birimi



haline gelmesi yine bu döneme rastlar. Türkiye’de halkla ilişkilerin ilk olarak ortaya çıktığı kamu yönetiminde siyasi, idari, mali ve ekonomik sorunların orta vadeye gelmesinin beklenilmesi, daha sonra atılacak adımlarla gelen reformları önemsiz kılmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamaları ile kurum imajı yaratma ve halkla bağlantı kurma son çare olarak görülmektedir. Kamu yönetimi, halkı bu sorunlara çözüm bulmada yetersiz ve yeteneksiz olduğu görüşünde bir tavır sergileye devam ettiği sürece halk-yönetim ilişkilerinin düzelmesi, uzun vadeye yayılacaktır.

Türk kamu yönetiminde halkla ilişkilerin örgütsel amaçları gerçekleştirmede örgüt yönetiminin ayrılmaz bir parçası olduğunun kabul edilmemesi durumu halen devam etmektedir. Bu bakış açısının altında bulunan halkla ilişkilerin dar bir alan olarak algılanması ve gelişmemesindeki en büyük etken sanayileşme ve kentleşmedir. Özel sektörün gelişmesi günümüz halkla ilişkiler anlayışını ortaya çıkarmış ve yaygınlaştırmıştır. Buna bağlı olarak kamu yönetiminde halkla ilişkileri uygulama çabası özelleştirmeye ilgilidir. Yönetişim anlayışının kamu kurumlarında yerleştirilmesiyle alakalı küreselleşmeye dayalı bir dünya görüşü hakimdir (Yıldız, 2003:36). Bu bakış açısı gelişmekte olan ülkelerin küresel piyasaya girme talebiyle eşdeğerdir. Oysa yönetimin halkın hizmetinde olduğu düşüncesinden hareketle halka verimli, etkin, ucuz ve kaliteli hizmet sunumuna gitmesi yönetime olumlu bir izlenim kazandıracaktır. Ülkemizde halk için kamu yönetiminin yeterli mali güce sahip olduğu düşüncesiyle kamu görevlilerinin rahat ve lüks içerisinde yaşadığı, gereksiz formalitelerle ağır iş gören hantal, bürokratik ağlarla çevrili mekanizmalar olarak görülmektedir (Ertekin, 1986:73). Devletin gereksiz formalitelerle vatandaşı zora getirmesinden dolayı halk ile kamu yönetimi arasında ikili, farklı ve birbiri ile zıt yapıları meydana getirerek toplumsal açıdan hoşnutsuzluklar ortaya çıkmaktadır ([www.nazanbaykal.com](http://www.nazanbaykal.com), 2011). Bu nedenle Türk kamu yönetiminin halkla ilişkiler açısından çok geniş yelpazeli bir çabaya girişmesi gerekmektedir (Bilgin, 1994:62). En azından vatandaşın aşırı formaliteler ve bağımlı ilişkilerle karmaşık ve uzun süreçte meşgul etmek yerine özgür hareket edebileceği bir organın varlığı halkın denetimi (Tellan, 2009:212) konusunda bir katkı sağlayacaktır.

Kamu yönetimi halkın ihtiyaçlarını kamusal mal ve hizmet üretiminde dikkate almalıdır. Yönetimin kendi örgütlenmesinde toplumsal katılıma yönelik

katkı sağlamadığı takdirde bu işlevi yerine getirmesi yeterli olmayacaktır. Ülkemizde kamu politikalarında halkın yerine bürokrasinin üstünlüğü ve yöneticilerin etkin aktör olması yerel yönetimlere de yansımıştır (Çevik, 2007:164). Demokratikleşme ve sivil toplumun güçlenmesi, bilgi edinme özgürlüğü, meclis toplantılarına katılım olanağı bir siyasi yönetim organı olarak belediye gibi kamu kuruluşlarında gerçekleşmesi daha kolay ve daha hızlıdır. Bu amacı yerine getirmek halkla ilişkiler araçlarından biri olan danışma kurullarına önem verilmesiyle gerçekleşmektedir. Yönetimin karmaşık yapısı ve formalitelerin fazla olması usulsüzlükleri ve haksızlıkları arttırır.

Ülkemizdeki yeniden yapılandırma çabası doğrultusunda siyasi sorunlara getirilen çözüm önerilerin temelini yerel yönetim ve merkezi yönetimin arasındaki denge oluşturur. Kurulan denge halkın hangi iş ve işlemlerde ne tür bir yöntem izleyeceğinin belirlenmesi ve kimlere başvurulacağı konusunda tanidik veya siyasi aktörlere gitme zorunluluğunun önüne geçilecektir (Yalçındağ, 1986:140-141). Bu şekilde yönetimde adalet ve eşitlik temelinde bürokrasi ve siyasetçilere güvenme ve inanma duygusunun oluşturulması, kamu yönetimindeki olumsuz halkla ilişkiler imajını ortadan kaldıracaktır (Yalçındağ, 1986:140-141). Diğer yandan halk ile yönetim arasındaki uçurum bu yeniden yapılandırma sürecine rağmen bir türlü ortadan kaldırılamamıştır. Türk kamu yönetiminde kamu yöneticileri ve görevlilerin halktan uzak, üstün bir tavır sergilemesi yönetim-halk yakınlaşma eğilimini azaltarak olumlu halkla ilişkileri oluşturmayı ve halkta güven yaratılmasını engeller (Yalçındağ, 1986:140-141). Bu durumun olağanüstü dönemlerde daha sıkıntılı bir hale geldiği ve devlet imajını kendi halkından farklı bir görüntü aldığı tarih sahnesinde açıkça görülebilir.

Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler biriminin örgütlenme biçimi halkla ilişkileri araştırma, planlama, uygulama, değerlendirme ve sonuçlandırma aşamalarına uygun bir yapıda değildir (Ertekin, 1986:70). Halkla ilişkiler birimi örgütlenme sürecinin ilk aşamasında kurulmamakta, halkla ilişkiler sorunu ortaya çıktığı zaman yani ihtiyaç duyulmasıyla bu birim kurulmaktadır. Bununla birlikte halkla ilişkiler çalışması ikinci bir görev olarak herhangi bir birime verilmesi ve ayrı bir birimin görevlendirilmemesi halkla ilişkiler açısından kimlik sorununa yol açmıştır. Bu durum nitelikli personel ihtiyacına neden olmuştur (Yıldırım Becerikli, 2005:122). Gerek bakanlık düzeyinde gerek yerel



düzyeyde halkla ilişkiler görevini üstlenen yönetici veya personel, halkla ilişkiler hakkındaki örgütsel işleyişe dair bilgi ve yetenekten yoksundur (Bilgin, 1994:61). Birim olarak bu yapıya ayrılan bütçenin yetersiz olması sebebiyle gerekli faaliyetleri yerine getirecek etkili halkla ilişkilerin kurulmasına imkan verilmemektedir (Yıldırım Becerikli, 2005:125). Buradan halkla ilişkilerin öneminin Türk kamu yönetimi tarafından yeteri kadar anlaşılmadığını görebiliriz (Eraslan Yayınoglu, 2007:136).

Bir diğey yoruma göre ‘halk’ kavramına önem verilmemesi halk ile ilişkilerin küçümsenmesine yol açmıştır. Halkla ilişkiler birimi bulunan kamu kurumlarında dahi yeterli düzeyde halk ile ilişki kurulamamıştır. Katılımcı demokrasinin görünürlük çerçevesinde uygulanması, halkla ilişkileri sıradan bir olayı önemli yapan bir olgu dışında hiçbir özellik barındırmayacak bir yapıya dönüştürür. Gerçek anlamda katılım ise yönetim açısından halkla ilişkileri iyileştirmede önemli bir rol oynamaktadır. Oysa seçim dönemleri haricinde katılım konusu yönetim üzerinde etkili değildir.

Ülkemizdeki kamu kurumları içerisindeki halkla ilişkiler faaliyetleri dahil tüm faaliyetler merkezi düzeyde duyurma işlevi şeklinde yerine getirilmeye çalışılmaktadır. Böylece merkezi bir iletişim kurulmuştur. Çoğu kamusal hizmet birimlerinin merkezileştiği gibi iletişim de merkezileştirilmiştir. Bu konuda Başbakanlık İletişim Merkezinin (BİMER) amacı bilişim ve iletişim teknolojisinin kullanılarak vatandaş ve kamu yönetimi arasındaki iletişim kanallarının açık olmasını sağlamaktır ([www.b.cekmece.bel](http://www.b.cekmece.bel), 2011). Bu sayede başvuruların her zaman, her yerde gerçekleşmesi ile cevapların hızlı, etkin ve ekonomik bir şekilde verilmesi sağlanarak sağlıklı işleyen halkla ilişkilere ortam yaratılır ([www.b.cekmece.bel](http://www.b.cekmece.bel), 2011). Tüm yurt genelinde kabul edilen şikayet ve istekleri bakanlık, valilik veya belediyeler BİMER’in yetkili üst birimine yazı ile bildirir.

Türkiye’de yapılan kamuoyu yoklamaları, basında yer alan yazılar veya diğey kaynaklarda birçok şekilde halkla ilişkiler sorunu gündeme taşınmaya çalışılmıştır. Bunların başında bazı belediyelerin halkla ilişkiler yönetmeliği bulunması ve çoğu belediyede bu yasal düzenlemelere yer verilmemesi konusu yer almaktadır. Kısacası halkla ilişkiler usulünde birlik olmadığı için örgütlenme konusunda ortak bir uygulamadan söz edilemez. Bu kurumlarda halkla ilişkiler algısındaki genel eğilim, bu birimi kurmay nitelikte görülmesine

ve danışmanlıktan öte katılım unsurunu barındırmayan ve diğer birimler gibi örgütün vazgeçilmez bir parçası olduğunun benimsenmesindeki zorluk hakkındadır.

Yerel yönetimlerde belediye kuruluşunun kent yönetimi ile ilgili yasal düzenlemeleri başta olmak üzere proje, program veya bunlara bağlı faaliyetler hakkında halka bilgi verme yükümlülüğü bulunmaktadır. Alanında uzman olmayan kamu görevlisinin halka sunulan hizmet ve mal üretiminde yetersiz olması, kentlinin sosyo-psikolojik olarak kent yönetiminden ve dolayısıyla kent yaşamından memnuniyetsizliğini ifade eder. Bunun yanında merkezi yönetimin siyasi baskısı altında bulunan belediye dahil diğer yerel yönetimleri vatandaşla sağlıklı ve iyi ilişkiler geliştirmek yerine üst kademeyi memnun edecek davranışlara yöneltmektedir.

Liyakata uygun olmayan personel sistemi devlet işlerinde yapısal sorunları beraberinde getirmiştir. Halkın en küçük kamusal eylem ve işleminde bile günler haftalar geçmekte ve pahalılaştıran hizmetler sunulmaktadır (Yalçındağ, 1986:137). Bu nedenle bürokratik işleyiş konusundaki halktan gelen şikayetlerin çözüme kavuşturulması gerekir. Halkı dinleyen ve yardımcı olan kurumlar meydana getirilmelidir. Vatandaşın bütün gününü alan bu yönetsel işlemler yanında “Bugün git, yarın gel” tavrı vatandaş ve dolayısıyla halk ile ilişkileri olumsuz etkileyecektir (Yalçındağ, 1986:137; Tortop, 2001:76). Yönetsel reform çalışmalarının başını çeken bu konuya kamu kurum ve kuruluşlarında değinilmesi gerekir. Halkla ilişkiler konusu, yönetici konumunda bulunanların ve profesyonel olarak uygulayıcıların yönetsel eylem ve işlemlerini kolaylaştıran ve yürürlükte olan yasaların bulunduğu sistemi doğru ve düzenli bir şekilde işleminde yardımcı olmaktadır (Çolak, 2005:514).

Yönetimin halkı karar ve uygulamalardan haberdar etmemesi ve katılımı sağlamaması düzenleyici yasaların genel bir çerçevede altında tutulmamasından kaynaklanmaktadır. Yasaların dağınık ve fazla olması, halka yarar sağlamak yerine bazı haksızlıklara ve hukuksuzluklara neden olmuştur. Halk adına söz hakkı verilen yönetim önünde toplumsal görüş ve düşünceleri aktaran, doğru kişilerin karar ve uygulama sürecinde yer almasına olanak veren idari usul kurallarının yasalarda bulunması gerekir (Çolak, 2005:514). Çünkü ülkemizde devletin yönetsel kararlarında yerindelik ilkesi yerine kanuna ve



usule uygunluk ilkesi ağır basmaktadır.

Bir başka konu kırtasiyeciliğin istenilen düzeyde azaltılamaması ile ilgilidir. Bu sorunun ortaya çıkması kamusal eylem ve işlemlerde hukuki geçerliliğin belge ve prosedürlere göre değer kazanmasından kaynaklanır. Bu nedenle vatandaşın kanunlar dahil bütün düzenleyici kural ve ilkelerden haberdar olması, yasaklar konusunda uyarılması, başka bir deyişle bilgilendirilmesi özel sektör alanındaki bilgilendirme işleminden daha önemlidir ve daha gerçekçi olmalıdır (Yatkın, 2007:45-66). Bilgi talep edilen danışma merkezlerinde katılımı arttırıcı ve basitleştirici faaliyetler, yönetim ve hizmetlere dair sorunları ve önerileri iletebilecek bir yapıya sahiptir. Yönetimin hesap vermesine dayalı bilgi edinme hakkı yerel halkın katılımını arttırıcı bir faaliyettir (Özüpek ve Aksoy, 2010:50). Halkla ilişkiler biriminin kullandığı örgütüçi ve örgütdışı dönük gazete veya dergiler yardımıyla ilk elden doğru ve tam bilgilerin halka aktarılması daha verimli ve etkin halkla ilişkiler faaliyetiyle mümkündür. Bu nedenle bilgi edinme ve aktarma halkla ilişkiler için gerekli yöntemlerden biri olma özelliği taşır. Sadece basını takip etmek veya kuruma yönelik haberlerin çıkarılmasını sağlamak yeterli bir yöntem değildir (Eraslan Yayınoglu, 2007:217).

Vatandaş herhangi bir zorunlu işi çıkmadıkça yönetime başvurmamakta, bir sorunu ya da isteği olduğunda yönetimden hak talep etmemektedir. Halkın çoğunluğu belediye hizmetlerini birer kamusal hizmet olarak görmediğini, aksine devletin lütfü olarak bakmadığını söyleyebiliriz. Belediyeler başta olmak üzere kamu kurum ve kuruluşlarındaki kırtasiyecilik ve bekleme salonlarının dolup taşması, vatandaşın gün içerisinde büyük zamanını almaktadır. Günlük acil iş ve işlemlerin hızlı bir şekilde yürütülmesi, halk nazarında olumlu bir imaj yaratacağından dolayı halk ile ilişkileri etkileyecektir. Özellikle halkın yerel veya kentsel ihtiyaçlarında büyük kolaylık sağlayacağı düşüncesinden dolayı meydana getirilen yerel yönetimlerin, merkezi yönetimin siyasi ve bürokratik aksaklıklarını kendi bünyesine alması bu kuruluşların kurulma nedenine aykırı bir tutum oluşturur. Bu durum Türkiye'deki yerel yönetimlerde halkla ilişkilere dair olumsuz bir imaj yaratır. Sonuçta hizmetsiz kurum, halksız hizmet olamaz. Herhangi bir eylem veya işlem için yetkili ve sorumlu olmayan birim veya kişilere başvurulması vatandaş, müşteri veya hemşerinin kuruma yaklaşımını olumsuz etkileyecektir. Yönetim başvurular

dahilindeki gereksiz eylem ve işlemlerle uğraştığından dolayı gerçekte yapması gereken görev ve sorumluluklardan uzaklaşmaktadır (Çevik, 2007:109). Bu durum örgütsel sorunlara ve verimli olmayan hizmet sunumuna yol açacaktır (Yalçındağ, 1968:87). Hizmet sunumundaki memnuniyetsizlikle halk ile ilişkilerin gittikçe zayıflaması kaçınılmazdır (Göküş, 1993:82; Eraslan Yayınoglu, 2007:15).

Türkiye’de kurumlar için duyurma ve danışmanlık hizmeti olarak görülen halkla ilişkiler birimi gerçekte yönetsel bir işlevi olan demokrasinin yapıtaşlarından biridir (Türk ve Akçay, 2010:145). Daha çok kriz yönetiminde halkla ilişkilerin kullanılması, olağan dönemde ise sadece pazarlama ve insan ilişkileri işlevi olarak görülmesi sonucu bu alanda uzmanlaşmanın olmadığı belirtilir (Helvacıoğlu, 2008:148). Halkla ilişkiler yararını ve önemini kavramayan örgütler ve yöneticiler halkla ilişkiler sektörünün gelişmesinin önüne büyük bir set kurmaktadır.

Türkiye’de kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkilere dair genel algı basınla ilişkiler yürütmek (Eraslan Yayınoglu, 2007:218), basında kurum hakkında çıkan haberleri arşivlemek, danışmanlık yapmak, iş takip şeması hazırlamak gibi klasik halkla ilişkiler fonksiyonların yoğunlaştığı şeklindedir. Özellikle Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler adı altında örgütlenme biçimi ülkemizdeki halkla ilişkilerin basınla ilişkiler şeklinde algılanmasına neden olmuştur (Yıldız, 2010:26). Bu kavram, son derece basit bir şekilde işyeri veya kurumun ürün veya hizmet özelliklerinin tanıtımını yapan ve danışmanlıktan öte gitmeyen bir anlayışa sahiptir. Belirtilen genel algıdan kurtulmak için hizmet içi eğitime önem verilmesi ve bu konuda süreklilik sağlanması gerekir. Bu yaklaşım doğrultusunda yapılan atılımlardan biri meslek örgütü olan (Yıldırım Becerikli, 2005:124) Türkiye Halkla İlişkiler Cemiyeti’nin yönlendirdiği halkla ilişkilerin kavramsal ve kuramsal yapısına yönelik eğitim sisteminin yaygınlaştırılmaya çalışılmasıdır. Bu dernek bir sosyal kulüp olmadığı ve halkla ilişkiler mesleğinin özel çıkarlar dahilinde kullanılmamasını öngören bir anlayış içermektedir (Kalyon, 2006:20). Halkla ilişkilerin hedef kitleyle kurulacak ortak ve sağlam bağı oluşturan ve her türlü sorunun yönetime aksedilmesine ortam hazırlayan bir kanal işlevi gördüğü kabul edilmelidir ([www.blogspot.com](http://www.blogspot.com), 2011). Ayrıca Türkiye’deki idari reform sürecine bakıldığında verimlilik, etkinlik ve etki değerlendirme yani kalite açısından halk ile yönetim arasındaki



ilişkilerin kurulması ve bu ilişkiler doğrultusunda yönetimin iyileştirilmesi için birtakım değişimlerin yaşanması gerekmektedir. Bu değişim halkın beklentilerini karşılamaya dönük anlayışın yer almasıyla mümkündür (Çevik, 2007:254). Demokratik anlamda yönetimden istenilen karar ve uygulamaların çıkarılması bu şekilde meydana gelir (Ökmen ve Görmez, 2009:23).

## 2. HALKLA İLİŞKİLERİN YENİ BİR UYGULAMA ALANI OLARAK BELEDİYELER

Türkiye’de yerel yönetim reformu ile halkın şikayetlerini azaltmak ve halkla ilişkiler kurmak için bilgi edinme hakkı dahil birçok ilkeyi içeren bazı düzenlemelere gidilmiştir. Merkezi yönetimin hizmet anlayışının değişmesi ve halkın yerel hizmetlerin sunumundan uzak olması nedeniyle yönetimin halkın gözündeki imajının olumsuz etkisi bu reformu zorunlu kılar. Belediyenin halkın günlük yaşantısını en çok etkileyen hizmetleri yürütmesi, birçok kentsel reformun temelinde bulunmasına neden olmuştur (Göküş ve Karayıldırım, 1984:129). Yerel yönetim serbestliği veren reform, denetim ve gözetimi vesayet yetkisi ile sınırlandırmıştır. Bununla birlikte verdiği hizmetler bakımından örtüşen bir bütçeye ihtiyaç duyması, yerel yönetim ve belediyelerin özellikle İller Bankası’na borçlanmasına ve hizmetlerde yetersiz olmasına yol açmaktadır. Bu durum halkın gözünde güçsüz bir yapı izlenimi vermiştir. Oysa en uygun bütçe ile en kaliteli hizmet sunumu ve halkta optimum memnuniyeti sağlamak, yerinde kararlar alınmasına ve gerekli uygulamalara gidilmesine olanak tanır.

Diğer yandan halkın memnuniyeti için belediye başkanı dahil belediyedeki tüm birimler halkla iyi ilişkiler yürütülmesinden sorumludur. Çağdaş yerel yönetimlerin nihai amacı halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütmek olmalıdır. Halkla ilişkiler odaklı belediyecilik anlayışı katılımcı demokrasi, üretici, tüketimi düzenleyici (birlikte tüketim) (Tekeli, 2009:342), bütüncü ve kaynak yaratıcı, yönlendirici bir belediyeciliğe dayanır (Tekeli, 2009:17). Bu ilkeler tamamen halk ile ilişkili ilkelere dayanır (Güllüpunar, 2006:17). Demokratik kurum veya kuruluşların var oluş sebebi bu sorumlulukla birebir örtüşür. Parlamenter sistemlerde hazırlanan hükümet programları, kalkınma planları ve kamusal projelere ek olarak parlamento, siyasi partiler, yerel yönetimler,

mahkemeler ve bakanlar kurulu gibi devlet organları halkın ihtiyaçlarına cevap verebilmek için örgütlenmesi toplumsal düzeni sağlamaya dönük bir zorunluluktan kaynaklanır (Yalçındağ, 1986:155).

Özellikle kent içerisindeki toplumsal düzen, belediye ile halk arasında uyum ve dengenin sağlanmasına dair halkla ilişkiler sürecinin yürütülmesini gerekli kılar (Özüpek ve Aksoy, 2010:55). Yerel sorunlara karşı sorumluluk sahibi, denetleyen ve yerel katılımı sağlayan bir topluluk olma yolunda yerel halkın duyarlı ve etkin kamuoyu haline gelmesi belirtilen görev ve sorumluluklar çerçevesinde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri ile mümkündür (Öner, 2001:102). Çünkü belediyelerde halkla ilişkiler bir yandan halkın istediği belediyeyi oluştururken diğer yandan belediyeden yana olan, belediye yönetimini destekleyen kentli biçimindeki kamuoyunu yaratmaktadır. Kenti ve kent halkını yansıtan belediye yönetiminde yürütme organına ve karar organlarına seçilen kişilerin temsil konusunda elverişli olması gerekir. Yerel topluluk üyelerine yararı olan yöntem ve araçlar geliştiren esnek ve saydam yönetime dayalı belediyeçilik yaklaşımı halkla iç içe olan ilişkileri gerekli kılmaktadır (Çiçek ve Ökmen, 1992:138). Sonuçta demokratik rejimlerde devletin bazı eylem ve işlemlerini yerine getirmek için zora başvurması mümkün değildir (Kocaman, 2006:113).

## 2. 1. Belediyelerde Halkla İlişkiler Araçları ve Amaçları

Gerçek anlamda yerel yönetimin amacı halka kaliteli hizmet götürmek ve hizmetin dağılımında eşitlik ve adalet ilkeleri çerçevesinde halkın kalıtımını sağlamaktır. Bu amacın gerçekleşmesi kentin ihtiyaçlarına göre kararlar alınmasına bağlı olmakla birlikte demokratik bir kuruma ve işleve sahip örgüt anlayışının belediyenin yönetsel yapısına yerleştirmeye dayanmaktadır. Ancak halka hizmet götürürken yönetimin yapması gereken eylem ve işlemler bulunmakta ve bunların hayata geçirilmesi gerekmektedir. Yönetsel gereklerle halkın beklentileri arasındaki orantıyı sağlamak, sağlıklı halkla ilişkilerin zeminini oluşturur. Diğer yandan halkın yakınma ve şikayetleri sonucu olumsuz tartışmaların yaşanması belediye hakkında yeterli ve gerekli şekilde bilgi verilmeyen vatandaşın ciddiye alınmamasından kaynaklanır. Belediye yöneticisi ve çalışanların faaliyetinin halka açık olması, yolsuzluk dahil birçok olumsuz



olayın ortaya çıkmasını önleyebilir (Kocaman, 2006:149).

Halkla ilişkiler araçları içerisinde özellikle belediye faaliyetlerde açıklık ilkesine uygunluk gösteren olarak yerel politika ve uygulamalara ilişkin bilgi ve haberleri aktaran yayınların düzenli bir şekilde yürütüldüğü görülmektedir. Özellikle yıllık mali raporun İçişleri Bakanlığı tarafından düzenlenen normlara dayalı olarak halka ilan edilmesi en önemli bilgi edinme hakkı ve özgürlüğüdür (Çolak, 2005:273). Belediye tarafından yapılan buna benzer her türlü bilgilendirme ile hizmetlerin ve kararların bir parçası konumuna gelen halk kesimleri kentini ve belediyeyi benimsemekte zorluk çekmeyecektir. Kentli bu şekilde toplumsal, kültürel, fiziksel olarak yaşanmak istenilen bir belediyeye sahip olmanın memnuniyeti ve gururuna varır. Bu memnuniyet ve gurur yönetsel olanaklar ile halkın beklentileri arasında kurulan uzlaşya yani halkla ilişkilere bağlıdır. Ayrıca yönetim halkla ilişkiler uygulamaları yardımıyla birey ve grupların çıkarlarını yansıtan propagandalardan halkın etkilenmesini önleyebilir (Yalçındağ, 1986:154).

Batılı ülkelerde belediye toplantılarını halka açık bir şekilde yapma ve kamuya rapor verme geleneği yanında belediye plan, program ve uygulamaların halka tanıtımı konusunun ülkemize uyarlanması gerekir (Akçakaya, 1999:86). Kent halkı kent hakkındaki sorunları ve gerçekleri konusunda bilgi edinme hakkına sahip olması demokrasinin en önemli yapıtaşısıdır. Belediyenin imar çalışmaları veya sattığı ihaleler dahil yaptığı eylem ve işlemleri, edindiği kaynakları, ürettiği mal ve hizmetlerin uygun zaman ve mekanda halkın bilgisine sunulması ve gündeme taşınması gerekmektedir. Belediye politikaları hakkındaki bu bilgilendirme işlemi bir tür iyi niyet oluşturma kanısına dayanır. Bu amaç halkla ilişkiler kurmakla sağlanabilir (Akçakaya, 1999:80). İyi niyet oluşturularak belediyeye destek sağlanması kent halkı yararına çalışan ya da çalıştığına inanılan bir belediye yönetimiyle mümkündür (Akçakaya, 1999:80). Çünkü halk bildiği ve inandığı bir politika veya uygulamaya destek vermektedir.

Üçüncü kuşak bilgi edinme hakkına dayalı izlenecek politika ve uygulamalar doğrultusunda yerel halkı bilgilendirmek belediye yönetimin asli görevidir. Bu niteliğin dahil edilmeyip halka karşı dürüst olmayan bir belediye halkla ilişkileri olumlu tutması olası değildir (Akçakaya, 1999:83). Özellikle ülkemizde kurum hakkındaki yöntem ve teknikler dahil olmak üzere karar ve

uygulamalardan tam bir şekilde belediye personelinin bilgilendirilmediği görülür. Personel bu bilgileri halka ulaştırmada hem yanlış ve eksik bilgi vermekte hem de belediye örgütü içerisinde karşılıklı güven sorununa yol açmaktadır (Kocaman, 2008:148). Bu güven boşluğu çalışanların bulunduğu örgüte aitlik ve paylaşımcılığı yok edecektir. Yerel halkı bilinçlendirmede sorun yaşanması halkın duyarlılığına, gerektiği yerde tepki veya destek göstermesine, kentine ve sorunlarına sahip çıkmasına engeller yaratır (Kocaman, 2006:148). Dolayısıyla kent sorunları için var olan belediyenin hiçbir faaliyetine kaynak ve destek girdisi gerçekleşmeyecektir. Bu şekilde belediye örgütünün başarılı olması beklenemez ve başarısızlık yerel seçimlerde yönetimin değişmesine neden olur. Oysa belediye yönetimi topladığı vergileri sunmuş olduğu hizmetlerde kullandığına dair kent halkında inanç ve güven sağlamalı ve bu şekilde destek ortamını oluşturan halkın belediyesi imajını çizmelidir (Türk ve Akçay, 2010:146; Kocaman, 2006:54). Belediye kuruluşunun yararlı ve değerli olduğunu gösterme, kentlilerin belediye için gönüllü üye olmasını sağlayacak olumlu bir imaja bağlıdır.

Belediyelerde halkla ilişkilerin gerekliliği ve önemini, seçimle başa gelen yöneticileri ve üyelerinin kentsel ihtiyaçları gidermeye dönük yetki, görev ve sorumlulukların bulunması oluşturur. Bu faktör halk ile ilişkileri artırır ve katılımı sağlayan yapıyı harekete geçirir. Katılım olgusu yerel demokrasiyi ortaya çıkarmaktadır. Yerel halk ile belediye arasındaki ilişkilerin (Türk ve Akçay, 2010:177) katılım olgusuyla pekiştirilmesi, yerinde kararlar alınmasına ortam sağlayacaktır (Akçakaya, 1999:83).

Belediye yönetiminin toplumun güveni, beğeni ve desteğini alması halkta olumlu bir imaj yaratmasına ve katılımı oluşturmaya zemin hazırlar. Böylece halk ile ilişkilerin sağlıklı bir şekilde kurulması ve sürdürülmesi sağlanabilir. Halkla ilişkiler belde halkıyla anlaşma yapılması ve dolayısıyla yerel hizmetlerin yürütülmesinde büyük bir kolaylık getirmiştir. Günümüzde imar planlarının uygulanması, trafik düzeneğinin oluşturulması, elektrik ve su şebekesi, kanalizasyon, çevre temizliği vb. hizmetlerde hiçbir kuruluşun ihtiyacı olmadığı kadar belediyenin halkla ilişkiler planlamasına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir (Akçakaya, 1999:81). Ancak halktan uzak bir belediye halkın desteğinden yoksun olan yerel yönetimleri meydana getirecektir. Halk veya toplumu öne çıkaran belediyecilik anlayışı (Tekeli, 2009:251), belediye



hizmetlerin sunumunda halkın ihtiyaçlarını gözettiği ve yerel halk ile belediyeyi yakınlaştırdığı zaman olumlu halkla ilişkilere ortam yaratır (Tekeli, 2009:263).

Yönetim ve evre bağlamında gerçek bir halkla ilişkiler anlayışı yukarıda belirtilen halka dönük belediyeçilik ile bütünleşmiş bir yapıyı arz eder (Ertekin, 1995:8). Halkın memnuniyeti belediye hizmetinin dağılımına göre belirlenmesi halkın istek, beklenti ve görüşlerini temel alan hizmetlerin sunulmasını gerektirir. Yerel yönetimlerin halktan üstün ve farklı bir idare davranışı sergilemek yerine halkla yakın ilişki kuran ideal yönetimi kurması, bürokratik yapı ve işleyişten çok halkın isteklerine cevap veren anlayışla mümkündür (Türk ve Akçay, 2010:143). Ancak halka yakınlık kent vizyonu ve hemşericilik bilincine dayalı belediyesine sahip çıkan kentli kesimler tarafından oluşturulur. Belediye bu ortamda sürdürülebilir kentsel kalkınma (olak, 2005:481), evreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, hesap sorma ve hesap verme, yerel yönetim, katılımcılık gibi ilkeleri yerine getirir. Kent ile ilgili özgürlük ve hak kuramlarını yansıtan bu ilkeler, yasa koyucu tarafından düzenlenmeli ve anayasal koruma altına alınmalıdır (olak, 2005:476).

Bir bakıma belediye organlarının aldığı kararları ve yaptığı düzenleyici işlemleri benimsetmek halkın memnuniyetini sağlamaktadır. Halktan alınan bilgilerin doğrudan uygulamaya geçirilmesi yani katılım olgusu belediye-halk ilişkilerini önemli bir boyuta taşır. Kentlilerin ve sosyal paydaşların (vatandaş, işgören, meclis yeleri, şirketler ve sivil toplum kuruluşların) (Eraslan Yayınoğlu, 2007:198; Karadeniz, 2008:80-83) mutluluğu için etkin ve ağdaş iletişim, kurumsallaşma, entegrasyona geçiş ve verimli çalışma gerçekleşir. Bunun sonucunda yönetsel etkinlik arttırılarak belediyede maddi ve manevi başarı oluşacaktır. Böylece yerel halkta kentli olma gururu (Gln, 2000:129; Summak, 2001:11) yaşatılmakla birlikte yerel halkın belediyesi ve beldesine bağlı olması sağlanır. Bu durum toplumsal birlik ve btnlğu meydana getirir (Akçakaya, 1999:81). Kent içerisinde uygun ve uyumlu ortam oluşturularak toplumda konsensüs (görüş birliği) (Uysal-Sezer, 1987:11) sağlanması, kamu yararı gzetem ve topluma karşı sorumluluk sahibi olan bir yönetim yapısı ve işlevini ortaya çıkartır. Bu ifadeye belediye hizmetlerin finansmanın yerel halk olduğu eklendiğinde bu halkın verdiği kaynakların karşılığını almak istemesi veya uygulamaları denetlemesinin doğal bir hak olduğu görülür. Çünkü var olan liberal düşünceye göre bir hizmetin veya malın bedeli ödendikten sonra bu

bedele göre karşılığını almak gerekir.

Belediye bir kuruluş olarak kendisi için yarattığı güven, destek ve inanç kent halkı ile belediyenin ilişkilerini geliştirecektir. Belediyeler kendi amaçlarını gerçekleştirmek adına uyguladığı yöntemleri, başta vergi ve diğer topladığı kaynakları hangi şekilde nerede harcama yaptıkları hakkındaki bilgilendirmeyi kamuoyuna iletmekle yükümlüdür. Çünkü belediyelerde yürütme ve karar organları genel olarak seçimle kuruluşun başına geçmekte ve değişmektedir. Dolayısıyla belediye amaçlara ulaşmak için yerel yönetimler içerisinde halkın desteğine en çok ihtiyaç duyan belediyenin halka karşı diğer kamu kurum ve kuruluşlarından daha duyarlı ve ilgili ilişki kurması beklenir.

Katılım oranı düşük olan hedef kitlesine yönelik yapılan toplantılar, konferanslar, seminerler vb. duyuru yöntemleri gerekli bilginin veya haberin iletimini sağlar. Belediyenin yaptığı eylem ve işlemleri yayımlamamak veya yüzyüze ilişkiler yoluyla halka ulaştırmamak, belediye yönetimini halkın önyargılarıyla karşı karşıya getirir. Ancak kentsel yapının karmaşıklığı ve demografik ölçütler yüzyüze iletişimi hemen hemen herkes için olanaksız kılar. Belediyenin kendi web sitesini oluşturması ile halkın kolay bir şekilde yerel hizmet ve faaliyetlerden haberdar olabilme imkanı yakalaması yönetime hemşerilerinin şikayet, istek ve beklentilerini öğrenebileceği bir ortam sağlar (Türk ve Akçay, 2010:176; Kocaman, 2006:69). Bütün bu çabalar tanıma ve tanıtma amaçlı halkla ilişkiler faaliyetidir. Ancak kitleye dolaylı olarak ulaşabilen araçlar seçilir. Doğrudan araç olan yüzyüze iletişimle az sayıda hemşeriye ulaşılırken kitle iletişim araçları ile çok geniş kentli nüfusuna etkileyici ve yönlendirici mesajlar iletilmektedir. Ulaşılabilir hedef kitleyi artırma amacı yerel kanallar ve gazetelerin rağbet görmesine neden olmuştur.

Yerel halkın belediyenin amaçları, düşünce ve eylemlerini desteklemesi için halka bu yapıların aktarılması yani tanıtılması gerekir. Yeni düşünce ve eylemleri benimsetmeden önce belediye yönetimi, halk içerisindeki grupların ve bireylerin yönetsel faaliyetler hakkında ne düşündüklerine bakmalıdır. Bu şekilde belediyenin yansıttığı yürütme gücü, muhalif grup ve bireylere karşı ileri sürebileceği destek ve kaynak gücü yaratacaktır.

Belediyeye en önemli destek ve katkı olan yerel hizmetlerin finansmanı halk tarafından karşılanmaktadır. Belediyenin vereceği hizmet ile ilgili karar ve tercihler için kaynakların kullanımını konusuna ait bilgiler



doğrudan halkla paylaşılması yeterli değildir. Bu doğrultuda halkın rızasının alınması gerekir. Rıza oluşumu için kitle iletişim araçları kullanılarak politika ve uygulamalara karşı olumsuz tepkileri azaltmaya gidilir. Diğer yandan gerçeklere uygun bir şekilde bireysel bilgi alma sisteminin devreye girmesi gerekir. Ancak olağan ve olağanüstü yönetsel süreçler hakkında yeterli ve gerekli bilgilerin verilmesi gerekir. Böylece yönetim ve halk arasında karşılıklı anlayış ve işbirliği oluşturulabilir. Yerel hizmetlerin yürütülmesi bu bütünlük ilkesine dayanmaktadır. Altyapı çalışmaları gibi birbiriyle ilişkili ve ilgili hizmetler biri diğerini tamamlayıcı, yararlanıcı ve destekleyici nitelikte bütünlük oluşturarak yürütülmesi durumunda halkla ilişkilere katkı sağlanır (Akçakaya, 1999:82).

Halkla ilişkiler belediyede hem yönetim ilkelerini gerçekleştiren hem de kentli haklarına uygun bir yapıyı oluşturan destek mekanizmasıdır. Ülkemizde 2005 yılındaki 5393 sayılı Belediye Kanununa göre belediye yönetiminin yerel halkın kentsel ihtiyaçları ve sorunları için kurulmasına ek olarak yaşlı, kadın, çocuk, özürü, yoksul ve düşkünlere yönelik birçok dayanışma ve yardımlaşmayı sağlayacak olan katılım olgusu yine halkla ilişkilerin bir sonucudur (Gündüzöz, 2012:157). Kanunda 13. Maddede “herkes ikamet ettiği beldenin hemşerisidir” ifadesine dayanarak ([www.tbmm.gov](http://www.tbmm.gov), 2012) hemşerilerin beldenin karar ve hizmetlerine katılma, belediye faaliyetleri hakkında bilgilendirilme ve belediye idaresinin yardımlardan yararlanma haklarına sahip olarak hemşeri hukuku ortaya çıkmıştır. Belediye, hemşeriler arasındaki sosyo-kültürel ilişkiler geliştirmek ve değerlerin korunmasında faaliyetler yürütür ve bu çalışmalarda gerekli katılımı sağlar (Özer, 2013:40). Bu konular hemşerilerle ilişkileri kanuni bir zorunluluk haline getirmiştir. Halka karşı Belediye Kanununa dair kurallar, emir ve duyurulara uygun davranış sergileme zorunluluğunun ileri sürülmesi ve vergi vb. kamusal gelirleri vermekle yükümlü olduğunun dayatılması, halkın bu haklara sahip olmasını gerektirir. Oysa kamusal gelirlerin halktan karşılanması durumu, halka hizmet sunumundan öte hizmet sunumunu denetleme hakkına dayanmaktadır.

Daha önce de anlatıldığı gibi halkın görüş, öneri, ihtiyaç, beklenti ve şikayetlerine olumlu bir şekilde karşılık vermek planlı, sürekli, uyumlu, sistematik halkla ilişkiler uygulamalarıyla mümkündür (Akçakaya, 1999:79). Belediyelerde halkla ilişkilerin yönetişimi çağrıştıran kentteki her unsur ve

aktörün birlikte çok katmanlı yönetim anlayışıyla daha kaliteli, ekonomik ve hızlı bir şekilde hizmetleri yerine getirme çabası, yerel halka ulaşmayı hedeflemiştir (Kocaman, 2006:143). Buna göre çeşitli rantların halka geri döndürülmesi ve halk arasında adil bir şekilde en azından birincil ihtiyaçları karşılayan hizmetlere yönelik faaliyetler yürütülmesi halkla ilişkilerde olumlu bir adımdır (Keleş ve diğerleri, 2012:30; Eraslan Yayinoğlu, 2007:194). Bu nedenle halkla ilişkiler kavramı belediyeçilik anlayışının tüm süreçleri, politikaları ve uygulamaları ile örtüşmektedir.

Belediyenin yerel halkla ilişkiler sonucu kamuoyu oluşturması, yönetsel sorunlar ve sınırları algılamada büyük bir yarar sağlamıştır. Bu şekilde yaratılan destek mekanizması ile belediye örgütü demokratik bir yönetim olmayı başarabilir. Halkla ilişkiler yardımıyla modern belediyeçiliğin oluşturulması, siyaset yapmanın ötesinde sorumlusu olduğu tüm halkı temsil eden bir belediye anlayışını doğurmuştur. Temsiliyet konusunun en yalın hali olan yerel yönetim birimleri yerel katılımı sağlamakla yükümlüdür (Çiçek ve Ökmen, 1992:145). Yerel katılım olgusuyla bir yandan halkta duyarlılık ve ilgi oluşturulurken diğer yandan kentin sorunlarına sahip çıkılması sağlanarak belediye ve halk kaynaşması meydana gelmektedir (Kocaman, 2006:148). Yönetim ve halkı barıştırmakta yerel yönetimlerin katkısı son derece önemlidir. Demokratik yapının yerleştirilmesi için hizmette kalite ve şeffaflığı artırma doğrultusunda bilgilendirilen halk, sunulan hizmetlere katılım ile kamuoyu denetimine ortam yaratır. Bu şekilde halkın istek ve beklentilerini yönetsel kararlara aktarılması, tabandan destek ve kaynak alınmasına olanak sağlar. Dolayısıyla belediye yönetimine seçilen kişiler belediyedeki varlığını koruma yoluna devam edebilir.

Diğer yandan katılım demokrasiyi, demokrasi toplumsal ilerleme ve gelişmeyi meydana getirir. Demokratik yapının oluşması da kentsel yapı ve politikalara önem verilmesini gerektirir. Kent halkının desteklediği ve benimsediği hizmetler ile dayanışma-yardımlaşma etkinlikleri kenti daha huzurlu ve yaşanılabilir bir ortama kavuşturur. Belediyeler dahil tüm yerel kuruluşlar bir eşgüdüm mekanizmasıyla hareket etmesini sağlamak ancak halkla ilişkiler aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Holtan, 1999:36). Özel sektörün de dahil edildiği projelerde kamu kuruluşların dikkati çekilerek yardım ve destek mekanizmaları çalıştırılır. Bu şekilde yasal düzenlemelere yönelik halkın uyum



sağlaması için faaliyetler yürütülür. Birtakım işbirliğini gerektiren birlikleri kurma yolunda halkın desteğini ve güven oyunu almak, uzun süreçte belediyenin halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmesine bağlıdır.

Kentin devamlı yaşanabilir bir yapıya sahip olması kente karşı sorumlu ve duyarlı kent yönetiminin meydana getirilmesiyle mümkündür (Uysal-Sezer, 1996:63-67). Kente karşı kaliteli mal ve hizmet üretmek, yeni istihdam imkanları yaratmak ve çevre düzenlemeleri gibi birçok alanda var olan sorunları gidermek için yerel yönetimlerin birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. Halkla ilişkilerin bir parçası olan bu sorumluluk yeniden yerel iktidara geçmek isteyen belediye aktörleri için yerine getirme zorunluluğu bulunan unsurlar arasında yer alır (Çiçek ve Ökmen, 1992:143).

Diğer bir sorun halkla işbirliği yapmak için gerekli sosyalizasyonu sağlamaktır. Yerel basını kullanarak (Güllüpunar, 2006:6) halkla ilişkiler görevlisi belediyenin hizmet projeleri hakkında istenilen düşünceyi ve amacı kent halkına benimsetmeye çalışır. Basının haber alma ihtiyacı ile belediye yönetiminin kendini tanıtmaya ihtiyacının birbirini karşılama isteği, belediye-basın ilişkilerin düzenlenmesinde birim görevlisine imkan yaratır. Bu imkanla halkın yönetim faaliyetlerinden haberdar olması sağlanır ve belediyeye de yönetsel düşünce ve uygulamaları halka ulaştırma olanağı verilir. Bu sırada basın mensupları ile birlikte haber/bilgi iletmeye dair halkla ilişkiler çalışmaları yürütülerek sürekli bir biçimde basın toplantısı ve görüşmeleri düzenlenmelidir.

Basının halka belediyeyi, belediyeyi halka tanıtmada en etkili araç olduğu belirtilebilir. Basın belediyenin yaptığı hizmetlere ek olarak başvurular için sorumlu mercilerin, gerekli evrakların ne olduğu konusunda vatandaşa yol ve yöntem göstererek belediyenin işleyişi hakkında tanıtımlar yapmaktadır (Akçakaya, 1999:85). Halkla ilişkilerin temel amacı da halkı bilgilendirmektir (Özkara, 1999:109). Halkla ilişkiler biriminin yardımıyla görünürlük adına yapılacak toplantılar, seminerler, bilgi verici diğer eylem ve işlemler ile broşür, el ilanı dağıtımı halkın bilgi edinme hakkını yerine getirebilir (Akçakaya, 1999:81). Telefon hatları, e-mailler veya danışma merkezleri halkın istek ve şikayetlerini öğrenmek amacıyla oluşturulan dilek ve şikayet kutuları vatandaşın belediye ile ilişki kurmasına yardımcı olmak için en önemli araçlar arasında yer alır.

Yönetimle ilişki konusunda birçok araç bulunmasına rağmen halk

kendini ilgilendiren yasal başvurularda çekimser davranmaktadır. Bu durum demokratik bir yapının özelliği değildir. Yönetim kademesinde bulunan kişilerle yapılan görüşmeler halktan bireyler için her daim sorun olmuştur. Birey için çok zor ulaşılan bir yapıya bürünen bu kademelerin başvuru sahibini küçümseme ve işleri askıya alma tutumu gösterdiği görülmektedir. Oysa bireysel başvurular ile istek ve şikayetlerin belediye yönetimine aktarılması, yerel eylem ve işlemlerin gereğidir. Diğer yandan yerel halkın belediye faaliyetlerinden veya yasal-ussal (Uysal-Sezer, 1987:15) mevzuatta uyulacak kural ve yasaklardan kendiliğinden haberdar olması beklenemez. Halkla ilişkilerin yönetsel yapıya dahil edilmesi halkın denetim mekanizmasını harekete geçirir. Denetime dayalı belediyeçilik anlayışı halkın belediyesine destek vermesini, güven duymasını ve dolayısıyla her türlü bilgi ve habere inanmasını sağlayacak olan olumlu halkla ilişkiler imajına ortam yaratır. Ancak bu şekilde halkın istenilen yönde karar vermesi ve davranışta bulunması sağlanabilir (Aksoy, 2006:58).

