

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

YEREL YÖNETİMLERDE HEDEF KİTLE MERKEZLİ
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI
(MAHALLE MECLİSİ ÖRNEĞİ)

Züleyha KAYIKÇI
134221011001

DANIŞMAN
Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

KONYA, 2014



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı	Züleyha KAYIKÇI		
Numarası	134221011001		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Halkla İlişkiler ve Tanıtım		
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora	☐
Tezin Adı	Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler Uygulamaları (Mahalle Meclisi Örneği)		

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

Öğrencinin imzası
(İmza)



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin

Adı Soyadı	Züleyha KAYIKÇI
Numarası	134221011001
Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒ Doktora ☐
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK
Tezin Adı	Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler Uygulamaları (Mahalle Meclisi Örneği)

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan *Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler Uygulamaları (Mahalle Meclisi Örneği)* başlıklı bu çalışma ...*11*.../*12*.../*2014* tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı

Danışman ve Üyeler

İmza

Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

Danışman

Prof. Dr. Ahmet KALENDER

Üye

Doç. Dr. Sevil YILDIZ

Üye

Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK
Prof. Dr. Ahmet KALENDER
Doç. Dr. Sevil YILDIZ

YEREL YÖNETİMLERDE HEDEF KİTLE MERKEZLİ HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI (MAHALLE MECLİSİ ÖRNEĞİ)

Züleyha KAYIKÇI

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi Kasım 2014

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

ÖZET

Yerel yönetimler için, halkla doğru ve düzenli bir iletişim içinde olmak önem taşımaktadır. Yerel yönetimler, demokratik ülkelerde halkın yönetime katılması için en uygun yönetim birimlerinin başında gelir. Yerel yönetimlerin halkın olumsuz tepkilerine hedef olmamak, çalışmalarını halkın istekleri doğrultusunda yönlendirmek amacıyla halkla ilişkiler uygulamalarına daha fazla ihtiyaçları vardır. Bu yüzden yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin önemli bir rolü bulunmaktadır.

Hedef kitleye uygun içerikteki iletilerle ve uygun iletişim ortamıyla yine hedef kitleye ulaşılması gerekmektedir. Etkili bir halkla ilişkiler uygulaması olan “Mahalle Meclisi” Projesi, karşılıklı bir yönetim olgusu olan yönetişim olgusunu ortaya çıkarmıştır. Buradaki amaç, halkın yönetime aktif bir biçimde katılımının sağlanmasıdır. Mahalle Meclisi uygulaması ülkemizde ilk kez Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetim, Hedef Kitle, Halkla İlişkiler.

**TARGET AUDIENCE CENTERED PUBLIC RELATIONS
APPLICATIONS IN LOCAL ADMINISTRATIONS (DISTRICT
COUNCIL PRECEDENT)**

Züleyha KAYIKÇI

**Selçuk Universty, Head of The Departmen of Institute of Social Sciences Public
Relations and Publicty Post-Graduate Thesis November 2014**

Thesis Advisor: Doç Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

ABSTRACT

To be in a true and consistent communication with people is very important for them. Local administrations are one of the most convenient administration units for the political participation of the people in democratic countries. Local administrations need more public relations practices not to come across with negative reactions from people and to be more responsive to them. Therefore, public relations have a huge role in local administrations.

It is necessary to reach the intended population with the messages in appropriate content and appropriate communication media. The Project of District Council that is an effective practice of public relations brings out the governance fact that is a mutual management fact. The aim here is that provided public's participation in management actively. The practice of District Council is carried for the first time in our country by Konya Metropolitan Municipality.

Key Words: Local Administration, Target Audience, Public Relations.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iv
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
TABLolar LİSTESİ	xv
GİRİŞ	16
I. BÖLÜM	18
1. HALKLA İLİŞKİLER	18
1.1. Halkla İlişkilerin Gelişim Süreci	20
1.2. Halkla İlişkilerin Amacı	26
1.3. Halkla İlişkiler Uygulama Süreci	26
1.3.1. Araştırma	27
1.3.2. Planlama	27
1.3.3. Uygulama	28
1.3.4. Değerlendirme	28
1.4. Halkla İlişkilerin İlkeleri	29
1.4.1. Çift Yönlü İletişim	29
1.4.2. İnandırıcılık	29
1.4.3. Doğru Bilgi Vermek	29
1.4.4. Açıklık	30
1.4.5. Sabırlı Olmak	30
1.4.6. Kurum İmajı	30
1.4.7. Süreklilik	31
1.4.8. Sorumluluk	31

II. BÖLÜM	32
2. YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER	32
2.1. Yerel Yönetim	32
2.1.1. Dünya’da Yerel Yönetim	33
2.1.2. Türkiye’de Yerel Yönetim	37
2.2. Türkiye’de Yerel Yönetime İlişkin Yasal Düzenlemeler	41
2.2.1. 1580 Sayılı Belediye Kanunu	41
2.2.2. 5393 Sayılı Belediyeler Kanunu	42
2.2.3. 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu	43
2.2.4. 6360 Sayılı Büyükşehir Belediyeleri Kanunu ve Türkiye Yerel Yönetim Sistemine Etkileri	43
2.3. Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamaları	47
2.4. Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Önemi	49
2.5. Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamalarında Kullanılan Yol ve Yöntemler	50
2.5.1. Belediyelerin Halkı Tanıma Yöntemleri	50
2.5.1.1. Halk Günleri	51
2.5.1.2. Kamuoyu Araştırmaları ve Anketler	52
2.5.1.3. Dilek-Şikâyet Kutuları	52
2.5.1.4. Resmi Müracaatlar	53
2.5.1.5. Basının Takip Edilmesi	53
2.5.1.6. Halkın Başvuruları	54
2.5.1.7. Referandumlar	54
2.5.1.8. Sivil Toplum Kuruluşları	55
2.5.2. Belediyeleri Halka Tanıtma Yöntemleri	56
2.5.2.1. Basılı-Süreli Yayınlar	57
2.5.2.2. Vatandaşla Yüz Yüze ve Telefonla İletişim Kurma	57
2.5.2.3. Danışma Birimi Oluşturulması	58
2.5.2.4. Sosyal İçerikli Uygulamalar	59
2.5.2.5. Basın Yolu İle Tanıtım	59
2.5.2.6. Kamuoyu Önderleri İle İletişim	60
2.5.3. İnternet Uygulamaları	61

2.5.3.1. Web Sitelerinin Kullanımı	61
2.5.3.2. İnternet Aracılığı İle İletişim Kurmanın Önemi	61
III. BÖLÜM	63
3. YEREL YÖNETİMLERDE HEDEF KİTLE MERKEZLİ HALKLA İLİŞKİLER YÖNETİMİ	63
3.1. Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler	
Yönetim Süreci.....	63
3.1.1. Hedef Kitleyi Tanımak	64
3.1.1.1. Kurum İçi Halkla İlişkilerde Hedef Kitle	65
3.1.1.2. Kurum Dışı Halkla İlişkilerde Hedef Kitle	66
3.1.2. Hedef Kitlenin Özellikleri	68
3.1.2.1. Bağlanma	68
3.1.2.2. Kendine Güven	68
3.1.2.3. Saygınlık Faktörü	69
3.1.2.4. Zekâ ve Eğitim	69
3.1.2.5. Cinsiyet Farkı	70
3.1.3. Hedef Kitle Belirlenirken Dikkat Edilecek Faktörler	71
3.1.3.1. Hedef Kitle Davranışlarını Etkileyen Bireysel Faktörler	71
3.1.3.2. Hedef Kitle Davranışlarının Etkileyen Grupsal Faktörler	71
3.1.4. Hedef Kitle İle Kurulacak İletişim ve Özellikleri	72
3.1.5. Doğru Hedef Kitleyi Seçebilmek, Ulaşabilmek	73
3.1.6. Hedef Kitleyi Bilgilendirmek	73
3.1.6.1. Hedef Kitlenin Yerel Yönetimden Beklentileri	74
3.1.6.2. Hedef Kitleye Dönük Çalışmanın Gerekliliği	74
3.1.6.3. Hedef Kitlenin Bilgilendirilmesinde Ortaya Çıkabilecek Sorunlar	75
3.1.7. Hedef Kitleyi İkna Edebilmek	75
3.1.8. Hedef Kitlenin Tepkilerini Önceden Saptayabilmek	75
3.1.9. Hedef Kitle Memnuniyeti	76
3.1.10. Hedef Kitlenin Görüşlerini Belirlemede Yol ve Yöntemler	76
3.1.10.1. Hedef Kitle Katılımı	77

3.1.10.2. Etkili ve Verimli Hizmet Üretme	78
3.2. Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Gerçekleştirilmesi	79
3.2.1. Yerel Faaliyetlerde Hedef Kitle Anlayışının Geliştirilmesi	79
3.2.2. Etkili Bir Halkla İlişkiler Uygulamasının Benimsenmesi	80
3.3. Yerel Yönetim Halkla İlişkiler Uygulamalarında Hedef Kitle Faktörü ve Önemi	81

IV. BÖLÜM

4. MAHALLE MECLİSİ PROJESİ UYGULAMASI

4.1. Problem	82
4.2. Amaç	83
4.3. Önem	83
4.4. Varsayımlar	84
4.5. Sınırlıklar	84
4.6. Yöntem	85
4.7. Bulgular	85
4.7.1. Araştırma	86
4.7.2. Planlama	91
4.7.2.1. Bölgenin (Mahallenin) Bilgi Kartlarının Hazırlanması	92
4.7.2.2. Mahalle Muhtarlıklarından Taleplerin Alınması	93
4.7.2.3. Verilerin Rapor Haline Getirilmesi	93
4.7.2.4. Başkanlığa Raporların Sunulması	94
4.7.2.5. İlçe Belediye Başkanlıklarına Bölgenin Mahallelerin Verileri ve Raporlarının Sunulması	94
4.7.2.6. Genel Sekreterlik ve İlgili Birimlerin Bilgilendirilmesi	94
4.7.2.7. Afiş ve El İlanının Bölgeye Dağıtılması ve Diğer Duyuru Yöntemlerinin Kullanılması	94
4.7.3. Uygulama	95
4.7.3.1. Mahalle Meclisi İş Planı (Her Bir Program Öncesi, Yapıldığı An, Sonrası)	96
4.7.3.2. Yapılış Tarihine Göre Mahalleler	97

4.7.4. Değerlendirme	101
4.7.4.1. Alınan Taleplerin Kurumlar ve Birimlere İletilmesi	103
4.7.4.2. Taleplerin Sonuçlandırılması ve Raporlandırılması	103
4.7.4.3. Yöntemdeki Farklılıklar	113
4.7.4.4. Mahallelere Yapılan Hizmetler ile İlgili Tutulan Kayıt ve Belgeler...	113
4.7.4.5. Proje Bütçesi	114
4.7.4.5. Karşılaşılan Sorunlar	114
SONUÇ ve ÖNERİLER	116
EKLER	119
KAYNAKÇA	121

KISALTMALAR

AB	:Avrupa Birliği
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
a.g.e.	:Adı Geçen Eser
a.g.m.	:Adı Geçen Makale
AÖF	:Açık Öğretim Fakültesi
AYÖŞ	:Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı
BM	:Birleşmiş Milletler
BİMER	:Baskanlık İletişim Merkezi
BYYO	:Basın Yayın Yüksekokulu
CERP	:Avrupa Halkla İlişkiler Konfederasyonu (Confédération Européenne des Relations Publiques)
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
HİD	:Halkla İlişkiler Derneği
IPRA	:Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (International Public Relations Association)
KAYA	:Kamu Yönetimi Araştırma Projesi
KYTK	:Kamu Yönetimi Temel Kanunu
MEHTAP	:Merkezi Hükümet Teşkilatı Projesi
PR	:Public Relations (Halkla İlişkiler)
PRSA	:Public Relations Society of America (Amerika Halkla İlişkiler Birliği)
STK	:Sivil Toplum Kuruluşları
TBB	:Türkiye Belediyeler Birliği
TBMM	:Türkiye Büyük Millet Meclisi
TODAİE	:Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü
TSE	:Türk Standartları Enstitüsü

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Mevcut Belediye, Büyükşehir Belediyesi ve Yeni Büyükşehir Belediyesi Olan İller	44
Şekil 2: Konya Büyükşehir Belediyesi Örgütlenme Yapısı İçerisinde Alo 153 Açık Kapı'nın Yeri	48
Şekil 3: Vatandaş Odaklı Yönetim Döngüsü	102
Şekil 4: Daire Başkanlıkları, Birimler, Müdürlükler ve Dış Kurumlara Gönderilen Talepler ve Gelen Cevaplar	119
Şekil 5: Konya Merkez İlçelere Göre Mahalle Dağılımını Gösterir Harita	120

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Seçimleri Öncesi ve Sonrasında Belediye Sayısı	45
Tablo 2: 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Seçimleri Öncesi ve Sonrasında Nüfus Durumu	46
Tablo 3: Mahallelerin Nüfus (Çoktan Aza Doğru) Sayısı	88
Tablo 4: Mahalle Meclisi Program Listesi	98
Tablo 5: Büyük Aymanas Mahalle Meclisi Programında Alınan Toplam Talep Sayısı ve İlgili Birimlere Dağılımı.....	105
Tablo 6: Büyük Aymanas Mahalle Meclisi Programında Muhtarlardan Alınan Talepler ve Cevap Durumu.....	106
Tablo 7: Kaşınhanı Yeni Mahalle Meclisi Programında Alınan Toplam Talep Sayısı ve İlgili Birimlere Dağılımı	109
Tablo 8: Kaşınhanı Yeni Mahalle Meclisi Programında Muhtarlardan Alınan Talepler ve Cevap Durumu.....	110
Tablo 9: Mahalle Meclisi Proje Bütçesi	114

GİRİŞ

Yerel yönetimler, merkezde ve kırsal kesimde yaşayan insanların, ortak ve yerel nitelikteki gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulan ve hukuk düzeni içerisinde oluşturulmuş anayasal kuruluşlardır. Siyasi ve ekonomik sistemin parçasını oluşturan yerel yönetimler kamu yönetiminde önemlidir. Günümüzde uygulanmaya başlayan sosyal belediyecilik anlayışı ile birlikte yerel yönetimlere; sosyal alanlarda planlama ve düzenleme sorumluluğu yüklenmiştir. Yerel yönetimlerin temel amacı, yerel nitelikte sunulması gereken hizmetleri belirlemek, sorunların çözümünü sağlamak ve hedef kitle memnuniyetini gerçekleştirmektir. İşte bu noktada da önemli bir olgu ile karşılaşırız; “Halkla İlişkiler”.

Günümüzde ekonomik şartların ve teknolojinin ilerleyişi, diğer kurum ve kuruluşları olduğu gibi yerel yönetimleri de etkisi altına almıştır. İçinde yaşadığımız iletişim çağında diğer yöneticilerin olduğu gibi yerel yöneticilerin de faaliyet alanı genişlemekte ve iş yükü artmaktadır. Halkın beklentilerinin de tüm gelişmelere paralel olarak arttığını düşünecek olursak, halkla ilişkiler uygulamalarının sistemli bir biçimde yürütülmesinin ne denli önemli olduğu açığa çıkacaktır. Sık sık dile getirildiği gibi halkla ilişkilerin uygulandığı kurumlara fayda sağlaması ancak bir plan ve program dahilinde yürütülmesi ile mümkündür.

Sistemli olarak yürütülen halkla ilişkiler uygulamalarının yerel yönetimlere en büyük katkısı ise hiç kuşkusuz, halkla bütünleşen bir belediye ve belediye ile bütünleşen bir halk olmuştur. Programa dahil her bir faaliyet kendi içinde ve sistem içinde uygulanması açısından önem arz eder. Birini birinden daha önemli ya da daha önemsiz görmek yanlış olacaktır.

“Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler Uygulamaları (Mahalle Meclisi Örneği)” başlıklı tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde halkla ilişkiler tanımlarına değinilmiş, dünyada ve ülkemizdeki tarihsel gelişim sürecine bakılmıştır. Bununla beraber halkla ilişkilerin amacı, uygulama süreci ve ilkeleri de ele alınmıştır.

İkinci bölümde dünyada ve ülkemizde yerel yönetim, yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin önemi, uygulama süreci ve yerel yönetimlerde halkla ilişkilere yönelik yasal düzenlemeler konuları üzerinde durulmuştur.

Üçüncü bölümde, yerel yönetimlerde hedef kitle merkezli halkla ilişkiler yönetim süreci modeli başlığı altında; hedef kitle geniş manada ele alınarak tüm yönleri ile incelenmeye çalışılmıştır.

Dördüncü aşama olan son bölümde ise çalışmanın yöntemi üzerinde durulmuş ve “Mahalle Meclisi Uygulama Projesi” tüm yönleri ile ele alınmıştır. Sonuç ve öneriler bölümünde ise, araştırmanın genel bir değerlendirmesi yapılmış, varsayımlarda kullanılan değişkenlerin ne kadarının gerçekleştiği ve ne kadarının gerçekleşmediği üzerinde durularak, gerekli olduğu düşünülen önerilerde bulunulmuştur.

I. BÖLÜM

1. HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler genel bir tanımla, “bir örgütün, çevresindeki bireylerin güvenini kazanmak amacıyla, onların istekleri yönünde ne yapması gerektiğini saptamak veya kendi eyleminin gerekliliğini kanıtlamak için giriştiği planlı çabayı” (Kazancı, 1976: 75) ifade eder.

Amerika Halkla İlişkiler Birliği’nden (Public Relations Society of America) bir uzman 200 kadar değişik halkla ilişkiler tanımı saptamıştır (Tortop, 1993: 3).

Genel manada halkla ilişkiler faaliyeti, kurum ve ya kuruluşun iletişim içerisinde olduğu her türlü kişi ve kuruluş ile sağlam bağlar kurup geliştirmesine yönelik olan çabalardır (Mardin, 1994: 2).

Modern anlamda halkla ilişkiler, bilimsel yenilikler ve sanayileşmeden kaynaklanan bir alandır (İşçi, 2002: 1).

Public Relations konusunda ansiklopedilerde, sözlüklerde ve kitaplarda pek çok tanım mevcuttur. Bu tanımların temelindeyse bir görüş yatar; Public Relations’ın kuruluş ile karşısındaki “hedef kitle” arasında karşılıklı menfaate dayalı ve sağlıklı bir diyalog tesis etmesi, bunun sonucunda ise, kamuoyunun ilgili kesimlerinde kuruluş hakkında olumlu bir imaj ve destek meydana getirilmesidir (Asna, 1997: 208).

Halkla ilişkiler ise çok daha uzun süreli bir planlama gerektiren, kampanya esnasında hedef kitleden gelen “feedback” (“geri besleme” olarak Türkçeleştirilen bu terim, alıcının tepkisinin göndericiye aktarımı anlamına gelir) (Fiske’den çev. İrvan, 1996: 39).

“Halkla ilişkiler, yönetimin felsefesi, bu felsefenin yürütülen politika ve eylemlerle görüntülenmesi, bir yönetim fonksiyonu ve karşılıklı anlayış ve iyi niyetin sağlanması için kamuoyu ile haberleşme yöntemleri sonucunda bu felsefenin, politikanın, uygulamanın ve eylemlerin açıklanmasıdır” (Asna, 1988: 15).

Bir başka tanıma göre halkla ilişkiler, “Kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir” (Mıhçıoğlu, 1986: 13).

Peltekoğlu’na göre ise halkla ilişkiler: “kurumun amaçları üzerinde yapılan, önem sırası kimi zaman tüketici, dağıtıcı ve çalışanlar gibi, kurumun veya

kampanyanın hedeflerine göre değişkenlik gösteren hedef kilelerle gerçekleştirilen stratejik iletişim yönetimidir” (Peltekoğlu, 2009: 7).

E. Reck’e göre ise; “Gdlecek politikayı, sunulacak hizmetleri, yapılacak isleri bireyler ve grupların yararlarına uygun şekilde planlamak için sürekli olarak geliştirilen bir oluşumdur” halkla ilişkiler (Asna,1993: 56).

Harlow, 65 uzmandan elde edilen ve 472 farklı halkla ilişkiler tanımından özetlenen bir tanımlama çalışması yapmıştır. Buna göre:

“Halkla ilişkiler, bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabul ve işbirliğini oluşurmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur” (Okay, 2002: 2).

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) ise halkla ilişkileri şöyle tanımlamaktadır:

“Bir rgt ile o örgütün ilgili çevresi arasında karşılıklı iletişim, anlayış, işbirliği ve hoşgörü ilişkisi kurulmasına ve bu ilişkinin devamına yardımcı olan yönetsel bir işlev. Halkla ilişkiler işlevi, sorunların ya da olayların yönetimini içerir; örgüt yönetiminin kamuoyu hakkında bilgili olmasına, kamuoyuna duyarlı olmasına yardımcı olur; örgüt yönetiminin kurumsal çıkarlara hizmet etme sorumluluğunu tanımlar ve bu sorumluluğun altını çizer; gelişmeleri öngörmede yardımcı birer erken uyarı sistemi olarak hizmet görmek suretiyle yönetimin değişikliklere ayak uydurmasında ve bu değişiklikleri etkili biçimde kullanmasında yardımcı olur; bu işleri yaparken kullanacağı başlıca araç gereçler ise, araştırma teknikleri ile sağlam, trel iletişim teknikleridir” (Mutlu, 2004: 123).

Tanımlamaların bütününde halkla ilişkilerin srekliplik arz eden bir yapıda olduğu dikkat çekmektedir. Tüm bu maddelerin eksiksiz yerine getirilmesi kusursuz bir halkla ilişkiler yönetimini beraberinde getirecektir.

Sonuç itibariyle tüm tanımları göz önünde bulundurursak, üç önemli ögeyle halkla ilişkiler tanımlarında ve uygulamalarında karşılaşmak mümkündür. Kurum ya da kuruluş (kaynak), halkla ilişkiler uygulamaları (mesaj) ve hedef kitle (kuruluş içi ve kuruluş dışı çevre). Halkla ilişkilerin bir iletişim türü olması ve temelinde iletişimin yattığı bir disiplin olmasından hareketle yukarıdaki üç ögeye (kaynak, mesaj ve hedef kitle); çoğu kez etkileşimi beraberinde getirdiği için geri iletim (feedback) unsuru da eklenecektir.

1.1. Halkla İlişkilerin Gelişim Süreci

Halkla ilişkiler uygulaması olarak adlandırabileceğimiz pek çok faaliyetin tarihi aslında çok eskidir.

Gerek yabancı, gerekse yerli halkla ilişkiler literatürü incelendiğinde, halkla ilişkiler faaliyetlerinin dünyada ilk ortaya çıkışı, Mısır ve Mezopotamya’da dönemin yöneticilerinin tanıtılması amacıyla hazırlanan tabletlerle ilgili uygulamalara kadar götürüldüğü görülmektedir. Yine aynı dönemde çiftçilere ekme, biçme, zararlılarla mücadele etme gibi konularda bilgi veren taş tabletlerin de yazıldığı görülmektedir (Çamdereli, 2005: 14).

Güçlü imparator imajını yaratmak için Pers, Babil ve Asurluların özenle islenen imparator portrelerini halkla ilişkiler açısından önemlidir.. Eski Mısırdaki din adamlarının kamuoyu oluşturmak, uygulanan kuralları pekiştirmek ve halkın gözünde süreklilik sağlamak için günümüz halkla ilişkiler tekniklerine benzeyen yöntemleri kullanmışlardır (Peltekoğlu, 2004: 66).

Ivy Lee “İlkeler Beyannamesi” ve “ Halka Bilgi Verilmelidir” sloganı ile tarihe damgasını vurmuştur. Gizliliği yok etmek, reklamlarla karıştırılmamak, gerçek bilgileri elde etmek, insan unsurunun örgütün en önemli kaynağı olduğu, en iyi bilginin doğru bilgi olduğu ilkeler arasında öne çıkanlardandır (Sabuncuoğlu, 2004: 9).

Esas olarak halkla ilişkileri devletin ülke insanlarını bilgilendirmesi bağlamında ele alacak olursak, M.Ö. 1800’lü yıllarda Sümer Devleti’nin çiftçilere ürünlerini yetiştirmeleriyle ilgili bilgi vermek için tarım bültenleri hazırlamaları (İşler, 2007: 81). Bu, o dönemde, dönemin koşulları göz önünde bulundurulduğunda, oldukça ileri sayılabilecek bir gelişmedir. Öyle ki bütün bu ifadelere dayanarak

tarihsel süreç içerisinde halkla ilişkiler kavramının çok eskiye ait olduğunu rahatlıkla ifade edebiliyoruz.

Kimi uzmanlar, eski çağlarda yapılan bazı uygulamalardan hareketle, halkla ilişkilerin başlangıcını ilk çağlara kadar götürseler de onun düzenli, planlı ve belirli bir amaca yönelik bir çalışma olarak ortaya çıkması yüzyılın başında olmuştur (Kazancı, 2007: 1).

Halkla ilişkilerin kurumlar açısından önemi 1929 Büyük Bunalım yıllarında anlaşılmıştır. Bu tarihten sonra, halkla ilişkilerin kurumlar açısından önemi kavranmış ve kurumlarda halkla ilişkilerle ilgili bir farkındalık ve bilinç oluşmuştur. Artık halkla ilişkiler hem toplumsal sorumluluğun bir göstergesidir, hem de “*olmazsa olmaz toplumsal güdüleme ve denetleme*” (Kazancı, 2007: 7) aracıdır. Bu tarihten sonra toplum daha organize hareket etmeye ve bireyler vatandaş olarak haklarının farkına varmaya başlamıştır. Bu durum, kamu kurumlarının ve özel kurumların halka karşı duyarlılıklarının artmasını ve daha titiz ve özenli davranmalarını sağlamıştır.

Halkla ilişkiler, 1929 Ekonomik Buhranıyla birlikte uluslararası ekonomik sistemin çözülmesini kendi lehine kullanmaya başlamış ve şirketlerin halka kendilerini anlatabilmek, ekonomiye olan katkılarını sergileyebilmek için kullandıkları bir teknik haline gelmiştir (Becerikli, 2005: 21).

Halkla ilişkiler deyimi ilk kez ABD Başkanı Thomas Jefferson’un 1807 yılında kongreye gönderdiği mesajda kullanılmıştır. Yine aynı yüzyıl başlarında halkoyu araştırmalarının yapılması da söz konusudur. 1896 yılında yapılan seçim kampanyalarında ise halkla ilişkiler önemli bir yer tutmuştur. Bu seçim aynı zamanda halkla ilişkilerin planlı ve düzenli bir biçimde uygulandığı ilk seçim olma özelliğini de taşımaktadır (Kazancı, 2006: 5-6)

ABD’nin modern gelişim ve globalleşen dünya ekonomisinde profesyonel halkla ilişkiler danışmanlığı ve büyük şirketler ve holdinglerin uzman büroları ve ajanslarla faaliyetlerini yürütmesi, diğer ülkelere de öncülük etmektedir. Medya, reklamcılık ve pazarlamanın paralel gelişimi ile birlikte ABD’deki halkla ilişkiler uygulamaları da geleceğe yön verecektir (Fidan, 2008: 56).

Avrupa’da ise 1990’larda halkla ilişkiler sorumluluğunu, reklam, satış sonrası servisler, müşteri ilişkileri, pazar araştırması gibi konuları da kontrolüne alan “iletişim danışması” olarak adlandırılabilir oluşlar ortaya çıkmıştır. 2000’li

yıllardan sonra da profesyonel ajans ve danışmanlık birimleriyle sektördeki gelişimin devam ettiğini ifade edebiliriz (Fidan, 2008: 57).

Modern anlamda halkla ilişkilerin dünyadaki seyrine bakarsak ilk gelişmelerin Türkler tarafından yapıldığını görmekteyiz.. Hun ve Göktürklerde halkla ilişkiler özellikle halk desteğine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Orhun Abideleri, Kutadgu Bilig, Nizam-ül Mülk'ün Siyasetnamesi özellikle bu eserde halkın istek ve düşüncelerinden, yönetimi bilgilendirmenin gerekliliği vurgulanmaktadır. Yine Selçuklu hükümdarlarının halkın sorunlarını dinlemek için haftanın belirli günlerinde halk günleri yapmaları da örnek verilebilir. Osmanlı Devleti yönetim olarak halka dönük ve halk yararına etkinlikler yoğunluktadır. Fatih Sultan Mehmet'in Cuma gününü halkla görüşmek üzere ayırması, yabancı sanatçıları çağırıp davet etmesi, yabancı devletlerle iletişim köprüsü kurması etken davranışlardır (Kadıbeşegil, 1986: 20-22).

Kamu kurumlarında halkla ilişkiler alanındaki ilk çalışmalar Milli Savunma Bakanlığı ve Dışişleri Bakanlığı gibi kamu kurumlarda başlamıştır (Abadan, 1964: 11).

1935 yılında İnönü Kabinesi, bir toplantısında daha iyi halkla münasebetlerin nasıl yapılacağını görüşmüştür. Ancak bu görüşmelerden uygulamaya yansıyan bir sonuç çıkmamıştır. Kasım 1937 ile Kasım 1938 tarihleri arasında görev yapan Celal Bayar Hükümeti'nin programında halkla ilişkilerin iyileştirilmesi konusunda önerilere yer verilmiştir. Değişik dönemlerde ve Tek Parti Dönemi hükümetlerinin programlarında da birbirinden kopuk açıklamalarla yer almış olsa bile, halkla ilişkiler uygulamasını, yönetsel sistemin vatandaşla ilişkilerinde rahatlatıcı bir çalışma olarak görmemizin tarihi çok yenidir. Demokrasi geleneğimiz, halkın baskı grubu olarak örgütlenmesi, ekonomik yaşantıda amaçları birbirinden farklı olan grupların ortaya çıkması, kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler hem özel hem de kamu kesiminde halkla ilişkilere özel bir yer ayrılmasının en önemli nedenidir (Kazancı, 2007: 12-13).

Çağdaş anlamda ilk halkla ilişkiler çalışması ise 1961'de kurulan Devlet Planlama Teşkilatı (D.P.T)'nin kuruluş aşamasında Koordinasyon Dairesi içinde Yayın ve Temsil Şubesinin yer alması ile başlamıştır (Asna, 1988: 48). 1964'de ise

Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü de benzer bir yapılanma içine girmiştir ve o yılların şartlarına göre başarılı çalışmalar yapılmıştır.

Halkla ilişkilerin planlı ve alt yapısı olan çalışmalar olarak gerçekleştirilmesi ise çok yenidir. Türkiye’de gerçek anlamda halkla ilişkilerin uygulanmaya başlaması 1960’lı yıllardan sonradır (Önal, 2000: 7). Halkla ilişkiler çalışmaları ile ilgili en ayrıntılı bilgi 1962 yılında hazırlanan “Merkezi Hükümet Teşkilatı Projesi”nde (MEHTAP) yer almaktadır. Halkla ilişkiler konusu ilk kez bu projede ayrıntılı olarak ele alınmıştır diyebiliriz. Bu raporda devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın ilişki sağlama zorunludur. Türk idaresinde çeşitli kademelerde, her kurumun bünyesine uygun olarak, halkla temas ve dinleme usulleri kurmak gerekmektedir. Bunun geliştirmek üzere yönetimin, yöntemler geliştirmesinin gerekli olduğu belirtilmiştir (Mehtap, 1966: 55).

Türkiye’de halkla ilişkiler mesleğinin ilk örgütlenme girişimleri ise 1969’da başlamış, 1972’de Halkla İlişkiler Derneği kurulmuştur (Asna, 1988: 49). Kamu sektöründe halkla ilişkilere ait ilk düzenleme ise 1976 tarihinde çıkarılan bir genelge ile başlatılmıştır (İşçi, 2002: 87).

İlk halkla ilişkiler eğitimi ise 1966 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu’nda bir halkla ilişkiler bölümü kurulmasıyla başlamış bulunmaktadır (Önal, 2000: 7).

Halkla ilişkilerin varlığı bilinmesine karşın toplumsal ve yönetsel sistemimiz böyle bir uygulamaya gereksinme duymadığı için kamu yönetiminde halkla ilişkiler sürekli olarak bir yana bırakılmıştır. Çünkü planlı toplumsal çalışmanın doğması kuşkusuz başka ülkelerdeki örneklerin varlığından çok, o sistem içinde böyle bir gereksinimin duyulmasına bağlıdır (Kazancı, 2007: 12).

Anadolu Ajansı ve aynı dönem içerisinde oluşturulan Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünü halkla ilişkilerle ilgili olarak kurulan ilk resmi yapılarıdır. Millî Savunma Bakanlığı bünyesinde kurulan “Basın ve Halkla Münasebetler Daire Başkanlığı”, Devlet Planlama Teşkilatı “Yayın ve Temsil Şubesi” ve 1964 yılında kurulan Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü Tanıtma Şubesi çağdaş halkla ilişkiler faaliyetlerini yapan ilk kuruluşlardır (Asna, 1979: 104).

Halkla ilişkiler eğitim sahasında 1960’da derslere konu olmuştur. 1966 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulunda Halkla

İlişkiler Bölümü açılmıştır. Alaeddin Asna'nın başkanlığında 1971'de İstanbul'da Halkla ilişkiler Derneği kurulmuştur (Kadıbeşgil, 1986: 23).

Kamu yönetimi sisteminde en kapsamlı ve geniş çalışma, 1991 yılında tamamlanarak yayımlanan Kamu Yönetimi Araştırma Projesi'dir. Projenin genel raporunda, halkla ilişkiler hizmetlerinde merkezi düzeyde koordinasyonu sağlamak amacıyla Basın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün, Devlet Enformasyon Bakanlığı adıyla değiştirilmesi, Bakanlık ve Kurum Sözcülüğü kurumunun getirilmesi, kamuda halkla ilişkiler uzman ve yardımcılığı kadroları oluşturarak yeni çalışma alanlarının ortaya çıkarılmasının üzerinde durulmuştur (Bülbül, 1998: 82).

Türkiye'de halkla ilişkiler kavramını özel sektörden daha önce ilk kez kullanan kamu kesimi olmuştur. Buna rağmen kavramı tanımış ve kullanmış olmanın gereğini yerine getirmeyen de yine kamu kesimidir (Başnur, 1998: 29).

Pek çok alanda olduğu üzere halkla ilişkiler diye ifade edilen yöneticilik sanatının ülkemizde yerleşip gelişmesinde de kamu kuruluşları öncülük hizmetini ifa etmişlerdir. Artık özel kuruluşlarda halkla ilişkiler faaliyetlerine önem vermeye başlamışlardır (Asna, 1969: 101).

