



T.C.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ORMAN MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI

**KAHRAMANMARAŞ VE OSMANİYE ORMAN İŞLETMELERİNDE HALKLA
İLİŞKİLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE BUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ**

HACI VELİ TATAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KAHRAMANMARAŞ

ŞUBAT- 2007

T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
ORMAN MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI

**KAHRAMANMARAŞ VE OSMANİYE ORMAN İŞLETMELERİNDE HALKLA
İLİŞKİLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE BUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ**

HACI VELİ TATAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kod No:

**Bu tez 09.02.2007 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından
Oy Birliği/Oy Çokluğu ile Kabul Edilmiştir**

.....
Prof. Dr.
Orhan ERDAŞ

DANIŞMAN

.....
Yrd. Doç. Dr.
Sezgin ÖZDEN

ÜYE

.....
Yrd. Doç. Dr.
Mehmet PAK

ÜYE

Yukarıda imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Özden GÖRÜCÜ
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı,5846 sayılı ‘Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.

İÇİNDEKİLER

SAYFA

İÇİNDEKİLER.....	1
ÖZET.....	VI
ABSTRACT.....	VIII
ÖNSÖZ.....	X
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	XI
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	XII
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	XIII
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Dünyada Halkla İlişkiler.....	3
1.2. Türkiye’de Halkla İlişkiler.....	3
1.3. Çevre Ve Orman Bakanlığında Halkla İlişkiler.....	3
1.4. İşletmelerde Halkla İlişkiler.....	5
1.4.1. İşletmelerde Halkla İlişkilerin Nitelikleri.....	6
1.4.1.1. İşletmelerde Halkla İlişkiler Sürekli Ve Sabırlı Çalışma İsteyen İki Yönlü İlişkidir.....	6
1.4.1.2. İşletmelerde Halkla İlişkiler Haberleşmeye Dayanır.....	7
1.4.1.3. İşletme-Halk İlişkilerinde Muhatap Olan Halk Değişik Tipte İnsanlardan Meydana Gelir.....	7
1.4.1.4. İşletmelerde Halkla İlişkilerin Verimliliği.....	8
1.4.1.5. İşletmelerde Halkla İlişkilerde Yöntem.....	9
1.4.1.6. Eğitim Halkla İlişkileri Etkilemektedir.....	9
1.4.1.7. İşletmelerde Halkla İlişkiler Siyasal Rejim İle İlgilidir.....	9
1.4.2. İşletme Fonksiyonları.....	9
1.4.2.1. Tedarik.....	9
1.4.2.2. Üretim.....	10
1.4.2.3. Sürüm.....	10
1.4.3. İşletme Fonksiyonlarının Halkla İlişkilerle İlişkisi.....	10
1.4.4. İşletmelerde Halkla İlişkilerin Amaçları.....	10
1.4.5. Halkla İlişkilerin Evreleri.....	11
1.4.5.1. Bilgi Toplama.....	11
1.4.5.2. Planlama.....	12
1.4.5.3. Uygulama.....	13
1.4.5.4. Değerlendirme.....	13
1.4.6. Halkla İlişkilerin Kapsamı.....	13
1.4.6.1. İç İlişkiler.....	13
1.4.6.2. Dış İlişkiler.....	14
1.4.7. Örgüt Yapısı.....	14
1.5. Devlet Orman İşletmelerinde Halkla İlişkiler.....	15
1.5.1. Orman İşletmelerinin Görevleri.....	15
1.5.2. Orman İşletme Müdürlüklerinde Halkla İlişkilerin Önemi.....	16
1.5.3. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkiler Açısından Bulunması Gereken Özellikler.....	16
1.5.4. Orman İşletmelerinde Çalışan Personelde Bulunması Gereken Özellikler.....	16

1.5.5. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkilerde İzlenecek Yol.....	17
1.5.6. Ormancılıkta Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Kullanılabilecek Araçların Önemi Ve Etkinliği.....	18
1.5.6.1. Yazılı Araçlar.....	18
1.5.6.1.1. Gazeteler.....	18
1.5.6.1.2. Broşürler.....	19
1.5.6.1.3. Levhalar.....	19
1.5.6.1.4. Takvimler.....	19
1.5.6.2. Sözlü Araçlar.....	19
1.5.6.2.1. Radyo.....	19
1.5.6.2.2. Televizyon.....	20
1.5.6.2.3. Film.....	20
1.5.6.3. Ağaç Bayramları.....	21
1.5.7. Ormancılıkta Halkla İlişkilerin Verimliliğe Etkisi.....	21
1.5.7.1. Ağaçlandırma Faaliyetlerinde Verimlilik.....	22
1.5.7.2. Üretim Faaliyetlerinde Verimlilik.....	22
1.5.7.3. Örgüt İçi Personelde Verimlilik.....	23
1.5.8. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler.....	23
1.5.8.1. Orman Zararları.....	23
1.5.8.2. Halkın Orman İşletmeleriyle Olan İletişimi, İletişimde Oluşan Eksiklikler Ve Bunların Giderilmesi.....	23
1.5.8.3. İşletme-Halk İşbirliği.....	24
1.5.8.4. Yöneticide Bulunması Gereken Nitelikler.....	25
1.5.8.5. Orman Köyleri Ve Kırsal Kesimde Yaşayan Halkın İşletmelerle Olan İlişkisi.....	25
1.5.8.6. Halkla İlişkilerde Eğitimin Önemi Ve Halkın Eğitimi.....	25
1.5.8.7. İşletmelerin Çeşitli Guruplarla Olan İlişkisi.....	26
1.5.8.8. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkilerin Ekonomik Gelişmeye Katkısı Ve Payı.....	26
1.5.8.9. Pazarlama.....	26
1.5.8.10. Basın-Yayın İle İlişkiler.....	26
1.5.9. Genel Olarak Faktörlerin Değerlendirilmesi.....	27
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	28
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	36
3.1. Materyal.....	36
3.2. Yöntem.....	37
3.2.1. Araştırma Yönteminin Amacı Ve Önemi.....	37
3.2.2. Araştırma Anketlerinin Hazırlanması Ve Uygulanması.....	38
3.2.3. Araştırmada Kullanılan İstatistiki Yöntemler.....	39
3.2.3.1. Khi-Kare Metodu.....	39
3.2.3.2. Sayısal Oranların Değerlendirilmesi Yöntemi.....	40
4. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	41
4.1. Khi-Kare Metoduna Göre Anket Bulguları.....	41
4.1.1. Orman İşletmesinin, Orman İçinde Ve Bitişğinde Yaşayan Toplumlara Sağladığı Hizmetler.....	41
4.1.2. Halkın, Orman İşletmesiyle Olan Şikayet Ve Önerilerini Orman İşletmesiyle Paylaşması.....	43

4.1.3. Orman İşletmesinin, Halkın Orman İşletmesiyle Olan Şikayet Ve Önerilerine Karşı Tutumu.....	45
4.1.4. Orman Yasaları Hakkında Halkın Bilgisi.....	47
4.1.5. Halkın Orman Yasalarınca Hakkında İşlem Yapılması.....	49
4.1.6. Orman İşletmesinin Halka Vermiş Olduğu Hizmetlerin Yeterliliği.....	51
4.1.7. Orman Teşkilatının İnternet Sitesinin Kullanılması.....	52
4.1.8. Orman İşletmesinin, Orman Köylüsünü Sosyo-Ekonomik Yönden Kalkındırması Çalışmaları.....	54
4.1.9. Orman Teşkilatının Kendisini Tanıtması.....	56
4.1.10. Halkın Orman Yangını Söndürmesi.....	58
4.1.11. Orman İşletmesinin Halka Toplantı Yapması.....	60
4.2. Sayısal Oranların Değerlendirilmesi Yöntemi.....	62
4.2.1. Ankete Katılan Halkın Yaş Durumunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	62
4.2.2. Anket de Yer Alan Etim Durumunuz Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	63
4.2.3. “Orman İşletmesiyle İlişkilerinizde İlgili Kişilere Ulaşım Kolaylığından Memnun musunuz?” Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	64
4.2.4. “Orman İşletmelerinde İstek Ve Sorularınızla İlgili Tatmin Edici açıklamalardan Memnun musunuz?” Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	65
4.2.5. “Orman İşletmesinin Halka Vermiş Olduğu Hizmette Tarafsız Olduğuna Ve Bağımsız çalıştığına İnanıyor musunuz?” Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	66
4.2.6. “Orman İşletmesinin Değişen Mevzuat Ve Gelişmelerden Sizi Haberdar Etmesinden Memnun musunuz?” Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	67
4.2.7. “Orman Teşkilatı Tarafından Yayınlanan (gazete, dergi, makale, broşür... v.b) Yayın Organlarına Ulaşabiliyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	68
4.2.8. “Çeşitli Ormancılık Günlerine Katılıyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	69
4.2.9. “Sizce Ormanların Korunabilmesi Ve Geliştirilebilmesi İçin Mutlak Surette Devlet Tarafından mı Yönetilmesi Ve İdare Edilmesi Gerekmemektedir?” Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	70
4.2.10. “Orman İşletmelerinin Ormancılık Konusunda Halkı Bilinçlendirmek İçin Yapmış Olduğu Faaliyetlere Halkın Katılmamasının Veya Eksik Katılmasının Sebebi Nedir?” Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	71
4.2.11. “Orman İçinde Ve Bitişğinde Yaşayan Toplumlara İşletme Yönetiminin Sağladığı Hizmetler Yeterlimi?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi.....	72
4.2.12. “Orman İşletmesiyle Olan Şikayet Ve Önerilerinizi Çekinmeden orman İdaresiyle Paylaşabiliyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi.....	73

4.2.13. “Orman İşletmesiyle İlgili Şikayet Ve Önerilerinizde Yönetimin Size Karşı Tutumundan Memnun musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi.....	74
4.2.14. “Sizi İlgilendiren Konularda Orman Yasalarıyla İlgili Bilginiz Var mı?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi.....	75
4.2.15. “Orman İle İlgili Yasalarca Hakkınızda Hiç İşlem Yapıldı mı?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi.....	76
4.2.16. “Sizce Orman İşletmesinde Verilen Ormancılık Hizmetleri Yeterli mi?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi.....	77
4.2.17. “Orman Teşkilatının Bilgi Sitelerine (Web) Hiç Girdiniz mi?” Sorusuna Verilen Yanıtların Değerlendirilmesi.....	78
4.2.18. “Orman İşletmesinin, Orman Köylüsünü Sosyo-ekonomik Yönden Kalkındırması İçin Yapmış olduğu Çalışmaları Yeterli Buluyor musunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	79
4.2.19. “Sizce Orman Teşkilatı Kendini Yeteri Kadar Tanıtabiliyor mu?” Sorusuna Verilen Yanıtların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	80
4.2.20. “Yangın Söndürmeye Gittiniz mi?” Sorusuna Verilen Yanıtların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	81
4.2.21. “Orman İşletmesi Halka Toplantı Yapıyor mu? Bu Yeterli mi?” Sorusuna Verilen Yanıtların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi.....	82
4.3. Anket de Yer Alan Yorum Sorularının Değerlendirilmesi Yöntemine Göre Anket Bulguları.....	82 83
4.3.1. Kahramanmaraş İçin Değerlendirmelerin Yapılması.....	83
4.3.1.1. Orman Teşkilatını Tanıyor musunuz? Hangi Nedenle Tanıyorsunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	83
4.3.1.2. Orman İle Halk Arasındaki İlişkilerin Daha İyi Geliştirilmesi İçin Sizce ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	83
4.3.1.3. Orman Teşkilatında Önemli Bulduğunuz Eksiklikler Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	83
4.3.1.4. Orman İşletmesiyle İlişkileriniz Var mı? Varsa Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	84
4.3.1.5. Sizce ormanları Tanıtmak, Korutmak Ve Yaşatmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	84
4.3.1.6. Orman İletmesinin Ne İş Yaptığını Biliyor musunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	84
4.3.1.7. Sizce Orman Teşkilatı Kendisini Daha İyi Tanıtmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	84
4.3.1.8. Orman Teşkilatının En Çok Takdir Ettiğiniz Özellikleri Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	85 85
4.3.2. Osmaniye İçin Değerlendirmelerin Yapılması.....	85
4.3.2.1. Orman Teşkilatını Tanıyor musunuz? Hangi Nedenle Tanıyorsunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	85
4.3.2.2. Orman İle Halk Arasındaki İlişkilerin Daha İyi Geliştirilmesi İçin Sizce ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	85
4.3.2.3. Orman Teşkilatında Önemli Bulduğunuz Eksiklikler Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	86
4.3.2.4. Orman İşletmesiyle İlişkileriniz Var mı? Varsa Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	86

4.3.2.5. Sizce ormanları Tanıtmak, Korutmak Ve Yaşatmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	86
4.3.2.6. Orman İletmesinin Ne İş Yaptığını Biliyor musunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	86
4.3.2.7. Sizce Orman Teşkilatı Kendisini Daha İyi Tanıtmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	87
4.3.2.8. Orman Teşkilatının En Çok Takdir Ettiğiniz Özellikleri Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar.....	87
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	88
KAYNAKLAR.....	94
EKLER.....	99
ÖZGEÇMİŞ.....	102

**T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
ORMAN MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZET

**KAHRAMANMARAŞ VE OSMANİYE ORMAN İŞLETME MÜDRLÜKLERİNDE
HALKLA İLİŞKİLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE
BUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ**

HACI VELİ TATAR

DANIŞMAN: Prof. Dr. Orhan ERDAŞ

Yıl: 2007 Sayfa: 101

**Jüri: Prof. Dr. Orhan ERDAŞ
: Yrd. Doç. Dr. Sezgin ÖZDEN
: Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK**

Günümüzde halkın inanmadığı, desteklemediği işleri gerçekleştirmek kolay olmamaktadır. Bu nedenle gerek kamu gerekse özel sektör kuruluşları hedef kitlesi olan halkın güven ve desteğini sağlayabilmek için çaba göstermektedirler. Ülkemiz ormanlarının işletimine ilişkin faaliyetleri gerçekleştiren devlet orman işletmeleri, sektörde halkla en yakın ilişkide olan birim olmaktadır.

Halkın güven ve desteğinin sağlanmasına yönelik yapılan çalışmaların tümü olarak açıklanan halkla ilişkiler kavramı, günümüzde mal ya da hizmet üreten kuruluşların başarılı olmasında çok önemli işlevlere sahiptir. Bir ülkenin doğal, kültürel ve rekreasyonel kaynaklarının korunduğu yer olan milli parklar, ilgili örgütlerin hatta Bakanlığın vitrini ve önemli bir halkla ilişkiler aracı durumundadır. Ülkemizdeki ormancılık örgütü etkinliklerinden olan milli park çalışmaları, çok ciddi

ve planlı bir halkla ilişkiler desteği gerektiren faaliyetlerin başında gelmektedir. Kaldı ki günümüzde gelişen kamuoyu bilinci ve artan ilgi gurupları toplum adına bilgi talep etmekte ve/veya uygulamaları etkilemektedirler.

Orman köylülerinin kalkındırılması sorunu 1982 Anayasası'nın 170. maddesinde de yer alan ülkemiz ormancılık politikasının iki temel amacından biridir. Orman köylülerinin kalkındırılması çabaları uzun bir geçmişe dayanmakta olup, bu amaçla ORKÖY (Orman ve Köy İlişkileri) adlı bir genel müdürlük de kurularak orman köylülerini kalkındırma çabalarına yardımcı olunmak istenmiştir. Ancak bugüne kadar orman köylülerinin kalkındırılmasını amaçlayan politika ve örgütlenmelerin istenen sonuçları vermediği de ilgili herkes tarafından kabul edilmektedir.

Orman köylüsünün problemlerine çare bulmak, onları sosyo-ekonomik yönden kalkındırmak, Türk Ormancılığının en önemli hedeflerinden biri olmalıdır. Bu amaçla orman-halk ilişkilerini süratle iyileştirecek yeni modeller geliştirilmeli ve yapılacak çalışmalara orman köylüsünün katılımı temin edilmelidir. Günümüzde kabul edilmektedir ki, halkın genel kabulünü görmeyen ve halk tarafından desteklenmeyen çalışmaların başarı şansı son derece azdır.

Türkiye de Orman işletmeleri, Devlet Ormancılığı'ndan "Toplum Ormancılığı"na geçiş yapmayı denemelidir. Toplum ormancılığının hareket noktası, köylüleri, kendi öncelikli sorunlarını tanımlama ve bu sorunlardan bazılarına uygun çözümler bulma sürecine katmaktadır. Köylülerin sorunları ve bu sorunların olası çözümleri, köylülere danışmaksızın, önceden tahmin edilemez.

Anahtar kelimeler: Devlet Orman İşletmeleri, Halkla İlişkiler, Ormancılık, Orman Köylüsü, Sürdürülebilir Orman İşletmeciliği, Orman Sertifikasyonu, Toplum Ormancılığı

**T.R.
UNIVERSITY OF KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM
INSTITUTE OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES
DEPARTMENT OF FOREST ENGINEERING**

MSc THESIS

ABSTRACT

**THE FACTORS AFFECTİNG THE PUBLIC RELATIONS İN THE
REGİONS OF KAHRAMANMARAŞ AND OSMANİYE
FOREST UNDERTAKİNGS**

HACI VELİ TATAR

Supervisor: Prof. Dr. Orhan ERDAŞ

Year: 2007 Pages: 101

**Jury: Prof. Dr. Orhan ERDAŞ
: Yrd. Doç. Dr. Sezgin ÖZDEN
: Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK**

Today, it is not easy to implement the operations which people do not believe and support. Therefore, both public and private sector organizations are striving to gain the reliance and confidence of their target groups. State Forest Enterprises which fulfill forest management activities in the forestry sector are the units in close relation with society in the Turkish forestry sector.

In present, public relation concept described as overall of operations done for providing the confidence and support of the society, has very important functions in the success of institutions producing goods and services. National Parks, which are the place which cultural and recreational resources of a country are protected, are showcase and very important public relation unit of the Ministry. A National Park operation which is one of the forestry activities in Turkey needs well-planned public

relation assistance. Moreover, public awareness and increased interest groups demand information and/or affect the applications on behalf of the society.

Development issue of forest villagers is one of two main objectives of Turkish forestry policies placed in the article 170 of 1982 Turkish Republic Constitution. The efforts to develop the forest villagers have a long past and for this purpose, a general directorate called as General Directorate of Forest – Village Relations was founded. However, everyone interested in this issue has also accepted that the policies and organizations aiming to develop the forest villagers have not given expected results so far.

To find a solution for the problems of forest villagers and develop them regarding the socio-economic aspects should be one of most important objectives of Turkish forestry. With this purpose, new models for improving the forest- village relations rapidly should be developed and the participation of forest villagers to the activities should be provided. Today, it should be accepted that the success chance of activities unsupported and unaccepted by the society is extremely low.

Forest Enterprises in Turkey should try to pass from State Forestry to Community based Forestry. One of the main prerequisites of community forestry is the participation of forest villagers to the process of defining their problems and seeking solutions for these problems.