Halkla ilişkiler içerisinde kentin mücavir alanı dahil belediye yönetimin yetkili olduğu bölgedeki sorunları çözmek için ilgili belediyenin diğer belediyelerle veya özel yarara hizmet eden firmalar ve gönüllü sivil toplum kuruluşlarıyla ilişki kurması gerekir. Kamu yönetimi olarak yerel yönetimlerin olanakları ve kaynaklarının yetersiz kaldığı durumlarda sivil toplum kuruluşlarının ve bireylerin devreye girmesi, devlet tarafından teşvik edilmeli ve toplumsal rızayı arttıracak katılımı sağlamalıdır. Çünkü bir yönetim ve örgüt olarak devlet, vatandaşları açısından ne kadar üyesi olduğunu hissettirdiği sürece meşru görülecektir. Halkın kendini vatandaş olarak görmesi yönetimde söz hakkına sahip olmakla aynı düşünceyi ifade eder. Devletin meşruluğu ve halkın yönetimde söz sahibi olması, halkla ilişkiler yardımıyla devlete aidiyetlik duygusunun aşılması ile ilgilidir. Naylon devletin oluşumu devlete olan güvensizliği, güveni sağlayacak olan devlet görevlerinin yerine getirilmemesinden kaynaklanır. Devletin halk tarafından tanınması, kabul edilmesi ona olan güvene bağlıdır. Milli aidiyet gibi kente aidiyet duygusu yine yönetimden memnun kalmakla ilgili bir olgudur. Ancak bu şekilde halkın desteği sağlanır.

Yaşanılan yer olarak kent, kırsal değerlerden çok farklı bir kültüre ve dolayısıyla kimliğe sahiptir. Bu durum neticesinde kentin düzeni ve istikrarı yerel halk için çok önemlidir. Kentinden memnun olan kişi ülkesinden de



memnun olur anlayışından yola çıkarak yerele dair memnuniyet durumu ülkenin bütününe yansıyan memnuniyeti ifade eder. Devletin yönetimde ve geleceğinde söz sahibi olamamak devletin meşruluğunun sorgulanmasına davetiye çıkartır. Diğer yandan yerel halk belediyeyi seçmekle beraber kendi talepleri doğrultusunda yönlendirmek istemektedir. Halkın egemenliği deyişine uygun olmayan bir tavırla halk yönetsel işleyiş ve sürecin dışında tutulmakta, kamu yönetimi veya yerel yönetim bağlamında örgütsel yöntem ve kararlardan hiçbir şekilde haberdar olmamaktadır. Bu nedenle hemşeriler yerel unsurlarda dahi son derece karmaşık olgulara maruz bırakıldığından yönetimin uygulamalarını bilmediği için güven ve inanç konusunda güçlük çekmektedir.

Yukarıdaki yorumu destekleyen bir belge olarak 9353 sayılı Belediye Kanunu önemli bir kaynaktır. Buna göre belediyeler, sosyo-kültürel ve yardım konuları dahil sunulan hizmetler ile yerel halkın katılımını sağlamak yanında hizmette verimlilik, tasarruf ve etkinlik ilkelerini gerçekleştirmekle yükümlüdür (Gündüzöz, 2012:157). Bu katılımıla kamusal hizmetlerin yürütülmesinde toplumsal beklentilere cevap verilir. Hizmetlerin kamu kuruluşları ile birlikte halkın denetim ve gözetimi altında gerçekleşmesi, toplumsal tatminin sağlanmasında büyük bir rol oynar. Kültürel mirasın korunması, katı-sıvı atık transferi, arıtma tesisleri, çevrilebilir teknolojiler gibi çevre dostu hizmetler, arama-kurtarma ve trafik hizmetlerinde halkın katılımının gönüllü oluşturulması için belediye faaliyetleri gerekmektedir (Eraslan Yayınoglu, 2007:146). Buradan halkla ilişkiler faaliyetinin birçok alanda özellikle yönetim açısından yarar sağladığı görülür. Belediyenin demokrasi ile bağı, topluma karşı görev ve sorumluluk duygusu, hesap verme ve denetim olgusuyla halkla ilişkilerin örtüşmesi belediyenin iletişim kurduğu halka ulaşma gereksinimini meydana getirmiştir.

## 2. 2. Belediyelerde Halkla İlişkilerin Örgütlenmesi

Atanmış veya seçilmişlerin bulunduğu belediye yönetiminde etkili, verimli ve yeterli hizmet sunumundan her bir birim ve belediye başkanı sorumlu tutulmaktadır. Bu kaliteli hizmet sunumu en iyi kurum imajını oluşturarak olumlu halkla ilişkilere ortam sağlamıştır (Türk ve Akçay, 2010:151). Hizmet sunumunda ayırım gözetmeksizin tüm kentli nüfusa karşı ağır bir yükümlülük

altında olmak tarafsız belediye anlayışını gerektirir. Ancak bu durum siyasi bir kimliği olan belediye yapısı için oldukça zor bir sorumluluk alanını ifade etmektedir (Akçakaya, 1999:82). Kentsel dönüşüm etrafında görev alanı proje, plan, program vb. şekilde genişleyen belediyenin halkla daha fazla iletişim ve dolayısıyla ilişki kurmasının gerekmesi halkla ilişkilere dair yükümlülüğünü yerine getirmesine ortam oluşturmuştur (Kocaman, 2006:114).

Halkın yönetim karşısındaki olumsuz tavrını azaltma çabasına giren tüm yönetimlerde olduğu gibi belediyelerde de halkla ilişkiler birimine ihtiyaç duyulmaktadır. Halkın istek ve beklentilerini kendi istek ve beklentilerine dönüştüren anlayışı içermek için istenilen hedef kitleyi yaratmak halkla ilişkiler uygulamaları ile (Akçakaya, 1999:80) mümkün olduğu bilinci tüm dünyada egemen bir anlayıştır. Bir konunun savunuculuğunu yapmak ve herhangi bir düşünce sistemini aşmak halkla ilişkilerin yarattığı etkilerle olanaklıdır (Göküş, 1993:13). Yerel ihtiyaçları saptamak ve aralarında öncelikli olarak yapılması gereken konu veya hizmetleri yerine getirme fonksiyonu, yine yerel nitelikli olan belediyelere daha çok ihtiyaç duyulacağını gösterir.

Beklentilerin gecikmediği, tam zamanında karşılanmasına olanak veren belediye yönetimini sağlamak halkla ilişkilerin örgütlenmesi sonucunda gerçekleşir. Yine belediyenin proje, amaç ve hizmetleri hakkındaki bilgi ve haberleri belde halkına duyurması belli bir birim tarafından gerçekleşir (Akçakaya, 1999:79). Duyuruların yapılmaması, içe kapalı bir örgüt anlayışı halkın yönetimi farklı bir şekilde algılamasına neden olur. Bu durum demokrasi ve kurumların özellikle yerel yönetimlerin işlerliğini ve anlamını yitirmesine ortam yaratır. Yönetimin uygulamaları ve kararları ile hukuki durumları değişen ve etkilenen kamuoyu yönetsel işleyişten haberdar olmaya hakkı vardır (Çolak, 2005:514). Gerekli haberleri hazırlayan ve arşivleyen ise halkla ilişkiler birimidir. Ayrıca kamuoyu oluşturmada halkı motive edici, ikna edici, tanıtıcı, iyi niyet geliştirici olan sosyal ilişkiler kılavuzu izlenir (Erdoğan, 2006:21). Bu şekilde kurumlar veya yöneticiler kendi dünya görüşünü benimsetmeye çalışır (Yıldız, 2003:38).

Kent yönetimi olarak karşılıklı vatandaş-belediye örgütü arasındaki ilişkilerin odağında belediye personeli bulunmaktadır. Yapılacak idari eylem ve işlemlerin başarısında halkla ilişkileri olumlu yönde geliştirecek olan kişiler personellerdir. Çalışanların üzerindeki bu sorumluluk belediye başkanının da



sorumluluk alanına girer (Akçakaya, 1999:82). Bu nedenle belediye başkanı birimler arası koordinasyon ile halkla ilişkiler planını uygulamaya geçirmekle yükümlüdür (Ertekin, 1995:6). Halkla ilişkiler faaliyeti sadece halkla ilişkiler birimi ile sınırlı olmayan, tek bir birim veya çalışanla kısıtlanmayan yapısı nedeniyle tüm belediye örgütündeki çalışanlar ve yöneticileri kapsayan uyum (Tellan, 2009:193) sağlama faaliyeti olarak görülmelidir. Ancak personelin kaliteli, seviyeli ve kalıcı iş ve işlemler üretmesi için uygun bir ortam sağlanması gerekir. Yeniliklere adaptasyonu ve inisiyatifi güçlendirilen personel, her geçen gün değişen ihtiyaçlara cevap verebilen bir işleve sahip olacaktır ([www.aydin-bld.gov](http://www.aydin-bld.gov), 2011). Çünkü hemşerinin farklı nitelikteki başvuruları belediyenin yapısını ve işlevlerini değiştirmektedir. Bireysel başvurularda gerek şikayet gerek istek biçimindeki girdilerin olası çözümlere kavuşturulması için başvuru sahibine yanıt vermekle yükümlü olan yönetimin doğrudan belediye başkanı tarafından değil de farklı bir birime yani halkla ilişkiler kadrosuna verilmesi daha etkili bir sonuca ulaştırır (Aksoy, 2006:59). Ülkemizde yerel yönetimlerde halkla ilişkiler belediye başkanının kişisel halkla ilişkilerini yürütmekten ibarettir ancak bu faaliyetler yeterli değildir (Özer, 2013:25).

Belediye personeli içerisinde en çok halkla ilişkiler biriminin yerel hizmetlerden yararlanan kişi ve kurumların dilek ve şikayetlerine daha açık olması gerekir. Ancak bu şekilde belediye faaliyetlerinin halk üzerindeki etkisinin sonuçları değerlendirilebilir. Diğer yandan ortaya çıkan sorunlar için yapılan değerlendirmeler gerekli önlemlerin alınmasına yardımcı olur. Bu açıdan belediye dahil tüm yönetsel işlevleri yerine getiren örgütler kendi varoluş amacı ile örtüşen halkla ilişkiler işlevini hayata geçirir. Belediyenin yaptığı görevlere bağlı olarak halkı doğrudan etkileyen kentsel sorunlara karşı birçok şekilde belediye ve yerel halkı bir arada bulundurma gerekliliği ve zorunluluğu bulunur. Bu nedenle tanıtma çabasında olan halkla ilişkiler yöntem ve araçları kullanılarak belediye faaliyetinin bilindik bir konu olması sağlanabilir. Yapılan toplantılar, düzenlenen organizasyonlar, kamuoyunu bilgilendirme, medya ile bilgi akışını düzenli kılma gibi halkla ilişkileri geliştiren işlevlerle kurum kimliğine katkıda bulunulur. Bu araçları kullanmak belli bir örgütlenmeyi gerekli kılar.

Aynı şekilde 1994'te kurulan (Karadeniz, 2008:101) ve Türkiye'de ilk

belediyelerde halkla ilişkiler örneği olan Beyaz Masa (Aksoy, 2006:57; Güllüpunar, 2006:11) halkın yönetime ulaşması yolunda ilişki kurulmasını kolaylaştırmıştır. Diğer yandan Belediye Radyo ve Televizyon (BRT) kurumu açıldı. Ancak daha sonra bu kanal RTÜK tarafından kapatılmıştır. Bu uygulamalar yerel yönetimlerde halkla ilişkilere en çok önem veren İstanbul Büyükşehir Belediyesine aittir (Karadeniz, 2008:101). Ülkemizde vatandaşın sorunları bu örnekler dahilinde gerçek halkla ilişkilere yaklaşan Mavi Nokta, Mavi Hat, Mavi Masa (Güllüpunar, 2006:203), Cevap Bürosu, Halk Danış Masası, Danışma, Kadın Meclisi, Çocuk Meclisi, Şikayet ve Yıldırım Servisi, Sesli Bilgi Servisi, Gezici Ekip, Semt Danış Merkezleri (SEDAM) gibi belediyelerde kurulan bürolar yardımıyla çözülmüştür (Kilci, 2011:245). İletilen her sorun veya başvuru bu bürolarda bilgisayara geçmektedir. Bu başvurular aynı gün içinde ilgili birimlere iletilmekte ve o birimden gelen cevap başvuru sahibine telefonla veya yazılı olarak bildirilmektedir. Başvuru ile ardından gelen gelişmeler belediye başkanı ve özel kalem/genel sekreterce takip edilebilir. Genel anlamda yapılan başvuruları dinleyen ve takip eden bu birim belediyenin halkla ilişkilerini etkilemektedir. Birim, kendisine ulaştırılan sorunları hem ilgili birimlere iletmek hem de sorunların çözülmesini sağlamak için başvuruları takip eden bir işleve sahiptir (Kocaman, 2006:124). Belediye hizmetleri ve yönetimi hakkında yaşanan sorunlar, şikayetler veya önerilerin iletilmesini kolaylaştıran bu araçlar kaynak ve zaman kaybını önleyecektir. Dolayısıyla belediyenin kendi yönetsel amaç ve işlevlerini yerine getirmesi ve halk ile ilişkilerin iyileştirilmesine, geliştirilmesine ve etkinliğinin artmasına olanak sağlar (Özer, 2013:26).

Diğer yandan halkla ilişkiler biriminin kurulması yeterli değildir. Halkın şikayet ve isteklerinin bildirilmesinde belediyeyi birtakım sorunlar beklemektedir. Bildirim formuna özellikle kişisel bilgiler alınırken hemşerinin çekimser davrandığı görülür. İhbar gibi hususlarda belediyenin halkla ilişkiler birimi, tarafları birbiriyle ilişki kurdurmadan gizlilik ilkesini uygular. İlgili birim personeli hariç hiç kimseden bilgiler paylaşılamaz. Bir bakıma birim kanalizatör işlevi görmektedir. Buradan ilgili müdürlüklere iletilen sorunlar, vatandaşın halkla ilişkiler birimine ve halkla ilişkiler biriminden vatandaşın olmak üzere bir sıra izlemektedir. Bu yapıda vatandaşla ilişkileri kurmak zorunda olan ve siyasi kimlik niteliği taşıyan belediyeler (Akçakaya, 1999:82)



açısından halkla ilişkiler biriminin kurulması gerekir. Belediyenin siyasi yapısı ile ilgili katılımı sağlamak için etkin olma amacını içeren halkla ilişkilere önem gösterilir. Bu yönelim halkla ilişkiler örgütlenmesini zorunlu kılar. Genel anlamda örgütün bünyesi büyüdükçe halkla ilişkiler çalışanları artacağından halkla ilişkiler biriminin yeri ve konumu da farklılaşmaktadır (Sanal, 2007:140). Ülkemizde halkla ilişkiler görevi genellikle Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü şeklinde örgütlenmiştir (Karadeniz, 2008:152). Küçük belediyelerde halkla ilişkiler görevini belediye başkanının kendisi yürütürken, orta derecedeki belediyelerde küçük bir birim bu görevi yerine getirmektedir. Büyükşehir belediyesinde halkla ilişkiler görevi ise diğer belediyelerin aksine ilgili alanda uzman kişilerle ve şubeler şeklinde, tek merkezden büyük bir birimle yönetilmektedir (Kocaman, 2006:147). Bu nedenle ciddi anlamda halkla ilişkiler uygulaması sadece büyükşehir belediyelerinde görülmektedir.

### **2. 2. 1. Belediyelerde Halkla İlişkiler Biriminin Görev ve Sorumlulukları**

Belediyelerde halkla ilişkiler görev ve sorumlulukları genel olarak şu şekildedir ([www.ankarabelediye.com](http://www.ankarabelediye.com), 2011; [www.sarıyerbelediyesi.com](http://www.sarıyerbelediyesi.com), 2011):

1. Belediyenin üniversite, kamu kurumları, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, özel sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları ve diğer kurum veya gruplarla ilişkiler kurması ve akademik toplantılar düzenlemesi, yapılan işlere iştirak etmesi halkla ilişkiler biriminin görevidir.
2. Bir diğer nokta belediye iştirakli şirketler bünyesinde belediye hizmetlerinden yararlanan halkın memnuniyetini ölçmek için halkla sürekli işbirliği, dayanışma ve karşılıklı güven temin edecek ortamlar oluşturarak sosyal içerikli etkinlikler düzenlemektir. Bu etkinlikler hakkında belediye faaliyetlerine yönelik bilinirliği ölçmek belediye dahil tüm kurumlardaki halkla ilişkiler kapsamı içerisinde yer alır.
3. Etkin bir şekilde halk ve basına yaptığı tanıtımlara ek olarak vatandaşın belediye hizmetleri konusunda dilekçe, görüşme vb. şekilde yaptığı başvuruların ilgili birimlere iletilmesi görevi kapsamında kitle iletişim araçları yardımıyla yayın ve bilgi hizmetleri yürütülmesi sonucu kamuoyu oluşturmak.

4. Çağdaş gelişmelerin takip edilmesi ile kent ile ilgili yatırım, imar, iskan vb. konulardaki tüm faaliyetlerin yerel halka tanıtılması ve duyurulması için afiş, bildiri, davetiye ve pankart tasarımını gerçekleştirerek bunların basımını yapmak veya basılmasını sağlamak. Ayrıca davetiye, broşür, ilan, bez afiş, duvar afişi vb. çalışmaların altyapısı ile diğer yazışmalardaki metinlerin anlaşılır ve kısa bir şekilde hazırlanması gerekir.
5. Belediyenin halkla ilişkiler faaliyetleri sonucunda elde edilen şikayet, ihbar, istek ve önerilerin haberleşme sistemine önem verilerek alınan kararların uygulayıcılarına doğru bir şekilde ve süratle ulaştırılmasını gerçekleştirmek. Başvuru sahibi olarak hemşeriden alınan şikayet, istek veya öneriler hakkında yapılan faaliyetlerin sonucunun ilgiliye tekrar geri bildirimini sağlamak.
6. Belediyenin hizmetleri, altyapısı, birimlerinin etkinlik ve organizasyonları, projeleri, politikaları, işleyişi halk tarafından bilinmesi için çeşitli tanıtım çalışmaları yürütmek.
7. Belediyenin organizasyon ve faaliyetleriyle ilgili medya/basın ilişkilerini yürüterek bu faaliyet ve organizasyonları yazılı, görsel ve internet medyasına ve ilgili kuruluşlara duyurmak, resmi ilan işlerini yürütmek.
8. Basında belediye hakkında çıkan haberlerden belediyedeki ilgili birimlerin haberdar olmasını sağlamak.
9. Belediye faaliyetlerini kamuoyuna duyurmak için fotoğraf ve video çekimi yapmak, panolar/afişlerde sergilemek ve arşivlemek ile belediye etkinliklerini duyurmak adına basın bülteni, gazete ve broşür vb. yöntemleri kullanarak bu araçları dağıtmak.
10. Belediye adına sosyal ve kültürel etkinlikler düzenlemek (Gölönü, 2000:131), açılış, tören ve toplantı gibi etkinliklere gitmek. Bunların içinde resmi bayramlarda ilçede yapılan kutlamaların organizasyonu da bulunmaktadır.
11. Vatandaş olarak yerel halkın yani hemşeriyi hak ve sorumlulukları konusunda uyarmak.
12. Belediye halkıyla güvenilir ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri düzenli bir şekilde sürdürmek, halka belediye işleri ile ilgili önerilerde bulunmaktır



(Tortop, 2001:73).

### 2. 3. Belediye Başkanının Halkla İlişkilerdeki Rolü ve Önemi

Güçlü belediye başkanı modelinin benimsendiği ülkemizde başkan üzerinden bir belediye imajı çizilerek belediye örgütü ile başkan bütünleştirilmiştir. Belediyelerde halkla ilişkiler belediye başkanı etrafında yürütülen basın büroları olarak algılanır. Oysa asıl amaç hemşerilerin sıkıntılarını ve ihtiyaçlarını belirleme çerçevesinde diyalog kurmak şeklinde olmalıydı. Ayrıca küçük belediyelerde halkla ilişkiler birimleri veya görevlisi istihdam edilmemiş, belediye başkanı bizzat kendisi bu görevi yürütmüştür. Büyükşehir belediyesi ise halkla ilişkileri sadece kültürel ve yayın organizasyon faaliyetleri kapsamında algılamıştır.

Belediye başkanının ön planda tutulması belediyenin siyasi yapısının yönetsel yapısına göre daha ağır basmasına neden olur. Bu nedenle hizmet dağılımında tarafsızlık olgusu arka planda kalmakta ve çoğu vatandaşın devlet yapısında tarafı olmadığından verimli ve etkin hizmetten yoksun kalmasına yol açmaktadır (Uysal-Sezer, 1996:64). Başka bir deyişle halk ile ilişkilerinde belediye başkanının olumlu imaj yaratmasına, iyi bir hizmet sunumundan daha çok önem verilmektedir. Gerçek bir belediye başkanı ise kentin kalkınmasına bağlı olarak kentsel sorunları algılayabilen ve her türlü görüşü olumlu karşılayabilen kentsel tasarım yeteneğine sahip, halkla ilişkileri geliştiren nitelikte kişiler olmalıdır (Keleş ve diğerleri, 2012:28).

Halka hesap vermede önsorumluluğa sahip olan belediyenin halkla ilişkiler konusundaki baş aktörünün dürüst, yetenekli bir başkan olması belediyenin başarısını arttıran ve devamlılığını getiren bir yapıyı oluşturur. Başkana ulaşılması, halkın gözünde sempati uyandırarak (Özer, 2013:21) belediyenin imajını olumlu etkilemektedir. Çünkü belediye örgütünden çok belediye başkanın görünüşü, tutumu, davranışı, izlediği yol ve yöntemler halkla ilişkileri kurduğu düşünülür (Akçakaya, 1999:87). Belediye teşkilatının yüzü olan başkan, kendisinin yaratacağı imajla halk kesimleri açısından belediyenin tümü adına görüntüyü belirleyecektir (Akçakaya, 1999:87). Bu doğrultuda halkın geleceğinden öte belediye başkanının geleceği düşünülmekte, halkla ilişkiler araçları (Göküş, 1993:30) bu amaçla kullanıldığı söylenmektedir. Adeta

bütün belediye sadece başkanla özdeşleşmiştir.

Belediye başkanına odaklanan halkla ilişkiler algısı imaj kökenlidir. Başkan imajı çalışanlar ve meclis üyelerin görüntüsünden daha baskındır. Türk belediyeciliğinde halkla ilişkiler diyalogunu belediye başkanı kurar (Karadeniz, 2008:154). Yine güncel sorun veya konuları mecliste tartışmaya açanın başkan olması daha çok halkla ilişkileri gerektirecektir. Bu nedenle başkanın hemşerilerden birebir ilgilenmesi, halkla ilişkiler örgütlenmesine özen göstermesi, kent ile ilgili bilgileri yerel halka sunması yolunda kamuoyu ilgisi ve tepkisinin olumlu yönde ilerlemesine imkan yaratmalıdır (Karadeniz, 2008:154).

#### 2. 4. Belediyelerde Halkla İlişkiler Sistemi

Halkla ilişkiler dahil her türlü sistem belli bir süreç içerisinde gerçekleşir (Kalyon, 2006:128; Kilci, 2011:231). Bu süreç uzun vadeli aşamalardan oluşur ve yönetsel ve örgütsel bir birim olan belediyenin de halkla ilişkiler uygulaması için bu aşamalardan geçmesi gerekir (Göküş, 1993:44). Bu düşüncenin temelinde ulaşılmak istenilen amaçlar ve hedefler bulunmaktadır (Karadeniz, 2008:159). Olumlu bir halkla ilişkiler için etkinliği ve verimliliği sağlayan sistemli bir çalışmaya ihtiyaç duyulur. Bu çalışmaların başında belirsizlik içerisindeki çevreye dair bilgileri toplamak yani araştırma yapmak bulunur (Göküş, 1993:44). İkinci aşamada araştırma sonucu elde edilen verilerden yola çıkarak bir durum değerlendirmesi yapılır (Kalyon, 2006:129). Durum değerlendirmesi çözüm yöntemleri aramakla sonuçlanır. Bulunan alternatif çözümlerle izlenilecek olan strateji veya politikalar üretilir. Bu strateji veya politikalar yardımıyla planlar hazırlanır (Kalyon, 2006:129). Planlar, tüm örgüt çevresine değil hedef kitle üzerinde yapılmaktadır (Çamdereli, 2005:78). Bütün çevreye/anakütleye ulaşmayı istemek, imkansız veya sonu gelmez bir araştırmayı ortaya çıkarır. Araştırma aşamasında belirlenen hedef kitlenin özelliklerine ve ihtiyaçlarına göre planlamalar yapılır. Halkla ilişkiler planları hazır olduktan sonra koordinasyon ve denetime dayalı uygulama aşamasına geçilmektedir. Son aşama ise değerlendirme/geri bildirim adı altında isimlenmiştir. Belirtilen tüm aşamaların belediyeye uyarlanması ise aşağıdaki gibidir:



### 2. 4. 1. Halkla İlişkiler Araştırması

Belediyedeki genel amaç ortak çıkara göre yerel hizmetlerin yürütülmesi ve görevlerin yerine getirilmesidir (Eraslan Yayınoglu, 2007:182). Gerek iletişime yönelik halkla ilişkiler kampanyasında gerekse demokratik halkla ilişkiler faaliyetinde araştırma aşaması büyük bir önem taşır. Yalnız bu aşama sadece hedef kitleyi içermemelidir. Örgütün kapasitesi ve destekçileri yanında (Eraslan Yayınoglu, 2007:182) bütçe, personelin durumu, araç ve gereçler dahil her türlü fırsat ve engelin belirlenmesi gerekir. Hedef kitle ise başta seçmen olarak hemşerileri içermektedir. Hemşerilere ulaşmak yerel bir kamuoyu oluşturmakla aynı anlama gelir (Karadeniz, 2008:159). Olumlu bir halkla ilişkiler için gerekli olan halkla ilişkiler planı, sorunlar konusunda bilgi toplama ve analiz yapmaya dayanır. Halkın görüşlerini saptamaya yönelik bu eylem iyi bir belediye-halk ilişkisinin temelini oluşturur. Belediyenin toplumsal talepleri tatmin etmesi, hizmette memnuniyet ve dolayısıyla yönetimin halkla iyi geçinmesine işaret eder (Karadeniz, 2008:159). Özellikle belediyenin tartışmalı konularda yüzyüze gelme olasılığının çok yüksek olması durumu, önceden bir araştırma yapılmasını ve halkın en çok hangi konularda şikayetçi olduğunun ortaya çıkarılmasını gerektirir. Bunun için araştırma bulguları sonucu ortaya çıkan her türlü şikayet ve yakınma belediye tarafından ciddiye alınmalıdır. Belediye çalışanları soruna dahil araştırma sonucunda halkla ilişkilere dair yöntem ve araçları belirlemektedir. Ancak bu şekilde halkın desteği ve katkısı elde edilebilir. Ayrıca destek ve kaynak girdisi için doğru mesajların belirlenmesi araştırma sonucunda ortaya çıkacaktır.

### 2. 4. 2. Halkla İlişkiler Planının Hazırlanması

Belediyede saptanan sorunlara ve belirlenen bütçe ve personel olanaklarına göre bir plan hazırlanır. Planın içeriği ister kampanya biçiminde kurumsal sorumluluğu kapsayan imaj belirleme işlevinde olsun, isterse halka yönelik kamusal hizmet ve mal üretme şeklinde olsun en temel nokta araştırma bulgularını plana dahil etmektir. Bunun için belediye kendi içyapısını iyi tanıması ve sınırlarını doğru bir şekilde idrak etmesi gerekir. İkinci aşama olarak planlamada hedeflerin belirlenmesi, ulaşılabilecek halk kesiminin (hedef kitle)

saptanması ve yararlanılacak halkla ilişkiler araç ve yöntemlerin ortaya çıkarılması gerekir (Karadeniz, 2008:162-164). Çünkü planlama ile her türlü yönetsel görev ve sorumluluğun yerine getirilmesinde yeni bir düzen sağlanır (Yavuz, 2006:80). Bir tür karar aşamasıdır ve izlenilecek amaçlara uygun hedefler ve tepkilere karşı yürütülen stratejiler belirlenir (Eraslan Yayınoglu, 2007:199).

Çevre temizliği ve çöp toplama, engellileri topluma kazandırma, istihdam için eğitilmiş işgücünü oluşturma gibi herhangi bir proje veya uygulamada belediye ile işbirliğini sağlayacak bir hedef belirlemelidir (Karadeniz, 2008:162). Bundan dolayı belediye planlama yaparken etkinlik ve iletişim programı oluşturur. Hemşerilere ulaşabilecek en önemli araç ve yöntemler seçilmeli ve mesajlar tespit edilmelidir (Kocaman, 2006:30). Bu araç ve yöntemler halkla ilişkiler araç ve yöntemlerini ifade eder. Basın, televizyon, radyo yanında broşür, posta pulu veya halk şikayet masalarını gösteren araç ve yöntemler planlamaya dahil edilerek izlenilecek yol belirlenir. Hangi araç ve yöntemin belediyeyi başarılı kılacağı veya göstereceği son derece önemli bir safhadır (Çamdereli, 2005:81).

Planlama halkla ilişkiler faaliyetleri veya etkinliklerin nasıl olması hakkında yol gösteren bir pusuladır. Diğer yandan plan içerisinde zaman yönetimi de yer almalıdır. Halkla ilişkiler kampanyası ve sistemini yürütmek belli bir zamanlamanın yapılmasına bağlıdır (Göküş, 1993:47). Zamanlama çizelgesinin iki tür halkla ilişkiler hedefi olabilir. Bunlar kenti bilgilendirmek ya da kent halkına herhangi bir kararı benimsetmek için kamuoyu oluşturmaktır (Karadeniz, 2008:163).

#### **2. 4. 3. Halkla İlişkiler Uygulaması**

Uygulamalar araştırma ve planlama sonrası gelen planı yürütme, iletişim ve taktik aşamalarını oluşturur. Bu aşamada tanıtım yapılarak halkla ilişkiler işlevi gerçekleştirilir. Uygulamalar için hemşeriler ve diğer sosyal paydaşlarla birebir iletişim kurulması gerekir. Aksi takdirde halkla ilişkiler sisteminin düzenli ve doğru bir şekilde yürütülmesi imkansızdır.



Uygulamada halkla ilişkiler araç ve yöntemleri kullanılır. Doğru araç ve yöntem için hedef kitlenin ihtiyaçlarının belirlenmesi araştırma esnasında gerçekleşir. Uygulama aşamasında ise araştırma bulgularına dayalı bir şekilde tanıtma ve aydınlatma işlevi yürütülür (Karadeniz, 2008:31-32). Halkla ilişkiler planı mükemmel olsa dahi uygulamadaki herhangi bir sorun halkla ilişkiler etkinliği ve verimliliğini düşürebilir. Belediye başkanı veya diğer üst yönetim kademesinde bulunan karar alma mercileri halkla ilişkilere önem göstermediği takdirde bu planın uygulanabilirliği zorlaşır (Kocaman, 2006:33). Uygulamadaki taktikler görünürlük çerçevesinde düşünülmelidir. Bu görünürlüğü çizen birçok araç ve yöntem bulunmaktadır. Kent topluluğu oluşturmak ve amaç birliği bu görünürlüğe bağlıdır (Eraslan Yayınoglu, 2007:205).

#### **2. 4. 4. Halkla İlişkiler Etkinliğini Değerlendirme**

Belediyenin hedef kitleye ulaşip ulaşmadığını yapılan uygulamayı değerlendirmekten geçer. Bu değerlendirmede en önemli ölçüt belediyeye dair halkla ilişkiler araçlarını kullanma düzeyidir. Halkla ilişkiler sisteminin son aşaması olan değerlendirme belediyeye geri besleme için gerekli öz eleştiri sağlayarak örgütün başarılı veya eksik yönlerini belirlemede yardımcı olur (Kalyon, 2006:140). İstenilen kent davranışının gerçekleşip gerçekleşmediği yapılan değerlendirme sonucunda anlaşılır. Aslında hedef kitle üzerinde yaratılan etkinin ölçümü oldukça zordur. Kent halkına alınan kararlar benimsetilmiş veya belli bir faaliyet için kent halkı özendirilmiş ise halkla ilişkiler sistemi doğru bir şekilde işlemiş demektir. Bu sonuca ulaşmak için halkla ilişkiler sistemine tabii etkinliklerin doğru hedef kitleye yöneltilmesi gerekir (Karadeniz, 2008:163). Yapılan her türlü tanıtım veya bilgilendirme içerikli uygulamanın başarılı olup olmadığı bu değerlendirme sonucunda anlaşılır. Çıkarılan bulgularla belediye kent halkına geri dönüş yapmalıdır. Örneğin, çöp toplamadaki sorunların varlığı çevre temizliğini gerektirir. Belediye bu şekilde kendi faaliyetlerinin tanıtımını yaparak olumlu bir imaj çizecektir.

Değerlendirme kent tanıtım seminerine gelen kişilerin sayımı gibi nicel bir veri olabilir. Diğer yandan belediye kararlarına veya izlenen yerel siyasete dair tutum ve davranışlar şeklinde nitel açıklamalar da yapılmaktadır (Karadeniz,

2008:166-167). Çağdaş bir kent imajı yürüten halkla ilişkiler faaliyetleri bu sistemi içermelidir. Su veya elektrik tasarrufu, trafik düzeni, turistlere saygı, konut ve site yapımı gibi birçok kentsel alanda bu çağdaşlığı yakalamak kent halkından alınan destekle sağlanır. Aksi takdirde kent kaynakların israfı, hemşerilerle veya ortak paydaşlarla yüzyüze tartışmalar, zamanlama hatası, gereksiz meşguliyetlerle sonuçlanan beldi hizmetler olumsuz bir belediye imajına neden olacaktır. Bu nedenle her aşamada ölçülülük ilkesi geçerliliğini korumalıdır. Ölçülülük ilkesi için araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarında somut gerçeklere dayalı dengeli bir yol izlenilmelidir. Bu sisteme katkıda bulunan sosyal paydaşlarla proje ortaklığı, kurumlar arası birlik gibi işbirliğine gitmek, belediyenin halkla ilişkiler amacını gerçekleştirerek yerel paydaşları anlamayı ve buna göre davranmayı sağlayacaktır (Eraslan Yayınoglu, 2007:193). Bütün bu düzende psikolojik yapı sonuna kadar kullanılır. Yapılan değerlendirmede görüleceği gibi hemşeriye yönelik kentsel mesajların psikolojik açıdan belirlenmesi hemşeri üzerinde daha etkili sonuçlara yol açar (Eraslan Yayınoglu, 2007:195-196). Hemşerilerin sadece düşüncelerine değil duygusal yönüne de hitap eden bir sesleniş gerekmektedir. Değerlendirme sonucunda kitle psikolojisinin belediye hizmetlerine, vergi toplanmasına, belediye kuruluş veya ürününe destek verdiği ortaya çıkar. Bu durum halkla ilişkiler sisteminin doğru bir şekilde işlediğini gösterir. Halkla ilişkiler sistemi kurulmayan veya kurulması ertelenen belediye örgütü karşıt kamuoyu veya çatışma ortamına maruz kalır (Eraslan Yayınoglu, 2007:198).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ANTAKYA BELEDİYESİNDE HALKLA İLİŞKİLER ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI

Antakya Belediyesi dahil tüm yerel yönetimlerde halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkin şekilde gerçekleştirilmesi, yerel yönetimlerin hedef kitlesi olan halk ile iletişimi açısından büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle ilk olarak Antakya'yı ve Antakya Belediyesini aktarıp daha sonra Antakya Belediyesinde uygulanan halkla ilişkilere dair gelişmeler ve bu gelişmelere yerel halkın bakış açısına değineceğiz.

#### 1. ANTAKYA VE ANTAKYA BELEDİYESİ

Çalışmaya konu olan alan araştırması Antakya ilçesini kapsamaktadır. Araştırmada Antakya'nın tarihi geçmişi ve bugüne dair gelişmeler bu başlık altında toplanmış olup Antakya ilçesinde görevli ve sorumlu olan belediyenin amaçları arasındaki vizyon ve misyonlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

##### 1. 1. Antakya Kentinin Kısa Tarihçesi

M.Ö. 5000'den beri Türkiye'nin en eski yerleşim merkezlerinden biri olan Antakya verimli toprakları, uygun iklimi, sulak arazilerinin bulunması ve ticari açıdan gelişmiş bir kent olması nedeniyle tarihsel süreçte sürekli olarak birçok devlet ve imparatorluk için önemli görülmüştür. Yerleşim merkezlerinden biri olmasında en etkili faktör Hatay ovalarını sulayan Orantes (Asi) nehrinin varlığıdır. İlk olarak Buzul Çağına direnen Homo Sapiens Çevlikens adlı insanlar Akdeniz'in sahillerinden bir olan Casius (Keldağ) ve Musa Dağlarında mesken tutmuştur (Kabadayı, 2013:13-14). Zengin bitki örtüsü ve çeşitli hayvan türleri sayesinde ayakta kalan bu insanlar Orta Paleolitik döneme ait kalıntıları bu şehrimizde bulunmaktadır (Kabadayı, 2013:13-14). M.Ö. XVII. yüzyıl sonlarında Mısır hakimiyetinde olan şehir daha sonra Hatti, Hitit (Eti), Asur, Süryani, Arap, Babil, Pers ve Makedonyalıların hakimiyetine girmiştir. Özellikle Ortadoğuya açılan kapılardan biri olması jeopolitik önem taşımaktadır

(Kabadayı, 2013:11). Adeta çeşitli ulusların mozaiği görünümünde barış içinde yaşama kültürü benimsenmiştir. Bu birliktelik bütün dünyaya insanlık örneği teşkil etmektedir (Kabadayı, 2013:11). İlkçağda ise dünyanın ikinci büyük kenti olarak kurulması Antakya'nın yerleşim hayat bulgularının oldukça geniş olduğunu gösterir. Bu durumun kanıtlarından biri Selevkus krallığının başkenti olmasıdır (Kabadayı, 2013:16).

Antakya en parlak dönemini M.Ö. 64 yılında kentin Roma egemenliği zamanında yaşar. Daha sonra bağımsızlığını kazanan bu şehirde Roma'ya ait birçok eser bulunmaktadır (Kabadayı, 2013:17). Makedonya kralı Büyük İskender'in ölümü üzerine generallerinden I. Seleucus Nikator ve Antigonus arasında Mezopotamya ve Suriye'nin yönetimi için yapılan mücadeleyi I. Seleucus kazanarak M.Ö. 300 yılında babasının isminden esinlenmiş ve kente Antiokhas'a benzer Antiokheia demiştir (Kalaycıoğlu, 2001:4). Roma ve İskenderiye şehirlerinden sonra en önemli şehir statüsünde olan Antakya, Sasaniler döneminde önemini kaybetti. Daha sonra Constantine gibi imparatorlar kente değer yüklemiştir. Osmanlı İmparatorluğu dönemine gelindiğinde Halep valileri tarafından atanan voyvodalarca yönetilen Antakya sancağının altı adet nahiyesi vardı (Kabadayı, 2013:19). İmparatorluğun son döneminde Fransa işgaline uğrayan Antakya dahil Hatay'ın, 1938 yılında yapılan anlaşmalarla 7 Temmuz 1939'da 1371 sayılı kararla anavatana katılımı gerçekleşti. Bu şekilde Türkiye Cumhuriyetinin bir ili haline gelmiştir (Kalaycıoğlu, 2001:4). Merkez ilçesi de Antakya yapılmıştır. Yüzölçümü, 5.403 km<sup>2</sup> olan Hatay'ın, günümüzde gittikçe gelişen ve değişen bir yapısı bulunmaktadır. Özellikle merkez ilçesi olan Antakya ile İskenderun ilçesi ayrı bir öneme sahiptir. Antakya yöresini çekici kılan ve tarihi boyunca göçlere açık olmasını sağlayan neden, yaşamı kolaylaştıran iklim koşulları ve verimli toprakları yanı sıra Anadolu'yu Çukurova yoluyla Suriye ve Filistin'e bağlayan yolların kavşak noktasında bulunmasıdır. Ayrıca Mezopotamya'dan Akdeniz'e çıkmak için kullanılacak en uygun limanlar bulunmakta ve inanç turizm merkezleri, antik yapısı ve yaylalarıyla turizm potansiyeline sahip bir il halini almaktadır. Ancak Antakya'nın en önemli sorunlardan biri haline gelen kültürel ve tarihi mirasın korunması günümüzde kentin önemini ve hoşgörü yapısını zedeleyen olumsuz bir unsur olmuştur. Halkın bu konuda bilinçlendirilmesinde halkla ilişkiler önemli bir rol



oyunmaktadır. Antakya'nın kültürel ve tarihi yerlerin korunması derin bir geçmişe ve önemli eserlere sahip olmasından kaynaklanır. Bu nedenle kentin ekonomisine katkı sağlayacağı düşünüldüğünde bu yapının kent halkının geçim kaynaklarından biri haline gelebilmesi yapılan bilinçlendirme faaliyetine bağlıdır.

## 1. 2. Antakya Belediyesinin Bugünü

Şehirleşme oranında Türkiye'nin 64. ili olan Hatay, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) bakımından yüzölçümüne göre %28,30 yüzdesine sahip Antakya'yı merkez yapmıştır (Kabadayı, 2013:47). Daha sonra Antakya Belediyesi 30.03.2014 yerel seçimlerinde Hatay Büyükşehir Belediyesinin ilçe belediyesi konumuna getirilmiştir. İlçe konumunda bulunan yöreler Büyükşehir Belediyelerinin Yönetimi Hakkındaki Kanuna göre ilçeler şehir/kent olarak kabul edilmiş ve bu şehirlerin birleşiminden büyükşehir belediyesi kurulabileceği belirtilmiştir. Antakya Belediyesi 889 kilometre kare yetki alanına sahiptir ve Hatay Büyükşehir Belediyesi yüzölçümünün %13'ünü kapsamaktadır. Ayrıca 21 müdürlük genel organizasyonu içerisinde yer almaktadır ([www.antakyabelediyesi.com](http://www.antakyabelediyesi.com), 2014). Antakya Belediyesi 470.833 nüfusa hizmet vermektedir ([www.wikivedi.com](http://www.wikivedi.com), 2014).

Antakya Belediyesi kente dair sorunlarda çözüm oluşturma konusunda özellikle kentsel dönüşüm başlığı altında birçok imar uygulamasını başlatmıştır. Bu durum kentin tarihi dokusuna dair faktörlerin kaybolmasını önlemek amacıyla hem kentin ihtiyaçlarını karşılayan hem de tarihi mekanları korumak adına yeniden yapılandırma modeli uygulamaya konmuştur. Diğer yandan Suriye'ye komşu olmasından kaynaklanan sınır ticareti ile Antakya'nın önemli bir kavşak noktada bulunmasına neden olmakta ve bundan dolayı özellikle ulaşım açısından gelişmesini zorunlu kılmaktadır. Antakya Belediyesi açısından Eski Antakya'nın restorasyonu, ortak kullanım alanları, müze gibi kent olanakları ile özellikle kentin doğusunu kapsayan bir düzine gelişme kentin gündeminde bulunmaktadır (Tek ve Güneş, 2009:56). Bölgenin kırsal kesiminde bulunan nüfuzun genellikle Antakya'da yoğunlaşması kentin ihtiyaçlarını daha fazla arttırmış kaçak yapılaşma, dinlenme tesislerinin az olması gibi nedenlerin

kentsel mekana bağılı olarak oluşan kentleşme sürecini oldukça düşük seviyede olmasına ortam hazırlamıştır. Antakya Belediyesi bu sorunlardan ötürü iyi bir şekilde kenti yönetemediğini belirtebiliriz.

### **1. 3. Antakya Belediyesinin Vizyon ve Misyonu**

Bir kurum aynı insanlar gibi amaç veya amaçları bünyesinde taşır. Kurum için en üst amaç vizyon ve misyondur. Antakya Belediyesinde halkla ilişkiler birimi sorumlusu Ayşegül Soytürk'ten elde edilen bilgilere göre belediyenin vizyon/özgörü ve misyonu/özgörev bir şekilde halkla ilişkiler amacıyla örtüşmektedir. Belediyenin vizyonu Antakya'yı hoşgörü kenti olduğunu tüm dünyaya duyurmak, kent yaşamının kalitesini arttırmak şeklindedir. Dolayısıyla modern bir kent kimliği ile dünyada örnek olabilecek bir kent modeli oluşturma yolu izlenilmektedir.

Aynı şekilde Antakya Belediyesi misyonu ise Antakyalı olma bilincini geliştirerek kent kimliğine sahip çıkmak şeklindedir. Antakya sınırları içerisinde bulunan kent halkının belediye hizmeti ve tutumlarına dair memnuniyet derecesini en üst düzeye çıkarmak amaç edinilmiştir.

## **2. ANTAKYA BELEDİYESİNİN HALKLA İLİŞKİLER ALTYAPISI**

Bu çalışma, Antakya Belediyesi halkla ilişkiler konusuna dair halkla ilişkiler alanında akademik bir katkı sağlayacaktır. Böylece literatüre bağılı olarak halkla ilişkiler alanına toplumsal açıdan ilgi çekilmesi amaç edinilmiştir. İlk olarak Antakya Belediyesi halkla ilişkiler birimi ile yapılan görüşmeler sonucunda aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır. Ancak belediyedeki halkla ilişkiler biriminin istenilen düzeyde ve türde bilgi vermekten çekinmesi ve belediye başkanına ulaşamamak çalışmada karşılaşılan en büyük güçlük olmuştur.

### **2. 1. Antakya Belediyesinde Halkla İlişkiler Birimi**

Birim belediye başkanına bağılı Özel Kalem Müdürlüğüne dayalı bir şekilde faaliyetlerini yürütmektedir. Halkla ilişkiler biriminin görevleri ile ilgili kararların en üst yönetici tarafından alınması, Antakya Belediye Başkanına karşı



sorumlu olduğu sonucunu ortaya çıkartır. Birim, kuruluş ile ilgili haberlerin basına gönderilmesini takip etmekte ve bu kupürlerin doküman haline getirildiği bir arşiv bulundurmakla birlikte basının belediye hakkındaki haberleri üst yönetimin bilgisine aktarılmasından sorumlu tutulmaktadır. Sonuç olarak halkla ilişkiler biriminin teşkilat yapısı içindeki yeri, doğrudan en üst yöneticiye bağlıdır. Birimin herhangi alt bir örgütlenme eğiliminde olmaması personel sayısının arttırılmasını gerektirmiştir. Çünkü halk, hizmetin kaliteli olmasının yanında hızlı bir şekilde görülmesini de istemektedir.

Türkiye’de yerel bir yönetim olan Antakya Belediyesi 22.06.2009 tarihinde halkla ilişkiler birimini kurmuştur. Bu birim Belediye Başkanı Doç. Dr. Lütfi Savaş’ın bir projesine dayanılarak oluşturuldu. Bir ay gibi kısa bir sürede halkla ilişkiler birimini kurma projesinin hazırlanması ile birim hizmete girmiştir. Halkla ilişkiler birimine başvuru, ilgili birimlere iletim, sorunun giderilmesi için kontrol ve uyarı sonrasında başvuru sahibine sorun veya çözüm hakkında bilgilendirme işlemini yapma aşamalarının başarılı bir şekilde gerçekleşmesi ve halka karşı esnek bir anlayışla yaklaşılması için birime kurs verilmiştir. Mayıs 2009’da Çukurova Üniversitesi öğretim üyesi Doç. Dr. Azmi Yalçın’ın verdiği “Etkili İletişim Teknikleri” semineri ile hizmetiçi eğitimi alan halkla ilişkiler biriminin sorumluluğu ilk olarak belediye personeli olan kişilere verilmiştir. Bu halkla ilişkiler eğitim programı, belediyenin halkla ilişkiler personelini aydınlatmaya ve geliştirmeye dönük bir seminer şeklinde olmuştur. Seminer Antakya Belediyesi Meclis salonunda düzenlenmiş olup diksiyon, iletişim, kişinin hak ve ödevleri konularına değinmiştir. Seminere diğer bir katkı Antakya Eğitim Merkezi tarafından gelmektedir. Birim seminerden 15 gün sonra kurulmuştur.