Kurum içi ve kurum dışı çevreleri bilgilendirerek, kurumsal haberleşmeyi gerçekleştirmek amacıyla yayınlanan dergiler, gazeteler ve bültenler; öğrenci yurtları, üst geçit ve köprü, hastane yapımı ve bağışı gibi halk yararını içeren faaliyetler; sanat galerilerinin açılması, sergi, konser ve festival organizasyonu, sanat dallarında gelenekselleşen yarışmaların organize edilmesi gibi sanat çalışmaları; çocuklara ve gençlere yönelik olan eğitici dergiler, yayımlar, bilimsel edebi yapıtların literatüre kazandırılması ve ya bu tür eser sahiplerinin teşvikine ilişkin yarışmalar düzenlenmesi gibi kültürel etkinlikler; kurum içine yönelik yıldönümü kutlamaları, çalışanlar için düzenlenen toplantılar, geziler, çalışanların faaliyetlerini ve kuruma olan bağlılıklarını teşvik eden törenler, şilt ve belgeler; personelin çocuklarının eğitimi için verilen burslar, halkla ilişkiler bağlamında özel sektör kuruluşlarının başlıca uygulamaları biçiminde dile getirilebilir (Seçim, Çoşkun, 1992: 44).

2000'li yıllardan sonra siyasi alanda halkla ilişkiler faaliyetlerine verilen önem, ayrılan bütçe ve iş gücünün arttığı görülmüştür. Dolayısı ile bu alandaki çalışmalarda yeni bir uygulama sahası oluşmuştur. Siyasi alanda medyanın gücü ile birleşen etkili ve başarılı bir halkla ilişkiler çalışmaları yapılmıştır. Son dönemlerde

halkla ilişkilerle ilgili iki önemli gelişmeden bahsedilebilir, bunlar Bilgi Edinme Hakkı Yasası ile BİMER'dir (Fidan, 2008: 72):

Bilgi Edinme:

9 Ekim 2003 tarihinde kabul edilen 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu'nun amacı Resmi Gazetede şu şekilde belirtilmiştir; (bknz. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2003/10/20031024.htm>)

“Demokratik ve şeffaf yönetimin gereği olan eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkelerine uygun olarak kişilerin bilgi edinme hakkını kullanmalarına ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir”.

Kısaca herkes kanun kapsamında belirlenen esas ve usuller çerçevesinde bilgi edinme hakkına sahiptir. Kurum ve kuruluşların basın ve halkla ilişkilerle görevli birimlerinde bilgi edinme hakkının etkin olarak kullanılabilmesi ve bilgi ve ya belgelere erişimin zamanında sağlanabilmesi amacıyla bilgi edinme birimleri oluşturulur. Kurum ve kuruluşların kanun ve yönetmelik hükümleri çerçevesinde kesinleşen faaliyet ve denetim raporlarını uygun vasıtalarla kamuoyu incelemesine açık hale getirmeleri hem bilgi edinme hakkının daha etkin bir şekilde kullanımını sağlar hem de başvurulardan kaynaklanan iş yükünün de en aza indirilmesine katkıda bulunur.

Böylelikle etkili halk iradesi ve anlayışlı şeffaf devlet yönetimi anlayışı kavramları da yerlerine oturmuş olur. Sonuç itibariyle katılımcı demokratik yönetim anlayışının bir hükmü daha yerine getirilmiştir.

Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER):

20/11/2006 tarihli 26055 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan genelge ile; Başbakanlığa yapılacak başvuruların tüm yurt sathında kabulünü ve Bakanlıklar ile valiliklere yapılan müracaatların Başbakanlıktan izlenebilmesini amaçlayan ve Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık olarak isimlendirilen düzenleme, Türkiye genelinden aranabilir bir telefon numarası tahsisi ile bir bilgi işlem programı kullanılmasını öngörmektedir. Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık için Türkiye genelinde kullanılmak üzere "150" numaralı kısa telefon hattı tahsis edilmiştir. Bu numara illerden arandığında valilik halkla ilişkiler müracaat bürosunda bulunan telefon hattı devreye girecek ve buradaki halkla ilişkiler görevlileri tarafından alınacak müracaat, Başbakanlık İletişim

Merkezi (BİMER)- Doğrudan Başbakanlık web ara yüz programı kullanılarak sisteme girilecektir. (<http://www.bimer.gov.tr/Forms/Docs/20063.pdf>)

1.2. Halkla İlişkilerin Amacı

Halkla ilişkilerin amacı, kurumun kendi çevresini denetlemesine yardımcı olmak ve örgütün karlılığını sürdürebilmesi için onu çevresel tehlikelerden korumaktır (Kazancı, 2007: 43-44).

Günümüzde bu mesleğin çilesini paylaşan uzmanların gerçekleştirmesi şart olan ilk görevleri; “Halkla ilişkilerin halkla ilişkilerini yapmak” biçiminde dile getirilir. Yani halkla ilişkileri tanımak ve bu olguyu ilgililere gerektiği gibi tanıtmak (Kadıbeşgil, 1986: 3).

Bu çerçevede baktığımızda, genel olarak halkla ilişkilerin amaçları şu şekilde sıralayabiliriz (Işıkyakar, 1987: 9-10):

- Kamuoyunun kuruluşa ilişkin eğilimlerini, tutum ve beklentilerini saptayarak, kuruluşa bunlara uygun iyileştirmelerin yapılması için önerilerde bulunmak,
- İnsan davranışlarının ve tutumlarının gerçek nedenlerinin anlamak,
- Örgüte ilişkin olarak, kamuoyunda ortaya çıkmış olan yanlış anlamaları önlemek,
- Kuruluşla halkı arasında karşılıklı saygı ve toplumsal sorumluluk duygularını geliştirmek,
- Özel çıkarlarla, kamusal çıkarlar arasında uyum sağlamak,
- Mal ve hizmetlerin niteliklerinin geliştirilmesine katkıda bulunmak,
- Örgütlerin kurumsal kimliğinin oluşturulması ve benimsetilmesine katkıda bulunmak,
- Demokratik değerlerin gelişmesine katkıda bulunmak.

Tüm bu maddelerin eksiksiz yerine getirilmesi kusursuz bir halkla ilişkiler yönetimini beraberinde getirecektir.

1.3. Halkla İlişkiler Uygulama Süreci

Hedef kitlelere ulaşabilmek ve iletişim kurabilmek için halkla ilişkiler etkinlikleri “ 4 Adım Kuralı” olarak da adlandırılan süreç içerisinde

gerçekleştirilmektedir. Halkla ilişkiler çalışmaları iç içe geçmiş şu dört süreçten oluşmaktadır:

- Araştırma
- Planlama
- Uygulama
- Değerlendirme

1.3.1. Araştırma

Halkla ilişkiler çalışmalarının başlangıç aşaması bilgi toplamadır. Bilgi toplama, yoğun ve bilimsel bir araştırma çabasını gerektirir. Çözümlemek istenen sorunun açıklığa kavuşturularak saptanması ve amaçların belirlenmesi önemlidir.

Halkla ilişkiler programının ilk adımını oluşturan araştırma, olağan durumda kuruluşun içerisinde bulunduğu konumun ve ya kriz durumunda yaşadığı sorunun belirlenmesidir. Bu evrede genel kamuoyunun ve ya hedef kitlelerin kuruluşa karşı takındıkları tutum ve davranışların objektif olarak ele alınıp incelenmesi, değerlendirilmesi söz konusu olmaktadır. Araştırmanın fonksiyonu, mevcut duruma yönelik amaçları ya da sorunları belirleyip ortaya koymaktır (Bıçakçı, 1998: 144-145).

1.3.2. Planlama

İkinci aşama, elimizdeki bulgulardan yararlanarak ilk adımda belirlenen sorunu çözmek için bir halkla ilişkiler programının, çalışma planımızın hazırlanmasıdır. Bu çalışma sırasında hedefe neyin, nasıl söylenileceği kararlaştırılır.

Halkla ilişkiler çalışmalarının yüzde 75'ini düşünmek, yüzde 25'ini uygulamak oluşturur. Zamanın yüzde 75'ini masa başında geçirmek biraz tuhaf da olsa uygulamada ortaya çıkabilecek sorunların onarılmasının astarı yüzünden pahalı olacağını düşünürsek eğer bu zamanı harcamaya değer olduğunu düşünürüz (Kadıbeşegil, 1998: 96).

1.3.3. Uygulama

Üçüncü adım geliştirilen halkla ilişkiler programının uygulanmasıdır.

Uygulamada hedeflene sonuçlara varılabilmesi amacıyla hedef kitlelerle olan iletişimin etkili ikna edici olması, bir başka söyleyişle, geliştirici ve ya tutum değiştirici özellikte olması gerekir. Etkili bir iletişimde ise vericide şu özelliklerin birinin ve ya birkaçının birlikteliği hususiyeti aranmaktadır (Seçim ve Coşkun, 1992: 99):

- İnanılrlık
- Çekicilik
- Güçlü olma

İnanılrlık, kuruluşu duyulan güveni; çekicilik, bireyin güvenlik, saygınlık ve ya statü kazanma gibi özelliklerden hareketle belirli bir kuruluşu tercihini; güçlü olma, kuruluşun iç ve dış çevresini etkileyebilme yeteneğini ifade eder.

Tüm çalışmalar gerçekleştirilirken, uygulamanın bir halkla ilişkiler kampanyasının son basamağı olduğu ve ya kampanya için planlanan faaliyetler sona erdirildikten sonra kuruluşun ve ya çalışmaları yürüten ilgililerin uykuya yatmayı hak ettikleri düşünülmemelidir (Asna, 1993: 85).

1.3.4. Değerlendirme

Son adım ise uygulama sonuçlarının değerlendirilmesidir (Asna, 1974: 207). Böylelikle halkla ilişkiler çalışmalarının istenilen amaca ulaşp ulaşmadığı, eksik ve fazlalıkları daha rahat gözlenebilir ve düzenlenebilir. Değerlendirme şimdiye dek yapılan bilgi toplama, planlama ve uygulama aşamaları kadar önemlidir.

Değerlendirmenin sonul amacı, elde edilen geri bildirimle bağlı olarak programı gözden geçirmek ve yeni programı saptanmış hata ve eksikliklerden arındırarak hazırlamaktır (Bıçakçı, 1998: 146). Elde edilecek bulgular bir sonraki halkla ilişkiler programının daha isabetli, yerli yerinde uygulanmasına ve sonuçlandırılmasına faydalar sağlayacaktır (Kadıbeşgil, 1986: 219).

Değerlendirme sonuçları, sonraki faaliyetler için gerekli veriler demektir. Bu veriler arşivlenerek, ileride gerçekleştirilebilecek bir çalışmanın ilk süreci olan “bilgi toplama” sırasında kullanılmak üzere hazır tutulur. Bilgi toplama çalışması, ikinci,

üçüncü, dördüncü ve beşinci adımlarca izlenecek ve de halkla ilişkilerin sürekli bir oluşum biçiminde devam etmesi sağlanmış olacaktır (Asna, 1997: 244).

1.4. Halkla İlişkilerin İlkeleri

Günümüzde özel kuruluşlarda olduğu kadar kamu kurumlarında ve yerel yönetimlerde sıklıkla başvuru olan halkla ilişkiler olgusu hakkında tam anlamı ile bilgi sahibi olmak için, halkla ilişkilerin temel ilkelerini ele almak faydalı olabilir.

1.4.1. Çift Yönlü İletişim

Halkla ilişkiler tek yönlü olmayan, karşılıklı iletişime dayanan bir süreçtir. Hem kurum ya da kuruluş hem de hedef kitle aktif durumdadır. Öyle de olması gerekmektedir.

Halkla ilişkiler daha önce belirtildiği üzere reklamcılık ve propagandadan farklı biçimde çift yönlü iletişimi gerekli kılar. Kurum ya da kuruluşun belirli kararlarının ve faaliyetlerinin hedef kitleye tek yanlı biçimde yansıtılması halkla ilişkiler değildir (Sabuncuoğlu, 1998: 53).

1.4.2. İnandırıcılık

Sosyologlar halka bir şey yaptırabilmek için 3 yol olduğunu söyler (Tortop, 2006: 4):

1. Zor kullanmak
2. Para ile satın almak
3. İnandırmak

Halkla ilişkilere, işte bu üçüncü yolu kullanır. Çünkü halka inanmadığı bir şeyi benimsetmek ve yaptırmak kolay değildir. Halkla ilişkiler bu yollar arasında en insancıl olanıdır ve demokratik yapının bir gereğidir.

1.4.3. Doğru Bilgi Vermek

Doğru bilgi vermek çoğu zaman kuruluşlarca “doğruluk” ilkesi biçiminde benimsenmiştir.

Doğruluk ilkesi; yalnızca doğru, gerçek bilgilerin verilerek; yalan, yanlış bilgilerin verilmemesini sağlar, öngörür (Seçim ve Coşkun, 1992: 56-57). Önemli

olan kurum ya da kuruluşu olmak istediği gibi değil olduğu gibi hedef kitleye aktarmaktır. Böylece gerçeklerden sapmayarak, hedef kitleye güvenilen, doğru bir kurum imajı yansıtmak da mümkün olabilecektir.

1.4.4. Açıklık

Demokrasi, çoğulcu yönetimler, kurum ve kuruluşların şeffaflığını öngörür. Çağdaş yönetim anlayışına göre önemli olan da açık yönetimdir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde de açıklık ilkesi kuruluş nezdinde kamuoyundaki güven duygusunu artıracığı, pekiştireceği için önemlidir. Çoğu kişi tarafından da belirtildiği üzere kurum ve kuruluş adeta camdan bir ev olmalıdır, olabilmelidir.

1.4.5. Sabırlı Olmak

Toplumsal yaşamda kuruluş ve çevre etkileşimi kaçınılmaz olduğundan kuruluşun içerisinde bulunduğu her ortamda halkla ilişkiler ya kendiliğinden ve ya planlı olarak ortaya çıkan bir çalışma olacaktır. Planlanan söz konusu faaliyet “bilinçli bir faaliyet” tir. Bu tür bir çaba kuruluşun duyarlı olduğu hedef kitleyle inandırıcı, güvenilir, sağlıklı ve iki yönlü bir iletişim kurması anlamına gelmektedir. Bu tür bir faaliyet, ekip çalışmasını, mantıklı olarak yönlendiren para kaynağını, planlı ve programlı yürütülen organizasyon, koordinasyon çalışmalarını, geniş içerikli araştırmaları gerektirir. Halkla ilişkiler, sonuçları uzun zaman diliminde alınan bir çalışma biçimidir. Sabırlı bir bekleyişi ortaya koyar (Kadıbeşegil, 1986: 27).

1.4.6. Kurum İmajı

Halkla ilişkilerin bir diğer temel ilkesi de, kuruma ilişkin hedef kitlelerde olumlu bir imaj meydana getirebilmektir.

Söz konusu kurumun imajı, hedef kitleyi oluşturan, çeşitli insanların kafalarında oluşan düşüncelerdir. Bu düşünceler dolaylı ya da dolaysız bir biçimde algılanan olgular ve de deneyimlerin sonunda oluşurlar. Kısaca bireylerin kurum hakkında görüp duydukları ve ya doğrudan kurumla iletişim sağladıklarında kafalarında oluşan düşüncelerin görüntüsü “Kurum İmajı” nı doğurmaktadır (Sabuncuoğlu, 1998: 57).

1.4.7. Süreklilik

İngilizce’de ağdalı konuşma, ağırlıklı konuşma diyebileceğimiz “**Redundancy**” sözcüğüyle belirtilen tekrarlama, hem mesajın daha iyi anlaşılabilmesi, hem de akılda tutulabilmesi bakımından yararlıdır. Mesajın birçok kez duyulması, anlamında duyulacak kuşkuları ortadan kaldırır. Mesaj çeşitli kanallarla benzer kalıplarda yayınlanacağı gibi bir kanalda da birden çok kez tekrarlanmalıdır. Bu tekrarlar sonucu, hedefe aktarılan konunun çeşitli görüş sahiplerince tartışılması, anlaşılmayan noktaların aydınlanması ve bunun sonucu olarak konunun akıllarda yer etmesi sağlanır. Bu yapılmazsa, konu ne kadar ilginç olursa olsun, dikkati çekmeyebilir. Bir kez duyulan mesaj, kolayca unutulabilir. Bu mesajın tekrarlanması ise önce “bıktırdığı” için eleştirilse de, sonradan fark edilmeden akıllarda yer ettiği için faydalı olur (Asna, 1993: 97).

1.4.8. Sorumluluk

Halkla ilişkiler faaliyetlerinden kurumun sadece halkla ilişkiler birimini tutmak yanlış olur. Bir kurumun danışma görevlisinden yöneticisine kadar tüm çalışanlar halkla ilişkiler faaliyetlerine destek olmalı ve kendilerini halkla ilişkiler konusunda sorumlu hissetmelidirler. Halkla ilişkiler uygulamalarından sorumlu olan personelin hizmet içi eğitime tabi tutulması ve bunun sık sık yinelenmesi yararlı olmaktadır.

“Tatlı dil yılanı deliğinden çıkarır”, “Gülümsemesini bilmeyen dükkan açmasın”, deyişlerinden hareketle, her çalışanın halkla ilişkiler sorumluluğunu taşıyarak görevini yerine getirmesi iyi bir halkla ilişkiler uygulamasını meydana getirecektir. Tıpkı telefona çıkan santral görevlisinin sıcak ve dostça sesi, doyurucu bilgi vermesi ve danışma görevlisinin vatandaş ilgiyle karşılaması, içtenlikle yardımcı olması ve yönlendirmesinde olduğu gibi..

II. BÖLÜM

2. YEREL YÖNETİMLERDE HALKLA İLİŞKİLER

Yerel yönetimler, yerel hizmetleri içinde vatandaşın seçeneklerini arttırmak ve katılımcılığı özendirmek konusunda gittikçe artan bir yükümlülük içine girmektedir (Ökmen, 2009: 26).

Halkla ilişkiler uygulamaları ile, hedef kitleyi oluşturan halkın yönetime daha etkin bir biçimde katılımının sağlanması amaçlanmaktadır. Etkinlik ve vatandaşa yakın olma ya da vatandaş odaklı bir yönetim anlayışı, kamu hizmetlerinde memnuniyeti artırıcı bir unsur olmuştur (Ökmen vd., 2004: 50).

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler ve uygulamaları konularından önce yerel yönetim olgusunu ve dünyada ve ülkemizdeki yerel yönetim anlayışını söz konusu başlıklar altında incelememiz yararlı olabilir.

2.1. Yerel Yönetim

Yerel yönetimlerin resmi tanımı “Bir devletin ya da bölgesel yönetimin alt birimi olan, göreceli olarak küçük bir alanda, sınırlı sayıdaki kurumsal politikaların belirlenmesi ve uygulanmasıyla görevli ve yetkili kılınmış bir kamu kuruluşu” biçimindedir, ancak “yerel halkın kendi seçtiği organlarca yönetilmesi” biçiminde de basit tanımlar yapılabilmektedir. Yerel yönetim tanımının içine ülkemizde belediyeler, il özel idareleri ve köy yönetimleri girse bile; genel olarak ülkemizde yerel yönetimlerden kastedilen, kentlerin yönetimi ve bunun da ülkede günümüzde uygulanan belediyeçiliğin daha geliştirilmiş biçimidir (Erten, 1999: 32).

Demokratik ülkelerde yerel yönetimler, demokrasi için zorunluluk arz eden kurumlardır. Bunlar, secimle göreve gelen, belirli bölgeler içerisinde halkın kendi kendisini yönetmesi gereğince oluşturulan yerel yönetimlerdir. Bugünlerde “belediye yönetimi”, Türkiye’de yerel yönetim kavramının kullanıldığı tartışmaların büyük bir bölümünde konuşulur hale gelmiştir (Yaymoğlu, 2005: 41).

Yerel yönetimin temel değerleri klasik liberalizmin ilk zamanlarında ortaya atılan düşüncülerden geliştirilen özgürlük, eşitlik ve refah kavramlarıyla ifade edilebilir (Parlak ve Özgür, 2002: 102).

İnsanların bir arada yaşama ihtiyacı ve isteği, komşuluk ilişkilerinin gelişmesine ve bundan kaynaklanan yeni ihtiyaçların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Toplumun oluşum ve gelişim sürecine bağlı olarak, bir arada yaşamaktan doğan sorunlar ve ihtiyaçlar da sürekli olarak büyüme göstermiştir. Ülke sınırlarının büyüklüğüne ve yerleşim bölgelerinin dağılımına göre farklı büyüklüklerde olmakla birlikte, her ülke açısından toplumsal ihtiyaçların giderilmesi devletin vazgeçilmez görevlerinden biridir (Falay, 1982: 21).

Yerel yönetimler, geleneksel olarak şu alanlarda hizmet vermektedirler (Tortop, 1999: 27):

- Sosyal konularda,
- Sağlık hizmetleri alanında,
- Kültürel alanlarda,
- Spor ve dinlenme tesisleri yapılmasında,
- Yangın söndürme ve önleme alanlarında,
- İmar planlarının hazırlanması ve uygulanması alanında,
- Zabıta alanında,
- Eğitim alanında.

2.1.1. Dünya’da Yerel Yönetim

Belediyeciliğin gelişimi her yerde eş zamanlı olmadığı gibi aynı hızda da olmamıştır. Bu farkı bugün de görmekteyiz (Ortaylı, 1985: 10).

Batıda belediye tarihini kimi kaynaklar Roma İmparatorluğu’na dayandırmaktadır. Eski Yunan’da belediye ve belde idaresine (cite) denilmektedir. Antik site yönetimi, bir toprak parçası üzerinde yasayanlara söz hakkı veren bir yönetimdir. Bu yönetim birimlerinin imparatorluk içerisinde artmasıyla, merkezî hükümet bunları kendi denetiminde serbest bırakmıştır. Site, köy idaresinin biraz daha gelişmiş halidir (Ergin, 1934: 10-11).

Feodalizmin çökmesiyle kentleşme ve yerel anlamda özerklik ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Burjuvazi ise feodalizmin tersine bir etki yapmış ve 10. yüzyılda, kentleşmede bir canlanma ve gelişme olmuştur. Burjuvazi adı verilen bu yeni oluşumun temelinde ekonomik ilişkiler yatmaktadır. Burjuvazi sınıfının yaşadığı

yerlerde, ilk önce adalet alanında, yargılamada bir takım ayrıcalıklar tanınmıştır (Yavuz ve Keleş, 1989: 2). Sonra da yerel yönetimlerde önemli bir unsur olan malî otonomi hakkı verilmiştir. Bu dönemde malî otonomi hakkı sadece, kamu hizmetleri için yapılacak olan harcamaları karşılamak için vergiler koymayı ve bunları toplama anlamına gelmektedir (Keleş, 1994: 26).

Kentlerin 10. yüzyılda güç olarak ortaya çıkmasıyla yerel yönetimler ve özellikle belediyeye benzer kurumlar gelişmeye başlamıştır. Ekonominin çapının büyümesi özellikle burjuvazinin hızla gelişmesi, mevcut yöre sakinlerinin de bir takım taleplerinin gündeme gelmesine neden olmuştur. Ekonomik açıdan halk, feodal beylerden daha fazla hak koparmak, daha az vergi vermek, pazarlara rahat girip çıkma hakkı almak istemektedir (Ortaylı, 1985: 10). Nitekim bu çabaların sonucunda 1789 yılında daha çok rahatlığa ve bağımsızlığa, kavuşmuşlardır (Keleş, 1994: 30).

Orta çağda idari yönden şehirler üç türdür: İlki serbest şehirler, ikincisi komünler, üçüncüsü ise konsüllük şehir idaresidir. Bunlarda belediye başkanı konsüldür. 1500'lü yıllarda Fransa, Avusturya, Macaristan, İngiltere gibi ülkelerde serbest şehir kalkarken, İtalya ve Almanya'da da büyük gelişmeler göstermiştir. Kuzey Almanya'nın Hansa Ticaret Birliği şehri buna bir örnektir. Belediyeciliğin gelişmesini engellen unsurlardan biride Avrupa'daki millî devlet ideolojisi ve bunu takip eden milliyetçilik akımlarıdır. Bu olay belediyelerin özellikle merkezî yönetimine karşı zayıf duruma düşmesine neden olmuştur (Çelik, 1995: 590-591).

Fransa'da belediye statüsü 1066 yılında ilk komüne, kralın bir fermanla bu statüyü vermesiyle olmuştur (Naci, 1934: 8). Komün, bu fermanla ayrı bir idarî yapıya, maliyeye, kolluk kuvvetine sahip olmuştur. Manş bölgesine verilen bu ayrıcalık daha sonra krallar tarafından kısıtlanmıştır. Bugünkü anlamdaki yerel yönetimler özellikle de belediyeler Fransız İhtilâli'nden sonra ortaya çıkmıştır (Ortaylı, 1985: 10). Rousseau ve Kant gibi düşünürler, yerel yönetim gibi ara kurumlara gerek görmemişlerdir (Keleş, 1994: 28). Buna karşın Turgot ve Bentham ise genel menfaatler ve bireysel menfaatler arasında işlev görebilecek alt birimlerin bilinçli bir şekilde ayrılmasını savunmuştur. Bu düşünceyle Turgot, yerel yönetimleri bir hiyerarşik sistem olarak görmüştür. Buna göre en altta köy belediyeleri bulunmaktadır. Bu da Turgot' un demokratik niteliğine ışık tutan bir ilkedir (Yavuz ve Keleş, 1989: 3-4).

Özerklik 17. yüzyılda İngiltere ve Macaristan'da da görülmüştür (Çelik, 1995: 592). Bonapart; yurttaşların, oy kullanarak yöneticilerini seçme fikrini bozarak bunu atamayla gerçekleştirmiştir. Bu uygulama Almanya, Belçika, İspanya, Hollanda'da etkisini göstermiş ve buralarda da yöneticiyi atama sistemi, etkili olmuştur. Bonapart sisteminin özelliği; merkezî yönetimin taşradaki temsilcileriyle, yerel çıkarları temsil eden ve merkezî yönetimin vesayeti altında bulunan kuruluşlar arasındaki bir anlaşmaya dayanmakta olmasıdır (Keleş, 1994: 29).

İngiltere'deki belediyeler 1835 yılındaki düzenlemeler ile kurulmuştur. Bu zaman zarfında 178 şehir için aynı sistem (municipal corporation) (yani yerel yönetim) uygulanmıştır (Çelik, 1995: 592).

Modern anlamdaki yerel yönetimler ise, merkezî idareyle birlikte olmasına rağmen yine de vardır. Belediyelerin oluşumu ve örgütlenme biçimlerine göre, yetkileri, merkezle olan ilişkileri, bulundukları ülkelerin siyasal rejimleri ve gelişmişlik düzeyine göre farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklardan dolayı bir sınıflama yapılırsa, bunlar üç grupta toplanabilir:

- Federal devletlerdeki (A.B.D., İsviçre gibi) sistem,
- Üniter devletlerdeki sistem,
- Fransız tipi gözetimci sistem,

Federal devletler içinde en önemli örnekler Amerika Birleşik Devletleri ve İsviçre'dir. ABD' nde belediyeçiliğin temeli, Avrupa' dan göç etmiş olanların kurdukları ilk komünlere dayanmaktadır. A.B.D.' de kuruluş aşamasında 26 komün bulunmaktadır (Ergin, 1934: 89).

Bugün A.B.D.' nde beş tane yerel yönetim birimi vardır. Bunlar counties, municipalities, township, scholl districts, special distric'dir. Municipalities Türkçe belediye anlamına gelmektedir. ABD'de belediyelere 1875 yılında özerklik verilmiştir (Tortop, 1986: 166).

A.B.D.' de her ufak hükümetin kendi belediye teşkilâtı olmasına rağmen birbirlerine benzememektedirler. A.B.D.' de bütün yapıyı içine alacak bir belediye kanunu da yoktur. Küçük eyaletlerde hükümetin denetimi fazladır. Büyüklerde ise zayıftır. A.B.D.' de sosyal yardımlar belediyelerden alınıp hükümete verilmiştir (Ergin, 1934: 89).

Belediyelerin, ulusal olmaktan çok eyalet ya da il yönetimi içinde bulunması, zaman zaman farklılıkların meydana gelmesine neden olmaktadır. A.B.D.' de belediye sistemi üç şekilde uygulanmaktadır:

- Belediye başkanı ve belediye meclisi olan belediyeler.
- Komisyonlarla yürütülen belediyeler.
- Site müdürü ile şehir idare edilen belediyeler.

A.B.D. geleneksel olarak yürütme organları, belediye başkanı ve meclistir. Belediye başkanı, güçlü yetkilerle donatılmıştır ve meclis kararlarını veto edebilmektedir. Fakat A.B.D.' de ulusal bir düzenlemeye gidilmemiştir. Özellikle ekonomik çöküntüler, savaşlar belediyeleri federal devletin yardımına muhtaç hale getirmiştir (Nadaroğlu, 1989: 166; Uludağ, 1980: 365).

Federatif sistem içerisinde yer alan bir başka ülke de İsviçre'dir. Burada dünyada örneği olmayan bir uygulama vardır. Burada bazı komünlerin, karar organları komün sınırları içinde oturan ve yaşayan halkın tümüdür. Federatif devletlerde bulunan belediyelerin mevcut yapı ve işleyişleri farklılık arz etmektedir. Tarihten gelen bu özellik günümüzde de bulunmaktadır. Bu bölgedeki belediyelerin temel kanunları içinde yer alan özellikler şunlardır: Belediyelerin temsilci organlarının, genel, doğrudan, hür, eşit ve gizli oyla seçilmesi şart koşulmuştur, meclis belediyenin en üst organıdır. Bütün olarak belediye yapısını içine alan bir düzenleme ise yoktur. İngiltere ve Japonya Belediye örnekleri dikkate değerdir. İngiltere'deki belediyelerin oluşum süreci, hükümet şekliyle beraber eskilere dayanmaktadır. Daha İngiltere'de 1066 yılında dağıtılan beraatlarla ilçeler, kendi görevlilerini seçme, pazar işletme ve kendi kendini yönetme yetkilerini alarak bağımsız bir yapıya kavuşmuşlardır. İngiltere'de de belediye kelimesi tüzel kişilik olarak (municipal corporation) ilk kez 1835 tarihinde kullanılmıştır (Keles, 1994: 27).

1972'de İngiltere'de "Yerel Yönetim Kanunu" çıkartılmıştır. Bu kanunla 1972 yılına kadar olan eski yapı kaldırılmıştır. Yerine il ve ilçeden oluşan ikili bir kademe oluşturulmuştur. İle daha büyük ölçekli, ilçeye ise daha küçük görevler yüklenmiştir. İngiltere'de de bütün yapıyı ele alan bir kanun yoktur. Yerel Yönetim Kanunu bazı hususları düzenlememektedir. İngiliz belediyeleri Yerel Yönetim Kanunu'nun

yapmayı zorunlu saydığı işleri mali gücü sebebiyle yapamazsa, lüzumlu olan tutarı yerel vergileri artırarak halktan toplayabilir. Bunun için merkezî hükümetten izin almaya gerek yoktur (Ergin,1934: 88).

Japonya'da ise kent (shi), kasaba (mechi) ve köy belediyeleri bulunmaktadır. 1888 yılında ilk belediye kurulmuştur. Japonya ve İngiltere'de olduğu gibi pek çok üniter devlette nüfusun kalabalık olduğu yerlerde mevcut belediye yapısından farklı yeni metropol belediye teşkilatlarına rastlanmaktadır (Tortop, 1992: 3-7).

Üniter bir devlet olmakla beraber Fransız tipi belediyeçilik Asya ve Afrika'da yaygın olarak uygulama alanı bulan özel bir belediye tipidir. Fransız belediye sistemi Fransız Devrimi dönemine rastlamaktadır (Tortop,1986: 170).

2.1.2. Türkiye’de Yerel Yönetim

Türkiye modern anlamda Tanzimat’la başlayan bir belediyeçilik uygulamasına kavuşmuş olup, öncesinde Osmanlı İmparatorluğu’nun klasik yerel yönetim yapısı sürdürülmekteydi. Buna göre kentlerde bu yapının temel ayaklarını kadı, vakıflar, loncalar ve mahalleler oluşturuyordu. Aynı zamanda adli yetkilere de sahip olan kadı, vakıfların denetleyicisi olmakla birlikte beledi-mahalli kolluk hizmetlerinin de amiriydi. Vakıflar kentin, hastane, medrese, han, hamam, çeşme, köprü gibi eğitim, kültür, sağlık ve sosyal yardım tesislerini yapıyorlar; meslek kuruluşları olan loncalar çarşı ve pazarların düzen, temizlik ve aydınlatma işlerine bakıyorlardı. Şehirde fiyatlar genel düzeyinin gidişatını düzenleyen, gerektiğinde cezai tedbirler alabilen bir muhtesipler kurulunun bulunduğu ihtisap müessesesi de söz konusudur. Mahallelerde oturan mahalle halkı da kendi bekçisini seçiyor, mahallenin düzenini, temizliğini ve benzer ortak yerel ihtiyaçlarının karşılıyordu. 1850 yılında Galata-Beyoğlu bölgesinde Altıncı Daire-i Belediye adı altında batılı anlamda ilk belediye kurulmuş, İstanbul Şehremaneti koordinasyonu sağlama vazifesi yapmıştır. İlgili hukuki düzenlemeler de sonrasında hızla başlamıştır (Ortaylı, 1990: 63-66).

Merkeziyetçi bir özelliği bulunan ve kuvvetler birliği esasına sahip olan 1924 Anayasası 2. maddesi ile başkent, Ankara için özel bir belediye kurulmasını hükme bağlamıştır. 16 Şubat 1924'te bu hükme uygun olarak "Ankara Şehremaneti" kurulmuştur. Bu düzenlemeye göre şehremini yani Belediye başkanını, İçişleri Bakanı seçmektedir. Diğer organları ise Cemiyet-i Umumiye-i Belediye ve Emanet

Encümenidir. Bu organlardan Cemiyet-i Umumiye-i Belediye, yirmi dört üyeden meydana gelmektedir. Üyeleri seçimle işbaşına gelir. Emanet Encümeni ise Umurû Fenniye (Fen işleri), Sıhhiyye (Sağlık İşleri), Muhasebe, Tahririye (Yazı İşleri Müdürü), Hukukiye Müdürlerinden ve Şehremini Başkanlığından oluşmaktadır. Bu müdürler de İçişleri Bakanlığı tarafından şehremanetinin, daire amiri olarak atanmaktaydı (Çelik, 1995: 592).

“1928 yılında İçişleri Bakanlığı’nca bir belediye kanunu tasarısı hazırlandı. Hazırlıklar sırasında birçok Avrupa ülkesinin belediye yasaları gözden geçirildi. Bunlardan yapımıza uygun görülen kısımlar alınarak benimsendi. Tasarı hakkında Danıştay’ın görüşü de alındıktan sonra 1929 yılı Mart ayında Bakanlar Kurulu’nda görüşülüp uygun görüldü ve TBMM Başkanlığı’na sunuldu. Meclisin İçişleri Komisyonu ile bu maksatla kurulmuş karma komisyonda görüşülerek bazı ek ve değişiklikler yapılarak geliştirildi. 1930 yılı Mart ayında Meclis Genel Kurulu’nda görüşülerek 3 Nisan tarihinde 1 Eylül 1930 tarihinde yürürlüğe girmek üzere kabul edildi ve 1580 sayılı yasa olarak mevzuatımıza katıldı” (Aytaç, 1990: 90).