Keywords: State Forest Enterprise, Public Relation, Forestry, Forest Villagers, Sustainable Forest Management, Community Forestry

ÖNSÖZ

Dünyanın birçok ülkesinde, birbirinden farklı derecede olmakla beraber bir yandan halkın ormanın gerçek değeri hakkındaki anlayışının eksikliğinden ve ormancılığın işlevleri konusundaki noksan ve yanlış bilgisinden, öte yandan da orman idaresinin halkın genel yardım ve desteğinden yoksun bulunmasından ve halkla mücadele halinde olmasından şikâyet edilmektedir. Aynı zamanda, orman kaynaklarının israf edilmesinde ve tahribinde ekonomik ve sosyal nedenler yanında halkın bilgisizliğinin ve kayıtsızlığının da büyük ölçüde payı bulunmaktadır. Bu bakımdan, orman ve ormancılık konularında geniş halk kitlelerinin aydınlatılması ve ormancılık çalışmalarının yürütülmesi için halkın anlayış ve desteğinin kazanılması zorunluluğu vardır. Ancak, halkın ormancılık konusunda bilgi sahibi kılınması ve aydınlatılması ile ormancılık sorunlarının çözümlenebilmesini düşünmek mümkün olmadığı gibi halkın yardım ve desteği olmadan ormancılık çalışmalarının düzenli ve başarılı bir biçimde yürütülmesini mümkün olmayacağına ve bunu sağlamada halkla ilişkiler çabalarının büyük rolü olduğuna inanmak gerekir.

Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansının orman prensiplerinde ve pek çok ormancılık müzakerelerinde tartışmaların önemli konuları arsında yer alan yerel topluluklarda, orman-halk ilişkileri kapsamında ele alınması öngörülen diğer önemli bir boyut olarak değerlendirilmektedir. Kırsal alanda yaşayan geleneksel kabileler, köylüler ve benzeri guruplar hayat şartları ve ekonomileri ormana son derece bağlı olan topluluklardır. Bu yerleşimlerin varlığı ve bunların sahip oldukları kültür, alışkanlık, gelenek ve hakları, orman kaynaklarının bir parçası olarak görülmektedir.

Orman kaynaklarının önemi ve çeşitlenerek artması ve piyasa fiyatının giderek yükselmesi planlamadan başlayarak işletilmesine kadar her safhasında köylülerin katılım ve desteğinin sağlanmasını gerektirmektedir. İşte halkın destek ve katılımının sağlanmasında halkla ilişkiler çabaları en önemli faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yukarda kısaca bahsedilen bu bilgilerin ve ifadelerin doğrultusunda halkla ilişkiler konusunun orman işletmelerine olan katkısını ve orman işletmelerinin halkla ilişkiler konusundaki düzeyini belirlemek için hazırlanan “Kahramanmaraş ve Osmaniye Orman İşletmelerinde Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler ve Bunların Değerlendirilmesi” adlı bu çalışma K.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Halkla ilişkiler gibi, ormancılığımız açısından çok önemli olan bir konuda bana çalışma olanağı sağlayan, yakın ilgi ve desteğiyle çalışmalarımı yönlendiren Sayın Hocam Prof. Dr. Orhan ERDAŞ’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmaların hazırlanmasında katkı sağlayan anket çalışmalarını değerlendirme ve sonuçlandırılmasına yardımcı olan büyük ilgi ve desteğini gördüğüm, Sayın Hocam Yrd. Doç. Dr. Sezgin ÖZDEN’e, Sayın Hocam Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK’a ve Sayın Hocam Arş. Gör. Mustafa ŞAHİN’e sonsuz teşekkürlerimi sunmayı bir görev bilirim.

Şubat 2007

KAHRAMANMARAŞ

HACI VELİ TATAR

ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa
Çizelge4.1. Ankete Katılan Deneklerin Yaş Guruplarının Oransal Tablosu.....	62
Çizelge4.2. Ankete Katılan Deneklerin Eğitim Durumlarının Sayısal Oranları Tablosu.....	63
Çizelge4.3. Orman İşletmesi İle İlgili Kişilere Ulaşım Kolaylığından Memnuniyetlik Tablosu.....	64
Çizelge4.4. Orman İşletmesindeki Personelin Halkın İstek Ve Sorularına Karşı Tatmin Edici Açıklamaları Memnuniyetlik Tablosu.....	65
Çizelge4.5. Orman İşletmesinin Vermiş Olduğu Hizmetlerin Tarafsızlık Ve Bağımsızlık Tablosu.....	66
Çizelge4.6. Orman İşletmesinin Değişen Ve Gelişen Mevzuatlardan Halkı Bilinçlendirme Tablosu.....	67
Çizelge4.7. Halkın Orman Teşkilatı Tarafından Yayın Organlarına Ulaşabilme Tablosu.....	68
Çizelge4.8. Halkın Çeşitli Ormancılık Günlerine Katılabilmesi Tablosu.....	69
Çizelge4.9. Ormanların Korunması Ve Geliştirilmesine İlişkin Ormanların Yönetim Şeklinin Belirlenmesi Tablosu.....	70
Çizelge4.10. Orman İşletmesinin Yapmış Olduğu Faaliyetlere Halkın Katılmama Sebebi Tablosu.....	71
Çizelge4.11. Orman İşletmesinin Orman Köylere Yapmış Olduğu Hizmetin Yerlilik Tablosu.....	72
Çizelge4.12. Halkın, Orman İşletmesiyle Olan Şikâyet Ve Önerilerinde Çekinmesi Tablosu.....	73
Çizelge4.13. Yönetimin, Halkın Şikâyet Ve Önerilerine Karşı Tutumu Tablosu.....	74
Çizelge4.14. Halkın Orman Yasalarıyla İlgili Bilgilerinin Durumu Tablosu.....	75
Çizelge4.15. Halka Orman Yasalarıyla İlgili İşlem Yapılması Durum Tablosu.....	76
Çizelge4.16. Orman İşletmesinde Verilen Ormancılık Hizmetlerinin Yeterlilik Durum Tablosu.....	77
Çizelge4.17. Halkın Orman Teşkilatının İnternet Sitesine Girme Durumunun Araştırılması Tablosu.....	78
Çizelge4.18. Halkın Sosyo-ekonomik Yönünün Orman İşletmesiyle Olan Durumu Tablosu.....	79
Çizelge4.19. Orman İşletmesinin Kendini Tanıtabilme Durumu Tablosu.....	80
Çizelge4.20. Halkın Orman Yangınlarına Karşı Hassasiyeti Tablosu.....	81
Çizelge4.21. Orman İşletmesinin Halka Toplantı Yapabilme Durumu.....	82

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 1.1. Asna'ya Göre Halkla İlişkiler Örgüt Şeması.....	15
Şekil 3.1. Araştırma Alanlarının Ülkemizdeki Coğrafi Yeri.....	36

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

DOİ	:	Devlet Orman İşletmeleri
FAO	:	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı
ORKÖY	:	Orman Köy İlişkileri
DPT	:	Devlet Planlama Teşkilatı
WEB	:	İnternet Bilgi Sayfası

1. GİRİŞ

Günümüz halkla ilişkilerinin temelleri Avrupa ve Amerika’da 19.Yüzyılda atılmaya başlanmış, esas itibariyle 1929 yılındaki ekonomik bunalımla önem kazanmış, İkinci Dünya Savaşından sonra gelişerek Amerika’dan bütün dünyaya yayılmıştır (Asna, 1998). Bu konudaki çabalar ülkemizde 1960’lı yıllarda kendisini göstermiştir. Ülkemizde çağdaş anlamda ilk halkla ilişkiler çalışması, 1961 yılında kurulan Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)’nin kuruluş şemasında yer alarak başlamıştır. Konu ilk kez 1966 yılında üniversite ders kitaplarında yer almıştır (Ertekin, 1986). Bu tarihlerden itibaren kamu ve özel sektör kuruluşlarının halkla ilişkiler bölümü gittikçe yaygınlaşmaya başlamış ve özellikle rekabet koşullarının arttığı son dönemlerde, özel sektör arasında daha da önem kazanmaya başlamıştır (Kurdoğlu, ve Kurdoğlu, 2002).

Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği, halkla ilişkileri, özel veya kamu kesimlerinde faaliyet gösteren bir kuruluş veya kurumun, ilişkide bulundukları kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek üzere sürekli olarak yapmış oldukları bir yönetme görevi olarak tanımlamıştır. Bu tanımlara göre halkla ilişkiler;

- a) En verimli bir haberleşme sistemini kurmak,
- b) Kurum veya kuruluşlar içinde beşeri ilişkiler alanında en büyük ölçüde sempati oluşturmak,
- c) Bir faaliyet hakkında en kapsamlı bilgileri sağlamak amacını gütmektedir (Tortop,1998).

Halkla ilişkiler, bir kurum veya bir kişinin kamu ile olan ilişkilerinin düzeltilmesi ve yorumu ile ilgili çalışmalardır (Encyclopaedia Britannica, 1967).

Bu güne kadar halkla ilişkilerin 200’ün üzerinde tanımı yapılmıştır. Bu denli fazla tanımın halkla ilişkilerin toplumu yakından ilgilendirmesi, toplumun siyasal kültürel yapı ve isteklerinin farklı olması ile yerine getirilmek istenen amaçların farklılığından ileri gelmektedir.

Halkla İlişkilerin ana gayesi halkı, yani kamuoyunu herhangi bir konuda etkilemek, belirlenen konuda onun desteğini ve güvenini kazanmaktır. İşletme politikalarının oluşturulması ve uygulanması konusunda, kamuoyundan görüş ve eğilimleri öğrenmek, işletmenin genel politikası ve topluma yararı konusunda kamuoyunu bilgilendirmek halkla ilişkilerin en genel amacıdır (Gürüz, 1993). İşletmeler halkla ilişkiler çalışmaları sayesinde ilişki içerisinde oldukları halk kitlelerinin desteğini ve katılımını sağlamaktadırlar.

Ülkemizde ormancılık sektörü bir kamu kuruluşu niteliğindedir. Başka bir ifadeyle Türkiye ormanlarının işletimi ve yönetimi devlet tarafından gerçekleştirilmektedir. Ülke alanının %26,6’sını teşkil eden 20,7 milyon hektar genişliğindeki orman kaynaklarının yönetimine ilişkin etkenlikler, Orman Bakanlığı’na bağlı ana hizmet birimlerinden birisi olan Orman Genel Müdürlüğü aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu Genel Müdürlüğün taşra teşkilatını oluşturan, 27 Orman Bölge Müdürlüğü bünyesinde yer alan 241 Devlet Orman İşletmesi (D.O.İ) söz konusu etkinliklerin yürütüldüğü temel birimler olmaktadır (Türker, ve DURUSOY, 2002).

Ülkemizde yeni gelişmeye başlayan halkla ilişkiler çalışmalarının önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmakta ve bu alanda faaliyet gösterecek birimlere yer veren kuruluşlar hızla artmaktadır. Ülke nüfusunun 1/8' inin yaşadığı, ülkemizin yaklaşık dörtte birini kaplayan bir alanda faaliyet gösteren Orman Bakanlığı ve Bakanlığın en faal birimini oluşturan (D.O.İ)'nin de bu akımın dışında kalması düşünülemez.

Bu gelişmelere paralel olarak, son yıllarda ormancılığın klâsik amaçları terk edilerek sosyal ormancılık, toplum ormancılığı gibi kavramlar gelişmeye başlamıştır. Dünyamızda gelişen halkla ilişkiler ve çeşitlenip güçlenen medyanın da etkisiyle, hava kirliliği, ozon tabakasının delinmesi ve incelmeye, erozyon ve ormanlık alanların hızla azalması insanoğlunun tepkisine neden olmaktadır. Artık ormanlar, içinde barındırdığı halktan korunması gerektiği düşüncesiyle değil, içindeki halkla bir bütün olarak ele alınmalıdır.

Kabul etmek gerekir ki, ormancılık sektöründe halkın desteğini almadan ağaçlandırma, bakım ve özellikle ormanların korunması gibi faaliyetlerin başarılı olması şansı çok azdır. Halkla ilişkiler konusu diğer tüm kamu ve özel sektör çalışmalarında olduğu gibi ormancılık sektöründe de aynıdır.

Konunun önemi, çok geniş kitleleri ilgilendirmesi, bu konudaki araştırmaların yeterli olmaması ve ormancılıkta halkla ilişkilere katkıda bulunması gayesiyle “Kahramanmaraş ve Osmaniye Orman İşletmelerinde Halka İlişkileri Etkileyen Faktörler ve Bunların Değerlendirilmesi” adlı böyle bir çalışma yapılmıştır.

Çalışma, Orman İşletmelerinin içerisinde olduğu 8 ayrı yerde uygulanan anketlerin ışığı altında hazırlanmıştır. Anketlerin homojen dağılım meydana getirmesine dikkat edilmiş ve elde edilen sonuçlar istatistikî yöntemlerden khi-kare metodu kullanılarak değerlendirilmiştir. Ankette yer alan yorum soruları ise deneklerin sorulara çoklu cevapların tercih edilen ilk 5 tanesi ile değerlendirilmiştir. Ayrıca sayısal oranların değerlendirilmesi tabloları da bu çalışmada kullanılan metotlar arasındadır. Bu sayede anket sorularına verilen cevapların çapraz ilişkileri incelenebilmiştir.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, halkla ilişkiler hakkında genel bilgiler, ikinci bölümde; halkla ilişkiler konusuyla ilgili bir literatür taraması yer almıştır. Üçüncü bölümde, kullanılan materyal ve yöntem anlatılmış, kullanılan anketlerin hazırlanması ve değerlendirilmesi ile ilgili bilgi verilmiştir.

Dördüncü bölümde, bir işletme fonksiyonu olarak halkla ilişkiler genelde ve özel olarak da, ormancılık sektöründe ele alınmıştır. Bu bölümde, ormancılık sektöründe halkla ilişkilerin önemi, amacı, kapsamı, örgüt yapısı, evreleri ve kullandığı araçlarla, halkla ilişkilerin verimliliğe etkisine değinilmiştir. Ayrıca bu bölümde orman-halk ilişkilerini etkileyen parametrelerin saptanması ve bu parametrelerin değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Beşinci bölümde ise, araştırmada kullanılan anketlerden elde edilen bulgulara ve khi-kare testi sonuçlarına yer verilmiştir. Elde edilen bulguların değerlendirilmesi ve yorumlanması da bu bölümde yer almıştır. Altıncı bölümde ise; yapılan çalışma ışığı altında elde edilen sonuçlar ve önerilere yer verilmiştir.

1.1. Dünya’da Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler dünyadaki sosyal değişimlerle birlikte önem kazanmaya başlamıştır. Halkın ağırlıklı olarak yönetimde bulunduğu ülkelerde kuruluşlar ve hükümetler halkla iki yönlü ilişki kurmak durumunda kalmışlardır. Sanayi devrimi ile birlikte halkla ilişkiler önem kazanmaya başlamış ve 19. yüzyıl ortalarında profesyonel olarak gündeme gelmiştir. (Mardin, 1996). Bu faaliyet dalının bir kurum olarak ortaya çıkması, idare eden ile edilen arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinin gereğinden ortaya çıkmıştır.

Günümüzde, özellikle demokratik yönetimlerde kamuoyunun önemi çok büyüktür. Halkın inanmadığı ve desteklemediği programları uygulamak ve bu konularda başarılı olmak mümkün değildir. Bu yüzden kamuoyundaki değişimler yakından izlenmeli ve hükümet veya idari politikalar buna göre ayarlanmalıdır. Günümüzde, gelişmiş ülkelerde halkla ilişkiler konusu büyük rağbet görmekte, çalışanları her yıl kat kat artmaktadır. Bu ülkelerde halkla ilişkilerin gelişmesiyle birlikte toplum daha katılımcı ve bilinçli bir hale gelmektedir.

1.2. Türkiye’de Halkla İlişkiler

Halkla ilişkilerin Türkiye’deki gelişimi 1960’lı yıllarda başlar. İlk olarak kamuda başlayan halkla ilişkiler çalışmaları son yıllarda özellikle özel sektörde gelişmeye başlamıştır. Ekonomik rekabet özel sektörde de halkla ilişkilerin önemini ortaya çıkarmıştır. Yani halkla ilişkiler bir toplumsal zorlanmanın sonucu olarak ortaya çıkan bir meslektir. Öyle olduğu içindir ki, Türkiye’de her alanda olduğu gibi, halkla ilişkiler önce kamu sektöründe başlamış ve devlet öncülüğünde Türkiye’ye gelmiştir. Sonraları ise özel sektörde gelişmiş, kamu sektöründe ise güdük kalmıştır (Asna, 1969).

Türkiye’de halen hizmet ve sanayi sektörünün önemli bir bölümü devletin yönetimindedir. Halkın problem ve isteklerinin çoğunun kamu kurumlarında çözümlenmesi gerekmektedir. Bundan dolayı kamu kurumlarında çalışanların zamanlarının büyük bir bölümü halkla ilişkiler içinde geçer. Kuruluş ile ilişki içinde bulunan bireyler problemlerinin çözümünün veya çözülememesinin nedenlerini bilmek ister. Konu ile ilgili olarak bilgilenmek onun en tabii hakkıdır.

Esasen Türkiye’de, kamuda halkla ilişkiler sürekli olarak ihmal edilmiştir. Kamu hizmeti halk için yapılmamış, adeta halkın kamuya hizmet etmesi düşünülmüştür. Ancak günümüzde, yazılı ve sözlü basının çoğalması ve çeşitlenmesiyle birlikte, artık kamu sektörü de halkla ilişkilere daha çok önem vermek durumunda kalmıştır.

1.3. Çevre ve Orman Bakanlığı’nda Halkla İlişkiler

Çevre ve Orman Bakanlığı’nın bünyesinde şu anda yalnızca Bakan’a bağlı Halkla İlişkiler Müşavirliği mevcuttur. Ancak, bu müşavirlik kuruluş ile onu ilgilendiren halk arasındaki ilişkileri düzenlemekte, bakanın halkla olan ilişkilerine yardımcı olmaktadır. Ayrıca Bakan’ a bağlı internet sitesinden halk sorularına cevap bulabilmektedir.

Ülkemizde yaklaşık 7 milyon orman köylüsü orman kaynağı ile iç içe yaşamaktadır. Bununla beraber giderek artan çevre bilincinin paralelinde, tüm toplum kesimleri orman

kaynakları yönetimi ile yakından ilgilenmektedirler. Diğer taraftan, sayıları giderek çoğalan sivil toplum örgütleri bu kaynakların işletilmesine ilişkin kararların alınması ve politikaların saptanmasında etkili olmak uğraşındadırlar. Kısacası D.O.İ'lerin ilişkide olduğu hedef kitlesi gün geçtikçe genişlemektedir (Türker, ve Dursoy, 2002).

Ülkemiz ormancılık sektöründe de diğer sektörlerde olduğu gibi yoğun halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunarak bu geniş kitlenin güven ve desteğini kazanmak ve orman işletmeciliği faaliyetleri etkin ve verimli kılınmak durumundadır.