Halkla ilişkiler birimi kurma projesi ile halkın istek ve şikayetlerin kısa sürede çözülmesi amaçlanmış ve Antakyalı olma gururu ve memnuniyeti arttırılmak istenmiştir. Yerel halkın belediyeden memnun kalması daha iyi bir Antakya’da yaşamakla ilgilidir. Kendini ait hissettiği kentte Antakyalı olma gururu ve sevincini yaşamak için belediyenin iyi çalışması yeterli değildir. Bunun yanında kenti kentin dışında ve içerisinde iyi bir şekilde tanıtmak gerekir. Ayrıca belediyeye belirli bir nedenle başvuru yapan halkın bilgilendirilmesi ve doğru yönlendirilmesi ile beldi işlerin kolayca çözülmesi sağlanmaktadır. Yaratılan ortamla hemşerilerin belediyeden

memnun ayrılması belediye yönetimi tarafından istenmektedir.

“Gülümseyen Antakya Belediyesi” projesi kapsamında oluşturulan halkla ilişkiler birimi kuruluş çalışmalarından sonra yerel halka 7/24 destek ile işbaşı yapmıştır. Aktif bir belediye anlayışını da içeren halkla ilişkiler birimi oluşturma projesi, belde iş ve işlemlerin doğru bir şekilde yürütülmesini amaçlamıştır. Bu şekilde kent halkından her vatandaşı güler yüzlü karşılamakla sorunların çözümleneceği öne sürülmektedir. Ancak Antakya Belediyesinde tanıtım etkinliğini halkla ilişkiler birimi değil, Basın-Yayın Birimi adlı bir bölüm yönetir. Gerçekte bu birim halkla ilişkiler görevinin bir kısmını yürütmektedir. Görevi tanıtım broşürü, basın bülteni hazırlamak, bildirmek, bastırmak ve dağıtmak; basında çıkan haber kupürleri arşivlemek, halkla ilişkiler etkinlikleri ile ilgili fotoğraf, resim ve yazıları bültenler şeklinde hazırlamak veya yerel basında etki oluşturmaktır.

Halkla ilişkiler birimi, kent bilgi sistemi ve en önemlisi geri dönütler halkta belediye kuruluşunun imajına dair olumlu, duyarlı ve iyi izlenimler bırakmakta yarar sağlamaktadır. Ancak halkla ilişkilerde kurum yöneticisinin rolü kurumun verdiği hizmet veya diğer görünürlük faktörlerinden daha önemlidir (Türk ve Akçay, 2010:173). Vatandaş ilgili müdürlüklerle doğrudan irtibat kurmadan hangi sorunun, hangi müdürlüğe ait olduğu ve sorumlu tutulduğunu birimden öğrenerek belediye görevlisinin ilgisiz kaldığı konularda vakit kaybını önlemektedir. Bu birim vatandaşın dolaylı biçimde ilgili müdürlükle iletişim kurmasını sağlar. Birim yapılan müracaatlarda sözlü veya yazılı olarak çeşitli araçlarla cevap vermeye çalışır. Bu birimle Antakya halkı kendini ifade etme ve sorunlarını iletebilme imkanı bulmuştur.

Halkla ilişkiler birimi, Antakya halkıyla belediye yönetimi arasında ilişkilerin kurulmasını sağlayan bir kanal/köprü görevini yerine getirmektedir. Antakya’ya özgü kentsel sorunlara çözüm arama faaliyetleri sayesinde gün ve gün birim yapısı gelişmiştir. Zaman kaybına uğramadan sorunların iletimini sağlaması nedeniyle belediyenin idari danışma merkezi olarak karşılama ve yöneltme görevini yürüten birim, diğer belde hizmet müdürlükleri arasında ortak çalışmalara gitmektedir. Bu halkla ilişkiler yapısı daha çok İngiltere’de yer alır (Howard, 1992:150). Dolayısıyla belediyede uygulanan halkla ilişkiler usulü Anglo-Sakson niteliğindedir (Yıldırım Becerikli, 2005:123).

Halkla ilişkiler biriminin kuruluşu yerel yönetim sorunlarına çözüm



getirecektir. Antakya için gecekondulaşma, doğal çevrenin korunması, kentsel altyapı, yerel katılım ve temsil sorunu, halkın denetimine yönelik sorunlar, kaynak sorununda gerekli kamusal gelirler için halkın desteği ve katkısının sağlanması, doğal kaynakların kullanımı, bir bütün olarak Antakya Belediyesi'nin imaj sorunu, tarih ve kültür birikiminin korunması, kentli olarak yerel yönetim kuruluşlarına bağlılık ve memnuniyet halinin oluşturulması gibi örnekleri çoğaltacak olursak birçok yerel sorunun giderilmesinin gündeminde yerel halka yönelik faaliyetler bulunmaktadır (Akçakaya, 1999:78). Bunun için Antakya Belediyesi olarak vatandaş merkezli hizmet sunumunu gerçekleştirmekle birlikte halk ile ilişkileri düzenleyen ve kentli olma bilincini aşıl原因 bir yapı oluşturulur. Sonuç olarak farklı bir bakış açısıyla halk kavramına yaklaşmak gerekir (DPT, 2000:173). Halkı önemseyen bir yönetim anlayışı ise kolay yönetilebilir bir kenti (Tek ve Güneş, 2009:216) meydana getirecektir. Başka bir deyişle kuruma öncelik veren yönetim faktörü yerine insan odaklı yönetime önem verilmesi, belediyecilik anlayışının değişmesine ve halkla ilişkilerin artmasına ortam hazırlamıştır. Amaç yerel nitelikli hizmetlerin iyileştirilmesi ve belediyenin güçlendirilmesi için destek sağlamaktır. Bu nedenle halkla ilişkiler birimi Antakyalılardan gelen sorunları ilgili belediye birimine aktararak çözüm bulmaya yönelik çalışmalara devam etmelidir. Belediye çalışmalarına yol gösterecek ve yerel halkı doğrudan ilgilendiren Antakya'nın güncel sorunları aşağıdaki gibi özetlenebilir (Tek ve Güneş, 2009:42,45,49,53,55,64) :

- Asi nehrinin durumu,
- Belediye otobüslerin trafikteki dengesiz hareketleri, trafik ışıklarının yetersizliği,
- Ara cadde ve sokakların aydınlatılmasındaki yetersizlik,
- Çalışanların ihmalleri, belediye personelinin tutumu, belediyenin kadro yetersizliği,
- Çevre temizliği ve kentleşme sorunları,
- Gürültü kirliliği,
- İhtiyacı olan yaşlılara, kadınlara ve çocuklara bakımevinin yetersizliği,
- İşsizlik artışı,
- Kanalizasyon, kaldırımların durumu, yol yapımı ve onarımı, içme ve

kullanma suyu sıkıntısı ve altyapı ile ilgili çalışmalardaki eksiklikler,

- Ortak yaşam alanlarının yetersizliği,
- Parkların oluşması ve korunması, parkların yetersizliği,
- Yağmur suyu drenajı ve içme suyu temizliğindeki sorunlar,
- Şehir giriş ve çıkışının görünümündeki bozukluklar,
- Tarihi eserin korunması ve restorasyonu ile ilgili ihmellere ek olarak tarihi eserlerin yok edilmesi ve bu eserlerin değerinin bilinmemesi, dolayısıyla gerekli bilinçlendirme alanındaki halkla ilişkiler faaliyetlerinin yetersizliği,
- Konutların pahalı olması başta olmak üzere yerleşme ve konut sorunları.

Burada belirtilen belediye sorularını gidermek adına hayata geçirilen Antakya'da kentsel dönüşüm projeleri ve yeni kentsel hizmetler için belediyenin halkla ilişkilere daha fazla yoğunlaşması gerekir.

Birim personeli danışma ve yönlendirme merkezi olarak hizmet vereceğini belirtmiştir. Bu birim yardımıyla halkın memnuniyetini sağlamak adına hizmette kalite ve verimliliği arttırmaya yönelik yönetim ilkesini gerçekleştirmek ve belediye-çevre ilişkilerini geliştirmek istenmiştir ([www.politika.com](http://www.politika.com), 2011). İlk etapta halkla ilişkiler sorumlusu ve yetkilileri olarak Yasemin Mıstıkoğlu ve Ayşegül Soytürk'ün koordinesindeki beş kişi, halk tarafından yapılan beldi sorunlarda başvurular için belediye binasının girişinde hemşerileri karşılamaktaydı ([www.politika.com](http://www.politika.com), 2011). Daha sonra bu birim iki halkla ilişkiler uzmanı, yedi memur olmak üzere dokuz halkla ilişkiler personeli ve bir halkla ilişkiler birim sorumlusu ile bu alandaki görevlerine devam etmektedir.

Birimde İngilizce bilen bir personel bulunmaktadır. Bunun nedeni, turistlerin şikayet ve istekleri kayda alınarak bu bilgiler ışığında çözüm geliştirmektir. Burada halkla ilişkiler birim sorumlusu hariç diğer çalışanlar halkla ilişkiler lisans programından mezun değildir. Birimde beden eğitimi öğretmenliği, lise mezunu gibi çalışanların bulunması bu alanda uzman kişilerin olmadığını gösterir. 2014 yılı itibariyle gündüz çalışan beş bayan ve gece ve hafta sonu çalışan dört erkekle devam eden birim, vatandaşı kurumlar arası yormamakla ilgilenmektedir.



## 2. 2. Belediyede ve Halkla İlişkiler Biriminde Yapılan Halkla İlişkiler Faaliyetleri

Hemşerinin öneri, şikayet ve istekleri halkla ilişkiler merkezi yardımıyla gerekli birimlere ulaştırılır. Daha sonra değerlendirmeler yapılmakta ve halkla ilişkiler birim sorumlusu ve birim personeli edinilen bilgileri gerekli birimlere ulaştırmaktadır. Kentsel altyapı veya yönetsel sorunlar için çözüm süreci hakkında vatandaş bilgilendirme konusunda tekrar geri dönüş yapılır. Bu projenin teknik altyapısı ise Sampac (Sampaş) belediye bilgi yönetim sistemine dayanmaktadır. Sampac, birimin resmi kurumsal ağını oluşturur ve halkla ilişkiler bilgisayar programı sayılır. Bu sistem yardımıyla dilek ve şikayetler e-mail, telefon, mektup veya şahsen başvurular önem ve tarih sıralamasına göre ilgili belediye hizmet müdürlüğüne iletilir. Hemşerinin adı, soyadı ve telefon gibi kişisel bilgiler alınarak ilgili şikayet veya isteği Sampac programına kaydedilmekte ve ilgili müdürlüklere gönderilmektedir. Bu yöntemle vatandaşa geri dönüş (geri bildirim) yapılarak kendi sorununun çözülüp çözülmediği hakkında bilgi alınır. Su ve kanalizasyon hizmeti dahil 21 belde hizmet müdürlüğün bulunduğu Antakya Belediyesinde halkla ilişkiler birimi, birimler arası ve vatandaş-belediye arasında bir kanal işlevi görmektedir. Vatandaşın sorunlarını dinleme ve gerekli birimlere ulaştırma konusunda sorun yaşanmazken birimin tanıtım çabaları oldukça zayıftır. Antakya Belediyesi halkla ilişkiler birimin kuruluş ve işleyiş yönetmeliği bulunmadığı için örgüt kılavuzu da belirlenmemiştir. Bu nedenle ilk olarak birimin kendini olumlu bir şekilde tanıtmaya çalışması oldukça düşük seviyededir. Dolayısıyla bizzat birimin halkla ilişkilerinin oldukça zayıf olduğu fark edilmektedir.

Birim kurulduğu ilk ayda Haziranda 660, Temmuzda 732 kişinin başvurusunu değerlendirerek istek, şikayet ve önerilere getirilen çözüm oranının % 98.50'ye ulaştığı iddia edilmektedir. 01.06.2009 tarihiyle 31.12.2011 tarihine kadar toplam 19.961 başvuru alındığı belirtilmiştir. Bazı başvurular süreli olması nedeniyle değerlendirilmek üzere ilgili müdürlüklere iletilerek dolaylı bir şekilde sonuçlandırılmıştır. 2009 yılında gelen 9.305 e-mailin tamamına dönüş yapıldığı, toplamda 29.266 hemşeriyle görüşüldüğü halkla ilişkiler birimi tarafından teyit edilmiştir. Birim "Vatandaşın İstedığı Antakya için" söylemiyle parkların yeterli ve bakımlı yapılması, çöplerin toplanması, yolların asfaltlanması konusu üzerinde yönetime bilgi de vermiştir. Ancak kentin yeşil,

temiz ve bakımlı olacağı çözümüne ulaşmak için kentli desteğinin daha fazla olması gerektiği önerisinde bulundular. Bu destek arayışı belediyelerde halkla ilişkilerin artırılması ile ilgilidir. Vatandaş halkla ilişkiler birim personeline birime ait yedi adet örgütiçi, şehiriçi ve şehirlerarası görüşmelere açık 444 12 06 özel telefon hattı, e-mail veya şahsen başvurulardan ulaşmaktadır.

Antakya Belediyesi uygulamalarından haberdar edilen halk, alınacak kentsel kararlar için öneriler sunabilmektedir. İşleyen mekanizma dahilinde yerel halktan kişiler halkla ilişkiler birim personeline, bulunduğu mahallede yeşil alan yapılmasına dair talep veya öneride bulunabilir. O zaman içerisinde halkla ilişkiler birim personeli, belediyenin ilgili müdürlüğüne bildirim yapar ve yetkili kişiler tarafından imar planına bakılır. İmar planında bulunan bölgeye yeşil alanın ayrılıp ayrılmayacağına ilişkin durumlar gözden geçirilir. Daha sonra halkla ilişkiler birimine geri dönüş yapılarak başvuru sahibinin talebine dair çözümler bulunur. Eğer herhangi bir çözüm bulunmadıysa hemşeriye bu olumsuz durum belirtilir. Başvuran hemşeriye bilgi verilmesindeki amaç, halkla ilişkilerde olumlu bir sonuca ulaşmaya çalışmaktır. Bu süreç bir sistem mekanizması şeklinde işlemektedir. Sistem, hafta sonu nöbetleşe çalışma düzeni dahil tüm hafta, birim tarafından yürütülür. Ayrıca Antakya Belediyesinin faaliyetlerini tanıtmaya ve kamuoyunu aydınlatmaya hususundaki halkla ilişkilere dair hedef ve ilkeler tespit edilip yazılı metin haline getirildiği belirtilmektedir.

Birimde en çok kentin altyapısı konusunda şikayet ve isteklere dayalı başvuruları görmekteyiz. Örneğin, TOKİ (Toplu Konut İdaresi Başkanlığı) ve TEDAŞ (Toroşlar Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi) ile ilgili konular ve sorunlarda halkla ilişkiler birimiyle irtibat kurulmaktadır. Bunun yanında su, kanalizasyon, elektrik, kaldırımların işgali, kaçak inşaat, yol, ulaşım hakkındaki konular iletilmektedir. Sorunların iletilmesi gibi halkla ilişkiler etkinlikleri siyasi ve yönetsel nitelikler taşıdığından dolayı herkese eşit davranan bir sistem uygulandığı belirtilmektedir. Bu durum özellikle kamu kuruluşları içerisinde belediye imajının olumlu olmasını sağlayabilir.

Birime gelen şikayet ve istekler günde 60-100 kişi aralığında olmaktadır. Bu başvurular belediye veya halkla ilişkiler birimiyle ilgili şikayet ve ihbar gibi hususları içeren dilekçeler şeklindedir. Birimde dilek ve şikayet kutularının (box for proposal and complaints) da bulunması iş yoğunluğunda büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Ayrıca beldi hizmetlerin geliştirilmesi için



birime öneri mektupları geldiği belirtilmiştir. Kısacası halkla ilişkiler personeli başvuru karşılama ve yönlendirme ile danışma işlevi görmektedir. Bu personelin Antakya Belediye binasının ilk katında ve giriş yerde hizmet vermesi, vatandaşın hemen başvuruda bulunmasını sağlayarak halkla ilişkilerin hızlı hizmet sunumuna yönelik amacını gerçekleştirir. Ancak beldi sorun ve konuların birime ve dolayısıyla belediye yönetimine aksedilmesinde herhangi bir aksaklık bulunmamasına rağmen bazı sorunların çözümünde geç kalındığı izlenimi elde edilmiştir. Diğer yandan birimle yapılan mülakatta belediyeye ilgili istatistikler, kamu ve özel kuruluşların listesi, beldi işlerle ilgili kaynak niteliğindeki yayınların listesi basın ve halkla ilişkiler açısından doğru bir uygulamadır.

Birim kendi çalışma programını bir yıllık veya daha az süreyle planlamaktadır. Planlarla ilgili en önemli söylem ise “Sorunsuz bir Antakya için dilek ve şikayetlerinizi bekliyoruz” şeklindedir. Bu tanıtım billboardlar (ilan tahtası) yardımıyla yapılmaktadır. Birim vatandaşın adı-soyadı, telefon ve adres bilgilerini isteyerek beldi sorunları öğrenmeye çalışır. Ancak bu bilgileri vermektan çekinen halk, kendi sorununu aktarmadan birimle ilişkisini kopardığı görülür. Oysa komşusu, yakını veya diğer bir vatandaşı şikayet etmek istemesi durumunda vatandaşın bu bilgileri birim tarafından gizli tutulmaktadır. Başvuru sahiplerin yerel sorunları gizlilik kuralına uygun bir şekilde çözümlenir. Bir bakıma Antakyalıların görüş, şikayet ve önerileri yönetsel eylem ve işlemleri şekillendirmesi açısından halkla ilişkiler için uygun ve dengeli bir ortam sağlayacaktır.

Antakya Belediyesi halkla ilişkiler birim faaliyetleri Antakya kentinin tanıtılmasına büyük katkıda bulunmuştur. Antakya kentini yansıtan broşür, el kitapçığı, kataloglar, tanıtım kitabı, bülten, pano, rozet gibi turistleri ve yerel halkı bilgilendiren, yönlendiren ve şeffaflık anlayışına bağlı olarak belediye yapısına uygun görev ve sorumluluklara sahip araçlar birimce kullanılmaktadır. Bu araçlar daha çok belediye binasına gelen başvuru sahiplerine veya ziyaretçilere verilmektedir.

Halkla ilişkiler birimiyle yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere göre halkla ilişkiler faaliyeti sonucunda bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Bunlar:

- Yoğun konteynır taleplerinin giderilmesi,
- Vatandaş çöp çıkartma saatlerine uyum sağlamadığında, cezai

işlemlerin uygulanması gerektiğini belirten taleplerin belediye yönetimine duyurulması,

- Ana arterlerde asfalt çalışmaları büyük oranda tamamlanması yanında kanal çalışmaları devam eden yollarda çukurlar için geçici çözümler üretilmesi,
- Kanal tıkanıklıkları sorunlarının gece kurulan halkla ilişkiler biriminin ikinci ekibiyle azaltılması,
- Mevsimsel budama işleminin rutin yapılması,
- Yeni parklar oluşturuldu, eski parklar onarıldı, şeklindedir.

Halkla ilişkiler biriminin kullandığı diğer bir halkla ilişkiler aracı kurumsal gazetelerdir. Bu gazetelerde hemşerilere hızlı, verimli, etkin hizmet sunmak adına projeler geliştirildiği yer almaktadır. Bunlardan biri Aylık Faaliyet Bülteninde yer alan 9 Prestijli Cadde projesidir. Bu projede Antakya kenti için önemli olan bazı caddelerin yağmur suyu, içme suyu, kanalizasyon ve doğal gaz hattı gibi altyapı çalışmalarının sürdürülmesi yanında üst yapı çevre düzenlemeleri kapsamındaki asfaltlandırma ve kaldırım yenileme uğraşı bulunur. Bununla birlikte Fen İşleri Genel Müdürlüğü içerisinde yer alan Asfalt ekibi sayesinde peyzaj ve çevre düzenlemeleri yapılarak, kentin görünümünde estetik ve kullanılabilir bir yapı kazandırılmak istenmiştir. Böylece halkın gözünde belediye yönetimi ve başkanı olumlu bir izlenim yakalayacaktır. Bu çalışmalar için İller Bankasından altyapı çalışmaları adına kredi alınmıştır. Park ve Bahçe İşleri Müdürlüğün ekipleri tarafından kaldırım kenarları ve kavşaklarda bulunan yeşil alanları çimlendirme, ağaçlandırma, aydınlatma, yol genişletme ve mevsimlik çiçekleri kullanmakla kent estetiğine katkı sağlanmaya çalışılır. Yine sosyal belediyecilik anlayışı gereği bazı projelerde engelli vatandaşlara da yer verildiği belirtilmektedir. Belediyenin halkla ilişkiler araçlarından biri olan Aylık Faaliyet Bülteninde yer alan bu bilgiler sonucu oluşturulan görüntü yaratma çabası, yine olumlu imaj yaratma içerisinde değerlendirilebilir.

Benzer yayınlar Basın-Yayın Müdürlüğü ve Yazı İşleri Müdürlüğünce basılmıştır. Nihayetinde halka yönelik her işlem ve eylem halkla ilişkileri kapsamaktadır. Dolayısıyla modern bir görünümünden öte gerçekten yerel halkın sorunlarına çözüm üretme anlayışına göre hareket etmek gerekir. Halkla



ilişkilerde sadece imaj yaratma konusuna değinilmesi ve haber kupürlerini arşivlemekle sınırlandırılması, belediyelerde halkla ilişkileri geliştirmenin önüne geçmiştir. Gerçek anlamda halkla ilişkiler kaliteli hizmet sunma ve başvuru yapan hemşerilere yardımcı olma amacı taşıdığı takdirde belediyeçilik alanında faydalı, zenginleştirici ve geliştirici bir işleve sahip olacaktır.

Halkla ilişkiler biriminin çalışma saatleri halkın ihtiyacına göre belirlenmeye ve daha çok yerel basın ve medya ile ilişkileri ilerletmeye çalışmaktadır. Bunun yanında belediye içerisindeki projeler, hizmetler ve işlemler ile gelecekte yapılması planlanan faaliyetler konusuna dair bilgiler ve haberler kent bilgi sistemi dahil internet ortamından iletilmektedir. Birim, Etüt Proje Müdürlüğü ile bilgi alış-verişi yaparak belediye projelerinin öğrenilmesini, bu projelerin vatandaşa aktarılmasını ve geri dönüt olayının yaşanmasını içeren gerekli önlemlerin alınması konusunda ilgili kişilerle görüşmeler yapmaktadır. Bazı durumlarda bu dönüt için işçi veya memur konumunda görev yapan personelden resmi yazışmalarla görüş almaktadır. İzlenen bu yöntemle kurum aidiyeti duygusu ile iç halkla ilişkiler yürütülmeye çalışılmıştır. Birimler arası aidiyetin sağlanmasına dönük bilgi alış-verişi, hemşerinin istek ve şikayetlerine çözüm yaratmada sağlıklı bir ortam oluşturmaktadır. Bu Antakya Belediyesi birimleri: Sağlık İşleri, Mezarlık Müdürlüğü, Ulaşım Müdürlüğü, İnsan Kaynakları Müdürlüğü, İmar ve Şehircilik, Destek Hizmetleri, Etüt ve Proje Müdürlüğü, Fen İşleri, Hukuk İşleri, Mali Hizmetler, Hal Müdürlüğü, İtfaiye, Kültürel ve Sosyal İşler, Özel Kalem, Ruhsat ve Denetim İşleri, Su ve Kanalizasyon, Temizlik, Yazı İşleri, Veteriner, Zabıta ve Park ve Bahçe Müdürlüğüdür.

Antakya Belediyesinin basınla ilişkilerin önemini kavradığı karşılıklı güvene dayalı ilişkileri bulunmaktadır. Basınla ilişkileri olumlu tutarak gazete ve dergilerde belediye ile ilgili birçok yazının yer almasını sağlamıştır. İnsanların daha çok ilgisini çeken yerel televizyon kanalı veya radyo frekansı haber bültenlerinin iletilmesinde ve yapılan röportajların, girişimlerin, projelerin duyurulmasında etkili araçlardır. Özellikle HRT (Hatay Radyo ve Televizyonu) adı altındaki yerel televizyon, Antakya kentini ve belediyesini tanıtan ve belediyenin yaptığı faaliyetleri anlatan bir tür halkla ilişkiler aracıdır. İletişim kurmak için yüzyüze ilişkilerin yerini radyo, televizyon, internet veya kamera gibi teknolojik yapıların alması halkla ilişkiler birimi olsun veya olmasın tüm

örgütlenmelerde bu yapıların kullanılmasını gerektirmiştir (Howard, 1992:158). Bu şekilde yürütülen faaliyetler ve kullanılan araçlar yardımıyla halkın dikkati belediye kuruluşuna çekilmeye çalışılır. Ancak birimde belediyeye ilgili haber ve yazıları yayımlayan basın ve yayın organlarının yazar ve muhabir listesi, belediye müdürlükleri hakkındaki bilgiler, faaliyet resimlerinin yetersiz olduğu görülür.

### **2. 3. Halkla İlişkiler Biriminin Araştırma Yapma Durumu**

Halkla ilişkiler biriminin araştırma yapma durumu ise halkla ilişkiler birimi tarafından hazırlanmayan ancak uygulama aşamasında bulunan birtakım kamuoyu araştırmalarıyla ilgilidir. Bunlardan biri Antakya trafiğindeki yön değişimi ve altyapı çalışmalarına dair anket çalışmasıdır. Ayrıca bu anketle Antakya'daki ulaşım yönleri hakkında yani tek yönlü ulaşım için halka bilgi verilmiştir. Halkla ilişkiler birimine dahil olmayan belediyenin diğer müdürlükleriyle ilgili hizmetler hakkında kamuoyunun düşünce ve tepkilerini öğrenmeye dönük 10 (on) adet anket çalışması yapılmıştır. Buna benzer anketler vatandaş memnuniyetini ölçmek ile ilgilidir. Tanıtım konusunda halkla ilişkiler araçlarını kullanan Basın-Yayın Birimi, en çok billboard ve basın aracılığıyla belediye başkanının imajına hizmet etmektedir. Bir bakıma bu birim halkla ilişkiler görevini yürütmektedir.

Halkla ilişkiler biriminin faaliyetlerini genel olarak değerlendirirsek sürekli anlamda halkla ilişkiler araştırması yapılmamasından kaynaklanan bilgi ve belge eksikliği sorunu ortaya çıkmaktadır. Yerel halktan gelen her türlü şikayet, öneri, istek veya ihtiyaca yoğunlaşılması halkla ilişkiler araştırmalarını engellemiştir. Birim tarafından halkın memnuniyetini ölçen herhangi bir araştırmaya gidilmediği de görülür. Vatandaş sorunlarının iletiminden sürekli olarak ilgilenilmesi birimin ilk temasta etkili olduğunu göstermekle birlikte halkla ilişkiler araştırmasının yapılmaması sonucu kentsel sorunların çözüm analizinde bazı aksaklıklar meydana gelmektedir.

### **2. 4. Halkla İlişkilere Dair İnternet Kullanımı**

Antakya Belediyesi halkla ilişkiler biriminde ilk etapta altı adet



bilgisayar bulunması iletişimin internet aracılığıyla kurulmasını sağlamaktadır. Bu sanal ortam yerel halkın belediyeye ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Belediyenin web sitesi “e-hemşeri ilişkileri” çerçevesinde sorgulama, eleştiri, değerlendirme, bilgi alma ve başvurular dahilinde (Kocaman, 2006:143) istek ve şikayetlerin iletimi konusunda özellikle genç kesimler için katılımı artırıcı halkla ilişkiler aracı olarak görülmektedir. İnternet üzerinden halkın kurum ve hizmet hakkındaki görüşleri alınır ve bunların hayata geçirilmesi ile daha iyi bir belediye yönetimi sağlanabilir. Sonuçta teknolojik yeniliklere açık olmak, halka yakın ve etkinlik gücü yüksek olan araç ve yöntemleri kullanmaktır. Bu nedenle kitlesel boyuta ulaşan halkla ilişkiler insanları ve örgütleri birbirine yakınlaştırmış ve iletişim kurmaya zorlamıştır (Yatkın, 2003:1).

Devletin on-line hizmet vermeye başlaması ile birlikte hizmet türleri farklılaşmıştır. Özellikle belediyeler hemşerilerin çağdaş taleplerine uygun e-belediye gibi yapılara başvurduğu görülür (Kocaman, 2006:145). Bu yapılardan biri Antakya Belediyesi web sitesi olan “[www.antakya.bel.tr](http://www.antakya.bel.tr)” adlı internet adresidir. İnternet aracılığıyla belediyede izlenen bazı proje ve hizmetlere ulaşılabilir: Kent Parkı Projesi, Habib-i Neccar Teleferik Projesi, Yeni Antakya Parkı Projesi, Eski Antakya Koruma Projesi, 9470 Metre İçme Suyu Kanalı gibi birçok proje yer alır. Antakya Belediyesi bu projeler içerisinde en çok imar sorunlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanmaktadır. Projeler içerisinde en önemlisi olarak bilinen AB inovasyon projelerinin ortaklarından biri Antakya Belediyesidir. Turizm, perakende, doğalgaz tesisatı alanında genç hemşerilere iş sertifikası sağlanması yine halkla ilişkiler örneği olabilir. İşsizliği azaltmak toplumsal düzene katkı sağladığından dolayı olumlu bir şekilde halkla ilişkileri geliştirecektir. Ayrıca Antakya Belediyesinin genel itibarıyla web ortamı, tanıtım ve bilgilendirme kapsamlı birçok içeriği bulunmaktadır. Diğer yandan bilgi çağını yaşadığımız dünyada Antakya’nın tarihi dokusu ve kültürünü, belediye başkanının imajı, belediye personeli e-belediye sistemiyle tanıtılarak geniş kapsamlı iç ve dış halkla ilişkiler faaliyeti yürütülmektedir.

Birim kendisine ulaşma yollarından en çok telefon ve web adresini kullanmakta olup bilgisayar destekli program ile en kolay ve en çabuk şekilde belediyeye ulaşma imkanı yaratmaktadır. Yüzyüze iletişim veya telefonla Antakyalıların sorunlarını dinleyen bir belediye olmak, gerçek belediyeciliğe yaklaşan bir anlayışla halkla ilişkileri yumuşatmaktadır. Diğer yandan kentinde

olup bitenler hakkında bilgi edinmek isteyen vatandaş internet aracılığıyla belediyenin raporları, kararları ve belgeleri, planlanan projeler, devam eden projeler veya tamamlanan projelerin neler olduğuna ulaşabilir. Bilgi edinme özgürlüğü ve yönetime şikayetlerin iletimi olmaksızın kanaatler oluşturulamaz ve bu kanaatlere dayalı tartışma ortamı kurulamaz. Bu nedenle kent demokrasisini sağlamak kente özgü sorunlardan halkın haberdar olması ve bu sorunların yönetime ulaştırılması ile mümkündür. Belediye politikalarını ve uygulamalarını anlamak, kentsel ihtiyaçların nasıl karşılandığı hakkında hesap vermek, gündemdeki konu ve sorunları tartışmak halkla ilişkilere dayalı enformasyonla ilgilidir (Eraslan Yayınoglu, 2007:130). Kent yaşamını daha kaliteli olmasını sağlayan bu araç ve faaliyetleri yürütmek için belediye dahil diğer yerel yönetim kuruluşlarına birtakım görev ve sorumluluklar düşmektedir.

Bütün bu anlatılan pratik ve kuramdan ziyade bir kamu kuruluşu olan belediyenin yerel halka hizmet götürme amacıyla halka hizmetin en iyi şekilde sunulmasını amaçlayan halkla ilişkiler anlayışının birbirini tamamladığını görürüz (Kocaman, 2006:144). Özellikle belediyenin bir kentli olarak hemşerinin memnuniyetini en üst düzeye getirmek için kalite kriterleri oluşturma yolunda internet atılımı yapması önemli bir pratiktir. Antakya Belediyesi internet sitesinde halkın istek ve önerileri, yerel gazetelerin internet siteleri, kaçak ihbar hattı, ihale duyuruları (işyeri kiralama, satın alma vb.), hal fiyatları ve kent bilgi sistemi yer almaktadır. Antakya Belediyesinde en önemli e-belediye uygulamaları ise aşağıdaki gibidir:

- Vergi – Su Borcu Ödeme,
- E-imar Durumu,
- İmar Durumu,
- 3D Kent Rehberi,
- Kent Rehberi,
- Mezarlık Bilgi Sistemi,
- Nikah İşlemleri,
- Belnet (Belgenet),
- Belediye WebTV.
-



### 3. YEREL HALKIN ANTAKYA BELEDİYESİNİN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ HAKKINDAKİ ALGI DÜZEYLERİ

Araştırmanın uygulama kısmını oluşturan bu bölüm yukarıda anlatılan kavramsal ve kuramsal temellere dayanmaktadır. Metodolojik ağırlığın en çok hissedildiği bu bölümde nicel bir çalışma yapılmıştır. Burada yerel halkı oluşturan Antakyalıların Antakya Belediyesine dair halkla ilişkiler algısının nasıl olduğu belirlenmeye çalışılacaktır.

#### 3. 1. Araştırmanın Amacı

Dünyada yerel yönetimlerin gün geçtikçe önemi ve boyutu artmaktadır. Devletin örgütlenmiş yerel eylemleri ve bu eylemleri yürüten bir araç olarak yerel yönetimlerin büyümesi ve karmaşık bir yapı haine bürünmesi özellikle belediyenin çevre ile ilişkilerinde birtakım zorluklar yaşatmıştır. Bu nedenle belediye başkanı olarak seçilmiş yönetici iyi bir imaj yaratma gayesine dayanan ilişkiler kurmuştur. Çevreye karşı yönetsel ilgi halkla ilişkiler birimlerinin yaygınlık kazanmasına bağlıdır. Ayrıca doğrudan örgütsel amaçları gerçekleştirmek için kurmay bir yapılaşmaya gidilmelidir. Bu bölümde yerel yönetim-halk ilişkisi açısından uygulama olarak seçilen belediyeye dair değerlendirmelere olanak verecek durum saptamasında bulunulacaktır.

Araştırmada Antakya Belediyesinin halkla ilişkiler faaliyetleri hakkında yerel halkın algı düzeyleri belirlenecek ve belediyenin hizmet sunumuna dair memnuniyet dereceleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Ayrıca Antakya Belediyesinin yerel halkın ilgisi ve desteğini sağlamada halkla ilişkileri ne ölçüde kullandığını ortaya çıkarmak, belediye ve faaliyetlerinde halkla ilişkilerin yerini ve etkinliğini belirlemek ve bu faaliyetleri bilimsel bir temele oturtma çabası bulunmaktadır (Nam, 1987:73). Genel olarak yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin ne ölçüde kullanıldığını ortaya koymak amacıyla Antakya Belediyesinin halkla ilişkiler anlayışı ve faaliyetleri ele alınmıştır. Ülkemizde yerel yönetimlerden biri olan Antakya Belediyesinin halkla ilişkiler algısı üzerine kurulan halkla ilişkiler birimi çalışanları, faaliyetleri, görev ve yetkileri ile araçların halkla ilişkileri kurma yolunda ne kadar mesafe kat ettiği hakkında bir değerlendirme yapılacaktır. Bu şekilde özel bir uygulamadan genel bir yargı

ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

### 3. 2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem Büyüklüğü

Araştırma Antakya merkez ilçesini kapsamaktadır. Araştırmaya konu olan ana kütle/araştırma evreni, Antakya Belediyesi sınırları içerisinde bulunan halkı ele almıştır. Araştırma sınırlarından biri Hatay'ın Antakya adlı merkez ilçesinde gerçekleşmiş olmasından dolayı zaman ve mali sıkıntılarının bulunmasıdır. Bu sebeple yargısal örnekleme söz konusudur. Örneklem hacmi % 95 güven aralığındaki 383-384 kişi şeklinde temel alınmıştır. Bu örnekleme araştırmacının konu hakkındaki bilgisini derinleştirmek ve konuyu daha değişik boyutları ile anlamak şeklinde keşfedici araştırma türü tercih edilmiştir. Dolayısıyla yerel halkın genel algısı olarak Antakya Belediyesi ve belediyenin bir birimi olan Halkla İlişkiler Biriminin yapmış olduğu faaliyetler hakkındaki bilgileri ortaya çıkarılmaktadır.

**Tablo 1: Belli Anaküteller için Kabul Edilebilir Örnek Büyüklükleri**

Anakütle	%95 Güven Aralığında Olması Gereken Örnek Büyüklüğü
100	80
500	217
750	254
1000	278
2500	333
5000	357
10000	370
25000	378
50000	381
100000	383
1000000	384

**Kaynak:** Yahşi Yazıcıoğlu ve Samiye Erdoğan (2004), SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 50

Antakya nüfusunun 470.833 ([www.vikipedi.com](http://www.vikipedi.com), 2014) olduğu bilgisinden yola çıkarak yukarıdaki verilere göre örneklem büyüklüğü 400 olarak belirlenmiştir. Örneklem merkez ilçede anketin uygulanacağı katılımcı sayısını ifade etmektedir. Bu şekilde çözümleyici tümevarıma ulaşılır ve sosyal hayatın evrenselleşmesi sağlanır. Çünkü halkla ilişkiler olayının iç yüzünü



anlamak çıkarım ve bağlantıları kavramayı gerektirir.

### 3. 3. Araştırma Yöntemi (Metot ve Teknik)

Araştırmanın uygulama kısmı olan bu bölümde nicel analiz yapılmakla birlikte araştırmanın bütünü anlamacı epistemolojik yaklaşıma yani nitel metodolojiye dayanmaktadır. Amaç parça parça yani bölümler adı altında yapılan açıklamaları bir bütün olarak kucaklayan resmi çizebilmektir. Sosyal bilimler açısından belediyede halkla ilişkiler konusunun incelenmesi ancak ve ancak bireylerin tek tek farklı bir şekilde edindiği algılarla mümkündür.

Alan araştırması Antakya'da yaşayan hemşerilerin belediye üzerindeki halkla ilişkiler algısına dayanmaktadır. Nicel araştırmayı oluşturan bu alt bölümde kuramsal çerçeveye uygun olarak halkla ilişkilere dair yansız bir resim çizilmeye çalışılmıştır. Araştırmada konuya ilişkin literatür incelenerek anket tekniği ile veri toplama işlemi yapıldıktan sonra belediyenin halkla ilişkiler faaliyetinin halk üzerindeki algılanışı ve oluşan etkilerin analizi yapılmaya çalışılacaktır. Veri toplamak için hazırlanan sorular, yüzyüze anket tekniği ile doldurulmuştur. Görüşme sürecinde birebir anketin uygulanması görüşülen kişilere daha fazla konuşma imkanı vermekte ve onların anlam dünyalarına daha çok detaylı bakılmasına olanak sunmaktadır. Belirlenen örnekleme sorulan anket sorularıyla genellenme yapılabilir bir şekilde Antakya Belediyesine dair halkla ilişkiler algısı ve halkın memnuniyeti konusunda alan araştırması yapılacaktır. Araştırmada kullanılan anket soruları olasılıklı örneklem olan tesadüfi örnekleme hayata geçirilmiştir. Tesadüfi örneklem, yansız olma ve örnekleme hatasının tatmini için istatistiksel araçlar sağlamada oldukça avantajlıdır. Bu açıdan anket katılımcılarından her biri örneklemin temsilcisi, kaynağı ve soru formuyla elde etmeyi amaçladığımız verilerin birer aktarıcısıdır. Görüşme esnasında önceden hazırlanmış, yapılaşmış ve cevap kategorilerini de içeren bir soru formu kullanılmıştır. Standart cevapların kullanılması ise anket sonuçlarını daha da nesnel kılmaktadır. Kısacası yerel halkın algısını ölçmeye yarayan sorulara yer verildi. Anket toplam 45 maddeden oluşmakta ve ortalama 10 dakika sürmektedir. Ankete katılım ise gönüllülük esasına dayanmaktadır.

Bu tez ile ilgili Türkiye'deki benzer çalışmalar incelendiğinde bu konudaki anket soruları ve bilgi toplama tekniği açısından bir benzeşme

görülmektedir. Anket soruları aynı konuda çalışma yapan M. Sezai Türk ve Habibe Akçay'ın "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kurum İmajına Etkisi Üzerine Bir Çalışma: Trabzon Belediyesi" ile Mustafa Karadeniz'in "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Uygulama (Çanakkale Belediyesi Örneği)" adlı çalışmalarındaki anket sorularından yararlanarak oluşturulmuştur. Diğer yandan bu iki çalışma ve literatürdeki diğer çalışmalarda birbirine benzer yöntem ve teknikler kullanılmış ve aynı literatüre ait izlenimler görülmüştür. Sonuç olarak bütün bu kaynaklarla Antakya Belediyesinin halkla ilişkilerinin nasıl olduğuna dair cevap verilmeye çalışılacaktır.

### 3. 4. Araştırma Analizi (Çözümleme)

Sosyal hayatın araştırılması sosyal hayatın zenginliği ve karmaşıklığı nedeniyle birçok bakış açısını ve çözümleme türünü ortaya çıkarmaktadır. Çünkü birçok soru ve sosyal gerçeklik derinleştirilerek araştırılması gerekir. Belli örüntüler oluşturarak veri sunumunu gerçekleştirmek çözümlemeyi ileri götürür ve herhangi bir sonuca ulaştırır. Çözümlemenin en güç aşaması ardışık olmayan, eş zamanlı gerçekleşen birbiriyle bağlantılı ve birbirini kesen çok sayıda değişkeni açıklama işlemidir. Çünkü birçok şey/olay aynı anda gerçekleşir ve süreklilik arz eder. Amaç o ana kadar yapılanları anlamlı ve tutarlı bir şekilde bütünleştirmektir. Analizin dayandığı nokta en zor çözümleme olan soyutlama ve karşılaştırmadır. Bu çözümleme seçilen en zor çözümleme türüdür. Birçok farklı entelektüel araç ve faaliyet gerektirir.

### 3. 5. Bulgular

Araştırma belli bir sonuca ulaşmayı sağlar. Dolayısıyla bu bölüm altında yerel halka yönelik yapılan anketin sonuçları belirtilerek sonuçlara yönelik yorumlamalar yapılacaktır. Sübjektif bir değerlendirme yapılarak araştırmaya katılanların kişisel görüşleri sunulmaya çalışılacaktır. Anketten elde edilen verilerin analizini objektif yapmak için grafik ve tablolardan yararlanılmıştır.



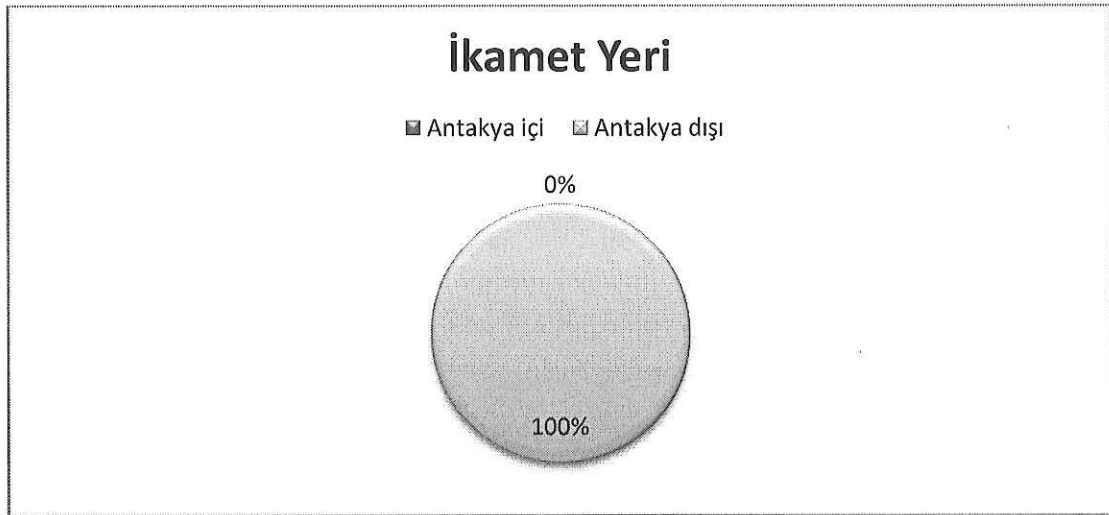
### 3. 5. 1. Demografik Sorulara İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri

Antakya Belediyesine dair Halkla İlişkiler Algısı adlı yerel halka yönelik anket formundan ortaya çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerine bakılmış ve elde edilen veriler sonuçların anlamlandırılmasında kullanılmıştır.

#### 3. 5. 1. 1. Katılımcıların İkamet Durumu

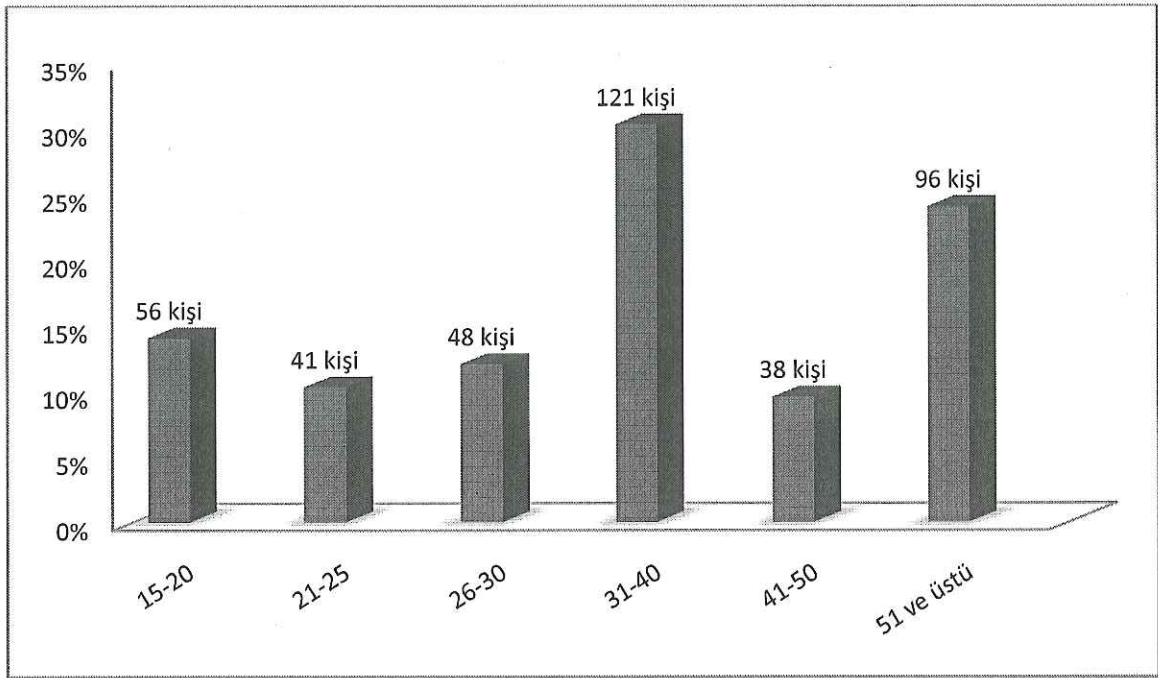
Katılanların %100 yani 400'ü ilgili soruyu Antakya içi olarak işaretlemiştir. Ankete sadece Antakya içi ikamet edenler katılmıştır.