Bu yasanın gerekçesinde var olan belediyelerin günün gelişen koşullarının gerisinde kaldıkları vurgulanmaktaydı. 1929 ekonomik krizinden sonra, uygulanan liberal iktisadi görüş, yerini mutedil devletçi uygulamalara bırakmıştı. Genel bir kalkınma planı çerçevesinde, yerel nitelikteki küçük girişimcilerin yarattığı koordinasyonsuzluk, devletin genel denetim mekanizmasının dışında kalan bir durum arz etmekteydi. Belediyelerin etkinliği bu aşamada yetersiz kalmaktadır, deniliyordu (Tekeli, 1992: 10).

Merkezi idare ve yerel yönetim arasında görev dağılımı, ulusal ölçekteki genel kalkınma hamlesinin gerçekleştirilmesi için kullanılacak kaynakların optimum bir şekilde tasnifi gerekliliği çerçevesinde olacaktı. Yasanın gerekçesinde ayrıca, eski kent devletlerinden yeni modern ulus devlete geçiş süreciyle belediye işlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesinin yerel olma niteliğini kaybettiği, her şehrin, ulusun hem her ferdini hem de bütünü ilgilendiren ve devleti de görevli kılan genel, ulusal, yani bir devlet sorunu halini aldığı belirtilmekteydi. Geniş ölçekli bu yeni yapıdaki kentin, devletin vesayet ve yardımına muhtaç olduğu özellikle vurgulanıyordu. O yılların güçlü İçişleri Bakanı bir konuşmasında tasarının amacını ve oluşumunu şöyle özetlemektedir. “... bu kanun tasarısının güttüğü amaç,

şehirlerimizin gelişmesi ve düzenli hale gelmesine engel olan yasal hükümleri kaldırmak, belediyeleri bugünkü ihtiyaç ve anlayışa göre birer şehir niteliğine kavuşturmak, hemşerilerin belediye işlerindeki karar, yürütme ve denetleme yetkilerini arttırmak, ihtiyaç ve görevleri sınıflandırarak bunlardan zorunlu görülenleri belirli ve yapıcı bir programa bağlayıp, pratik ve teknik bir biçimde yerine getirmek, bütçe ve hesaba ait işlemleri sıkı bir biçimde mali kurallara bağlamak, devletin denetimini belirleyerek belediye işlerini anarşiden kurtarmaktadır” (Aytaç, 1990: 92-93). Bu yasa ile;

1. Belediyeler arasında, kuruluş, hemşerilik hukuku, yetki, görev, seçim, üst makamların denetimi ve gelir kaynakları sağlanması açısından eşitlik sağlanmıştır.

2. Belediyeler, devlet kanunlarına aykırı olmamak koşuluyla yerel eğilim ve ihtiyaçların ortaya koyduğu ve zorunlu kıldığı her türlü imar ve gelişme kararlarını almak ve uygulamak hususunda tüm hizmet ve icraatlarında serbest bırakılmışlardır.

3. Belediyelerin, fertler ve kurumlarla hükümet kuruluşu arasındaki gereksiz uyuşmazlıklara yol açıcı faaliyetlerde bulunmasını önleyici bir tedbir olarak denetimlerini sağlayan güçlü bir denetim mekanizması kurulmuştur.

4. Belediyelerin üzerinde, halkta milli egemenlik prensiplerinin gerektirdiği siyasi terbiyenin gelişmesine katkıda bulunması açısından halkın etkin denetiminin sağlanması kolaylaştırılmıştır.

5. Belediyeler, sınırları içinde belde ihtiyaçlarından olan elektrik, havagazı, aydınlatma, her çeşit tramvay, su işletmesi gibi bayındırlık hizmetlerini yerine getirmek yükümlülüğünü hizmet alanlarının genişletilmesiyle ifa etmek imkânına kavuşmuşlardır. (Tekeli, 1992: 132).

1980 sonrası dönemin yerel yönetimler konusundaki durumuna değinmeden önce 1982 Anayasası’nın yerel yönetimler ile ilgili hükümlerine değinmek aydınlatıcı olacaktır.

Ülkemiz tarihinin en eski anayasası olan 1876 Anayasası dahil diğer bütün anayasalar yerel yönetimlerle ilgili hükümlere ve ilkelere yer vermiştir. Ancak 1982 Anayasası yerel yönetimler konusunda diğer anayasalardan daha kapsamlı bir niteliğe sahip olmuştur. 1982 Anayasası’nın “İdarenin Kuruluşu” kenar başlığı altında “merkezi idare” ve “mahalli idareler” yer almaktadır. Anayasanın merkezi yönetim ile ilgili düzenlemesi kısa olduğu halde, yerel yönetimlerle ilgili maddesi

oldukça uzun düzenlenmiştir. Anayasa'daki düzenlemeye göre yerel yönetimlerin özellikleri şöyle belirlenebilir (Eryılmaz, 1994: 132-133):

1- Yerel yönetimler; il, belediye ve köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan kamu tüzel kişileridir.

2- Yerel yönetimlerin karar organları seçimle belirlenir.

3- Yerel yönetimlerin kuruluş ve görevleri ile yetkileri yerinden yönetim ilkesine uygun olarak kanunla düzenlenir.

4- Yerel yönetimlerin seçilmiş organlarının, organlık sıfatını kazanmalarına ilişkin itirazların çözümü ve kaybetmeleri konusundaki denetim yargı yolu ile olur.

5- Görevleri ile ilgili bir suç sebebi ile hakkında soruşturma veya kovuşturma açılan yerel yönetim organları veya bu organların üyelerini İçişleri Bakanı geçici bir tedbir olarak, kesin hükme kadar görevinden uzaklaştırılabilir.

6- Yerel yönetimlerin seçimleri beş yılda bir yapılır.

7- Merkezi yönetim, yerel yönetimler üzerinde idari vesayet yetkisine sahiptir. İdari vesayet, mahalli hizmetlerin idarenin bütünlüğü ilkesine uygun şekilde yürütülmesi, kamu görevlerinde birliğin sağlanması, toplum yararının korunması ve mahalli ihtiyaçların gereği gibi karşılanması amacıyla yapılır. İdari vesayet yetkisi kanunla düzenlenir.

8- Yerel yönetimler kendi aralarında birlik kurabilirler. Birlik kurmaya ilişkin izni Bakanlar Kurulu verir.

9- Yerel yönetimlerin merkezi yönetim ile karşılıklı bağ ve ilgileri kanunla düzenlenir.

10- Yerel yönetimlere görevleri ile orantılı gelir kaynakları sağlanır.

11- Büyük yerleşim merkezleri için kanunla özel yönetim biçimleri oluşturulabilir. Yerel yönetimlerle ilgili yasal düzenlemelerin Anayasadaki bu hüküm ve ilkelere uygun olması gerekir.

1982 Anayasası, üç tür yerel yönetimden söz etmektedir. Bunlar: “il özel idaresi”, “belediye” ve “köy”dür.

Türkiye köyler, il özel idareleri, belediyeler, büyükşehir belediyeleri olarak dört yerel idare seklini içerisinde bulundurulur. İllerde valiler dışında, yerel idare organları doğrudan halk arasında seçimle belirlenmektedir. Yerel yönetimler halkla sürekli ilişki içindedirler, çünkü kendi yörelerine hizmet veren kuruluşlardır.

Bölgelerinde halkın ortak ve çağdaş ihtiyaçlarını gidermek maksadıyla kurulmuşlardır (Tortop, 2003: 179-181).

2.2.Türkiye’de Yerel Yönetime İlişkin Yasal Düzenlemeler

Bir belediyenin yerel halka kaliteli hizmet sunması ile projelerini sağlıklı bir biçimde gerçekleştirebileceği kaynağa, işgücüne ve kurallar bütününe sahip olması, doğru orantılıdır. Yerel yönetimler halkı ilgilendiren her konuda sorumlu ve yetkili olan kurumlardır. Hizmet sunumunda yaşanan olumsuzluklar ise genelde yetki yetersizliği, belirsizliği ve maddi yetersizlikler nedeniyle orta çıkar. Sorunların temelinde belediye kanunlarının eksikliği yer alır ve esasa ilişkin maddeler gözden geçirilerek değiştirildikçe muhtemel sorunların da bir anlamda önüne geçilmiş olunur.

Belediyelerde halkla ilişkiler biriminin kurum içinde örgütlenmesine ilişkin yasal bir dayanak bulunmamakta, yöneticilerin bu konudaki duyarlılıklarına göre halkla ilişkiler biriminin örgüt içindeki yeri belirlenmektedir. Belediyelerdeki halkla ilişkilere yönelik örgüt yapısı tamamen belediye yönetiminin tercihleri doğrultusunda şekillenir.

Yetersiz kılınan bir belediyenin kentte köklü hizmetler sunması ve sağlam bir halkla ilişkiler politikası yürütmesi çok zordur. Aşağıda belirtilen kanun maddeleri aynı zamanda yerel yönetimlerde uygulanmakta olan halkla ilişkiler faaliyetlerinin yasal dayanağını da oluşturmaktadır.

2.2.1. 1580 Sayılı Belediye Kanunu

Türkiye Cumhuriyeti’nde yerel yönetim anlayışının ve geleneğinin oluşumunda ve gelişiminde önemli dönemler bulunmaktadır. Bunların birincisi 3 Nisan 1930 tarihli 1580 sayılı Belediye Kanunu’dur. Kanunun çıkarıldığı dönemin İçişleri Bakanı Şükrü Kaya’nın öncülüğündeki çalışmalar sonucu ortaya çıkan metne göre Belediyeler; “belde halkının, mahalli nitelikte, ortak ve medeni ihtiyaçlarını karşılamakla görevli bir tüzel kişilik” olarak açıklanmış ve kurumsallaştırılmıştır.

1950’lerde başlayan kentleşme hareketleri, yerleşim alanlarında nüfus yoğunluğuna sebebiyet verince klasik belediyecilik anlayışının sorunların çözümünde yeterli olmadığı görüşünden hareketle 1984 yılında 3030 sayılı

Büyükşehir Belediyeleri Kanunu ile anakentlerde iki kademeli belediyeçilik yapısına geçilmiştir (Urhan, 2008: 87).

Böylece 1930 yılından günümüze temel kanun sıfatıyla varlığını koruyan 1580 sayılı Belediye Kanunu ve getirdiği belediyeçilik düzeni, değişimin gerekliliğinden ömrünü tamamlamış ve Türkiye yeni bir belediyeçilik anlayışının modern ilkelerini 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunları ile uygulama eşiğine gelmiştir. Söz konusu kanunların arka planında ise dünyadaki yeniden yapılanma sürecine esas teşkil eden çağdaş yönetim ilkeleri yer almıştır (<http://www.mevzuatdergisi.com/2009/03a/02.htm>)

2.2.2. 5393 Sayılı Belediyeler Kanunu

3 Temmuz 205 tarihinde kabul edilen 5393 sayılı Belediye Kanunu, belediyeyi, “belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla yeni belediye kanunu, anayasada yer almasa da, belediye tanımını, Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı ile uyumlu hale getirmiştir. 5393 sayılı Belediye Kanunu, yönetsel denetim organlarına, kesinleşen belediye meclisi kararlarını idari yargıya götürmesi, yönetsel denetiminin içeriğinin daraltılması, yönetsel denetimde yerindelik denetimin dikkate alınmaması ve sadece hukuka uygunluk denetimi ile sınırlandırılması olumlu düzenlemelerdir. (Çelik, 2013: 17-28).

Bugün yürürlükte olan kanun 5393 sayılı Belediye kanunu, yeni düzenlemelerle belediyenin görev ve yetkilerinden, hizmetlerin sunumuna kadar pek çok alanda değişiklik yapılmıştır. 74 yıl yürürlükte kalan 1580 sayılı kanundan sonra yapılan yeni kanunlar belediye teşkilatında ve mahalli idareler alanında köklü değişiklikler getirmiştir. Bunların başında belediye kurulmasına dair düzenlemedir. 1580 sayılı kanun belediye kurulması için 2000 nüfus kriterini esas almışken, 5393 sayılı Belediye Kanunu 5000 nüfus şartını aramaktadır. Ülkemizde en başından beri belediye kurulmasında nüfus ölçütü esas alınmıştır. 5393 sayılı kanunun 4. maddesi belediyelerin kurulmasını düzenlemektedir. Buna göre;

- Nüfusu 5000’in üzerinde olan yerleşim birimleri,
- İl ve ilçe merkezi olan yerleşim birimlerinde belediye kurulabilir.

- 5393 sayılı Belediye Kanunu ile belediye encümeninin yürütme organı olma özelliği daha da belirginleşmiştir. Ayrıca 1580 sayılı kanunda öngörülen “belediye encümeninin, belediye meclisinin yerine geçerek karar alma özelliği” tamamen ortadan kaldırılmıştır (Bostancı, 2011: 8-9).

2.2.3. 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu

10 Temmuz 2004 yılında kabul edilen 5216 sayılı kanunda bütçe de dâhil olmak üzere, büyükşehir belediyesi işlemlerinin vali tarafından onaylanması uygulamasına son verilmiştir. 3030 sayılı Kanunun 73. maddesinde büyükşehir belediye meclisi ve büyükşehir belediye encümeni kararlarına karşı ilgililere valiye müracaatla itiraz hakkı tanınmış ve valinin bu konuda vereceği karar kesin olarak kabul edilmişti.

5216 sayılı kanun büyükşehir belediye meclisi ve büyükşehir belediye encümeni kararlarına karşı ilgililerin valiye itiraz yetkisini öngörmeyerek, valinin, büyükşehir belediyesi karar organlarının işlemleri üzerindeki denetim yetkisini hukukilik denetimi ile sınırlandırmakta; büyükşehir belediyelerinin seçimle gelen karar ve yürütme organlarının görevlerine ancak yargı kararıyla son verileceğini hükme bağlamaktadır (Torlak ve Sezer, 2005: 103). 5216 sayılı kanunla büyükşehir belediyeleri üzerindeki idari vesayetin hafifletildiği ifade edilebilir (Urhan, 2008: 87).

2.2.4. 6360 Sayılı Büyükşehir Belediyeleri Kanunu ve Türkiye Yerel Yönetim Sistemine Etkileri

1960'lı yıllarda iç göçle başlayan Türkiye'deki kentleşme süreci, günümüzde büyük ölçüde tamamlanmış bulunmaktadır. 1960 yılında % 32 olan toplam nüfus içindeki kentli nüfusun oranı, 1980 yılında %44'e, 2010 yılında % 77'e ulaşmıştır. Kentsel nüfus artışının çoğu büyük kentlerde gerçekleşmiştir. Türkiye'de küçük ve orta ölçekli kentlerde nüfus artışı sınırlı iken, büyük kentlerin nüfusu katlanarak artmıştır. 1970 yılında nüfusu 3 milyon olan İstanbul'un günümüzdeki nüfusu 12 milyona ulaşmıştır. Benzer biçimde, 1970 yılında Ankara 2 milyon, İzmir 1,4 milyon nüfusa sahip iken, 2012 yılında Ankara 5 milyona, İzmir ise 4 milyona yaklaşmıştır (tuik.gov.tr., 04.04.2013). Bu nüfus artışlarını iç göçle açıklamak mümkündür. Gerek sahip oldukları nüfus miktarı gerekse ekonomik ve sosyal gelişmişlik düzeyleriyle

büyük kentlerin Türkiye'de kentsel yaşamın merkezinde yer aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu durum büyük kentlere yönelik özel yönetim biçimlerini zorunlu kılmaktadır. 1982 Anayasası'nın 127. maddesinde yer alan; “büyük yerleşim merkezleri için özel yönetim biçimleri getirilebilir” şeklindeki hüküm, büyük kentlerde farklı yönetim biçimlerinin kurulması için gereken hukuki zemini sağlamıştır (Karasu, 2013: 3).



Şekil 1: Mevcut Belediye, Büyükşehir Belediyesi ve Yeni Büyükşehir Belediyesi Olan İller

6360 sayılı (Kabul Tarihi:12/11/2012) on üç ilde büyükşehir belediyesi ve yirmi altı ilçe kurulması ile bazı kanun ve kanun hükmünde kararnamelerde değişiklik yapılmasına dair kanunla yapılan değişiklikle, mevcut 16 büyükşehir belediyesine 13 kent daha eklenmiştir (R.G. 06.12.2012, No: 28489). Son olarak 6360 sayılı Kanunda, 6447 sayılı Kanunla yapılan bir değişiklikle Ordu kenti de büyükşehir haline getirilmiştir (R.G. 22.03.2013, No: 28595). 6360 ve 6447 sayılı kanunlar ile Türkiye yerel yönetim sistemine getirilen düzenlemeler;

- 14 il belediyesi; Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Malatya, Manisa, Kahramanmaraş, Mardin, Muğla, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa, Van ve Ordu, büyükşehir belediyesi statüsünü alacaktır.

- Yeni kurulacak 14 büyükşehir belediyesi ile mevcut büyükşehir belediyelerinin; Adana, Ankara, Antalya, Bursa, Diyarbakır, Eskişehir, Erzurum, Gaziantep, İzmir, Kayseri, Konya, Mersin, Sakarya ve Samsun, sınırları olmak üzere 30 büyükşehir belediyesinin sınırı il mülki sınırı olarak genişleyecektir.
- 30 Büyükşehir belediyesinin sınırı il mülki sınırı olarak genişletilecek;
- Büyükşehir sınırları içindeki 1032 belde belediyesi ve 16.082 köyün tüzel kişiliği kaldırılmış,
- Köyler ve belde belediyeleri mahalle olarak ilgili ilçe belediyesine bağlanmıştır.

TÜİK 2011 verilerine göre, nüfusu iki binin altında kalan 599 belde belediyesi Mart 2014 mahalli idareler genel seçiminden itibaren köye dönüştürülmektedir. Buna göre, şu anda var olan ve 30 Mart 2014 mahalli idareler seçimleriyle oluşacak belediyelerin sayıları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir:

Belediye Türleri	Sayı	
	Eski Durum	Yeni Durum
Büyükşehir	16	30
Büyükşehir İlçe	143	519
İl	65	51
İlçe	749	398
Belde	1.977	357
TOPLAM	2.950	1.354

Tablo 1: 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Seçimleri Öncesi ve Sonrasında Belediye Sayısı

Belediye Köyler	ve	Nüfus	
		Mevcut	Yeni Durum
Büyükşehir Belediyeleri		35.467.356	58.053.547
Diğer Belediyeler		28.275.691	12.070.171
Toplam Belediye Nüfusu		63.743.047	70.123.718
Köyler		11.884.337	5.503.666
TOPLAM		75.627.384	75.627.384

Tablo 2: 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Seçimleri Öncesi ve Sonrasında Nüfus Durumu

Büyükşehir Belediyelerinin yerel kamu hizmetlerini, il sınırları içindeki yerleşmelere ve vatandaşlara Yapılan bu düzenlemeler sonucunda Türkiye nüfusunun %76'sı büyükşehir belediye sınırlarında, %16'sı diğer belediyelerde ve %8'i de köylerde yaşayacaktır. Mahalleye dönüşen köylerde; 'ilçe belediyeleri veya ilçe belediyelerinin talep etmeleri hâlinde, büyükşehir belediyeleri; ticari amaç taşımayan yapılar için yürürlükteki imar mevzuatı doğrultusunda yörenin geleneksel, kültürel ve mimari özelliklerine uygun tip mimari projeler yapar veya yaptırır' düzenlemesi yer almaktadır. Yasa ile tüzel kişiliği kaldırılan ve mahalleye dönüşen köylerde "yörenin geleneksel, kültürel ve mimari özelliklerine uygun tip mimari projeler" yapılması ve bu projelerin uygulanması öngörülmüştür (Dalgıç, 2014: 17-19).

Bu olumsuzluklara rağmen kentin büyükşehir olması, büyükşehir olmanın sağlayacağı mali katkılar önemli bir beklenti yaratmaktadır. Köylerin mahalle yapılması kuşkusuz kamu hizmetlerine yönelik beklentileri artıracaktır. Köy içinden geçen yolun stabilize olması doğal karşılanırken, bir mahallenin yolunun asfalt olmaması yaşam kalitesindeki düşüklük olarak algılanacaktır. Artan hizmet beklentisi var olan sorunlarla birleşince büyükşehir belediyesinin hizmet yükü artacaktır (Karasu, 2013: 16).

2.3. Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamaları

Belediyelerde halkla ilişkiler konusunda gerçeği yansıtan bir yaklaşım şöyledir:

“Her ikisi de halkın demokrasi eğitiminde, biri siyasal-yönetimsel bir birim, diğeri yönetimsel-siyasal bir işlev olarak (halkla ilişkiler) hem kendi alanlarında, hem de global toplumun tümü için çok önemli birer araç niteliği taşımaktadır” (Yavuz, 1996: 19).

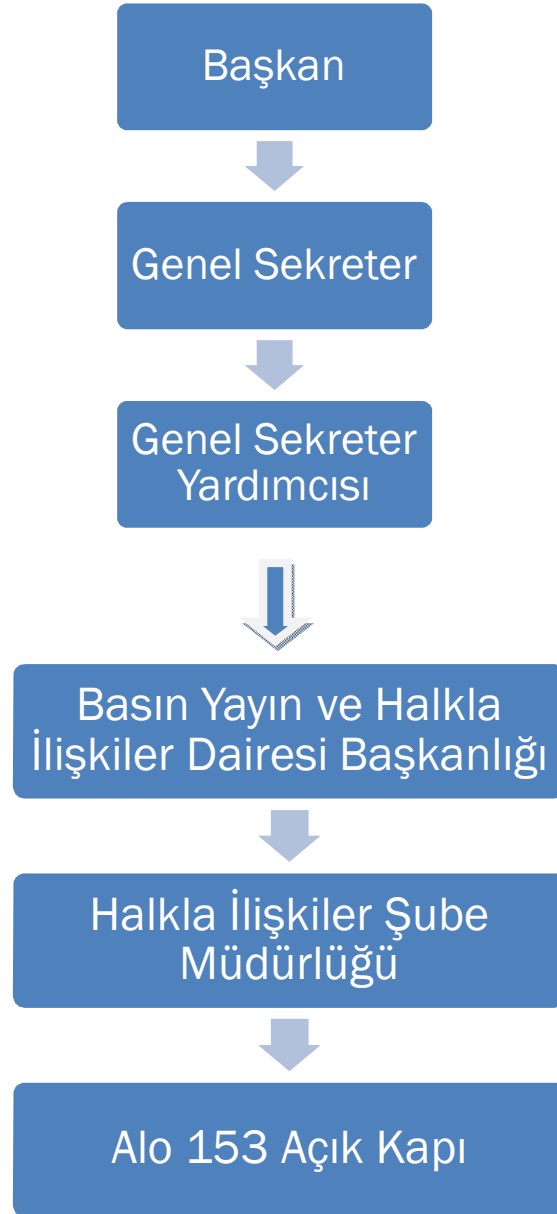
Geçmişten günümüze bakıldığında bütün toplumlarda halen, toplumsal yaşayışın en geniş örgütlenme örneği olan devletin yanında, bölgesel nitelikteki organizasyonlar da mevcuttur. Bu çerçevede, ülkenin yönetim sisteminin bütünlüğü içinde yer alan bölgesel düzeydeki organizasyonların, yerine getirdikleri fonksiyonlar bakımından en önemlisi yerel yönetimlerdir (Öztürk, 1996: 106).

Kurumlarda halkla ilişkiler biriminin teşkilatlanması o kurumun halkla ilişkiler konusundaki başarısında etkili olmaktadır. Halkla ilişkiler birimi kurumun üst yönetici ile sürekli bir alışveriş içinde olmalıdır. Bu nedenle teşkilat yapısı içerisinde kurumun en üst yöneticisine yakın olması önemlidir. Aksi takdirde bütün örgüt tarafından uyulması gereken halkla ilişkiler politika ve projelerine uyum güçleşecek uygulamada aksaklıklar ortaya çıkacaktır (Önal, 2000: 83).

Günümüzde ekonomik şartların ve teknolojinin ilerleyişi, diğer kurum ve kuruluşları olduğu gibi yerel yönetimleri de etkisi altına almıştır. Sık sık dile getirildiği gibi halkla ilişkilerin uygulandığı kurumlara fayda sağlaması ancak bir plan ve program dâhilinde yürütülmesi ile mümkün olacaktır. Yerel yönetimler, merkezi yönetimin taşradaki uzantısıdır ve yürütme organı halkın oyları ile belirlenmektedir. Bu nedenle yerel halkla sağlam ilişkiler kurulması ve bu ilişkileri geliştirmeleri bir gerekliliktir. Demokratik sistem içinde kalkınmayı hedefleyen bir ülkede, iyi işleyen kamu yönetiminin önemli göstergelerinden birisi vatandaş devlet ilişkilerinin sağlıklı yürütülmesidir (Acar, 1993: 8).

2000 yılı Nisan ayında ise Konya Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı bünyesinde Alo 181 Açık Kapı hattı hizmete sunulmuştur. Bu birimde vatandaşların istek ve şikayetleri günlük olarak değerlendirilerek işlem sonucu hakkında vatandaşlara geri dönüş yapılmaktadır. 2005 yılı ortalarında ise otomasyon kayıt sistemine geçilerek istek ve şikayetlerin internet

üzerinden girilmesi, ilgili daire başkanlıklarına aktarılması sağlanmıştır. Böylelikle hem vatandaşa işlem sonucu hakkında daha kısa süre içerisinde dönüş yapabilme imkânı sağlanmış hem de bürokrasinin biraz daha önüne geçilmiş ve de evrak işi ya da yükü azaltılmıştır. 2013 yılında ise Alo 181 hattı Çevre Bakanlığı'na geçmiştir. Şu an Alo 153 Açık Kapı hattı ile yerel halka hizmet vermeye devam edilmektedir.



Şekil 2: Konya Büyükşehir Belediyesi Örgütlenme Yapısı İçerisinde
Alo 153 Açık Kapı'nın Yeri

2.4. Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Önemi

Halkla ilişkiler tüm kamu kurumları için önem taşımaktadır. Çünkü artık demokratik toplumlarda halkın güveni ve desteği olmaksızın başarı kazanılması mümkün görülmemektedir.

Kamu kurumlarının yereldeki bir uzantısı olan yerel yönetimlerde, halkla ilişkilerin uygulama amacı, yalnız çevreyi aydınlatmak değil, yöneticileri örgütsel davranışlarını ve yönetsel eylemleri değiştirmeye itmek ve bu konuda yol göstermektir (Kazancı, 2007: 72).

Bir örgütün varlığını devam ettirebilmesi, kendisini faaliyet gösterdiği toplum kesimine kabul ettirmesiyle mümkündür (Çetin, 2003: 36). Halkla ilişkiler faaliyetleri, kurumların çevreleri ile uyumunu, kurumların toplumlar tarafından kabul edilmesini sağlar.

Belediyelerin etkin ve verimli halkla ilişkiler çalışmaları yapmadıkça halkın desteğini alabilmeleri, halkın ihtiyacına dönük politikalar uygulayabilmeleri çok zordur. Çünkü halkla ilişkiler hem belediyenin halka ulaşabilmesi, hem de halkın belediyeye ulaşabilmesi için bir köprü vazifesi görmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde halkla ilişkiler belediyeler için hayati bir öneme sahiptir (Özüpek, 2010: 36).

Gerçek belediye niteliklerine sahip bir kent yönetiminde, halkla ilişkiler süreci, temelde aşağıdaki konular çerçevesinde önem kazanmaktadır (Yalçındağ, 1996: 29):

- Kent hizmetlerinin finansmanı için kentliden vergi toplanması ve benzeri yollarla kaynak sağlanması,
- Kentte, belediye hizmetleri nedeniyle oluşan rantlardan en az belli bir bölümün belediyeye kazandırılması,
- Kent kaynaklarının (insan gücü dahil) belediye hizmetleri için etkili ve verimli bir şekilde kullanılması,
- Kentin bugünü ve yarını ile ilgili önemli kararların, kamu yararı ve kentlilerin gereksinimleri doğrultusunda alınması.

2.5. Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamalarında Kullanılan Yol ve Yöntemler

İçinde yaşadığımız iletişim çağında diğer yöneticilerde olduğu gibi yerel yöneticilerde de iş yükü artmaktadır. Halkın beklentilerinin de tüm gelişmelere paralel olarak arttığını düşünecek olursak, halkla ilişkiler uygulamalarının sistemli bir biçimde yürütülmesinin ne denli önemli olduğu açığa çıkacaktır. Sistemli olarak yürütülen halkla ilişkiler uygulamalarının yerel yönetimlere en büyük katkısı ise hiç kuşkusuz, halkla bütünleşen bir belediye ve belediye ile bütünleşen bir halk olacaktır. Programa dâhil her bir faaliyet kendi içinde ve sistem içinde uygulanması açısından önem arz eder. Birini birinden daha önemli ya da daha önemsiz görmek yanlış olacaktır.

2.5.1. Belediyelerin Halkı Tanıma Yöntemleri

Halkla ilişkilerin en geçerli ve en kısa tanımlarından birini yapmak gerekirse; halkla ilişkiler, bir tanıma ve tanıtma sanatıdır da diyebiliriz. Halkla ilişkiler uygulamalarında başarılı olabilmek hedef kitleye en iyi biçimde hitap edebilmekten geçer. Belediye kurumunu hedef kitlesi olan yerel halka tanıtabilmek için de önce bu yerel halkı her yönüyle tanımak gerekmektedir.

Tanıtlanacak konuya göre hedef kitleyi seçmek, ilişkiyi kurmadan önce hedef kitleyi tanımakla mümkündür (Asna, 1993: 29). “Yaşam içgüdüsünün temel öğelerinden birisi çevreyi tanımadır” (Özkök, 1982: 34). Demek ki iletişimin birinci biçimi tanımaya yönelik ortaya çıkmaktadır.

Kuruluşun çevreye uyarlanması edilgen bir oluşum değildir. Etkili bir kuruluş çevresini etkileyip değiştirirken de çevresine uyarlanır. İşte halkla ilişkilere duyulan ihtiyaç bu aşmada ortaya çıkmaktadır. Dış çevreyi etkilemek ve değiştirebilmek, kuruluşun nesnel ve öznel koşullarıyla örtüşebilecek uzun vadede uygulanabilirliği ve geçerliliği olan halkla ilişkiler politikalarıyla gerçekleştirilebilir. Söz konusu politikalar oluşturulurken de bilhassa halkla ilişkilerin bir “tanıma” ve “tanıtma” süreci olduğundan hareketle, çevreyle ilgili tüm bilgilerin uygun araçlar vasıtasıyla toplanması ve değerlendirilmesi gerekmektedir (Biber, 1997: 45).

Yönetmek önce tanımak yani tanışmak, sormak demektir (Kazancı, 1995: 121). Belediyeler yerel halkın duygu ve düşüncelerini, tutum ve isteklerini ve tabii ki

şikâyet edilen hususları her yönüyle bilmelidir. Ülkemizde uygulanan ve içerik olarak zenginleşebilen, halkı tanımaya yönelik geliştirilen yol ve yöntemler şu şekildedir:

2.5.1.1. Halk Günleri

Genellikle halkla ilişkiler birimlerince düzenlenen, halkın katılımına açık olarak gerçekleştirilen toplantılar, yerel halk ile yönetimin etkileşiminin sağlandığı önemli organizasyonlardır. Özellikle başkan ya da yardımcıları tarafından bilgilendirme amaçlı yapılan konuşmalardan sonra vatandaşa, soru sorma ya da söz hakkının verilmesi, istek ya da şikâyetinin dinlenmesi ve anında cevap verilebilmesi ya da açıklama yapılması çok önemlidir. Sonuçta da, belediye yönetimi ve yerel halk arasında vuku bulan sağlıklı bir iletişim süreci ile karşılaşmış oluruz.

Halk günleri belediyelerde gerçekleştirilen önemli halkla ilişkiler faaliyetlerinden biridir. Bu tür faaliyetlerin daha kurumsallaşmış örneklerini de görmek mümkündür. Bazı belediyeler, kent halkı ile daha sağlıklı ilişkiler kurabilmek amacıyla, halkın katılımına, işbirliğine ve belediye ile kentli arasında iki yönlü bilgi akımına olanak sağlayan ve kimi kentsel hizmetlerin yürütülmesi için kurumsal bir çerçeve oluşturan ‘‘Mahalle ve Semt Danışma Merkezleri’’ adı altında uygulamalar gerçekleştirmektedir. Bu merkezlerde kamuoyu araştırmalar sonucunda halkın istediği konularda etkinlikler yürütülmektedir ve belediye halkla ilişkiler birimi ile muhtarların iş birliği ile çalışmalar sürdürülmektedir. Vatandaşlara sağlı, aile planlaması, eğitim, hukuk vb. alanlarda hizmet verilmektedir. Bunun yanında bu merkezler belediye ve mahalleli arasındaki iletişimi sağlama açısından önem taşımaktadır (Yalçındağ, 1996: 144).

Toplantının etkin olabilmesi, önceden duyurulması ve düzenli aralıklarla belirli gün ve saatte yapılmasına bağlıdır. Bazı belediyelerde vatandaş ziyaretlerinin yoğunluğu, yönetimi iş yapamaz hale getirebilmektedir. Halk günleri bir yerde bu olumsuzluğu da bertaraf etmektedir.

2.5.1.2. Kamuoyu Araştırmaları ve Anketler

Kamu kavramı genel olarak halkın bir grubu anlamında kullanılmakla birlikte sözlük anlamı açısından, umumi, aleni ve halk kelimelerinin her birini içine almaktadır. Konu ile uğraşan birçok sosyal bilimciye göre ise kamu, belli bir sorunla karşılaşmış, bu sorun etrafında toplanmış bireylerden oluşan gruptur (Bektaş, 1996: 4). Kamuoyu ise, belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hâkim olan kanaattir (Kapani, 1989: 147).

Kamuoyu araştırmaları, kamuoyunu temsil etmek üzere seçilen bir örnek grubu oluşturan bireylerle görüşülerek ya da onlara anket soru kâğıdı gönderilerek belirli, bir ya da birkaç konu hakkındaki eğilimlerini, görüşlerini, kanaatlerini ya da kimi zaman tutum ve davranışlarını saptamak amacıyla yapılan araştırmalardır (Tufan ve Tutum, 1995: 10-11).

Belediye çalışmalarında genelde halkın memnuniyetlerini belediyelere iletmeleri yaygın değildir. Böyle olunca da belediyelerin yaptıkları çalışmalar hakkında geri beslenme alınmamaktadır. Anket çalışmaları bunun için önemli bir fırsat oluşturabilmektedir. Anketlerle, halkın şikayet, istek veya başka türden beklentilerini dolaysız olarak belediye yönetimine iletmeleri mümkün olmaktadır. Hatta kimi sorunların bu yolla büyümeden belediye yönetimlerinde fark edilme imkânı da doğmaktadır (Yalçındağ, 1996: 110).

Bilimsel koşullar uyan anket çalışmaları, demokrasi, açıklık ve katılım ilkelerinin geçerli olduğu bir ortamda, yerel halkı tanımak, görüşlerini öğrenebilmek açısından başka türlü ulaşılamayacak sağlam, güvenilir bilgilerin elde edilmesine imkan verir (Uysal, 1987: 30).