Ülkemiz 21,2 milyon hektar (ha.) orman alanına sahip olup, ormanlarla kaplı alanlar ülkemiz genel alanının yaklaşık %26'sını kaplamaktadır. Bununla birlikte ormanlarımızın yarıdan çoğu (%51,9'u) bozuk niteliklidir. Yine ülkemiz ormanlarında yaklaşık 1,2 milyar metreküp ağaç serveti bulunmaktadır ve bu servetin %92,7'si yaklaşık 10 milyon ha. olan verimli ormanlarda yer almaktadır. Bozuk nitelikli yaklaşık 10,8 milyon ha. alanda ise ne yazık ki çok düşük miktarda ağaç serveti bulunmaktadır. Ayrıca yaklaşık 34 milyon metreküp olan yıllık artımında çok önemli bir kısmı verimli ormanlardan elde edilmektedir. Verimli ormanlarımızdaki servet miktarı hektarda 110,4 metreküp, bozuk alanlarda ise 8,1 metreküp civarındadır (Toksoy ve ark, 2002).

Ülkemiz ormancılığı şartlarında, özellikle örgüt dışı halkla ilişkilerin ve bu noktada da orman teşkilatı-orman köylüsü ilişkilerinin öne çıktığı görülmektedir. Yurdumuzda, mülkiyeti devlete ait 20,7 milyon ha. orman alanı içerisinde ve bitişiğinde, 18.688 adet orman köyünde yaşayan 7.050.671 orman köylüsü, D.O.İ'lerin ilişkide olduğu en önemli hedef kitlesi olagelmıştır (Türker, 1999). Bu nüfus 14.151.000 olan toplam köy nüfusunun %50' sini teşkil etmektedir (Konukçu, 2001).

Ülkemiz orman köylülerinin kalkındırılması çabaları içerisinde gerekli önem verilmeyen odun dışı orman ürünleri kırsal kalkınma açısından daha önemli bir kaynak konumundadır. Odun dışı orman ürünleri odun kömürü dâhil odun dışında ormandan elde edilen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Anonim, 1997). Odun dışı orman ürünlerinin içerisinde yer alan tıbbi ve aromatik bitkilerin ticaretinin 1996 yılında ulaştığı seviye 440.000 ton ve 1,3 milyar dolar olarak belirtilmektedir (Mulliken, 2000). Türkiye en çok tıbbi bitki ticareti yapan ülkeler arasında 12. sırada yer almasına (Koç ve ark, 2000) rağmen orman köylülerinin ve ülkemizin bu zenginlikten yeterince yararlandığı da söylenemez.

Orman köylerinde yaşayan köylüler özellikle aile başına düşen gelir düzeyinin düşük olması nedeniyle tasarruflarının, dolayısı ile sermaye birikimlerinin yetersizliği, kamu yatırımlarından ayrılan payın azlığı, büyük ölçüde kapalı ekonomi şartları yaşamaları, endüstriyel üretimin azlığı, Pazar için yapılan üretim düzeyinin düşüklüğü ve her zaman için erozyona maruz olan alanlarda ilkel tekniklerle yapılan tarım ve hayvancılık faaliyetlerinde verim düşüklüğü nedenlerinden dolayı, asgari hayat şartlarının gerektirdiği geliri sağlayamamaktadır (Türker ve Ayaz, 1998).

Bu koşullar altında yaşayan insanların hayat standardı ülke hatta kırsal kesim ortalamasının çok altındadır. Bu nedenlerden dolayı, orman köylüleri orman kaynaklarına yönelmekte, yerleşim yeri ve tarla elde etmek için ormanlarda açmacılık yapmakta, kaçakçılık ve orman içinde hayvanlarını otlatmak sureti ile hayatlarını sürdürmektedirler.

Nitekim orman ürünlerine olan talebin sürekli olarak karşılanamaması ve ormanların içinde ve bitişiğinde yaşayan köylülerin ormanlara yönelik olumsuz baskılarını en aza indirmek için gerekli önlemlerin etkin hale getirilememiş olması nedeniyle ormancılık sektörü, odun hammaddesi arz ve talebi arasındaki dengeyi kuramamış ve orman köylülerinin fakirlik alt sınırındaki hayat standartlarını yükseltmemiştir (Türker, 1999).

Bu durum ormancılık faaliyetlerinde halkla ilişkilerin önemini açıkça ortaya koymaktadır. Ormancılık ilkelerini teşkil eden ormanların korunması, geliştirilmesi ve işletilmesi faaliyetlerinin başarıyla yürütülebilmesi için ormanla iç içe olan insanların çalışmalarına desteğinin sağlanması gereklidir. İşte burada görev halkla ilişkilere düşmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetleri halk ile idare arasındaki diyalogu sağlayacaktır.

Ancak, ne yazık ki günümüze kadar ormancılık sektöründe ve bu sektörü oluşturan Devlet Orman İşletmelerinde halkla ilişkilere yeterince önem verilmediği anlaşılmaktadır. Orman Bakanlığının konuya yeterince önem vermemesinin yanı sıra, ormancılıkta halkla ilişkiler konusunda da yeterli sayıda yayın bulunmamaktadır. Son yıllarda özellikle görsel medyadaki gelişmeler ve halkın isteklerinin daha bilinçli hale gelmesi Orman Bakanlığı'nı bazı tedbirler almaya sevk etmiş ve 1995 yılında bir tamim yayınlayarak her orman işletmesinde bazı personelin halkla ilişkiler ile görevlendirilmesi istenmiştir.

1.4. İşletmelerde Halkla İlişkiler

1929'da ortaya çıkan ekonomik sorunlar işletmeleri iktisadi ve mali sıkıntılar içine sürüklemiş ve bu da Halkla ilişkilerin zorunluluğunu ortaya koymuştur. Bu durum, işletme sahiplerini çalışma felsefesinde bir takım yeniliklere gidilmesi gereğine götürmüştür. Bu kanaat özellikle insanı ve bilhassa işyeri bünyesinde çalışan ferdi, farklı bir açıdan değerlendirme görüşüne haklılık kazandırmıştır. İşletmeyi sadece üretimin yapıldığı ve ilişkilerin iş organizasyonu ile ilgili olduğu bir yer olarak görmek mümkün değildir. Nitekim işçi-işveren, amir-memur gibi farklı kesimlerin sağlıklı bir sosyal ilişki içerisinde olması, ekonomik ve siyasi kurumların tüm faaliyetlerine olumlu bir şekilde etki yapacağı kesindir (Şener, 1992).

Halkla ilişkiler, genel olarak, kuruluş için halkın güven ve desteğini sağlamak amacı gütmektedir. Bu genel amacın gerçekleşmesine yönelik başkaca amaçlar da vardır. Bu amaçları daha çok kamu kuruluşları yönünden aşağıdaki biçimde özetlemek mümkündür (Mihçioğlu, 1971):

- 1- Halkı aydınlatmak, kuruluşu ve izlediği politikayı halka benimsetmek,
- 2- Halkta yönetime karşı daha olumlu tutumlar oluşturmak,
- 3- Yönetimle olan ilişkilerde halkın işlerini kolaylaştırmak,
- 4- Kararların isabetli oluşturulması için halktan bilgi almak,
- 5- Yasalara uyulmasını sağlamak için yasalar hakkında halka aydınlatıcı bilgiler vermek,
- 6- Hizmetlerin etkin bir şekilde yürütülmesi için halkın işbirliğini sağlamak,
- 7- Yasal düzenlemelerdeki aksaklıkların giderilmesinde halkın öneri ve şikâyetlerinden yararlanmak.

Bir kuruluştaki ya da işletmede tek kelime ile halkla ilişkiler hizmetine karar verecek insanın, işverenin ya da patronun kendisi olduğu söylenebilir. O halde işverene "Günümüzde dünyanın artık bir iletişim ve halkla ilişkiler çağında yaşadığının" anlatılması gerekmektedir.

Gelişmiş ülkelerde halkla ilişkilerin, öncelikle özel sektörle önemli ölçüde özdeşleştiğini, bir üst yönetim fonksiyonu olarak benimsendiğini, kimi zaman halkla ilişkiler uzmanının patronun en yakın çevresinde yer aldığı ve kendisine danışılmadan kuruluşun iç ve dış ilişkilerine yönelik kararlar alınmadığı görülmektedir.

İşletmelerde halkla ilişkilerin temel ilkeleri, 8 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler ve kısa açıklamaları aşağıda verilmiştir (Tortop, 1998).

- a) İki yönlü ilişki kurmak; Bir yandan kamuoyuna gerekli ve yeterli bilgiler sunarak kamuoyunun ilgi ve desteğini kazanırken diğer yandan halkın işletmelerden beklentileri istek ve tepkileri anlaşılmalı çalışılmalıdır.
- b) Doğru bilgi vermek; Kamuoyunun inanç ve desteğinin kazanılması halka doğru bilgi vermekle olasıdır. Halka yanlış ve yalan bilgi verilmesiyle halk işletmeye olan inancını ve güvenini kaybetmiş olur.
- c) İnandırıcılık; Bir mesajın inandırıcı olabilmesi için verilen bilgi ile elde edilen sonucun tutarlı olması gerekir.
- d) Sabırlı çalışmak; İşletmelerde personel ve halkla olan ilişkiler devamlı olan ve sabırla çalışmak isteyen bir eylemdir.
- e) Yaygın sorumluluk; İşletmelerde halkla ilişkiler öncelikle tatlı bir tebessüm ve güler yüzle başlar. Halkla ilişkiler bölümünde çalışan personelin vücut dilini ve etkili konuşmayı iyi bilmesi gerekir.
- f) Açıklık; İşletmelerde çalışan personel kendi aralarında ve halka karşı olan münasebetlerinde açık ve şeffaf bir tavır sergilemeli bilgilerini halka açıklamaktan çekinmemelidir. Ayrıca halktan gelen her türlü fikre açık olmalıdır.
- g) Yineleme ve süreklilik; Halk yinelenen mesajları daha iyi algılar ve onlardan etkilenir. Orman işletmelerinin, özellikle kırsal kesimde ve köylerde yaşayan halka duyuracağı bir ilanı tekrar tekrar yayınlamalı ve halkın bilgilendirilmesinden emin olmalıdır.
- h) İşletmenin imajı; İşletmenin çalışan personeliyle, demirbaş eşyalarıyla, çalışma sistemi ve prensipleriyle halka güven vermeli ve halkta sempati oluşturmalıdır (Tortop, 1998).

1.4.1. İşletmelerde Halkla İlişkilerin Nitelikleri

İşletmelerde halkla ilişkilerin nitelikleri ise, 8 ana başlık altında kısa açıklamalar ile değerlendirilmiş ve bunlar aşağıda verilmiştir.

1.4.1.1. İşletmelerde Halkla İlişkiler Sürekli ve Sabırlı Çalışma İsteyen İki Yönlü İlişkidir

İşletmelerde halkla ilişkiler tek yönlü olmayıp, hem işletme hem de halk aktif durumda olabilir. Halkla ilişkilerde işletme karşı tarafın, halkın tepkisine önem verir, bunları değerlendirir. İşletme halkı etki altında bulundurulur. Çeşitli imkânlardan

yararlanarak halkı belli bir düşünce, fikir ve eyleme inandırmaya çalışır. Buna karşı halk sadece etkilenmekle kalmaz. İşletmenin inandırmaya çalıştığı düşüncelere, hareketlere karşı tepkide bulunur. Halk işletmenin kararlarına, düşüncelerine tepkide bulunmakla yetinmez, ayrıca işletmenin harekete geçmediği konularda işletmeyi harekete geçirmek için ona etkide de bulunur. Bu bakımdan halkla ilişkiler işletmeden halka, halktan işletmeye giden iki yönlü bir ilişkidir.

Sağlam bir halkla ilişki sağlam bir dostluğa benzetilebilir. Dostluk, karşılıklı tanışma, yardımlaşma ve uzun süren bir arkadaşlık sonunda kazanılır. Sağlam dostluğun kazanılması nasıl zamana bağlı ise işletmelerde iyi bir halkla ilişki kurulabilmesi de zamana ve sabırla çalışmaya bağlıdır (Tortop, 1998).

1.4.1.2. İşletmelerde Halkla İlişkiler Haberleşmeye Dayanır

İşletmeyle halk arasında haberleşme sisteminin iyi ve düzenli olması halkla ilişkilerde başarıyı etkiler. Halkla ilişkilerde haberleşme araçları olarak film, radyo, televizyon, konferans, ders, öğretici şemalar, grafik, afiş v.b. gösterilebilir (Tortop, 1998).

Ülkemizde bilgi edinme hakkı yasası kanunlaşmış olup halk, her türlü çelişki ve problemlerini dilekçe ile sorup işletmeden öğrenebiliyorlar. Ancak kırsal kesimde ve orman köylerinde yaşayan halk bu konuda çekingen tavırlar sergilemektedir. Halka sunulan hizmetleri iyileştirmek için işletmenin uygulama kurallarını basitleştirmesi en önemli bir adımdır. Bunun yanında işletmeyle halk ilişkilerinin niteliğinin geliştirilmesi için işletme yaptığı çalışmaları ve planlarını halka anlatmakta ve bilgi vermede yeterli olamamaktadır.

Haberleşme ve kabulün iyileştirilmesi, işlerin daha kolay ve basit görülmesi önlemleri yanında işletme, halkla ilişkiyi sağlayan kurumları güçlendirilmesine çalışmıştır. Halk, basit bir vatandaş olarak değil, sosyal bir partner (çalışma arkadaşı) sayılması, onlarla politik ilişkide daha kısa ve dolaysız ilişki kurulması kabul edilmiştir. Bunun için, dernekler gibi gönüllü kuruluşların temsilcilerinin karar ve faaliyetlere katılmaları önerilmiştir (Tortop, 1998).

Halkla ilişkilerin temeli haberleşme olduğuna göre, haberleşmeye engel olan güçlüklerle savaşmak, bu güçlükleri ortadan kaldırmak işletmenin görevleri arasındadır. Bununla beraber haberleşmeyi etkili kılan önemli bir konuda dil konusudur. Herkes tarafından anlaşılabilir yazı ve konuşma dilinin bulunup kullanılması, halk ve hükümetlerin haberleşmesini kolaylaştırır, etkili hale getirir.

1.4.1.3. İşletme-Halk İlişkilerinde Muhatap Olan Halk Değişik Tipte İnsanlardan Meydana Gelir

Bir işletmenin halkla ilişkileri deyince, aklımıza önce o işletmenin kendi içinde çalışanlarla ilişkileri, sonrada işletme dışındaki kitle, halk veya vatandaşlarla ilişkileri gelir. Hitap edilen kitle, halk çok kişiden meydana gelen büyük bir grup olabileceği gibi birkaç kişiden ibaret de olabilir.

Halk; işletmenin çalışmalarını etkileyen veya ondan etkilenen kişilerin toplamıdır. Burada nitelikten daha çok nicelik önem taşımaktadır. Sayı çokluğu, kalabalık halk demek değildir. Fakat bir sokakta toplanmış, tesadüfen bir araya gelmiş 100 kişinin nitelikleri halkı oluşturabilir. Halk aynı nitelikleri taşıyan kişilerin bir araya geldiği homojen bir kitle değildir. Halkı oluşturan kişileri birbirine bağlayan ortak nitelikleri bulunmayabilir. Belli bir çıkarları bulunmayan bir insan yığını söz konusudur. Böyle bir topluluk, kamuoyu görevlisinin her zaman dikkatle izlemesi gereken bir topluluktur.

Kamuoyu; ortak çıkarları olan bir halk topluluğudur. Kamuoyunun meydana gelmesi gibidir. İnsanların fikir ve düşünceleri kültür düzeyleri ile ilgilidir. Gelenekler, eğitim, çevre ve inanış gibi unsurlar insanın fikir ve davranışlarını etkiler. İnsanların fikir ve davranışları çoğunluğa veya kitleye mal olduğu zaman kamuoyu meydana gelir (Tortop, 1998).

Kamuoyu birçok fertlerin fikir, düşünce ve davranışlarının aynı olması, benzer tepkide bulunmaları ile doğmaktadır. Eğer haberleşme yanlış doğrultuda olur, iyi işlemezse, fertler yanlış fikir ve kanaatlere sahip olurlar, kamuoyu da şaşırtılmış olur. Tepkileri makul olmayabilir. Bu bakımdan kamuoyuna yeterli ve doğru bilgilerin ulaştırılması gerekir.

Kamuoyuna bazen yanlış ve uydurma haberler ulaştırılır. Yanlış haberlerle aldatılan kamuoyu ümit edilmedik tepkilerde bulunabilir. Halka yeter derecede bilgi verilmesi ve yakın ilişki kurulması hiç kuşkusuz bu çeşit davranışları önler.

Halkla ilişkileri asıl amacı kamuoyunu etkileme ve ona yön verme olduğuna göre, uygulayıcıların işletme şeflerinin kamuoyunun nasıl oluştuğunu, bunun gelişmesini ve anlamını iyi bilmeleri gerekir.

Kitle; Halk tarafından temsil edilen bir grubun adıdır. Ulusal bir olayla heyecanlananlar, aynı arazi parçasında çıkarı bulunanlar, bir cinayet haberi ile ilgilenenler kitleyi oluştururlar (Tortop, 1998).

Kitle değişik mesleklerden bütün sosyal tabakalardan fertleri içine alabilir. Kültür seviyelerinin, mesleklerinin, yaşam düzeylerinin değişik olmasının kitlenin meydana gelmesine etkisi yoktur. Örneğin bir orman yangınına söndürmeye çalışan halk katmanları değişik, meslek, kültür ve seviyeden olabilir.

Kitle, örgütlenmiş bir grup değildir. Rastlantı sonucu bir araya gelmiş isimsiz kişilerden meydana gelmiştir. Kitleyi oluşturan kişilerin birbirine etkisi veya düşünce ve tecrübe alış verişi olmamıştır.

1.4.1.4. İşletmelerde Halkla İlişkilerin Verimliliği

Halkla ilişkilerde, reklâmcılıkta olduğu gibi kesin verimliliği saptamak, kazancı bulmak mümkün değildir. Halkla ilişkilerin amacı kazanç sağlamak değildir, kuruluşu tanıtmak ve beğendirmektir. Bunun için halkla ilişkilerin doğrudan doğruya verimlilik üzerine olan etkisini kesin olarak ölçmek mümkün değildir. Ancak yapılan çalışmaların sonucu olumsuz olduğu zaman halkla ilişkilerin verimliliği, değeri açıkça görülür.

1.4.1.5. İşletmelerde Halkla İlişkilerde Yöntem

Halkla ilişkilerde çalışma biriminin saptanması için önce olayların sistemli olarak araştırılması, analizi, ölçülmesi ve planlı bir şekilde çalışmaların hazırlanması gerekir. Halkla ilişkiler operasyonlarının yürütülmesi için planlı hazırlanma kesinlikle zorunludur. Bu hazırlık bir çeşit seçimdir. Duruma göre basın konferansı, kongre, açılış, seminer vb. yollar seçilebilir (Tortop, 1998).