**Grafik 1: Araştırmaya Katılanların İkamet Ettiği İlçe**



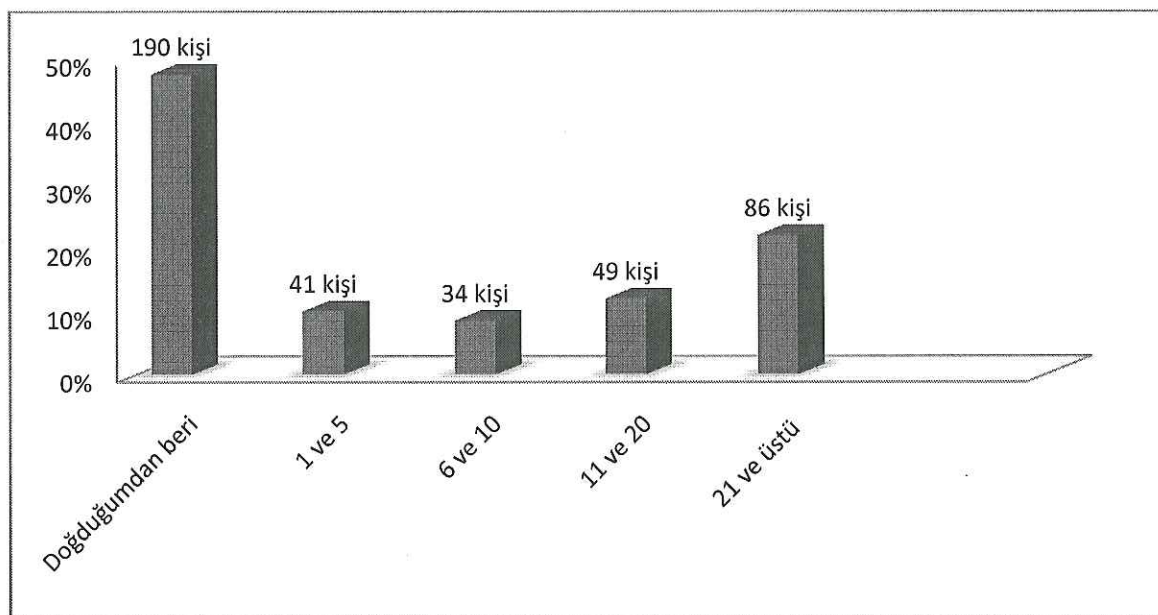
#### 3. 5. 1. 2. Katılımcıların Yaş Durumu

Yapılan araştırma kapsamında katılımcıların yaş dağılımına verdiği cevaplar bakımından elde edilen sonuçlara göre ankete katılan 400 katılımcının %14'ü 15-20 aralığında, %10,25'i 21-25 aralığında, %12'si 26-30 aralığında, %30,25'i 31-40 aralığında, %9,5'i 41-50 aralığında ve %24'ü 51 ve üstü aralığında yer almaktadır.

**Grafik 2: Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımı**

### 3. 5. 1. 3. Katılımcıların İkamet Süresine İlişkin Durumu

Araştırmaya katılanların Antakya'da yaşama sürelerine dair soruda verdiği cevaplar bakımından 400 katılımcının %47,5'i doğduğundan beri, %10'u 1 ve 5 yıl aralığında, %8,5'i 6 ve 10 yıl aralığında, %12'si 11 ve 20 yıl aralığında, %22'si 21 ve üstü yıl aralığında Antakya'da ikamet etmektedir.

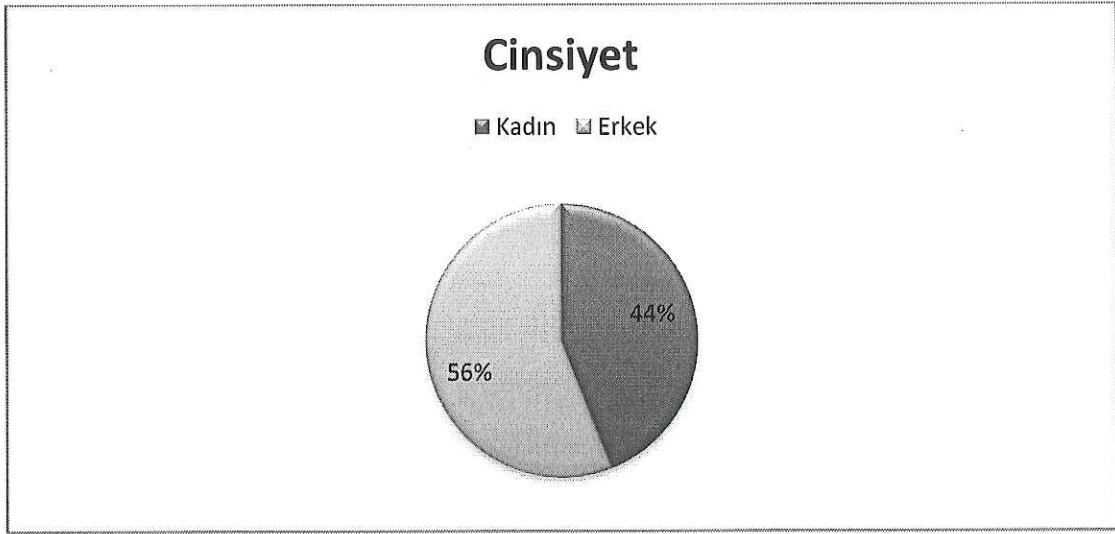
**Grafik 3: Araştırmaya Katılanların İkamet Süresi Dağılımı**



### 3. 5. 1. 4. Katılımcıların Cinsiyet Durumu

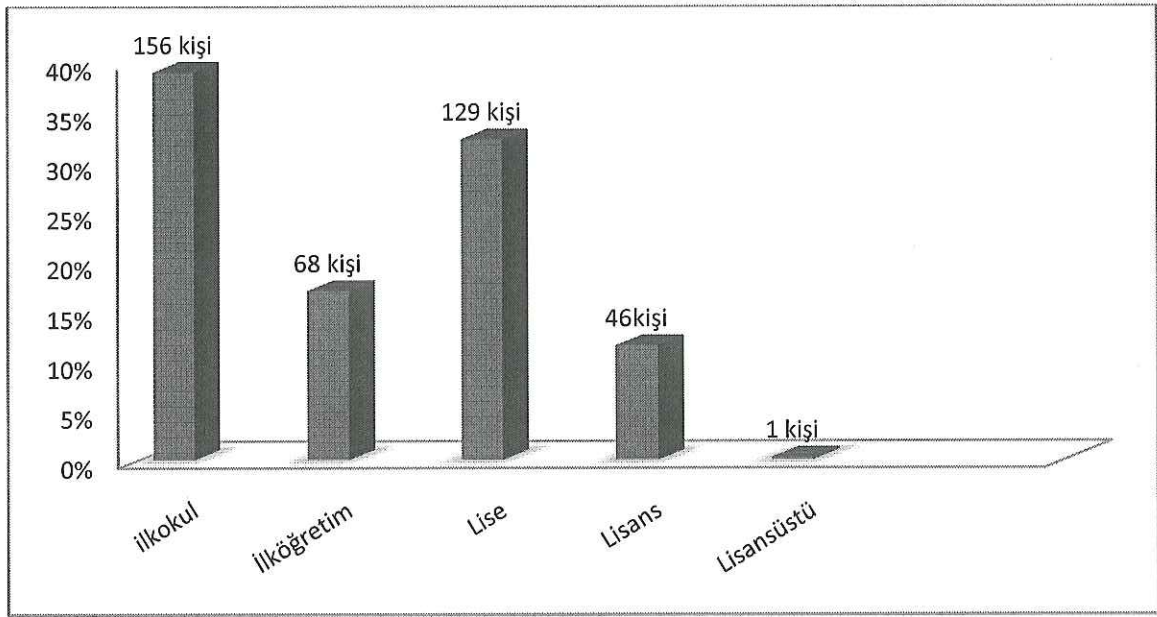
Yapılan araştırma kapsamında katılımcıların yaş dağılımına verdiği cevaplar bakımından elde edilen sonuçlara göre; ankete katılan 400 katılımcının %56'sı olan 224 kişi erkek, geriye kalan %44'ü olan 176 kişi kadındır. Cinsiyet dağılımı gözle görülür derecede birbirine yakın olması, cinsiyet dağılımını genellenebilir kılmıştır.

**Grafik 4: Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı**



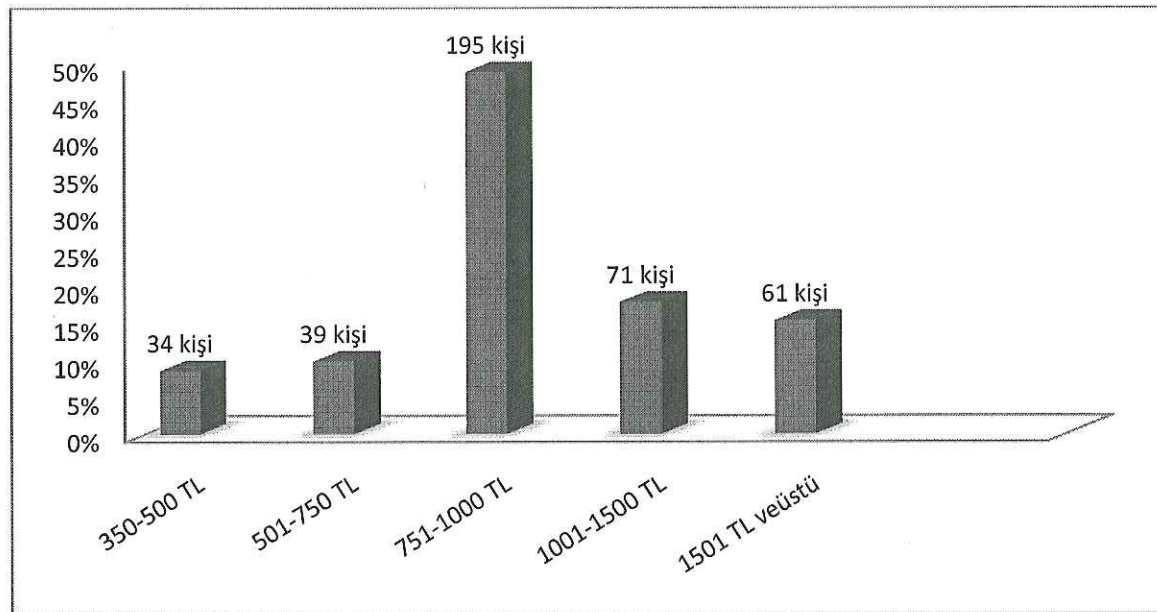
### 3. 5. 1. 5. Katılımcıların Eğitim Durumu

Anketten elde edilen sonuçlara göre katılan 400 katılımcıdan %39'u ilkokul mezunu, %17'si ilköğretim mezunu, %32,25'i lise mezunu, %11,5'i lisans mezunu, %0,25'i lisansüstü mezunu olarak tespit edilmiştir. Katılımcılar arasında en çok ilkokul mezunu bulunup düşük bir eğitim düzeyi bulunmaktadır.

**Grafik 5: Araştırmaya Katılanların Eğitim Dağılımı**

### 3. 5. 1. 6. Katılımcıların Gelir Durumu

Yapılan araştırma kapsamında katılımcıların gelir dağılımına verdiği cevaplar bakımından elde edilen sonuçlara göre; ankete katılan 400 katılımcının %8,5'i 350-500 TL aralığında, %9,75'i 501-750 TL aralığında, %48,75'i 751-1000 TL aralığında, %17,75'i 1001-1500 TL aralığında, %15,25'i 1501 TL ve üstü aralığında yer almaktadır.

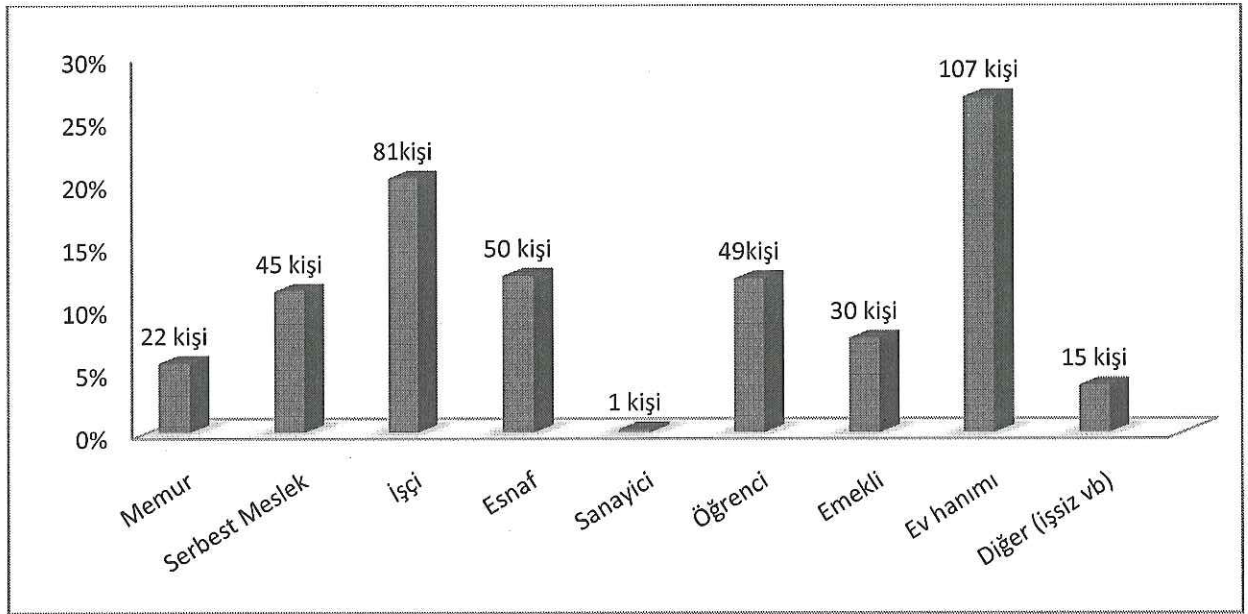
**Grafik 6: Araştırmaya Katılanların Gelir Dağılımı**



### 3. 5. 1. 7. Katılımcıların Mesleki Durumu

Yapılan araştırma kapsamında katılımcıların meslek dağılımına dair verdiği cevaplar bakımından elde edilen sonuçlara göre; ankete katılan 400 katılımcının %5,5'i memur, %11,25'i serbest meslek mensubu, %20,25'i işçi, %12,5'i esnaf, %0,25'i sanayici, %12,25'i öğrenci, % 7,5'i emekli, %26,75'i ev hanımı, %3,75'i diğer grupta olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla düşük bir gelir grubu araştırmada yer almaktadır.

**Grafik 7: Araştırmaya Katılanların Mesleki Dağılımı**



### 3. 5. 2. Likert Ölçekle Ölçülmüş Olgusal İfadelere İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri

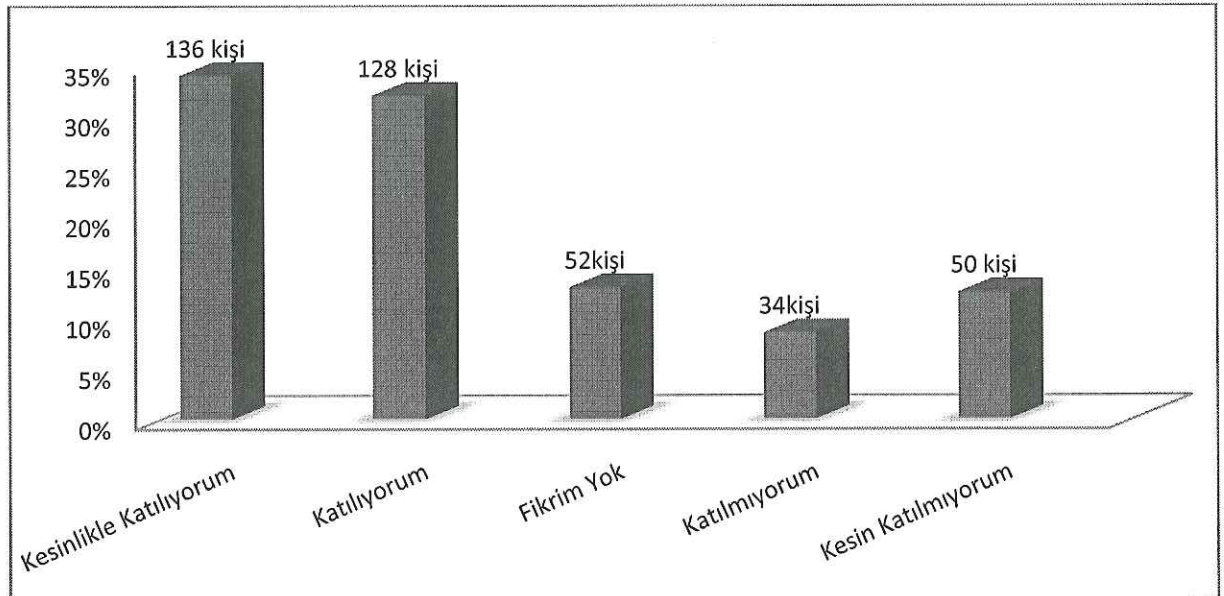
Araştırmanın olgusal veya yargısal olarak ifade edeceğimiz bu bölümdeki anket soruları için grafikten yararlanılmış ve istatistik açıdan yüzdelere göre katılım dereceleri belirlenmiştir.

#### 3. 5. 2. 1. “Antakya Belediyesi Yeniliklere Açık, Sürekli Kendini Yenileyen Bir Kurum”

İlk yargıdan çıkarılan sonuca göre Antakya Belediyesi yeniliklere açık bir belediyedir. Araştırma sırasında karşılaşılan düşünceler Antakya'nın kaldırımları, çevre temizliği, yeşil alanları vb. konularda geliştiği şeklindedir. Katılımcılar Antakya'nın belediye tarafından kentin görünümünün

değiştirildiğini belirtmektedir. Katılma dereceleri ise şu şekildedir: Kesinlikle Katılıyorum %34, Katılıyorum %32, Fikrim Yok %13, Katılmıyorum %8,5, Kesinlikle Katılmıyorum %12,5'dir.

**Grafik 8: "Antakya Belediyesi Yeniliklere Açık, Sürekli Kendini Yenileyen Bir Kurumdur" Yargısına Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

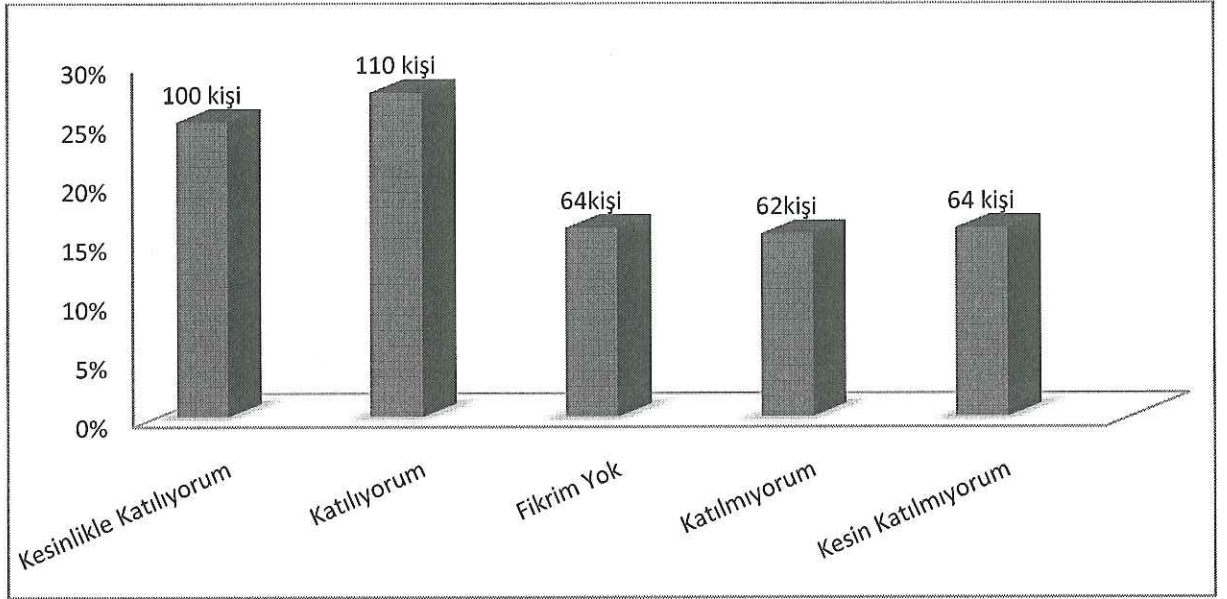


### 3. 5. 2. 2. "Belediye Başkanı Vatandaşın Sorunlarıyla Yakından İlgilenmektedir"

Yapılan araştırma sonucu Belediye Başkanının vatandaşın sorunlarıyla yakından ilgilenmekte olduğu çıkarılabilir. Veriler ise şu şekildedir: Kesinlikle Katılıyorum %25, Katılıyorum %27,5, Fikrim Yok %16, Katılmıyorum %15,5, Kesinlikle Katılmıyorum %16'dır.



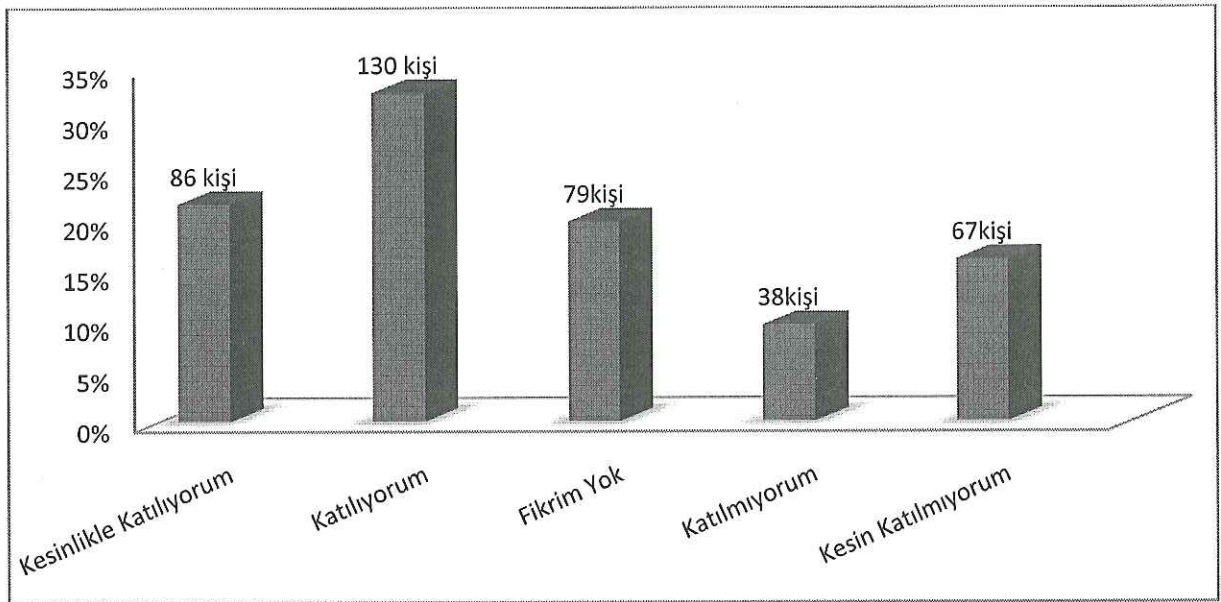
**Grafik 9: “Belediye Başkanı Vatandaşın Sorunlarıyla Yakından İlgilenmektedir” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 3. “Belediye Başkanı Vatandaşı Dinleyen Anlayışlı Bir Yöneticidir”

Ortaya çıkan sonuca göre Belediye Başkanından genellikle memnun olduğunu belirten bir yerel düşünce bulunmaktadır. Yine de bazı katılımcıların başkandan irtibat kurmadığını görebiliriz. Bu yargıdaki sonuçlar; Kesinlikle Katılıyorum %21,5, Katılıyorum %32,5, Fikrim Yok %19,75, Katılmıyorum %9,5, Kesinlikle Katılmıyorum %16,75’dir.

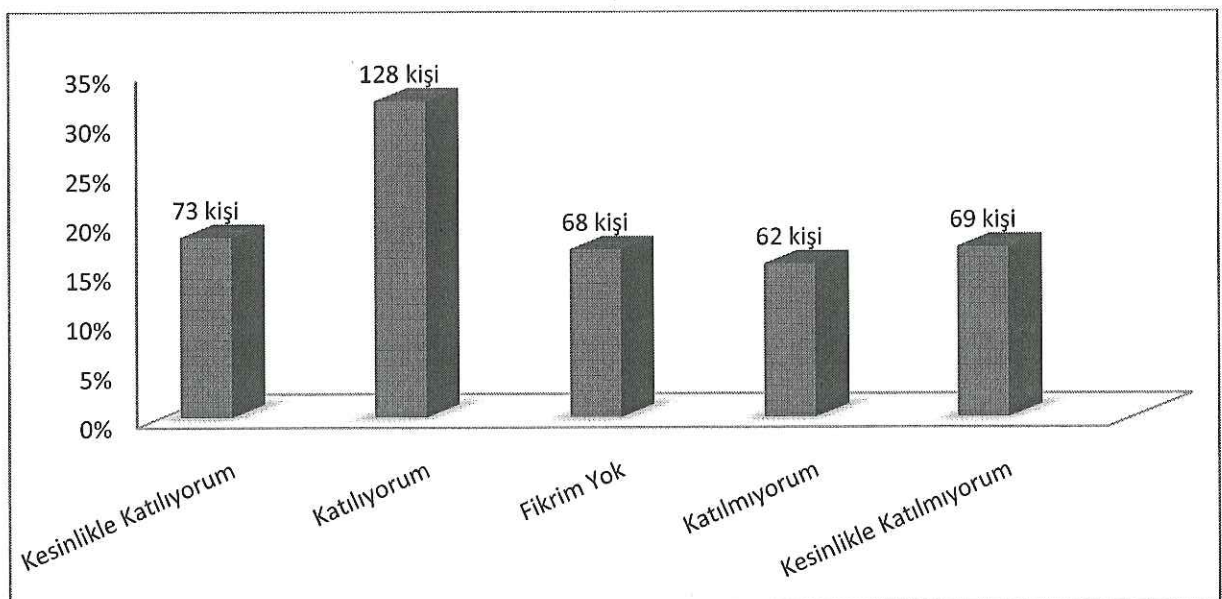
**Grafik 10: “Belediye Başkanı Vatandaşı Dinleyen Anlayışlı Bir Yöneticidir” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



#### 3. 5. 2. 4. “Antakya Belediyesi Vatandaşa Vaat Ettiklerini Yerine Getiren Bir Kurumdur”

Yerel halkın bu ifadeye vermiş olduğu cevap “Katılıyorum” şeklindedir. Bu nedenle elde edilen sonuç olumlu bir izlenim vermektedir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %18,25, Katılıyorum %32, Fikrim Yok %17, Katılmıyorum %5,5, Kesinlikle Katılmıyorum %17,25’i göstermektedir.

**Grafik 11: “Antakya Belediyesi Vatandaşa Vaat Ettiklerini Yerine Getiren Bir Kurumdur” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

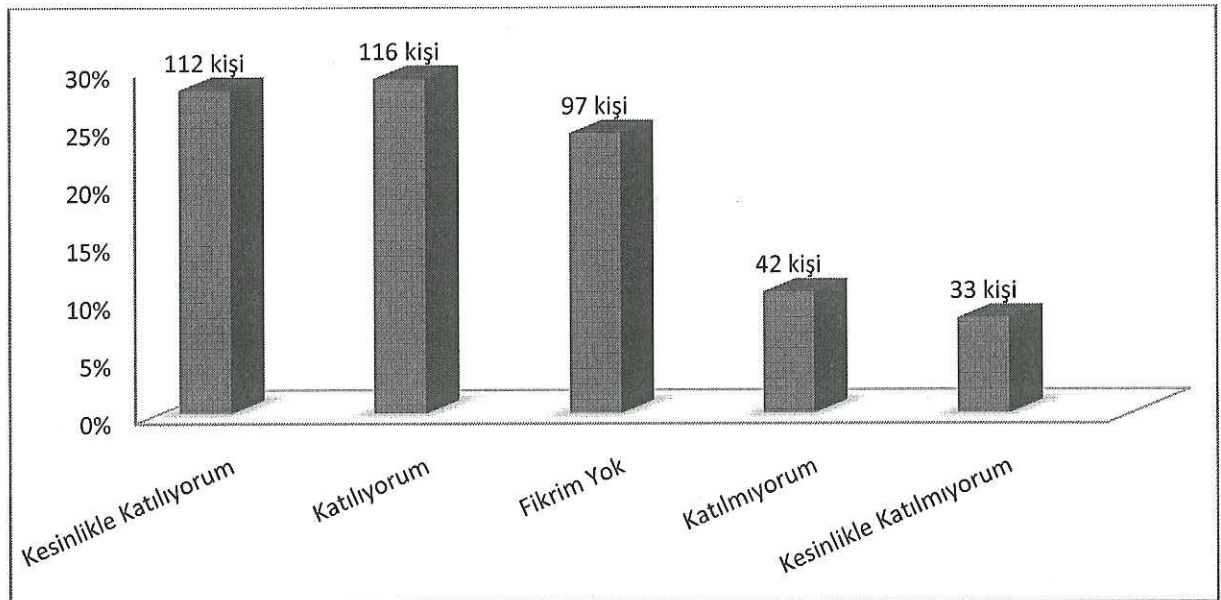




### 3. 5. 2. 5. “Antakya Belediyesi Spor Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur”

Yerel halk bu grafikte yer alan bilgilere göre halkla ilişkiler açısından önemli olan kurumsal sorumluluk kavramına dair gençlerin spor aktivitelerini belediyenin desteklemesi bakımından “Kesinlikle Katılıyorum” ve “Katılıyorum” şeklinde birbirine yakın olan katılım derecelerini kullanmıştır. Buradaki olumlu hava; Kesinlikle Katılıyorum %28, Katılıyorum %29, Fikrim Yok %24,25, Katılmıyorum %10,5, Kesinlikle Katılmıyorum %8,25’i göstermektedir.

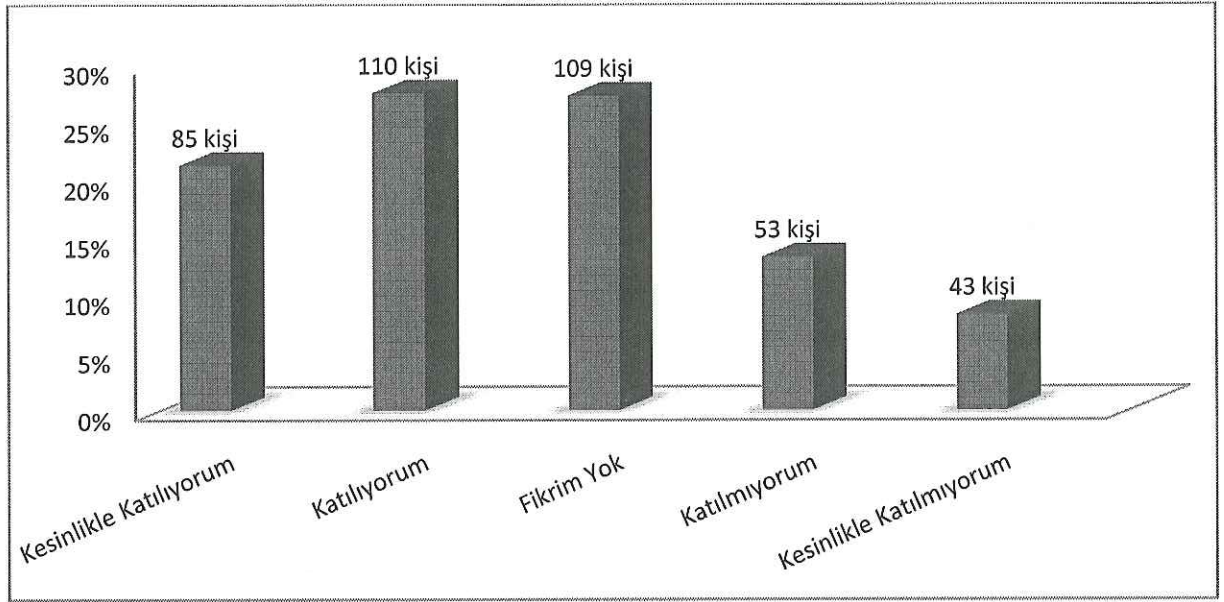
**Grafik 12: “Antakya Belediyesi Spor Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 6. “Antakya Belediyesi Halkın Eğitime Katkı Sağlayan Projeler Üretmektedir”

Yerel halk, yine bir kurumsal sorumluluk alanına giren eğitim faaliyetlerine belediyenin katkı sağladığını düşünmektedir. Kesinlikle Katılıyorum %21,25, Katılıyorum %27,5, Fikrim Yok %27,25, Katılmıyorum %13,25, Kesinlikle Katılmıyorum %10,75’i göstermektedir. 400 kişiden 109 katılımcı “Fikrim Yok” katılım derecesini işaretlemesi belediyenin eğitim faaliyetlerine tanıtımının düşük olduğunu gösterir.

**Grafik 13: “Antakya Belediyesi Halkın Eğitimine Katkı Sağlayan Projeler Üretmektedir” İfadesine Halkın Katılım Dereceleri**

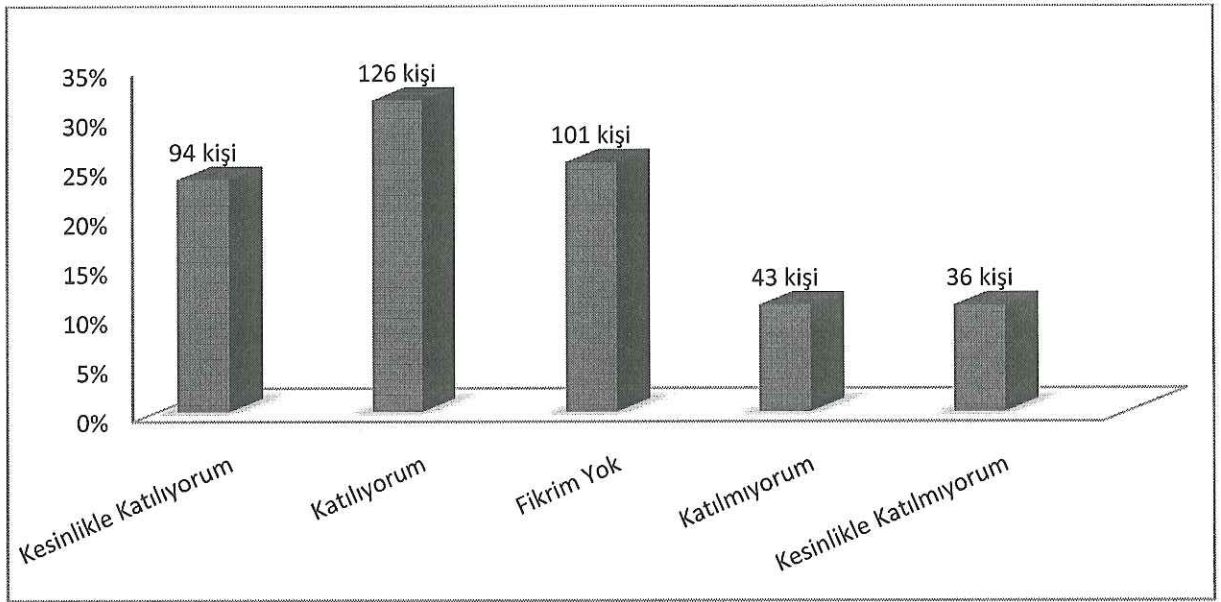


### 3. 5. 2. 7. “Antakya Belediyesi Sanat-Kültür Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur”

Katılımcıların kurumsal sorumluluk kapsamına giren sanat-kültür faaliyetlerine katılım derecesi “Katılıyorum” şeklindedir. Ancak elde edilen sonuç bizi kesinlik bildiren bir katılıma ulaştırmaz. 400 kişiden 101’inin “Fikrim Yok” demesi halkla ilişkiler yöntemi olan tanıtımın düşük derecede olduğunu gösterir. Kesinlikle Katılıyorum %23,5, Katılıyorum %31,5, Fikrim Yok %25,25, Katılmıyorum %10,75, Kesinlikle Katılmıyorum %9’u göstermektedir.



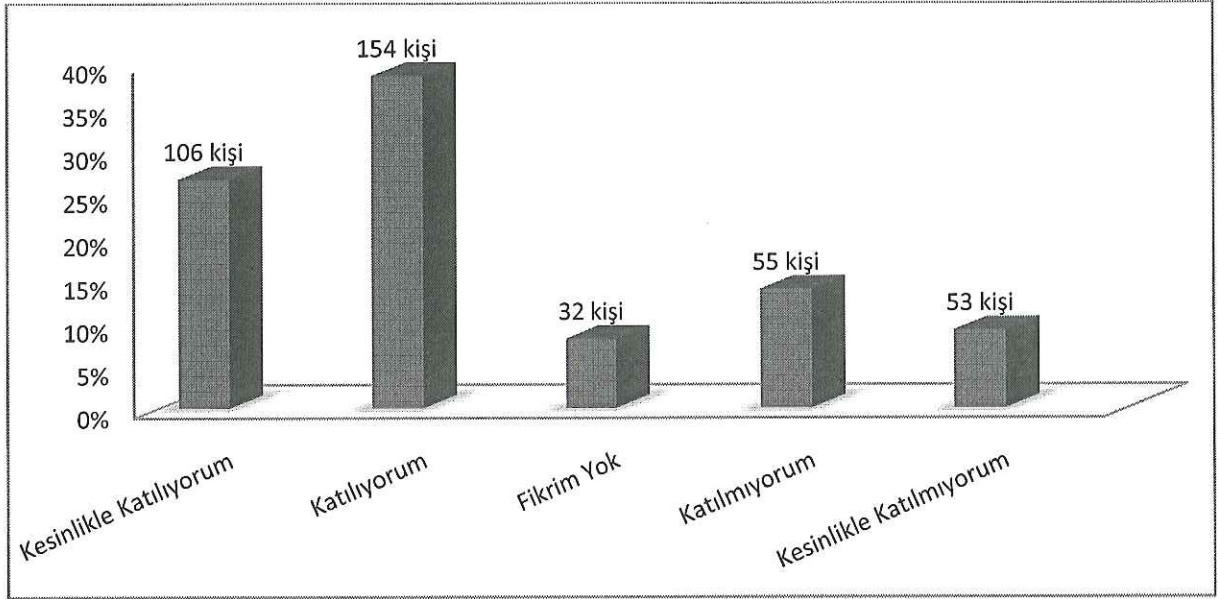
**Grafik 14: “Antakya Belediyesi Sanat-Kültür Faaliyetlerini Destekleyen Bir Kurumdur” İfadesine Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 8. “Antakya Belediyesi Genel Olarak Başarılı Bir Kurumdur”

Katılımcıların Antakya Belediyesini başarılı bulduğunu diğer bir grafikte görebiliriz. Yerel halkın belediye hizmetlerinden (çevre temizlik, yol çalışmaları, kanalizasyon, halka açık parkların bakımı vb.) genel olarak memnun olduğu buradan anlaşılmaktadır. Bulgular ise; Kesinlikle Katılıyorum %26,5, Katılıyorum %38,5, Fikrim Yok %8, Katılmıyorum %13,75, Kesinlikle Katılmıyorum %13,25’i göstermektedir.

**Grafik 15: “Antakya Belediyesi Genel Olarak Başarılı Bir Kurumdur” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



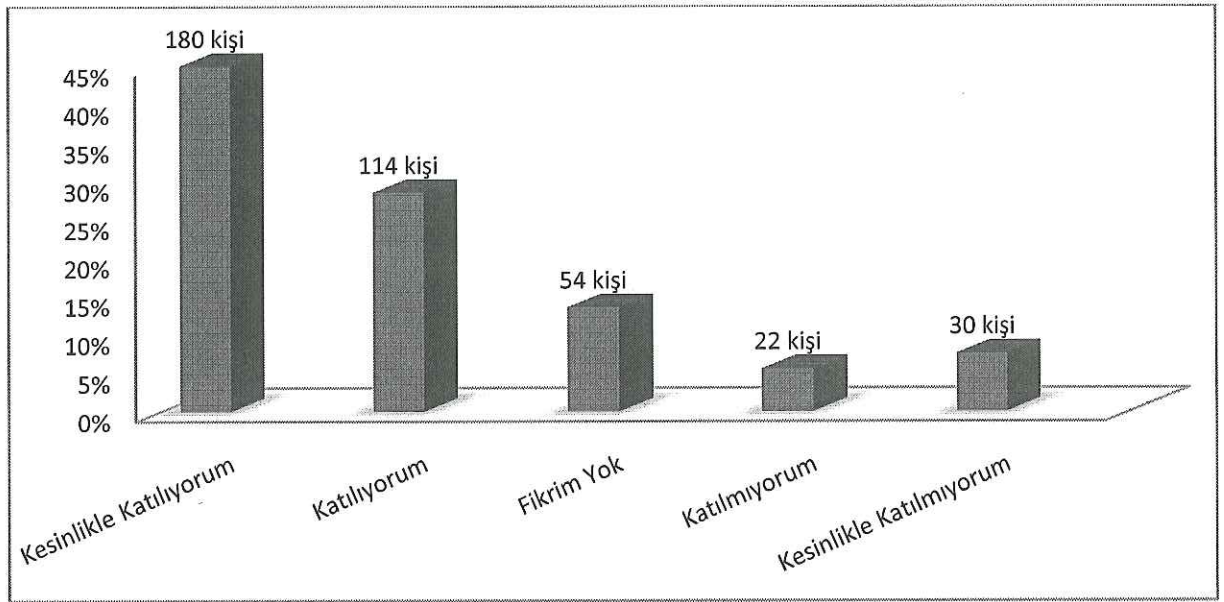
### 3. 5. 2. 9. “Antakya Belediyesinin Kolay Ulaşılabilir Bir Binası

#### Vardır”

Halkla ilişkilerde görünürlük oldukça önemlidir. Antakya Belediye binasının hemşerilerin kolaylıkla ulaşabileceği bir yerde bulunması hizmette memnuniyeti de arttıracaktır. Yerel halkın görüşü, belediye binasının kolay ulaşılabilir bir yerde olduğu şeklindedir. Bulgular ise; Kesinlikle Katılıyorum %45, Katılıyorum %28,5, Fikrim Yok %13,5, Katılmıyorum %5,5, Kesinlikle Katılmıyorum %7,5'i göstermektedir.



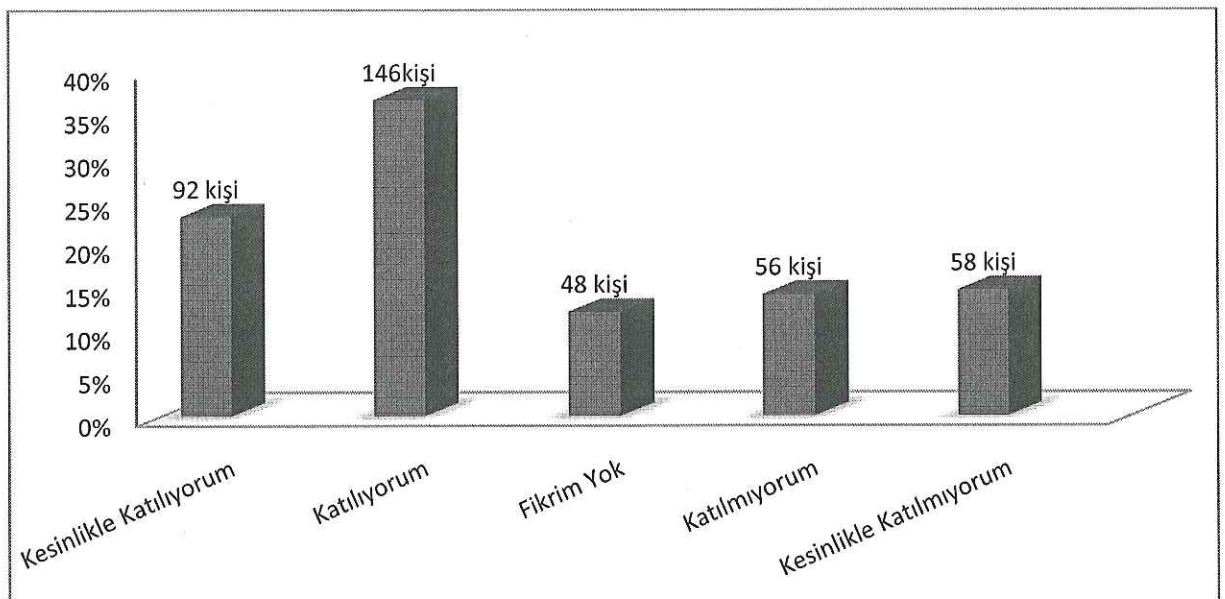
**Grafik 16: “Antakya Belediyesinin Kolay Ulaşılabilir Bir Binası Vardır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 10. “Antakya Belediyesinin Sunmuş Olduğu Hizmetler Kalitelidir”

Antakyalıların bu yargıya “Katılıyorum” şeklinde onay vermesi Antakya Belediyesi hizmetlerinin kaliteli bulunduğunu gösterir. Sonuçlar da; Kesinlikle Katılıyorum %23, Katılıyorum %36,5, Fikrim Yok %12, Katılmıyorum %14, Kesinlikle Katılmıyorum %14,5’i göstermektedir.