2.5.1.3. Dilek-Şikayet Kutuları

Belediye hizmetinden faydalanan yerel halkın istek ve şikayet dışında teşekkürlerini iletebileceği bir başka yöntem olan dilek ve şikayet kutularının, belediye girişinde vatandaşın kolayca ulaşabileceği bir yere konumlandırılması önemlidir.

Önemli bir tanıma yöntemi olan dilek ve şikâyet kutularına bırakılan notların düzenli aralıklarla değerlendirilmesi ve işlem sonucu hakkında vatandaşa geri dönülmesi gereklidir. Vatandaş birincil iletişimde bulunmuş gibi ya da resmi ve ya

diğer yollarla müracaat ettiği zamanlardaki gibi muhatap alınmalıdır. Dilek-şikâyet kutusuna bırakılan konu ya da konuların aylarca bekletilmesi, üzerinde herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması ona hiç şüphe yok ki, belediyenin kurum imajını zedeleyecektir.

2.5.1.4. Resmi Müracaatlar

Vatandaşın herhangi bir konuda yönetimi uyarma ve ya bilgilendirme amacıyla yaptığı müracaatların önemli bir bölümü resmi yollarla yapılan müracaatlardır. Vatandaşın aktif olduğu bu süreçte, kuruma geldiğinde muhatap bulabileceği başvuru merkezlerinin oluşturulması ya da doğru bir biçimde yönlendirilmesi önemlidir.

Belediyelerde halkla ilişkiler birimlerince ya da ilgili birimlerce bu hizmet yürütülürken alınan tüm dilekçeler kayıt altına alınmalı ve vatandaşa evrak kayıt numarası hakkında bilgi verilmelidir. Bu yöntem hem çalışanın ve hem de başvuru sahibinin işlem takibini kolaylaştırır. Günümüzde elektronik ortamda otomasyon kayıt sistemine girilen evraklar yine internet üzerinden ilgili birimlere havale edilmekte ve işlem sonucu yine elektronik ortamda görülebilmektedir. Vatandaş şahsen ve ya telefon ya da internet yoluyla işlem takibini yapmakta, işlem sonucu hakkında da bilgi sahibi olmaktadır.

2.5.1.5. Basının Takip Edilmesi

Belediyelerde basın ve halkla ilişkiler birimlerinin gerek programlarını ve çalışmalarını duyurmaları, gerekse kurum ve yürüttüğü hizmetlere ilişkin kamuoyu ve hizmet verilen kitlenin eleştiri ve değerlendirmelerini öğrenmeleri açısından, basın ile ilişkiler önem taşımaktadır. Bu bakımdan halkla ilişkiler birimlerinin basın-yayın kuruluşları ile iyi ilişkiler geliştirmeleri, yaptıkları çalışmaları kamuoyuna duyurmaları için gerekli her fırsatı iyi değerlendirmeleri önem taşımaktadır (Acar, 1993: 48).

Medyanın izlenmesi, halkın nabzının tutulması açısından belediyeye kolay ve zahmetsiz bir bilgi kaynağı işlevi yaptığı kuşkusuzdur. Ayrıca arşivlemeye de uygun olduğu için, belediyenin bu konudaki belleğini de genişletmesine de olanak sağlamaktadır (Kazancı, 1980: 134).

Demokratik ülkelerde dördüncü kuvvet olarak varlığını kabul ettiğimiz basın de halkın dileklerinin yetkili organlara duyurulmasında önemli rol oynar. Gerçekten basın, halkın dilek ve şikâyetlerinin duyurulmasında çok fazla yararlanılan bir yayın aracıdır. Çoğu zaman yönetimin önemli yardımcılarında olan basın, yönetimin çoğu zaman görmediği ya da duymadığı aksaklıkları yönetime iletir. Basında yer alan, aksak ve yolsuz işleri haber veren yazıları ilgililer iyimserlikle karşılamalı ve aksaklıkları gidermeye çalışmalıdır. Tersine bir davranış, yönetimin daha çok yıpranmasına sebep olur (Tortop, 1986: 158–159).

2.5.1.6. Halkın Başvuruları

Yönetimsel anlamda danışma; "yönetimin kararlarını hazırlamak için yönetilenlerin görüşlerinin alınması" olarak tanımlanmaktadır (Soysal, 1968: 67). “Halkla ilişkiler açısından “danışma” yönetim ve yönetilenler arasında uyum sağlamaya yönelik bir çalışmadır (Bülbül, 1998: 58).

Kişisel başvuru, yerel toplumun belediye örgütü ve yerel hizmetlere yönelik düşünceleriyle, şikâyet ve isteklerinin belirlenmesinde etkin bir araçtır. Kişisel başvuru, yönetim mekanizmasının işleyişine hâkim olan bir unsur olmakla birlikte, yönetime gerekli bilgileri sağlayan (feed-back) bir yapıda oluşturulması, bu amacı sağlamaya yönelik örgütsel önlemlerin alınması gerekmektedir (Yalçındağ, 1996: 81). Kişisel başvuru ile yönetilenlerden yönetime doğru bir bilgi akışı gerçekleşmektedir.

“Bireysel isteklerin öğrenilmesinde halkla ilişkiler en çağdaş ve geçerli bilme-tanıma yöntemidir” (Kazancı, 2007: 26).

2.5.1.7. Referandumlar

Yerel halkın belediye hizmetleri konusundaki yaklaşımlarının belirlenmesi ve katılım olanağının oluşturulması noktasında kullanılabilecek yöntemlerden biri de referandum uygulamasıdır. Kamuoyunun gerçek eğilimlerini saptamanın en etkin yolu olan referandum yöntemi, yerel düzeydeki bazı konularda halkın görüşlerinin alınması, sunulan çözüm önerilerinden hangisinin üzerinde yoğunlaştıklarının belirlenmesi amacına yönelik bir yöntemdir (Öner, 2001: 109).

Belediyenin yerel halkın, hemşerilerin yönetimi olması için, demokratik işleyiş çerçevesinde karar organlarının halk tarafından seçilmiş olması yeterli olmadığı gibi, belediye başkanlarının inisiyatifinde gerçekleştirilen halkla iletişim kurma çabaları da yeterli değildir. Belde halkının belediye yönetimini ve yaşadığı beldeyi benimsemesi, yapılan işlerin niteliğinden, hizmetlerin dağılımından memnun olması, kararları etkileyebildiği duygusunu taşıması, beldeyi şimdi ve gelecekte yaşanabilir bir alan olarak görmesi için, siyasal ve yönetsel duyarlılığı dengeleyen bir halkla ilişkiler uygulamasının gerçekleştirilmesi gereklidir. Yerel katılımı hedefleyen halka ilişkiler uygulamaları ile yerel yönetim-demokrasi ve halkla ilişkiler-demokrasi arasında kurulmaya çalışılan bağıntılar anlamlı ve işlevsel kılınmış olacaktır. Aksi halde bu yöndeki bir talebin tek başına varlığı ve bu taleplerin gerçekleşmesi ne demokratikleşmenin, ne de olumlu bir halkla ilişkiler uygulamasının sağlanması açısından yeterli olmayacaktır (Uysal, 1998: 25).

2.5.1.8. Sivil Toplum Kuruluşları

Demokratik ve katılımcı yönetim anlayışının kurumsallaşması noktasında belediye yönetimlerinin yerel düzeyde toplumsal kesimleri ve bu kesimlerin örgütlenmiş unsurlarını dikkate alması, işbirliği ve karşılıklı etkileşim içinde olması gereklidir. Kanaatlerin oluşmasında rol oynayan çevresel unsurların arasında toplumsal örgütlenmeler yer almaktadır. Bireyler bir anlamda bu gruplar aracılığı ile toplumla bütünleşir kanaatlerini oluşturur ve onlara yön verir (Bektaş, 1996: 82).

Sivil toplum, yerel siyaset ve yerel yönetim arasında sıkı bir bağ vardır. Yerel yönetim, yönetim gücünün belli bir merkezde toplanmaması ve daha alt birimlere aktarılması durumunu açıklayan bir kavramdır. Evrensel ölçütlere göre yerel yönetimler, belli bir coğrafi alanda yaşayan bireylere bir arada yaşamalarından ötürü kendilerini en çok ilgilendiren konularda hizmet üretmek amacıyla kurulan, karar organları seçimle yönetime gelen, devletten ayrı bütçesi ve personeli olan, merkezi yönetimle ilişkilerinde yönetsel özerklikten yararlanan kamu tüzel kişileri olarak tanımlanmaktadır (Çukurçayır, 2002: 83).

STK'lar genelde sosyal ve ideal amaçlar taşımaktadır. Bazı sivil toplum kuruluşlarının ticari işletmeleri bulunsun da bu işletmeler daha çok araç niteliğindedir. Bu kuruluşların amaçlarının sosyal nitelikli olması Anayasamızın temel ve değişmez

maddeleri arasında yer alan sosyal hukuk devleti olmasının doğal bir sonucudur. Her sivil toplum kuruluşu kendi amaçlarını belirleme özgürlüğüne sahiptir. Ancak bu amaçları anayasanın temel ilkeleri ile sınırlandırmak zorundadırlar (Önder, 2006: 19).

Sivil toplum kuruluşlarını, amaçlarına ve etki alanlarına göre iki ayrı grupta sınıflandırmak mümkündür (Tosun, 2003: 244). Bunlar amaçlarına göre; hayırseverlik yönelimli sivil toplum kuruluşları, hizmet yönelimli sivil toplum kuruluşları, katılıma yönelik sivil toplum kuruluşları ve toplumu güçlendirmeye yönelik sivil toplum kuruluşlarıdır. Etki alanlarına göreyse cemaat temelli kuruluşlar, kentsel temelli kuruluşlar, ulusal kuruluşlar ve uluslararası sivil toplum kuruluşlarıdır.

Devlet ve bireyler arasında aracı kurumlar olan sivil toplum kuruluşlarından beklenen görevlerden birisi ve belki de en önemlisi, özgür tartışma platformları oluşturmaları ve toplumsal gereksinimleri öne çıkartacak faaliyetlerde bulunmalarıdır (Tosun, 2005: 127).

Ancak örgütlenmiş yerel gruplarla belediye arasında kurulacak ilişki ve etkileşim sırasında söz konusu kesimlerin yerel halkın tamamını temsil etmediği gerçeğinin unutulmaması gereklidir.

2.5.2. Belediyeleri Halka Tanıtma Yöntemleri

Tanıtma esasına uygun olarak tanımadan sonra gelir.

Tanıtma, halkın aydınlatılması, kararların açıklanması, bunun yanı sıra günümüzde karmaşık bir yapıya ulaşan yönetim aygıtının yol açtığı tanıma ve bilme eksikliğini gidermek amacıyla halkla bilgi aktarımı çalışması şeklinde tanımlanabilir (Kazancı, 1995: 69). Tanıtma bir enformasyonu taşır ve bilgi sunma amaçlıdır. İletişim araçları kullanılır, kitle üzerinde olumlu bir etki gerçekleştirmek amacıyla yapılır (Gürel, 1971: 9).

Tanıtma bir birey, topluluk ya da kurum tarafından uygun yöntem teknik ve iletişim araçlarından yararlanılarak hedef grupları bir durum ya da olay konusunda aydınlatmak ya da bir tutum ve davranışa yöneltmek için gerçekleştirilen bilinçli bir etkinliktir. Tanıtma amacına ve uygulanış biçimine göre çoğu kere enformasyon, reklam ve ya halkla ilişkiler ile eş manada algılanmaktaysa da esasen bütün bu

kavramları iç içe ve bütünleşmiş bir biçimde kapsamaktadır. Çağdaş tanıtımaya en büyük katkısıysa propaganda reklam ve halkla ilişkiler yöntem ve teknikleriyle sağlanır (İnceoğlu, 1985: 84)

Halkla ilişkilerde tanıtma söz konusu olduğunda uyulması gereken ilke, halka gerçekleri yalnız gerçekleri söylemektir. Bunun tersinin, yani sahte imaj yaratma çabalarının uzun solukta kuruluşu, onarılmayacak zararlar verdiği bilinmektedir (Yalçındağ, 1987: 77). Bir tür, belediyenin kendisini denetlemek üzere kent halkına açması, sunması demektir (Yalçındağ, 1987: 98).

Belediye kurumları “tanıtma” ya dönük faaliyetlerini değişik araçlar vasıtasıyla yerine getirmektedirler. Burada dikkat edilmesi gereken husus, faaliyetler gerçekleştirilirken kurum dışı hedef kitle kadar kurum içi hedef kitlenin de önemli olduğudur ve bu husus faaliyetlerde göz önünde bulundurulmalıdır.

2.5.2.1. Basılı-Süreli Yayınlar

Belediyelerin halkla ilişkiler uygulamalarında kullanılan en önemli araçların başında kitle iletişim araçları gelmektedir. Basın organlarının çalışanları ile içtenlikli ilişkiler kurularak yayınlanması sağlanan haber, röportaj, makale, fotoğraf vb. ile hedef kitlelere ulaşılmalıdır. Bütün etkinlikler, gelir ve giderler, altı aylık ve bir yıllık aralıklarla halka duyurulmalı, alım-satım ve ihalelerle, imar çalışmalarına ilişkin işlemler bütün açıklığı ile dışa yansıtılmalı ve basının gözü önünde yapılmalıdır (Bülbül, 2004: 150).

Tanıtımaya dönük gerçekleştirilen faaliyetlerde; kuruluş gazetesi, dergi, broşür, el kitapçığı, bülten, afiş ve diğer yazılı araçlar belediyelerce sıklıkla kullanılan basılı ve süreli yayınlardır.

2.5.2.2. Vatandaşla Yüz Yüze ve Telefonla İletişim Kurma

Kişilerarası iletişimin en doğal yolu yüz yüze kurulan ilişkilerdir. Kitlelere ulaşma olanağı sınırlı olsa da yüz yüze iletişimle bire bir yapılan görüşmelerin kaynakla alıcı arasındaki mesaj alışverişinde etkin iletişim sağladığını biliyoruz. Bu tür iletişim geri bildirime de açıktır yani çift yönlüdür.

İlişkilerde sözel iletinin iletimi esnasında ses tonuna, tempoya ve tartıma (konuşmanın dinamikmi), diksiyona, tonlamaya, jest ve mimiklere değin pek çok etmen devreye girmektedir (Bıçakçı, 1998: 152).

Yüz yüze görüşmede kurum temsilcisinin dikkat emesi gereken hususlar şunlardır (Seçim ve Coşkun, 1992, s.118):

1. Vatandaş ile iletişim kurarken sabırlı, sakin ve güler yüzlü olunmalı,
2. Karşıdaki bireyin eğitim ve sosyal statüsüne göre davranış gerçekleştirilmeli,
3. Sade, anlaşılır bir dil tercih edilmeli,
4. Gizli kalması gerekli bilgiler karşı tarafa aktarılmamalı,
5. Aynı zamanda iyi bir dinleyici olunmalı,
6. Samimi, içten davranılmalı,
7. Karşı tarafın düşüncelerine saygı duyulmalı,
8. Konuşma esnasında gereksiz tartışmalardan kaçınılmalı,
9. Karşı tarafa ismen ve de bey, hanım eklentileriyle hitap etmelidir.
10. Yüz yüze görüşme iki yönlü iletişim olduğu için karşı tarafı etkilemek kadar, onun da vereceği mesajlara açıl olabilmek gereklidir.

Sözlü araçların bir başka aracı olan telefon çift yönlü iletişim ortamı sağlayan teknolojik bir araçtır. Gündelik iş yaşamında görüntülü telefonlar henüz yaygınlaşmadığından burada sadece konuşmaya ve işitmeye dayalı telefon iletişimini değerlendirmek gerçekçi olacaktır. Halkla ilişkiler çalışmalarında telefonla iletişimin önemli bir yeri vardır. Kurumu öncelikle halkla ilişkisi olan personel temsil edeceğinden bu şahsın tavrı, ilk izlenimin oluşmasında belirleyicidir (Bıçakçı, 1998: 153)

2.5.2.3. Danışma Birimi Oluşturulması

Hangi tür hizmet için belediyenin hangi kuruluşuna, orada hangi birimlere, hangi tür hazırlıklar yapılarak başvurulması gerektiği bakımından hemşerilerin yararlanacakları sürekli ve etkili bir danışma ve yol gösterme hizmetinin de bulunması, bu konudaki önemli sorunlardan biridir (Yalçındağ, 1996: 66).

Vatandaşların her gün geldiği belediye kurumları girişinde yer alacak danışma biriminin en önemli işlevi vatandaş belediye binası içinde dolaşmasına gerek kalmayacak derecede bilgilendirmesi ve ilgili birime yönlendirmesidir.

Danışmaya yapılan başvurular zaman zaman bilgilendirme gerektiren içerikte olabileceğinden, danışma aynı zamanda bir süzme işlevi de yerine getirmektedir.

2.5.2.4. Sosyal İçerikli Uygulamalar

Kamuoyunun ilgisini kurum üzerine çekmek için, halkın çeşitli kesimleri arasında düzenlenen faaliyetlerdir (İşçi, 2002: 49).

Fuarlar kurumun ürünlerini ya da faaliyetlerini tanıtmaya amaçlı düzenlenen etkinliklerdir. Diğer taraftan sergiler ise hedef kitleye kurumu sevdirmek ve sempatisini kazanma amaçlı gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Seminerler ve toplantılar ise belli bir konunun kamuoyuna tanıtılması amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Toplantıların amacı bilgi alışverişidir. Toplantıyı kamuoyuna en kısa ve en etkili şekilde duyurmakta ilgiyi artırıcı faktörlerdendir (İşçi, 2002: 53).

Konferans ve sempozyum düzenlenmesi, açılış törenleri ve belli başlı bazı konularda yarışmaların organize edilmesi ve kazanan eserlerin sergilenmesi de belediyeler tarafından sıklıkla kullanılan yöntemlerdendir.

Günümüzde etkin bir uygulama alanına sahip olan destek faaliyetleri uygulama aracı olarak halkla ilişkiler birimlerince etkili olarak kullanıldıklarında kurum açısından olumlu sonuçlarla karşılaşırız.

Tüm bu iletişim araç ve ortamlarından yararlanmak ve ne zaman ne amaçla kullanılacağını belirlemek halkla ilişkiler biriminin ve uzmanının bilgi ve becerisiyle, deneyimiyle doğru orantılıdır. Doğru seçimler etkinliği artıracaktır. Bunun için de her kurumun olduğu gibi belediyelerin de ilgili hedef kitleyi belirleme zorunluluğu vardır. Ve zaten hedef kitlenin niteliklerine uygun faaliyetlere yönelik olan iletişim araçları seçilmelidir.

2.5.2.5. Basın Yolu ile Tanıtım

Basın demokratik toplumlarda yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet haline gelmiştir. Halkla ilişkiler birimi; yönetimin tanıtma ihtiyacını, basın haber alma ihtiyacı ile birlikte karşılar. Halk ise, basın aracılığı ile yönetimin faaliyetlerinden haberdar olmak ve bunlara olan tepkilerini basın aracılığıyla yöneticilere duyurmak imkanına sahip olur. Basınla ilişkiler politikası çok iyi belirlenmeli, basın mensuplarıyla koordineli çalışmalar gerçekleştirmek için

toplantılar yapılmalı, sorular cevaplandırılmalı, gazete ayrımı yapılmadan bilgi ve haber akışı sağlanmalı, eleştiriler dikkate alınmalı, basın, halkın temsilcisi ve belediyeyi halka tanıtan bir unsur olarak görülmelidir (Akçakaya, 1999: 85).

Bir başka yöntemde basın toplantılarıdır. Basın mensuplarına kurumla ilgili açıklamaların ve bilgilerin sunulduğu bu toplantılar, kamuoyunu etkilemede ve haber ulaştırmada çok önemli rolü olduğu gibi, kuruma veya işletmeye saygınlıkta kazandırır (Ertekin, 1983: 54).

2.5.2.6. Kamuoyu Önderleri ile İletişim

Kitlelere ulaşmada, yönetimin isteklerini onlara aktarmada kullanılabilecek önemli yöntemlerden biri de önderlerden yararlanmadır (Kazancı, 2007: 109).

Ancak örgütlenmiş yerel gruplarla belediye arasında kurulacak ilişki ve etkileşim sırasında söz konusu kesimlerin yerel halkın tamamını temsil etmediği gerçeğinin unutulmaması gereklidir. Ülkemizde örgütlenme özgürlüğü noktasındaki yasal, kurumsal ve düşünsel eksiklikler dikkate alındığında yerel unsurların temsil kabiliyeti ve meşruiyeti daha da önem kazanmaktadır. Bu yaklaşım paralelinde araştırma-hazırlık sürecinde yerel toplumsal kesimlerden gelecek belirleyici olma talep ve baskılarının bu grupların temsil dereceleri dikkate alınarak yorumlanmalıdır. Zira bazı yerel unsurlarla belediye arasında gerçekleşecek kurumsal eklemlenme ve belki bütünleşme yerel düzeyde halkla ilişkiler ve yerel katılım açısından doğru sonuçlara ve yerel katılımdan beklenen amaçlara ulaşılmasını engelleyecektir (Öner, 2001: 107-108).

Yerel önderler yönetimden gönderilen bütün mesaj ve bilgileri kendilerine göre bir süzgeçten geçirdikten sonra tabana iletmektedirler. Kendilerini ilgilendiren, kendi beklentilerine ters düşen mesajlar ya değiştirilir, ya da engellenir. Bu, doğru bilginin nitelik değiştirmesi demektir. Toplum önderleri ya da yerel önder ancak kendi statü ve beklentilerine uygun düştüğü ve konumlarını güçlendirdiği takdirde aracılık yapar. Bu durum merkezi yönetim ve özellikle de mülki idare, toplum önderleri arasında, sorunun niteliğine göre seçme yapar (Kazancı, 2007: 110).

2.5.3. İnternet Uygulamaları

İletişim teknolojilerinin kaydettiği gelişime bağlı olarak ortaya çıkan internet, gündelik hayatın önemli araçlarından biri haline gelmiştir (Bakan, 2010: 373). Halkla ilişkiler alanında internetten yararlanma biçimleri arasında web siteleri, elektronik posta, intranet, extranet, on line veri tabanları, blog, network, tartışma grupları ve chat yer almaktadır (Bakan, 2010: 375).

Kurumlar için önemli halkla ilişkiler araçlarından bir diğeri de kuruma gönderilen maillerdir. Halkla ilişkiler yoluyla, çevreyle kurulan ilişkilerin zayıf ve hatalı yönleri tespit etmekte ve tekrarlarına engel olmaktadır (İşçi, 2002: 3). Bu nedenle halkın kişisel ya da internet aracılığı ile gerçekleştirmiş olduğu başvurular dikkate alınmalı ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde önemli bir halkı tanıma yöntemi olarak değerlendirilmelidir.

2.5.3.1. Web Sitelerinin Kullanımı

Yönetimi tanıma konusunda son yıllarda en çok yaygınlaşan yöntem web sayfasıdır. Günümüzde hemen hemen her kamu kuruluşunun bir web sayfası bulunmakta, vatandaşla ilişkide bu sayfalar, tanıtıcı, sorun çözücü rol oynamaktadır. Bu uygulamanın genişlemesi tanıtımda çok önemli yararlar sağlamıştır, eksikleri gidermiştir (Kazancı, 2007: 109).

Herhangi bir nükleer tehdit sırasında güvenli bir askeri haberleşmeyi sağlamak amacıyla, ABD’de altmışlı yılların başında RAND Corporation tarafından kurulan ağ sistemi, internetin gelişimindeki atılan ilk adımdır (Yükselen, 2006: 155).

2.5.3.2. İnternet Aracılığı İle İletişim Kurmanın Önemi

Hedef kitlelere göre farklı araçlar kullanarak bu kitlelere ulaşmanın farkına varmış olan halkla ilişkiler uzmanları, hedef kitlelere ulaşmak için geleneksel halkla ilişkiler araçlarının yanı sıra, gelişen teknoloji ile birlikte yeni araçlar da kullanmaya başlamışlardır. Bu araçlar, internet ile web siteleridir (Okay ve Okay, 2005: 510)

McLuhan’ın da dediği gibi, adeta global bir köye dönüşen dünyamızda, bir kurumun web sayfası, iyi bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanılabilir. Günümüzde artık kamu kurumları da faaliyetlerini daha kısa ve etkili bir biçimde hedef kitlelerine

duyurabilmek için web sayfalarını oluşturmakta ve aktif bir biçimde kullanılmaktadırlar.

Artık bilgiye erişebilmekten daha çok internet kullanabilmek değer kazanmaya başlamıştır. İnternetin herkese her şeyi yayınlayabilme fırsatı sunması, güven sorununa sebep olmaktadır. Buna rağmen, kurumların hedef kitleleriyle iletişimde giderek artan öneme sahip olan internetin etkinliği, onun ancak rasyonel kullanımıyla mümkündür. İnternetin hedeflerinin saptanması, hedef kitlenin tespit edilmesi ve maliyet etkinliğinin hesaplanması, bu amaçla da araştırma, planlama ve değerlendirme verilerinden yararlanılması, bir web sitesinin gerçekten etkili olabilmesi için gereklidir (Peltekoğlu, 2005: 278-279).

III. BÖLÜM

3. YEREL YÖNETİMLERDE HEDEF KİTLE MERKEZLİ HALKLA İLİŞKİLER YÖNETİMİ

İnsan ihtiyaçlarının giderek çeşitlendiği ve arttığı günümüzde, önde gelen görevlerinden biri insanlara hizmet sunmak olan yönetimlerin, artan ve çeşitlenen bu ihtiyaçlara daha çok yerel yönetimler aracılığıyla cevap vermeye çalıştıkları görülmektedir (Torlak, 1999: 9).

Yerel nitelikte hizmet sunan belediyelerin, hızlı kentleşme, iletişim teknolojisindeki gelişmeler ve kamu yönetiminde yeniden yapılanma çalışmaları ile geleneksel yapısı değişime uğramıştır. Bu değişime paralel olarak, “halkın yerel katılım talebi artarken, mahalli nitelikli sorunların çözümünde ve hizmet sunumunda yerel yönetimlerin vizyonu genişlemiştir” (Negiz, 2007: 39).

3.1.Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler Yönetim

Süreci

Kendilerini ve hizmetlerini tanıtmak, halkın ihtiyaç ve isteklerine duyarlı olmak, onların sürekli beğenisini ve güvenini sağlamak belediyeler için mühim bir konudur (Yalçındağ, 1995: 7). İşte bu noktada halkla ilişkiler yönetimin önemli parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu sağlamanın yolu ise, halkla işbirliği geliştirmekten geçmektedir. Zaten, yöneten-yönetilen ayrımının bulunduğu her ortamda, “yönetenlerin yönetilenlerle düzenli ve aynı zamanda dikkatli bir biçimde ilişki kurması, onlarla karşılıklı yarar ve anlayışa dayalı olarak etkileşmesi, haberleşmesi gerekmektedir” (Kazancı, 2002: 1-2).

Çoğulcu ve katılımcı demokrasinin sağlıklı işlemesi ve gelişim gösterebilmesi için; yerel topluluk üyelerinin, belediyenin gerçek sahibinin kendisi olduğu bilinciyle yerel işlerle yakından ilgilenmesi, yönetimin olumlu kararlarının ve girişimlerini desteklemesi, kamu yararına uygun düşmeyen karar ve uygulamalara karşı yargı organlarına başvurabilmelerine bağlıdır. Yerel hizmetlerin mali yükünü sırtında taşıyan halk, finansal kaynakların hangi alanlara ve hangi usullerle kanalize edildiğinin hesabını sorabilmeli, yönetim üzerinde ağırlığını sürekli olarak hissettirebilmelidir. Bu denetimi mümkün kılacak koşullar; yerel halkın, yönetimin

karar, işlem ve uygulamaları hakkında kolaylıkla ve zaman yitirilmeksizin bilgileri ve belgeleri edinebilmesi, halkla ilişkiler tekniklerine başvurularak bilgilerin kendilerine ulaştırılması sağlanmalıdır (Sezgin, 2011: 100).

Öncelikli olarak yerel yönetimin etkileşimde bulunmak istediği ve faaliyetlerini yönelttiği hedef kitle kavramını tüm yönleriyle ele almak ve ortaya koymak faydalı olacaktır.

3.1.1. Hedef Kitleyi Tanımak

Kitle ve hedef kitle kavramlarından önce toplum kavramının anlamına değinilmelidir.

“Toplum nedir?” sorusu esasen bugüne kadar tüm toplumsal bilimlerin cevabını aradığı temel sorulardan biridir (Kongar, 1985: 41). Toplum sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için etkileşimde bulunan ve ortak bir kültürü paylaşan çok sayıdaki insanın meydana getirdiği bir birlikteliktir (Fichter, 1994: 73).

Toplum ilk önce kendi kendini korumak ve sürdürmek olmak üzere pek çok temel çıkarları gerçekleştirmek isteyen ve işbirliği yapan, (bir ölçüde de çalışarak) insanlardan meydana gelen; göreceli bir sürekliliğe, belli bir coğrafi yere, ortak bir kültüre sahip olan ve de çok ve ya az ölçüde kurumlaşmış bir karmaşık ilişkiler bütünüdür (Çankaya, 1979: 3).

Kitle terimi iletişim bağlamında, sinema ve radyo gibi araçların izler kitlesinin belli özelliklerini ifade edecek biçimde kullanılmaktadır. Dolayısıyla bu izler kitle çok dağınık ve üyeleri genellikle birbirini ve ya bu izler kitlenin oluşmasına sebep olan her kimse onu tanımayan bir topluluktur; bir öz kimlikten, öz bilinçten yoksundur ve bir takım amaçlar doğrultusunda örgütlenerek bir araya gelen, eylemlerde bulunan bir özelliğe sahip değildir. Değişen sınırlar içerisinde değişen bir birleşimle karakterize olur; ayrı türdendir, tüm sosyal katmanlardan ve demografik kümelerden gelen çok sayıdaki kişilerden meydana gelir; ama özgül bir ilgi nesnesini, kendisini güdüp yönetmek isteyenlerin algısına göre seçme davranışında ise türdeşdir (Mutlu, 1995: 210-211).

Hedef kitleyi iletişim sürecinde mesajın ulaşması amaçlanan kişi, küme ya da kitle biçiminde tanımlamak mümkündür. Yani iletişimcinin ulaşmayı amaçladığı ve iletişimin başarısı için öncelikli olarak özelliklerinin ve yapısının incelenmesi

gerektiği önemli bir iletişim ögesidir denilebilir. Halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitleyi, yapılan uygulamaların yönlendirdiği, bu uygulamaların sonucunda da kendilerinden eylem ve düşünce değişimi beklenen bireyler ve ya gruplar biçiminde ifade etmek, tanımlamak mümkündür. Halkla ilişkiler uygulamalarındaki “halk” kitlesel grupları ifade etmektedir. Hedefi kamuoyu oluşturmak olan halkla ilişkilerde hedef kitlenin “halk” olduğu düşünülse de uygulamaların etkili ve sonuçların ölçülebilir olması için toplumun belli kesimlerine yönelmek daha faydalı olmaktadır (Kocabaş, vd., 1999: 77).

3.1.1.1. Kurum İçi Halkla İlişkilerde Hedef Kitle

Kurum içi halkla ilişkilerde hedef kitle çalışanlardır. Kurum içi iletişimin temel ilkesi; çalışanların hedefleri ile kurumun hedeflerini aynı noktada birleştirebilmek ve çalışanların kuruma olan bağlılığını artırmak oluşturur. Mutlu bir iş ortamına sahip olan bireyler, içinde bulundukları kurumun olumlu imajının oluşturulmasında adeta birer halkla ilişkiler uzmanı işlevi görürler (Bıçakçı, 1998: 138).

Kurum içi iletişimde çalışanlara organizasyonun amaçları, felsefesi, hakkında bilgiler verilmelidir. Kurum içi iletişim çalışmalarında göz önünde bulundurulması gereken noktalar şunlardır (Okay, 2000: 178-181):

1. Kurumdaki olumlu ya da olumsuz tüm gelişmeler hakkında çalışanları haberdar etmek,
2. Kurumun planlaması, hedefleri, pazarlama ve reklam hedefleri hakkında çalışanları bilgilendirmek,
3. Kurumun yayın araçları yolu ile çalışanları bilgilendirmek,
4. Kararların alınmasına çalışanların katılması,
5. Kurum içinde görüşlerini bildirme olanağının varlığı,
6. Çalışanların bilgi ve becerilerini geliştirmeleri açısından eğitilmeleri,
7. İyi bir çalışma durumunda çalışanın övülmesi ve takdir edilmesi,
8. Üstün başarıları parasal olarak ödüllendirmek,
9. Düzenli kuruluş toplantıları yapmak,
10. Çalışanların aileleri ile ilişkilere girmek ve kurum-aile bütünleşmesini sağlamak.

Çalışanlara yönelik olarak geliştirilmiş olan iletişim ise şu noktaları kapsamalıdır (Oktay, 1998: 182):

1. Kurumun kendisi ve hedefleri konusunda bilgi ve anlayış düzeyinde artı yönde ilerleme,
2. Kurum içerisindeki gruplar arasında anlaşmazlık ve çıkar çatışması durumlarında azalma,
3. Üretkenliğin ve motivasyonun artırılması,
4. Çalışanların morallerinde ve çalıştıkları kuruma karşı olan tutumlarında olumlu ve fark edilir bir biçimde düzelme ve ayrıca pozitif bir yaklaşım sağlanması.

Kurum çalışanları, belediye başkanından kapıdaki danışma görevlisine kadar herkes halkla ilişkilerden sorumludur. Çalışanlara dönük hizmet içi eğitim seminerleri gerçekleştirerek, çalışanların halkla ilişkiler konusunda bilgi düzeylerini artırmaya çalışmak da faydalı sonuçlar sağlar. Esasen bu tür faaliyetlerin gerek kurum içinde gerekse kurum dışında kurum adına verimli sonuçlar doğuracağı en başta bilinmesi gereken bir olgudur.

3.1.1.2. Kurum Dışı Halkla İlişkilerde Hedef Kitle

Kurum dışı hedef kitleler daha karmaşık ve daha çeşitlidir (Bıçakçı, 1998: 140). *“Kurumun dış çevresiyle yakın, karşılıklı iyi niyete ve güvene dayalı, iki yönlü ve süreklilik arz eden ilişkiler tesis etmesini ve geliştirmesini sağlayan iletişim uygulamalarına kurum dışı halkla ilişkiler denir”* (Yılmaz, 2013: 120).