1.4.1.7. Eğitim Halkla İlişkileri Etkilemektedir

Halkın eğitim seviyesi, halkla ilişkileri hem idare hem de halk yönünden etkilemektedir. Halkın okuma yazma-oranı yüksek olan yerlerde insanlar hak ve çıkarlarına daha bilinçli olarak sahip çıkmaktadırlar. Aynı zamanda işletmelerdeki idarecilerde halka ve onların haklarına karşı daha saygılı hareket etmektedirler. Eğitim derecesinin, özellikle okuma-yazma oranının yüksekliği yönetim ile halk arasında haberleşmenin niteliğini ve niteliğini artırmaktadır (Tortop, 1998).

1.4.1.8. İşletmelerde Halkla İlişkiler Siyasal Rejim İle İlgilidir

Demokratik bir siyasi düzene sahip olan ülkemiz halkı heyecanlı ve hareketli olduğu sürece halkla ilişkiler faaliyeti de o denli etkili olur (Tortop, 1998).

1.4.2. İşletme Fonksiyonları

Bir işletmenin işlevlerini üç grup altında incelemek mümkündür. Bu işlevler, tedarik, üretim ve sürüm dür.

1.4.2.1. Tedarik

Tedarik, üretim etmenlerinin işletme yönetiminin emrine hazır kılınması demektir (Tosun, 1992). Tedariki de maddesel araçların tedariki, parasal araçların tedariki ve insansal araçların tedariki şeklinde üç gruba ayırmak mümkündür.

Maddesel etmenlerin tedariki, satın alma, kiralama ve kendisinin üretmesi yoluyla yapılabilir. Her işletme konusu olan mal ve hizmetin üretimi için gerekli olan öğeler ve bunları üretmek için gerekli bulunan işlemlerin ancak belirli bir kısmını kendi yapabilir, geri kalan öğe ve işlemleri başka işletmelerin yapması, yani unsurlardan bir kısmını satın alması veya kiralaması gerekir. İşletmenin yapı ve faaliyetleri para temininin çeşit, biçim ve miktarını etkileyebilir. İşletmenin yapısı, daha çok anamaldan oluşmuş ise, daha çok öz ve uzun süreli yabancı anamal kaynaklarına; daha çok döner anamaldan oluşmuş ise, kısa ve orta süreli yabancı kaynaklara başvurmak hem zorunlu hem de uygun olur. İnsansal etmenin tedariki seçme, yetiştirme ve yerleştirme gibi üç faaliyet alanı oluşturabilir. Gerek duyulan iş gücünün kalitesi, türü ve miktarı tedarik şekli üzerinde etkili olabilir (Tosun, 1992).

1.4.2.2. Üretim

Üretim, gereksinmelere karşılık verecek mal veya hizmet ortaya çıkarmak veya var olan mal veya hizmetlerin değerini arttırmak faaliyetidir. Üretim süreci çeşitli işletme kollarında farklılıklar gösterir. Tarım işletmelerinde ürün elde etmek, sanayi işletmelerinde mal yapmak ve ticaret işletmelerinde de ihtiyaç duyulan yer ve zamanlarda mal veya hizmeti alıcının emrine sunmak üretim faaliyeti örneklerindendir. Üretim süreci, genellikle bir mal meydana getirme gibi teknik bir süreç değil, çok geniş kapsamlı ekonomik bir süreçtir.

1.4.2.3. Sürüm

İşletmelerde üretilen mal ve hizmetlerin sürümü, onların satışa hazırlanması ve satış işlerini ifade eder. İşletme faaliyetlerini yönlendiren, şekillendiren odun ürünlerinin pazarlanabilmesidir. Pazarlama imkanları kısıtlıysa veya yoksa nihayet stoklarını doldurana kadar faaliyetlerini sürdürebilir (Miraboğlu, 1983). Sürümü teşvik etmek için çeşitli tedbirler alınabilir. Bunları müşterinin aydınlatması ve satın alma isteğinin uyandırılması diye iki gruba ayırmak mümkündür. Reklam, ilan ve müşteriye memnun edici ve ona birçok kolaylıklar sağlayıcı önlemler bu arada sayılabilir.

1.4.3. İşletme Fonksiyonlarının Halkla İlişkilerle İlişkisi

Her işletme, konusu olan mal veya hizmetin üretimi için gerekli olan öğeleri ve bunları üretmek için gerekli bulunan işlemlerin ancak belirli bir kısmını kendi yapabilir, geri kalan öge ve işlemleri başka işletmelerin yapması, yani unsurlardan bir kısmını satın alması veya kiralaması gerekir (Tosun, 1992). Gerek mal tedarikinin yapıldığı işletmelerle olan ilişkiler ve gerekse de insan gücü temini ve yetiştirilmesi aşamasında halkla ilişkiler önemli bir fonksiyon olarak ortaya çıkar. Halkla ilişkiler faaliyetleri karşılıklı ilişkilerin düzenlenmesinde önemli bir rol oynar.

Üretim aşamasında halkla ilişkiler, örgüt içi ve dışı olmak üzere iki gruba ayrılabilir. İşletme içinde üretim ve verimin artırılması örgüt içi halkla ilişkiler kapsamında yer alırken, üretim miktarının tespitinde de örgüt dışı halkla ilişkiler devreye girmektedir. Sürümü teşvik etmek için çeşitli önlemler alınabilir. Bunları, müşterinin aydınlatılması ve satın alma isteğinin uyandırılması diye iki gruba ayırmak mümkündür. Reklam, ilan ve müşteriye memnun edici ve ona birçok kolaylıklar sağlayıcı önlemler bu arada sayılabilir (Tosun, 1992). Halkın ürün hakkında aydınlatılmasında halkla ilişkiler bölümü önemli bir işlev görmektedir.

İşletmelerin büyüklüğü, hizmetinde bulunduğu halk kesiminin niteliği ve önemi, halkın işletmeye karşı tutumu, işletmenin finansal kaynakları, işletmenin içinde bulunduğu ekonomik, sosyal ve politik ortam ve benzeri şartlar, bir işletmenin halkla ilişkiler işlevini etkiler (Şahin, 1996).

1.4.4. İşletmelerde Halkla İlişkilerin Amaçları

Kamu kurumları üstlendikleri görevleri yerine getirirken büyük boyutlarda harcama yapmaktadırlar. Bu harcamalar sonucunda yapılan işin başarıya ulaşması yapılan

çalışmanın halka benimsetilmesi ile mümkündür. Bu yapılırsa sorunlara yeni sorunlar eklenmeden ve bundan dolayı da fazla zaman kaybetmeden başarıya ulaşılabilir. Demokrasi ile yönetilen ülkelerde, kamu kuruluşlarının halkın beklentisi, dilek ve yakınmalarına ilgisiz kalamayacakları kuşkusuzdur.

Kuruluşların başarıları çevre ile kurdukları iyi ilişkilerle yakından ilgilidir. Destek ve güveni kazanılan kitlelerle amaca varmak çok daha kolaydır. Halkın yönetimi desteklemesi belirli ölçüde onun kendisi için yararlı ve olumlu çalışmalar yaptığına inanmasına bağlıdır. Bu sebeplerden dolayı günümüzde hedef kitle ile özel veya kamu kuruluşları arasında karşılıklı güvene dayalı ilişkileri geliştirmek zorunlu hale gelmektedir.

Bir kamu kuruluşunda düzenli ve programlı bir şekilde yürütülen halkla ilişkiler çalışmaları, iki önemli örgütsel amacın gerçekleştirilmesine katkıda bulunabilmekte, daha doğru bir söyleyişle, bu amaçların gerçekleşmesinin vazgeçilmez ögesi olmaktadır.

Bu örgütsel amaçlar,

—Halkta kuruluş için destek ve güven sağlamaya yönelik olumlu görüntü yaratması,

—Kuruluşun hizmet politikalarının halk beklentileri doğrultusunda geliştirilmesi ve bu politikalara uygun çalışmaların daha verimli ve etkili duruma getirilmesi olarak özetlenebilir.

1.4.5. Halkla İlişkilerin Evreleri

Halkla ilişkiler fonksiyonu; araştırma yapmak suretiyle halkın eğilim ve düşüncelerini elde eder, değerlendirir ve bu bilgileri kurum yönetimine iletir. Kurumların kurallar, politika ve faaliyetleri karşısında halkın düşüncesi ve toplumsal eğilimler tespit edilir. Bu kurallar, faaliyet ve politikalar halkın ihtiyacını karşılamaz veya toplumsal sorumluluğa aykırı olursa değiştirilirler. Halkla ilişkiler, kurumun sorumluluklarını göz önünde bulundurarak, kurumun faaliyetlerini de içeren, halk için, iyi niyetli, anlaşılır ve kabul edilebilir bir program gerçekleştirir.

Halkla ilişkiler çalışmasının etkinliğinin kontrolü, değişik değerlendirme metotları kullanılarak yapılır. Bu değerlendirme çalışması kuruma yardım amacıyla oluşturulan halkla ilişkiler program ve sürecinin ne kadar iyi veya ne kadar yetersiz olduğunu ortaya koyar.

Simon'un kısaca RACE olarak formüle ettiği halkla ilişkiler süreci; Research (Araştırma), Action (Planlama), Communication (Haberleşme) ve Evaluation (Değerlendirme) bölümlerinden oluşmaktadır (Simon, 1986). Asna'ya göre ise; halkla ilişkiler faaliyeti, Bilgi Toplama, Planlama, Uygulama ve Değerlendirme bölümlerinden oluşur (Asna, 1998).

1.4.5.1. Bilgi Toplama

Bir halkla ilişkiler çalışmasının ilk evresi hedef kitle hakkında bilgi toplamadır. Başarılı bir çalışma, iyi bir ön hazırlığı gerektirir. Yapılacak çalışmadan ne beklenildiğini bilmek için önce sorun ortaya konmalıdır. Sonra araştırmada kullanılacak teknikler tespit

edilmeli, bunun için kullanılabilecek araştırma tekniklerinden yapılacak çalışmaya en uygun olanı seçilmelidir (Karasar, 1991).

Orman köylerine yönelik yapılacak bir çalışmada, bu köye yönelik varsa daha önceki çalışmalar incelenir, çalışma sonuçları değerlendirilir. O yöreye ait amenajman planları temin edilerek, orman durumu ve verimi, Orman İşletme Müdürlüklerinden ise; bu kitlenin ormancılık çalışmalarına katkısı ile varsa bu çalışmalardan elde edilen gelir ve sağlanan istihdam durumu tespit edilir. Geçmiş yıllarda köy halkının ormancılık faaliyetlerinden elde ettiği gelir araştırılır. Orman İşletme Müdürlükleri ve Orman İşletme Şefliklerinde bulunan dava servislerindeki dava dosyaları ile dava takip defterleri incelenerek suç oranları ve çeşitleri, suçların yoğunlaştığı zamanlar, açma yapılan sahaların kullanılış şekli tespit edilir.

Köy Hizmetleri'nden yol durumu, içme suyunun bulunup bulunmadığı ve miktarı ile Tarım İlçe Müdürlüğünden o köyde yaşayan insanların yetiştirdikleri tarım ürünleri ve kullandıkları tekniklerle ilgili bilgiler alınır. ORKÖY'ün çalışma yapılacak orman köyüne yönelik daha önce kullandığı krediler, yapmış olduğu yardımlar ile diğer teknik çalışmalar değerlendirilir. Verilen krediler verimli bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı, halkın daha önce aldığı krediyi başarılı bir şekilde kullanıp kullanmadığı daha sonraki çalışmaların başarı şansı ile yakından ilgili olacaktır. Nüfus müdürlüklerinden, nüfus yapısı, erkek ve kadın sayısı, yaşlara dağılım oranları ile son on yılın artış miktarı tespit edilir. Hitap edilecek kitlenin, nüfusu, eğitim düzeyi ve sosyal yapısı incelenir.

Bilgi toplamanın ikinci aşamasını hedef kitledeki insanlardan elde edilecek bilgiler oluşturur. Bunun en güvenli yolu kişilerle tek tek görüşmektir. Ancak bu çalışma gerek personel, gerekse zaman ve para bakımından imkânsız gibidir. Bu yüzden fertlerle tek tek görüşmek yerine bu kitleden seçilecek örnekler hakkında bilgi toplama yoluna gidilmelidir (Asna, 1969).

1.4.5.2. Planlama

Planlamada halkla ilişkiler faaliyeti için gerekli para, zaman, personel, araç ile hedef kitleye verilecek mesajlar tespit edilir. Kamu kuruluşlarında ve buna paralel olarak da orman bakanlığında halkla ilişkiler faaliyeti için yeterli para ayrılmamaktadır bunun esas sebebi kuruluşun halkla ilişkiler birimlerine yeterince önem ve yer verilmemesinden kaynaklanmaktadır. Bu durumda eldeki kısıt kaynakların en verimli şekilde kullanılabilmesi için iyi bir planlamaya ihtiyaç vardır.

Çalışma için gerekli olan personelin seçimi titizlikle yapılmalıdır. Halkla iyi diyalog kuran, problemlerini bilen elemanlara ihtiyaç vardır. Örneğin, orman köyüne yönelik bir çalışma için, orman mühendisi, ziraat mühendisi, veteriner, gibi köylünün direkt olarak çalıştığı dalların uzmanları ile sosyologlara ihtiyaç olacaktır.

Planlama yapılırken faaliyet esnasında kullanılacak araçlar tespit edilir. Bu araçlardan en iyi sonucu verecek olanlar seçilir. Bunun için daha önce yapılmış çalışmalarda kullanılan araçların verdiği sonuçlar incelenir. Faaliyetin yürütüleceği süre insanları bıktırmayacak fakat aynı zamanda iyi bir inceleme yapmaya fırsat verecek uzunlukta olmalıdır. Hazırlanacak mesajlar hedef kitlenin dikkatini çekecek ve kolay

anlaşılacak tarzda hazırlanmalıdır. Ormancılık faaliyetleri esnasında muhatap olunan kitlenin kültür ve okur-yazarlık düzeyi ülke geneline göre daha düşük seviyelerdedir. Planlama aşamasında, araç ve görevli personel seçimi yapılırken bu husus göz önünde bulundurulmalıdır. Unutulmamalıdır ki, kırsal kesimdeki insanlar yeniliklere karşı çekingen davranmakta ve alışkanlıklarını kolay kolay terk etmemektedirler.

1.4.5.3. Uygulama

Daha önce hedef kitle ve halkla ilişkiler çalışması yapılacak bölge hakkında toplanan bilgiler ile yapılan plan çerçevesinde uygulamaya geçilir. Bu çalışmanın objektif yapılmasına dikkat edilir. Mümkün olduğunca doğru bilgi edinilmeye çalışılır. Halkın ve özellikle köydeki halkın içinde insanları yönlendiren, onları etkileyen kişiler vardır. Bu kişilerin halk üzerindeki etkisi bazen basın yayın organlarından fazla olabilmektedir. Bunu bilen politikacılar seçim bölgelerindeki bu insanları tespit ederek onları kazanmaya gayret ederler. Köylüler yabancıları oldukları veya yeni karşılaştıkları bir durum karşısında bu insanların tavsiyelerine başvururlar.

1.4.5.4. Değerlendirme

Değerlendirmede, halkla ilişkiler çalışması sonucunda elde edilen verilerin ışığı altında çalışmanın başarısı, incelenen hedefin eğilimleri tespit edilir. Uygulanan yöntemin başarısı ve verimliliği değerlendirilir. Çalışmanın bilimsel temellere oturtulması açısından uygulamada kullanılan yöntemlerin değerlendirilerek sonuçlandırılması gerekmektedir. Değerlendirme, yapılan çalışmanın başarı derecesini ortaya koyar. Çalışma süresince meydana gelen aksaklıklar incelenir ve bu şekilde daha sonraki çalışmalara ışık tutacak veriler elde edilir.

Uzun süreli programların gelişimi zaman içinde değerlendirilir. Aksaklıklar ve eksiklikler tespit edilir. Gerekli tedbirler alınır. Ancak, halkla ilişkiler programlarının değerlendirilmesinde kesin başarı ya da başarısızlıktan bahsetmek oldukça zordur. Bununla beraber ileride nelerin yapıp nelerin yapılmaması gerektiğinin kararlaştırılabilmesi için bir başarı ölçüsünün bulunması gerekir.

1.4.6. Halkla İlişkilerin Kapsamı

Bir kuruluşun halkla ilişkileri iç ve dış ilişkiler olarak sınıflandırılabilir. Kuruluş dışı ilişkilerde, yurt içi ve dışı kurumlarla ilgili ilişkiler yer alacaktır. İç ilişkiler ise genel olarak, kurum personeli ile ilişkiler kurulması ve onların iş dışındaki yaşayışlarını düzenleme görevlerini içine almaktadır.

1.4.6.1. İç İlişkiler

Her kuruluşta biraz değişiklik göstermesine rağmen çalışan ve çalıştırılan olarak iki grup vardır. Bu iki grup arasında kurulacak iyi diyaloglar verim üzerinde direkt etkiye sahiptir. Halkla ilişkiler sayesinde kuruluşa karşı personelin güven ve desteğini elde etmek mümkün olmaktadır.

Çalışanlar amirlerine çalışmalar esnasında meydana gelen aksaklıkları rahatlıkla anlatabilmeli ve amirler de problemleri anlayışla karşılamalıdır. Çalışan, üstünden korktuğu için bazı şeyleri söylemez, üstte prestiji sarsılacağını düşünerek memurun fikrini almaz ise zamanla onarılması daha zor ve maliyeti yüksek sonuçların ortaya çıkmasına sebep olurlar. Çalışanın yerine getirilecek istekleri üst tarafından kabul edilmeyecek ise bunun sebebi kendisine izah edilmelidir.

Çalışanlar arasında ilişkilerin en iyi olduğu kuruluşlar genellikle en verimli kuruluşlardır. Kişi çalıştığı arkadaşlarını bir aile olarak düşünmelidir. Kuruluşa gelecek zararı önlemesinin kendi vazifesi olduğunu hissetmelidir. Personel kuruluş içinde kendisine değer verildiğinin ve kendisinin o kuruluşun önemli bir nüvesi olduğunu hissetmelidir. Bunun için de personele konunun özelliğine göre az ya da çok tartışma ve kararlara katılma fırsatı verilmelidir. Çalışma ortamında diğer personelle ilişkileri iyi ve huzurlu bir çalışma ortamında olan personelin verimi artacaktır.

İletişimin çok önem kazandığı günümüzde bir kuruluş personelini ilgilendiren bir gazete veya dergi çıkartmaktan çekinilmemelidir. Böyle bir yayının çıkması, kuruluşun bütün birimleri arasında ortak bir ruhun ve yakınlığın ortaya çıkmasına sebep olur.

1.4.6.2. Dış ilişkiler

Kuruluşların hedef kitle ile olan ilişkileri o kuruluşun dış ilişkilerini oluşturur. Genellikle özel bir kuruluş için müşteriler ile olan ilişkileri onun dış ilişkileridir.

İşletme çevreden hiçbir şekilde bağımsız kalamayacak bir kurumdur. Bu husus, hem insan faktörü ve hem de ekonomik faydasının gerektirdiği hedefler açısından böyledir. İlişkide bulunduğu halk kesimi üzerinde olumlu izlenim bırakmak, iyi bir örgütsel görüntü meydana getirmek her türlü kuruluşun örgütsel amaçlarının gerçekleşmesi açısından önemli ölçüde yarar sağlamaktadır (Şener, 1992).