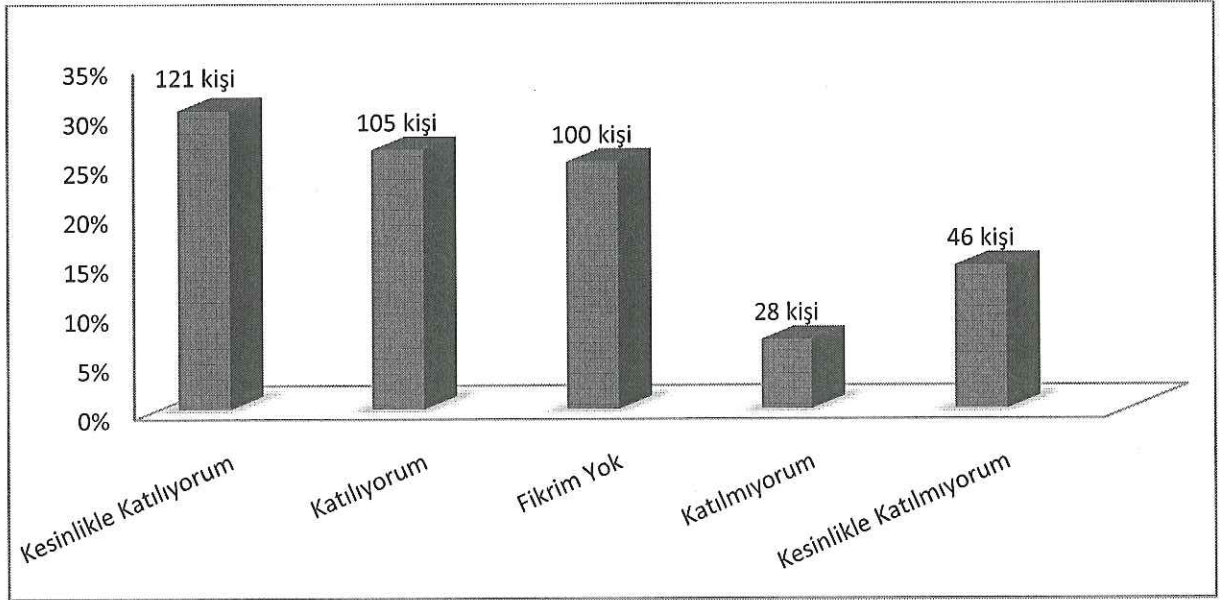
**Grafik 17: “Antakya Belediyesinin Sunmuş Olduğu Hizmetler Kalitelidir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 11. “Belediye Binası İçinde Aradığım Bir Birime Kolayca Ulaşmaktayım”

Halkla ilişkilerin görünürlük kavramına tekabül eden kurum binasına ek olarak bina içerisindeki birimlere ulaşmanın belediye-halk arasındaki kopukluğu ortadan kaldıracığı düşünülür. Antakyalılar genel olarak belediye binasının içerisindeki birimlere kolaylıkla ulaştığını belirtmektedir. Araştırma sonucu; Kesinlikle Katılıyorum %30,25, Katılıyorum %26,25, Fikrim Yok %25, Katılmıyorum %7, Kesinlikle Katılmıyorum %11,5'i göstermektedir.

**Grafik 18: “Belediye Binası İçinde Aradığım Bir Birime Kolayca Ulaşmaktayım” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

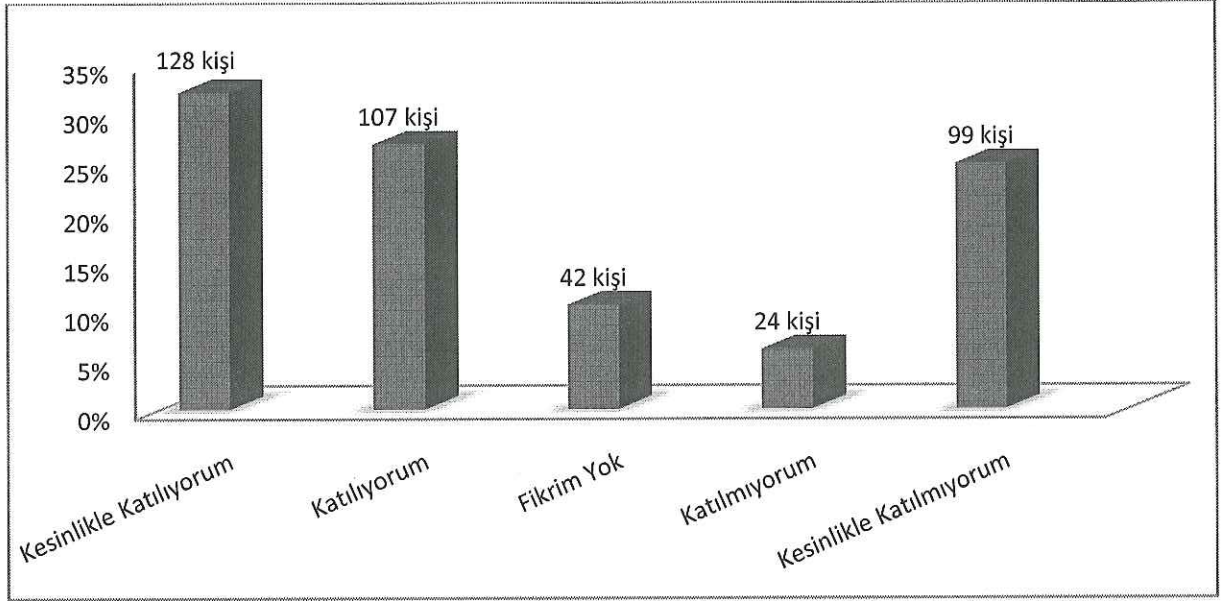


### 3. 5. 2. 12. “Antakya Belediyesi Amblemini Rahatlıkla Tanıyabilirim”

Liberalizme dayanan günümüz halkla ilişkilerin en önemli alanı tanıtımdır. Tanıtım bir görünürlük kavramı olup halkın kamu kuruluşlarına bakış açısını belirler. Aşağıdaki grafikten anlaşılacağı üzere tanıtım amblemin yerel halk tarafından tanınırlığı bulunmakla birlikte bu tanınırlık çok yüksek derecede değildir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %32, Katılıyorum %26,75, Fikrim Yok %10,5, Katılmıyorum %6, Kesinlikle Katılmıyorum %24,75'i göstermektedir.



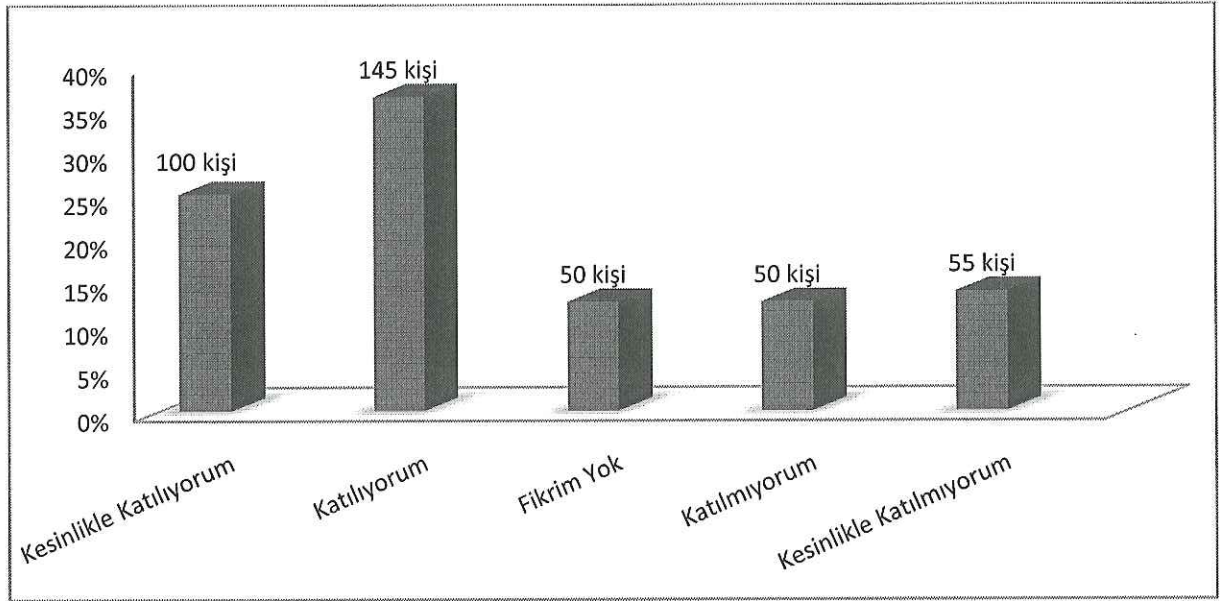
**Grafik 19: “Antakya Belediyesi Amblemini Rahatlıkla Tanıyabilirim” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 13. “Antakya Belediyesi Çevreye Karşı Duyarlı Bir Kurumdur”

Halkla ilişkilere olumlu bir atmosfer kazandıran diğer bir unsur çevreye karşı duyarlı olmaktır. Bu ifadeye genel anlamda katılımcıların olumlu cevabı bulunsa da bir kısmının olumsuz cevap verdiği görülmektedir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %25, Katılıyorum %36,25, Fikrim Yok %12,5, Katılmıyorum %12,5, Kesinlikle Katılmıyorum %13,75’i göstermektedir.

**Grafik 20: “Antakya Belediyesi Çevreye Karşı Duyarlı Bir Kurumdur” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

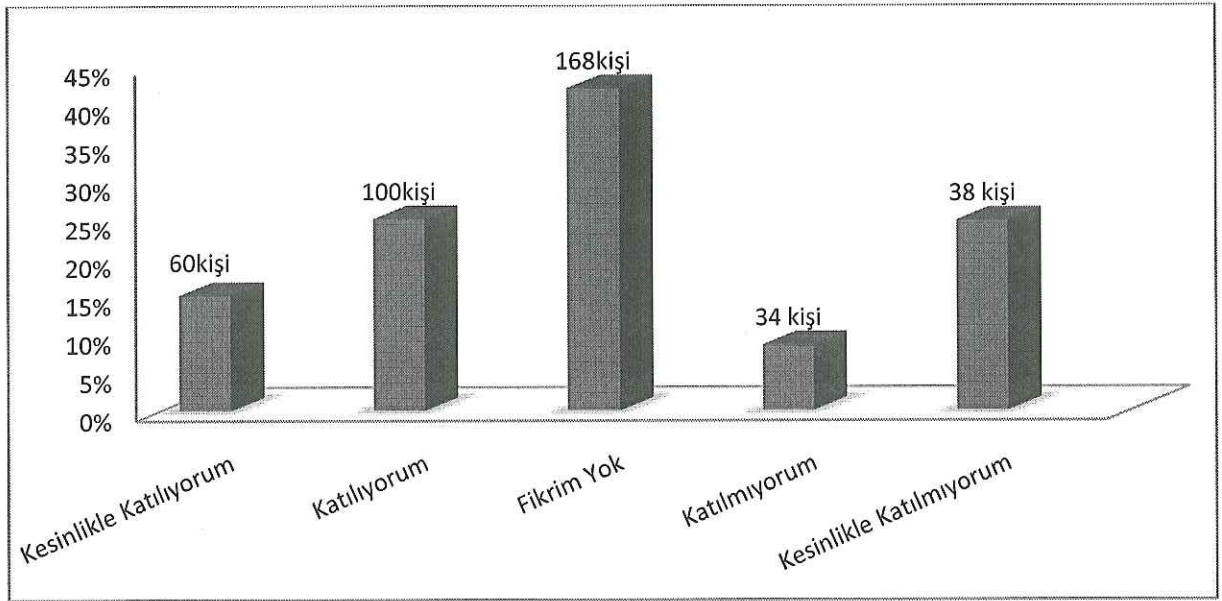


### 3. 5. 2. 14. “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimler ile Etkili İletişim Kurmaktadır”

Yerel iktidar açısından belediye, yerel unsurları ifade eden kamu veya özel kuruluşlarla ilişkilerini geliştirmesi gerekir. İletişim kurduğu her bir dernek, sanayi ve ticaret odası veya basın ve medya patronları halkla ilişkiler için gerekli olan altyapıyı belediyeye sunacaktır. Antakyalılar arasından belirlenen katılımcıların bu ilişkilerin kurulup kurulmadığından haberdar olmadıklarını söylemesi, ilişkilere dair tanıtımın yapılmadığını veya ilgili kurumlarla iletişime geçilmediğini belirtir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %15, Katılıyorum %25, Fikrim Yok %42, Katılmıyorum %8,5, Kesinlikle Katılmıyorum %9,5'i göstermektedir.



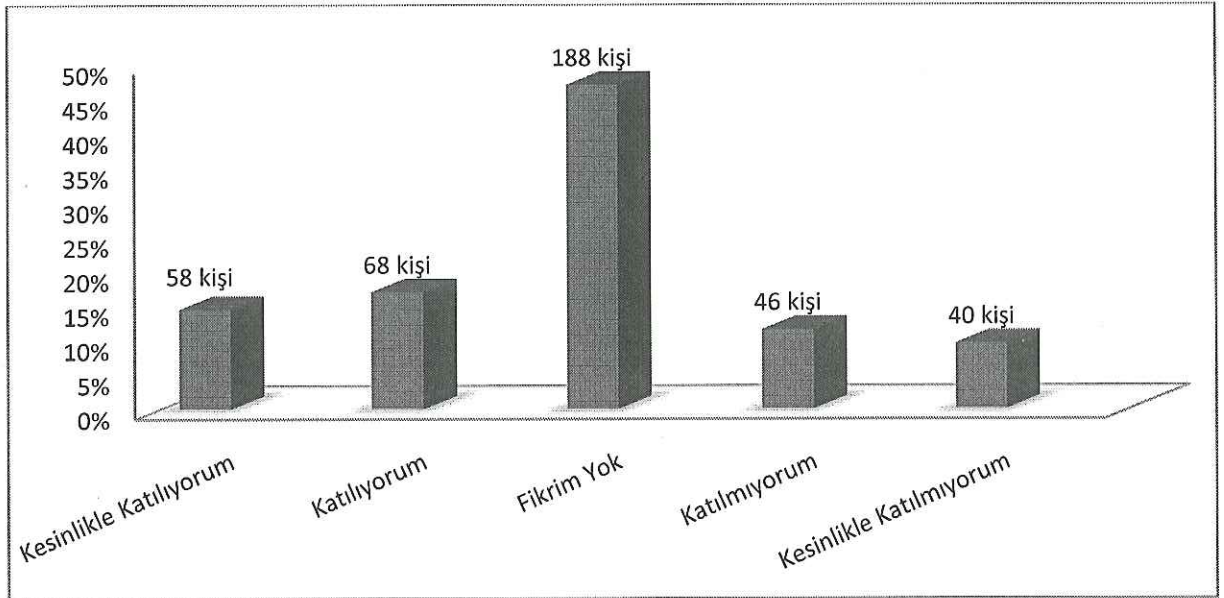
**Grafik 21: “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimler ile Etkili İletişim Kurmaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 15. “Belediye, Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimlerin Yönetime Katılmasına Teşvik Edici Rol Oynamaktadır”

Antakya Belediyesinin diğer yerel kuruluşlarla ilişkisi hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmayan katılımcıların çoğu bu kuruluşların yerel katılım konusuna şüpheyle yaklaşmaktadır. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %14,5, Katılıyorum %17, Fikrim Yok %47, Katılmıyorum %11,5, Kesinlikle Katılmıyorum %10’u göstermektedir.

**Grafik 22: “Belediye; Kentteki Basın Kuruluşları, Dernekler, Odalar Gibi Tüm Birimlerin Yönetime Katılmasına Teşvik Edici Rol Oynamaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

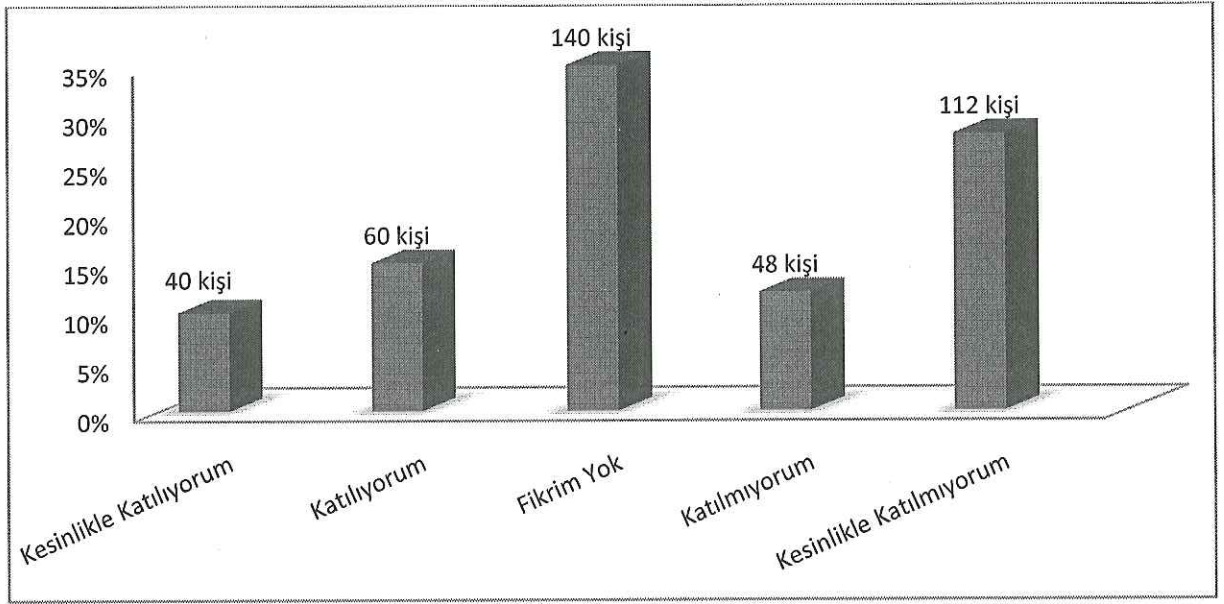


### 3. 5. 2. 16. “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarından Haberdarım”

Antakya Belediyesinin mahalle ve halk toplantılarından katılımcıların çoğu haberdar edilmemiştir. Diğer yandan 400 kişiden 112’si mahalle ve halk toplantılarının kesinlikle yapılmadığı şeklinde bir kanaate sahiptir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %10, Katılıyorum %17, Fikrim Yok %47, Katılmıyorum %11,5, Kesinlikle Katılmıyorum %10’u göstermektedir.



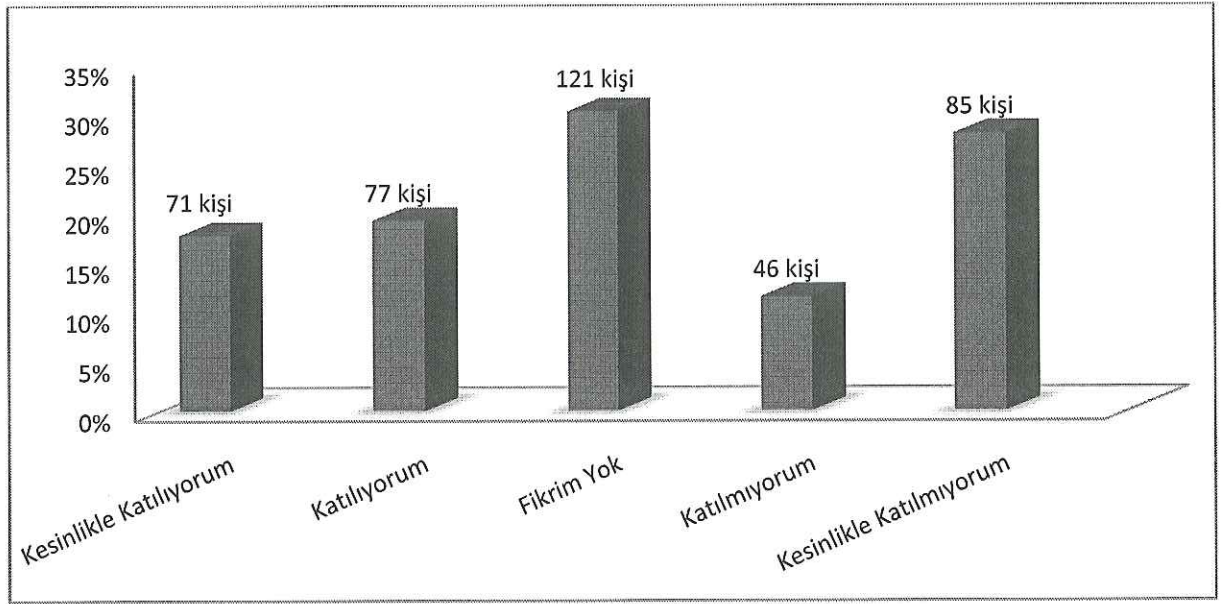
**Grafik 23: “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarından Haberdarım” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 17. “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarının İse Yararlı Sonuçlar Verdiğini Düşünmekteyim”

Yerel katılımın en önemli unsuru yerel kuruluşlar ve yerel halkı bir araya getiren ilişkilerin kurulmasına olanak vermesidir. Katılımcılar bu ilişkilerin yararlı olmadığı görüşündedir. Kent veya diğer yerel konu veya sorunlar için bu toplantılar bir çözüm unsuru olmamaktadır. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %17,75, Katılıyorum %19,25, Fikrim Yok %30,25, Katılmıyorum %11,5, Kesinlikle Katılmıyorum %21,25’i göstermektedir.

**Grafik 24: “Belediyenin Düzenlediği Mahalle ve Halk Toplantılarının İse Yararlı Sonuçlar Verdiğini Düşünmekteyim” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

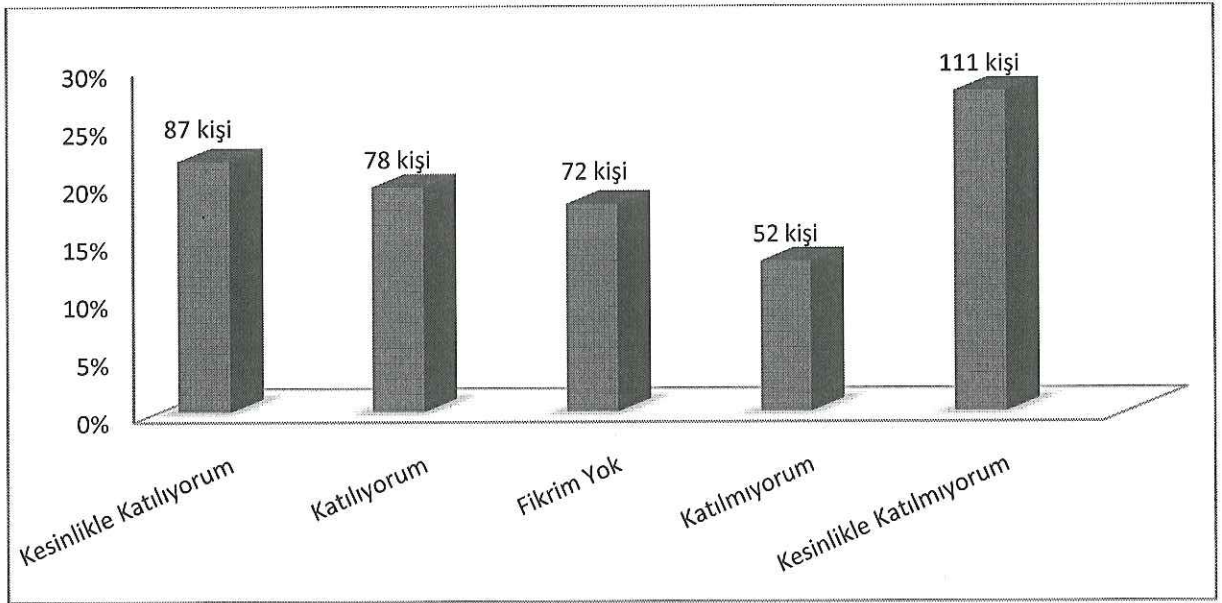


### 3. 5. 2. 18. “Belediye, Hizmet ve Faaliyetlerden Vatandaşın Etkin Şekilde Haberdar Olmasını Sağlamaktadır”

Antakya Belediyesi kendi hizmet ve faaliyetleri hakkında etkin bir şekilde vatandaşı haberdar etme konusunda katılımcıların geneli olumsuz bir görüşe sahiptir. 400 kişiden 111’in kesinlikle bu yargıya katılmadığını sıradaki grafikte görebiliriz. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %21,75, Katılıyorum %19,5, Fikrim Yok %18, Katılmıyorum %13, Kesinlikle Katılmıyorum %27,75’i göstermektedir.



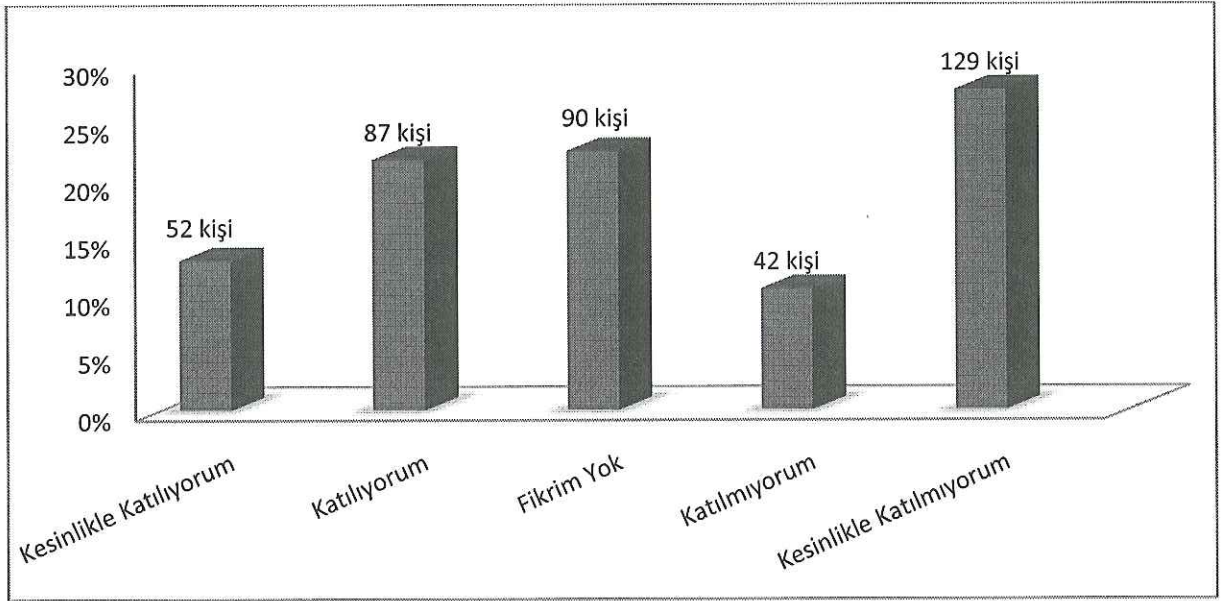
**Grafik 25: “Belediye, Hizmet ve Faaliyetlerden Vatandaşın Etkin Şekilde Haberdar Olmasını Sağlamaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 19. “Belediye, Karar Alma Süreçlerine (Planlar ve Bütçe) Vatandaşın Katılımına Önem Vermektedir”

Yerel halk beldi karar alma süreçlerinde vatandaşın katılımına önem verilmediğini düşünmektedir. Oysa katılım, gerçek halkla ilişkiler sürecini etkileyen en önemli unsurdur. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %13, Katılıyorum %21,75, Fikrim Yok %22,5, Katılmıyorum %10,5, Kesinlikle Katılmıyorum %32,25'i göstermektedir.

**Grafik 26: “Belediye, Karar Alma Süreçlerine (Planlar ve Bütçe) Vatandaşın Katılımına Önem Vermektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

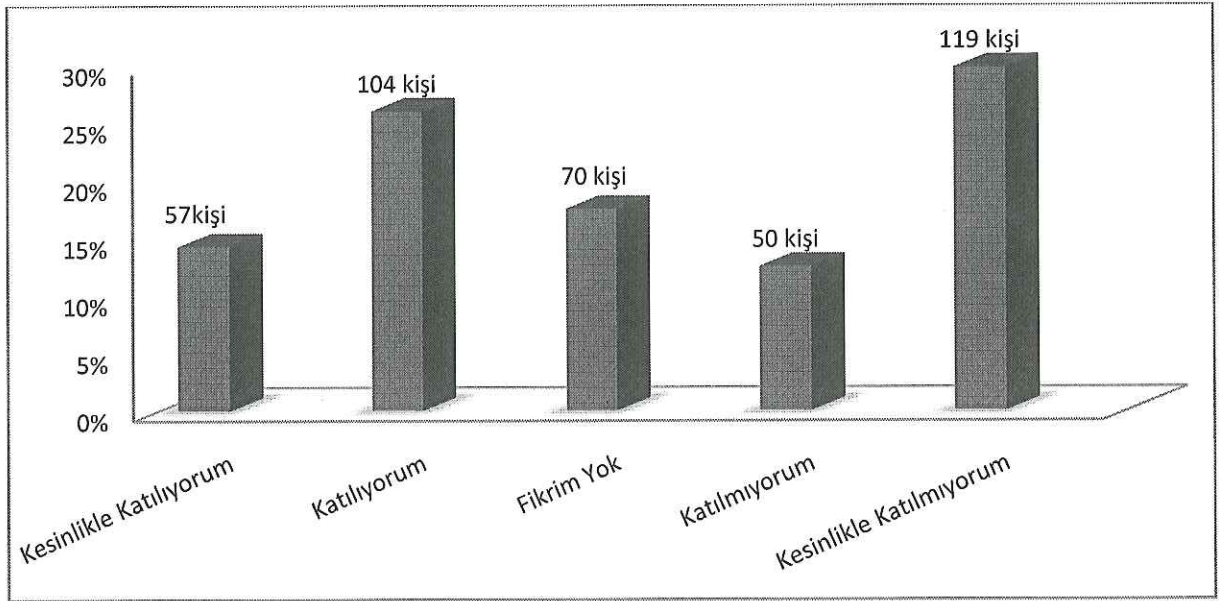


**3. 5. 2. 20. “Belediye, Kent Halkının İhtiyaçlarını ve Taleplerini Yerinde ya da Kurumda Tespit Ederek, Çözümünde Rol Oynamaktadır”**

Katılımcıların çoğuna göre Antakya Belediyesinin kent halkının ihtiyaçlarını ve taleplerini tespit etme ve çözümleme konusunda ilgisizdir. Ancak 400 kişiden 104’ü gibi bir sayı olumlu görüş belirtmektedir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %14,25, Katılıyorum %26, Fikrim Yok %17,5, Katılmıyorum %12,5, Kesinlikle Katılmıyorum %29,75’i göstermektedir.



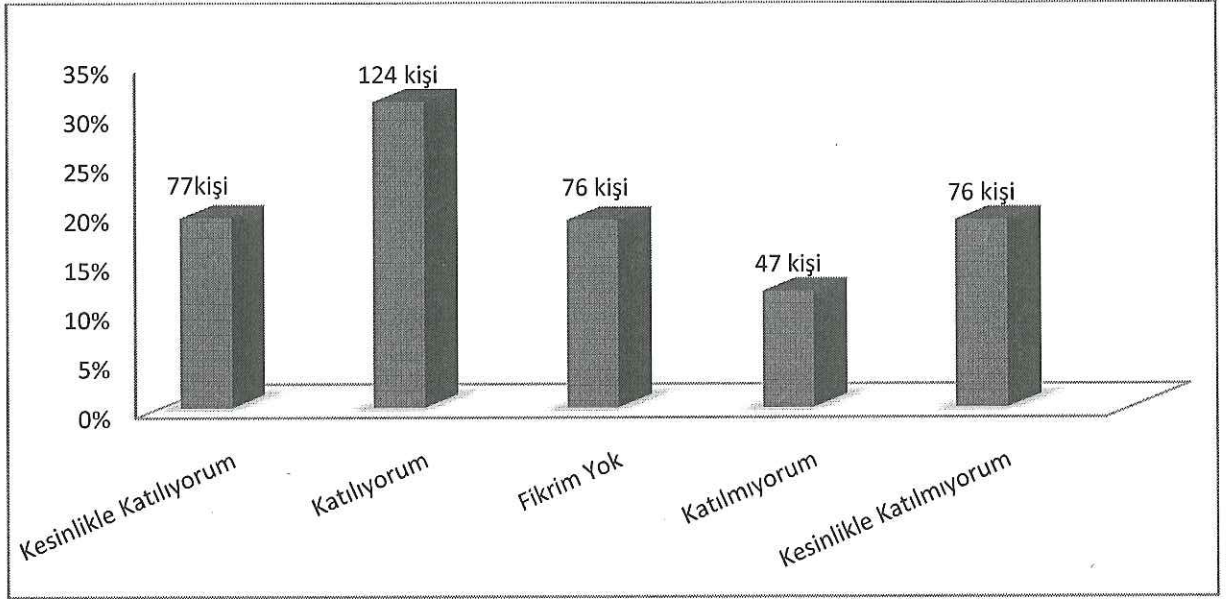
**Grafik 27: “Belediye, Kent Halkının İhtiyaçlarını ve Taleplerini Yerinde ya da Kurumda Tespit Ederek, Çözümünde Rol Oynamaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 21. “Belediye Hizmetlerinden Faydalanan Vatandaşların İşlerini Kolaylaştırmaktadır”

Ankete katılanların çoğuna göre Antakya Belediyesi beldi hizmetlerle ilgili konular ve sorunlarda vatandaşın işlerini kolaylaştırmaktadır. Anket sonuçlarında belediyeye başvuru yapanların iyi bir şekilde yönlendirildiği veya belediye ile ilgili işlerin oldukça kolay görüldüğü belirtilmektedir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %19,25, Katılıyorum %31, Fikrim Yok %19, Katılmıyorum %11,75, Kesinlikle Katılmıyorum %19’u göstermektedir.

**Grafik 28: “Belediye Hizmetlerinden Faydalanan Vatandaşların İşlerini Kolaylaştırmaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

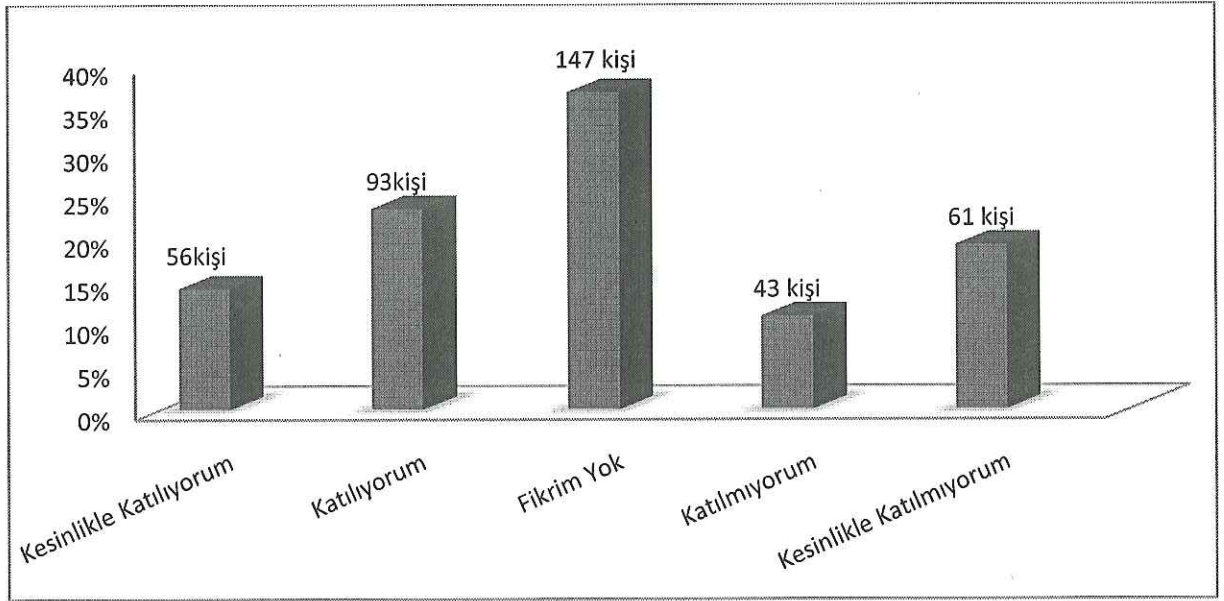


### 3. 5. 2. 22. “Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İşbirliği İçerisinde Projeler Geliştirmektedir”

Katılımcılar, Antakya Belediyesinin sivil toplum kuruluşları ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile işbirliğine dayalı projeler hakkında herhangi bir fikir sahibi olmadığını belirtmektedir. Bu durum belediyenin tanıtma faaliyetlerinin eksikliğinden kaynaklanır. Tanıtımın yetersiz olması belediyenin halkla ilişkilerini zayıflatır ve yerel halkta olumsuz kanaatleri ortaya çıkarır. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %14, Katılıyorum %23,25, Fikrim Yok %36,75, Katılmıyorum %10,75, Kesinlikle Katılmıyorum %15,25’i göstermektedir.



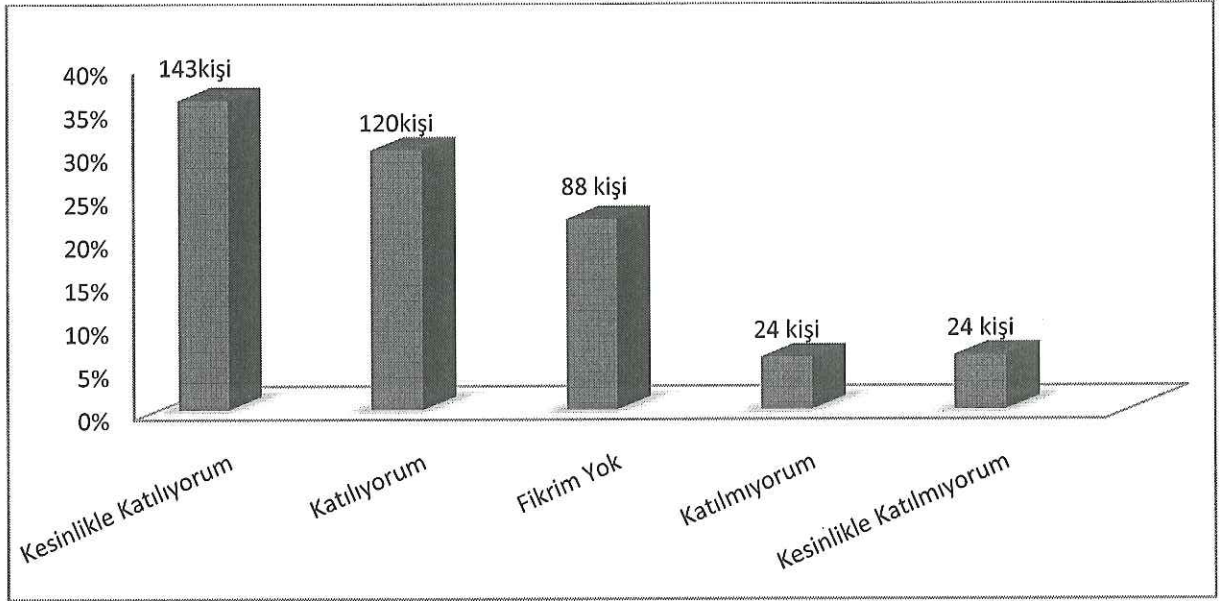
**Grafik 29: “Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İşbirliği İçerisinde Projeler Geliştirmektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 23. “Antakya Belediyesinin Temiz ve Düzenli Bir Binası Vardır”

Sıradaki grafikte Antakya Belediye binasının temiz ve düzenli olduğunu belirten katılımcılar bulunmaktadır. Bu duruma göre halkla ilişkilere ait görünürlük kavramına dair belediyenin olumlu bir izlenim bıraktığı belirtilebilir. Binanın tanınırlığı da oldukça yüksektir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %35,75, Katılıyorum %30, Fikrim Yok %22, Katılmıyorum %6, Kesinlikle Katılmıyorum %6,25’i göstermektedir.

**Grafik 30: “Antakya Belediyenin Temiz ve Düzenli Bir Binası Vardır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

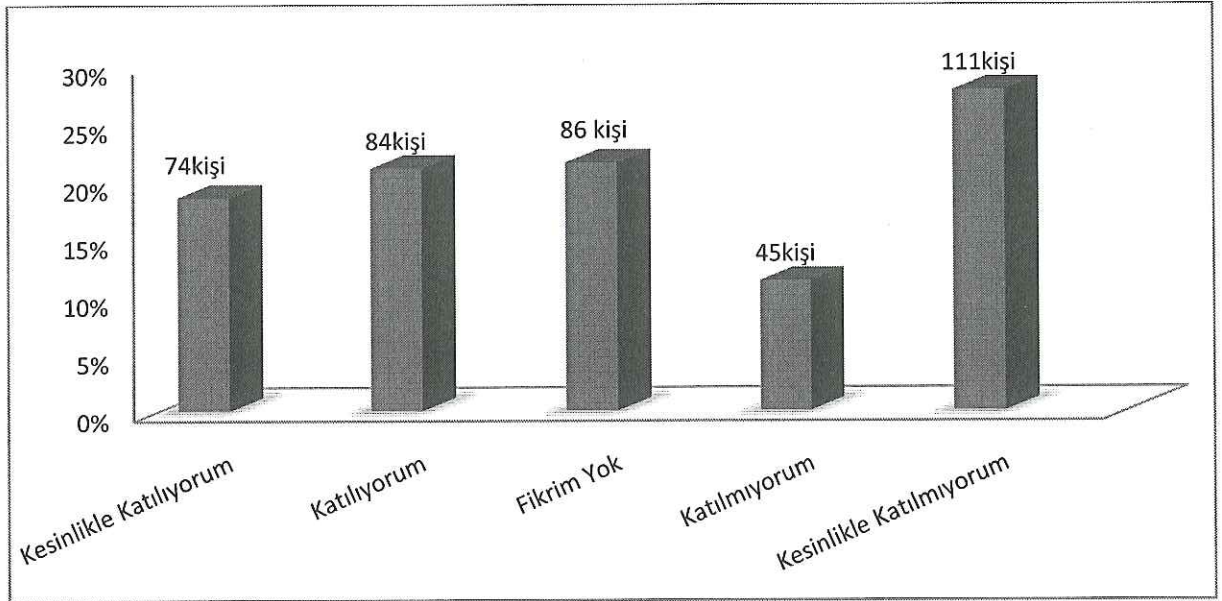


### 3. 5. 2. 24. “Belediye, Kent Kararlarına Vatandaşın Katılımını Sağlamak İçin Çalışmalarda Bulunmaktadır”

Antakya içerisinde belirlenen katılımcılar için Antakya Belediyesi kent yönetimine dair yerel halkın katılımını sağlayacak çalışmalarda bulunmamaktadır. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %18,5, Katılıyorum %21, Fikrim Yok %21,5, Katılmıyorum %11,25, Kesinlikle Katılmıyorum %27,75’i göstermektedir.



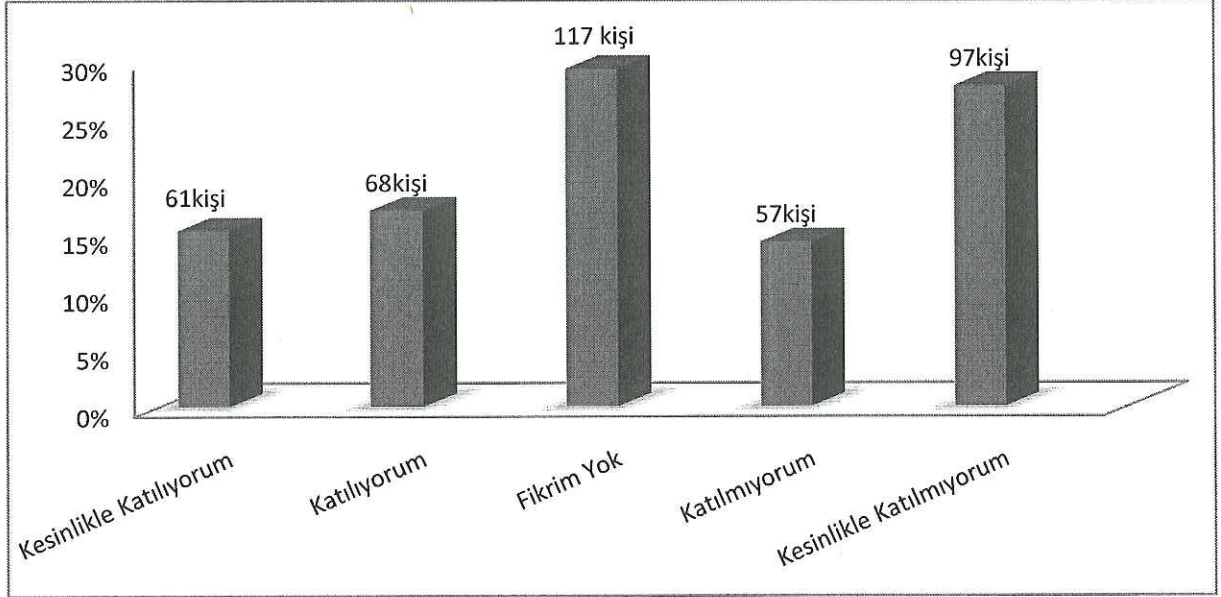
**Grafik 31: “Belediye, Kent Kararlarına Vatandaşın Katılımını Sağlamak İçin Çalışmalarda Bulunmaktadır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



**3. 5. 2. 25. “Belediye, Kent Sakinlerinin İhtiyaçlarına ve Hizmet Taleplerine Dönük Görüşlerini Tespit Etmek ve İlgili Birimlere İletme Konusunda Etkin Çalışmalar Yürütmektedir”**

Araştırmaya katılanlar için Antakya Belediyesi, kent sakinlerinin ihtiyaçlarını ve hizmet taleplerine dönük görüşlerini tespit etmek ve ilgili birimlere iletme konusunda etkin çalışmalar yürütüp yürütmediği hakkında herhangi bir fikir sahibi değildir. Yine 400 kişiden 97’si bu konuda çalışmalar yapılmadığına dair kesin bir yargıda bulunmuştur. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %15,25, Katılıyorum %17, Fikrim Yok %29,25, Katılmıyorum %14,25, Kesinlikle Katılmıyorum %24,25’i göstermektedir.