Kurum dışı halkla ilişkilerde hedef kitleyi; kurumun yakın dış çevresiyle kurumun diğer dış çevresi oluşturur. Yakın dış çevre, kurumla doğrudan ve zorunlu bağlantısı olan gruplardan oluşur. Kurumun yakın dış çevresini oluşturan gruplar şöyle sıralanabilir (Jefkins’den akt. Yılmaz, 2013: 120):

- Toplumsal çevre: Kurumun fiziki çevresinde bulunan diğer kurum ve bireyleri kapsar. Bazı kurumlar çok farklı koşullara; farklı insanlar üzerinde farklı etkilere sahiptirler ve yöre halkıyla bir ilişki içinde bulunmaları kaçınılmazdır. Örneğin havaalanı yakınında yaşayan insanların uçak gürültüsü, bir fabrika yakınında yaşayanların çevre kirliliği gibi problemleri olabilir. Bu bireyler kurumun potansiyel müşterileri, gerçek müşterileri, çalışanları ya da çalışanların aileleri

olabilir. Bu nedenle duyarlı kurumların iyi komşuluk politikası geliştirmeleri ve sürdürmeleri gerekmektedir.

- Finans çevreleri: Yerel banka yöneticileri, hissedarlar, yatırım uzmanları, sigorta şirketleri, kredili satış yöneticileri ve yatırımcıları içerir.

- Tedarikçiler ve hizmet sağlayanlar: Hammadeleri sağlayanlar, eleman kaynakları, paketlemeciler, yakıt ve taşıma hizmetini sağlayanlar, reklam, halkla ilişkiler, mali ve hukuk işleri gibi profesyonel hizmet verenler, kamu hizmeti verenler, eğitim ve danışmanlık kurumları gibi grupları içerir.

- Dağıtımıcılar: Brokerlar, toptancılar, süpermarket ve zincir mağazalar, kredi işini düzenleyen satış personeli, doğrudan satış yapan kişiler, bayiler, ihracat ve ithalatçılar gibi ürün ya da hizmetle, üretici ile tüketici arasında geçen tüm aşamalarda muhatap olanların tümü bu grupta yer alır. Diğer dış çevre ise kurumla doğrudan ve zorunlu bağlantısı olmayan grupları içerir. Bu gruplar şöyle sıralanabilir:

- Rakip firmalar: Kurumla aynı ya da yakın faaliyet alanında çalışan diğer kurumları içerir. Örneğin bir havaalanının rakipleri hem diğer havaalanları hem de otobüs, tren gibi diğer ulaşım araçları firmalarıdır.

- Kamu kurumları: Devlete bağlı çalışan resmi kurumların tümü bu grupta yer alır.

- Sendikalar: Çalışanların ortak hak ve çıkarlarını korumak, sorunlarını çözmek için kurulmuş ekonomik öğeler taşıyan, devlet, siyasi parti ve iktidar örgütlenmelerinden bağımsız örgütler bu grupta yer alır.

- Gelecekte işletmede çalışabilecek elemanlar: Potansiyel iş gücü olarak da adlandırılan bu grupta bir kurumun bünyesine alabileceği bireyler yer alır.

- Kanaat önderleri: Açıkladıkları olumlu ya da olumsuz görüşlerle insanları etkileyebilen akademisyenler, politikacıları yazarlar, gazeteciler, din adamları gibi değişik meslek ve konumda olan bireyler.

Kamu hizmetleri sunan kurumlar için ise dış müşteriler hizmetten yararlanan vatandaşlardır. Kamu hizmeti sunan kuruluşlar için en önemli olgu, vatandaşların sunulan hizmetten tatmin edilmesi ve çevresel kalite anlayışının başlaması olmalıdır (Sezer, 2008: 152).

3.1.2. Hedef Kitlenin Özellikleri

Halkla ilişkiler uygulamaları ilk önce kurumun kendi faaliyetleriyle daha sonra o kurumun faaliyetleri ile ilgili bireylere dönük olarak yürütülen planlı çabalardır. Kurum personeli arasında nasıl tam bir homojenlik yoksa o kurumla ilgili “halk” adı verilen kitleler de tam homojen bir topluluk değildir. Bu yüzden iletişim kurulan halkın özelliklerinin halkla ilişkiler uygulamalarını etkilemesi kaçınılmaz olduğundan hedef kitle özelliklerinin belirlenmesinde bir hata yapılmaması gerekmektedir (Kocabaş vd., 1999: 78).

Hedef kitlenin tüm özellikleriyle ortaya konulabilmesi çok önemlidir. Ve söz konusu özellikleri belirlemede araştırma evresi büyük bir rol üstlenmektedir. Hedef kitlenin özelliklerini beş başlık halinde ele alabiliriz.

3.1.2.1. Bağlanma

Hedefin tutumuyla ilgili olarak ne kadar taahhüt altına girdiği; tutumuyla kendisini ne kadar bağladığıdır. Bu bağlanış ne kadar kuvvetli ise tutum değişimi bir o kadar güç gerçekleşir (Kocabaş vd., 1999: 102).

İnanılrlık derecesi yüksek olan bir kaynaktan gelen bir ileti, eğer bireylerin tutumu önemsizse ya da ya da birey tutumuna fazla bağlı değilse yüksek derecede etkili olacak ve tutumun değişimine yol açacaktır. Ve eğer düşük inanılrlığı olan bir kaynaktan gelen mesaj birey tutumuna önem veriyorsa ya da birey tutumuna fazla bağlıysa, söz konusu mesaj çok etkili olmayacak ve tutumun değişimi zorlaşacaktır. İnsanların kişilik özelliklerinin (kendine güven, etkilenebilirlik ön planda olmak üzere) de iletişim etkinliğinde rol oynadığı sosyal psikologlarca yapılan araştırmaların sonucunda ortaya konmuştur. 19 yüzyılda sosyal düşünürler tarafından önem verilen “telkin” kavramı ve bazı bireylerin ötekilerden daha çok telkine açık oldukları, örneğin; kadınların erkeklerden daha kolayca telkin edilebildikleri görüşü ortaya çıkarılmıştır (Kağıtçıbaşı, 1988: 187).

3.1.2.2. Kendine Güven

Kendine güveni olmayan ya da az olan bireyler kendi görüşlerine ve fikirlerine de fazla değer vermedikleri için onları değiştirmek zor olmayacaktır. Cohen (1959), psikolojik savunma mekanizmaları açısından soruna yaklaşarak,

kendine güveni çok olan bir bireyin bu güveni sarsabilecek ve kendi durumuna da ters düşen bir mesajı reddedeceğini ve ya görmezlikten geleceğini ya da unutacağını öne sürmektedir. Buna karşın kendine güveni az olan bireylerse, çevreden gelen uyarıcılara ya da bilgilere daha duyarlı olduklarından, söz konusu etkenlerden daha çok etkileneceklerdir (Kağıtçıbaşı, 1988: 188).

3.1.2.3. Saygınlık Faktörü

Kendisine saygısı düşük olan denekler kendilerine saygısı yüksek olanlardan daha çok ikna edilmeye müsaittirler. Kendine saygı ile ikna edilebilirlik arasındaki ilişkinin geleneksel açıklamasına göre, kendilerine saygısı düşük düzeydeki insanlar kendileriyle ilgili her şeye olduğu gibi düşüncelerine ve görüşlerine de az bir değer vermektedirler. Bu yüzden de kendi fikirlerine değer vermedikleri için, fikirlerinden vazgeçmeleri daha kolay gerçekleşmektedir. Ve karşıt bir fikirle karşı karşıya geldiklerinde fikirlerini değiştirmeye daha eğilimli olmaktadır (Freedman vd., 1993: 375).

Bireyin bilhassa grup içerisindeki saygınlığı yani gruptaki mevkiisi o bireyin sosyal çevresindekilerce ne kadar etkilenebileceğini belirleyici bir etkidir. Bu konuda Berger ve Fişek (1970), küçük gruplarda düşük saygınlığı olan bireylerin, yüksek saygınlığı olan bireylerden daha çok etkilendiklerini ortaya koymuşlardır. Tıpkı, kaynağın saygınlığı yüksek olduğunda mesajın da etkili olması gibi düşük saygınlığı olan hedef kitlelerinde daha kolay etkilenecekleri ifade edilmektedir (Kağıtçıbaşı, 1988: 188).

3.1.2.4. Zeka ve Eğitim

Hedef kitleyi oluşturan bireylerin ikna edilebilirliğini etkileyen bir diğer kişilik özelliği ise zeka ve eğitim düzeyleridir.

Zeka ve eğitim düzeyi yüksek olan kimseler, tutarsız, mantıksız ya da basit iletişimden zeka ve eğitim düzeyi düşük olan kimselerden daha az etkileneceklerdir. Çünkü yüksek zeka ve eğitim, dinleyicilerin, iletişimdeki mantıksal tutarsızlığı fark etmelerini sağlayacaktır. Bununla beraber aynı nedenden, yüksek zeka ve eğitime sahip dinleyicilerin, düşük zeka ve eğitimlilere göre, tutarlı, mantıklı ya da karmaşık iletişimden daha fazla etkilenecekleri de söylenebilir (Kağıtçıbaşı, 1988: 188-189).

3.1.2.5. Cinsiyet Farkı

Şimdiye kadar birçok araştırmada ortaya çıkan ve genellikle doğal bir cinsiyet farkı olarak kabul edilen kadınların daha kolay ikna edilebilirliğinin hiç olmazsa kısmen erkek araştırmacıların kendi ilgilendikleri konuları seçerek farkında olmadan kadınlara karşı yöntemsel bir yanlılık oluşturmuş bulunmalarına bağlayabiliriz. Böylece hedef kitle özelliklerinden cinsiyet hakkındaki bulguları özetleyecek olursak, etkilenebilirlikte bulunan cinsiyet farkının bir taraftan toplumsal rol beklentilerine, diğer taraftan da bazı yöntemsel nedenlere bağlanabileceğini ifade edebiliriz (Kağıtçıbaşı, 1988: 190).

Erkek ve dişi, insanlığı bütünleyen iki cinstir. Bu iki cinsten hiçbiri diğerinden üstün değil, ancak farklıdır. Bu bağlamda kadınlar ile erkekler arasında biyolojik, psikolojik ve sosyal özellikler itibarıyla farklılıklar vardır. Son 10-15 yıldır nörolojik ve genetik bilimlerindeki olağanüstü gelişmeler kadın erkek farklılıklarını yeniden ele almayı zorunlu hale getirmiştir. Genetik ve moleküler biyolojideki gelişmeler, kadın beynindeki genetik eğilimde duygular boyutunun, erkeklerde ise analitik boyutun ön planda bulunduğunu ortaya çıkarmıştır. (Tarhan, 2011: 17). Beynin fiziki gelişimi, beyin yarı küresi, dinleme, kullanılan dil, kelimeler ve konuşma bakımından kadınlarla erkekler arasında farklılık (Köylü, 2003: 70-75), iletişim bağlamında da kendini göstermektedir.

Yapılan araştırmalar, kadınların erkeklerle nazaran iletişimden daha fazla etkilendiklerini ortaya koymaktadır. İletişimde erkek bilgi aktarımını önemserken, kadın paylaşmayı ve yalnızlığı gidermeyi önemsemektedir. Kadınların konuşma ve dinleme potansiyelleri de erkeklerden farklılık arz etmektedir. Çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmada, kız çocuklarının, erkek çocuklara oranla dikkatlerinin daha uzun sürdüğü sonucuyla karşılaşılmıştır. Ancak dikkat konusundaki bu farklılık, ergenlik döneminden sonra eşitlenmiştir. Kadınların duygu ve düşüncelerini ifade etme yetileri, dinleme becerilerinden daha yüksektir. Aktif dinleyici özelliği kadınlarda zayıftır. Erkekler ise anlamak için dinlemek zorundadırlar (Tarhan, 2011: 150).

3.1.3. Hedef Kitle Belirlenirken Dikkat Edilecek Faktörler

Kurumların hedef kitlesi üretilen hizmete ve ya proje konusuna göre değişiklik gösterebilir. Hedef kitleyi oluşturan bireyler; zaman zaman aynı, zaman zaman da farklı özellikler gösterebilir. Buna göre hedef kitle belirlenirken şu faktörler göz önünde bulundurulmalıdır.

3.1.3.1. Hedef Kitle Davranışlarını Etkileyen Bireysel Faktörler

Genellikle söz konusu bireysel faktörler, demografik ve psikolojik olarak iki ayrı bağlamda ele alınmıştır. Şöyle ki;

Yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek ve coğrafi yerleşim bölgesi gibi demografik etmenler, hedef kitlenin farklı halkla ilişkiler uygulamalarına değişik cevaplar vermesinde ve verdiği tepkinin derecesini, .. vb. etkileyen önemli özelliklerdir. Demografik etmenler, hedef kitleyi istatistiksel olarak tanımlamaya ve bölümlendirmeye yardımcı olacak bilgileri içermektedir. Bu bilgiler hedef kitleyi kabaca tanımlamada yardımcı olmaktadır (Kocabaş vd., 1999: 103).

Bireylerin davranışlarını ortaya çıkartan psikolojik etmenleri ise şu şekilde belirtmek mümkündür:

- Gereksinim ve güdülenme,
- Öğrenme,
- Kişilik,
- Algılama,
- Tutum ve inançlar (Kocabaş vd., 1999: 105).

3.1.3.2. Hedef Kitle Davranışlarının Etkileyen Grupsal Faktörler

Hedef kitlenin eylemlerinin arkasındaki faktörler çok sayıda ve karmaşık bir yapıda karşımıza çıkmaktadır. Grupsal faktörlerden, kültür ve sosyal sınıf ve grup etkilerinin (aile, danışma grupları vs. hedef kitle davranışları üzerindeki etkileri genelde nispidir ve dolaylıdır. Ve bu grupsal etkenler hedef kitleyi meydana getiren kişilere bilgi, mesaj ve deney taşıyıcısıdır; yani iletişim sağlarlar. Bu yüzden halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitlenin psikolojik ve davranışsal kabulünü sağlayabilmek için grupsal faktörlerin bilgi taşıyıcı, deneyim aktarıcı niteliğinin

yanında düzenleyici, uyumlaştırıcı, ikna edici ve değerlendirici özelliklerinden de yararlanılabilmektedir (Kocabaş, 1999: 115-116).

Eğitici, öğretici ve özendirici olan grupsal faktörlerin en başında gelen ve hedef kitle davranışlarının belirlenmesinde çok etken olan kültür, İngiliz E. B. Tylor tarafından şu şekilde tanımlanır (Fichter, 1994: 132):

“Toplumun bir üyesi olarak insanın elde ettiği bilgi, inanç, sanat, moral, hukuk, alışkı ve diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütün”.

Hedef kitleyi oluşturan bireylerin içine doğdukları toplumun kültüründen etkilenmeleri ve davranışlarını buna göre yönlendirmeleri kaçınılmazdır.

Hedef kitle tutum ve davranışlarının belirlenmesinde sosyal sınıfın da etkisi olmaktadır. Söz konusu etkiler hedef kitlenin ve sosyal sınıf yapısının özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir. Ancak toplumların ne tür sosyal sınıflardan oluşacağı ve toplumu oluşturan bireylerin ise hangi sosyal sınıfa ait olduklarının nasıl belirleneceği zor bir iştir. Fakat hedef kitleyi meydana getiren bireylerin hangi sosyal sınıfa ait olduklarının belirlenmesi de şarttır (Kocabaş, vd., 1999: 118).

Aile, hedef kitle tutum ve davranışları üzerinde dolaylı bir uyarıcı olarak grupların içerisinde yer alır. Ve en genel ifadesiyle aile; “kan ve ya evlilik bağıyla birleşmiş ya da evlatlık gibi birlikte ikamet eden, iki ya da daha fazla kişiden oluşur.” Hedef kitleyi oluşturan bireylerin aile yaşam eğrisinin hangi aşamasında olduklarının belirlenmesi de halkla ilişkiler uygulamaları açısından çok önemlidir. Danışma grupları ise hedef kitleyi meydana getirenlerin tutum, fikir ve davranışlarını kimi kez direkt kimi kez ise dolaylı yollardan etkileyen insan gruplarıdır (Kocabaş, vd., 1999, s.121-122).

Tüm bu faktörler doğru bir şekilde araştırılmadığı, ortaya konulmadığı takdirde yapılacak hedef kitle merkezli halkla ilişkiler uygulamalarında başarılı sonuçlara ulaşmak pek de mümkün olmayacaktır.

3.1.4. Hedef Kitle ile Kurulacak İletişim ve Özellikleri

Halkla ilişkiler zaman zaman seçilmiş iletiler ileterek, hedef kitlelerin tutum ve düşüncelerinin belirli bir yöne yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Berth ve vd., 1998: 53).

Seçilen bu iletiler öncelikle hedef kitlenin değer ve düşünce yapısına ters düşmeyecek bir şekilde dizayn edilmeli ve etkin olmalıdır.

İletişimde etkinlik denildiğinde iletişim sürecindeki hedef kitleye yöneltilen iletişimin karşılığında, bu iletişim ediminin hedeflendiği sonucun elde edilmesi ifade edilmektedir (Oskay, 1992: 41).

İletişim süreci esnasında hedef kitle ile kurulacak iletişime etki yapan tüm nesne ve şahışların içerisinde bulunduğu ortam yani iletişim ortamı, tüm öğeleriyle sürece doğrudan etki yapar. Halkla ilişkiler uzmanları iletişim ortamının tüm özelliklerini tespit ederek hareket etmelidirler. Bu husus hedef kitle ile kurulan iletişimin etkinliğiyle doğrudan ilgilidir.

3.1.5. Doğru Hedef Kitleyi Seçebilmek, Ulaşabilmek

Halkla ilişkiler mesleği hep hedef kitleyle uğraşır. Halkla ilişkiler literatüründe farklı isimlerde tanımlanmaya çalışılan hedef kitlenin son tahlildeki görüşüne ulaşılmak istenilen “birey”dir. ykmz anlatmayı istediğimiz ve “tepkesine” ihtiyaç duyduğumuz birey (Kadıbeşegil, 1998: 92).

Hedef kitlenin yaş aralığı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, mesleği, gelir durumu, yaşadığı yer, tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzı, beğenileri, kuruluşla ilgili kanaat ve tutumları, medya kullanım alışkanlıkları ve hedef kitle ile ilgili birçok değişkenin bilinirliği, hem yaratıcı uygulamaların ortaya çıkarılması, hem de zaman, yer ve bte planlamasının doğru yapılmasını sağlamaktadır (Uludağ, 2008: 87). Bunları belirleme ve lme yöntemleri ise halkla ilişkiler uzmanları tarafından belirlenmelidir.

Hedef kitlenin yanlış belirlenmesi; btenin ve çabanın ilgisiz bireylere ulaşmada kullanılmış olması, farklı yapıda gruplara farklı iletilerin gitmesi, zamanın ve malzemelerin etkin bir biçimde kullanılmamış olmasını sonuçlarını doğurur.

3.1.6. Hedef Kitleyi Bilgilendirmek

Belediyelerde hedef kitlenin bilgilendirilmesi olayını sadece belirli dönemlerde ve seçim öncesi ve sonrası yapılan faaliyetlerle sınırlı tutmamak gerekir. Hedef kitlenin bilgilendirilmesi aynı zamanda yönetimin bütün çalışmalarında

geçerli olan bir halkla ilişkiler yaklaşımı olarak benimsenmelidir. Bu, halkın tüm faaliyetlere daha istekli katılmasını kolaylaştıracaktır.

Yönetimin bilgi vermediği, bilgiyi sakladığı yönetilen, yönetime katılma bilincine, yönetimi demokratik yollarla zorlama, ondan hesap sorma bilinç ve isteğine bir türlü ulaşamamakta, onlar hesap sormadıkça da yönetimler kendiliğinden hesap verme gibi bir iyi niyet gösterisine girmemektedir (Kazancı, 1997: 33).

Hedef kitlenin bilgilendirilmesi ile birlikte halka yerel yönetimler üzerinde bir denetleme ve hesap sorma yolu da açılmış olmaktadır. Yönetimde şeffaflığın gereği, yöneticilerin zaman zaman halk tarafından sorgulanması kaçınılmaz olacak, adeta bir otokontrol mekanizması görevi görecektir.

3.1.6.1. Hedef Kitlenin Yerel Yönetimden Beklentileri

Hedef kitleyi oluşturan kamuoyu genellikle bürokrasiden şikayetçi olur. Yerel yönetimler bunu göze alarak vatandaşın işlem süresini kısaltma yoluna gitmelidir.

Hedef kitleyi meydana getiren her bir bireyin istek ve şikayeti işlenmeli ve bir bilgi kaynağında depolanmalıdır. Yeri ve zamanı geldiğinde de her bir istek ve şikayet konusu beklentileri karşılamak adına yeniden düzenlenebilmeli ve tatmin edici bir hizmet olarak vatandaşa geri dönüş sağlanmalıdır. Burada istek ve şikayetler belediyeler için girdi olurken, çıktılar ise sunulan hizmettir. Aslında bu yaklaşım yerel yönetimlere yepyeni bir hizmet kalitesi anlayışını da getirebilir.

3.1.6.2. Hedef Kitleye Dönük Çalışmanın Gerekliliği

Bir hedef kitle olarak kamuoyu oluşturmak ve ona ulaşmak planlı bir halkla ilişkiler faaliyetini gerektirir. Kamuoyuna yerel yönetimleri tanıtmak amacıyla gerçekleştirilen her uygulama ve yine kamuoyunu yerel yönetimlere anlatmak için gerçekleştirilen her bir çaba, halkla ilişkiler programının genel çerçevesini oluşturur.

Halkla ilişkilerde hedef kitle ve öncelik sırası belirlenmedikçe uygun mesaj ve mesajı iletecek uygun araçların seçilebilmesi imkânsızdır. Çünkü her bir hedef kitle için farklı uygulamalar gerekir. Bu bağlamda hedef kitle belirlenmesinin avantajları şu şekilde sıralanabilir (Yılmaz, 2013: 121):

- Kampanya ile ilgi tüm grupların önceden saptanarak farklı yapıda gruplara, her bir gruba uygun iletişim araçları ve teknikleri ile her bir gruba uygun ve etkili

mesajın iletilmesini sağlar. Başka bir deyişle, doğru mesajın, doğru kişiye, doğru zamanda, doğru şekilde ulaşması sağlanır.

- Bütçe ve kaynak kullanımında önceliğin belirlenerek mali kaynaklar, sarf edilen çabalar ve zamanın doğru ve etkin şekilde kullanılmasını sağlar.

3.1.6.3. Hedef Kitlenin Bilgilendirilmesinde Ortaya Çıkabilecek Sorunlar

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler birimleri, hedef kitleyi bilgilendirmeden daha önce, ortaya çıkabilecek sorunları önceden tespit edebilmeli ve sorunu daha ortaya çıkmadan önce çözüm sağlamalıdır. Hep söylendiği üzere yangın söndürmek için bekleyen itfaiyeci olunmamalı, yangın çıkmadan önce sebepleri bularak ortaya koyabilen aktif bir gözlemci olunmalıdır. Burada sistematik olarak yürütülmesi gereken bir araştırma süreci ve önemi ortaya çıkmaktadır.

3.1.7. Hedef Kitleyi İkna Edebilmek

Hedef kitleyi oluşturan insan nihayetinde biyolojik bir varlıktır. “Biyolojik varlığının toplumsal çevre ile etkileşiminden doğan psikolojik bir varlık alanına sahiptir. Bu biyo-psikolojik varlık, yaşamını değişik gruplar içinde birçok ilişkiyle sürdürdüğünden psiko-sosyal bir varlık olarak davranır. Ayrıca, içinde yaşadığı toplumun kültürüne göre biçimlendiğinden sosyo-kültürel bir kimliğe ve bakış açısına sahiptir. Bu nedenle, iletişimde kaynak ve alıcıdan söz ederken, her iki tarafta yer alanların gereksinimlerinin, isteklerinin, algılarının, tutumlarının, inanç ve değerlerinin, sahip oldukları birikim, yaşantı ve ilişkilerin, toplumsal rol ve statülerinin iletişimi kurmada, anlamları oluşturmada ve tepki geliştirmede belirleyici olduğunu göz önüne almak zorundayız” (Zıllıoğlu, 1993: 97)

3.1.8. Hedef Kitlenin Tepkilerini Önceden Saptayabilmek

Fikirlerin oluşumu için ön koşul olan bireyler arasındaki iletişim gücü, etkileşim oranını artırarak beraber hareket etme sürecini hızlandırmaktadır. Hem bireysel hem kolektif fikirler ve tutumlar, insanlar arasında deneyimlerin değişimi aracılığıyla gerçekleşir. İletişimsel etkileşim aracılığı ile bireyler tutumlarını ifade ederler. Diğer insanlara deneyimlerini sunar, kendilerine yakın ve uzak sorunlarda öteki bireylerin nasıl bir tavır takındıkları hakkında fikir edinirler. Bir toplumun

kamuoyu oluşum sürecini anlamak pek tabi o toplumdaki insanların birbirleriyle nasıl bir iletişim içerisinde olduklarını bilmeyi gerektirir. Dolayısıyla o toplumun iletişim dinamikleri kamuoyu süreçlerinin yn ve içeriği hakkında ilk önemli ipucunu verir (İrvan, 1994: 58).

3.1.9. Hedef Kitle Memnuniyeti

Etkinlik ve vatandaşa yakın olma ya da vatandaş odaklı bir yönetim anlayışı, kamu hizmetinde memnuniyeti artırıcı bir unsur olmuştur (kmen vd., 2004: 50).

Yerel yönetimler, halkın beklentisine göre hizmet sunduka o ilde ya da yaşam merkezinde yaşayan halkın memnuniyet düzeyi de o oranda artacaktır. Yani beklenen hizmetler gerçekleştirildikçe hedef kitle memnuniyetinin de artması beklenmelidir. Bu iki olgu doğru orantılıdır. Böylelikle, vatandaşın hemşerii olma bilinci artar, kendisini söz konusu yaşam merkezine daha ait hisseder, birey olarak toplu olarak gerçekleştirilen sosyal faaliyetlerde daha çok yer alır ve kendisini gösterir.

Günümüzde yerel yönetimler hedef kitlesini oluşturan kamuoyu ile arasında duygusal bağlanmayı gerçekleştirmek ve katılımı artırmak için, etkileşimin olduğu iletişim çabalarına girmektedirler. Kitle iletişim araçları ve teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler söz konusu iletişimi ve gerçekleştirilen halkla ilişkiler uygulamalarını doğrudan etkiler. Ancak planlanan iletişim ve halkla ilişkiler politikasının sekteye uğraması istenilen kamuoyu oluşumunu imkansız kılabilir. Birçok sebepten ortaya çıkabilecek yetersizlikler mevcut iletişime zarar vererek, ilişki boyutunu ve kamuoyu ile olan etkileşimi ortadan kaldırabilir. Sonuç olarak da süreç içerisinde, asla karşılaşılmak istenmeyen bir hedef kitle memnuniyetsizliğine kadar götürebilir.

3.1.10. Hedef Kitlenin Görüşlerini Belirlemede Yol ve Yöntemler

Belediyelerden yana bir hedef kitle oluşturmak için etkili bir halkla ilişkiler programına ihtiyaç vardır. Projenin etkili ve uzun vadeli sonuçlar doğurması içinse halkın katılımının sağlanabileceği bir politika izlenmesi esastır. Böylelikle hedef kitleler nezdinde etkili ve verimli hizmet üretmiş olmak mümkündür. Biyolojik,

psikolojik, sosyal psikolojik, kültürel etkenler, iletişimde; kurum, hedef kitle ve ileti arasındaki ilişkileri belirleyen temel unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yerel halkın ne düşündüğünü anlamak için halkı tanıma yöntemleri ve belediyeleri halka tanıtmaya yöntemleri sıklıkla kullanılır. Planlanan uygulamalar gerçekleştirilirken başvuru bu yöntemlerle hedef kitle katılımının sağlanması ve doğru olan işler üzerinde doğru bir biçimde çalışarak etkili ve verimli hizmet üretebilmek ise nihai, ulaşılmak istenilen amaçtır.

3.1.10.1. Hedef Kitle Katılımı

Yerel yönetimler, gerçekleştirmek istedikleri faaliyetlerden önce bu çabalara yerel halkın katılımını sağlamak zorundadırlar. Nitekim, başarılı yerel yönetimler, halkın katılımına önem veren, talep ve şikayetlerine duyarlı olabilen, hizmetlerin hızlı, yerinde ve verimli bir şekilde sunulmasını sağlayabilen yönetimlerdir.

Tarihsel süreç içerisinde değişen ekonomik yapılanmalar ve üretim şekli toplum yapılarında da değişimlere neden olmuş; tarım çağından iletişim çağına dek yönetim şekillerindeki değişimler doğrultusunda demokrasi kavramı önem kazanmıştır. Yönetimlerin vatandaşlarına sunduğu demokratik koşullar altında kişiler duygu ve düşüncelerini dile getirebilmekte, özgürlük alanlarına veya haklarına müdahale edildiğinde soruna demokratik yöntemlerle tepki verme, çözüme yoluna gitmektedirler. Oysa düşünce, ifade özgürlüklerinin yasalarca güvence altına alınmadığı toplumlarda çeşitli kanaatlerin oluşması ve bu kanaatler doğrultusunda tartışma ortamının oluşturulması beklenemez (Sezer, 1972: 35-36).

Katılım sürecinin oluşumunda ve gelişmesinde, beldesinin ve belediyesinin sorunlarıyla ilgilenen, beldesiyle ilgili olarak belediye ya da başka kuruluşlar tarafından alınan kararları sorumluluk bilinci ve duyarlılık ile izleyip, sorgulayabilen, katılmaya istekli hemşerilerin varlığı önemlidir. Belediyelerin katılımcı demokratik bir yapıda örgütlenmeleri ve sorgulama süreçlerine açık bir kamusal alan olarak hareket etmeleri ancak katılımcı, toplumsal sorunlara duyarlı, erdemli ve demokratik vatandaşlık ve bu vatandaşlığın doğrultusunda kurulmuş kentlilik anlayışı olmasıdır (Kahraman vd.,1999: 59).

Halkla ilişkiler uygulamaları sürecinde hedef kitlenin bir araya gelmesinde demokratik, hukuki alt yapı, toplumun eğitim ve sosyo-kültürel yapısı, var olan

iletişim ve etkileşimin içeriği önemlidir. Katılım sağlanırken avantajları kadar dezavantajları da göz önünde bulundurulmalıdır; mesela planlama esnasında yapılacak hatalar katılımı geciktirebilir, bu da maliyetlerin artması demektir.

3.1.10.2. Etkili ve Verimli Hizmet Üretme

Etkinlik, mevcut imkânların en iyi kullanımıyla ilgilidir. Bir diğer ifadeyle etkinlik “doğru olan işi yapmak”, verimlilik ise “işleri doğru yapmak” anlamına gelir. Verimliliğin gerçekleşme derecesi etkinliği belirler (Saygılıoğlu ve Arı, 2003: 53-54).

İdari ve mali alanda serbest hareket edebilme olanağı bulunan yerel yönetimler vatandaşa sunduğu hizmetlerde rahatlıkla karar alabilecek, etkin kaynak yaratabilecek ve kullanabilecektir. Böylelikle, demokratik birer kuruluş olarak girişimci, inisiyatif alan, hesap sorma ve hesap vermeyi gerçekleştirebilen, vatandaşa dönük, istikrarlı, katılımcı vatandaşlığı geliştiren, siyasal katılımcılığı sağlayan etkin bir kuruluş olabileceklerdir (Yalçındağ, 1995: 26).

Hizmetlerin yerine getirilmesi ve vatandaşın önceliklerini belirlemede yapılan çalışmaların başarılı olabilmesi için hizmetlerin etkinliğinin saptanması önem taşımaktadır. Hizmet etkinliğini saptama kriterleri aşağıda özetlenmektedir (Yalçındağ, 1995: 26-27):

- Hizmetler için öncelikle gerçekleştirilecek hedeflerin belirlenmesi ve sonrasında hedeflerin gerçekleştirilmesi beklenmelidir.
- Kalite standartları sağlanmalıdır.
- Kaynak ve emek kullanımı etkin ve yeter sayıda olmalıdır.

İnsan ihtiyaçlarının çeşitli ve değişken olması, yerel halkın ortak ihtiyaçlarını karşılamakla sorumlu olan yerel yönetimlerin hizmet yapılarının da artmasına neden olmaktadır. Hizmete gereksinimi olan vatandaşlara hizmet sunmadan daha önce planlama yapılması ve bu doğrultuda hareket edilmesi, verimliliği ve etkinliği daha da artıracaktır.

3.2. Yerel Yönetimlerde Hedef Kitle Merkezli Halkla İlişkiler

Faaliyetlerinin Gerçekleştirilmesi

Günümüz koşulları altında hiçbir kuruluş ya da hükümetin hedef kitlesi ile işbirliği yapmadan, görüşlerini dikkate almadan, demokrasinin gerektiği biçimde işlemesi, seçmenin desteğinden yoksun yerel yönetimlerin uzun ömürlü olması imkânsızdır (Peltekoğlu, 1993: 63).

Halk yararına çalışan, istek ve beklentilere karşı duyarlı, sorumluluğunun bilincinde, katılımcı bir anlayışa sahip olan bir yerel yönetim anlayışı karşılığında yine yerel yönetime sahip çıkan, denetleyen, güvenen kısaca sağlıklı bir iletişimin, etkileşimin kurulabildiği yerel halktan bahsetmek mümkün olabilecektir.

Bu anlamda denebilir ki “etkili bir halk iradesi ile duyarlı bir devlet anlayışının bileşkesi günümüz halkla ilişkilerini doğurmuş ve işleyiş yönünü belirlemiştir” (Kazancı, 2007: 1).

3.2.1. Yerel Faaliyetlerde Hedef Kitle Anlayışının Geliştirilmesi

Yerel faaliyetlerin hedef kitle ile olan ilişkisi elbette demokrasi sürecinin bir parçasıdır.

Halkla ilişkiler faaliyetleri, yerel yönetim ve halk arasında uyumu ve kaynaşmayı sağlayacak bir biçimde geliştirilmelidir. Bunun için şu maddelerin yerine getirilmesi önemlidir:

- Doğru bir yaklaşımla bir halkla ilişkiler politikası oluşturulur. Daha önce halkla ilişkiler uygulamalarından ve dört aşamalı bir süreçten bahsetmiştik.
- Yöneticilerin ve belediye başkanının projelere gereken önemi vermeleri gereklidir. Hatta belediye meclisi, encümen ve başkanının aldığı kararların yerindeliğini artırmak için halkın görüşleri alınmalıdır.
- Halkın belediye ile olan iletişimi kolay kılınmalıdır. Halkın görüşlerini alma ortamının önceden hazırlanması önemlidir. İlgili hizmet biriminin görülebilir giriş yerlerine başvuruların nasıl yapılacağı, hangi verilerin istenildiği ve başvuru süresi gibi bilgiler ilan edilmeli, sağlıklı bir yönlendirme yapılmalıdır.

- Halkla ilişkiler görevlileri özenle çaba gösterir. Yerel halkla olan iletişimde bir “Aynı Kentten Olmak”, “Hemşeri Olma Bilinci” aşlamaları mutlaka yapılabilmelidir.

Buraya kadar ifade edilenlerin halkla ilişkiler çalışmasının planlanmasında dikkate alınması, mesajların inandırıcılığı bakımından yararlıdır. Kamuoyunun özellikleri, bu özellikleri belirten yasalar, deyim ve sözcüklerin kullanılışındaki ustalık, kullanma biçiminin vereceği sonuçlar, sloganların hazırlanışında düşünülebilecek ilkeler gibi konuların bilinmesi, inandırıcı bir halkla ilişkiler çalışması için zorunludur (Asna, 1993: 96).