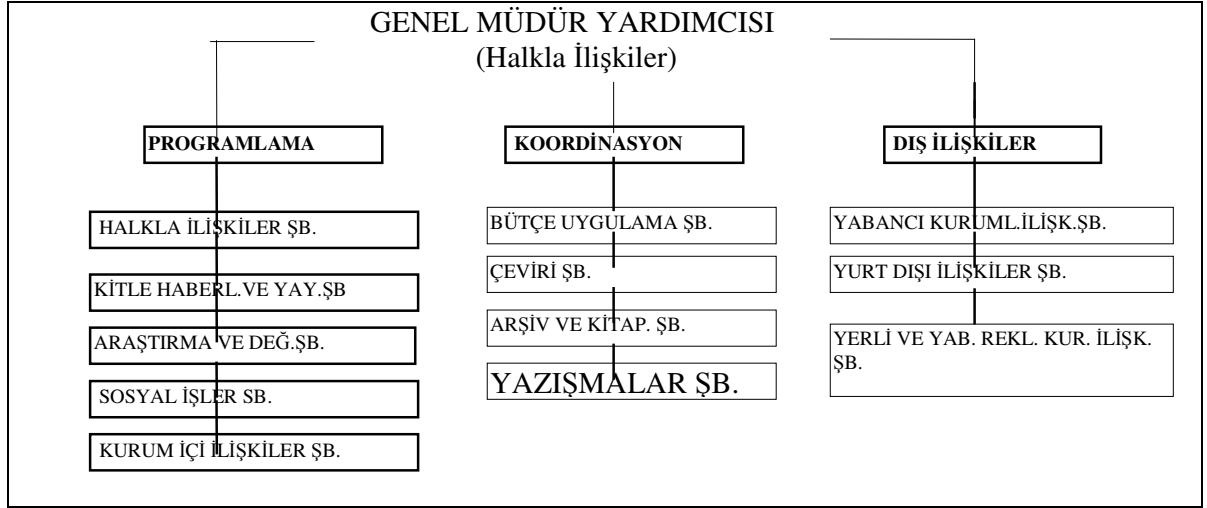
1.4.7. Örgüt Yapısı

Ülkemizde kamu ormancılık sektöründe örgüt içi halkla ilişkilerin örgüt kuruluşundan beri iyi olmadığı açıktır. Tamamının devlete ait olması, ormanların yönetiminde halkın yasal bir söz hakkı olmamasını doğurmuş, başka bir deyişle halkla ilişkiler ancak köylü-devlet zorunlu ilişkisi şeklinde ortaya çıkmıştır. Şüphesiz böylesi bir kavramın gündeme gelmediği bir sektörde, örgüt içinde de bu konunun teknik anlamda ortaya çıkması beklenemezdi. Ancak 70'li yıllardan sonra başlayan kimi düzenlemelerle bu konularda tartışılır olmasına rağmen örgüt içi halkla ilişkiler halen istenen seviyeye ulaşamamıştır. Çünkü, orman teşkilatının örgüt yapısı ve buna bağlı olarak hiyerarşik ilişkiler çok kısa zamanda değişikliğe uğramakta, bu durumun doğal sonucu olarak, uzun süreli hiçbir çalışma uygulamaya yeterli bir şekilde aktarılamamaktadır. Başka bir deyişle sistem işleyişinde hatalar bulunmaktadır (Kurdoğlu ve Kurdoğlu, 2002).

Halkla İlişkiler bölümü, kendi içinde değişik açılardan daha alt bölümlere ayrılabilir. Bu bölümler ilişkide bulunan halk kesimleri, yararlanılan iletişim araçları, üretilen malın ve pazarın çeşidi göz önünde bulundurularak çeşitlendirilebilir. Bir kuruluş halkla ilişkiler çalışmasını iki şekilde yürütebilir. Kurum ya kendi içerisinde örgütlenir, ya da

halkla ilişkiler konusunda faaliyet gösteren özel kuruluşlardan birisine bu çalışmaları yaptırır (Yalçındağ, 1988).

Alaaddin ASNA'ya göre, bir halkla ilişkiler biriminin örgüt şeması aşağıdaki şekilde oluşturulabilir (Asna, 1969).



Şekil 1. Asna'ya göre Halkla İlişkiler Örgüt Şeması

1.5. Devlet Orman İşletmelerinde Halkla İlişkiler

Ülkemizde ormanların korunması, işletilmesi ve geliştirilmesi gibi ormancılık faaliyetleri Devlet Orman İşletmelerince yürütülmektedir. Yani bu faaliyetlerin ana birimi Orman İşletmesi'dir. Çok karmaşık ilişkilere sahip olan bu kaynağı rasyonel olarak yönetebilmek oldukça güçtür (Gülen, 1990).

Orman köylülerinin sosyo-ekonomik durumlarının yetersizliği, kadastronun tamamlanamamış olması ve dolayısıyla mülkiyet problemleri ile yoğun bir ağaçlandırma programı gerekliliği Devlet Orman İşletmelerinin çalışmalarını olumsuz yönde etkileyen etmenlerin başında yer almaktadır. Orman İşletmeleri halkla direkt ilişkide bulunduklarından bu kurumlarda çalışanların halkla ilişkiler konusunda deneyimli olmaları başarıyı olumlu yönde etkileyecektir.

1.5.1. Orman İşletmelerinin Görevleri

İşletmelerde halkla ilişkiler görevlerinin gereği gibi yapılabilmesi için, işletmenin büyüklüğüne göre yazı işleri müdürü, kâtip, avukat, halkla ilişkiler uzmanı, fotoğrafçı gibi personel çalışmalıdır. Bu personelin görevi 3 maddede özetlenebilir (Tortop, 1998).

- 1) Haberleşme araçları ile ilişkiler kurmak, onlara sahip olmak veya yayınlatabilmek,
- 2) Haberlerin koordinasyonunu sağlamak,
- 3) Haberleşme politikasını bir başka deyişle halkla ilişkiler politikasını saptamak.

Orman işletmesinde telefonlara cevap veren santral memuru işletmenin görünüşünü yansıtır. Telefonda insanları bekletmek, işlerini geciktirmek, verilen yangın ihbarlarına duyarsız kalmak halk tarafından işletmenin kötü algılanmasına bir etkindir.

1.5.2. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkilerin Önemi

Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkilerin önemi 7 alt başlık altında özetlenebilir (Tortop, 1998). Bunlar aşağıda verilmiştir.

- a) Halkı aydınlatmak ve halka çalışmaları benimsetmek,
- b) Halk da işletmeye karşı olan olumlu davranışlar oluşturmak,
- c) Kanun ve nizamlara uyulmasını sağlamak,
- d) Halkın işletmeyle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak,
- e) Halkla işbirliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak,
- f) Özel ve kamu yararlarına cevap vermeye çalışmak ve herkesin kişiliğine hürmet ederek sosyal sorumluluk duygusu oluşturmak,
- g) Halkın dilek, istek, tavsiye, telkin ve şikâyetlerinden yapılan çalışmalarda hazırlanan yasa, tüzük ve kararnamelerden yararlanmak.

1.5.3. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkiler Açısından Bulunması Gereken Özellikler

Orman işletmelerinde halkla ilişkiler açısından bulunması gereken özellikler 4 alt başlık altında özetlenebilir (Tortop, 1998). Bunlar aşağıda verilmiştir.

- a) Güven verici olmalı,
- b) Temiz olmalı,
- c) İç açıcı ve ferah olmalı,
- d) Düzen olmalı.

1.5.4. Orman İşletmelerinde Çalışan Personelde Bulunması Gereken Özellikler

Orman işletmelerinde çalışan personelde bulunması gereken özellikleri ise 4 alt başlık altında özetlenebilir (Tortop, 1998). Bunlar aşağıda verilmiştir.

- a) Davranış; Orman işletme müdürlüklerinde çalışan personelin İşletmeye gelen halka sıcak, sempatik, insancıl, güler yüzlü ve problemleri çözmeye yatkın bir tutum içinde yaklaşmalıdır.
- b) Duruş; İşletmeye gelen halka karşı personelin duruşu gayet ciddi olmalı, personelin oturmasıyla, duruşuyla ve halkla olan iletişimde lakayt olmamalıdır.
- c) Giyim ve bakım; personelin halka karşı ve birbirlerine karşı olumlu izlenim bırakması için giyim, kuşam ve bakımına önem göstermelidir.
- d) Eğitim; Personel eğitilmiş olmalı, kültürlü, sosyal ve çok yönlü düşünebilme özelliğine sahip olmalıdır.

1.5.5. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkilerde İzlenecek Yol

Orman işletmelerinde halkla ilişkilerde izlenecek yol, işletmelerin devamlılığı açısından çok önemli olup bu durumu 2 açıdan işlemek daha verimli olacaktır.

a) İşletme açısından; İşletmeler kamuoyunun önemini göz önünde bulundurarak halkla ilişkiler politikasını belirler. Özel girişimciliği aşılama, işletmeyi koruma, finansal güçlenme, saygınlık sağlama, satış artırma ve endüstri ilişkilerini geliştirme gibi politik ve ekonomik beklentiler işletmenin hedefleri arasında görülür.

b) Toplumsal açıdan; Halkı aydınlatmak, halkın yönetimle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak, halkla işbirliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak işletmede oluşan aksaklıkların giderilmesi, işletmelerin toplumsal açıdan izlediği yollardır (Tortop, 1998).

Orman İşletme Şeflikleri halkla temas edilen en küçük birimdir. Ormancılık faaliyetleri burada yürütülmekte, halkla en sık ilişki burada kurulmaktadır. Orman İşletmesinde çalışan personel halkla ilişkiler eğitimi almamalarına rağmen, zamanla kendi buldukları yöntemlerle halka yaklaşmakta ve hem kurumun hem de halkın problemlerini çözmeye çalışmaktadırlar.

Türkiye ormancılığında halkla ilişkiler örgütü olarak değerlendirilebilecek diğer bir birim de, Orman Bakanlığına bağlı ana hizmet birimlerinden birisi olan, ormanların korunması, geliştirilmesi ve genişletilmesini gerçekleştirmek, orman içi ve bitişiğindeki köylerin sosyal ve ekonomik gelişmelerini sağlamak amacıyla kurulmuş olan, Orman ve Köy İlişkileri Genel Müdürlüğü (ORKÖY) olmaktadır (Türker, 2000).

Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansının orman prensiplerinde özellikle vurgulanan ve o tarihten sonraki pek çok ormancılık müzakerelerinde tartışmaların önemli konuları arasında yer alan yerel topluluklar da, orman-halk ilişkileri kapsamında ele alınması öngörülen diğer önemli bir boyut olarak değerlendirilmektedir.

Kırsal alanda yaşayan geleneksel kabileler, köylüler ve benzeri guruplar hayat şartları ve ekonomileri ormana son derece bağlı olan topluluklardır. Bu yerleşimlerin varlığı ve bunların sahip oldukları kültür, alışkanlık, gelenek ve hakları, orman kaynaklarının bir parçası olarak görülmektedir (DPT, 2001).

Geray'a göre, toplumsal gönenci azami kılmayan hiçbir eylem ormancılık değildir ve ülkemiz ormanlarının korunması ve geliştirilmesinde iki temel engel vardır. Bunlardan ilki hammadde arz açığı, ikincisi ise kırsal yoksulluktur. Dolayısı ile ormancıların üzerinde durması gereken en önemli konulardan biri ve belki de ilki kırsal kalkınma yöntemleri ve araçlarıdır (Geray, 2001).

1974–1999 yılları arasında Orman Köyleri Kalkınma Fonu'ndan kullanılan kredi yardımları ve 2000 yılı programı toplamı yaklaşık 272 milyar TL kadardır. ORKÖY'ün bugüne kadar orman köylülerine yapmış olduğu katkıların köylü başına düşen payı ise yaklaşık 4 dolara karşılık gelmekte olup, bu durum bu güne kadar orman köylülerinin kalkındırılmasını amaçlayan politika ve örgütlenmelerini beklenen sonuçların çok uzağında olduğu sonucunu açıkça ortaya koymaktadır (Toksoy ve ark, 2002).

Bununla birlikte, yetersiz finansal imkânlar, istikrarsız örgüt yapısı, hazırlanan orman köyü kalkındırma planlarının uygulanmasındaki kesintiler, ilgili planlar doğrultusunda verilen kredilerin azlığı, kredilerin verildiği köylerin çokluğu ve bu köyler arasından seçilen köylerin bilimsel kriterler yerine, politik tercihler sonucu seçilmesi, kredilerin etkin ve verimli bir işletmeciliğin yapılması bakımından gerekli olan ölçek büyüklüğüne yetmemesi kredi denetiminde görülen yetersizlikler, orman köylülerinin bilgi, tecrübe ve en önemlisi müteşebbis ruha sahip olmamaları vb. şeklinde özetlenebilecek sorunlardan dolayı, ORKÖY teşkilatı kendisine verilen görevleri etkin ve verimli bir şekilde yürütememektedir (Türker, 1999).

Yıllardır uygulanan çeşitli politikalara rağmen orman köyleri hala en düşük gelirli ve en geri bölge konumunda ise ve durumları görece olarak kötüye gidiyorsa “yeni bir yaklaşıma” ihtiyaç var demektir. Halkın gönüllü işbirliğine dayanarak, yerel güçleri, yerel kaynakları seferber eden bu yaklaşım esasen “orman köylülerinin dinamizmi”ne dayanan bir yaklaşımdır. İşte orman köylülerinin bu dinamizmini harekete geçirecek olan ormancılık örgütü ile kuracakları etkili iletişim, yani halkla ilişkiler faaliyetidir.

1.5.6. Ormancılıkta Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Kullanılabilecek Araçların Önemi ve Etkinliği

Halkla ilişkilerde kullanılan araçlar pek çoktur. Halka ilişkiler uzmanı amacına ve içinde bulunduğu şartlara göre bunlardan bazılarını kullanır. Genel olarak halkla ilişkilerde kullanılan araçları üç grupta toplamak mümkündür.

1.5.6.1. Yazılı Araçlar

1.5.6.1.1. Gazeteler

Gazete, radyo ve TV’den sonra sürat bakımından insanların en başta haber alma ihtiyacını karşılayan en önemli basın iletişim kaynağıdır. Belge olarak saklanabilmesi açısından, gazeteler, diğer elektronik mekanik görüntülü iletişim araçlarından farklı yanları vardır.

Günümüzde yazılı basın halkla ilişkiler alanında önemli görevler üstlenmişlerdir. Yazılı basın yönetim hakkında yönetilenlere bilgi verir ve yönetilenlerin düşündüklerini yazarak bir nevi onların sözcülüğünü yapar. Gazetelerin ve dergilerin okuyucu köşelerinde yer alan yazılarla yönetim halkın sorunları hakkında direkt bilgi sahibi olur ve gerekli tedbirleri alır. Gazete ve dergiler genellikle toplumun kültürlü kesimi tarafından takip edilir. Bu kesim halkı yönlendiren ve bilinçlendiren kişilerdir. Dolayısıyla gazete ve dergilerde yayınlanacak haber makale veya reklâmlar halka bilgi vermek ve bilinçlendirmekte önemli bir rol üstlenirler.

Ülkemizde maalesef ağaçlandırma, erozyon ve ormancılıkla ilgili problemler yakın zamana kadar basında gereken yeri bulamamışlardır. Yazılı basına düzenli olarak ağaç sevgisini aşıl原因, orman varlığımızı korumaya yönelik ve ülke topraklarının en büyük düşmanı haline gelen erozyon hakkında bilgilendirici reklâmlar verilmelidir. Orman personeli gazete ve dergi çalışanları ile iyi ilişkiler kurmalıdır. Böylece problemler gazetecilere direkt olarak aktarılmalı ve problemlerin çözüm yolları ve yapılan çalışmalar

ile ilgili makale ve haber yazılması sağlanmalıdır. Bilindiği gibi haber veya makale niteliğindeki yazılar, reklâmlardan daha etkin olmaktadır.

Günümüzde ormancılıkla ilgili çeşitli dergiler yayınlanmaktadır. Orman ve Av, Orman Mühendisliği, Orman ve Çevre, Tabiat ve İnsan, Orman Teknikeri, Orman İşçisinin Sesi vb. Bu dergiler Kurum çalışanlarına Kurumla ilgili bilgi vermekte kurum içi halkla ilişkilerin düzenlenmesine katkıda bulunmakta, çalışanların problemlerine yer vermekte ve bir nevi ormancılıkla ilgili eğitim temin etmektedir.

1.5.6.1.2. Broşürler

Broşürler en etkin reklâm araçlarından biridir. Bunlar genellikle bol resimli ve az sayfalı tanzim edilirler. Sayfalar kitleye verilmek istenen mesajı kolayca verebilmelidir. Orman Bakanlığı ve bağlı birimleri, yapılan çalışmaları tanıtılması amacıyla çeşitli broşürler bastırmaktadır.

1.5.6.1.3. Levhalar

Ana yolların kenarlarına ormanların korunması, orman yangınlarının engellenmesi veya orman sevgisinin geniş kitlelere aşılması amacıyla uyarıcı levhalar dikilir. Bu levhalarda ormanlarla ilgili veciz sözlere yer verilir. Orman işletmelerinin son yıllarda buna benzer levhaları astıkları görülmekle beraber, bu levhalar genel olarak ormanlık sahalara yakın yerlerde tesis edilmektedir. Bu levhaların kırsal alanlarda da tesis edilmesinin faydalı olacaktır. Bina ve büroların girişlerine binanın iç düzeninin şematize edildiği levhalar asılmalıdır. Ayrıca, ormancılık faaliyeti yürüten kurumlarda, halkın hangi işini hangi büroda görebileceğini gösteren levhalara da yer verilmelidir.

1.5.6.1.4. Takvimler

Takvimler günümüzde en çok kullanılan tanıtım araçlarından biri haline gelmiştir. Küçük işletmeler bile her yıl çok miktarda takvim basarak dağıtmaktadır. Orman Genel Müdürlüğü de her yıl orman takvimi basmaktadır. Bu takvimler işletmelere kısıtlı sayıda ve ancak şefliklere yetecek sayıda gönderilmektedir. Hâlbuki orman sevgisinin aşılabilmesi için en iyi ortamlar okullardır. Bu konuda her okula, kahvehaneye ve muhtarlığa bir takvim fikriyle hareket edilmesi halkla ilişkilerin daha ilköğretim sıralarından itibaren tesis edilmesine yardımcı olacaktır.

1.5.6.2. Sözlü Araçlar

Sözlü araçların en önemlileri radyo, televizyon ve filmidir. Bu kitle iletişim araçlarının orman işletmeleri tarafından kullanılabilindiği ölçüde orman işletmelerinin halkla olan ilişkilerini daha da iyi olmaktadır.

1.5.6.2.1. Radyo

Kitle iletişim araçlarının en önemlilerinden biri olan radyo, 1mm den daha uzun dalga boylu elektromanyetik dalgalardan yararlanan bir haberleşme sistemidir (Ertekin, 1986). Geniş bir alana duyurma imkânları sunan radyo, insanlar için, hareketli bir araçtır.