**Grafik 32: “Belediye, Kent Sakinlerinin İhtiyaçlarına ve Hizmet Taleplerine Dönük Görüşlerini Tespit Etmek ve İlgili Birimlere İletme Konusunda Etkin Çalışmalar Yürütmektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

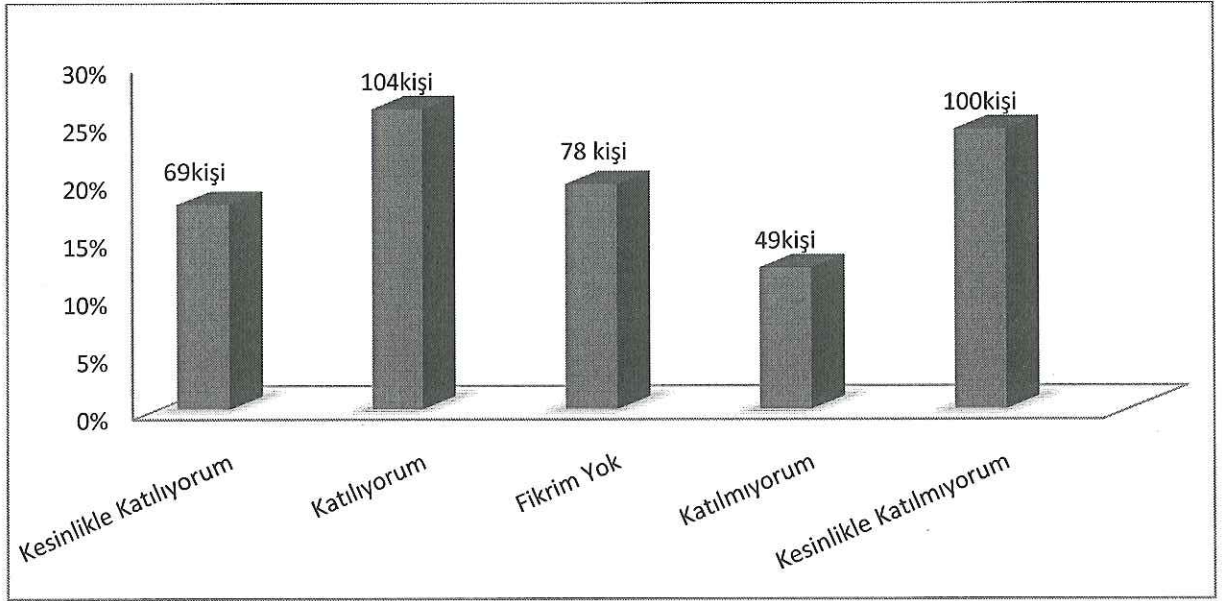


### 3. 5. 2. 26. “Belediye, Hizmet Konusunda Halkın Şikayet ve Önerilerini Dikkate Alan Bir Mekanizmaya Sahiptir”

Araştırmaya katılanlar, sunulan hizmetlere dair halkın şikayet ve önerilerinin Antakya Belediyesi tarafından dikkate alındığını belirtiyor. Yine 400 kişiden 100’ü kesin olarak halkın şikayet ve önerilerini dikkate alan bir mekanizma olmadığını düşünmektedir. Değerler birbirine oldukça yakındır. Bu durum testin güvenilirliğini gösterir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %17,25, Katılıyorum %26, Fikrim Yok %19,5, Katılmıyorum %12,25, Kesinlikle Katılmıyorum %25’i göstermektedir.



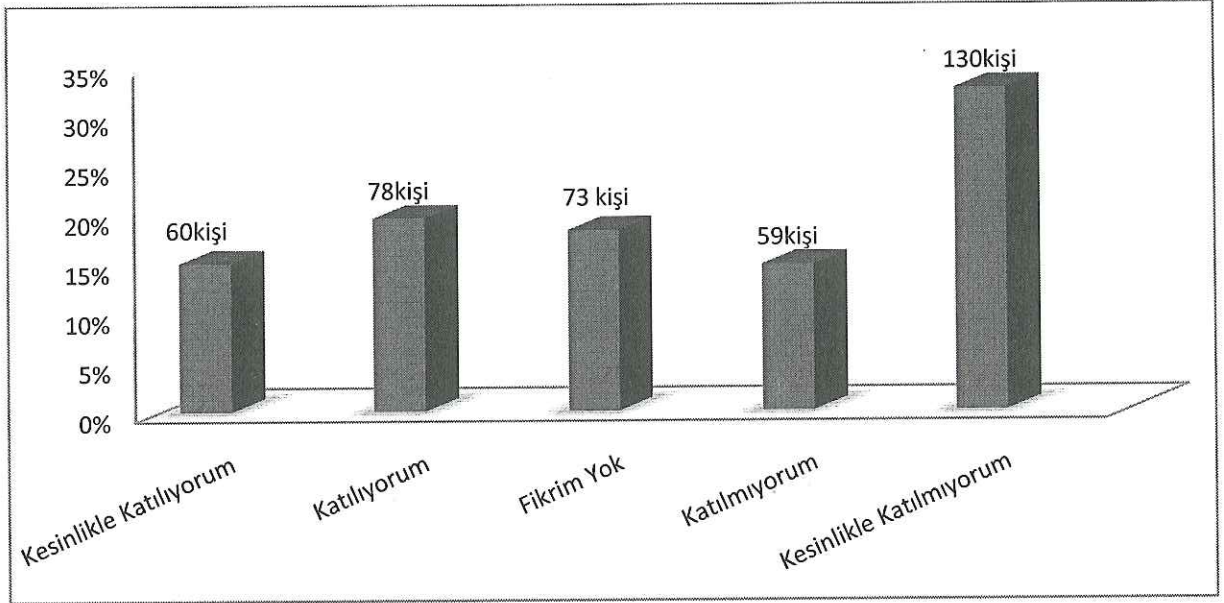
**Grafik 33: “Belediye, Hizmet Konusunda Halkın Şikayet ve Önerilerini Dikkate Alan Bir Mekanizmaya Sahiptir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 27. “Belediye, Tüm Yönetim Faaliyetlerini En Açık Şekilde Gerçekleştirmektedir”

Antakya Belediyesi hakkında katılımcıların geneli yönetimin açık/şeffaf olmadığı kanısındadır. Yönetimin belediye ve kent hakkında halka karşı bilgi ve haber verme konusunda yetersiz olduğu belirtilmektedir. Bu konuda genel yönetimde olduğu gibi belediye yönetiminde de şeffaflık için bir Etik Kurulu oluşturulmalıdır. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %15, Katılıyorum %19,5, Fikrim Yok %18,25, Katılmıyorum %14,75, Kesinlikle Katılmıyorum %32,5'i göstermektedir.

**Grafik 34: “Belediye, Tüm Yönetim Faaliyetlerini En Açık Şekilde Gerçekleşmektedir” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

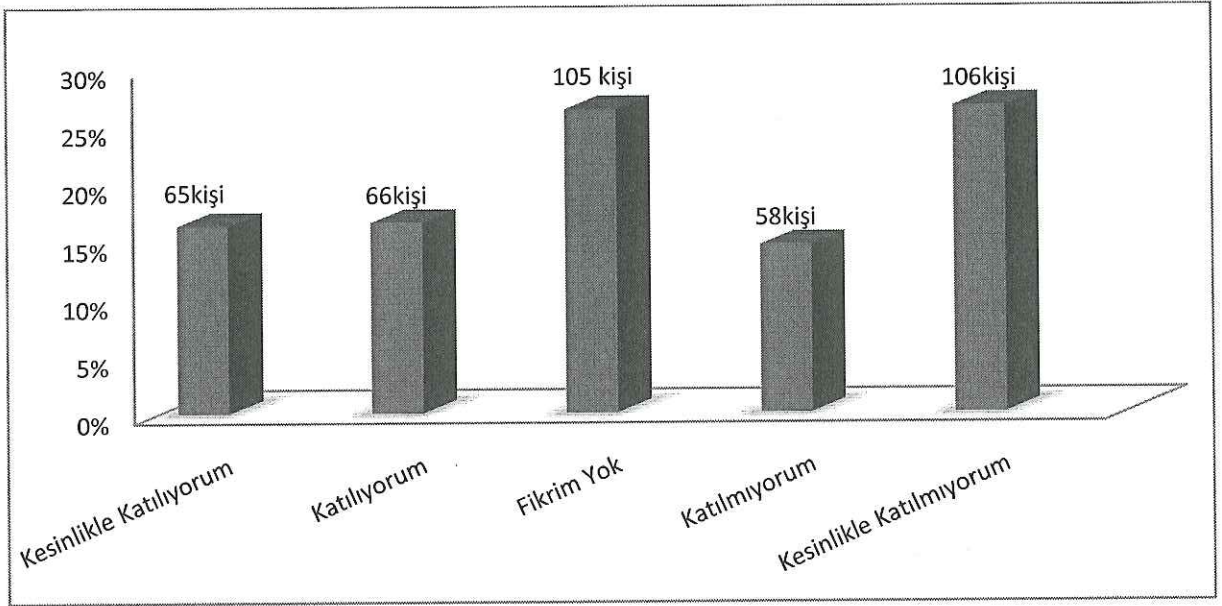


### 3. 5. 2. 28. “Belediyenin Sorun ve Şikayetlere Yönelik Etkin Bir Cevap Sistemi Vardır”

Grafikte katılımcıların “Fikrim Yok” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde belirttiği katılım derecelerinin birbirine yakın olduğunu görmekteyiz. Bu nedenle katılımcılar, Antakya Belediyesinin sorun ve şikayetlerine yönelik etkin cevap sistemi bulunduğu hakkında olumsuz kanılar içerisinde. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %16,25, Katılıyorum %16,5, Fikrim Yok %26,25, Katılmıyorum %14,5, Kesinlikle Katılmıyorum %26,5’i göstermektedir.



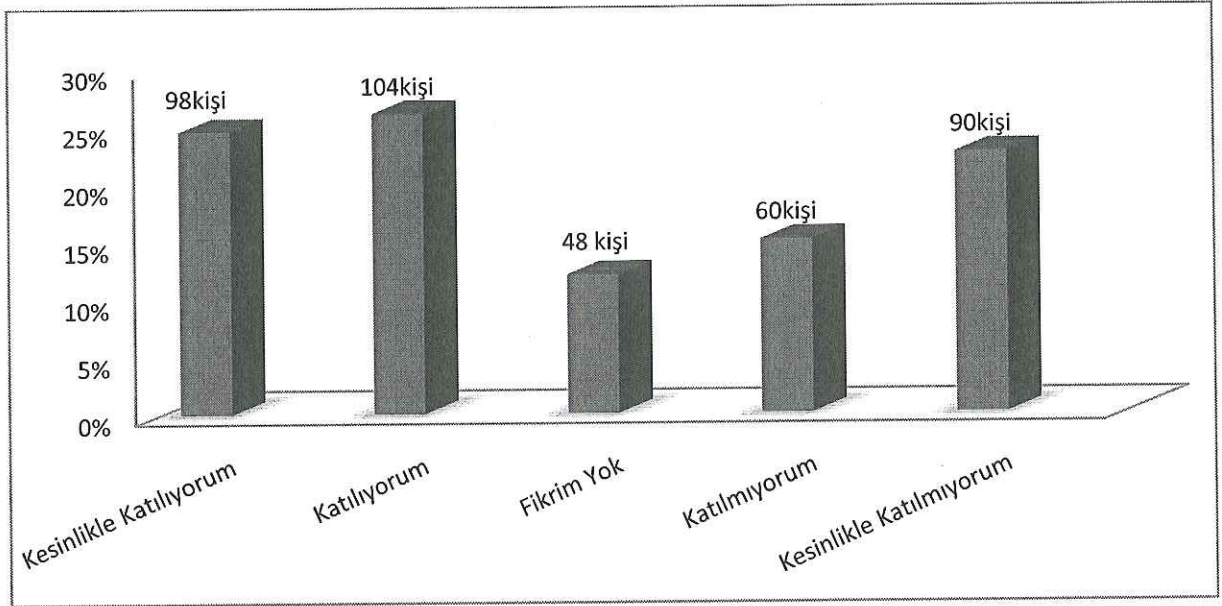
**Grafik 35: “Belediyenin Sorun ve Şikayetlere Yönelik Etkin Bir Cevap Sistemi Vardır” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



### 3. 5. 2. 29. “Yapılan Hizmetlerin Yeterli Sayıda Görevli ve Kaliteli Bulunduğunu Düşünüyorum”

Yerel halk Antakya Belediyesinin yeterli sayıda görevli ile kaliteli hizmet sunulduğunu belirtmektedir. Diğer yandan fazla eleman çalıştırıldığını düşünenler de vardır. Yine 400 kişiden 90’ı yeterli çalışan ve hatta kaliteli hizmete dair düşüncesini kesinlikle hayır olarak belirtir. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %24,5, Katılıyorum %26, Fikrim Yok %12, Katılmıyorum %15, Kesinlikle Katılmıyorum %22,5’i göstermektedir.

**Grafik 36: “Yapılan Hizmetlerin Yeterli Sayıda Görevli ve Kaliteli Bulduğunu Düşünüyorum” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**

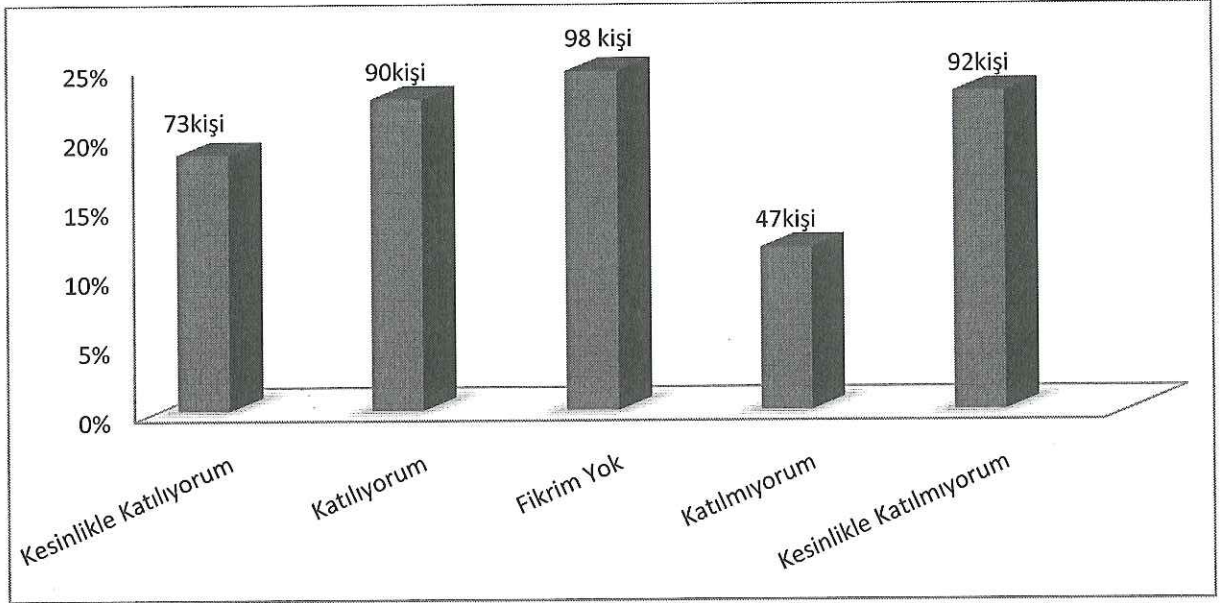


### 3. 5. 2. 30. “İşlemler Konusunda Belge, İzin, Onay vb. Durumların Bize Güçlük Çıkartacak Derecede Olmadığını Düşünüyorum”

Katılımcıların bu grafikte katılma dereceleri birbirine yakındır. Ancak beldi işlemlerde Antakya Belediyesine başvuru yapmayanlar bu yargıya “Fikrim Yok” şeklinde cevap vermiştir. Yine de işlemlerin belge, izin, onay vb. durumlarda güçlük çıkarmadığını belirten katılımcılar; güçlük çıkardığını belirten katılımcılardan daha fazladır. Bulgular; Kesinlikle Katılıyorum %18,25, Katılıyorum %22,5, Fikrim Yok %24,5, Katılmıyorum %11,75, Kesinlikle Katılmıyorum %23’i göstermektedir.



**Grafik 37: “İşlemler Konusunda Belge, İzin, Onay vb. Durumların Bize Güçlük Çıkartacak Derecede Olmadığını Düşünüyorum” İfadesindeki Yargıya Yerel Halkın Katılım Dereceleri**



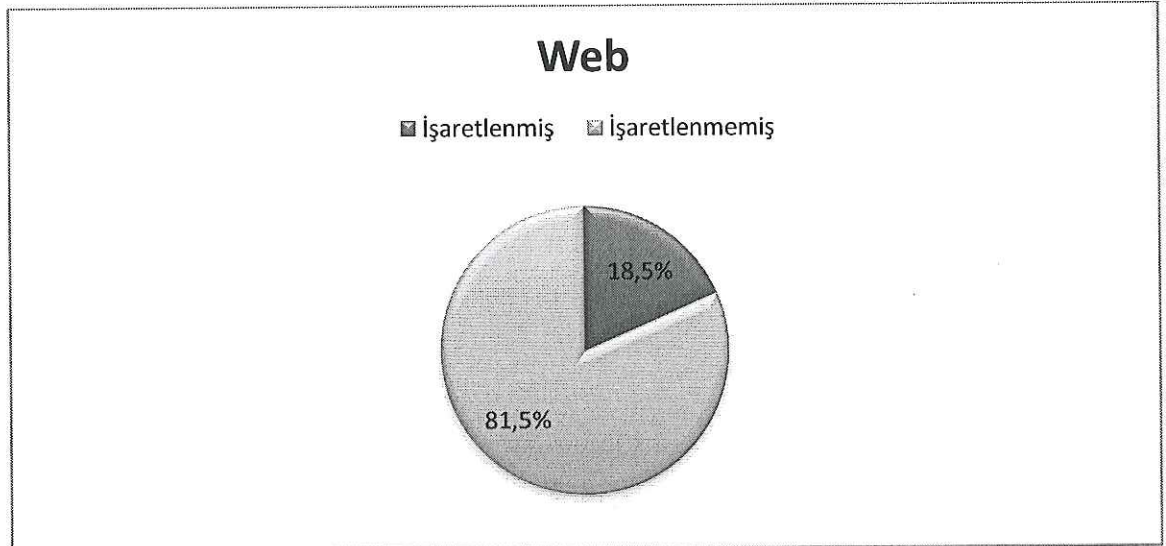
### 3. 5. 3. Antakya Belediyesinde Genel Halkla İlişkiler Sürecinin İşleyişi

#### 3. 5. 3. 1. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılan Araçlar

##### 3. 5. 3. 1. 1. Web Kullanma Durumu

Anket analizinde ortaya çıkan sonuçlarda araştırmaya katılan 400 katılımcının %18,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere web aracılığıyla ulaştığını belirtmiştir.

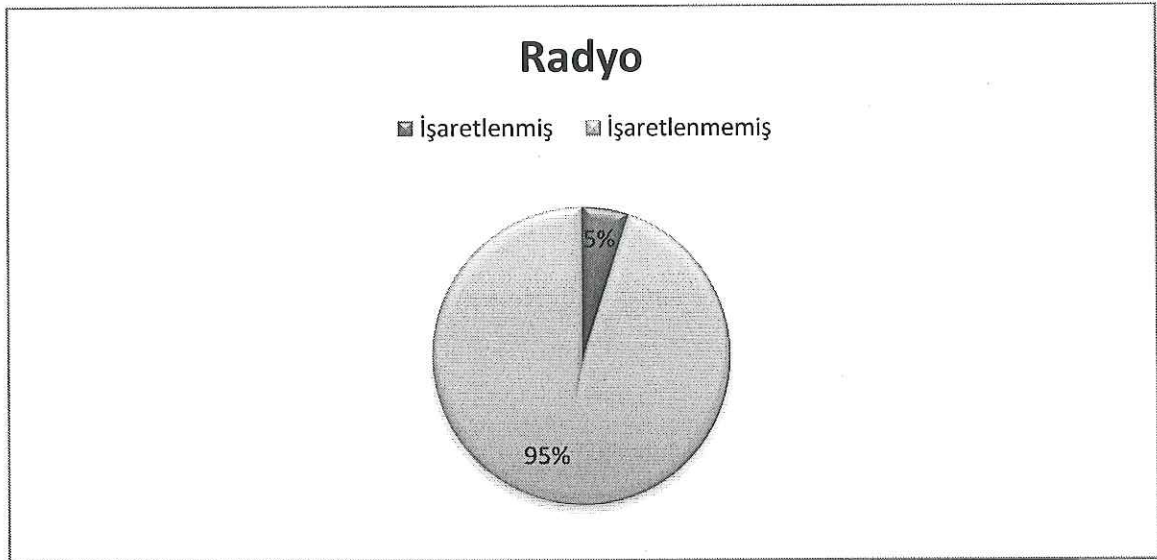
**Grafik 38: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Web Kullanma Dağılımı**



### 3. 5. 3. 1. 2. Radyo Kullanma Durumu

Anketlerin analizinden elde edilen sonuçlara göre araştırmaya katılan 400 katılımcının %5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere radyo aracılığıyla ulaştığını belirtmiştir. Bu oldukça dūřuk bir değerdir. Bu nedenle Antakya Belediyesinin önem vermesi gereken halkla ilişkiler araçları arasında yer alır.

**Grafik 39: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Radyo Kullanma Dağılımı**

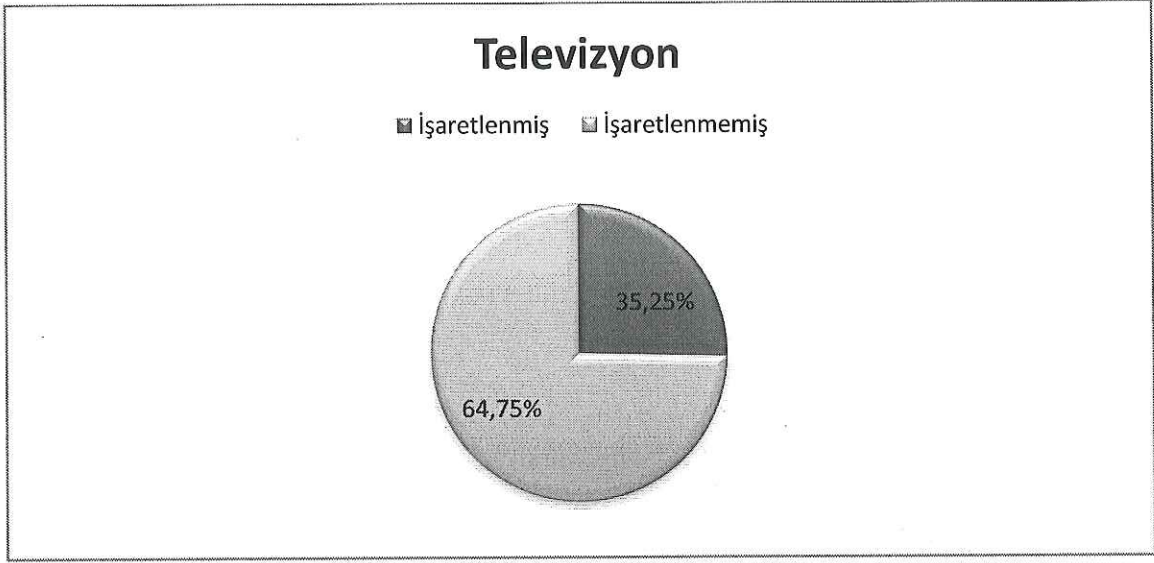


### 3. 5. 3. 1. 3. Televizyon Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %32,25'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Televizyon aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.



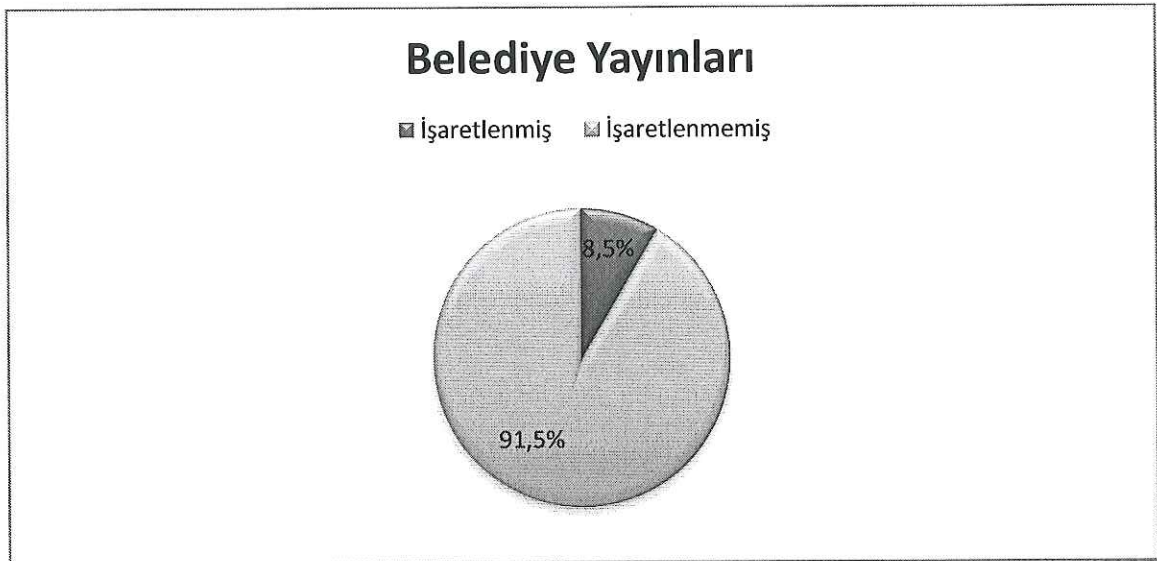
**Grafik 40: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Televizyon Kullanma Dağılımı**



#### 3. 5. 3. 1. 4. Belediye Yayınlarını Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %8,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Belediye Yayınları aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.

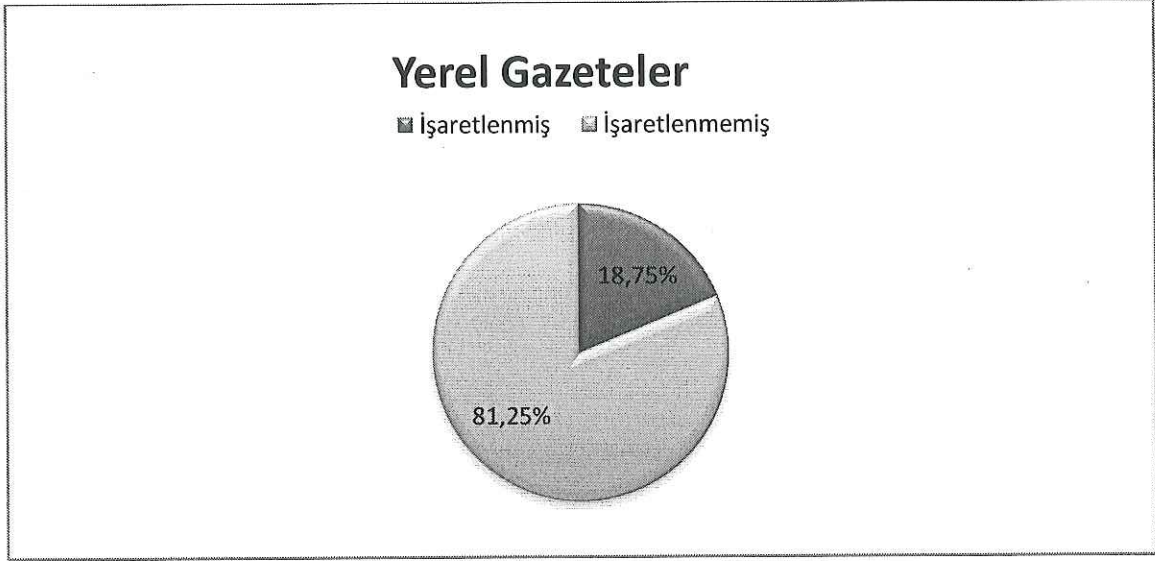
**Grafik 41: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Belediye Yayınlarını Kullanma Dağılımı**



### 3. 5. 3. 1. 5. Yerel Gazeteleri Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %18,75'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Yerel Gazeteler aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.

**Grafik 42: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Yerel Gazeteleri Kullanma Dağılımı**

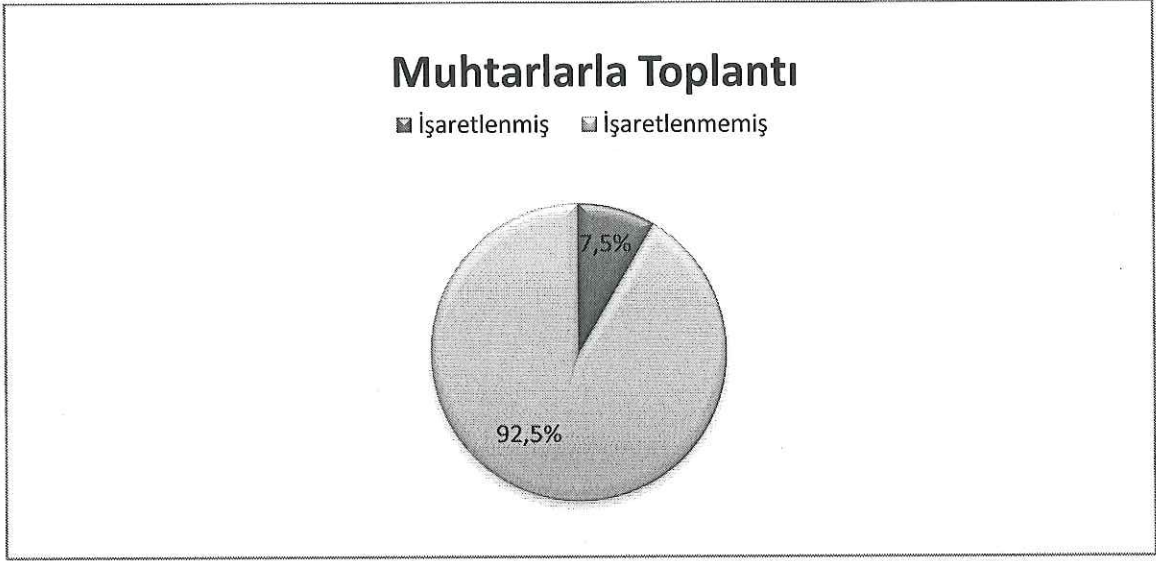


### 3. 5. 3. 1. 6. Muhtarlarla Toplantıları Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %7,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Muhtarlarla Toplantı aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.



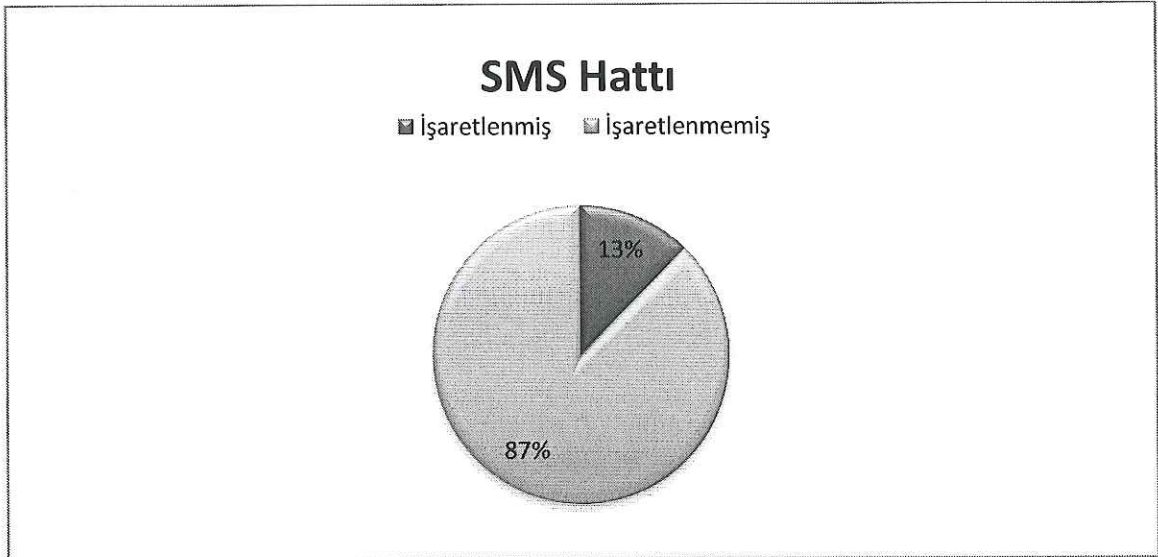
**Grafik 43: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Muhtarlarla Toplantıları Kullanma Dağılımı**



### 3. 5. 3. 1. 7. SMS Hattı Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %13'ü Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere SMS Hattı aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.

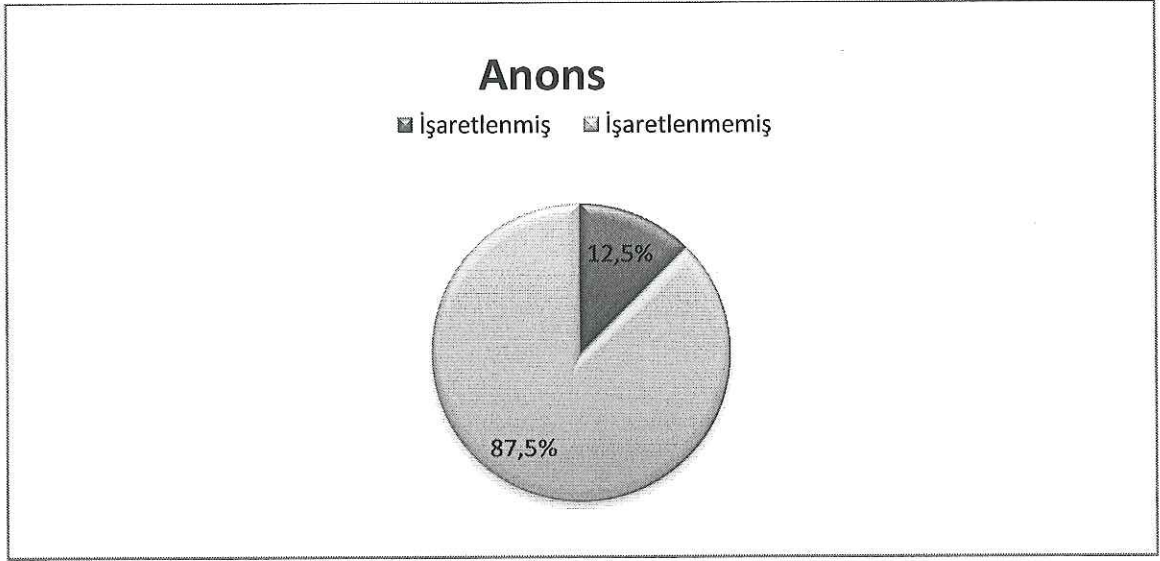
**Grafik 44: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada SMS Hattı Kullanma Dağılımı**



### 3. 5. 3. 1. 8. Anons Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %12,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Anons aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.

**Grafik 45: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Anons Kullanma Dağılımı**

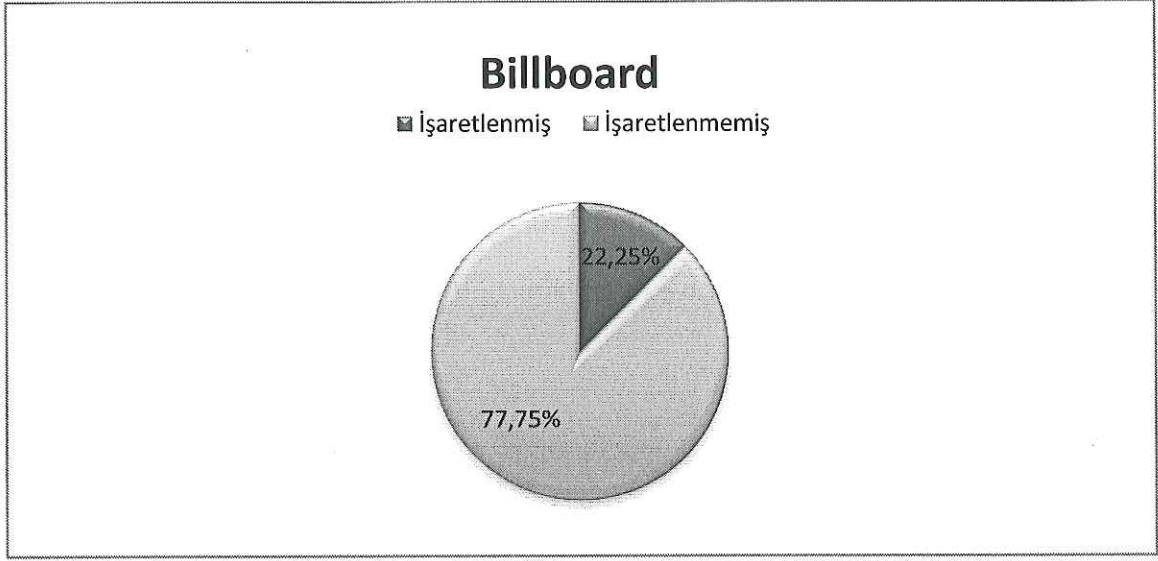


### 3. 5. 3. 1. 9. Billboard Kullanma Durumu

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %22,25'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Billboard aracılığıyla ulaştığı ortaya çıkmıştır.



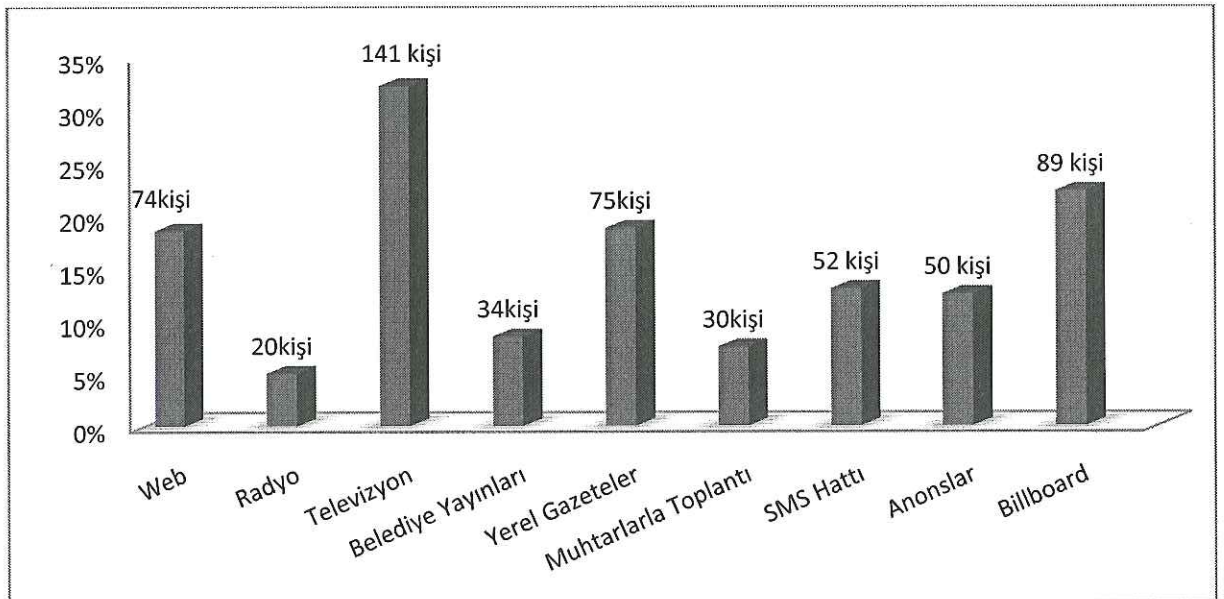
**Grafik 46: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Billboard Kullanma Dağılımı**



### 3. 5. 3. 1. 10. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılan Araçların Genel Durumu

Sıradaki grafikte yerel halkın belediye hakkındaki bilgilere en çok görsel araçlarla ulaştığı görülmektedir. Televizyon ve billboardlar arasında belediyenin tercih ettiği araçlar, halkla ilişkiler içerisindeki en önemli araçlar arasında yer alır. Belediyenin bu araçları kullanması, halkla ilişkiler açısından uygun bir tercih olmakla beraber belediyeye ulaşmak için yeterli değildir.

**Grafik 47: Katılımcıların Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılan Araçların Dağılımı**

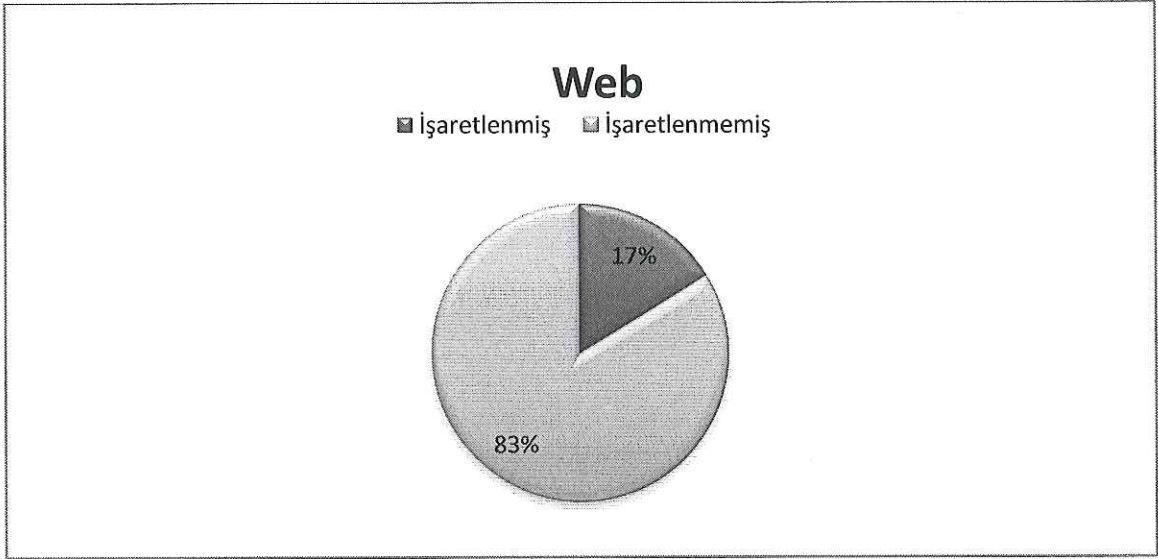


### 3. 5. 3. 2. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılmak İstenilen Araçlar

#### 3. 5. 3. 2. 1. Web Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %17'si Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Web aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir. Bu durum her vatandaşın internet olanağına sahip olamamasından ileri gelmektedir.

**Grafik 48: Belediye ile İlgili Bilgilere Web Aracılığıyla Ulaşmak İstediğini Belirten Katılımcıların Dağılımı**

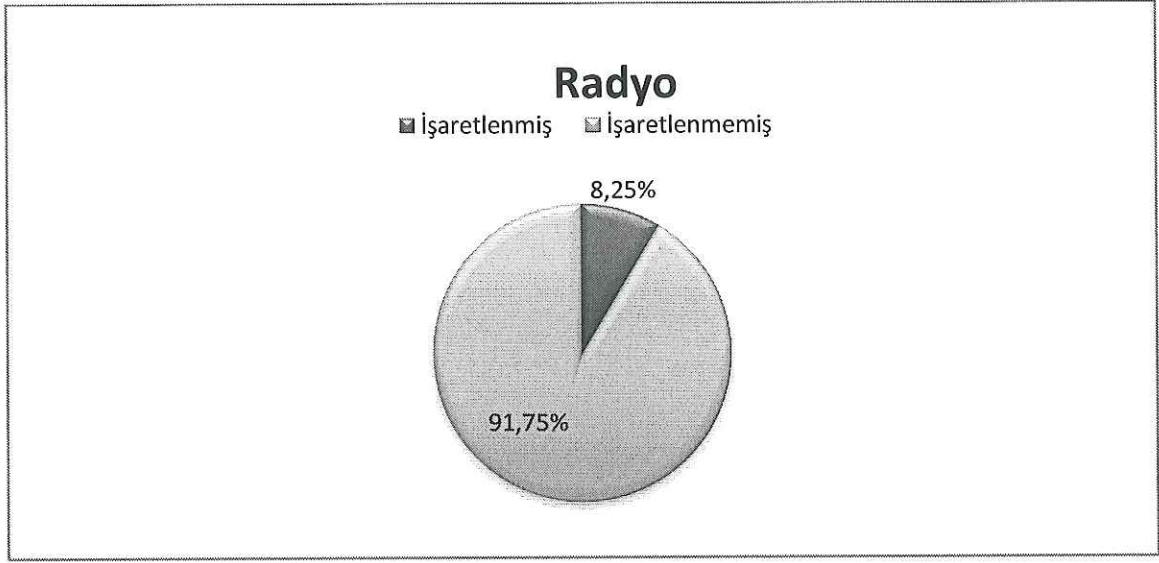


#### 3. 5. 3. 2. 2. Radyo Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %8,25'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Radyo aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.