3.2.2. Etkili Bir Halkla İlişkiler Uygulamasının Benimsenmesi

Halkla ilişkilerin temel amacı, “bir yandan halkın istediği belediye, bir başka deyişle *halkın belediyesini* (tanıma), öte yandan belediyeden yana olan, *belediyeyi destekleyen kent kamuoyunu* (tanıtma) oluşturmaktır” (Yalçındağ, 1987: 77).

Kamu hizmetlerinin, hizmetten yararlananlar tarafından net algılanması, izlenmesi ve etkili bir biçimde denetlenmesi, ancak bu hizmetlerle ilgili bilgilerin, belirli bir yaptırım gücüyle desteklenmiş hukuki bir zorunluluk çerçevesinde, sürekli ve düzenli bir biçimde kısacası sistematik olarak yerel halka aktarılmasıyla sağlanabilir. Belediye yönetimince yürütülecek halkı aydınlatma hizmeti belirsiz zamanlarda isteğe bağlı olarak yürütülen ya da yürütme biçimi belli olmayan gösteri niteliğinde bir hizmet değil; zorunlu olarak belli dönemlerde yerine getirilen, konusu, kapsamı ve sınırları düzenleyici işlemlerle önceden belirlenen ve bağlayıcı olan bir hizmet niteliğinde olmalıdır (Saran, 1996: 23-24).

Etkili bir halkla ilişkiler uygulaması için vatandaş kamu çıkarı doğrultusunda bizzat hizmet sunumuna direkt olarak yönlendirilirse şayet ortak kamu yararının gözetildiği etkin bir iletişim sürecinden, yönetişim olgusundan bahsetmek mümkün olacaktır. Yönetişim esnasında da hedef kitleyi oluşturan bireyler ne kadar uzun süreyle sürecin içerisinde olursa, ki bu sürecin uzun soluklu olması tamamen halkla ilişkiler biriminin performansı ile ilişkilidir, o şehre ait olan yaşam memnuniyeti de bir o kadar fazla olacaktır. Kısaca etkili bir halkla ilişkiler uygulaması, karşılıklı bir

yönetim olgusu olan yönetişimi ortaya çıkaracak bu da hedef kitlelerin yaşam memnuniyetinin artmasına neden olacaktır.

3.3. Yerel Yönetim Halkla İlişkiler Uygulamalarında Hedef Kitle Faktörü ve Önemi

Halk tarafından oluşturulan ve halkın günlük yaşamıyla yakından ilgilenen bir kurum olarak belediyelere, halkla ilişkiler bağlamında bakılırsa “halkın belediyesi” kavramı ortaya çıkmaktadır. Başarılı bir halkla ilişkiler, halkın belediyesi için olmazsa olmazdır. Bu nedenle belediyelerin halka doğru ve istenilen ilişkilerin kurulabilmesi için her şeyden önce gerçek yerel yönetim niteliklerine sahip bir belediye kurumunun oluşturulması konusu önem kazanmaktadır. Bunun içinde halka dönük bir belediyeçilik anlayışının gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Sezgin, 2011: 100).

Yerel halkla olan iletişimde bir “Aynı Kentten Olmak”, “Hemşeri Olma Bilinci” aşlamaları mutlaka yapılabilmelidir.

21. yüzyılda belediyeler, yalnızca bir hizmet kuruluşu olarak değil aynı zamanda demokratik siyasi kurumlar olarak yeni görevler üstlenmektedirler. Artık yerel yönetimler, halkın ihtiyaçlarının beklenti ve isteklerinin ne olduğunu halktan öğrenmek ve edindikleri bilgilere göre hizmet politikalarını ve uygulamalarını buna göre belirlemek zorundadırlar.

Belediyelerin yükselen hizmet grafikleri ve buna paralel olarak başkanların halkla kurdukları sıcak diyalog, halkın belediyelere olan güveninin kazanılmasında önemli rol oynar. Halkın destek ve katkısını alabilmenin yolu öncelikle halkla ilişkiler alanında ortaya konulan çalışmalardan geçer. Belediyeler gelecekte her zamankinden daha çok ihtiyaç duyulan ve gündemde olan kurumlar olacaklarsa şayet önce, halkla ilişkiler olgusu üzerinde durmalıdırlar.

IV. BÖLÜM

4. MAHALLE MECLİSİ PROJESİ UYGULAMASI

Halkın, sorunların çözümü için yönetime katılma isteği duymasının, hiç kuşkusuz hem yönetsel hem de siyasal yararları vardır. Sonuçta belediyelerin karar organlarının, seçimle göreve gelip seçimle değişiyor olması, halkın istek ve dileklerine daha duyarlı olmalarını zorunlu hale getirmektedir. Bu duyarlılığın anlam kazanması ise planlı, sürekli ve yeterli halkla ilişkiler çalışmalarının sürdürülmesi ile mümkün olabilir.

"Mahalle Meclisi" adıyla projelendirip uygulamaya konulan bu halkla ilişkiler çalışması, belli bir plan ve program dâhilinde yürütülmüştür. Belirli aralıklarla devam ettirilen toplantılarda öncelikle vatandaşın mahallesine, sokağına giderek varsa sorunları yerinde tespit edilmiş ve çözümü birlikte bulma yoluna gidilmiştir. Bir taraftan, istek ve şikayetleri insanların ağzından duyma, diğer taraftan da belediye hizmetlerinden kendilerini haberdar etme gayesi temel alınmıştır.

Bu bölümde Konya Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığınca, 23 Mart 2012 ve 05 Temmuz 2013 tarihleri arasında ve ülkemizde de ilk defa gerçekleştirilmiş olan, "Mahalle Meclisi Projesi" uygulaması incelenmiştir. Öncelikle çalışmanın metodolojisi ele alınmış daha sonra da söz konusu çalışma; araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme alt başlıkları altında ele alınmaya çalışılmıştır.

4.1. Problem

Hedef kitle merkezli halkla ilişkiler çalışmalarının yerel yönetimler üzerindeki etkisi nedir?

Problem cümlesine bağlı olarak belirlenen alt problemler şu şekildedir:

- Hedef kitleyi meydana getiren halkın yerel yönetimden beklentileri nelerdir?
- Yerel yönetimlerin halkla ilişkiler uygulamalarına bakış açısı geçmişte ve günümüzde nasıldır?

- Yerel yönetimlerde hedef kitle merkezli halkla ilişkiler uygulamaları ile ne sıklıkta karşılaşmaktadır?
- Yerel yönetimler açısından doğru hedef kitleyi seçmek ve ona ulaşmak nasıl sağlanabilir?
- Halkın yerel yönetimlere karşı olan beklentisi acaba yaşanan gelişmelere paralel olarak artmakta mıdır?
- Yerel yönetimler, yerel nitelikli hizmetlerin görülmesinde hangi unsur ya da unsurları hedeflemelidirler?

4.2. Amaç

Yerel yönetimler tüm faaliyetlerinde olduğu gibi halkla ilişkiler uygulamalarında da eninde sonunda hedef kitlesini oluşturan halkla karşılaşacaktır. Yerel yönetimlerin önemi, hizmetlerdeki başarıları ve halkın ihtiyaçlarını karşılamaları, beklentilerine cevap verme ile eşgüdümlü olarak ortaya çıkmaktadır. Hedef kitlenin tüm yönleriyle ortaya konması ve yerel yönetimlerin buna göre iletişim faaliyetlerine girişmesi, konuya ve hedef kitleye uygun içerikteki iletilerle ve uygun iletişim ortamıyla yine hedef kitleye ulaşılması gerektiğini belirtmek gereklidir.

Bu projede; mevcut hizmetlerin geliştirilip yeni yatırımlara yön verilmesi, karşılıklı bilgi ve görüşlerin alınarak toplumun önceliklerinin belirlenmesi ve kaynakların etkili bir şekilde kullanılması nihai amaçtır. Projenin özel amacı; halkın istek ve ihtiyaçlarını yerine getirirken, yapılan hizmetlerde açıklık ve şeffaflığı hakim kılmak, yapılan ve yapılamayanları halka açıklamak, halkta oluşan olumlu ve olumsuz izlenimleri ölçmek amacıyla Mahalle Meclislerini düzenlemek oluşturmaktadır.

4.3. Önem

Günümüzde belediyeler, bir taraftan mevcut hizmetleri daha etkin ve yaygın olarak yerine getirirken diğer taraftan yeni kamusal hizmetler sunmak zorunda kalmaktadır. Kamu hizmetlerinde hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve bu hizmetlerin etkin, verimli ve daha ivedi olarak amaca uygun bir biçimde gerçekleştirilmesi, hedef

kitleye sunumunun yapılması merkezi ve yerel yönetimlerin en önemli işlevlerinden birisidir. Halkın kamu hizmetlerinden memnuniyet derecesini artırmak için kamu hizmetlerinin sunulması esnasında halkın tercihlerinin dikkate alınması zorunludur. Bu nedenle, hedef kitlenin tüm özellikleri ve etkileyenleri bilinmedikçe etkili bir halkla ilişkiler uygulamasından da bahsedilemez.

4.4. Varsayımlar

a) Yerel yönetim anlayışına göre kamuoyunun ne düşündüğü ve neyi isteyip istemediği önemlidir. Bu yüzden de yerel yönetimler kamuoyunun desteklemediği faaliyetleri gerçekleştirmeyi pek istemeyebilirler çünkü arada her daim bir ilişki vardır. Yerel yönetimler ve akademisyenler tarafından zaman zaman yapılan araştırma, anket, gözlem vs. sonuçlarına dayanılarak bu ifade edilebilir.

b) Merkezi yönetime göre yerel yönetimlerin, hedef kitleyi oluşturan halka daha yakın olması beklenilebilir. Dolayısıyla da mahalli hizmetlerin yerel yönetimlerce daha az sorunla halka sunulabileceği de ifade edilir.

c) Yerel yönetimlerin faaliyet alanı genişledikçe hedef kitleyi oluşturan yerel halkın beklenti düzeyinin de yükseleceği düşünülür.

d) Yerel yönetimlerin katılımcılığı esas alan faaliyetleri arttıkça, yerel halkın da yerel yönetime ilişkin memnuniyet düzeyinde bir artış gözlemlenir.

e) Yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetleri, yerel yönetimlerin kurum imajını doğrudan doğruya etkiler.

f) Hedef kitle memnuniyeti ile her bir mahalle meclisi programı sonrasında taleplerin alınması, değerlendirilmesi esnasında daha sonra da bilgilendirme amaçlı yapılan geri dönüşlerin kısa olması ve hatta yapılacak ya da planlanan işlemin bir an önce gerçekleştirilmesi arasında anlamlı bir ilişki vardır. Aslında bu anlamlı ilişki yukarıda bahsedilen diğer varsayımlar için de geçerlidir.

4.5. Sınırlıklar

Konu: Yerel yönetimlerde hedef kitle merkezli halkla ilişkiler çalışmalarının yine yerel yönetimler üzerindeki etkisinin ne olduğu ve nasıl gerçekleştiği araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın genel çerçevesi ise yerel yönetimler olgusu ve hedef kitle merkezli halkla ilişkiler uygulamalarından ibarettir.

Yer: Mahalle Meclisi Uygulaması Örneği, Konya Büyükşehir Belediyesi mücavir alan sınırları içerisinde yer alan 212 mahalleyi kapsamaktadır.

Zaman: Söz konusu uygulama 23 Mart 2012 ve 05 Temmuz 2013 tarihleri arasında gerçekleşmiştir.

Evren: Mücavir alan sınırları içerisinde yer alan tüm mahalleleri kapsamaktadır.

Örneklem: Mahalle Meclisi programının gerçekleştiği zaman diliminde programa katılan ve bir şekilde istek ve şikâyetlerini iletebilen halktır, aslında ulaşılabilen çalışma evrenidir. Programa vatandaşların herhangi bir sınırlama olmadan katılması temin edilmiştir.

4.6. Yöntem

Araştırmada yerel yönetim kavramı bağımlı değişken, hedef kitle merkezli halkla ilişkiler uygulamaları ise bağımsız değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, durum tespitine yönelik olarak alan izleme araştırma yöntemi uygulanmıştır.

Daha önce belirli tarihler arasında ve ilk defa Konya il merkezinde ve sahada gerçekleştirilmiş olan Mahalle Meclisi Projesi uygulaması seçilmiştir. Her bir program için muhtarlar ve mahalle sakinlerinden alınan taleplerin kaydedilmesi, söz konusu taleplerin ilgili daire başkanlıkları ve dış kurumlara gönderilmesi ve işlem sonucu hakkında ilgililere tekrar bilgi verilmesi söz konusudur. Alınan taleplerin ne kadarı gerçekleştirilebilmiş ve dolayısıyla bu bağlamda hedef kitle memnuniyeti ne oranda sağlanabilmiştir? Bu incelenmeye çalışılmıştır.

Yapılan literatür taramasında ise, Türkçe olarak halkla ilişkiler, yerel yönetimler ve belediyelerde halkla ilişkiler dalında yayınlanmış eserlerden yararlanılmıştır.

4.7. Bulgular

Mahalle Meclisi Projesi uygulaması, Konya Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığınca halkla yakın ilişki içerisinde olabilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Özellikle proje uygulama aşamasında halkın

programlara katılımının mevcut ve olabilecek sorunların ivedi bir biçimde çözümlenmesinde bir katkı sağlamasının hedeflendiği ifade edilebilir.

4.7.1. Araştırma

Mahalle Meclisi uygulaması hazırlanırken 2011 TÜİK adrese dayalı nüfus kayıt sistemi (ADNKS) veri tabanı nüfus verileri esas alınmıştır. Şöyle ki;

2011 yılı TÜİK verilerine göre Konya'nın nüfusu 2.038.555 kişi olup bu nüfusun 1.527.937'si il ve ilçelerde, 510.618'i ise belde ve köylerde yaşamaktadır. Konya il nüfusunun (il, ilçe, belde ve köylerde ikamet eden) 1.028.700'ü kadın ve 1.009.855'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Konya nüfusunun artmaya devam edeceği istatistiki bilgilerden anlaşılabılır. Yıllık nüfus artış hızı %12.2, kilometrekare başına düşen kişi sayısı ise 52'dir. İlimizde 2000 yılında kentleşme oranı % 59 iken, 2011 yılında %74.95 olmuştur.

Ayrıca Konya Büyükşehir Belediyesi mücavir sahası içerisinde 598 cadde, 12207 sokak ve 212 mahalle; 347286 konut ve 72859 işyeri kaydı bulunmaktadır.

Türkiye'nin de kabul ettiği Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın ön sözünde; vatandaşların kamu işlerinin sevk ve idaresine katılma hakkının Avrupa Konseyi'ne üye devletlerin paylaştığı demokratik bir ilke olduğu ve bu hakların en doğrudan kullanım alanının yerel düzeyde olduğu belirtilmiştir. Yine aynı şart, vatandaşlardan oluşan meclislere, referandumlara veya vatandaşların doğrudan katılımına imkân veren öteki yöntemlere başvurulabilmesi hakkına da atıfta bulunmaktadır. Avrupa Kentsel Şartı'nın 3. 3. maddesinde yerel demokrasi; şehirselleşmenin temeli, özerk ve mali bağımsızlığı olan yerel yönetimlerde halkın doğrudan katılımının sağlanması şeklinde tanımlanmıştır (<http://www.kontder.org.tr/yerel-yonetimlerde.html>).

Mahalli idarelerde katılıma yönelik düzenlemelere gelince; 5393 sayılı Belediye Kanunu ile mahalle yönetimini güçlendirilmiştir. Belediye mahalleye yönelik olarak alacağı kararlarında mahallelinin ortak isteklerini göz önünde bulundurup, hizmetlerini mahallenin ihtiyaçlarına uygun biçimde yürütmeyi sağlayamaya çalışacaktır (md. 9) denilmektedir.

Vatandaş memnuniyetinin sağlanması, belediyenin vatandaş istek ve taleplerine duyarlı olması ve bunların kurum çalışmalarına yön vermesi bir gereklilik

arz etmektedir. Bu çerçevede, yerel politika aşamalarına halkın ortak edilmesine imkân sağlayacak, yöneticilerle halkı bir araya getiren bir modelin gerekliliğine ihtiyaç duyulmuştur. Bu gereklilik, öncelikle üst, orta ve alt kademedeki yöneticilerin projeye daha duyarlı olmasını sağlamış ve yerel politikaların oluşumunu gerçekleştiren belediyenin temel işlevlerinin yerine getirilmesi konusunda Mahalle Meclislerinin düzenlenmesi ihtiyacını doğurmuştur.

Hedef Kitle: Proje kapsamında 212 mahallede düzenlenen programlara katılan gençler, kadınlar, erkekler, ihtiyarlar ve bu katılımcıların aileleri, komşuları ve çocuklar projenin hedef kitlesini oluşturmuşlardır. Bu kapsamda düzenlenen Mahalle Meclisi faaliyetlerinden ortalama 300.000 kişi faydalanmıştır. Tüm istatistiki bilgiler ve veriler ışığında, günümüzde yaşanan hızlı kentleşme süreci ile birlikte bölgede, büyükşehir belediyesinden yana var olan beklentilerin ciddi manada arttığı ifade edilebilir.

Konya'da bulunan toplam 212 mahallenin nüfus sıralaması (çoktan aza doğru) aşağıdaki tabloda şu şekildedir:

SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS	SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS
1	YAZIR	49.585	30	HARMANCIK	8.165
2	SANCAK	37.935	31	SÜLEYMAN ÇELEBİ	8.066
3	BOSNA HERSEK	34.372	32	BÜYÜK SİNAN	8.053
4	MEHMET AKİF	25.900	33	HOCACİHAN HACILAR	8.052
5	ŞEYH ŞAMİL	17.983	34	ERENKÖY	7.838
6	HÜSAMETTİN ÇELEBİ	15.799	35	KAŞGARLI MAHMUT	7.686
7	KILINÇARSLAN	15.737	36	MALAZGİRT	7.504
8	ULUBATLI HASAN	15.494	37	NİŞANTAŞI	7.189
9	HAVZAN	15.485	38	MELİKŞAH	7.155
10	SAKARYA	14.128	39	KARAKULAK	7.035
11	DUMLUPINAR	14.082	40	ŞEMS-İ TEBRİZİ	7.034
12	BEDİR	13.057	41	NAKİPOĞLU	7.026
13	AYDINLIKEVLER	13.028	42	HACI YUSUF MESCİT	6.963
14	AKŞEMSETTİN	12.525	43	BİNKONUT. RAUF ORBAY	6.805
15	IŞIKLAR	12.395	44	DOĞUŞ	6.584
16	FETİH	11.979	45	KURTULUŞ	6.536
17	SİLLE PARSANA	11.746	46	BATI HADİMİ	6.482
18	AKABE	11.629	47	MUSALLA BAĞLARI	6.411
19	FERİTPAŞA	11.509	48	CUMHURİYET	6.160
20	BUHARA	11.177	49	SARAÇOĞLU	6.012
21	ALAVARDI	11.014	50	SELAHADDİN EYYUBİ	5.984
22	FATİH	10.590	51	KALFALAR	5.961
23	ESENLER	9.920	52	MİMAR SİNAN	5.956
24	AKINCILAR	9.519	53	ALPASLAN	5.922
25	HOCACİHAN 100. YIL	9.362	54	HACI HASAN	5.918
26	ÇATALHÜYÜK	8.780	55	HOCACİHAN SARAY	5.918
27	GÖDENE	8.757	56	KALENDERHANE	5.916
28	KÜÇÜK KOVANAĞZI	8.558	57	DEDEKORKUT	5.914
29	ARİFBİLGE	8.369	58	ERENLER	5.909

SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS	SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS
59	YAYLAPINAR UHUD	5.692	93	MAMURİYE	4.141
60	NECİP FAZIL	5.644	94	DOĞU HADİMİ	4.078
61	AŞKAN	5.615	95	OSMAN GAZİ	4.071
62	GAZİ OSMAN PAŞA	5.595	96	SELİM SULTAN	4.062
63	FEVZİ ÇAKMAK	5.562	97	MEDRESE	4.009
64	ERLER	5.544	98	AKSİNNE	3.990
65	MENGENE	5.442	99	SAADET	3.986
66	HAMZAOĞLU	5.439	100	ARMAĞAN	3.859
67	KARACIĞAN	5.402	101	KÜÇÜK AYMANAS	3.813
68	KÖPRÜBAŞI	5.381	102	AKİFPAŞA	3.791
69	SARIYAKUP	5.222	103	KOCATEPE	3.722
70	ABDÜLAZİZ	5.171	104	HACI İBALI	3.670
71	KARAASLAN ÜZÜMCÜ	5.088	105	BEYAZIT	3.597
72	YAYLAPINAR SÜLEYMANİYE	5.054	106	TURGUT REİS	3.551
73	ŞEYH SADRETTİN	5.051	107	LORAS	3.488
74	YENİ SELÇUK	4.851	108	YUNUS EMRE	3.482
75	ORHAN GAZİ	4.844	109	ÖĞRETMENEVLERİ	3.476
76	İSTİKLAL	4.721	110	LADİKLİ	3.458
77	TOPRAK SARNIÇ	4.703	111	HACI SADIK	3.434
78	KARAASLAN DEDE	4.662	112	HACIKAYMAK	3.418
79	TIRILIRMAK	4.650	113	MOLLA GÜRANİ	3.370
80	AZİZİYE	4.575	114	TATLILAK	3.355
81	KARAASLAN AYBAHÇE	4.523	115	HASANKÖY	3.334
82	ŞEKER MURAT	4.504	116	BÜYÜK AYMANAS	3.273
83	GAZANFER	4.494	117	MEHMET VEHBİ	3.260
84	HACIVEYİŞZADE	4.487	118	SÜLEYMAN ŞAH	3.254
85	SİLLE AK	4.310	119	HACI FETTAH	3.251
86	KARAHÜYÜK	4.241	120	TELAHER	3.247
87	KEYKUBAT	4.231	121	LALEBAHÇE	3.217
88	KÜÇÜK İHSANİYE	4.223	122	HASAN DEDE MESCİT	3.194
89	BÜYÜK KOVANAĞZI	4.214	123	ÇELEBİ	3.172
90	ÖZLEM	4.203	124	KAYACIK ARAPLAR	3.133
91	KEÇECİLER	4.197	125	YENİ ŞEHİR	3.081
92	SAHİBİATA	4.176	126	DR. ZİYA BARLAS	3.067

SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS	SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS
127	ORGENERAL TURAL	3.055	161	HATIP	1.699
128	HOCACİHAN HANAYBAŞI	3.051	162	SEVER	1.690
129	YENİCE	3.050	163	SİLLE SUBAŞI	1.681
130	BÜYÜK İHSANİYE	3.002	164	YORGANCI	1.635
131	ŞÜKRAN	2.976	165	ÇİMENLİK	1.616
132	ÇATALTÖMEK	2.939	166	TARLA	1.600
133	ÇAYBAŞI	2.932	167	ULUIRMAK ALİ HOCA	1.589
134	PİREBİ	2.863	168	KÜRDEN	1.539
135	GÜLBAHÇE	2.807	169	FAHRUNNİSA	1.507
136	YAYLAPINAR KAŞ	2.765	170	UZUNHARMANLAR	1.471
137	GAZALİ	2.754	171	ALİ ULVİ KURUCU	1.442
138	BAŞAK	2.740	172	KAŞINHANI İSTASYON	1.405
139	ÖZALAN	2.703	173	DURUNDAY	1.363
140	KOZAĞAÇ	2.647	174	BEYHEKİM	1.287
141	EMİRGAZİ	2.614	175	TATKÖY	1.265
142	KERİMDEDE	2.599	176	DOĞANLAR	1.226
143	YEDİLER	2.586	177	BABALIK	1.219
144	KUZGUNKAVAK	2.403	178	ÇARIKLAR FATİH	1.144
145	YAKA	2.394	179	HAMİDİYE	1.071
146	HACI İSA EFENDİ	2.370	180	YENİBAHÇE	1.070
147	PEYAMİ SAFA	2.354	181	ALAKOVA	1.045
148	SELÇUK	2.332	182	HACI ŞABAN	1.030
149	DERECAMİKEBİR	2.259	183	AKÇEŞME	953
150	ÇAYIRBAĞI	2.586	184	HOROZLUHAN	909
151	KAŞINHANI YENİ	2.235	185	BORUKTOLU	903
152	MURADİYE	2.219	186	ARDIÇLI	821
153	KUMKÖPRÜ	2.210	187	ULUIRMAK SAKA	815
154	ELMACI	2.103	188	ÇANDIR	769
155	EKMEKKOÇU	2.049	189	FERHUNİYE	706
156	ZAFER	2.024	190	YUKARI PINARBAŞI	634
157	DEREAŞIKLAR	1.990	191	AŞAĞI PINARBAŞI	600
158	YENİ	1.816	192	KÖYCEĞİZ	576
159	ÇOMAKLI	1.808	193	BÜYÜK KAYACIK	540
160	KARADIĞIN	1.800	194	BOYALI	535

SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS	SIRA NO	MAHALLE ADI	NÜFUS
195	SELAM	521	204	KÜÇÜK MUHSİNE	250
196	BEYBES	520	205	ORTAKONAK	247
197	SAKYATAN	494	206	YÜKSELEN BİLECİK	228
198	DEVİRİ CEDİD	461	207	PAMUKÇU	220
199	KİRAZLI	428	208	TÖMEK	166
200	KARADIĞIN DERESİ	401	209	SULUTAS	154
201	SARAYKÖY	382	210	SARICALAR	134
202	AYANBEY	292	211	DOKUZ	117
203	ŞATIR	277	212	YÜKSELEN MERKEZ	112

Tablo 3: Mahallelerin Nüfus (Çoktan Aza Doğru) Sayısı

4.7.2. Planlama

Mahalle Meclisi Projesinin, Konya'da nasıl uygulanacağı, sürecin hangi adımlardan oluşacağına ilişkin taslağın hazırlanması ile çalışmalara başlanılmıştır. Bu aşamada, projeye iştirak edeceklerin katkıları da alınarak sürece ilişkin mahalle öncelikleri ve kent önceliklerinin belirlenmesi söz konusudur. Burada program organizasyonunun oluşturulduğu bir süreç karşımıza çıkmaktadır. Öncelikle Mahalle Meclisi düzenlenecek bölgenin ve mahallenin belirlenmesi için çeşitli değişkenler esas alınmıştır. Şöyle ki;

Mahallenin öncelikleri; kentin genelinde yapılan öncelik tercihleri çeşitli yöntemler kullanılarak yapılmıştır. Bu yöntemler bir araya getirilerek mahalle öncelikleri oluşturulmaktadır. En fazla öncelik değeri, bölge halkının değişkenlerinin ağırlıklandırılmasıyla oluşan endeks değerine göre sıralanarak gerçekleştirilmiştir.

Mahallelerdeki önceliklerin belli bir zaman süresindeki seyri önemli bir bilgi değeri taşımaktadır. Bunun için mahalle toplantısında yapılan vatandaş isteklerini değerlendirmek meclis çalışmalarını desteklemek ve zamana yaymak için muhtarlıklarla birlikte çalışmalar yürütülmüştür. Muhtarlıklara çeşitli nedenlerle gelen vatandaşlar isteklerde bulunabilmektedir. Ayrıca yönetimin ilk adımı olan muhtarlarımız mahallelerin meselelerine hâkim oldukları için onlardan ön plana çıkan mahalle istekleri alınmış, Büyükşehir Belediyesi Kent Bilgi Sistemi ve KOSKİ' den alınan verilerle birlikte program öncesi bir rapor olarak Başkanlığa sunulmuştur.

Kentsel öncelikler; kentin bütününe ilgilendiren talep ve ihtiyaçların temel alınması söz konusudur. Buna göre Konya'nın bütününe ilgilendiren sorunları ve ihtiyaçları belirlenmiş ve bunların belirlenmesi esnasında da Kent Bilgi Sistemi tarafından hazırlanan verilerden yararlanılmıştır.

Teknik öncelikler; mahallelinin öncelikleri olan kentsel öncelikler ve nüfus önceliği değişkenleri gibi teknik öncelikler de objektif ve şeffaftır. Teknik değerlendirmenin yapılması zaruridir. Teknik öncelik 2007 yılında Belediye bünyesinde kurulan Kent Bilgi Sistemi tarafından hazırlanan; sahada bilgi toplama, mevcut verilerin düzenlenmesi ve kullanılması, verilerin bilgisayar ortamına aktarılması ile oluşan ölçülebilir göstergelere bağlı; bunların olmadığı durumlarda da kanıtlara dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Nüfus önceliği; hizmet yararlanıcısı olan hedef kitle üyelerinin nüfus olarak daha çok yaşadığı kalabalık mahallelerin önceliklendirilmesi söz konusudur. Mesela nüfusu daha çok olan mahallede program yerinin tespiti gibi.

Yoksulluk; mahalle yoksulluk göstergeleri, yoksulluğun giderilmesine ilişkin yatırım alanları (sosyal hizmet ve yardımlar vb.) ile ilgili teknik önceliklerin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Bu kriterlere sahip mahalleler faaliyetler doğrultusunda ön plana alınmıştır.

Yerel farklılıklar; mahallelerle ilgili özel durumların ortaya konulması ve politikaların buna göre şekillendirilmesi söz konusudur. Böylelikle bölgelerin kapasitelerinin geliştirilmesinde darboğaz oluşturan konuların üstesinden gelinmesine yönelik önlemlerin alınması da sağlanmış olur.

Proje uygulanırken sırasıyla şu adımlar izlenilmiştir:

4.7.2.1. Bölgenin (Mahallenin) Bilgi Kartlarının Hazırlanması

Belediye Kent Bilgi Sistemi Şube Müdürlüğü bünyesinde 2007 yılından itibaren resmi olarak yürütülen Konya ve Konyalıya ait bilgiler belirli yöntemlerle toplanmaktadır. Uygun yazılım ve donanımlar kullanılarak veri tabanına aktarılmakta, veriler arasında ilişkiler kurulmaktadır. Bilgiler doğru yöntemlerle yönetilmekte ve sorgulamalarla bilgi sistemi oluşturulmaktadır. Bilgilerin analizleri yapılarak Konya'nın her türlü ekonomik, sosyal, kültürel, idari ve diğer hizmetlerinin en iyi şekilde gerçekleştirilmesini sağlamak amacı ile gerçekleştirilen bir Coğrafi

Bilgi Sistemi uygulamasına gidilmiştir.

Tüm bu uygulamalar, Kent Bilgi Sistemi çalışmalarında gerekli yazılım, analiz ihtiyaçlarını karşılayan yazılım, analiz ve raporlama departmanınca; Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) analizleri, veri tabanı yönetimi ve yazılım geliştirme konularında uzman personellerce hazırlanmıştır. Birimde yöneticilerden ve Kent Bilgi Sistemi kullanıcılarından gelen yazılım ve analiz isteklerinin çözümleri de üretilmektedir. Ayrıca farklı resmi kurumlara da CBS tabanlı çözümler sunulmaktadır. CBS veri tabanının sahip olduğu güncel veriler ışığında Konya'nın gelişimine ve yönetimine katkıda bulunacak analiz ve sentezler üretilmektedir. Tüm bu veriler ışığında mahalle bilgileri toplanıp mahalle için bilgi kartları hazırlanmıştır.

4.7.2.2. Mahalle Muhtarlıklarından Taleplerin Alınması

Mahallelerde, halkla ilişkiler görevlileri şeffaflık ve hesap verme sorumluluğuna dayalı güçlü bir halkla ilişkiler ve iletişim stratejisi ile belirlenen mahallelerin muhtarlarıyla Mahalle Meclisi düzenlenmeden önce ön görüşmelerde bulunmuştur. Bu görüşmelerde mahalle muhtarlıklarına çeşitli vasıtalarla ulaşan vatandaşların istek ve talepleri yazılı raporlar halinde ilgili muhtarlardan alınmıştır. Bu, Mahalle Meclislerinin gündemini belirlemede önemli bir seçeneği oluşturmuştur.

4.7.2.3. Verilerin Rapor Haline Getirilmesi

Süreçte "Mahalle Meclisi Projesi" kapsamında tüm daire başkanlıklarından, son bir yıl içerisindeki, mahalleler bazında gerçekleştirilen faaliyetler ve yapımı hala devam eden çalışmaların raporlarının alınması söz konusudur. Bu süreç, Mahalle Meclisi düzenlenecek mahalleleri yakından tanıma açısından da oldukça gereklidir.

Farklı yöntemler kullanılarak bilgi akışını sağlıklı hale getirmek için yönetim-vatandaş ilişkilerinde kurum içi bilginin kolay işlenebilirliğinin sağlanması önemli bir husustur. Depolama performansı ve bunların hizmet sunumuna olan olumlu etkileri, kurum içi işleyişin hızlanması, talep ve beklentilere daha hızlı ve etkin bir şekilde cevap verilebilmesi, raporlama açısından önemlidir. Hizmet sunma kapasitesini artırarak bölge halkının beklentilerini karşılamak ve bütün bilgi ve belgeleri rapora dökmek, yönetimin elini güçlü kılar.

4.7.2.4. Başkanlığa Raporların Sunulması

Rapor haline getirilen verilerin program öncesinde başkanlık makamına ve daire başkanlığına sunulması ve ayrıca arşivlenmesi söz konusudur. Bu raporlar sayesinde mevcut hizmetler, yatırımlar ortaya konulmakta ve öncelikler de şekillendirilmiş olmaktadır.

4.7.2.5. İlçe Belediye Başkanlıklarına Bölgenin, Mahallelerin Verileri ve Raporlarının Sunulması

Tüm birimlerden alınan işlenmiş bilgi ve belgeler, mahalleler bazında raporlar haline getirilmiş ve gündem konu başlıkları ile ilgili tüm bu veriler mahallelerin ilçe belediye başkanlıklarına da gönderilmiştir. Paylaşılan bu raporlar bilgi akışını sağlıklı hale getirmiş ve yönetim vatandaş ilişkilerinde olduğu kadar kurum içinde ve kurumlar arasında da bilginin kolay işlenmesine yardımcı olmuştur. Depolama, raporlama performanslarının artması ve bunların hizmet sunumuna olan olumlu etkileri, kurumlar arası işleyişin hızlanması anlamına da gelmektedir.

4.7.2.6. Genel Sekreterlik ve Tüm Birimlerin Bilgilendirilmesi

Her hafta Mahalle Meclisi düzenlenecek mahallelerle ilgili rapor bilgileri genel sekreterliğe ve birimlere gönderilmiştir. Mahalle yerleri genel sekreterliğe ve daire başkanlıklarına bildirilmek suretiyle mahallelerin gündeminin tüm yönetim birimleri ile paylaşımı sağlanmıştır.