Ucuz olduğu kadar hızlı ve yaygın bir kitle iletişim aracı olan radyonun, eğitim, kültür ve siyasal alandaki etkileri ve kullanımı, gelişim çizgisini yükseltmiştir (Gürüz, 1993).

Radyo günümüzde de kolayca taşınabilmesi ve kulağa hitap etmesi sayesinde en çok takip edilen yayın organlarının başında gelmektedir. Haber bültenleri, dokümanlar, programlar açık oturumlar, röportajlar ve kısa anonslar halkla ilişkilerde önemli rol oynarlar. Bilindiği üzere, son yıllarda özel radyo ve televizyon yasasının yürürlüğe girmesi ile birlikte özel ve bölgesel radyoların sayısı ve dinlenme oranlarında önemli artışlar meydana gelmiştir. Bu radyo istasyonları genellikle müzik ağırlıklıdır. Dolayısıyla önemli bir dinleyici kitlesine sahiptirler. Radyolardaki müzik yayınlarının arasında verilecek kısa anonslar özellikle yangın mevsimlerinde yangınların azalmasında katkıda bulunacaktır.

Halkla ilişkiler açısından faydalanılabilecek başka bir araç röportajlardır. Röportajlar canlı ve mümkün olduğunca tabii bir havada yapılmalıdır. Yangın, sel, çığ, heyelan gibi tabii felaketlerden hemen sonra yapılacak röportajlar halkın daha çok ilgisini çekecek ve onları konuya karşı daha duyarlı yapacaktır.

1.5.6.2.2. Televizyon

Radyo için söylenen hususlar televizyon için de aynen geçerli olmakla beraber televizyonun kulakla birlikte göze de hitap etmesi sebebiyle onu kuşkusuz en etkin yayın organı yapmaktadır (Tortop, 1998).

Son yıllarda orman yangını ile ilgili olarak televizyonlarda yayınlanan reklâm filmleri, erozyonla ilgili hazırlanan açık oturum ve röportajlar, halkı bu konularla daha yakından ilgilenmeye ve dikkatli olmaya sevk etmiştir. Ancak orman teşkilatının son yıllarda sayıları hızla artan televizyon kanallarından yeterince yararlandığı söylenemez.

Ormanlarımızın korunması, çoğaltılması, erozyonun engellenmesi gibi çalışmalarda geziler, yapılan çalışmaların tanıtılması amacıyla yerinde geziler düzenlemeli ve öncelikle basın yayın organları çalışanları bilinçlendirilmelidir.

1.5.6.2.3. Film

Televizyon kanallarında yayınlanmak üzere hazırlanacak dizi şeklindeki konulu filmler, izleyiciye istenilen mesajı iletebilir. Bu filmler tamamen ormancılığı konu alabileceği gibi, diğer filmlerin içine mesajlar yerleştirme şeklinde de olabilir. Tabiatla iç içe yapılan filmler seyircinin beğenisini kazanmakta ve ilgiyle izlenmektedir.

Ormancılık çalışmalarını anlatan, ormansızlaşmanın günümüz ve gelecek nesiller üzerinde oluşturacağı etkiler ve sebep olacağı çevre felaketlerini konu alan belgeseller ve kısa metrajlı filmler hazırlanmalıdır. Bu tür belgeseller aynı zamanda eğitici özellikleri sebebiyle öğrencilerinde faydalanabileceği kaynaklar haline gelebilirler. Orman Bakanlığının yaptığı ağaçlandırma, erozyon, kontrolü, orman köylerinin kalkındırılmasına yönelik faaliyetler ve tabiat güzellikleri ile ilgili filmler çeşitli sebeplerle tahrip edilmiş ormanları ve tabii afetlere karşı ormanların oynayabileceği rolü konu alan dokümanter filmler hazırlanarak bu filmler okullarda öğrencilere topluca veya köylerde halkın toplu bulunduğu yerlerde gösterime sunulmalıdır.

1.5.6.3. Ağaç Bayramları

FAO tarafından 1971 yılında Roma da düzenlenen bir toplantıda her yıl 21 Mart gününün Dünya Ormancılık günü olarak kutlanması kararlaştırılmıştır. 21 Mart'ın içinde bulunduğu hafta da birçok ülkede Dünya Ormancılık haftası olarak kutlanmaktadır. Ülkemizde 1975 yılından beri kutlanmakta olan Dünya ormancılık günü ve haftasında, çeşitli iletişim araçlarından da yararlanılarak geniş halk kitlelerine ormanların önemi, korunmaları ve çok yönlü yararları anlatılmaya çalışılmaktadır.

Yakın zamana kadar il ve ilçelerde yapılan etkinliklerle ormancılık haftası kutlanıyordu. Ancak son yıllarda yalnız illerde kutlanmaya başlanmıştır. Ormancılık Bayramı ve haftasının ilçelerde hatta belediye bulunan en küçük yerleşim birimlerinde dahi kutlanmasında büyük yararlar vardır. Bu etkinlikler çerçevesinde geleceğimizin teminatı olan gençlerimize okullarda konferanslar verilmeli, film, slâyt gösterileri yapılmalı ve böylece genç dimağlara ağaç sevgisi yerleştirilmeye çalışılmalıdır. Mümkünse, her öğrencinin bir fidan dikmesi temin edilmelidir.

1.5.7. Ormancılıkta Halkla İlişkilerin Verimliliğe Etkisi

Verimlilik, belli bir sürede elde edilen çıktının, bu çıktının elde edilmesine bu süre içinde sarf edilen girdiye oranı olarak tanımlanmaktadır.

$$\text{Verimlilik} = \text{Çıktı} / \text{Girdi}$$

Oran ne kadar yüksek ise verimlilik de o kadar yüksektir. Günümüzde verimlilik, üretim olgusunda, doğadan ve toplumdaki sağlanan girdilerle, topluma ve doğaya geri verilen değerler ve hizmetler arasındaki ilişki olarak da anlaşılmaktadır. Bu ilişkide, girdiler doğal ve beşeri kaynaklar, enerji, teknoloji ve bilgiden oluşurken, çıktılar üretim miktarı, bunların kalitesi, güvenilirliği, topluma sağlanan hizmetler ile bunların doğa ve çevre üzerindeki etkilerini içermektedir (Günel, 1989).

Arazi işletmeciliği dallarından özellikle ziraatta, ona yakın ölçülerde de ormancılıkta verimlilik şekillerinden saha verimliliği büyük öneme sahiptir. Bunun nedeni, işletme verimliliği üzerinde arazinin mahsuldarlık kabiliyet ve derecesinin en etken bir faktör oluşudur. Toprağın ıslahı için sermaye ve iş faktörleri artırılarak ve yönetim faktörü iyileştirilerek verimlilik oranı yükseltilebilir ise de bunun bir sınırı vardır (Miraboğlu, 1983).

Başarının ve verimli bir çalışmanın en önemli etkeni iyi bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. İster özel isterse kamu kurumu olsun yapacağı faaliyetlerde kurum, hedef kitleyi veya çalışanlarını yapacağı işe inandırmadığı sürece arzu ettiği sonucu elde etmesi oldukça güç olacaktır.

Ormancılık faaliyetlerinde verimliliğin ortaya konulabilmesi için öncelikle, ormancılıkta verimliliğin anlamı üzerinde durmak gerekecektir. Ormancılıkta verimliliğin en önemli etkeninin toprağın verim gücü olduğu belirtilmişti. Ancak, ormancılık faaliyetlerinin verimini etkileyen ikinci unsur halkla ilişkilerin düzeyidir. Bunun nedeni

faaliyet sahalarındaki mülkiyet problemlerinin had safhada olmasıdır. Ormancılık faaliyetlerinden birkaçı ile ilgili verimlilik analizleri aşağıda sunulmuştur.

1.5.7.1. Ağaçlandırma Faaliyetlerinde Verimlilik

Ağaçlandırmada verimlilik deyince;

- Fidanların ve dolayısıyla oluşturulacak mesçerenin geleceğinin garanti altına alınması için sosyal ve teknik problemleri olmayan sahaların temini,
- Çalışma alanının standartlarına uygun bir şekilde zamanında dikime hazırlanması
- Alana uygun ağaç türünün seçilmesi
- Fidanların, zayıat miktarı minimumda tutularak dikilmesi, anlaşılmaktadır.

Çalışma alanında verimlilik, çalışma alanının geleceğinin garanti altına alınması ile başlar. Bunun için önce, varsa alandaki sosyal problemlerin çözülmesi gerekir. Bu problemler çözülmedikçe oluşturulacak mesçere sürekli bir tehdit altında bulunacaktır.

İşte bu aşamada halkla ilişkiler devreye girmektedir. Bu alanda yapılacak faaliyetlerle ilgili olarak civardaki ve konu ile ilgili halk bilgilendirilir. Bu çalışmanın onlara bugün ve gelecekte sağlayacağı maddi ve manevi kazançlar anlatılır. Yörenin sözü dinlenen ve sosyal baskıyı meydana getiren halk üzerinde etkili olabilecek kişilerden yardım istenir. Sosyal problemlerin çözümünde, çalışmaların kesintisiz ve güvenceli olarak devam ettirilmesinde halkla ilişkiler fonksiyonu çok önemli bir rol üstlenmektedir.

Ağaçlandırmada verimli çalışmanın ikinci ayağını oluşturan “çalışma alanının standartlara uygun bir şekilde ve zamanında dikime hazırlanması”, orman-işçi ilişkilerini içermektedir. Halkla ilişkilerin bu aşaması işçi eğitimi, işçilerin sosyal ve ekonomik durumlarının iyileştirilmesi, işçilerin motive edilmesi, işçi-işveren ilişkileri ve orman idaresi personelinin eğitimi ile memurların yönetimle ilişkilerini içermektedir.

Yukarıda belirtilen faaliyetler halkla ilişkilerin birer parçasından başka bir şey değildir. Gerçekten de işçi eğitiminin gelişimi verimlilikle doğrudan ilişkilidir. Verimliliği artırmak için işçinin iyi bir eğitim alması gereklidir. Örneğin, dikimde çalışan işçinin toprağı iyi ve standartlara uygun bir şekilde işlememesi, dikimde fidanların itina ile dikilmemesi sonuçta verimi düşüren en önemli etkenlerdendir.

1.5.7.2. Üretim Faaliyetlerinde Verimlilik

İstihsal çalışmalarında verimli çalışmadan; ağaçların tekniğine uygun devrilmesi, boylanması, en az zararla makta dışına çıkarılması ve en kısa zamanda son depoya ulaştırılması anlaşılmaktadır.

Bu faaliyetin her bir dalında tekniğine ve standartlara uygun çalışmak iyi bir halkla ilişkilerle mümkündür. Halkla ilişkiler, istihsal faaliyetlerinin her aşamasında etkili olur. İşçilerin eğitimi, sosyal ve ekonomik problemlerinin çözülmesi, yaptıkları faaliyetle ilgili olarak bilinçlendirilmeleri, meydana gelebilecek maddi ve manevi zararlar hakkında bilgilendirilmeleri halkla ilişkiler çalışması sonucu mümkün olacaktır.

Orman kadastro çalışmaları çok eksik olduğundan, sosyal problemler sebebiyle üretime girilemeyen sahalarda küçümselemeyecek kadar çoktur. Bu problemlerin çözümü iyi bir halkla ilişkiler çalışması ile mümkün olacaktır.

1.5.7.3. Örgüt İçi Personelde Verimlilik

Yukarıda bahsi geçen ağaçlandırma ve üretim faaliyetlerinde başarılı olabilmek için, öncelikle bu faaliyetleri yapacak olan insanları yönlendirecek, sevk ve kontrol edecek olan örgüt içi personelin verimliliğinin artırılması ve motive edilmesi gerekmektedir.

Örgüt içi personeli oluşturan memur ve işçinin öncelikle yaptıkları işin gerekliliği ve önemine inandırılması gerekir. Yaptığı işin gerekliliğine inanmayan çalışandan verimli olması beklenemez. Halen yürürlükte olan personel politikası çalışanı zamanla pasif duruma geçirmekte ve verimini azaltıcı bir rol oynamaktadır. Çalışkan personelin maddi veya manevi olarak ödüllendirilmesi gerekir. Verimli olan da olmayan da aynı ücreti almaktadır. Çalışkan personel, ne yazık ki, çoğu zaman bir şilt veya belge ile dahi ödüllendirilmemektedir. Bu durum çalışanların verimini zamanla azaltmaktadır.

1.5.8. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler

Orman işletmelerinde halkla ilişkileri etkileyen faktörler, 10 ana başlık altında kısa açıklamaları ile aşağıda verilmiştir.

1.5.8.1. Orman Zararları

Orman zararları, halkla ilişkileri olumsuz yönde etkilerken bu durum kısa açıklamalarıyla aşağıda verilmiştir.

1. Otlatma: Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

2. Orman yangınları: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

3. Böcek afetleri: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

4. Kaçak kesim: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

5. Açmalar: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.2. Halkın Orman İşletmeleriyle Olan İletişimi, İletişimde Oluşan Eksiklikler Ve Bunların Giderilmesi

Halkın orman işletmeleriyle olan iletişimi ve bu iletişimde oluşabilecek eksiklikler ve bu eksikliklerin giderilme durumu halkla ilişkileri olumlu yönde etkilerken bu durum kısa açıklamalarla aşağıda sunulmuştur.

1. Yeni personel alımı: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen parametrelerdendir.

2. Çalışan personelin yaşı ve halk' a yaş gruplarına göre davranış şekilleri: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

3. Zabıtname: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

4. Orman köylüsünün zati ihtiyaçları: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

5. Orman işletme müdürlüklerinde iç ilişkiler: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir. Bu durum kendi arasında 3 farklı kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

- a) İşletmenin personelle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- b) Personelde bulunması gereken özellikler: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- c) İşletmenin sivil toplum örgütleriyle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

6. Orman işletme müdürlüklerinde dış ilişkiler: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir. Bu faktörü 5 farklı kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

- a) İşletmenin tüketicilerle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- b) İşletmenin kamu kuruluşlarıyla olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- c) İşletmenin meslek örgütleriyle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- d) İşletmenin fidanlıklarla olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- e) İşletmenin çevreyle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.3. İşletme-Halk İşbirliği

İşletmelerde halkla iş birliği konusu halkla ilişkileri olumlu yönde etkilerken bu durum kısa açıklamalarla aşağıda verilmiştir.

1. İşletmenin halk tarafından görünüşü: Olumlu veya olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

2. Halkın işletmeden yakınmalarının nedenleri: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir. Bu faktörü 2 kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

- a) Halkın işletmelerin çalışmalarından habersizliği: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.
- b) İşletmelerin, halkın istek ve şikâyetlerine önem vermemesi: Halkla ilişkileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

3. Halk ve işletme arasında işbirliği yolları: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir. Bu faktörü 2 kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

- a) Halka işletmelerin çalışmaları hakkında bilgi verilmesi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- b) Halk istek ve şikâyetlerinin işletme tarafından değerlendirilmesi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

4. Halkın işletmeye katılması: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir. Bu faktörü 3 kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

- a) İşletmeye katılma türleri: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- b) İşletmeye katılma nedenleri: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- c) İşletmeye katılma ve bürokrasi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

5. Halkın çekinmeden işletmeye başvurmasını kolaylaştırma yolları: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen parametrelerdendir.

6. İşletmedeki aksaklıklar ve düzeltme yolları: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.4. Yöneticide Bulunması Gereken Nitelikler

Yöneticide bulunması gereken nitelikler konusu, orman işletmeleriyle halkla ilişkileri olumlu yönde etkilerken bu durum kısa açıklamalarla aşağıda verilmiştir.

- 1. Planlama, organizasyon, kumanda, koordinasyon ve denetlemeyi iyi bir şekilde uygulamak: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- 2. Personeli ve halkı dinlemek: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- 3. Geleceğe ait düşüncelerini personele ve halka açıklamak: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- 4. Personeli yeteneğine uygun işlerde çalıştırmak: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.5. Orman Köyleri Ve Kırsal Kesimde Yaşayan Halkın İşletmelerle Olan İlişkisi

Orman köyleri ve kırsal kesimde yaşayan halkın işletmelerle olan ilişkisi olumlu yönde etkili olurken bu durum kısa yorumları ile aşağıda verilmiştir.

- 1. Muhtarların işletmelerle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- 2. Köy ihtiyar heyetinin işletmelerle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- 3. Köy öğretmenin, köy imamının ve köy koruyucularının işletmelerle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- 4. Köy derneğinin, gönüllü dernek ve sivil toplum örgütlerinin işletmeyle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.6. Halkla İlişkilerde Eğitimin Önemi Ve Halkın Eğitimi

Halkla ilişkilerde eğitim konusu, halkın ve personelin eğitimi ve genel anlamda eğitimin önemi konuları orman işletmeleriyle halkı olumlu yönde ilişkilere yöneltmektedir. Bu durum kısaca;

1. Eğitimin yararları ve önemi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
2. Personelin eğitimi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
3. Halkın eğitimi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.7. İşletmelerin Çeşitli Gruplarla Olan İlişkisi

İşletmelerin çeşitli guruplarla olan ilişkisi, halkın orman işletmeleriyle olan ilişkilerini olumlu yönde etkilemektedir. Bunlar,

1. İşletmelerin örgütlenmiş gruplarla olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
2. İşletmelerin gençlerle olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
3. İşletmelerin yaşlılarla olan ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
4. İşletmenin ilköğretim çağında olan çocuklarla ilişkisi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.8. Orman İşletmelerinde Halkla İlişkilerin Ekonomik Gelişmeye Katkısı Ve Payı

Orman işletmelerinde halkla ilişkilerin ekonomik gelişmeye katkısı ve payı, pazarlama ve basın yayın ile ilişkili olup bu durum 2 ana başlık altında toplam 11 kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

1.5.8.8.1. Pazarlama

Pazarlama halkın orman işletmeleriyle olan ilişkisini olumlu yönde etkilemektedir.

1. Hedef kitle açısından pazarlama: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
2. Kullanılan araç açısından pazarlama: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.8.8.2. Basın-Yayın İle İlişkiler

Basın ve yayın özellikle orman köylüsünün ve kırsal kesimde yaşayan halkın orman konusunda eğitilmesi konusunda sınırsız derecede önemli ve etkili bir iletişim araçlarıdır.

1. Televizyon ve radyoların önemi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
2. Konuların sinemalarda tanınmış sanatçılarla işlenmesi: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
3. Cep kitapları ve rehberler: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
4. Halkın eğilimlerini konu alan anketlerin yapılması: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

5. Basın bülteni ve basın toplantılarının yapılması: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

6. Halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir. Bu faktörü 3 farklı kategoride incelemek mümkündür. Bunlar,

- a) Yazılı araçlar: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- b) Sözlü araçlar: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.
- c) Görsel ve işitsel araçlar: Halkla ilişkileri olumlu yönde etkileyen faktörlerdendir.