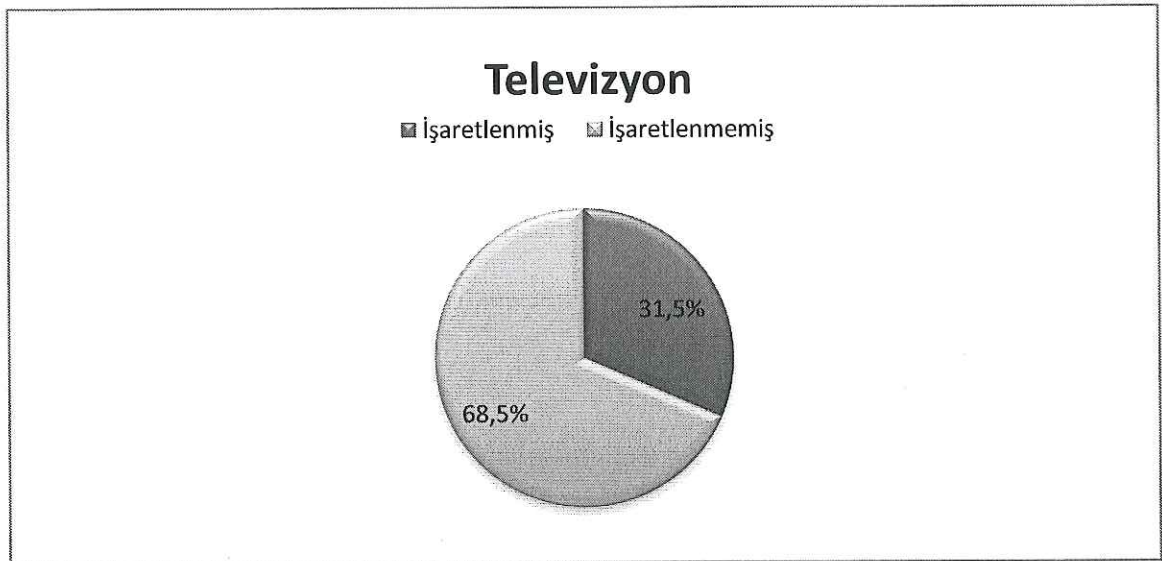
**Grafik 49: Belediye ile İlgili Bilgilere Radyo Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 2. 3. Televizyon Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %31,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Televizyon aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

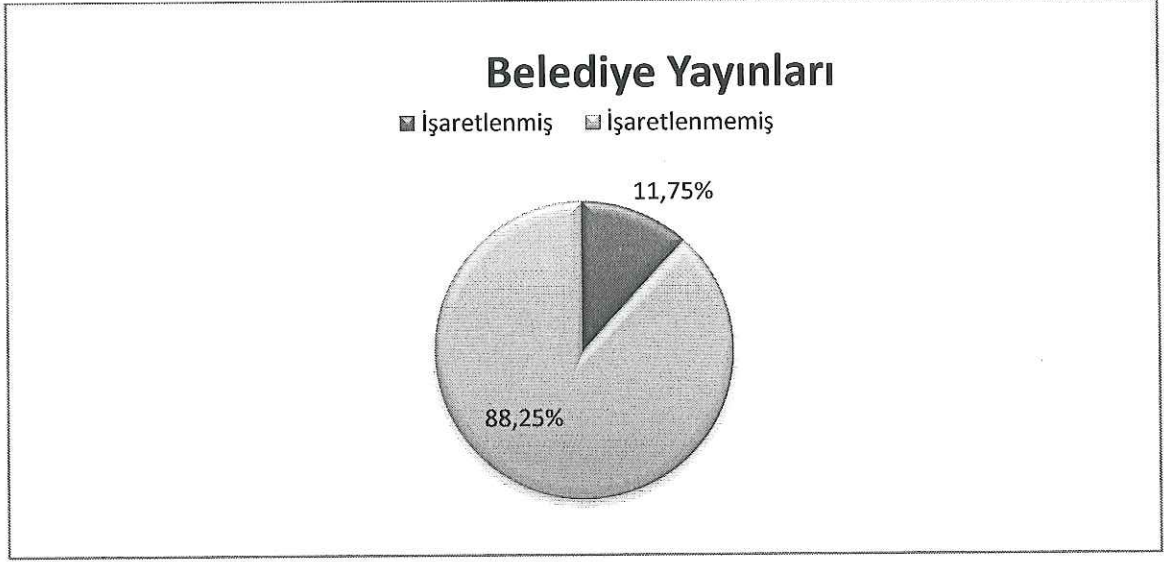
**Grafik 50: Belediye ile İlgili Bilgilere Televizyon Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 2. 4. Belediye Yayınları Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %11,75'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Belediye Yayınları aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

**Grafik 51: Belediye ile İlgili Bilgilere Belediye Yayınları Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 2. 5. Yerel Gazeteleri Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %14,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Yerel Gazeteler aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

**Grafik 52: Belediye ile İlgili Bilgilere Yerel Gazeteler Aracılığıyla Ulaşmak İstedğini Belirten Katılımcıların Dağılımı**

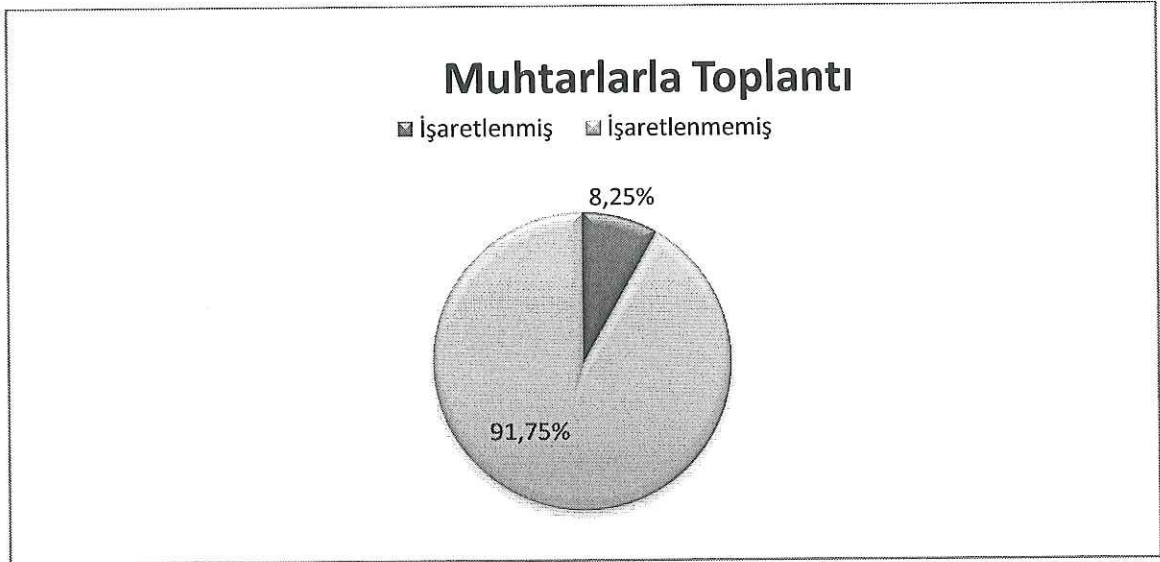




### 3. 5. 3. 2. 6. Muhtarlarla Toplantıyı Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %8,25'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Muhtarlarla Toplantı aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

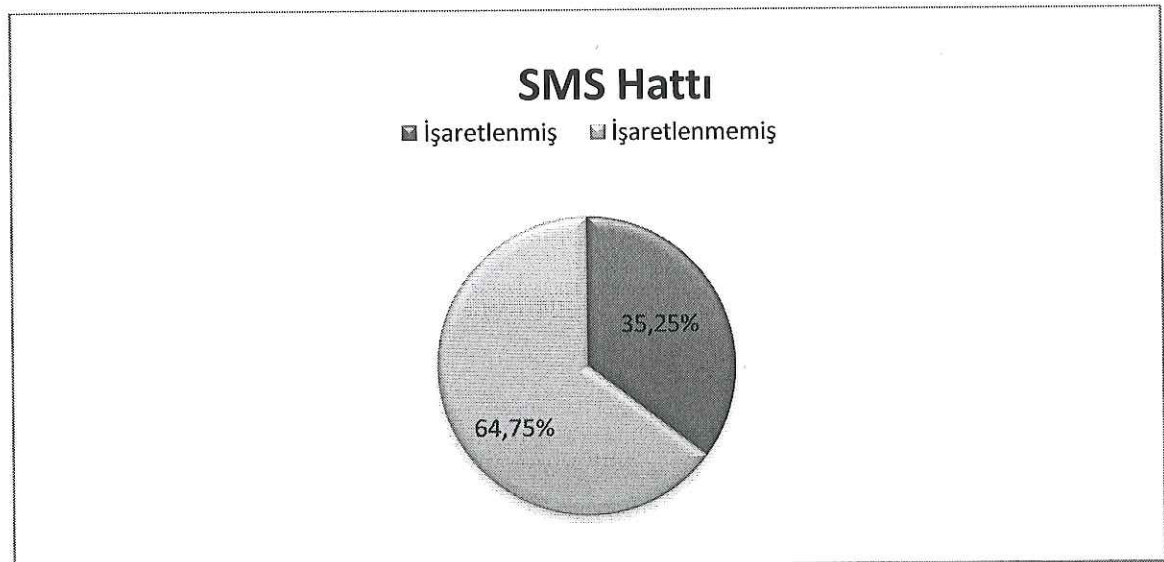
**Grafik 53: Belediye ile İlgili Bilgilere Muhtarlarla Toplantı Aracılığıyla Ulaşmak İstediyini Belirten Katılımcıların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 2. 7. SMS Hattı Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %35,25'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere SMS Hattı aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

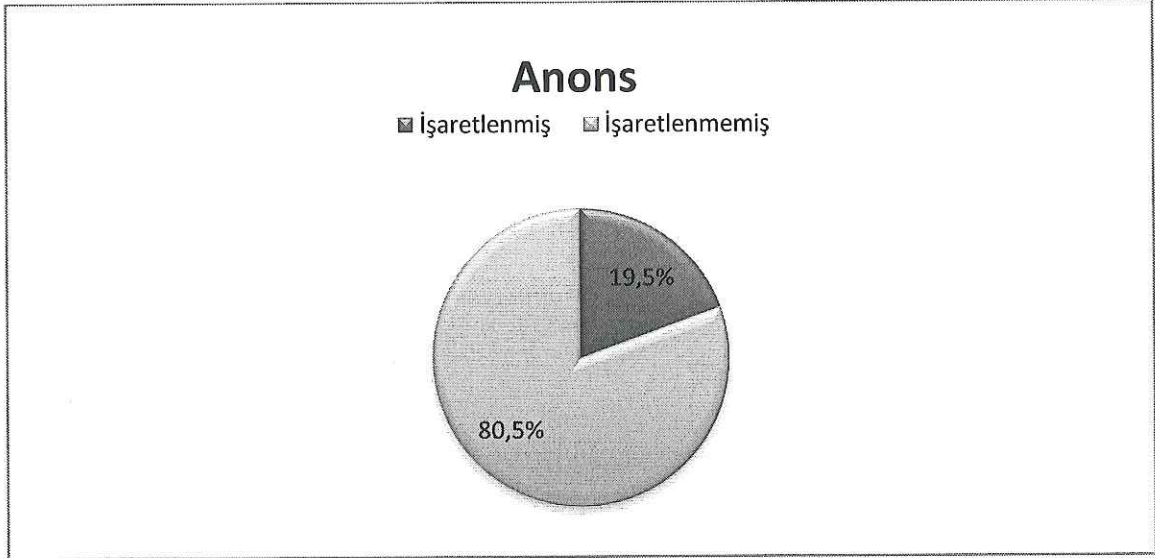
**Grafik 54: Belediye ile İlgili Bilgilere SMS Hattı Aracılığıyla Ulaşmak İstediyini Belirten Katılımcıların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 2. 8. Anons Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %19,5'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Anons aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

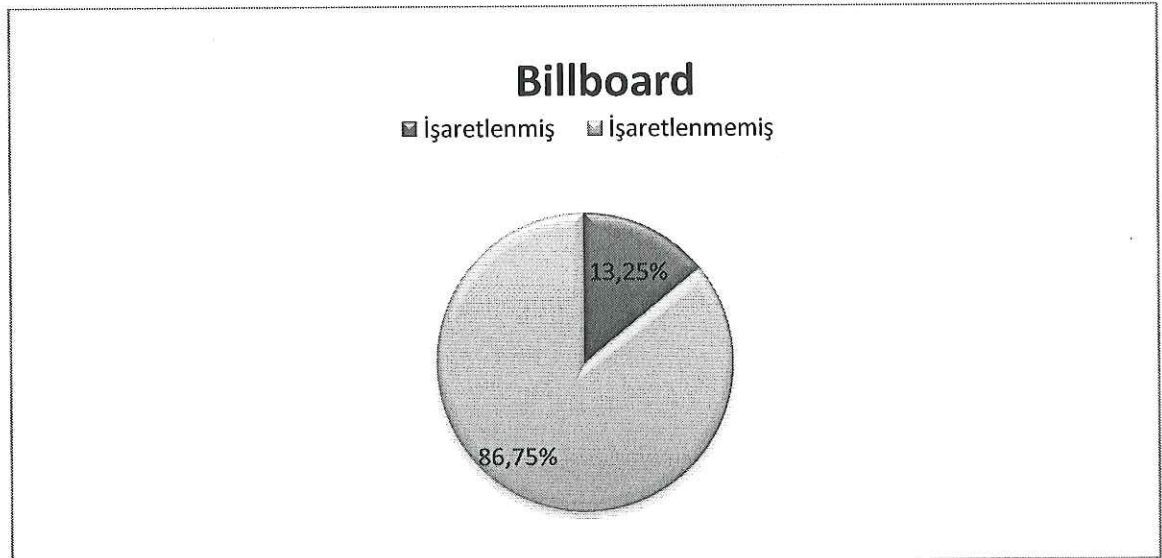
**Grafik 55: Belediye ile İlgili Bilgilere Anons Aracılığıyla Ulaşmak İstediyini Belirten Katılımcıların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 2. 9. Billboard Kullanma Talebi

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre, ankete katılan 400 katılımcının %13,25'i Antakya Belediyesi ile ilgili bilgilere Billboard aracılığıyla ulaşmak istediğini belirtmiştir.

**Grafik 56: Belediye ile İlgili Bilgilere Billboard Aracılığıyla Ulaşmak İstediyini Belirten Katılımcıların Dağılımı**

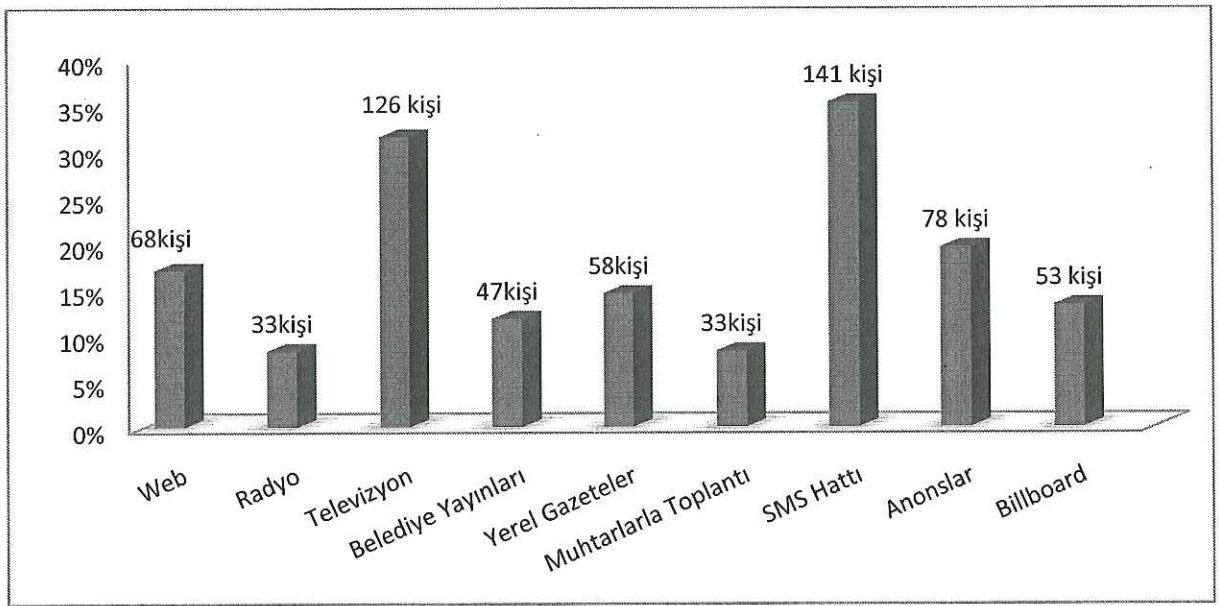




### 3. 5. 3. 2. 10. Antakya Belediyesi ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Kullanılmak İstenilen Araçların Genel Durumu

Yukarıda belirtildiği gibi katılımcıların çoğu belediyeye ulaşmak için görsel-işitsel bir araç olan televizyonu ve şahsi bir iletişim aracı olan cep telefonundaki SMS hattını tercih etmektedir. Antakya ve belediyedeki gelişmelerden birebir haberdar olmak isteyen katılımcılar halka karşı ilgili ve duyarlı bir belediye yönetimi istemektedir.

**Grafik 57: Belediye ile İlgili Bilgilere Ulaşmada Katılımcıların Kullanmak İstedikleri Araçların Dağılımı**



### 3. 5. 3. 3. Antakya Belediyesine İlişkin Şikayetlerin Durumu

Antakya Belediyesine yapılan başvuruların oldukça düşük olduğunu görmekteyiz. Anket uygulaması sırasında katılımcıların başvuru yapma konusunda çekimser olduğu izlenimi elde edilmiştir. Özellikle şikayet edip etmeme konusunda tereddütlü davranmaktadır. Yerel halkın kendi belediyesiyle irtibat kurmaktan çekindiğini belirtebiliriz.

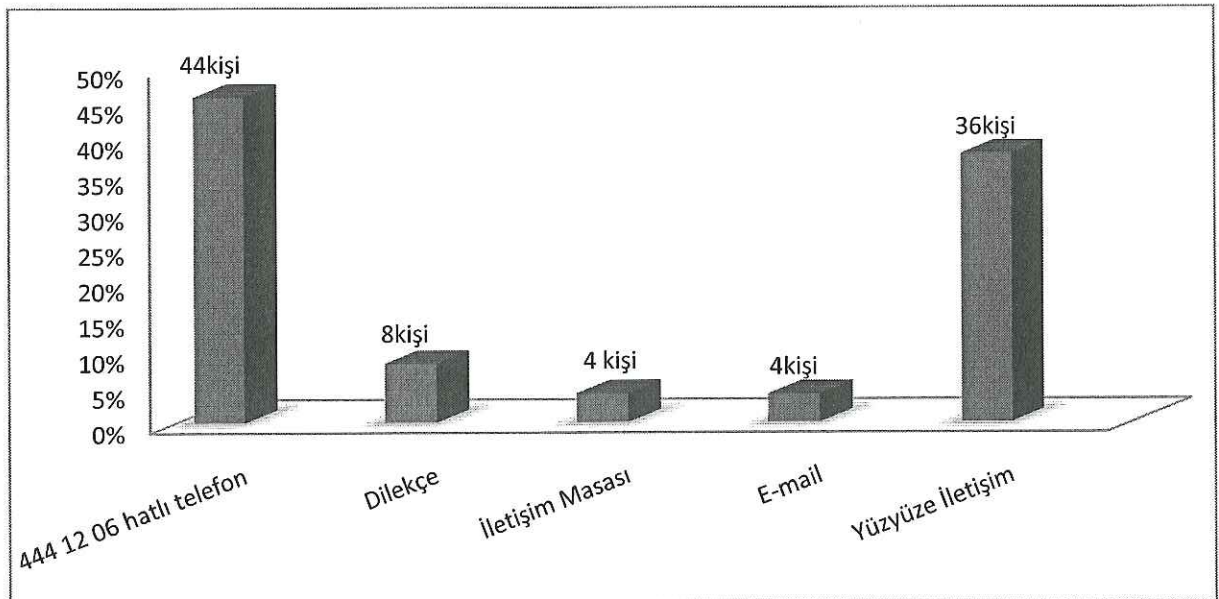
**Grafik 58: Katılımcıların Belediyeye Son 12 Ay İçinde Yaptıkları Şikayet Dağılımı**



#### 3. 5. 3. 4. Antakya Belediyesine Yapılan Şikayetleri İletme Yolları

Şikayet edenlerin en çok kullandığı halkla ilişkiler aracı 444 12 06 hatlı özel telefondur. İkinci başvurulan araç ise belediye çalışanlarıyla yüzyüze iletişim kurmaktır. 400 katılımcının 96'sı belediyeye şikayette bulunmuş ve bunlardan 44'ü telefon aracılığıyla iletişime geçmiştir. Diğer yandan yüzyüze iletişimi daha ikna edici bulan katılımcılar da bulunmaktadır.

**Grafik 59: Katılımcıların Belediyeye Şikayetlerini İletme Yollarının Dağılımı**

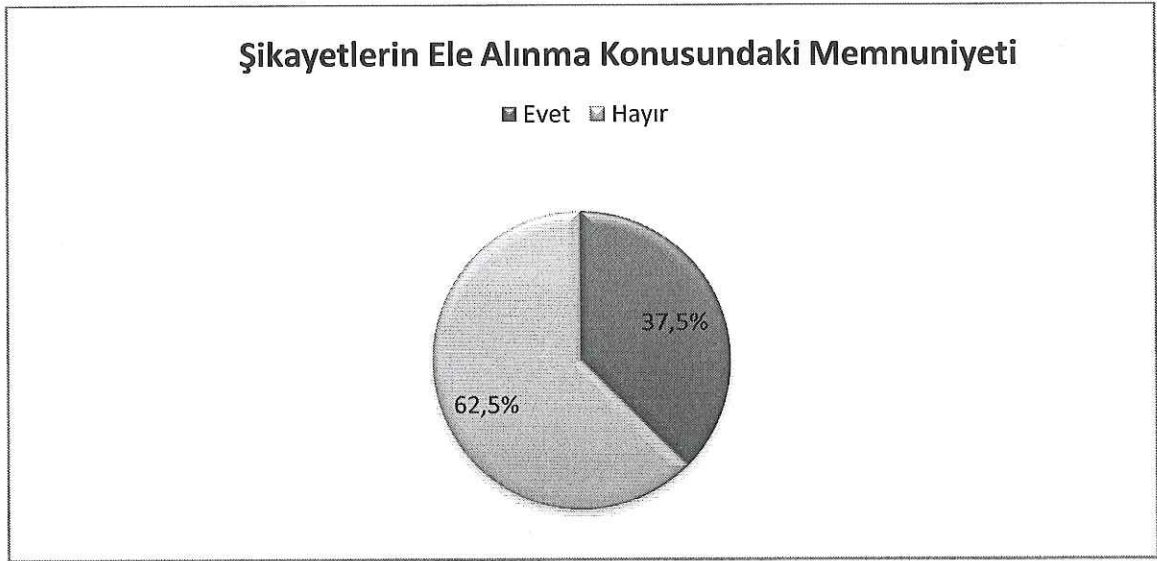




### 3. 5. 3. 5. Antakya Belediyesine Yapılan Şikayetlerin Ele Alınma Yöntemleri İle İlgili Memnuniyet Durumu

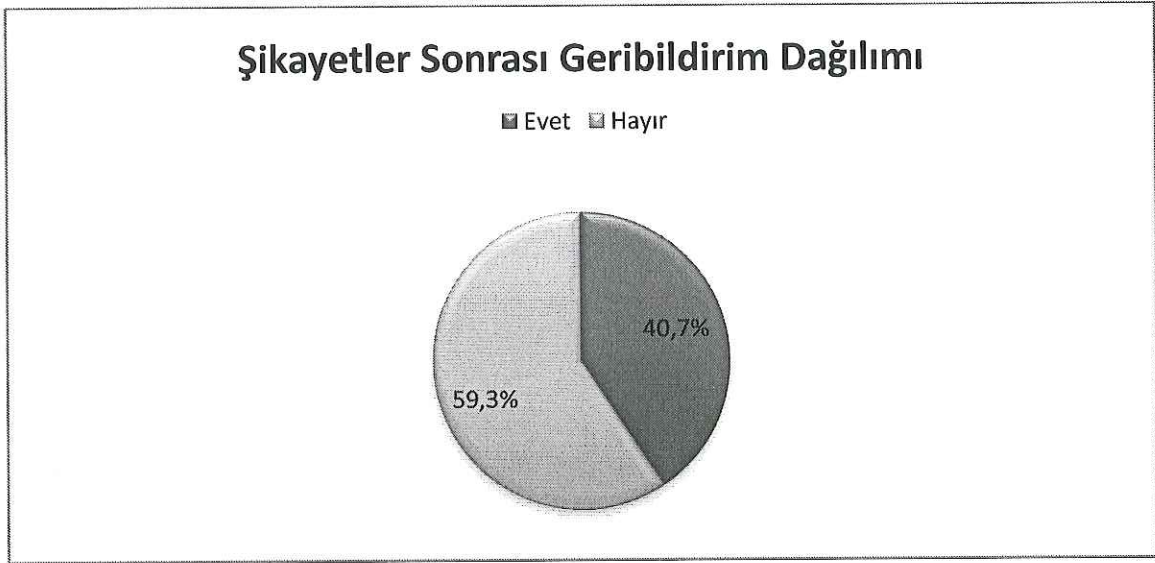
Antakya Belediyesinin şikayetlerin değerlendirilmesi konusunda şikayette bulunan katılımcıların memnuniyeti %37,5 olarak belirlenmiş olup oldukça düşük bir orana ulaşılmıştır. Burada sadece 36 kişi memnuniyetini belirtmiştir.

**Grafik 60: Katılımcıların Şikayetlerin Belediye Tarafından Ele Alınış Konusundaki Memnuniyet Dağılımı**



### 3. 5. 3. 6. Yapılan Şikayetler Sonrasında Antakya Belediyesinin Geribildirim Durumu

Halkın yaptığı şikayetlere belediye tarafından geribildirim yapıp yapılmadığına bakıldığında; şikayet iletenlerin %40,7'sini belirten 39 kişinin geribildirim aldığı anket sonuçlarında ortaya çıkmıştır. Bu durum halkın yaptığı şikayetlerin yönetim tarafından dikkate alınmadığını ve geribildirime gerek duyulmadığını göstermektedir.

**Grafik 61: Şikayetler Sonrasında Belediyenin Geribildirim Dağılımı**

### 3. 5. 3. 7. Katılımcıların Antakya Belediyesine Yaptığı Başvurulara Dair Konu veya Sorunlar ve Başvuru Süreleri

Yapılan araştırma sonucu belediyeye yapılan başvuru hakkında aşağıdaki tablolara ulaşılmıştır. Genelde zorunlu bir kamusal iş veya işlem olduğu vakit başvuru yapıldığı izlenimi tablolardan elde edilmektedir. Katılımcıların çoğu zaman belediye ile herhangi bir irtibata geçmediği görülmektedir. Ankete katılan 400 kişiden sadece 130'u belediyeye ilişki kurmuştur. Başvurulan konu veya sorunları dörde ayırabiliriz: Trafik ve yol, çevre, kişisel, kentin altyapısı. Bunlar içerisinde en çok kişisel ve altyapı konu veya sorunlar için Antakya Belediyesiyle irtibata geçilmektedir. Ancak başvuru yapmadığını ve nedenini belirten vatandaşların durumu şu şekildedir:

**Tablo 2: Belediyeye Herhangi Bir Birime Belli Bir Sorunu İletmeyenler**

Yanıt	Frekans	Yüzde
Birimlere Ulaşamayacağımı Düşünmekteyim	3	15,78
Vatandaşla İlgileneceğini Düşünmüyorum, Ciddiye Almazlar	7	36,86
Belediye Başkanına Ulaşılamayacağını Düşünmekteyim	4	21,05
Sorunun Çözümüne İnanmıyorum	5	26,31
Toplam	19	100



Belediye yönetiminin kent içerisindeki görev ve sorumlulukları çok fazla belirsiz ve geniştir. Bu durum belediyenin yerel güç olmasını engeller. Belirli olan tek unsur yetki sahibi olduğu coğrafi alandır. Oysa trafik gibi düzenlemelerin belediyenin görevleri içerisinde yer alması, belli sorunların sorumluluk alanının belediyeye ait olduğunu gösterir. Antakya kentine dair hemşerilerin Antakya Belediyesine başvurduğu konu veya sorunlar ise aşağıdaki gibidir. Bunları çevre ile ilgili düzenlemeler ve doğrudan bağlantılı altyapı sorunları izler. Ancak Antakyalıların en çok kişisel sorunları için başvurduğu görülür.

**Tablo 3: Trafik ve Yol ile İlgili Başvurulan Konu veya Sorunlar**

Başvuru Yılı	Konu/Sorun	Frekans	Yüzde
2012	Şehir İçi Ulaşım	1	11,11
2014	Yol Güzergahı	1	11,11
2014	Otobüs Durakları	1	11,11
2014	Yol Çalışmaları	2	22,22
2013-2014	Trafik Düzenlemeleri	3	33,33
2013-2014	Motorlu Taşıtların Park Etmesi	1	11,11
	Toplam	9	100

Yukarıdaki tabloda Antakya'daki trafik sorunları üzerine belediyeye başvuru yapıldığını görmekteyiz. Özellikle trafik düzenlemeleri konusunda şikayetlerin bulunduğunu belirtebiliriz.

**Tablo 4: Çevre ile İlgili Başvurulan Konu veya Sorunlar**

Başvuru Yılı	Konu/Sorun	Frekans	Yüzde
2014	Apartman Yapılarının Yıkılması ile Doğan Tozdan Duyulan Rahatsızlık	1	16,66
2013	Çevre Temizliği	3	50
2014	Çöp Vergisi Yüksek Olması	1	16,66
2013	Park	1	16,66
	Toplam	6	100

Katılımcıların belediyeye çevre ile ilgili yaptığı başvurularda Antakya kentinin çevre temizliği konusunda belediyenin hassasiyet göstermesi gerektiği belirtilmektedir.

**Tablo 5: Altyapı ile İlgili Başvurulan Konu veya Sorunlar**

Başvuru Yılı	Konu/Sorun	Frekans	Yüzde
-	Rögar Kapağı	5	8,47
2012-2014	Kanalizasyon	23	38,98
2012-2013	Altyapı Çalışmaları	2	3,38
2014	Mahallenin Altyapısı	1	1,69
2013-2014	Suların Sık Sık Kesilmesi	8	13,55
2014	Kaçak Su Kullanımı	1	1,69
2014	Kaldırım Taşları	2	3,38
2014	Sokak Aydınlatılması	1	1,69
2013-2014	Kanal Tıkanıklığı	6	10,16
2013-2014	Su Sayacı	3	5,08
2013	Doğalgaz Altyapısı	1	1,69
2012	Elektrik Kesintisi	1	1,69
2012	Elektrik Faturası (Ceza-Faiz Gelme Durumu)	1	1,69
2013-2014	Su Faturası	3	5,08
-	Su Baskını (Yağmursuyu Drenaj Sorunu)	1	1,69
	Toplam	59	100

Katılımcılar kentsel altyapı konusunda birçok sorun yaşadığını ve belediyenin temel yerel yönetim hizmetini gerektiği şekilde yerine getirmediğini belirtmektedir.

**Tablo 6: Kişisel Konu veya Sorunlar**

Başvuru Yılı	Konu/Sorun	Frekans	Yüzde
2014	Esnafın Tezgah Sorunu	1	2,17
2014	Zabitanın Olumsuz Tavırları	1	2,17



2011-2014	İşsizlik/İş Talebi	12	26,08
2014	Belediyeye ait Salonu Kiralamak	1	2,17
-	Ustalık Belgesi	1	2,17
2013-2014	İşyeri Açma Ruhsatı	3	6,52
2013	Dernek Kurmak	2	4,34
2011	Ev Yıkım Kararı	1	2,17
2013	Belediye Cezaları	1	2,17
2013	Pazar Yeri Değişikliği	1	2,17
2013	Park Görevlisinin Tavırları	1	2,17
2014	Parsel	1	2,17
2013-2014	Hastalık/Sakatlık veya Yaşlılık Maaşı	3	6,52
2014	Tabela Vergisinin Yüksek Gelmesi	1	2,17
2014	Belediye Personelinin Tavırları	2	4,34
2013-2014	Burs Talebi	2	4,34
2013-2014	Suriyeli Göçmenlerin Olumsuz Tavırları	2	4,34
-	Vize Alma	1	2,17
2014	Emlak Vergisinin Yüksek Gelmesi	2	4,34
2013-2014	Tapu Sıkıntısı	4	8,69
-	TOKİ Başvuruları	1	2,17
2013	İmar İzni	1	2,17
-	Oturulan Bina ile ilgili	1	2,17
	Toplam	46	100

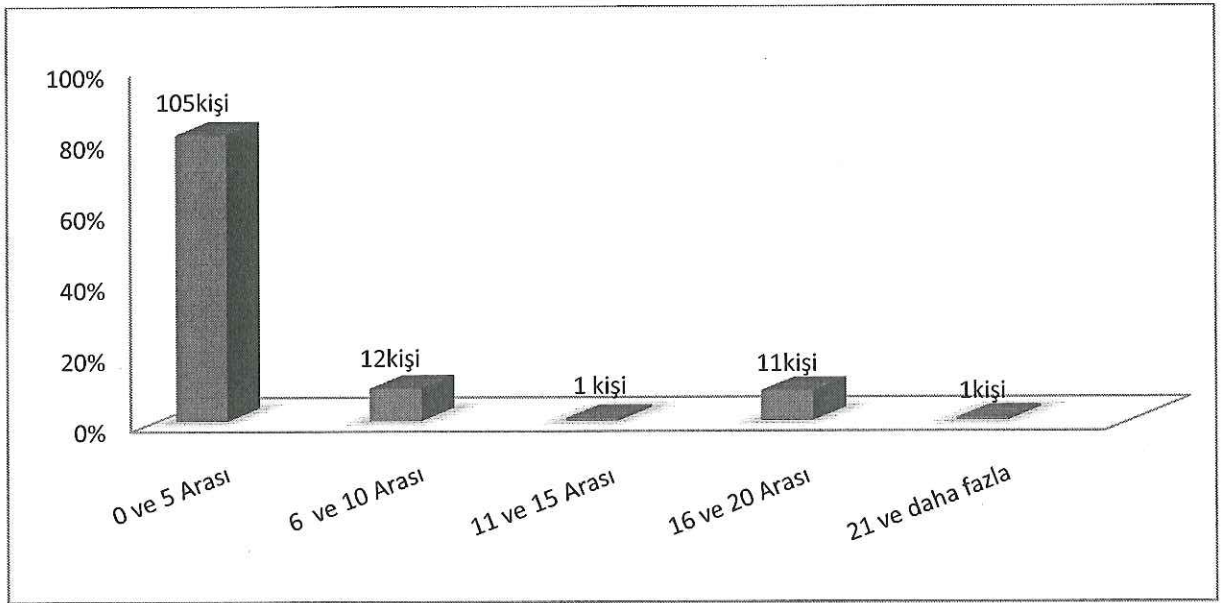
Araştırmaya katılanlar en çok kendi kişisel sorunları konusunda Antakya Belediyesine başvuru yapmıştır. Bu olumsuz durumun kente dair sorunları da içerdiği gözlemlenebilir.

### 3. 5. 3. 8. Son 5 Yıldaki Antakya Belediyesine Yapılan Başvuruların Sıklık Durumu

400 katılımcı içerisinde Antakya Belediyesine yapılan başvuruların sayısı 130'dur. Bu sayı oldukça düşüktür. Belediyeye başvuru sıklığına

bakıldığında genelde başvuru sayısı 0-5 arasındadır. Bu araştırmaya katılanların %32,5'ini içermektedir. Burada yerel halk içerisinde bizzat yaptığı başvurulara herhangi bir karşılık alamamanın verdiği bir kabullenmenin varlığı bulunmakta ve özellikle genel kent sorunları için başvuruların yapılmadığı görülmektedir. Yerel halk için belediyeye başvuru yapmak, belediyeye karşı gelme veya farklı siyasi düşüncede olduğu izlenimi vermeye eşdeğer tutulmaktadır.

**Grafik 62: Son 5 Yılda Belediyeye Yapılan Başvuruların Sıklık Dağılımı**





## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Hem yönetsel hem de kurumsal genel politikayı içeren halkla ilişkiler her alanda olduğu gibi yerel yönetimler alanında da ortaya çıkmaktadır. Yerel yönetimlerin bir hizmet kuruluşu olarak halka daha yakın olması, halkla ilişkileri daha önemli bir yapıya dönüştürmüştür. Yerel güç olarak halkın etkili olması, merkezi yönetim veya ulus-üstü ölçekte örgütlenmiş olan firma ve şirketlere ek olarak AB gibi uluslar arası kuruluşların etkili olmasından daha olağan bir durumdur (Şengül, 2001:155).

Yerel yönetimler halkın onayını almak için daha çok çaba sarf etmelidir. Bu nedenle sürekli değişen halkla ilişkiler araçları ve yöntemleri konusunda dünyadaki gelişmeleri takip etmek ve teknolojik yeniliklerden yararlanmak gerekir. Ancak teknik dolanım ve yeni yönetim anlayışı halkla ilişkilerin temelini oluşturan halk kavramının önemini yadsımamalıdır. Çünkü halkı tanıma çabasından yoksun sadece halka ulaşma amacı taşımak, halkla ilişkiler faaliyetini tek yönlü ilişki olan propagandaya dönüştürür. Oysa demokratik yapının bir parçası olduğu düşünülen halkla ilişkiler, küreselleşme düşüncesini ifade eden ve var olan siyasi ve ekonomik sistemin devamlılığı üzerine kurgulanmış bir uygulamadır. Topluma kamusal çıktı (mal-hizmet vb.) verilmeden önce bazı önemli sorunlar ve beklentilerin neler olduğu konusunda tartışmaya da gidilir. Bu tartışmalar doğrultusunda halkla ilişkiler işleyişi, araçları, tanımı, kuramı ve tarihteki yeri dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sürekli olarak gelişmektedir.

Yıllar yılı devlet-halk arasındaki çatışma her daim en büyük toplumsal ve siyasal sorun teşkil etmiştir. Halk kavramına bakış açıları arasındaki farklılıklardan kaynaklanan halkla ilişkiler sorunu teorik ve pratik tartışmalarla ilgilidir. Bu tartışmaların başında, zorunlu yaşanan küreselleşmeye rağmen ulusal ekonominin insan varlığını yani kendi halkını korumak bulunur. Bu nedenle yönetim halkla ilişkiler araç ve yöntemlerine başvurmuştur. Ulus-devletin ayakta kalma çabası kendi halkıyla bir arada ve işbirliği içerisinde farklı halkları birleştirmesiyle başarıya ulaşır. Ulus-devleti yokuşa sürükleyen mikro-milliyetçilik yapısı veya gerek şirketler biçiminde gerekse uluslar arası

kuruluşlarla ulus-üstü örgütlerin güçlenmesiyle ulus-devletin devamlılığı sorgulanmaya başlanmıştır. Bu nedenle başta yönetim-halk barışı olmak üzere kentleşmenin getirdiği sorunlardan baş edemeyen halk kesimlerin kontrol edilmesi gerektiğini öne süren anlayışla yerel yönetimler halkla ilişkiler yöntem ve araçlarını uygulamaya geçirmiştir. Bunun aksine görüntü ve hitabet sanatıyla bir tür dengeleme ve uzlaşma işlevi gören bu kavram günümüzde demokratik bir yapı kazanarak katılım olgusunun güçlenmesine ortam hazırlamıştır (Güllüpunar, 2006:19). Demokrasinin beşiği olan belediyelere tam bir katılımın sağlanması için de yansız belediyeçilik anlayışının oluşturulması gerekir. Bu yapı belediyelerden yana bir kamuoyunun oluşmasına ortam sağlayacaktır (Güllüpunar, 2006:69). Hükümet politikaları ve eylemleri bireylere kabul ettirilirken bu politika ve eylemlere olumlu katılım göstermek için halk bilinçlendirilmelidir (Çevik, 2007:299). Ancak yönetimin nihai amacı bilinçlendirmek değildir. Halkın bilinç seviyesinin düşük olduğu gerekçesiyle katılımın oldukça düşük olması sonucu halkla ilişkiler kamu yönetimi ve yerel yönetimlerde bilgilendirmeden öte gitmemiştir (Güllüpunar, 2006:90).

Devlet yapısındaki gelişmiş demokrasi talebi, yolsuzluk başta olmak üzere kamu yönetimindeki sorunları gidermeye yönelik bir yol izlemektedir. Bu sorunlar özellikle halkın denetimi anlayışına dayalı halkla ilişkiler modeliyle çözüme kavuşturulur. Halkla ilişkilerin bu denli önemli olmasına rağmen Türkiye'deki kamu kurumların genelinde halkla ilişkiler biriminin bulunmadığı, birimin bulunduğu kurumlarda yeterli etkinlik ve çalışmalar yapılmadığına dair bilgiler var olan çalışmalarda görülmektedir. 1960'lı yıllarla başlayan kalkınma planları, yıllık programlar ve diğer yasal düzenlemelerle halkla ilişkilere getirilen modern çözüm önerilerine rağmen ülkemizde hoşgörülü, dürüst, adil ve eşit davranan memur imajı çizilememiş ve yöneticilere karşı güvensizlik halk-yönetim karşıtlığını ortadan kaldıramamıştır.

Kamu gücüyle donatılan ve kanunlar tarafından korunan idare kamu politikalarını gerçekleştirmede yetersiz kalmıştır. Yönetimsel verimlilik ve etkinliği arttırarak halkla ilişkileri iyileştirmek (Karadeniz, 2008:105-108) yerine kamusal destek sağlamak için halkı ikna etme çabasına düşen kurum ve kuruluşlar amaç olarak imaj yaratma işini halkın istek, beklenti, şikayet ve görüşlerinden daha önemli tutmuştur. Bu nedenle halkla köprü kuracak yapı ve kurumlara ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca halkla ilişkiler, toplumsal gereksinimler ile örgütsel



amaçlar arasında köprü kurarak çıkar çatışmasının önüne geçmiştir. Kamusal politikaları bir türlü hayata geçiremeyen yönetim, çevresiyle yaptığı bilgi alış-verişine uygun olarak halkı kazanma ve destek yaratmayı amaçları arasında yer edinmelidir. Bu şekilde yönetsel işlem ve eylemlerin meşruluğu sağlanmaktadır.

Gerçek anlamda halkla ilişkiler etkinliği yürütülmesiyle yapısal ve işlevsel birçok soruna çözüm getirilebilir. Bundan dolayı halkın tepkisini ölçme ve memnuniyet derecesini belirlemek için yönetime yapılan geri bildirimler, kamu yönetimi ve yerel yönetimlerin sunduğu hizmetler açısından halkın görüşleri ve tutumları konusunda yönetime bilgi verecektir. Önemli olan halkla ilişkiler çerçevesinde iletişim kanallarını sürekli olarak açık tutmaktır. Halk-yönetim arasındaki bilgi alış-verişi sağlayan halkla ilişkiler akımında halka yönetimin tanıtımı yapılması ve halkla ilişkiler araştırmasıyla halkı tanıma işlevinin sürdürülmesi halkla ilişkiler etkinliklerinde yer alması gereken iletişim ortamına zemin hazırlayacaktır. Kamuoyunu anlama, değerlendirme, kentini ve sorunlarını tanıtmaya, sorunların iletimi için kanalları açık tutma, hemşeri bilinci yaratma, yerel ihtiyaçları karşılama duyarlılığı, halkın desteğini sağlayan her türlü faaliyet veya etkinlik bu birimin sorumluluğu altındadır (Kocaman, 2006:147).

Halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği konusunda kendi özüne uygun olmayan ve varoluş amacının dahil edilmediği uygulamalara bağlı olarak kendi içerisinde etik sorunlar yaşamaktadır. Bu konudaki sorun "halk nedir" sorusuna dair bakış açısıyla ilgilidir. Yönetim ve halk arasındaki olumsuz bakış açının iyileştirilmesi için planlı, sistemli, düzenli, gerçekten yardım etmeye yönelik, halk sorunlarına duyarlı ve ilgili destek mekanizmalarını çalıştıran etik anlayışa dayalı halkla ilişkiler uygulamaları gerekir. Bu sistemin yürütülmesinde sorunların el vermemesi için halkla ilişkiler örgütlenmesine bağlı olarak birtakım faaliyet ve planlama çizelgesi oluşturulmalıdır. Bu bağlamda halka en yakın birimi ifade eden belediyenin birebir hesap verme sorumluluğunun bulunması yerel halka karşı duyarlılığı arttırmaktadır. Ülkemizde belediye için diğer yerel yönetim kuruluşlarından farklı olarak belediye başkanının ön plana çıkması, yerel politikalara desteğin başkana destekle örtüşmesi ve belediyenin siyasi yönünün daha ağır basması belediyelerde halkla ilişkilerin yanlış yorumlanmasına neden olmuştur.

Merkezi yönetimin yetki ve görevleri dahilinde kaynak aktarımı

yapması (Tekeli, 2009:222) sonucu yerel yönetimler merkezi yönetimin devamı olarak görülmektedir. Diğer bir bakış açısı merkezi yönetime göre halka daha çok hesap verme zorunluluğunun bulunması ve yine aynı sebeple katılım olgusunu güçlendirmek için kurulması yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin arttırılmasını gerektirir. Kamu yönetimine karşı olumsuz tutum ve algılar doğru, verimli, etkin, ucuz ve hızlı bir şekilde hizmet sunulması ile olumlu izlenimlere ve dolayısıyla istenilen katılım ve desteğe dönüşebilir. Bu desteğin temelinde, grup veya toplumun sürekliliği ve dayanıklılığını sağlayan faaliyetlerle (Fichter, 2004:78,124) halka karşı olumlu görüntüler sunulması bulunmaktadır. Bir bakıma yerel yönetimler sorununa halkla ilişkiler çözüm unsuru olarak sunulabilir.

Yerel yönetimlerin verimliliği, etkinliği ve yerindelik kavramları sonucu oluşan başarılar ve demokratik yapının pekiştirilmesi halkla ilişkilerden kaynaklanır. İdeal bir belediyeçiliğe yaklaşmak, belediyesine sahip çıkan kent halkını yaratmaktadır. Bu idealizme dayanan kent görevleri için belediye ile halkın iç içe olması halkın belediyesi kavramını gündeme taşır. Ancak Türkiye'deki belediyeçilik anlayışı ile halkla ilişkilere dayanan yerel halk ve belediye arasında olumlu ilişkilerin kurulması mümkün değildir. Çünkü çalışanlar ve çevre olarak halk, yönetimin her aşamasında bulunmamakta başka bir deyişle katılım için gerekli ortam oluşturmamaktadır.

Yerel yönetimler yerel halka özgü ihtiyaçlara cevap verme ve ast-üst ilişkilerinde örgütsel sorunları barındırma açısından halkla ilişkilerin çözüm aradığı amaçlarla aynı özelliği taşımaktadır. Türk kamu yönetimindeki aşırı merkeziyetçi geleneksel yapı ve işlevlerin yerine getirilmesinde üst makamlar tarafından hesaba çekilme ve sorgulanma olayı, yerel yönetimlerin başarıya ulaşmasında büyük engeller oluşturur. Seçilmişler atanmışlar gibi kendilerini seçen halk kitleleri yerine başkentteki makamları üst olarak görmeye devam etmesi gerçek anlamda halkla ilişkiler uygulamasının önüne geçmiştir. İdeal şeklinde kamu yönetimi ve yerel yönetimlerin topluma hizmet etmesi ve toplumun talep ve ihtiyaçlarını karşılaması beklenir. Oysa kanunlar dahil birçok düzenleme halkın denetimini saf dışı bırakarak kamu görevlilerine belli bir üstünlük ve koruma sağlar.

Diğer yandan özel sektörün yaygınlaşmasıyla kamu yönetiminde özel sektör uygulamaları dahil edilmiştir. Halk-kamu yönetimi ilişkilerini etkileyen



bu uygulamalar, vatandaş veya hemşeri statüsünde olan bireylerin müşteri şeklinde görülmesine neden olur. Bu anlayışı içeren yönetim (governance) kavramı dünyada çok aktörlü yönetim yaklaşımına dayanmaktadır. Dolayısıyla yeni dünya düzeni kapsamında başvurulan yöntemden biri olarak halkla ilişkiler görevi devletin uygulama alanında kendisine yer bulmuştur. Bu yaklaşımlar Türk kamu yönetimindeki kalkınma planları ile başlayan yeniden yapılandırma sürecinde halkın katılımı ve desteğini sağlamıştır. Katılım yönetime dair dışarıdan gözlemlenen ve fark edilen sorunların halk tarafından yönetime aksedilmesine imkan ve mekan sağlayarak demokrasinin gereklerini yerine getirir. Halkla ilişkiler sonucu katılıma açık bir yapı sağlanır ve etik değerler çerçevesinde şeffaf yönetim meydana getirilerek yolsuzlukların olmadığı bir ülke özlemi hayata geçirilebilir.

Halkla ilişkiler ortaya çıkaran genel yaklaşımlarda liberalizmin sürekli olarak birbirine benzeyen tek bir anlama sahip, fakat farklı söylemlere tabii bir kavramlar dizisi oluşturduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler yönetimi, yönetim de katılım anlayışını barındırması gibi bir dizi işlevsel yapı dünya ekonomik ve siyasal sistemine hizmet etmeye devam edecektir. Benzer küresel uygulamalar halkın eşitlik ve adalet ilkeleri çerçevesinde kaliteli hizmet sunumu beklentisini ortaya çıkarmıştır.

Diğer yandan canlı bir organizmaya benzetilen şirketleri insanileştirme gayesi altında şirketin çıkarlarını benimseyen çalışanlar, ortak amaçlar ve hedefler dahilinde faaliyetler yürütmektedir. Bu kurumlar devlet gibi güçlü bir kurum imajı sağlayarak halkla ilişkileri özendirir. Dernek, vakıf, meslek odaları, özel sektör, basın-yayın kuruluşları ve bunların dışındaki yurttaşların girişimleri ile belediye arasındaki yeni ilişki biçimine yeni yönetim anlayışları yerleştirilmeye çalışılır. Yeni yönetim anlayışını dünyaya sunan küreselleşmenin kendisini destekleyen mekanizma, yöntem, araç ve organizasyonları toplumla uyumlaştırması beklenir. Yerleşme eğiliminin artmasına bağlı olarak bu organizasyonlar arasında en önemli görülen kuruluş yerel yönetimlerdir. Kamu yönetiminin desteği ve kusurlarını gideren bu eğilim tamamen halkla ilişkilere dayanmaktadır.