4.7.2.7. Afiş ve El İlanının Bölgeye Dağıtılması ve Diğer Duyuru Yöntemlerinin de Kullanılması

Bu aşamada, Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü personelinin program yapılacak bölgeye, program mahalline, yürüme mesafesinde olan adreslere gitmesi ve halkın programa davet edilmesi söz konusudur.

Burada duyuru yöntemlerinden el ilanı ve afişlerin kullanılması söz konusudur. Ayrıca muhtarlar ve mahalle sakinleri programa davet edilmiş, toplantı gündemi ve yeri konusunda vatandaşlar böylelikle önceden bilgilendirilmiştir. Ayrıca mahalle meclisinin düzenleneceği bölgede halkın yoğun olduğu ve ya olabileceği yerlerde

önceden izin alınarak yine afişler asılmak ve el ilanları bırakmak yoluyla halk önceden bilgilendirilmeye çalışılmıştır. Hemen hemen her programda 1.000 / 6.000 arası el ilanı dağıtılmıştır.

4.7.3. Uygulama

Program, alan önceden tespit edilerek, her Cuma günü Cuma namazına müteakip gerçekleştirilmiştir. Büyükşehir Belediye Başkanı, Genel Sekreter, Genel Sekreter Yardımcıları, Daire Başkanları, Ak Parti İl ve programın yapıldığı ilçenin başkan ya da başkan yardımcısı, GAZNET Genel Müdürü, KOSKİ Genel Müdürü Cuma namazı sonrası vatandaşlarla program yerinde muhtarlar ve mahalleliler ile buluşmuştur.

Daha önceden tespit edilen ve özenle hazırlanan program yerleri için yaz aylarında açık mekanlar (üzeri Konya Büyükşehir Belediyesi'ne ait brandalar açılmak suretiyle gölgelendirilmiştir) tercih edilirken, kış aylarında da kapalı mekanlar seçilmiştir. Başkan ve birlikte oturacağı yöneticiler ve muhtarlar için oval bir masa kullanılmış, bu masanın arkasına "Şehrimizi birlikte yönetiyoruz" ya da "Hizmet Sevgiyle Olur" sloganlarının yer aldığı arka fon monte edilmiştir. Her programa 500 sandalye getirilerek, özellikle yaşlıların ve engellilerin ayakta beklememeleri sağlanmıştır.

Programlarda ilk olarak Büyükşehir Belediye Başkanı mahalle için yapılan çalışmalara değinmiş daha sonra sırasıyla programa katılan ilçe ve parti başkanları söz almış ve son olarak muhtarlar mahallenin sorunlarını dile getirmişlerdir. Muhtarlardan sonra da söz hakkı başkan tarafından mahallelilere verilmiş, mikrofonu alanlar da başkana istek ve şikayetlerini sözlü olarak iletebilmişlerdir. Ayrıca program esnasında kurulan Halkla İlişkiler Talep Masasına da mahalle sakinleri istek ve şikâyetlerini yazdırma imkanı bulmuştur.

"Mahalle Meclisi" programı aynı anda KON TV ekranlarında canlı olarak yayınlanmış ve böylece tüm Konya ve bölge halkına programı takip etme imkânı sunulmuştur. 21 Mart 2012 tarihinde Keçeciler Mahallesi Semt Pazarında başlayan Mahalle Meclisleri Ramazan ayı ile birlikte iftar programlarında da yine devam etmiştir. 05 Temmuz 2013 tarihi itibarıyla proje tamamlanmıştır ve bir buçuk yıl boyunca 77 farklı programla 212 mahallede "Mahalle Meclisi" programı

gerçekleştirilmiştir. Böylece yaklaşık bir buçuk yıllık süreçte Konya merkezdeki tüm mahallelerde “Mahalle Meclisi Programı” gerçekleştirilmiştir.

4.7.3.1. Mahalle Meclisi İş Planı (Her Bir Program Öncesi, Yapıldığı An, Sonrası)

- ✓ Mahalle Meclisi yapılacak bölgede program yeri tespiti,
- ✓ Başkanlığa programın yapılacağı yerle ilgili bilgi verilmesi,
- ✓ İlgili İlçe Belediye Başkanlığının özel kalemine bilgi verilmesi,
- ✓ Mahalle muhtarlarının programa davet edilmesi ve mahalle adına taleplerin alınması,
- ✓ Her bir program için 100 afiş ve 1.000 - 6.000 el ilanının basımı ve dağıtımı,
- ✓ Program yapılacak mahallelere ait bilgilerin (KOSKİ, Kent Bilgi Sistemi, Ulaşım Planlama ve Raylı Sistem Dairesi Başkanlığı, Sağlık Sosyal Hizmetler, Park Bahçeler ve Fen İşleri Dairesi Başkanlıklarından) istenmesi,
- ✓ İstenen bilgilerin muhtarların talepleriyle birleştirilerek rapor haline getirilip başkanlığa sunulması,
- ✓ Mahalleye götürülecek malzemelerin hazırlanması;
 - Kitap (İlköğretim ve liseler için klasiklerden seçmeler)
 - Yapboz (Puzzle)
 - Şişe suyu
 - Bardak su
 - Meyve suyu
 - Tente (güneşlik-yağmurluk)
 - Sandalye (500 adet)
 - Şapka (büyük ve küçük)
 - Gazete (Büyükşehir Bülteni) j)
 - Masalar (5 adet) ve masa örtüsü (temini ve temizliği)
 - Belediye tanıtım, çalışma, faaliyet broşürleri / CD'si

- ✓ Genel sekreter ve daire başkanlarının (ilgili birimler) programın yeri konusunda bilgilendirilmesi,
- ✓ Programda görev alacak birimlere bir gün önce bilgi verilmesi;
 - Alan temizliği için bir gün önceden ilgili ilçe belediye başkanlığına bilgi verilmesi,
 - Çay ocağı-vatandaşa ikram,
 - Araçların hazırlanması (Kamyon, minibüs, araba),
 - Zabita-genel asayiş,
 - Sinyalizasyon (ses düzeni).
- ✓ Programda kullanılacak branda ve yön levhalarının kurulumu,
- ✓ Afişlerin uygun mahallere asılması, el ilanlarının tek tek dairelere dağıtılması,
- ✓ Katılan vatandaşların taleplerinin not alınması,
- ✓ Taleplerin kurumlara ve ilgili daire başkanlıklarına iletilmesi,
- ✓ Programda çekilen fotoğrafların muhtarlar aracılığı ile mahallelilere ulaştırılması,
- ✓ Büyükşehir Belediyesi Basın yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı Basın Müdürlüğü'nce toplantının yine medya aracılığıyla kamuoyuna duyurması.

4.7.3.2. Yapılış Tarihine Göre Mahalleler

23 Mart 2012 tarihinde Keçeciler Mahallesi semt pazarında başlayan Mahalle Meclisi Programı 5 Temmuz 2013 tarihinde Hamidiye Mahallesi Alaeddin Tepesi Alaeddin Keykubat Nikah Salonu yanında gerçekleştirilen programla birlikte toplam 77 bölgede, Konya Büyükşehir Belediyesi mücavir alan içerisinde bulunan 212 mahallenin tamamında yapılmıştır.

Bu programlara yaklaşık 300 bin vatandaş katılmış ve alınan **3132** talep ilgili halkla ilişkiler birimi tarafından tek tek kaydedilmiş, alınan bu kayıtlar ayrıştırılarak ilgili birimlere, kaymakamlıklara, MEDAŞ, KOSKİ ve GAZNET İl Müdürlüklerine,

İl Sağlık Müdürlüğü, İl Emniyet Müdürlüğü ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne, İlçe Belediyeler vb. ilgili yerlere resmi yazı yada otomasyon yolu ile gönderilmiştir.

Alınan Taleplerin **3051'i** ilgili birimler tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirilen taleplerin bilgisi vatandaşlara verilmiştir. Vatandaşlardan alınan taleplerin tamamının takibi ilgili birim tarafından yapılmaktadır. Her Mahalle Meclisinde çocuklara yaş seviyelerine uygun okuyabilecekleri tarzda kitaplar dağıtılmış, ayrıca katılımcılara çeşitli ikramlarda da bulunulmuştur.

Mahalle Meclisi Program Listesi			
Sıra - Tarih		Program Yeri	Programa Katılan Mahalleler
1.Prog.	23.03.2012	Keçeciler Mahallesi "Semt Pazarı"	Nakipoğlu, Köprübaşı, Hacıhasan, Kuzgunkavak, Yediler
2.Prog.	30.03.2012	Dumlupınar Mahallesi "Hacı Kadir Uz Camii Yanı"	Dumlupınar, Hüsametdin Çelebi, Sakarya
3.Prog.	06.04.2012	Aşkan Mahallesi "Aşkan Parkı Yanı"	Yunusemre, Süleymanşah, Alavardı, Aşkan, Necip Fazıl
4.Prog.	13.04.2012	Büyüksinan Mahallesi "Araplar Pazarı"	Büyüksinan, Karacıgan, Keykubat, Kayacık Araplar
5.Prog.	20.04.2012	Işıklar Mahallesi "Ravza Parkı Yanı"	Işıklar, Fatih, Kılınçarslan
6.Prog.	27.04.2012	Harmancık Mahallesi "Kûba Camii Yanı"	Harmancık, Gülbahçe, Lalebahçe, Karahüyük
7.Prog.	04.05.2012	Fetih Mahallesi "Karşehir Ulu Camii Yanı"	Fetih, Hacıveyiszade, Çimenlik, Yeni, Emirgazi
8.Prog.	11.05.2012	Hocahican Hacılar Mahallesi, "KOMEK Kurs Merkezi Yanı"	Hocacihan Saray, H. Hacılar, Yüzüncüyıl, H. Hanaybaşı
9. Prog.	18.05.2012	Kalfalar Mahallesi "Ertuğrul Gazi Sosyal Tesisleri"	Kalfalar, Batı Hadimi, Arif Bilge, Tırılırmak, Doğu Hadimi, Uzun Harmanlar
10.Prog.	25.05.2012	Ulubath Hasan Mahallesi "Karkent Camii Yanı"	Ulubath Hasan, Fevzi Çakmak, Erenler

11.Prog.	01.06.2012	Yazır Mahallesi "Hz. Huzeyfe Camii Yanı"	Süleyman Çelebi, Yazır, Sancak
12.Prog.	08.06.2012	Osman Gazi Mahallesi "Salı Pazarı"	Osman Gazi, Toprak Sarıncı, Selver, Çandır
13.Prog.	22.06.2012	Kumköprü Mahallesi "Başak Tesisleri Yanı"	Kumköprü, Orhangazi, Karakulak, Hamzaoğlu
14.Prog.	29.06.2012	Şeyh Şamil Mahallesi "Pazartesi Pazarı"	Şeyh Şamil, Kaşgarlı Mahmut, Rauf Orbay, Gazali
15.Prog.	06.07.2012	Ladikli Mahallesi "Ladikli Spor Tesisleri"	Ladikli, Yenice, Hacısaeferi, Büyükkovanağzı, Küçükkovanağzı
16. ve 50. Programlar arasındaki 35 program Ramazan Ayı içerisinde de devam ettirilmiş, "Talep Masası" oluşturularak vatandaşların istek ve şikayetleri alınmıştır.			
51.Prog.	24.08.2012	Mehmet Akif Mahallesi "Mevlana Rumi Camii Yanı"	Mehmet Akif, Bedir, Akıncılar, Aydınlıkevler
52.Prog.	31.08.2012	Kerimdede Mahallesi "Güventaş Lisesi Önü Hizmet Petrol Yanı"	Akçeşme, Kerimdede, Aziziye
53.Prog.	14.09.2012	Derecamikebir Mahallesi "55 Nolu Sağlık Ocağı Yanı"	Derecamikebir, Dereaşıklar, Selam, Köyceğiz, Yorgancı
54.Prog.	21.09.2012	Kocatepe Mahallesi "Kocatepe Ulu Camii Önü"	Cumhuriyet, Kocatepe, Malazgirt, Peyami Sefa, Horozluhan
55.Prog.	05.10.2012	Mengene Mahallesi "Kara İmam Camii Yanı"	Mengene, Sarıyakup, Elmacı, Çelebi, Hacı Sadık
56.Prog.	10.10.2012	Yaylapınar Kaş Mahallesi "Cumartesi Pazarı"	Yaylapınar Süleymaniye, Yaylapınar Kaş, Yaylapınar Uğur, Hasanköy, Karaaslan Aybahçe
57.Prog.	19.10.2012	Feritpaşa Mahallesi "Nene Hatun Parkı"	Feritpaşa, Yenişehir, Nişantaşı, Medrese, Musalla Bağları
58.Prog.	02.11.2012	Mamuriye Mahallesi, "Mamuriye Parkı"	Mamuriye, Abdulaziz, Şeyhsadrettin, Pirebi, Öğretmenevleri
59.Prog.	09.11.2012	Alakova Mahallesi "Alakova Camii Önü"	Alakova, Telafer, Boyalı, Çomaklı, Yenibahçe, Loras

60.Prog.	23.11.2012	Karadığın Mahallesi "Karadığın Kapalı Spor Salonu"	Çayırbağı, Karadığın, Pamukçu, Karadığinderesi
61.Prog.	30.11.2012	Akabe Mahallesi "Sağlık Ocağı Yanı Lale Düğün Salonu"	Akabe, Başak, Tatlıcak
62.Prog.	28.12.2012	Mimar Sinan Mahallesi Şefik Can Caddesi "Ahmet Keleşoğlu Kültür Merkezi Önü"	Mimar Sinan, Şeker Murat, Hacıkaymak, Babalık, Küçük İhsaniye
63.Prog.	04.01.2013	Büyük Aymanas Mahallesi "KOMEK Kurs Merkezi"	Büyük Aymanas, Turgut Reis, Küçük Aymanas, Ulırmak Saka, Ulırmak Ali Hoca
64.Prog.	11.01.2013	Mehmet Vehbi Mahallesi "Meram İtfaiye Karşısı"	Mehmet Vehbi, Saadet, Kurtuluş, Muradiye
65.Prog.	18.01.2013	Özalan Mahallesi "İsmail Hakkı Tonguç İmam Hatip Ortaokulu"	Özalan, Esenler
66.Prog.	25.01.2013	Kaşınhamı Yeni Mahallesi "Toplantı-Düğün Salonu Yanı"	Kaşınhamı Yeni, Kaşınhamı İstasyon, Çarıklar, Ali Ulvi Kurucu, Boruktolu
67.Prog.	08.02.2013	Gödene Mahallesi "Gödene AVM Deniz Düğün Salonu"	Gödene, Hatip
68.Prog.	08.03.2013	Saraçoğlu Mahallesi "Hasan Ali Yücel İlk- Ortaokulu Spor Salonu"	Saraçoğlu, Erler, Ortakonak, Sakyatan, Şatır
69.Prog.	15.03.2013	Bosna Hersek Mahallesi "Sadrettin Kütükçü KOMEK Kurs Merkezi"	Bosna Hersek, Dokuz
70.Prog.	29.03.2013	Selahaddin Eyyubi Mahallesi "Bağlarbaşı Spor Salonu"	Sille Subaşı, Selahaddin Eyyubi, Sarayköy, Sulutas, Sille Parsana

71.Prog.	05.04.2013	Kürden Mahallesi "Öncü Düşün Salonu Yanı"	Kürden, Yaka, Orgeneral Tural, Dede Korkut, Ayanbey, Durunday
72.Prog.	12.04.2013	Aksinne Mahallesi "Mehmet Karacıgan Mevlana İmam Hatip Ortaokulu Yanı"	Aksinne, Çaybaşı, Hacıfettah, Sahipata, Şükran
73.Prog.	26.04.2013	Büyük Kayacık Mahallesi "Büyük Kayacık Camii Önü"	Büyük Kayacık, Aşağıpınarbaşı, Yukarıpınarbaşı, Tömek, Sarıcalar
74.Prog.	31.05.2013	Ardıçlı Mahallesi	Ardıçlı, Küçük Muhsine, Yükselen Merkez, Yükselen Bilecik
75.Prog.	07.06.2013	Tatköy Mahallesi "Tatköy İlkokulu Bahçesi"	Tatköy, Küçük Muhsine
76.Prog.	21.06.2013	Beyazıt Mahallesi "Barbaros İlkokulu Bahçesi"	Beyazıt, Beyhekim, Büyük İhsaniye
77.Prog.	05.07.2013	Hamidiye Mahallesi FİNAL "Alaeddin Tepesi Keykubat Nikah Salonu Yanı"	Devri Cedid, Ferhuniye, Hamidiye, Tarla

Tablo 4: Mahalle Meclisi Program Listesi

4.7.4. Değerlendirme

Aslında proje sadece mahalleleri buluşturan, kaynaştıran, dilek ve şikâyetlerin yetkililere iletebildiği bir meclis olmanın dışında çok yönlü bir sosyal belediyecilik çalışması olarak da değerlendirilebilir. Mahallede ihtiyaç sahiplerinin görülüp gözetilmesinden, okulların ziyaret edilerek eksiklerinin tespit edilerek giderilmesine kadar her türlü desteğin sağlanması; MEB tavsiyeli başta 100 Temel Eser olmak üzere binlerce kitabın ziyaret edilen okullarda öğrencilere dağıtılması ya da okul idaresine teslim edilmesi söz konusudur.

2012 yılının Ramazan ayı boyunca da 60 civarında mahallede iftar programları düzenlenmiş; yine "Talep Masası" oluşturularak vatandaşların istek ve şikâyetleri alınmıştır.

Belediye halkın istek ve ihtiyaçlarını yerine getirirken, yapmış olduğu hizmetlerde açıklık ve şeffaflığı hâkim kılmak, yaptıklarını ve yapamadıklarını halka açıklamak, halkta oluşan olumlu ve olumsuz izlenimleri ölçmek için meclisler düzenlemiştir.

Program sonrası Büyükşehir Belediye Başkanı bölgedeki okul, hastane ve sağlık ocağı gibi kurumlar dışında, mahallede ağır hasta, yaşlı, ileri düzeyde özürli olanlar ve taziye evi varsa ziyaret etmek için vakit ayırmaya çalıştığı ve zaman zaman da ayırdığı gözlemlenmiştir.



Şekil 3: Vatandaş Odaklı Yönetim Döngüsü

(Yayınlanmamış Konya Büyükşehir Belediyesi Doğrudan Demokrasi Modelinde Mahalle Meclisi Raporu'ndan alınmıştır).

4.7.4.1. Alınan Taleplerin Kurumlar ve Birimlere İletilmesi

Bu süreçte, Mahalle Meclislerinde halkın belirlediği öncelikler, mevcut hizmet ve yatırımların bir şekilde etkilediği beklenti ve ihtiyaçlar doğrultusundaki halk talepleri, halkla ilişkiler görevlilerince kaydedilmiş, alınan kayıtlar ayrıştırılarak ilgili daire başkanlıklarına, müdürlüklere ve diğer kurumlara gönderilmiştir.

Büyük Aymanas Mahallesinde gerçekleştirilen programa kadar mahalle meclislerinde alınan talepler tüm birimlere resmi yazı ile gönderilirken, sayısal olarak gelen cevapları net olarak ifade edebilmek ve rapora dökülebilmek amacıyla mahalle meclisi talepleri, aynı başlık altında otomasyon üzerinden gönderilmeye başlanmıştır. Böylelikle talepler ilgili birimlere daha kısa sürede ulaştırılmış ve verilen cevaplarla ilgili de daha net sonuçlar ifade edilebilmiştir.

4.7.4.2. Taleplerin Sonuçlandırılması ve Raporlandırılması

“Mahalle Meclisi Programı” her hafta farklı mahallelerde düzenlenmiştir. Önce başkan, mahalle için yaptıklarını mahalle halkına anlatmış bunun yanında toplumu ilgilendiren mesajlar sunmuştur. Vatandaşlarımızdan söz almak isteyenler söz almış bu sayede halk belediye hizmetlerinde bir söz hakkına sahip olmuş ve aynı zamanda mahalle sakinleri başkana yüz yüze istek ve şikâyetlerini iletebilmişlerdir.

Mahalle Meclisi Programında oluşturulan Halkla İlişkiler Talep Masasında vatandaşların istekleri alınmış, bu istekler belediyenin Açık Kapı otomasyon sistemine kaydedilerek ilgili birimlere “Mahalle Meclislerinde Alınan Talepler” başlığıyla ayrıştırılarak gönderilirken, diğer kurum ve kuruluşlara da üst yazı ile iletilmiştir. Talep sahiplerine de ayrıca cevap verilmek suretiyle geri iletim sağlanabilmiştir. Alınan bu taleplerden mahalle veri tabanı haritası oluşturulup, bu harita ile hangi mahalleden kaç kişinin hangi istekte bulunduğu ve mahallelerdeki talep yoğunluğu takip edilebilmiştir. Bu çalışma ile mahallelerin ihtiyaç önceliklerine göre yapılacak çalışmalara yön verilebilmiştir.

Böylelikle belediye ve yerel halk arasında yönetişimin (karşılıklı yönetimin) somut bir örneğinin ortaya konulduğunu da ifade edebilmekteyiz.

Program öncesinde ilgili mahalle muhtarlarından alınan talepler aynı zamanda mahalle sakinlerinin de talepleri olduğundan tek tek ilgili birimlere

gönderilmesi ve işlem sonucu hakkında ilgililerine bilgi verilmesi süreci önem taşımaktadır.

Bu bağlamda birkaç muhtarın talep ve cevap durumlarını incelemek yerinde olacaktır:

Program: 63. Mahalle Meclisi **Tarih:** 04 Ocak 2013

Yer: Büyük Aymanas Mahallesi KOMERK Kurs Merkezi

Katılan Mahalleler ve Mahalle Muhtarları:

- Büyük Aymanas Mahallesi Muhtarı Mustafa İLHAN
- Küçük Aymanas Mahallesi Muhtarı Cemil KAYA
- Turgut Reis Mahallesi Muhtarı Harun AKBAŞ
- Ulurmak Ali Hoca Mahallesi Muhtarı Mustafa ÇIBUK
- Ulurmak Saka Mahallesi Muhtarı Yakup SÜRÜCÜ

Aşağıda yer alan tabloda söz konusu programa katılan muhtar ve vatandaşlardan alınan toplam talep sayısı gösterilmiştir:

SIRA	TALEP GÖNDERİLEN BİRİMLER	TALEP SAYISI
1	Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı	3
2	Çevre Koruma ve Kontrol Dairesi Başkanlığı	1
3	Fen İşleri Dairesi Başkanlığı	7
4	İmar ve Şehircilik Dairesi Başkanlığı	1
5	İnsan Kaynakları ve Eğitim ve Dairesi Başkanlığı	6
6	KOSKİ	4
7	Sağlık ve Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı	9
8	Ulaşım Planlama ve Raylı Sistem Dairesi Başkanlığı	13
9	Ulaşım Trafik Sinyalizasyon Şube Müdürlüğü	3
10	Zabıta Dairesi Başkanlığı	2
11	GAZNET	8
12	Milli Eğitim Müdürlüğü	1
13	İl Sağlık Müdürlüğü	1
14	Karatay Belediyesi	1
15	Meram Belediyesi	14
TOPLAM		74

Tablo 5: Büyük Aymanas Mahalle Meclisi Programında Alınan Toplam Talep Sayısı ve İlgili Birimlere Dağılımı

Aşağıda yer alan tabloda ise Büyük Aymanas Mahalle Meclisi Programında muhtarlardan alınan istek ve cevap açıklamaları yer almaktadır:

Adı Soyadı	İlgili Birim	Konu	İstek Açıklaması	Cevap Açıklaması
Mustafa ÇIBUK	Çevre Koruma ve Kontrol Dai. Başk.	Diğer	Hiz. Mevlana müridlerinden bir zatın mezarı mahallemizde yer almaktadır. Bulunduğu alan kötü bir görünüm arz etmektedir. Ziyaretçi sayısı da fazla olduğu için burada gerekli çevre düzenleme çalışmalarının bir an önce yapılmasını talep ediyoruz.	İlgili vatandaşımızla görüşülerek konu hakkında bilgi alış verişinde bulunuldu, Vakıflara ait Fahrinüsa camii bahçesinin ve bahçede bulunan söz konusu mezarın çevre düzenlemesi istenmektedir. Konu tarafımızca değerlendirilecektir. İlgi ve alakamıza teşekkür ederiz.
Cemil KAYA	Fen İşleri Dai. Başk.	Kaldırım/Parke Taşı istek/şikayet	Dr. Ahmet Özcan Caddesinde İtfaiye ve Karaman Yolu Üst Geçit i arasındaki bölgede inşaat çalışmaları tamamlandı. Bu bölgedeki kaldırım taşlarının yeniden düzenlenmesini talep ediyoruz.	İlginize teşekkür ederiz. Dr. Ahmet Özcan Caddesi bir bütün olarak 2013 yılı ihale kapsamında değerlendirilecektir. Cadde üzerinde ekiplerimizce rutin kontroller yapılmakta ve gerekli olan lokal tamiratlar yapılmaktadır. Bilgilerinizi rica ederiz.
Mustafa İLHAN	Fen İşleri Dai. Başk.	Alt-Üst Geçit Talebi	Zafer İlköğretim Okulunun karşısına ve ya uygun görülen bir yere yaya üst geçit yapılmasını talep ediyoruz.	Sayın Mustafa İLHAN; Talebiniz teknik ekiplerimizce yerinde yapılacak inceleme neticesinde değerlendirilecektir. Bilgilerinizi rica ederim.
Mustafa İLHAN	İmar ve Şehircilik Dai. Başk.	Kentsel Dönüşüm	Kentsel dönüşüm çalışmalarının tamamlanarak, mahallemizin köy görünümünden şehir görünümüne kavuşturulmasını talep ediyoruz.	Söz konusu mahallelerde belli bir alanda kentsel dönüşüm kararı alınmıştır. Diğer bölgeler ile alakalı alınmış bir dönüşüm kararı bulunmamaktadır.

Yakup SÜRÜCÜ	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	Meram Belediyesi ile ilgili	Mahallemizde yapılan kentsel dönüşüm çalışmalarının hızlandırılmasını talep ediyoruz. Temizlik aracının mahallemizde sık sık temizlik yapmasını, sokak içlerine de girmesini talep ediyoruz.	Talep Meram Belediyesine üst yazı ile gönderilmiştir.
Yakup SÜRÜCÜ	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	GAZNET ile ilgili	GAZNET Genel Müdürlüğüne; Maraş Caddesinden doğalgaz geçti fakat gaz verilmedi. Doğalgaz hizmetinin tamamlanmasını istiyoruz.	Sayın Sürücü; talebiniz GAZNET Genel Müdürlüğüne üst yazı ile gönderilmiş olup, işlem sonucunu ilgili müdürlükten takip etmeniz gerekmektedir.
Mustafa ÇIBUK	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	GAZNET ile ilgili	Mahallemize doğalgaz hizmeti verilmesinistiyoruz.	Sayın Çıbuk; talebiniz üst yazı ile GAZNET Genel Müdürlüğüne gönderilmiş olup, işlem sonucu hakkında ilgili müdürlükten bilgi almanız gerekmektedir.
Mustafa İLHAN	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	GAZNET ile ilgili	Mahallemizde doğalgaz çalışmasının yarısı yapıldı fakat yapılan yerlere hala gaz verilmedi. Doğalgaz çalışmalarının tamamlanmasını istiyoruz.	Sayın İlhan; talebiniz GAZNET Genel Müdürlüğüne üst yazı ile gönderilmiş olup, işlem sonucunu ilgili müdürlükten takip etmeniz gerekmektedir.
Yakup SÜRÜCÜ	Ulaşım Plan. Ray. Sis. Dai. Başk.	Otobüs Talebi Merkez	24 nolu otobüsün sefer sayısının artırılmasını istiyoruz.	Sayın Yakup SÜRÜCÜ, otobüs seferlerimiz yolcu yoğunluğuna göre ayarlanmaktadır. Bizlere binemediğiniz sefer saatini bildirmeniz durumunda gerekli çalışma yapılacaktır. İlginiz için teşekkür ederiz.

Tablo 6: Büyük Aymanas Mahalle Meclisi Programında Muhtarlardan Alınan Talepler ve Cevap Durumu

Yukarıda yer alan tabloda sadece muhtarlardan alınan talepler ve ilgili birimlerden verilen cevaplara yer verilmiştir. Yine daha önce de ifade edildiği üzere muhtarlardan alınan talepler aynı zamanda ilgili mahalle sakinlerinin de istek ve şikâyetlerini yansıttığından, verilen cevaplar ya da yerine getirilen hizmetler hedef kitle memnuniyetinin sağlanmış olması açısından önem arz eder.

Söz konusu programda muhtarlardan alınan 9 talep, konularına göre ayrıştırılmış, ilgili birimlere gönderilmiş ve verilen cevaplar hakkında da başvuru sahiplerinin iletişim bilgilerine göre tek tek geri bilgi dönüşü sağlanmıştır.

Program: 66. Mahalle Meclisi **Tarih:** 25 Ocak 2013

Yer: Kaşınhanı Yeni Mahallesi Toplantı-Düğün Salonu Yanı

Katılan Mahalleler ve Mahalle Muhtarları:

- Ali Ulvi Kurucu Mahallesi Muhtarı İsa SARI
- Boruktolu Mahallesi Muhtarı Durmuş Ali ÖTGÜN
- Çarıklar Fatih Mahallesi Muhtarı Osman SAĞLAM
- Kaşınhanı Yeni Mahallesi Muhtarı Rıfat YAVUZER
- Kaşınhanı İstasyon Mahallesi Muhtarı Nurettin YÜCE

Aşağıda yer alan tabloda söz konusu programa katılan muhtar ve vatandaşlardan alınan toplam talep sayısı gösterilmiştir:

SIRA	TALEP GÖNDERİLEN BİRİMLER	TALEP SAYISI
1	Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı	1
2	Çevre Koruma ve Kontrol Dairesi Başkanlığı	1
3	Fen İşleri Dairesi Başkanlığı	9
4	İnsan Kaynakları ve Eğitim ve Dairesi Başkanlığı	7
5	KOSKİ	10
6	Sağlık ve Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı	3
7	Ulaşım Trafik Sinyalizasyon Şube Müdürlüğü	1
8	GAZNET	1
9	MEDAŞ	1
10	Milli Eğitim Müdürlüğü	5
11	İl Sağlık Müdürlüğü	1
12	Meram Belediyesi	10
TOPLAM		50

Tablo 7: Kaşınhanı Yeni Mahalle Meclisi Programında Alınan Toplam Talep Sayısı ve İlgili Birimlere Dağılımı

Aşağıda yer alan tabloda ise Kaşınhanı Yeni Mahalle Meclisi Programında muhtarlardan alınan istek ve cevap açıklamaları yer almaktadır:

Adı Soyadı	İlgili Birim	Konu	İstek Açıklaması	Cevap Açıklaması
İsa SARI	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	İl Sağlık Müdürlüğü ile ilgili	Mahallemizde sağlık ocağı yapılmasını istiyoruz.	Sayın Sarı; talebiniz İl Sağlık Müdürlüğüne gönderilmiştir. İşlem sonucunu ilgili kurumdan takip etmeniz gerekmektedir.
İsa SARI	Çevre Koruma ve Kontrol Dai. Başk.	Mezarlıklarla ilgili	Mahallemizde mezarlık yapılmasını istiyoruz.	Konu ile alakalı ilgili muhtarımızla görüşüldü. Söz konusu yerin şahsa ait olduğu, imarda mezarlık olarak gözükmeyeceği belirtildi.
İsa SARI	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	Meram Belediyesi ile ilgili	Meram Belediyesi Başkanlığına; mahallemizde imar düzenlemesi yapılmasını istiyoruz.	Sayın Sarı; talebiniz Meram Belediyesine gönderilmiştir. İşlem sonucunu ilgili belediyeden takip etmeniz gerekmektedir.
Durmuş Ali ÖTGÜN	KOSKİ Genel Müdürlüğü	Kanalizasyon Hak. İstek ve Talep	Mahallemizde devam eden kanalizasyon sıkıntısının giderilmesini ve eskiyen şebeke borularının yenilenmesini talep ediyoruz.	Sayın Ötgün; talep konusu yerlerde kanalizasyon proje çalışmaları devam etmekte olup, 2013 yılında çalışmalara başlanılacaktır.
Durmuş Ali ÖTGÜN	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	Meram Belediyesi ile ilgili	Mahallemizdeki eski yerleşim yerlerine milli emlakta olduğu için imar verilememektedir. Söz konusu yerlerde imar düzenlemesine gidilmesini istiyoruz.	Sayın Ötgün; talebiniz Meram Belediyesine gönderilmiştir. İşlem sonucunu ilgili belediyeden takip etmeniz gerekmektedir.
Durmuş Ali ÖTGÜN	Fen İşleri Dai. Başk.	Belediye Faaliyetleri	Mahallemizde spor faaliyetlerinin yapılabileceği bir alan ve ayrıca sosyal tesis inşa edilmesini istiyoruz.	Talebiniz değerlendirilecektir.

OSMAN SAĞLAM	Fen İşleri Dai. Başk.	Belediye Faaliyetleri	Çarıklar Vatan Caddesi asfaltının ve kenar bordürlerinin yapılmasını istiyoruz. Çevre yolunda da asfalt çalışması yapılması gerekmektedir.	İlginize teşekkür ederiz. Talebiniz 2013 yılı ihaleleri kapsamında değerlendirilecektir. Bilgilerinizi rica ederiz.
Oşman SAĞLAM	KOSKİ Genel Müdürlüğü	Kanalizasyon ile ilgili	Devam eden kanalizasyon sıkıntısının giderilmesini istiyoruz.	Sayın Sağlam; talep konusu yerlerde kanalizasyon proje çalışmaları devam etmekte olup, 2013 yılında çalışmalara başlanılacaktır.
Oşman SAĞLAM	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	Milli Eğitim Müdürlüğü ile ilgili	Mahallemizde bir okul var ve yeterli gelmemektedir. Bu sebeple yeni bir okul yapılmasını ya da okulumuzdaki öğrencilerin bir kısmının Konya'ya taşınmasını talep ediyoruz.	Sayın Sağlam; talebiniz Milli Eğitim Müdürlüğüne gönderilmiştir. İşlem sonucunu ilgili kurumdan takip etmeniz gerekmektedir.
Rıfat YAVUZER	KOSKİ Genel Müdürlüğü	Kanalizasyon Hak. İstek ve Talep	Mahallemizde devam eden kanalizasyon sıkıntısının giderilmesini ve mahallemizde tatlı su çeşmesi yapılmasını istiyoruz. Ayrıca şebeke boruları da çok eski, yenilenmesini de talep ediyoruz.	Sayın Yavuzer; kanalizasyon, içme suyu ve tatlı su çeşmesi yapımı 2013 yılı yatırım programı kapsamındadır.