1.5.9. Genel Olarak Faktörlerin Değerlendirilmesi

Tespit edilen 10 ana faktörlerin 59 alt faktörleri ile toplam 69 faktörden 49 adet olumlu faktöre orman işletme müdürlüklerinde amacına uygun şekilde değerlendirilip işletmelerin halkla olan ilişkilerinde bu faktörler doğrultusunda uygulamaya başlandığı zaman halk ve işletmeler karşılıklı pozitif sonuç verir.

Tespit edilen diğer 10 adet olumsuz faktör ise; halkı orman konusunda bilinçlendirerek ormanların korunmasının halkın bir milli görevi olduğu fikrini benimseterek, orman işletmelerinin halka karşı yasal yönde esnek davranmasıyla halkın ormana ve işletmeye karşı iyi düşüncelerini kazanarak ve yönetimden kaynaklanan eksik ve yanlış uygulamaların giderilmesi için yapılan tespitler ve bunların çözüm yollarının bulunması ile giderilebilir veya en aza indirilebilir.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Ormancılık kısaca, ormanlardan mal ve hizmet alımına yönelik talepleri karşılamak için yapılan etkinliklere verilen genel addır. Ormancılık tekniği bu hizmetleri sağlarken, ormanların sürekliliğini sağlayacak tedbirleri almak zorundadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ormanların içinde ya da bitişiğinde yaşayan insanların çokluğu ve her yönden ormanlara olan bağımlılığı devam etmektedir. Toplum içinde en değerli doğal kaynaklardan biri olan ve insanların doğa ile olan ilişkilerinde çok belirgin ve ayrıcalıklı konumda olan ormanlar, doğal kaynakların tahrip edilme sürecinden en fazla nasibini almış ekosistemlerin başında gelmektedir. Bununla birlikte stratejik bir hammadde oluşu ve korunması gereği, ormanları yönetenlerle halk arasında çok iyi bir diyalogun kurulmasını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle ormanların yönetilmesinde ‘topluma rağmen’ uygulamaların artık yerini ‘toplumla birlikte’ anlayışına bırakma gereği gün geçtikçe daha fazla kabul görmektedir. Bu dönüşümün sağlanmasında iyi planlanmış bir halkla ilişkiler çalışması son derece önemli bir yer tutmaktadır. Bu anlamda ormancılık camiasının tüm çalışanları da bu etkinliğin birer parçası olmak durumundadır (Kurdoğlu ve Kurdoğlu, 2002).

Türkiye’de halkla ilişkiler, Dünya’daki gelişmesine paralel olarak bir uzmanlık alanı ve ayrı bir meslek dalı olarak kendini kabul ettirmiş değildir (Çerçi ve Şen, 1974). Ülkemizde halkla ilişkiler özellikle son yıllarda önem kazanmıştır. Dolayısıyla bu konuda yapılan çalışmalar oldukça sınırlı sayıdadır. Özellikle ormancılık sektöründe halkla ilişkiler konusundaki çalışmalar çok daha sınırlı sayıda kalmıştır. Bu kısıtlara rağmen konu ile ilgili ulaşılabilen literatür bilgileri aşağıda özetlenmiştir.

Halkla ilişkiler, işletmenin halkla doğru ve sağlıklı ilişkiler kurup geliştirmesi, halkta işletme konusunda olumlu izlenimler oluşturmaları, halkı işletmeye karşı olumlu düşünce ve davranışlara yönetmesi, halkla karşılıklı çıkarlara dayalı ilişkiler kurup sürdürmesi yolundaki planlı çalışmalar olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 1996).

Türkiye ormancılığında çağdaş anlamda ormancılığın başladığı 1937 den bu yana, hedeflenen gerek ve yeterli atılımlar gerçekleştirilememiş ve uygulanan politikalar sonucunda; ülke orman işletmeciliği yönetim, satın alma, üretim, pazarlama, finans, iş gören muhasebe, araştırma-geliştirme ve özellikle halkla ilişkiler işlevlerini etkin ve verimli bir şekilde yerine getirememiştir (Türker, 1999).

Çağımızda kuruluşların başarılı olmasında halkla iyi ilişkiler kurmaları büyük önem taşımaktadır. Zira günümüzde halk, kuruluşların çalışmaları ile yakından ilgilenmekte ve yapılan işlerin gerçeklerini öğrenmek istemektedir. Artık halkın inanmadığı ve desteklemediği işleri yapmak kolay olmamaktadır. Bu nedenle, gerek kamu gerekse özel sektör kuruluşları faaliyet alanlarına giren halkın güven ve desteğini sağlayabilmek için yoğun çaba göstermektedirler (Özdönmez ve ark, 1999).

Gürüz’ün “Halkla ilişkilerde çevresel faktörler” adlı çalışmasında, halkla ilişkiler konusunda kavramsal bilgiler vermiş ve halkla ilişkiler teknikleri incelemiştir. Çalışma sonucunda; halkla ilişkilerin iyi eğitilmiş uzman personelle, gelişmiş teknikleri kullanarak ve bu teknikleri daha da geliştirme çabaları göstererek etkin ve yaygın olarak kullanıldığında başarı oranını artırmada çok etkili olacağı belirtilmiştir. Örgütün çevresini

oluşturan kişi ve grupları tanıma yöntemleri, halkla yüz yüze ilişkiler, kamuoyu araştırmaları, basın izleme ve halkın yazılı başvurularının değerlendirildiği, etkin halkla ilişkiler programları sonucunda örgütte çalışanların ve toplumdaki bireylerin bağlılık duygularının da olumlu yönde etkilendikleri sonucuna varılmıştır (Gürüz,1997).

Kayacan tarafından yapılan “Orman Bakanlığında Halkla İlişkiler” konulu bir çalışma, ormancılık sektöründe halkla ilişkiler konusunda yapılan ilk çalışmalardan biridir. Çalışmada, Orman Bakanlığı ve bağlı kuruluşlarda basın ve halkla ilişkiler çalışmaları hakkında bilgiler verilmektedir. Çalışmada basın, yayın ve halkla ilişkilerin yönetmelik, tamim ve yasalardaki durumuna yer verilmiştir. Yazar kendi görüşlerini minimumda tutmuştur. Çalışmada, halkla ilişkiler çalışmalarında uygulanan yöntemler ve karşılaşılan sorunlara da yer verilmiştir. İdare tarafından, ormancılık faaliyetlerine başlanmadan önce ve çalışmanın her aşamasında çalışmaların yöre halkına yararları genellikle köy, kasaba ve şehir ileri gelenleri ile yapılan görüşme veya daha büyük toplantılarla anlatıldığı, ancak halkla ilişkiler faaliyetlerinin hedefe ulaşamayacak düzeyde olduğu belirtilmektedir (Kayacan, 1980).

Çerçi ve Şen tarafından yapılan bir halkla ilişkiler çalışmasında, yurdumuzdaki halkla ilişkiler çalışmalarının bugünkü durumu, potansiyeli ve sorunları ortaya konmuştur. Ayrıca çalışmanın içinde Devlet Planlama Teşkilatına (DPT) bağlı yayın ve temsil şubesince Türkiye’deki kamu ve özel kuruluşlara uygulanan bir halkla ilişkiler anketinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Anketin değerlendirilmesi sonucunda; ülkemizde halkla ilişkiler çalışmalarının olumlu bir aşamada olduğu, ancak ilgili ünitelerin genelde şekli olarak örgütlendikleri ve henüz fonksiyonel bir çalışma içerisine giremedikleri, halkla ilişkiler yöneticilerinin seçiminde, konularında eğitilmiş kişilere sorumluluk verilmesi ve halkla ilişkiler görevlilerine hizmet içi ve dışı eğitim imkânları sağlanarak, farklı konularda eğitim görmüş elemanlardan yararlanılma yoluna gidilmesi gerektiği sonuçlarına varılmıştır (Çerçi ve Şen, 1974).

Zaman içinde alınan önlemler, ormanların tahrip olma ve azalma sürecini durduramamış, orman içindeki toplumla ormanları yönetenler arasındaki çatışmalar sürekli olagelmıştır. Aslında Halk-Orman ilişkilerinin önceleri de iyi olmadığı bilinmektedir. Sivas Valisi Halil Rifat Paşa 1884 yılında yayınladığı emirnamede “çok yerde köylüler odun bulamadıklarından tezек yakıyorlar. Ağaçların köklerini dahi söküp yaktıkları için gitgide ormanlar tükenecek ve sıkıntıya uğrayacaklar” demektedir (Demirel, 1990). Bu emirnameden yaklaşık 80 yıl sonra, 1966 da yapılan kongrede yine benzeri sorunlar dile getirilmiştir. “Bugün bilhassa orman içi ve civarında yaşayan halkla ormancılığımızın ilişkileri olması gereken denge hududunu aşmış ve birbirine ziyankâr olmaya başlamış, esas tekniği ve tatbikatı işlemez duruma getirmiştir (Asmaz, 1966). Orman Mühendisleri Odası adına 1988 yılında hazırlanan bir raporda “ormancılığımızın geçmişinde görülen en büyük eksiklik halkla ilişkiler konusudur” denilmekte ve çeşitli tedbirler açıklanmaktadır. Durumda bir iyileşme olmadığı ve halkla ilişkilerin gerekli ve önemli bir konu olduğu O.G.M’ nün 2001 yılına ait bir yayınında tekrar edilmekte ve “ormancılık çalışmalarının sorunsuz yapılabilmesi için yoğun bir halkla ilişkiler faaliyetinin yürütülmesi ve halkın desteğinin kazanılması zorunluluğu vardır” denilmektedir (O.G.M, 2001).

Kırsal alanda yaşayan geleneksel kabileler, köylüler ve benzeri guruplar hayat şartları ve ekonomileri ormana son derece bağlı olan topluluklardır. Bu yerleşimlerin varlığı ve

bunların sahip oldukları kültür, alışkanlık, gelenek ve hakları, orman kaynaklarının bir parçası olarak görülmektedir. Günümüzde, şehirleşmenin getirdiği aşırı baskı nedeniyle giderek artan rekreasyon alan gereksinimi de, ormanların insanlar üzerindeki fonksiyonel önemini ve orman-halk ilişkilerinin diğer bir boyutunu ortaya koyan bir başka örnektir (DPT, 2006).

Son yıllarda insan-çevre ilişkileri alanında gerçekleştirilen araştırmalar “kent insanının doğal alanlardan psikolojik ve fiziksel sağlık açısından çeşitli faydalar elde ettiği” fikrini destekleyen güçlü kanıtlar ortaya koymuştur (Özgüner, 2004). Rohde ve Kendle, Bu konuda gerçekleştirilen kapsamlı bir literatür araştırması olarak, kentlerde doğal alanların insanlara duygusal (stresi azaltıp mutluluğu artırarak), bilişsel (zihin yorgunluğunu azaltarak), gelişimsel (özellikle çocuklarda daha yüksek seviyede zihinsel aktiviteleri teşvik ederek), davranışsal (maceracı davranışları desteklemek suretiyle kişilerin kendine güvenini destekleyerek), ve sosyal (sosyal sınıflar arasındaki sınırları kaldırarak kişiler arası iletişimi ve kaynaşmayı destekleyerek) anlamda faydalar sağladığını ortaya çıkarmıştır (Rohde ve Kendle, 1994).

Serin, Isparta kenti için yapmış olduğu bir anket çalışmasında; ormanların kent insanına sırasıyla doğal ortam, temiz hava, dinlenme ve rahatlama, piknik ve manzarayı çağrıştırdığını ortaya çıkarmıştır. Deneklerin büyük bir çoğunlu bulundukları yerden kent ormanının uzaklığını yaklaşık 30dakikalık yürüyüş mesafesinde yer almasının ve yaklaşık olarak en az 101–1000 hektar büyüklükte olmasının uygun olacağını düşünmektedirler. Genelde kent ormanının yaşadıkları yere çok yakın hatta kent içinde olmasını arzulamaktadırlar. Deneklerin çoğunluğu bu tür alanlarda sırasıyla çocuk oyun alanları, piknik alanları, su alanları ve yürüyüş ve gezinti yolları, oturma üniteleri, spor tesisleri, dinlenme mekânları ve yaban hayatını koruma bölgeleri yer almasını istemektedirler (Serin, 2004).

Hayward ve Weitzer’in Kanada’da gerçekleştirdikleri bir araştırmada kent insanların parkları ve yeşil alanları, fiziksel aktiviteler, doğa ile iç içe olma, sosyal aktiviteler ve stresli kent ortamından uzaklaşma amacıyla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Her ne kadar kentsel alandaki park ve ormanların insanlar için önemi daha çok rekreasyonel ve sosyal aktivitelerle ilişkilendirilse de, insanların doğa ile görsel temele dayanan pasif ilişkilerden de önemli ölçüde psikolojik faydalar elde edebileceği belirtilmektedir (Hayward ve Weitzer, 1984).

Orman Bakanlığı Yayın Dairesi Başkanlığı Ormanlarımız Dergisi’nde yapılan bir çalışmada, orman halk ilişkilerinde ülkemiz vatandaşlarının orman ve ormancılık çalışmalarına destek ve katkı sağlamaları orman ve ağaç sevgisini toplumun tüm kesimlerine yaymak amacıyla Orman Bakanlığı ve Sivil Toplum Kuruluşlarınca ağaç bayramları, Hatıra Ormanları, 21 Mart Dünya Ormancılık Günü, Orman Çocuk Kurultayı, Orman Köyleri Kurultayı, Orman Gönüllüleri, Gençlik Kampları ve çeşitli sanatsal etkinlikler gerçekleştirildiğini vurgulamıştır. Ayrıca halkın bilinçlendirilmesi amacıyla TRT Kurumu ve özel Radyo ve Televizyon Kuruluşlarınca yayınlanmak üzere belgesel ve drama televizyon filmleri üretildiğine ve radyo programlarının yapıldığına dikkatleri çekmektedir (Anonim, 2001).

Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü, Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırmasında ise yapılan bir çalışmada, Türkiye de hızlı, etkili ve verimli işleyen bir orman işletmesinin oluşturulması, orman işletmelerinde açıklık ve katılımın gerçekleştirilmesi ve işletme-halk ilişkilerinin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi ihtiyacı daha fazla hissedilir hale geldiğini, bu amaçlara ulaşılmasında ise, orman işletmelerindeki halkla ilişkiler hizmetlerinin ve bu hizmetleri yürütmekle görevli birimlerin öneminin daha da arttığını vurgulamışlardır (Anonim, 1994).

Ormancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporun da ise; Kırsal kesim ve orman köylerinde yaşayan halkın sosyo-ekonomik durumunun düşük olması sebebiyle orman köylerinde hayvanların otlayabilecekleri çayır ve meraların genellikle veriminin düşük olması ve ahır hayvancılığının yerleşmemiş olması gibi sebeplerden dolayı otlatmanın ormanda yapıldığını bunun sonucunda ormanda yetişen ağaçların artımında bir azalma veya tamamen tahribata neden olduğunu böylece işletmeyle ormanda otlatma yapan kişiler arsında anlaşmazlıklar olduğunu en nihayetinde işletmeler zarara uğratılıp otlatma yapan kişi veya kişiler tarafından halka düşman gözüyle gösterildiğini belirtmişlerdir (DPT, 2001).

Tortop, yapmış olduğu bir çalışmada halka hizmet götüren orman işletmeleri ve müdürlükleri arasında halka götördükleri hizmetler bakımından değişik yapıda olduklarını, Milli Parkların, rekreasyon ve korumayı amaçlarken ağaçlandırmanın, üretim ve dikimi amaçlamadığını, ORKÖY'ün, orman köylerinin istihdamı ve sosyo-ekonomik durumun düzeltilmesini amaçladığını, bu sebeple ki Orman Genel Müdürlüğü bünyesine bağlı müdürlüklerin yaptığı iş ve amaçları da farklı farklı olabildiğini belirtmektedir (Tortop,1998).

Kent ormanı plancıları, yöneticileri ve araştırmacılar kent insanlarının ormanlar konusundaki beklentileri, talepleri, korkuları ve davranışlarını anlamaya çalışmışlardır. Kent ormanlarının tesisi sırasında, ağaç türü seçimi, bitki kompozisyonu, rekreasyonel etkinlikler ve tesisler, mekân koşulları ve özellikle kent insanının görüşleri dikkate alınmalıdır (Gül ve ark, 2001).

Orman işletmelerinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin geliştirilmesi, ormancılık faaliyetlerinin daha kolay yapılabilmesi ve halkın ormanların faydaları ve dolayısıyla devamlılığı hususunda bilinçlendirilmeleri için hayati önem arz etmektedir. Kurum içerisinde takım çalışması yapılmalı ve bu konuda çalışanlar motive edilmelidir. Çalışanlar, inandıkları ve kendi katkılarını gördükleri faaliyetlerde daha başarılı sonuçlar elde edeceklerdir (Çatal ve Türker, 1999).

İşletmeyi sadece üretimin yapıldığı ve ilişkilerin iş organizasyonu ile ilgili olduğu bir yer olarak görmek mümkün değildir. Burada beşeri ilişkilerin bir bölümü geçerli olmaktadır. İşçi-İşveren, amir-memur gibi farklı kesimlerin sağlıklı bir sosyal ilişki içerisinde olması, ekonomik ve siyasi kurumlarının tüm faaliyetlerine olumlu bir şekilde etki yapacaktır (Şener, 1992).

Kitlelere ulaşmada, yönetimin isteklerini onlara aktarmada kullanılabilecek önemli yöntemlerden biri de önderlerden yararlanmadır. Azgelişmiş ülkelerde oldukça yaygın olan toplumun önderliği kendiliğinden oluşmuş bir yöntem olup, toplumun değişik kesimlerine

özellikle de kırsal alan ve gecekonduya ulaşmada büyük kolaylıklar sağlar. Toplumun önderleri aracılığıyla kitlelere ulaşmak, kişileri tek tek aydınlatmaktan çok daha kolay, çok daha etkili ve çok daha çabuk sonuç veren bir yöntemdir. Örneğin köy halkını etkilemede köy muhtarı, köy imamı ve köy öğretmeni mükemmel bir üçlü oluşturur. Bunların ittifakının sağlandığı konularda köylü adeta esir alınır. Toplum önderliğinin özünde ideoloji aktarma ve ekonomik çıkar yatar. Yönetimin bu kişilerden yararlanma yolunu seçmesi, bu kişilerin statülerinin daha da güçleneceği anlamına gelmektedir. Merkezi yönetim ile taşra çekişmesi yada siyasal ayrılığının olduğu ortamlarda toplum önderlerine saygınlık sağlayacak olanaklar tanımak bazen istenmeyen bir sonuç verebilir. Öte yandan toplum önderleri kimi kez kamu erkine ortak olan bir kişidir. Aracılık misyonu kendine bireysel beklentilerini yakalama imkânı sağlar. Bir başka anlatımla bu aracılık, toplum önderlerinin çıkarlarını korumaya yönelik bir operasyon haline dönüşebilir (Kazancı, 1995).