Sonuçta halkla ilişkiler kişisellikten çıkartılarak kurumsallaşmaya gitmeli ve profesyonel bir yapıya kavuşturulmalıdır. Ancak bu şekilde yolsuzluğun getirdiği ayrımcılığın olmadığı, halka duyarlı ve eşitlik ilkesine

uygun bir kurum inşa edilir. Özellikle yerel yönetimler içerisinde yakınlık ve tanınırlığın artmasından dolayı belediye örgütünde karşılaşıldığı düşünülen bu sorunların giderilmesine yönelik halk ile yönetim arasında köprü görevi gören ve kayırmacılığa izin vermeyen yapıdaki halkla ilişkiler alt sistemi oluşturulması gerekir. Kurmay yapısı olan diğer birimler kendisi ile ilgili olmayan konular ve sorunlarla meşgul olmayacağı için kurumsal verimlilik ve etkinlik sağlayarak kaliteli hizmetler yürütebilir. Bu sayede kıt kaynakların hızlı, kaliteli ve yerinde kullanımı sağlanacaktır. Ancak hizmet sunumu sonucunda halkın denetimi kendiliğinden harekete geçmelidir. Bu denetim, halkla ilişkilerin karşılıklı anlayış ve iletişim çerçevesinde olumlu bir durum almasına imkan tanır. Böylece halkla ilişkiler uygulamaları ile yeni bir kararın veya kanunun hayata geçirilmesinde tahmin edilemeyen yeni sorunların doğmasına engel olunabilir. Kamu yönetimi aynen özel sektörde olduğu gibi kendi eylem ve işlemlerinde kurumsal imajı destekleme yolunda halkla ilişkileri kullanırsa, daha etik olması gereken devlet yönetiminin kendi işlevselliğini yitirmesine neden olur. Çünkü devletin varoluş amacı kendi vatandaşı/hemşerisine kamusal mal ve hizmetleri eşit ve adil bir şekilde sunmaktır (Ertekin, 1978:65). Bu ilkeler dahilinde halkla ilişkilere ihtiyaç duyulmuştur.

Araştırma konusu dahilinde genel konudan özel olarak seçilmiş konuya geçişte Antakya Belediyesi incelendiği zaman yerel halkın hizmet memnuniyetinde iletişim olgusunun etkisinin büyük olduğu görülür. Başka bir deyişle belediye görevlisinin yerel halkla kurduğu iletişim halkla ilişkileri etkilemektedir. "Halkla ilişkilerin özü halka yardımcı olmaktır" diye belirten birim sorumlusu daha başlangıç aşamasında olduğunu ve kendilerini geliştireceklerini ortaya koymuştur. Birim yerel halkı tanımada en etkili yöntemin belediyeye gelen hemşerilerin şikayet, öneri, istek vb. bilgilerle halkın sorunlarını dinlemek olduğunu belirtmektedir. Birçok kentsel altyapı ile ilgili sorunun halkla ilişkiler birimine iletildiğini söyleyebiliriz. Çarpık kentleşme sonucu en çok altyapı konusunda sorun yaşayan hemşeriler, bu sorunlarını gidermek için yetkili mercilere tek tek başvurmakla zaman kaybetmeden halkla ilişkiler birimine yönelmektedir. Bu birimin hemşeriye hızlı çözüm üretme amacı bulunması ve aracı konumunda bir birim olarak örgütlenmesi, yönetim açısından koordinasyona katkıda bulunmakla birlikte hem kurum içi hem de kurum dışında imajın olumlu bir şekilde algılanmasını sağlamaktadır.



Belediyenin kendi içerisinde yaşadığı personel ve araç-gereç sorunu giderildiğinde bu zaman kazanımı daha da artabilir. Alan araştırmasında ve birimle yapılan görüşmelerde yerel halkın şikayet ettiği konuların başında kanalizasyon altyapısı bulunmakta ve Antakya'daki sanayi ve ticari alanların azlığından kaynaklanan işsizlik sorunu öne çıkmaktadır. Bu sorunların iletimi ve başvurusunda en çok telefon aracı kullanılmaktadır. Diğer yandan belediyenin kendi görevlerini yerine getirmesini lüks veya bir nimet olarak gören katılımcılar da bulunmaktadır. Belediyenin kentsel anlamda vatandaşa hizmet ettiği düşüncesinden öte yerel halk kendisini birebir ilgilendiren belediye hizmetlerini devletin bir armağanı olarak görmektedir. Devletin birebir görmesi gereken hizmetleri bu şekilde algılayan vatandaş, belediyeye minnet duymaktadır.

Halkla ilişkiler birimi Antakya Belediyesinin yazılı ve sözlü başvuruları nesnel olarak dikkate almaya çalıştığını belirten birim, bu tutumun belediyenin başarısını arttıracığı görüşündedir. Bu birim, Antakyalıların sorunlarını dinlemekte ve başvuru sorunlara çözüm aramaktadır. Herhangi bir iş için gelen Antakyalılar kendilerini karşılayacak ve ağırlayacak bir ekiple irtibat kurmaktadır. Ayrıca dilek-şikayet kutusu, basınla ilişkiler ve bireysel başvuru gibi halkla ilişkiler biriminin kullandığı araçlar belediyenin halkla ilişkilerini iyileştirmeye yardımcı olmuştur. Bu yöntem ve araçları kullanan yerel yönetimlerde ombudsman başka bir deyişle kamu/halk denetçisine benzer bir uygulamaya başvurulması, halkla ilişkiler açısından farklı bir öneri olacaktır. Halkla yakın temas kurulmasıyla sade vatandaş ya da hemşeri güçlü devlet imajı karşısında kendisinin bir parçası olabileceği belediyesinde yalnız hissetmeyecektir (Yatkin, 2003:17). Bu nedenle halkla ilişkiler uzmanı veya diğer görevliler vatandaşa yönelik empati kurarak yönetime yardımcı olmalıdır. Yerel yönetimler dahil tüm örgütler bu şekilde karşısındaki kişileri, grupları veya toplulukları en iyi anlama yöntemiyle yönetme gücünü kullanabilir.

Halkla ilişkiler birimi, örgüt içi iletişim açısından büyük önem taşır. Dolayısıyla birimin doğrudan yöneticiyle irtibat kurması gerekir. Bunun nedeni halktan gelen şikayetlerin yöneticiye hemen ulaştırılarak yöneticinin kurumda değişikliğe gitmesi sonucu şikayetlerin azaltılacağı düşüncesidir. Antakya Belediyesinin halkla ilişkiler birimi sorumlusuyla gerçekleştirilen görüşmelerde birimin doğrudan belediye başkanına değil de başkanın Özel Kalem Müdürlüğüne bağlı olduğu ortaya çıkmıştır. Halkla ilişkiler birimine dahil

herhangi bir doküman bulunmadığından birime ait birçok yetki ve konuya dair açıklık sorunu bulunmaktadır. Buna rağmen görevlerine, hizmet alanlarına ve amaçlara dair konular yapılan görüşmeler sonucu elverdiğince ortaya konulmaya çalışılmıştır. Birimle ilgili ilk göze çarpan sorun, hizmetiçi eğitim seviyesinin oldukça düşük olması sebebiyle önbilgiyi sunan halkla ilişkiler araştırmasına gidilmemesidir. Çünkü halkla ilişkilerin ilk aşaması halkın ne düşündüğünü, nasıl davrandığını anlamaktır. Ayrıca tanıtım işini halkla ilişkilerden çok Basın-Yayın Birimi üstlenmiştir.

Halkla ilişkiler biriminin kullandığı iletişim araçları ise genel olarak şu şekildedir: web sitesi, SMS hattı, televizyon, yerel basın, anons, pankart ve afişler ile yüzyüze görüşmeler ve belediye bültenidir. Antakya Belediyesinde en çok telefon aracılığıyla vatandaş-belediye, belediye-vatandaş ilişkisinin gerçekleştiği saptanmıştır. Belediye ve belediye başkanının yerel basınla ilişkisini etkili bir biçimde yürütmesi, kitlelere ulaşımın gazete ve dergilerle sağlandığını gösterir. Belediye duyuruları genel olarak yerel basın tarafından yerine getirilir. Kent eylem planları çerçevesinde yerel medya veya basın patronlarıyla da görüşüldüğü belirtilmektedir. Her türlü konu veya sorun haber şeklinde sunulmuştur. Yüzyüze ilişkilerle belediye binasına başvuru yapanlar ve telefon aracılığıyla hemşerilerin dinlenmesi yerel anlamda halkla ilişkiler kurmaya çalışıldığını gösterir.

Antakya Belediyesinde iletişim masası olarak halkla ilişkiler birimi görevlendirilmiştir. Bu masaya gelen şikayet, öneri ve istekleri ilgili birimlere iletilmesiyle vatandaşa geri bildirim yapılmaktadır. İstenilen her türlü kamusal bilgi ve evrak yasal izinler çerçevesinde yanıtlanır. Web sitesinde bulunan bilgi edinme, dilek ve şikayet formları da bu yapı içerisinde yer alır. Bunun yanında birimde herkes birbirinin işini yapması, yetki ve sorumluluk açısından bazı sorunları meydana getirmiştir. Ayrıca yüzyüze ilişkilerden çok yerel basın ve televizyon kanallarıyla her gün irtibat kurulmakta ve bütün medya ve basın kuruluşlarına aynı tavırla yaklaşılmaktadır. Ancak halkla ilişkiler açısından bu araçlar yeterli değildir. İlgilenilen konu insan olduğu için halkla birebir iletişim boyutu daha çok önem kazanmıştır. Diğer yandan birimle ve kurumla yapılan görüşmelerde iyi bir imaj yaratılmış ancak belirtilen durumlar anketlerde farklı



olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan başvuruların oldukça düşük ve başvurular içerisindeki memnuniyetin yeterli olmadığı görülmektedir.

Halkla ilişkiler birimine bugüne kadar yapılan başvuruların çoğu kentsel altyapı sorununa bağlı kanalizasyon meselesiyle ilgili olduğu daha önce de belirtilmişti. Bu durum anket sonuçlarıyla örtüşür. Diğer bir Antakya Belediyesi tarafından kullanılan halkla ilişkiler aracı toplum önderleridir. Her yerde olduğu gibi Antakya'da da kamuoyu/kanaat önderleri bulunmaktadır. Belediye açısından bu kişiler halkla yakın ilişkiler kurmak için büyük önem taşımakta, halk tarafından dinlenen, saygı duyulan önderler belediyenin bilinçlendirme ve duyuru faaliyetleri adına birçok halkla ilişkiler etkinlikleri ve projelerine dahil edilmektedir.

Türkiye'deki diğer belediyelerde olduğu gibi Antakya Belediyesinde de belediye başkanını temel alan bir halkla ilişkiler anlayışı yer alır. Ayrıca başkanlık faaliyetlerin tanıtımı Basın-Yayın Birimi kapsamında yapılmaktadır. Halkla ilişkiler birimi bu konuda yetkilendirilmemiştir. Birimle yapılan mülakatlar sonucu halkla ilişkiler yöntemleri olan tanıma ve tanıtmaya önem verilmediği anlaşılmaktadır. Ancak Antakya'nın tanıtımı başta olmak üzere her türlü tanıtımı yaparak hoşgörü kenti dahil Antakyalı olma gururunu yaşatan Basın-Yayın Birimi'dir.

Antakya Belediyesinin halkla ilişkiler faaliyetleri sonucunda halkla ilişkiler birimine ankete katılan 400 kişiden sadece 130 kişinin başvuru yaptığı ve bunun 96'sının şikayet kapsamında olduğu ortaya çıkmıştır. Bu veri yeterli halkla ilişkiler kurulmadığını gösterir. Birimin bu konudaki belirttiği rakamlar ile anket sonuçları çelişmektedir. Birimin verdiği rakamların oldukça yüksek olmakla birlikte birimin vatandaşlar arasındaki tanınırlığının düşük olması birimin gerçektışı beyanlar verdiğini gösterir. Ayrıca halkla ilişkiler konusunda uzman olmayan kişilerin istihdam edilmesi büyük sorun teşkil etmiştir. Diğer yandan Türkiye'deki bütün kamu kuruluşlarında olduğu gibi Antakya Belediyesinde de halkla ilişkiler konusu önemli görülen bir kamusal faaliyet olarak görülmemektedir. Bu durum iletişim tekniğinin bilinmemesinden kaynaklanan geniş kitlelere ulaşma becerisinden yoksun gelişigüzel yürütülen faaliyetlere neden olmuştur. Özellikle bütçe yetersizliği nedeniyle personel

faaliyetlerin geniş kapsamlı olmaması, ulaşılmak istenilen halkla ilişkiler hedefinin önüne set kurmaktadır.

Anket çalışmasının sonucunda yerel halktan oluşan katılımcıların profili şu şekildedir: Hepsi Antakya'da bulunmakta ve %47,5'i Antakya doğumlu olmaktadır. Yaş aralığında en yüksek değer %30,25'e sahip olan 31-40 yaş aralığı ortaya çıkmıştır. Cinsiyet dağılımı birbirine yakın değerde olup %56'sı erkek, %44'ü kadındır. Genel olarak bu katılımcıların %39'unun ilkökul mezunu olması ve %58,75'inin 751-1000 arasındaki bir gelir grubuna dahil olması sonucu bu gelir grubundakilerin meslek dağılımının birbirinden farklı olduğu görülür. Ayrıca bu katılımcıların çoğu ev kadını statüsündedir. Demografik sorular bu şekilde iken anketin olgusal sorularına katılımcıların verdiği genel yanıtlar aşağıdaki gibidir:

Katılımcıların çoğu Antakya Belediyesinin yeniliklere açık, vatandaşın sorunlarıyla yakından ilgilenen anlayışlı bir belediye başkanının bulunduğu, vaat ettiklerini yerine getiren, spor-egitim-sanat ve kültür konularına katkı sağlayan, kaliteli hizmet sunan genel olarak başarılı bir kurum olduğunu düşünmektedir. Ayrıca Antakya Belediye binasının yeri dolayısıyla kolay ulaşılabilir bir binası olduğu görüşü hakimdir. Belediye binası içerisinde aranılan bir birime kolayca ulaşılan, amblemi tanıtımında başarılı, çevreye karşı duyarlı, vatandaşın belediye ile ilgili işlerini kolaylaştıran bir yapısı bulunduğunu belirten yerel halk, belediye binasının düzenli ve temiz olduğunu da düşünmektedir. Bu unsurlar halkla ilişkileri etkileyen görünürlük kapsamında değerlendirilir. Katılımcıların çoğu için belediye bu konularda olumlu bir görüntüye sahiptir. Belediye hizmet konusunda halkın şikayet ve önerilerini dikkate almakla birlikte, yapılan hizmetlerde yeterli sayıda görevli bulunduğu yerel halk tarafından belirtilmiştir. Ayrıca araştırma safhasında belediyede çalışan kişi sayısında bir fazlalık bulunduğu düşünülmektedir.

Antakya Belediyesine dair yukarıda belirtilen olumlu görüşlerin yanında anketlerde olumsuz görüşlere de yer verilmiştir. Buna göre belediyenin karar alma süreçlerine vatandaşın kesinlikle katılmadığına dair bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Ayrıca katılımcıların çoğu (%29,75'i) belediyenin kent halkının ihtiyaçları ve taleplerinin yerinde ya da kurumda tespit ederek çözümünde



kesinlikle rol oynamadığını düşünmektedir. Diğer bir olumsuz yargı Antakya Belediyesinin kent kararlarına vatandaşın katılımını sağlamak için kesinlikle bir çalışma yürütülmediği şeklindedir. Yerel halkta belediyenin tüm yönetim faaliyetlerini açık bir şekilde yerine getirmediğine dair kesin bir kanı bulunmaktadır. Ayrıca katılımcıların çoğu belediyenin sorun ve şikayetlerine göre etkin bir cevap sisteminin bulunmadığını kesin bir şekilde ifade etmektedir.

Alan araştırmasında diğer bir durum yerel halkın olgusal yargularından bazılarında 'Fikrim Yok' şeklinde işaretlemesidir. Bu yargılardan haberdar olmadığını ve gerekli katılımın sağlanmadığını belirten yerel halk; Antakya Belediyesinin kentteki basın kuruluşları, dernek ve odalar gibi tüm birimlerle etkili iletişim kurma ve bu birimlerin yönetime katılımında teşvik edici rol oynama hakkında herhangi bir bilgi sahibi değildir. Buradan belediye tanıtımlarının ve dolayısıyla halkın bilinçlilik durumunun yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan kamusal olay ve olguları halktan herkesin araştırması ve kendiliğinden bilmesini düşünmek yersizdir. Bu işlem ve eylemleri yürüten ve özellikle halkı doğrudan etkileyen mekanizmaların halka duyurulması gerekmektedir. Belediyenin düzenlediği mahalle ve halk toplantılarının çoğundan hemşerinin haberdar olmadığı ve dolayısıyla bu toplantılara katılmadığı anket sonuçlarından anlaşılabilir. Sonuç olarak bu toplantıların yararlı olup olmadığı hakkında belli bir yorum yapılamamaktadır. Buna göre belediyenin halkla ilişkileri gerekli şekilde yerine getirdiği söylenemez.

Antakya halkı belediye hizmet ve faaliyetlerinden vatandaşın etkin bir şekilde haberdar olmasını sağladığı düşüncesine kesinlikle katılmayanlar ve katılanlar arasındaki değerler birbirine oldukça yakındır. Başka bir yargı olan belediyenin sivil toplum kuruluşları ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile işbirliği içerisinde projeler geliştirip geliştirmediği hakkındaki ifadeye bakıldığında Antakyalıların belli bir bilgi sahibi olmadığı görülür. Belediyenin kent sakinlerinin ihtiyaç ve hizmet taleplerine dönük görüşleri tespit etme ve ilgili birimlere iletme konusunda etkin çalışmalar yürüttüğü biçimindeki yargıdan halkın haberdar olmadığı anlaşılmaktadır. Bu yargı Antakya Belediyesi halkla ilişkiler birimini belirtmekte olup yerel halkın birim hakkında bilgi sahibi olmadığını gösterir. Belediyeye yapılan başvuruların fazla olmadığı

düşünüldüğünde belge, izin, onay vb. durumlarda belli güçlüklerle karşılaşılabilir, karşılaşılmadığına dair yorum yapılamamaktadır. Hak arama bilincinin olmadığı sonucundan hareketle yerel halk belli sorunlar yaşamasına rağmen katılımcıların %76'sının belediyeye başvuru yapmadığı görülmektedir. Bu durum yönetim-halk arasındaki kopukluğu ortaya çıkarmakta ve halkın görüşlerinin alınmamasından kaynaklanan iletişimsizliğe yol açmaktadır. Diğer yandan şikayetlerin belediye tarafından ele alınmasında bir memnuniyetsizlik hakimdir (%62,5). Belirtilen şikayetlerin %59,3'üne belediye tarafından geribildirim yapılmadığı da ortaya çıkmıştır. Bu geribildirime bağlı olarak belediyeye yapılan başvuru sıklık derecesi en düşük değerdedir. Katılımcılardan belediyeye başvuru yapanların %80,76'ı sadece 0-5 arasında başvuru yapmıştır.

Alan araştırmasında Antakya Belediyesi halkla ilişkiler birimine yapılan başvuruların gündeme getirdiği temel sorun, klasik belediye hizmeti olan kentsel altyapı hakkındadır. Halk için Antakya'nın en büyük sorunu, kanalizasyon sorunudur. Belediyeye başvuru yapılan diğer bir konu kişisel sorunlar açısından iş talebinin yer almasıdır. Antakya'da ciddi anlamda işsizlik bulunmaktadır. Sanayi kenti olmadığından dolayı istihdam sorunu sık sık anket uygulaması sırasında karşılaşılmıştır. Katılımcıların belediye kent kararlarını alırken ve uygularken halkın tüm kesimlerinin dikkate alınmadığı yönündeki genel kanısı Antakya Belediyenin halkla ilişkilerinin zayıf olduğunu gösterir. Görünürlüğün yani belediye imajının olumlu olduğu ancak gerçek halkla ilişkilerin yürütülmediği sonuç olarak söylenebilir. Çalışma boyunca genelde 0-5 arasındaki sıklıkla başvuru yapan bazı katılımcılar "başvuru yapılsa da ilgilenilmez", "herkes kendi işini kendisi görür", "paran veya adamın olmazsa işin görülmez" gibi ifadeler kullanmaktadır. Ayrıca eski Antakya Belediyesi başkanının 2014 yerel seçimlerde Hatay Büyükşehir Belediyesi başkanı olarak tekrar seçileceği anket sonucundan anlaşılmaktadır.

Araştırmada belediyeye ulaşma noktasında kullanılan araçlar konusuna dair halkın görüşleri alınmaya çalışılmıştır. Buna göre kullanılan araçlar katılımcılar tarafından sıralanmaktadır. Bu sıralamada önem derecesine göre televizyon, billboard, yerel gazeteler, web, SMS hattı, anons, belediye yayınları, muhtarlarla toplantı ve radyo şeklindedir. Kullanılan araç sıralamasında önem derecesi en düşük olan radyodur. Televizyonun ise halkın belediye hakkında



bilgi almada en etkili araç olması, belediyenin halka bilgi dağıtımında radyoyu kullanmak yerine televizyonu daha çok tercih etmesi gerektiği sonucunu ortaya çıkarır.

Halkın belediye ile ilgili hangi iletişim aracından bilgi edinmek istediğini belirten katılımcılar araç sıralamasını önem derecesine göre şu şekilde vermiştir: SMS hattı, televizyon, anons, web, yerel gazeteler, billboard, belediye yayınları ile aynı dereceye sahip radyo ve muhtarlarla toplantılar şeklindedir. Buna göre halkın belediye hakkında bilgi almak için kullanmak istediği araçlar arasında SMS hattı en büyük orana sahiptir. Bu araçların duyuru, bilgi, haber vb. konularda önem derecesine göre belediye tarafından kullanılması gerekir. Belediye ile ilgili bilgilerin vatandaşa ulaştırılmasında istenilen araçlar önem derecesine göre kullanılmasına özen gösterilmelidir. Aksi takdirde halka ulaşmak, halkla ilişki kurmak için girişilen belediyenin kendini tanıtmayı ve halkın belediyeyi anlamayı zorlaştırabilir. Belediye yönetiminde kalmak isteyen yerel iktidar halkın ihtiyaç ve isteklerine daha çok göz yummalıdır. Belediye-halk yakınlaşması için yönetsel ve bireysel iş ve işlemleri basitleştirmek, yöneticiye ulaşmak gibi birçok görev belediyenin halkla ilişkiler birimine düşmektedir. Etkin, verimli ve ekonomik kamusal hizmetler için yerel halkın talepleri yerine getirilmelidir.

## KAYNAKÇA

- Acar, Muhittin (1994). *Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması*. Ankara: DPT Yayın ve Temsil İdare Başkanlığı.
- Akçakaya, Murat (1999). "Belediyelerde Halkla İlişkiler". *Sayıştay Dergisi*, 34, 77-91
- Akdağ, Mustafa (2005). "Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 1-20
- Akın, Cengiz (1997). "Türkiye'de Yerel Özerkliğin Anlamı". *Türk İdare Dergisi*, 414, 111-124
- Aksoy, Necdet (2006). "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler ve Teknoloji Kullanımı". *Türk İdare Dergisi*, 452, 53-62.
- Aydın, Ahmet Sezai (1992). "Amerika Birleşik Devletlerinde Kent-Belediye-Meclisleri". *Türk İdare Dergisi*, 394, 81-103
- Aytaç, Turhan, Balay, Refik ve Bozkurt (2000). *Yönetimde Çağdaş Yaklaşımlar: Uygulama ve Sorunlar*. (Ed.: Cevat Elma ve Kamile Demir), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Balta Peltekoğlu, Filiz (1993). *Halkla İlişkiler Giriş*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Biber, Ayhan (2003). "Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti". *Amme İdaresi Dergisi*, 36(4). 43-53
- Biber, Ayhan (2006). *Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Biber, Ayhan (2007). *Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bilgin, Kamil Ufuk (1994). "Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Uygulamasına Örgütsel Bir Yaklaşım: Başbakanlık ve Bakanlıklarda Halkla İlişkiler Birimleri". *Amme İdaresi Dergisi*, 27(4): 43-62
- Bilgin, Kamil Ufuk ve Çapar, Selim (2010). "Taşrada Kamu Yönetiminin Etkinliği Açısından Mülki İdare Amirlerinin Eğitim". *Türk İdare Dergisi*, 467, 53-77
- Bookchin, Murray (1999). *Kentsiz Kentleşme*. (Çev.: Burak Özyalçın), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bostancı, Gülderen (1998). *Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- Boudon, R. ve Lazarsfeld, P. (1982). *Toplum Bilimler Sözlüğü*. (Çev.: Esen Sinanoğlu), Ankara: Ajans-Türk Matbaacılık Sanayi.
- Budak, Gönül-Gülay (1995). *Halkla İlişkiler (Davranışsal Bir Yaklaşım)*. İstanbul: Beta yayınları.
- Coşkun, Selma (1989). *Üniversitelerde Halkla İlişkiler: Ankara, Gazi, Ortadoğu Teknik ve Anadolu Üniversitelerinde Halkla İlişkiler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çamdereli, Mete (2005). *Ana çizgileriyle Halkla İlişkiler*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Çevik, Hasan Hüseyin (2007). *Türkiye'de Kamu Yönetimi Sorunları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Çiçek, Mustafa ve Ökmen, Mustafa (1992). "Küreselleşme Süreci ve Yerel Yönetimler". *Türk İdare Dergisi*, 417, 125-145
- Çolak, Nusret İlker (2005). *Avrupa Birliği Uyum Sürecinde İdari Reformlar İngiltere ve Türkiye*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- DPT (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Kamu Yönetiminin İyileştirilmesi ve Yeniden Yapılandırılması Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Eraslan Yayınoğlu, Pınar (2007). *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler: Belediyeler Yönünden Bir Değerlendirme*. İstanbul: Birsen Yayınevi.
- Erdoğan, İrfan (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Ertekin, Yücel (1978). "Halkla İlişkiler ve Görüntü Yaratma". *Amme İdaresi Dergisi*, 11(3): 65-70
- Ertekin, Yücel (1986). *Halkla İlişkiler*. Ankara: TOAİE Yayınları.
- Ertekin, Yücel (1995). "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Sorunu". *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 4(5): 3-11
- Ertürk, K. Özkan (2010). *Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler*. Ankara: Birleşik Yayınları.
- Fichter, J. (2004). *Sosyoloji Nedir*. (Çev.: Nilgül Çelebi). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Göküş, Mehmet (1993). *Kamu Kurumlarında Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Göküş, Mehmet ve Karayıldırım, Şerafettin (1984). "Vatandaşların Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Karatay Belediyesi Örneği". *Türk İdare Dergisi*, 474, 127-142
- Gölönü, Sirel (2000). "Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Toplumsal Beklentiler". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3): 125-133

- Güler, Mahmut (2007). “*Kentsel Toplumsal Hareketler İçinde Yerel Yönetimlerin Rolü*”. (Ed.:Ayşegül Mengi). *Yerellik ve Politika: Küreselleşme Sürecinde Yerel Demokrasi* içinde (S. 235-243). Ankara: İmge Kitapevi.
- Güllüpunar, Hasan (2006). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halkın Yakınma Yöntemleri: Karşılaştırmalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündüzöz, İlker (2012). “Küreselleşme Çerçevesinde Türkiye’de Sivil Toplum ve Belediye İlişkisi”. *Türk İdare Dergisi*, 474, 143-169
- Haktankaçmaz, M. İlker (2006). “Örgütsel Yapı, İşleyiş, Organlar Bakımından Japonya’da Yerel Yönetimler”. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 15(4): 69-86
- Hatt, Paul K., Reis, Albert J., Sjoberg, Gideon, Haris, Chauncy D., Ullman, Edward L., Wirth, Louis, Fishman, Robert, Harley, David, Reiner, Thomas A., Wilson, Robert H., Mackenzie, Suzanne and W. Soja, Edward (2002). *20. Yüzyıl Kenti*. (Çev.:Bülent Duru ve Ayten Alkan), Ankara: İmge Kitabevi.
- Helvacıoğlu, Nuray (2008). “İşletmelerde Halkla İlişkiler İşlevinin Algılanması: Afyon İlinde Hizmet Sektöründe Bir Uygulanma”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, X(I): 143-158
- Holtan, R. J. (1999). *Kentler, Kapitalizm ve Uygarlık*. (Çev.:Ruşen Keleş), Ankara: İmge Kitapevi.
- Hotman, Mustafa (1992). “İyi Bir Belde Yönetiminden Ne Anlaşılmalıdır”. *Türk İdare Dergisi*, 394. 247-255
- Howard, Wilfred (1992). *The Practice of Public Relations*. Oxford: Butterworth Heinemann
- <http://www.ankarabelediyesi.com>. (Erişim Tarihi: 28. 09. 2011).
- <http://www.antakya.belediyesi.com>. (Erişim Tarihi:18.05.2014).
- <http://www.aydin-bld.gov.tr/belediyemiz/101-halkla-iliskiler-yonetmeliği.html>. (Erişim Tarihi: 23.08.2011).
- [http://www.bayman@yerelnet.org.tr/genel/hakkında\\_seminerler.php](http://www.bayman@yerelnet.org.tr/genel/hakkında_seminerler.php). (Erişim Tarihi: 03. 07. 2011).
- <http://www.belgenet.com/yasa/k5302.html>. (Erişim Tarihi: 20. 08. 2012).
- [http://www.blogspot.com/halkla\\_iliskiler.com](http://www.blogspot.com/halkla_iliskiler.com). (Erişim Tarihi: 20. 08. 2012).
- [http://www.file://g:köy\\_kanunu.htm](http://www.file://g:köy_kanunu.htm). (Erişim Tarihi: 20. 08. 2012).
- <http://www.fugentoksu.blogspot.com/yerel-yönetimlerde-halkla-iliskiler.html>. (Erişim Tarihi: 22. 08. 2011).
- <http://www.gazeteyenigün.com.tr>. (Erişim tarihi: 27. 07. 2011).



- <http://www.halklailiskilerbolumu.com>. (Erişim Tarihi: 07. 07. 2011).
- <http://www.halkQb.cekmece.bel.tr>. (Erişim Tarihi: 21. 10. 2011).
- <http://www.iletisimedair.blogcu/yerel-yonetimlerde-halkla-iliskiler/2534181> (Erişim Tarihi: 13. 07. 2011).
- <http://www.ipranet.org.com>. (Erişim Tarihi: 26. 08. 2011).
- <http://www.makaleler.com/insan-kaynaklari-makaleleri/Turkiye-de-uygulanan-halkla-iliskiler.htm> (Erişim Tarihi:06.07.2011).
- <http://www.mufetder.org.tr/makaleler11.html>. (Erişim Tarihi: 13. 07. 2011).
- [http://www.nazan\\_baykal.com](http://www.nazan_baykal.com). (Erişim Tarihi: 13. 07. 2011).
- [http://www.ozelortadogu.com/bolum\\_icerik.com](http://www.ozelortadogu.com/bolum_icerik.com). (Erişim Tarihi: 29. 09. 2011).
- [http://www.politika.Antakya Belediyesi halkla iliskiler birimi olusturuldu.com](http://www.politika.Antakya_Belediyesi_halkla_iliskiler_birimi_olusturuldu.com). (Erişim Tarihi: 26. 08. 2011).
- <http://www.promedia.com>. (Erişim Tarihi: 11. 11. 2011).
- <http://www.sariyer.bel.tr/mudurlukler/1/basin-yayin-ve-halka-iliskiler-mudurlugu.aspx>. (Erişim Tarihi: 23. 08. 2011).
- <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5393.html>. (Erişim Tarihi: 20. 08. 2012).
- <http://www.vikipedi.com>. (Erişim Tarihi: 17. 12. 2011).
- <http://www.vikipedi.com>. (Erişim Tarihi: 18. 05. 2014).
- <http://www.wprs2010.se>. (Erişim Tarihi: 26. 08. 2011).
- <http://www.yerelgundem.com>. (Erişim Tarihi: 11. 11. 2011).
- <http://www.yordammanas.kg/ekitap/pdf/manasdergi/sbd12/sbd-12-19.pdf>. (Erişim Tarihi: 19. 08. 2011).
- Jefkins, Frank (1988). *Public Relations Techniques*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Kabadayı, Müslüm (2013). *Her yönüyle Kışlak*. Ankara: Alter Yayınları.
- Kalaycıoğlu, Mithat (2001). *Hatay Halk Bilim-II*. Hatay: İhsan Ofset.
- Kalyon, Yeşim (2006). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karadeniz, Mustafa (2008). *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Uygulama (Çanakkale Belediyesi Örneği)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karakoç, Nihat (1996). *Üniversitelerde Halkla İlişkiler Örgütü ve Yapı Önerisi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Yayınları.
- Karakoç, Süleyman (2006). "Propagandanın Halkla İlişkiler ve Reklama Göre Yapı, İşleyiş Açısından Farklılıkları". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 27, 85-96.

- Karaosmanoğlu, Attila (2002). *Türkiye’de Yeniden Yapılanmayla İlgili Sorunlar*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Forumu.
- Kaya, Ali (1989). “Halkla İlişkilerin Yönetimdeki Yeri ve Önemi”. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 141-154
- Kaya, Bayram (2003). *Yönetimsel ve İş İletişimi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Keleş, Ruşen (1983). *100 Soruda Türkiye’de Kentleşme, Konut ve Gecekondu*, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Keleş, Ruşen (2000). *Yerinden Yönetim ve Siyaset*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Keleş, Ruşen, Mengi, Ayşegül ve Giral Özgül, Can (2012). “Ernstreuter’in İkinci Vatani Türkiye’de Çağdaş Kent Biliminin Gelişmelerine Yaptığı Katkıları (Yayınları Üzerine Bir Değerlendirme)”. *Mülkiye Dergisi*, XXXVI(275): 11-35
- Keloğlu-İşler, Esra (2007). *Halkla İlişkiler: Mütler ve Gerçekler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kırışik, Fatih ve Sezer, Özcan (2006). “Türk Anayasasında Yerel Yönetimler”. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 15(2):5-30
- Kilci, Sacide (2011). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak: Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kocaman, Ömer Faruk (2006). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kongar, Emre (1993). *İmparatorluktan Günümüze Türkiye’nin Toplumsal Yapısı 2*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Nam, Vahdet (1987). *İstanbul Anakent Belediyesi Halkla İlişkiler Faaliyeti*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onar, Ferah (2010). “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 31, 103-121
- Orrick, James B. (1967). *Halkla İlişkiler*. (Çev.: Oğuz Onaran). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksekokulu Yayını.
- Ökmen, Mustafa ve Görmez, Kemal (2009). *Yerel Yönetimlerin Güncel Sorunları: Küresel, Bölgesel ve Yerel Perspektifler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Öner, Şerif (2001). “Belediye Yönetimine Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi”. *DEÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2):100-114
- Özdönmez, Metin, Akesen, Aytuğ ve Ekizoğlu, Abdi (1999). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: AB Ofset.



- Özer, Mehmet Akif (2013). "Yerel Yönetimlerin Varlık Nedeni Olarak "Halkla" İlişkiler", *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (5): 19-50.
- Özgen, Havva Neşe (2012). "Mülkiyeler Birliği Çarşamba Söyleşileri: Sınırın Ekonomi Politikası". *Mülkiye Dergisi*, XXXVI(275): 119-134
- Özkara, Belkis (1999). "Kamu Örgütlerinde Halkla İlişkiler Yoluyla Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi". *Amme İdaresi Dergisi*, 32(3): 95-112
- Öztemel, Ercan (2001). *Uygulamalı Belediyelerde Toplam Kalite Yönetimi*. Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Özüpek, M. Nejat ve Aksoy, Necdet (2010). "Bir Halkla İlişkiler Fonksiyonu Olarak Bilgi Edinme Hakkı ve Belediyelerdeki Uygulamaları". *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(2): 49-61
- Raşa, Ela (2010). *Bankacılıkta Halkla İlişkiler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saffir, Leonart and Tarrant, John (1992). *Power Public Realitions: How To Get PR To Work For You*. USA:NTC Business Books.
- Sanal, Recep (2007). "Türkiye'deki Yerel Yönetimlerde Yönetimsel Denetimine İlişkin Yeni Gelişmeler". (Ed.: Ayşegül Mengi). *Yerellik ve Politika: Küreselleşme Sürecinde Yerel Demokrasi* içinde (s. 123-137). İstanbul: İmge Kitapevi.
- Simon, Raymond (1986). *Public Relations Concepts and Practices*. New York: Business&Economic.
- Sjöberg, Gören (1987). *Halkla İlişkiler IPRA Raporu*. (Çev.: Ok. A. Fikret Işıkyalar). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Summak, M. Erhan (2001). *Kamu ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler (Karşılaştırmalı Bir Çalışma)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şengül, Tarık H. (2001). *Kentsel Çelişki ve Siyaset: Kapitalist Kentleşme Süreçleri Üzerine Yazılar*. İstanbul: Demokrasi Kitaplığı.
- Şimşek, Yılmaz (2012). "Kamu İşletmeciliği Reformu: İngiltere, Kanada ve ABD'de Kamu İşletmeciliğine Geçiş". *Türk İdare Dergisi*, 474, 195-217
- Tek, Murat ve Güneş, Muharrem (2009). *Yerel Halk ve Sivil Toplum Örgütleri Gözüyle Kent Yönetim Kültürü: Antakya Kent Sorunları ve Çözüm Arayışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tekeli, İlhan (1983). "Yerel Yönetimlerde Demokrasi ve Türkiye'de Belediyelerin Gelişimi". *Amme İdare Dergisi*, 2(16): 3-22
- Tekeli, İlhan (2009). *Cumhuriyetin Belediyecilik Öyküsü (1923-1990)*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

- Tekeli, İlhan ve Gülöksüz, Yiğit (1976). "Belediye Sorunları". *Amme İdaresi Dergisi*, 9(2): 3-25
- Tellan, Derya (2009). *Halkla İlişkiler: Teori ve Uygulama*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Tortop, Nuri (2001). "Halkla İlişkilerin Gelişmesi ve Uyulması Gereken Temel İlkeleri". *Amme İdaresi Dergisi*, 34(2), 69-77
- Türk, M. Sezai ve Akçay, Habibe (2010). "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kurum İmajına Etkisi Üzerine Bir Çalışma: Trabzon Belediyesi ". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 31, 141-180
- Uğurlu, M. Fatih (1995). *Belediyelerin Yeniden Yapılanmaları İle İlgili Çözüm Önerileri*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Uysal-Sezer, Birkan (1987). "Bir Halkla İlişkiler Kuramı Olabilir Mi?". *Amme İdaresi Dergisi*, 20(2): 3-24.
- Uysal-Sezer, Birkan (1996). "Yerel Yönetimler ve Halkla İlişkiler". *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 5(6), 59-67
- Yalçındağ, Selçuk (1968). "Mahalli İdarelerde Halkla İlişkiler". *Amme İdare Dergisi*, 1(87): 3-4
- Yalçındağ, Selçuk (1986). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler". *Amme İdaresi Dergisi*, 19(1): 131-156
- Yalçındağ, Selçuk (1987). "Kamu Sektöründe Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Sorunlarının Genel Görünümü". *Halkla İlişkiler Sempozyumu*, 20-21 Nisan 1987, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Yatkin, Ahmet (2003). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yatkin, Ahmet (2007). "Yerel Yönetimlerde Hizmet Verimliliğinin Arttırılmasında Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi: Elazığ Belediyesi Örneği". *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 16(2): 45-66
- Yavuz, Cavit (2006). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım Becerikli, Sema (2005). *Uluslar arası Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yıldırım, Selahattin (1993). *Yerel Yönetim ve Demokrasi*. İstanbul: IULA Emme Yayın Birimi.
- Yıldız, Nuran (2003). "Halkla İlişkilerin İdeolojik Yöntem Olarak İşleyişi". *Amme İdaresi Dergisi*, 36(5): 35-42



- Yıldız, Nuran (2010). “Halkla İlişkilerde Kavramlar, Sınırlar, Sorunlar”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(2): 24-32
- Zeybek, Işıl (2005). *Yönetimde Halkla İlişkilerin Yeri ve Kullandığı Teknikler*. İstanbul: Arıkan Yayınları.

## EK: Antakya Belediyesi Halkla İlişkiler Algısı (Yerel Halka Yönelik Anket Formu)

İyi günler. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Yüksek Lisans Öğrencisiyim. Antakya Belediyesi halkla ilişkiler konusundaki görüşlerinizi tespit etmek için bir araştırma yapıyorum. Anket sonuçları bilimsel bir çalışma için kullanılacaktır. İsminizi almayacağım için cevaplara bakılarak, başkaları tarafından cevabın size ait olduğu tespit edilemeyecektir.

Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim.  
Süreyya Sökmen

### A) KİMLİK SORULARI:

1) İkamet ettiğiniz ilçe:	a) Antakya	b) Antakya dışı						
2) Yaşınız:	a) 15-20	b) 21-25	c) 26-30	d) 31-40	e) 41-50	f) 51 ve üstü		
3) Kaç yıldır kentte yaşıyorsunuz:	a) Doğduğumdan beri	b) 1-5	c) 6-10	d) 11-20	e) 21 ve üstü			
4) Cinsiyetiniz:	a) Kadın		b) Erkek					
5) Eğitim durumunuz:	a) İlkokul	b) İlköğretim	c) Lise	d) Lisans	e) Lisansüstü veya Doktora			
6) Ailenizin gelir durumu(tl)	a) 350-500	b) 501-750	c) 751-1000	d) 1001-1500	e) 1501 ve üstü			
7) Mesleğiniz:	a) Memur	b) Serbest	c) İşçi	d) Esnaf	e) Sanayici	f) Öğrenci	g) Emekli	h) Evhanımı
	ı) Diğer:.....							

### B) OLGUSAL YARGILAR VE YARGILARIN GEÇERLİĞİ:

Aşağıdaki yargıları katılma derecesine göre işaretleyiniz:

Soru Sayısı	Yargılar	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1.	Antakya Belediyesi yeniliklere açık, sürekli kendini yenileyen bir kurumdur.					
2.	Belediye Başkanı vatandaşların sorunlarıyla yakından ilgilenmektedir.					
3.	Belediye Başkanı vatandaşları dinleyen anlayışlı bir yöneticidir.					
4.	Antakya Belediyesi vatandaşlara vaat ettiklerini yerine getiren bir kurumdur.					
5.	Antakya Belediyesi spor faaliyetlerini destekleyen bir kurumdur.					
6.	Antakya Belediyesi halkın eğitimine katkı sağlayan projeler üretmektedir.					
7.	Antakya Belediyesi sanat ve kültür faaliyetlerini destekleyen bir kurumdur.					
8.	Antakya Belediyesi genel olarak başarılı bir kurumdur.					
9.	Antakya Belediyesinin kolay ulaşılabilir bir binası vardır.					
10.	Antakya Belediyesinin sunmuş olduğu hizmetler kalitelidir.					
11.	Belediye binası içinde aradığım bir birime kolayca ulaşmaktayım.					
12.	Antakya Belediyesinin amblemini rahatlıkla tanıyabilirim.					
13.	Antakya Belediyesi çevreye karşı duyarlı bir kurumdur.					
14.	Belediye, kentteki basın kuruluşları, dernekler, odalar gibi tüm birimler ile etkili iletişim kurmaktadır.					
15.	Belediye; kentteki basın kuruluşları, dernekler, odalar gibi tüm birimlerin yönetime katılmasına teşvik edici rol oynamaktadır.					
16.	Belediyenin düzenlediği mahalle ve halk toplantılarından haberdarım.					
17.	Belediyenin düzenlediği mahalle ve halk toplantılarının ise yarar sonuçlar verdiğini düşünmekteyim.					
18.	Belediye, hizmet ve faaliyetlerden vatandaşın etkin şekilde haberdar olmasını sağlamaktadır.					
19.	Belediye, karar alma süreçlerine (planlar ve bütçe) vatandaşın katılımına önem vermektedir.					



20.	Belediye, kent halkının ihtiyaçlarını ve taleplerini yerinde ya da kurumda tespit ederek, çözümünde rol oynamaktadır.					
21.	Belediye, hizmetlerinden faydalanan vatandaşların işlerini kolaylaştırmaktadır					
22.	Belediye, sivil toplum kuruluşları ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile işbirliği içerisinde projeler geliştirmektedir.					
23.	Antakya Belediyesi'nin temiz ve düzenli bir binası var.					
24.	Belediye, kent kararlarına vatandaş katılımını sağlamak için çalışmalarında bulunmaktadır.					
25.	Belediye, kent sakinlerinin ihtiyaçlarına ve hizmet taleplerine dönük görüşlerini tespit etmek ve ilgili birimlere iletmeye konusunda etkin çalışmalar yürütmektedir.					
26.	Belediye, hizmet konusunda halkın şikayet ve önerilerini dikkate alan bir mekanizmaya sahiptir.					
27.	Belediye, tüm yönetim faaliyetlerini en açık şekilde gerçekleştirmektedir.					
28.	Belediyenin sorun ve şikayetlere yönelik etkin bir cevap sistemi vardır.					
29.	Yapılan hizmetlerin yeterli sayıda görevli ve kaliteli bulunduğunu düşünüyorum.					
30.	İşlemler konusunda belge, izin, onay vs durumların bize güçlük çıkartacak derecede olmadığını düşünüyorum.					

### C) ANTAKYA BELEDİYESİNE İLİŞKİN GENEL HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİ

1. Belediye ile ilgili bilgilere hangi iletişim araçları vasıtası ile ulaşmaktasınız?

Web ( ) Radyo ( ) TV ( ) Belediye Yayınları ( ) Yerel Gazeteler ( ) Muhtarlarla Toplantı ( )  
Sms Hattı ( ) Anonslar ( ) Billboard ( )

2. Belediye ile ilgili bilgilerin size hangi araçlarla ulaştırılmasını tercih edersiniz?

Web ( ) Radyo ( ) TV ( ) Belediye Yayınları ( ) Yerel Gazeteler ( ) Muhtarlarla Toplantı ( )  
Sms Hattı ( ) Anonslar ( ) Billboard ( )

3. Belediyeye son 12 ay içerisinde şikayet veya şikayetlerde buldunuz mu?

Evet ( ) Hayır ( )

4. (Evet ise) Belediyeye şikayetlerinizi hangi yollardan ilettiniz?

444 12 06 hatlı telefon ( ) Dilekçe ( ) İletişim Masaları ( ) E-mail ( ) Yüzyüze Görüşme ( )

5. Şikayetlerinizin belediye tarafından ele alınma yöntemleri sizi memnun etti mi?

Evet ( ) Hayır ( )

6. Şikayetiniz sonrası size geri dönüldü mü?

Evet ( ) Hayır ( )

7. En son ne zaman ve hangi konuda belediyeye başvuru yaptınız?

.....

8. Son 5 yılda belediyeye kaç kez başvuru yaptınız?

0-5 ( ) 5-10 ( ) 10-15 ( ) 15-20 ( ) 20 ve daha fazla