Rıfat YAVUZER	Fen İşleri Dai. Başk.	Yol şikayeti	Mahallemizdeki yollar oldukça bozuk. Meram Belediyesi de bu anlamda isteklerimize yetişememektedir. Yol bakım onarım çalışması yapılmasını istiyoruz.	İlginize teşekkür ederiz. Bahse konu mahallelerde bulunan ve sorumluluğu Büyükşehir Belediyesine ait olan caddelerimizde gereken kontrol, bakım ve onarım çalışmaları yapılmaktadır. Bilgilerinizi rica ederiz.
Rıfat YAVUZER	Basın Yayın ve Halkla İliş. Dai. Başk.	Meram Belediyesi ile ilgili	Mahallemizdeki yollar oldukça bozuk. Yol bakım onarım çalışması yapılmasını istiyoruz.	Sayın Yavuzer; talebiniz Meram Belediyesine gönderilmiştir. İşlem sonucunu ilgili belediyeden takip etmeniz gerekmektedir.

Tablo 8: Kaşınhanı Yeni Mahalle Meclisi Programında Muhtarlardan Alınan Talepler ve Cevap Durumu

Yukarıda yer alan tabloda yine sadece muhtarlardan alınan talepler ve ilgili birimlerden verilen cevaplara yer verilmiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi muhtarlardan alınan talepler aslında ilgili mahalle sakinlerinin de istek ve şikâyetlerini yansıtmaktadır. Verilen cevaplar kadar hizmetin yerine getirilme süresi de hedef kitle memnuniyetinin sağlanmasında önemlidir.

Söz konusu programda muhtarlardan alınan 12 talep, konularına göre ayrıştırılmış, ilgili birimlere gönderilmiş ve verilen cevaplar hakkında yine başvuru sahiplerinin iletişim bilgilerine tek tek geri bilgi dönüşü sağlanmıştır. Hedef kitle memnuniyeti ile her bir mahalle meclisi programı sonrasında taleplerin alınması ve değerlendirilmesi esnasında, daha sonra da bilgilendirme amaçlı yapılan geri

dönüşlerin kısa olması ve hatta yapılacak ya da planlanan işlemin bir an önce gerçekleştirilmesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Muhtarlar işlem sonucundan memnun kaldıklarını ve mahalle sakinlerinin yapılan işlem sonucunu görerek buna binaen kendileriyle çeşitli paylaşımlarda bulunduklarını da ifade etmişlerdir.

4.7.4.3. Yöntemdeki Farklılıklar

Konya Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı'na yürütülen Mahalle Meclisi programının diğer belediyelerce yürütülen halk toplantılarından farkını şu başlıklar altında açıklamak mümkündür:

- ✓ Mahallelerin belirlenmesinde kullanılan öncelikler,
- ✓ Meclis düzenlenecek mahallenin önceden çok iyi analiz edilmesi,
- ✓ Her bir mahallenin Kent Bilgi Sistemi tarafından bilimsel metotlarla taranması,
- ✓ Analizler ve bilimsel yöntemlerin toparlanarak rapor edilmesi,
- ✓ Tüm bu raporlarının mahalle bilgi kartlarına dönüştürülmesi,
- ✓ Meclisin yapılacağı mahallelerin gündem maddelerinin, muhtarlıklar, daire başkanlıkları ve mahalle bilgi kartları aracılığıyla belirlenmesi,
- ✓ Halkın taleplerinin mahallenin öncelik durumuna göre; belediyenin stratejik hedef ve amaçlarının da halkın isteği doğrultusunda oluşturulmasına katkı sağlanmış olması,
- ✓ Meclis yapılan mahallelerde (öncesi ve sonrasında) anketler yapılarak halkın memnuniyet derecesinin ölçülmeye çalışılması,
- ✓ Meclis yapılan mahallelerde gönüllü vatandaşlar tarafından gözlemci belirlenerek, bu gözlemcilerin belediyeye raporlarını bildirmiş olmalarıdır.

4.7.4.4. Mahallelere Yapılan Hizmetler ile İlgili Tutulan Kayıt ve Belgeler

Gelen-giden evrak, makbuz, ihale belgeleri, mali gerçekleştirmeler, muhasebe kayıtları, kurum içi raporlar v.b. bu verilerin hepsi hizmet sunan belediye tarafından üretilse de ilgili hizmet sunumunda destekleyici veya faydalanıcı olarak rolü olan

diğer kuruluşların da kayıtları kullanılır. Örneğin İl Sağlık Müdürlüğü, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İl Bayındırlık Müdürlüğü, Muhtarlıklar, Esnaf Odası, Ticaret ve Sanayi Odası gibi kuruluşların ilgili kayıtları da kullanılmaktadır.

4.7.4.5. Proje Bütçesi

Proje, büyükşehir belediyesi personeline yürütülmüştür. Büyükşehir belediyesi bünyesindeki farklı birimlerden; Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nden halkla ilişkiler uzmanları, KADEM (Kadın ve Aile Destek Merkezi)'den psikologlar, Sosyal Yardım Şube Müdürlüğü'nden sosyologlar görev almıştır.

Projenin teknik ekibi yine belediye bünyesinde çalışan personelce karşılanmış olup ekstra bir maliyet oluşturmamıştır.

GİDERLER		BİRİM MALİYET	TOPLAM MALİYETİ
		(TL)	
2.	EKİPMAN	2.000	20.000
	MALZEME		
2.1.	TENTE ALIMI (10 ADET)	14	7.000
2.2.	SANDALYE (500 ADET)	250	2.000
2.3.	MASA (8 ADET)	2.000	4.000
	DİZÜSTÜ BİLGİSAYAR (2 ADET)	1.000	1.000
	BRANDA (1 ADET)	2.000	2.000
	ARKA FON (1 ADET)		
	SABİT MALİYET		36. 000

Tablo 9: Mahalle Meclisi Proje Bütçesi

4.7.4.6. Karşılaşılan Sorunlar

Mahalle taleplerinin yerine getirilmesinin ardından katılımın azaldığı durumlar da yaşanmıştır. Kısa vadeli bir çıkar perspektifine sahip bir toplulukta talep yerine getirildikten sonra katılım azalabilmektedir. Benzer şekilde yatırım ve

hizmetlere erişim açısından doygunluğa ulaşmış bir mahallenin beklentilerinin az olması nedeniyle katılım zaman zaman düşük oranda gerçekleşebilmektedir. Bu gibi sorunları önlemek için programı gerçekleştiren ilgili daire başkanlığı güçlü bir halkla ilişkiler ve iletişim stratejisi geliştirmiş ve uygulamaya da çalışmıştır.

Süreçte karşı karşıya kalınan diğer bir önemli husus da daha önce de belirtildiği üzere taleplerin resmi yazı ile birlikte gönderilmesi aşamasında ortaya çıkmıştır. İlgili birimlere bir yazı eşliğinde birden fazla talep gönderilmiş, buna ilgili birim yine bir yazı ile cevap verdiğinde de talep ve cevap durumunu birebir ölçebilmek, karşılaştırabilmek pek de mümkün olamamıştır. Bu yüzden de talepler otomasyon üzerinden birimlere iletmeye başlanmıştır. Böylelikle talepler ilgili birimlere daha kısa sürede ulaştırılmış ve verilen cevaplarla ilgili de daha net sonuçlar ifade edilebilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Amacı, halka şehircilik hizmeti sunmak olan yerel yönetimlerin başarısı, hizmetin vatandaşın ayağına götürülmesi, sağlıklı iletişim kurulması ve çalışmalarının destek görmesiyle doğru orantılıdır. Bu nedenle belediyelere başvurunun kolaylaştırılması, vatandaşa gerektiğinde bilgi verilmesi, kararların yerindeliğini artırmak için halktan bilgi alınması, halkın istek, ihtiyaç, yakınma ve tepkilerinin öğrenilmesi gerekmektedir. Bu da ancak sağlam bir halkla ilişkiler politikası izlenmesi ile mümkündür. Peki, nasıl bir halkla ilişkiler politikası ile bu sağlanabilir? Sürekli gündemi ve değişiklikleri takip eden, kendini geliştirebilen bir halkla ilişkiler politikası ile..

Etkin çalışmak doğru olan işi yapmak, verimli çalışmak ise işi doğru yapmak demektir. Yerel yönetimler, yerel nitelikli hizmetlerin görülmesinde verimlilik ve etkinlik sağlamayı hedeflemelidirler. Bu olgu da demokratik bir toplum modeli ile desteklenmelidir.

Yerel yönetimlerde, halkla ilişkiler birimi, halkın yerel faaliyetlere katılımını en üst seviyeye çıkarmak için öncelikle hedef kitle beklentilerini ortaya koymak ve çalışmalar öncesinde hedef kitlenin görüşünü almak ve aynı zamanda her daim bilgi vermeye hazır olmak zorundadır. Başkandan kapıdaki danışma görevlisine kadar tüm personelin iş tatmininin sağlanmış olduğu bir belediye ortamında başarıyı yakalamak hiç te zor olmayacaktır. Yerel yönetimler; siyasal ilişkileri iyi yürüten, gelişmelere açık olan ve takip eden, eğitilmiş, proje üreten, katılımcı ve en önemlisi de hedef kitle memnuniyetini ön planda tutabilen halkla ilişkiler birimleriyle genel başarıyı yakalayabilecek ve yerel halkın yaşam memnuniyetini en üst seviyelere çıkarabileceklerdir. Zaten bu iki olgu yani yerel yönetimlerin başarısı ve yerel halkın yaşam memnuniyeti, doğru orantılıdır.

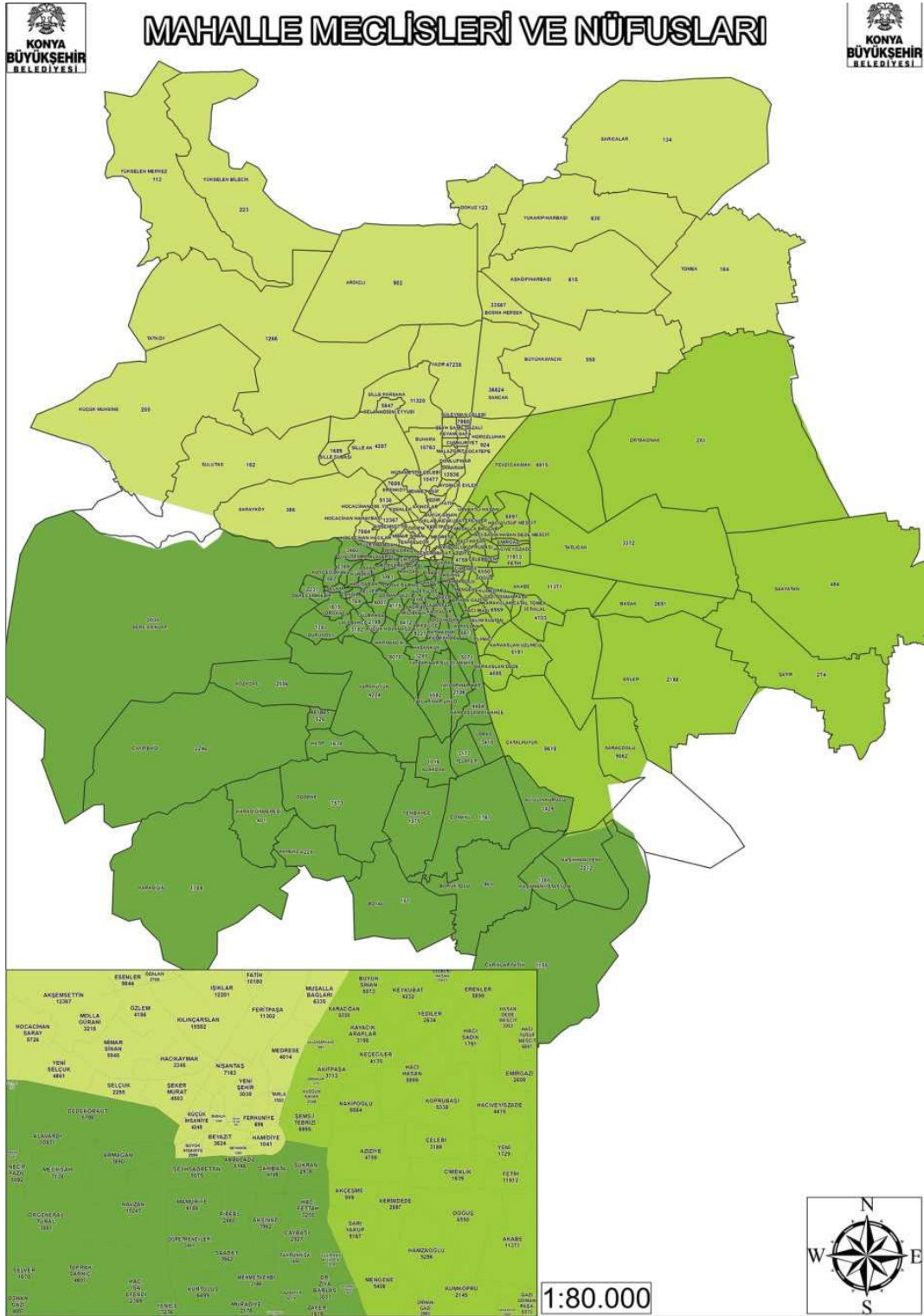
Ülkemizdeki yerel yönetim anlayışında artık katılımcı yönetim anlayışının hâkim olduğu bir sistemin kurulması ve yaygınlaşması yönünde bir değişim yaşanması gerekebilir. Yerel düzeyde kurumsallaşan halkla ilişkiler etkinlikleri ve demokratik-katılımcı yönetim anlayışı, yönetimin hedef kitle tarafından daha hızlı ve etkili bir biçimde kabul edilmesini, benimsenmesini sağlayacaktır. Bu anlayış, yerel halkla olan iletişimde bir “Aynı Kentten Olmak”, bir “Hemşeri Olmak Bilinci” aşılmasının

daha hızlı ve etkili bir biçimde oluşması sonucunu doğurur. Burada, yerel yönetimin hedef kitlesini teşkil eden halkı, katılımcı yönetime teşviki kadar, bu duyguya, bu fikre aşina kılması, eğitmesi de sürecin ayrı ve önemli bir boyutudur.

Kısaca etkili bir halkla ilişkiler uygulaması, karşılıklı bir yönetim olgusu olan yönetişim olgusunu ortaya çıkaracak, bu da hedef kitlelerin yaşam memnuniyetinin artmasına neden olacaktır. Çalışmanın neticesinde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Yerel yönetimler kamuoyunun desteklemediği faaliyetleri gerçekleştirmeyi kolay kolay göze almamaktadırlar.
- Merkezi yönetime göre yerel yönetim, hedef kitleyi oluşturan halka daha yakındır. Mahalli hizmetler yerel yönetimlerce daha az sorunla halka sunulur diyebilmekteyiz.
- Yerel yönetimlerin faaliyet alanı genişledikçe hedef kitleyi oluşturan yerel halkın beklenti düzeyi de artabilmektedir.
- Yerel yönetimlerin katılımcılığı esas alan faaliyetleri arttıkça, yerel halkın da yerel yönetime ilişkin memnuniyet düzeyinde bir artış gözlemlenebilir. Aslında burada halk bir yandan da yönetimin nasıl bir süreç olduğunu uygulamalı olarak öğrenmektedir.
- Yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetleri, belediyenin kurum imajını doğrudan etkileyebilmektedir. Nitekim çalışmamızın dördüncü bölümünde incelemeye çalıştığımız Mahalle Meclisi projesinin Konya Büyükşehir Belediyesinin kurum imajına olumlu yönde etkisi olmuştur.
- Mahalle muhtarlarından alınan talepler aslında mahalle sakinlerinin taleplerini yansıtmaktadır. Taleplerin alınması, gönderilmesi, değerlendirilmesi ve geri dönüş (feedback) sürecinin yaşanması sonucunda hedef kitle memnuniyeti ile karşılaşmıştır.
- Mahalle Meclisi gibi yönetişim platformlarının kurulması ile birlikte Konya Büyükşehir Belediyesi hizmet sunumunda, hizmetin niteliğinin belirlenmesinde katılımcılığa önemli bir ivme katmıştır.
- Düzenlenen meclislerde vatandaş odaklı bir hizmet sunumunun gerçekleştirilmesi sağlanmıştır.

- Mahalle Meclisi belediye çalışmalarının paylaşıldığı ve değerlendirildiği ideal bir ortam sunarken, yerel medya, hizmetlerin yararlanıcısı olan tüm vatandaşlara ulaşmak için önemli bir araç işlevi görmüştür.
- Mahalle Meclisi programları, vatandaş ve belediye arasında önemli bir köprü işlevi gören muhtarlarla iki yönlü iletişimin sağlanmasında önemli bir işlevi yerine getirmiştir.
- Ayrıca ülkemizde yeni yeni şekillenmeye başlayan Kent Meclisleri Modeli de yerel yönetimlerde vatandaşın yönetim sürecine katılımının sağlanmasında ve bunun kurumsallaşmasında sürece yeni bir soluk katabilir.



Şekil 5: Konya Merkez İlçelere Göre Mahalle Dağılımını Gösterir Harita
(Yayınlanmamış Konya Büyükşehir Belediyesi Doğrudan Demokrasi Modelinde
Mahalle Meclisi Raporu’ndan alınmıştır).

KAYNAKÇA

- Abadan, Nermin (1964). **Modern Toplumlarda Halkla Münasebetler (Public Relations)**, Balkanoğlu Matbaacılık Ltd. Őti., Ankara.
- Acar, Muhittin (1993). **Belediyelerde Halkla İlişkiler**, D.P.T. Yayınları, Ankara.
- Akçakaya, Murat (1999). “*Belediyelerde Halkla İlişkiler*”, **Sayıştay Dergisi**, No:34 Temmuz-Eylül.
- Asna, Alâeddin (1969). “*Türkiye’de Kamu Kuruluşlarının Halkla İlişkileri*”, **Amme İdaresi Dergisi**, C:2, S:3.
- Asna, Alâeddin (1974). **Halkla İlişkiler**, Bahar Matbaası, İstanbul.
- Asna, Alâeddin (1979). **Halkla İlişkiler**, Bozak Matbaası, İstanbul.
- Asna, Alâeddin (1988). **Bankacılar İçin Halkla İlişkiler Bilgisi**, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara.
- Asna, Alaeddin (1993). **Public Relations, Temel Bilgiler**, Der Yayınları:112, İstanbul.
- Asna, Alaeddin (1997). **PR Dünden Bugüne Bir Sanat-Meslek yks**, Sabah Kitapları 1.B., No:56, İstanbul.
- Aytaç, Fethi (1990), “*Belediye Kanununun Oluşumu, Uygulama Ve Değişiklikler*”, **Türk Belediyeciliğinde 60. Yıl. Uluslar Arası Sempozyum, 23-24 Kasım 1990, Bildiriler, Tartışmalar**, Metropol İmar A.Ő. Yayınları, Ankara.
- Bakan, Ömer (2010), “*Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet*”, **Halkla İlişkiler**, (Edit: Ahmet Kalender, Mehmet Fidan), Tablet Yayınları, 2. b., Konya.
- Başnur, Nur (1998), “*Kamu İletişim Hizmetinden Yararlanmanın Bedelini deyeceğini Bilmeli*”, **Media Cat**, Yıl:5, Sy:39, (Nisan).
- Becerikli, Sema Yıldırım (2005), **Uluslararası Halkla İlişkiler**, Nobel Yayınları, Ankara.
- Bektas, Arsev (1996). **Kamuoyu, İletişim, Demokrasi**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Berth, Kirsten, Gören, Sjoberg (1998), **Halkla İlişkiler Eğitiminin Evrimi Ve Küreselleşmenin Etkisi- Halkla İlişkilerde Kalite**, (ev. Ahmet Anver), Rota Yayınları, 1. Baskı, Altın Kitap Sayı:12 (Haziran), İstanbul.
- Bıçakçı, İlker (1998). **İletişim Ve Halkla İlişkiler**, Media Cat Yayınları, 1. B., Ankara.

- Biber, Ayhan (1997), “*Örgütsel Etkinliğin Artırılması Sürecinde Halkla İlişkiler*”, **Media Cat**, Y:5, S:33, (Ekim).
- Bostancı, Seda H. (2011), “*Belediye Kanunu Sunumu*”, **Ataşehir Belediyesi**, (3 Ekim).
- Bülbül, Rıdvan (1998), **Halkla İlişkiler**, Damla Ofset Yayını, Konya.
- Bülbül, Rıdvan (2004), **Halkla İlişkiler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Çamdereli, Mete (2005). **Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler**, Salyangoz Yayınları, İstanbul.
- Çankaya, Özer (1979). **Toplum Bilime Giriş**, SBFBYO Basımevi, AÜSBF Yay. No:431, Ankara.
- Çelik, Behiç (1995). “*Türk Belediyeciliğinin Tarihi Gelişimi*”, **Yeni Türkiye**. S.4. (Mayıs-Haziran).
- Çelik, Abdullah (2013). “*Yerel Özerklik Açısından 5393 Sayılı Belediye Kanunu’nun Genel Bir Değerlendirmesi*”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.18, S.1.
- Çetin, Muharrem (2003). “*Örgüt Kuramları Perspektifinden Halkla İlişkilerin Gelişimi*”, **İletişim**, 18, G.Ü. İletişim Fakültesi.
- Çukurçayır, M. Akif (2002). **Siyasal Kalkınma Ve Demokrasi (Küreselleşme Sürecinde Yurttaş, Yönetim, Siyaset)**, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Dalgıç, Duygu (2014). “*6360 Sayılı Kanun Ve Türkiye Yerel Yönetim Sistemine Etkileri*”, **Amargidergi Yerel Seçimler Özel Sayısı**, (Mart).
- Ergin, Osman Nuri (1934). **Beledî Bilgiler**, İstanbul Matbaacılık, 2. B., İstanbul.
- Ertekin, Yücel (1983). **Halkla İlişkiler**, Türkiye Ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları No: 202, Ankara.
- Erten, Metin (1999). **Nasıl Bir Yerel Yönetim?** Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Eryılmaz, Bilal (1994). **Kamu Yönetimi**, Üniversite Kitabevi, İzmir.
- Falay, Nihat (1982). **Yerel Yönetim Giderlerine İlişkin Determinantlar**, Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Fichter Joseph (1994). **Sosyoloji Nedir?** (Çev. Nilgün Çelebi), Attila Kitabevi, 2. B., Ankara.
- Fiske, John (1996). **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (Çev. Süleyman İrvan), Ankara.

- Fidan, Mehmet (2008). “*Halkla İlişkiler Gelişim Süreci*”, **Halkla İlişkiler**, (Edit: Ahmet Kalender, Mehmet Fidan), Tablet Yayınları, 2. b., Konya.
- Freedman J.L., Sears, D.O., Carlsmith J.M. (1993). **Sosyal Psikoloji**, (Çev. Ali Dönmez), İmge Kitabevi Yay., No:76, 2. Baskı, (Eylül).
- Gürel, Celal (1971). **Teorik ve Pratik Reklamcılık**, Güneş Matbaacılık, Ankara.
- İşkyakar, A. Fikret (1987). **Halkla İlişkiler IPRA Raporu**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 251, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları No: 120, Eskişehir.
- İnceoğlu, Metin (1985), **Güdüleme Yöntemleri**, AÜBYYO Yayını, Ankara.
- İrvan, Süleyman (1994). “*Siyasal Tutumlar Ve Kamuoyu*”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:1-2.
- İşçi, Metin (2002). **Halkla İlişkiler**, Der Yayınları, İstanbul.
- İşler, Esmâ K. (2007). **Halkla İlişkiler, Mitler Ve Gerçekler**, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Kırkıncı Yıl Kitaplığı, No:4, Ankara.
- Kadıbeşegil, Salim (1986). **Halkla İlişkilerde Temel İlkeler**, Tükemat A.Ş. Yayınları, İzmir.
- Kadıbeşegil, Salim (1998). **Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı?** Media Cat Yayınları, 2.B., Ankara.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem (1988). **İnsan Ve İnsanlar**, Evrim Basım Yayım Dağıtım, 7. B., (Mart), İstanbul.
- Kahraman, H. Bülent ve Sarıbay, A. Yaşar. ve Keyman, E. Fuat (1999). **Katılımcı Demokrasi Kamusal Alan ve Yerel Yönetim**, Demokrasi Kitaplığı, İstanbul.
- Kapani, Münici (1989). **Politika Bilimine Giriş**, Bilgi Yayınevi.
- Karasu, Mithat Arman (2013). “*6360 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu Ve Olası Etkileri*”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt:15, Sayı:1.
- Kazancı, Metin (1976). **Türkiye’de Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamasına Genel Bir Bakış**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No:199, Ankara.
- Kazancı, Metin (1980). **Halkla İlişkiler**, SBF Basın Yayın Yüksek Okulu Basımevi, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayın No:459, Ankara.
- Kazancı, Metin (2007, 2006, 2002, 1997, 1995). **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

- Keleş, Ruşen (1994). **Yerinden Yönetim ve Siyaset**, Cem Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul.
- Kocabaş, Füsun, Müge, Elden, Nilay, Yurdakul (1999). **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İletişim Yayınları 511, 1. Baskı, İstanbul.
- Kongar, Emre (1985). **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, Remzi Kitabevi Yayınları, 4. Baskı.
- Köylü, Mustafa (2003). **Psiko-Sosyal Açıdan Dini İletişim**, Ankara Okulu Yayınları, Ankara.
- Mardin, Betül (1994), **Değerli Dostum**, (Der. Gül Ulkat), Sanimat Limited, İstanbul.
- MEHTAP (1966). **Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi Yönetim Kurulu Raporu**, Todaie Yayını, Ankara.
- Mıhçıoğlu, Cemal (1986). **Halkla İlişkiler Nedir?** (Der. Fermani Maviş, Halkla İlişkiler Seçme Yazılar İçinde), Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 154, AÖFY No: 66, Eskişehir.
- Mutlu, Erol (1995). **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınları, 2. Baskı, Ankara.
- Mutlu, Erol (2004). **İletişim Sözlüğü**, Bilim ve Sanat, Ankara.
- Naci, K. (1934). **Şehirler ve Belediyecilik**, İdeal Matbaası, Ankara.
- Nadaroğlu, Halil (1989). **Mahalli İdareler**, Beta Yayını, İstanbul.
- Negiz, Nilüfer (2007). *“Türkiye’de Büyükşehir Belediyelerde Hizmet Etkinliği ve Eğitim İlişkisi: Alan Araştırması ve Bir Model Önerisi, Yayımlanmamış Doktora Tezi” Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.*
- Okay Ayla. (2000), **Kurum Kimliği**. Ankara: Media Cat Kitapları, 2. Baskı.
- Okay, Ayla ve Aydemir, Okay (2002). **Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları**, Der Yayınları, İstanbul.
- Okay, Ayla ve Aydemir Okay (2005). **Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları**, Der Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Oktay Mahmut (1998). **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntemi ve Araçları**, Der Yayınları.
- Ortaylı, İlber (1985). **Tanzimat’tan Cumhuriyet’e Yerel Yönetim Geleneği**, Hil Yayını, İstanbul.

- Ortaylı, İlber (1990). “*Yerel Yönetim; Devraldığımız Miras*”, **Türk Belediyeciliğinde 60. Yıl, Uluslararası Sempozyum, 23-24 Kasım 1990, Bildiriler, Tartışmalar**, Metropol İmar A.Ş. Yayını, Ankara.
- Oskay, Ünsal (1992). **İletişimin ABC’si**, Simavi Yayınları, İstanbul.
- Ökmen, Mustafa (2009). “*Sürekli Değişme Ve Gelişme Sürecinde Kamu Yönetimi ve Yerel Yönetimler*”, **Yerel Yönetimlerin Güncel Sorunları**, Edit: Kemal Görmez ve Mustafa Ökmen, Beta Yayınları, İstanbul.
- Ökmen, Mustafa, Serhat, Baştan, Abdullah, Yılmaz (2004). “*Kamu Hizmetinde Yeni Yaklaşımlar ve Yönetişim Faktörü Olarak Yerel Yönetimler*”, **Kamu Yönetimi**, Ed. Abdullah Yılmaz ve Mustafa Ökmen, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Önal, Güngör (2000). **Halkla İlişkiler**, Türkmen Kitapevi 2. Baskı, İstanbul.
- Önder, Fahrettin (2006). “*Sivil Toplum Kuruluşlarının Hukuki Niteliği*”, **Yerel Siyaset**, Plato Danışmanlık, Yıl 1, s:7, Temmuz.
- Öner, Şerif (2001). “*Belediyelerde Yönetime Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi*”, **Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c.3, s.2.
- Özkök, Ertuğrul (1982). **Sanat, İletişim ve İktidar**, Tan Yayınları, Mart, Ankara.
- Öztürk, Azim (1996). “*Türkiye’de Halkın Yönetime Katılması, Mevcut Yerel Yönetim Anlayışı ve Çözüm Bekleyen Temel Sorunlar*”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c.4, c.4.
- Özüpek, M. Nejat (2010). **Belediyelerde Halkla İlişkiler**, Tablet Kitabevi Yayınları, Konya.
- Parlak, Bekir ve Hüseyin, Özgür (2002). **Avrupa Birliği ve Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Yerel Yönetimler**, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Peltekoğlu, Filiz Balta (1993). **Halkla İlişkilere Giriş**, Marmara Üniversitesi Yayın No:524, İstanbul.
- Peltekoğlu, Filiz Balta (2009, 2005, 2004). **Halkla İlişkiler Nedir?** Beta Yayınevi, 3. Baskı, İstanbul.
- Sabuncuoğlu, Zeyyad (1998), **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Ezgi Yayınevi, 4. b., Bursa.
- Sabuncuoğlu, Zeyyad (2004), **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Aktüel Yayınları, 7.b., İstanbul.

- Saran, Mehmet Ulvi (1996). “*Belediye Hizmetlerinde Halkı Bilgilendirme ve Halk Denetiminin Sağlanması*” **Çağdaş Yerel Yönetimler**, c.5, s.4, Ankara.
- Saygılıoğlu, Nevzat, Selçuk, Arı (2003). **Etkin Devlet: Kurumsal Bir Tasarı ve Politika Önerisi**. Sabancı Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı.
- Seçim, Hikmet, Selma, Coşkun (1992), **Halkla İlişkiler**, Anadolu Üniversitesi Yayın No:609.
- Sezer, Duygu (1972). **Kamuoyu ve Dış Politika**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No:339, Ankara.
- Sezer, Özcan (2008). “*Kamu Hizmetlerinde Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Türkiye’de Kamu Hizmeti Anlayışı Açısından Bir Değerlendirme*”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, c.4, s.8.
- Sezgin, Murat (2011), “Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halka Dönük Yönetim”, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, c.1.
- Soysal, Mümtaz (1968). **Halkın Yönetime Etkisi**, TODAİE Yayınları, Ankara.
- Tarhan, Nevzat (2011). **Kadın Psikolojisi**, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Tekeli, İlhan (1992). **Belediyecilik Yazıları (1976–1991)** Iula-Emme Yay..
- Torlak, Ömer (1999). **Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama**, Seçkin Yayınevi, Ankara.
- Torlak, Sevinç ve Yasin, Sezer (2005). “*Büyükşehir Belediye Reformu Üzerine Bir Değerlendirme*”, **Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar- 1: Reform İçinde** (Der: H. Özgür, M. Köşecik), Nobel Yayınları.
- Tortop, Nuri (1986). **Mahalli İdareler**, TODAİE Yayını, 2. Baskı, Ankara.
- Tortop, Nuri (1986). **Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, (Der.) Fermani Maviş, Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar) İçinde**, Anadolu Üniversitesi Yay. No: 154, AÖF Yay. No: 66, Eskişehir.
- Tortop, Nuri. (1992), “*Başşehirlerin Yönetim Biçimi*”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**. C.1, S.1.(Kasım).
- Tortop, Nuri (1993), **Halkla İlişkiler**, Yargı Yayınları No:18, (Mart), Ankara.
- Tortop, Nuri (1999), **Mahalli İdareler**, Yargı Yayınları, Gözden Geçirilmiş 6. Baskı, Ankara.
- Tortop, Nuri (2003). **Halkla İlişkiler**, Yargı Yayınevi, 8.Baskı, Ankara.

- Tortop, Nuri (2006). **Halkla İlişkilere Giriş**, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Tosun, Gülgün Erdoğan (2003). “*Sivil Toplum*”, **Çağdaş Kamu Yönetimi**. Editörler: Muhittin Acar, Hüseyin Özgür, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Tosun, Gülgün Erdoğan (2005). “*Türkiye’de Devlet Sivil Toplum İlişkisi ve Demokrasinin Pekişmesinin Önündeki Engeller*”, **Sivil Toplum ve Demokrasi**, Kaknüs Yay. 231, Sivil İnisiyatif:7, İstanbul.
- Tufan, Hülya (1995). **Kamuoyu Kimin Oyu?** Kesit Yayıncılık, İstanbul.
- Uludağ, Aşina (2008). “*Halkla İlişkilerde Stratejik Süreç*”, **Halkla İlişkiler**, Ed. A. Kalender- M. Fidan, Tablet Yayınları, Konya.
- Uludağ, İlhan (1980). “*Türkiye Ekonomisi(Teori, Politika Değerlendirme)*”, **M.Ü. Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Yayını**, İstanbul.
- Urhan, Vahide Feyza (2008). “*Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması*”, **Sayıştay Dergisi**. Sayı:70, Temmuz-Eylül.
- Uysal, Sezer (1987), “*Yerel Yönetimin Çevresi, Halkla İlişkiler ve Kanaat Araştırması*”, **Amme İdaresi Dergisi**, c.20, s.1, Ankara.
- Uysal, Birkan (1998). **Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler**, TODAİE Yayını No: 287, Ankara.
- Yayinoğlu, Pınar Eraslan (2005). **Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler**, Birsan Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul.
- Yalçındağ, Selçuk (1987). “*Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler*” **Halkla İlişkiler Sempozyumu-87 (İçinde)**, A.Ü. BYYO-TODAİE, (1988 B), Ankara.
- Yalçındağ, Selçuk (1987). “Belediyelerde Halkla İlişkiler”, **Türk İdare Dergisi**, s.377, Aralık.
- Yalçındağ, Selçuk (1995), “*Saydam ve Dürüst Belediyecilik*”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**. s.4(1).
- Yalçındağ, Selçuk (1996). **Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler**, TODAİE.
- Yalçındağ, Selçuk (1997). “*Yerel Yönetimlerde Etkinlik*”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, s.6(1), Ankara.
- Yavuz, Fehmi (1996). **Türk Mahalli İdarelerinin Yeniden Yapılanması**, Ankara.
- Yavuz, Fehmi ve Ruşen, Keleş (1989). **Yerel Yönetimler**, Turhan Kitapevi, 2. b., Ankara.

- Yılmaz, Rasime Ayhan (2013). **Halkla İlişkiler**, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2713 Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 1676, 2. b., Eskişehir.
- Yükselen, Cemal (2006). **Pazarlama İlkeler-Yönetim**, Detay Yayıncılık, 5. b., Ankara.
- Zıllıoğlu, Merih (1993). **İletişim Nedir?** Cem Yayınevi, İstanbul.

ELEKTRONİK SAYFALAR

- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2003/10/20031024.htm>
- <http://www.bimer.gov.tr/Forms/Docs/20063.pdf>
- <http://www.mevzuatdergisi.com/2009/03a/02.htm>
- (<http://www.kontder.org.tr/yerel-yonetimlerde.html>).