Orman ürünleri endüstrisi, odun hammaddesi işlemekte ve bunu karlı olarak satmaktadır. Orman endüstri ürünlerinin sürümü için reklâm vermek ve aynı zamanda firmalara anlayış, sempati ve saygınlık sağlamaya yönelik halkla ilişkiler çalışmaları da yapılmalıdır. Firmalar, pazar elde etmek, pazar payını genişletmek ve yeni pazarlar oluşturmak isterler. Bu nedenle orman ürünleri endüstrisi için halkla ilişkiler gerekli ve önemlidir. Zira halkla ilişkiler, ürün reklâmları dışında büyük firmaların adlarına sempati, yakınlık ve anlayış sağlamaya neden olur. Sağlıklı tesis kurma, çevre koruma, vergilerinin azaltılması, gümrük sorunlarının çözümü, taşımacılığın iyileştirilmesi ve devlet yardımının sağlanması konuları hep halkla ilişkiler kapsamında ele alınabileceklerdir. Bunlar bilinerek veya bilinmeyerek reklâm faaliyetleri içinde yer alabilir (Özdönmez ve ark., 1998).

Çetin, yüksek lisans tezi olarak hazırladığı ve halkla ilişkilerin verimliliğe etkisini incelediği çalışmasında; verimlilik artışını sağlamak için örgütlerde yapılması gereken değişikliklerle, bu değişime karşı ciddi bir direnişin oluşmasını engellemek ve bütün örgütün yapılan değişikliğe gönüllü ve etkin katılımını sağlamak için halkla ilişkilerin neler yapması gerektiği üzerinde durmuş, verimlilik artışına halkla ilişkilerin katkısını teorik ve uygulamalı olarak ele almıştır (Çetin, 1993).

Halkla ilişkiler çalışmalarının orman yangınlarına etkisini belirlemek amacıyla Srivastava, tarafından Hindistan'ın bir köyünde yapılan bir çalışmada; orman memurları ve orman köylüsünden oluşan karma gruplar tarafından yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarından sonra, yöredeki orman yangınlarında önemli oranlarda düşüş gözlenmiştir (Srivastava, 1995).

As, tarafından yüksek lisans tezi olarak hazırlanan çalışmada; orman işletmelerinde çalışan personelin halkla ilişkiler çalışmalarındaki yeri, örgüt içi ve örgüt dışı halkla ilişkilerdeki durum ve var olan aksaklıkların tespiti amaçlanmıştır. Faaliyetler halkla ilişkiler açısından irdelenmiştir. Bu amaçla, İstanbul Orman Bölge Müdürlüğü bünyesinde yapılan bir örnek çalışmaya yer verilmiş ve sonuçları ortaya konmuştur. Bu bölümde yöneticilere, başvuranlara ve memurlara yönelik anket çalışması yapılmıştır. Ormancılık yönetiminin halkla ilişkiler çalışmalarında pek başarılı olamadığı sonucuna varılmıştır (As, 1994).

“Hastanelerde halkla ilişkiler” konulu bir yüksek lisans tezi hazırlayan Tüfekçi, çalışmasında sağlık hizmetlerinin nitelikleri, örgütlenişi ve halkla ilişkilerin önemi üzerinde durmuş, kurumla ilgili bilgiler vermiş ve araştırma yöntemlerini açıklamıştır. Çalışmanın içerisinde örnek bir halkla ilişkiler şemasına yer verilmiştir (Tüfekçi, 1987).

Türker’in Orman mühendisliği dergisinde yayınlanan “Halkla İlişkiler ve Ormancılık” adlı çalışmasında, halkla ilişkiler disiplininin tanıtımı, kapsam ve araçları ve evreleri ormancılık faaliyetleri çerçevesinde anlatılmıştır. Ayrıca, örgüt içi ve dışı halkla ilişkiler faaliyetleri ile halkla ilişkilerin propaganda, reklâm ve haberleşme ile ilişkileri ele alınmıştır. Sonuçta, ormancılık faaliyetleri ve politikalarını halka duyurmada televizyon, radyo, basın gibi araçların yoğun olarak kullanılması gerektiği, Orman Genel Müdürlüğü’nün (O.G.M) her düzeydeki birimlerinde örgüt içi ve dışı halkla ilişkilerin öneminin çok fazla olduğu ve halkla ilişkilere daha fazla önem verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Türker, 1989).

Türker ve Toksoy tarafından yapılan çalışmada; Orman-halk ilişkilerinin iyileştirilmesi için; bölgede orman-ağaç sevgisini artırmak amacıyla yarışmalar, konferanslar, seminerler ve ağaç bayramları düzenlenmesi, orman köylülerinin kooperatif kurup örgütlenmelerinin desteklenmesi gerektiği ve orman köylülerinin ekonomik ve sosyal durumlarının incelenerek köylülerin ihtiyaçlarının tespit edilmesi gerektiğine yer verilmiştir (Türker ve Toksoy, 2001).

Maruflu, halkla ilişkilerin üç önemli işlevi olduğunu belirtmekte ve bunları; planlı yapılması, inandırıcı olması ve iyi bir haberleşme sisteminin kurulması olarak sıralamaktadır. Bu üç ögenin yerine getirilebilmesi için de her şeyden önce hangi kuruluş olursa olsun örgüt içinde bir halkla ilişkiler bölümü’nün olması gerektiğini dile getirmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler biriminin mutlaka üst düzey yöneticilere bağlı olarak örgütlenmesi gerektiğini belirtmiştir (Maruflu, 1996).

Eryılmaz ve Gümüş tarafından yapılan “Orman Kadastrounun Orman-Halk İlişkilerine Etkisi” konulu çalışmada; orman kadastro çalışmalarının orman suçları ve dolayısıyla da orman-halk ilişkileri üzerinde önemli etkileri olduğu, ancak bu etkinin çalışmaların devam ettiği yıllarda “açma”, “işgal” ve “yerleşme suçlarında artışlara neden olduğu, orman-halk ilişkileri konusunda araştırmalar yapılarak ormanların verim gücü, orman tahriplerinin yoğunluğu, ormancılık-köylü ilişkilerinin durumu ve özellikle de ağaçlandırma yapılacak alanlar dikkate alınmalı; kadastro çalışmalarında öncelik verilecek köylerin buna göre belirlenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır (Eryılmaz ve Gümüş, 1990).

Havza yönetiminde yanlış kişilere yanlış biçimde gönderilen mesajlarla zaman, para ve çabanın boşa harcanmaması için hedef kitlenin önceden belirlenmesi bir halkla ilişkiler kampanyasında atılacak en önemli adımdır. Havza yönetiminde halkla ilişkilerde hedef kitle ve öncelik sırası belirlenmedikçe uygun mesajın ve araçların seçilebilmesi imkânsızdır. Çünkü hedef kitlelerden birine en etkili biçimde basılı araçlarla ulaşabilirken, diğeri için sergiler yada gösteriler daha önemli olabilmektedir (Erdaş, 2003).

Tolunay, orman yangınlarının önlenmesinde halka yönelik eğitim ve yayım çalışmalarının etkisi hakkında; ülkemizde çıkan orman yangınlarının %99’unun

dikkatsizlik ve ihmalden kaynaklandığı ve sonuçta yangına sebebiyet verenin insan olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle öncelikle insanların eğitilmesi gerektiği, eğitimin bir orman yangını sezonunu kapsayacak şekilde ve orman köylüleri ile kentte yaşayan insanlar olmak üzere iki grup üzerinde yapılması önerilmektedir (Tolunay, 1992).

Çançin tarafından “Sosyal Ormancılıkta Ekstenşin ve Katılımcı Yaklaşım” adıyla yaptığı çalışmada; ormanların ve çevrenin korunmasında bugüne kadar uygulanan klâsik orman anlayışının dışında, agroforestry, sosyal ormancılık ve silvopastoral sistemlerin denenmesi amacıyla, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) ve Orman Bakanlığı tarafından yürütülen proje değerlendirilmiş ve sonuçlarına yer verilmiştir. Sonuç olarak; faaliyetlerin belirlenen hedeflere ulaşabilmesi için, projenin amaçlarını ve faaliyetlerini köylüye tanıtmak, anlatmak, köylünün desteğini ve katılımını sağlamak için planlı ve düzenli çalışılması ve hedef kitlenin yapılacak faaliyetin iyi örneklerini görmesi faydalı olacağı sonucuna varılmıştır (Çançin, 1995).

Toplum ormancılığı üzerine çalışmalar yapan Arançlı, hazırladığı bir proje çalışmasında; toplum ormancısı ile ticarî ormancı arasındaki farklılıklara değinmekte ve ticari ormancılıkla toplum ormancılığını karşılaştırmaktadır. Çalışmada toplum ormancısının özelliklerine yer verilmekte ve ormancılığımızın geleceği için önemi üzerinde durulmaktadır (Arançlı, 1995).

Gümüşdere tarafından hazırlanan “Ormancılıkta Yayım(extenşin) Danışmanlık Raporu”nda, Türkiye’de ormancılığın amaçları, mevcut faaliyetler, orman-köy ilişkileri ve sosyal ormancılık konularına değinilmiş, ormancılıkta yayım hizmetlerinin merkezde ve bölgelerde nasıl olması gerektiği hususları tartışılmıştır. Toplum ormancılığı çalışmalarında, planlanan sahaların küçük seçilmesi, planlama yapılırken köy halkının fikrinin alınması gerektiği ve planların kolay denetlenebilir olması gerektiği görüşlerine yer verilmiştir. Ayrıca yazara göre Türkiye ormancılığında orman-köy ilişkileri yeni bir yaklaşımla ele alınmalı ve bu yaklaşım ormancılık şemsiyesi altında geniş bir faaliyet sahası olarak düşünülmelidir (Gümüşdere, 1993).

“Ordu D.O.İ’nde “Orman Suçu İşleme Nedenleri” üzerine Gümüş, tarafından yapılan çalışmada; Ordu Orman İşletme Müdürlüğü dâhilinde açma suçlarının daha yoğun olduğu ve bu suçların ağırlıklı olarak yaşlılar tarafından işlendiği ortaya konulmuştur. Kesme suçlarının 25–39 yaş gruplarında, nakil suçlarının 15–19 yaş grubunda yoğunlaştığı, tüm suçlarda ise yaş arttıkça orman suçu işleyenlerin sayısının arttığı belirlenmiştir (Gümüş, 1989).

Kamu kuruluşları halk yararına çalışmak, halka hizmet etmek amacıyla kurulmuşlardır. Demokratik ülkelerde yetkili organların seçilmesi ile halkın görevi bitmemektedir. Kararların alınmasında, bunların uygulanması ve çalışmaların denetlenmesi aşamalarında halka da bir kısım görevler düşmektedir. Halkın bu çeşitli aşamalarda yardımını, desteğini, katkısını sağlamak iyi bir yönetim için gereklidir. Yönetimin başarısı da halkın bu yardım ve katkısını sağlayabildiği oranda artmaktadır. Bu yönden yönetimi başarılı kılmak için, her alanda kamu kuruluşlarının halkla yakın işbirliği gerekmektedir (Erdaş, 2000).

Halkla ilişkiler ve enformasyon çağdaş toplumun gerekleri arasında mevcut ilişkileri güçlendirmeyi ve toplum bilincini oluşturmayı amaçlayan çalışmalardır. Kısa süre içinde sonuç vermeleri beklenemez. Sabır isteyen ve mutlaka eğitim gerektiren bir faaliyettir. Gelişmiş ülkelerde gelişmişliğin bir ifadesidir. Halkla ilişkilerde halk hiçbir zaman ihmal edilemez. Her şeyin onlar için yapıldığına ve karşılıklı güvenin olmasına yarayan en önemli vasıtalarından biridir. Orman Bakanlığı ve Orman Genel Müdürlüğü konusu gereği yöneldiği halk kitlesine, sivil toplum örgütlerine, basına, bireylerin farklılığı nedeniyle halkla ilişkiler iletişim ve tanıtım konularına çok daha fazla önem vermelidir (Erdaş, 2000).

3. MATERİYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Kahramanmaraş ve Osmaniye Orman İşletme Müdürlüklerinde Merkez Orman İşletme Şefliklerinde ve bu şefliklere bağlı her ilde 3'er olmak koşulu ile 6 ilçede ve iki il merkezinde toplam 8 ayrı çalışma alanında anket çalışması yapılmıştır (Şekil 1). Yapılan bu çalışmada, İşletme Şefliklerindeki halkla ilişkiler çalışmalarının düzeyini, işletmelerin doğrudan veya dolaylı olarak ilişki içerisinde bulunduğu halkla ilişkilerini ve problemlerini, halkın orman işletmelerinden beklentilerini ve eleştirilerini, sosyo-ekonomik durumlarını orman işletmelerinin yapmış olduğu ormancılık faaliyetlerini halkın memnuniyetliğini veya memnuniyetsizliğini ve Devlet Orman İşletmelerinin halkla ilişkiler faaliyetlerindeki yerini belirleyecek gibi faktörleri açıklamaya yönelik çeşitli yaş ve meslek guruplarına uygulanmak üzere anket formu hazırlanmıştır.



Şekil 2. Araştırma Alanlarının Ülkemizdeki Coğrafi Yeri

Orman Köy İlişkileri Genel Müdürlüğü (ORKÖY) Kalkınma Planları, Orman Genel Müdürlüğü kayıtları, Kahramanmaraş ve Osmaniye İl'i ve İl'e bağlı bulunan çalışma alanı içerisinde yer alan İlçe Nüfus Müdürlükleri kayıtları, Orman İşletme Müdürlükleri ve İşletme Şeflikleri kayıtları yararlanılan materyaller arasındadır.

Yukarıda belirtilen ve orman işletmeleri ile ilişkide bulunan halka uygulanan anket formu Ek:1 de verilmiştir.

Öte yandan, halkla ilişkilerin Dünya'daki ve Türkiye'deki gelişimi; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi kütüphanelerinde ve internetten arama motorları aracılığı ile yerli ve yabancı eserler incelenmiş ve konu hakkında ön bilgi elde edilmiştir. Orman Bakanlığı ve bağlı birimlerindeki Araştırma ve Planlama Daireleri ile Yayın ve Tanıtım Daire Başkanlığı'nda ikili görüşmelerle günümüzde ilgili kurumların halkla ilişkiler konusundaki çalışmaları hakkında bilgi alınmıştır.

3.2. Yöntem

3.2.1. Araştırma Yönteminin Önemi ve Amacı

Kahramanmaraş ve Osmaniye ormanları içerisinde ve bitişğinde bulunan orman köylerinde ve şehir merkezlerinde yaşayan halkın, Kahramanmaraş ve Osmaniye orman işletmeleriyle olan ilişkileri, söz konusu ormanların devamlılığı ve gelişmesi açısından son derece önem teşkil etmektedir.

Kahramanmaraş ve Osmaniye ormanlarının devamlılığı ve geliştirilmesi, söz konusu ormanların özellikle içerisinde ve bitişğinde yaşayan halkın sosyo-ekonomik durumuyla,(eğitim durumuyla, kültür yapısıyla) ve işletmeyle doğrudan ilgilidir. Kahramanmaraş ve Osmaniye orman alanı içerisinde bitişğinde ve şehir merkezinde yaşayan halkın, sosyo-ekonomik durumu, eğitim durumu, kültür yapısı, orman işletmeleriyle olan ilişkileri ve orman işletmelerinde mevcut uygulama ve çalışmalarıyla halkla olan ilişkileri ayrı ayrı incelenerek yapılan yanlış uygulamaların ve verimli çalışmaların tek tek tespit edilmesi ve tespit edilen faktörlerin söz konusu iki işletmede de karşılaştırılarak ormanların devamlılığı, geliştirilmesi, halkın refah düzeyinin yükseltilmesi ve özellikle orman-insan ilişkilerinin verimini artıracak ortak noktalar ve tespit edilen sorunlara yeni çözüm önerilerinin getirilmesi, Kahramanmaraş ve Osmaniye orman işletmeleri aracılığı ile Türkiye de tüm orman işletmelerinin halkla olan ilişkilerinde bir örnek olması bu çalışmanın ana amacı olacaktır.

Çalışma anket ağırlıklı hazırlanmıştır. Anket sonuçları istatistikî yöntemlerden khi-kare metodu ve sayısal oranların değerlendirilmesi tabloları kullanılarak değerlendirilmiştir. Ayrıca ankette yer alan 8 adet yorum sorusu ise, ankete katılan kişilerin tamamen kendi kişisel yorum ve düşüncelerine ayrılmış olup halkın orman ile ilişkilerinin ne düzeyde olduğunu ve nasıl olması gerektiğini belirlemeye yarayan sorulardır. Bu yorum sorularının değerlendirilmesi ise halkın en fazla tercih edilen görüşlerinden ilk 5 tanesi önem sırasına göre alınarak yapılmıştır. Diğer 22 soru ise Halkın düşünceleri doğrultusunda tarafsız ve dengeli bir şekilde çoktan seçmeli şıklar olarak hazırlanmıştır. Bu sayede anket sorularına verilen cevapların çapraz ilişkileri incelenebilmiştir.

Anket soruları bireylere görevlilerce posta ile veya yayın yolu ile ulaştırılabilir. Ancak bu yöntem çok kullanılmasına rağmen, çok net sonuçlar vermez. Deneklerin sorulara verdikleri cevaplar her zaman gerçekleri yansıtmamaktadır. Denek bazen gerçek

düşüncesini yansıtmak yerine verilmesi gerektiğini düşündüğü cevabı vermektedir. Bu durum ise sonuçların güvenilirlik oranını düşürmektedir. Anket sorularının kolay anlaşılabilir, mümkün olduğu kadar kısa olmalı ve cevap vereceklerin kişisel görüşlerini yansıtabilecek tarzda seçilmesi gerekir.

Rasgele seçilen katılımcılara anket, karşılıklı görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. %95 güven derecesi %100 ün üzerinde katılım payı ile örnek büyüklüğü toplam 273 kişi olarak belirlenmiştir.

Maksimum 200 kişiye anket uygulanmasının yeterli olacağı varsayımıyla yanlış doldurma ve hatalar da göz önüne alınarak 273 kişiye anket yapılmıştır.

3.2.2. Araştırma Anketlerinin Hazırlanması Ve Uygulanması

Halkla ilişkilerin evrelerinin en önemlilerinden biri, bilgi toplama safhasıdır. Bilgi toplamanın ilk aşaması halkla ilişkiler çalışması yapılacak kitle hakkında daha önce yapılmış yayınlar, basılı kitaplar veya ilgili kuruluşlardan elde edilen bilgilerin derlenmesidir. İkinci aşamada, hedef kitledeki insanlardan bilgi edinilir. Hedef kitle hakkında bilgi edinmenin en iyi yolu bu insanlarla tek tek görüşmektir. Ancak, gerek personel, gerekse zaman ve para bakımından bu çalışmayı yapmak pek mümkün değildir. Bu bakımdan hedef kitleden seçilecek örnekler hakkında bilgi edinilmeye çalışılır. Örneklemeye metodu üç şekilde yapılabilir (Gürüz, 1993).

1-Rasgele örneklemeye: Bu yöntemde araştırma kapsamına alınacak kişiler, önceden belirtilen bir düzene göre rasgele seçilir. Örneğin bir telefon kitabındaki, bir gazetenin abone listesindeki, bir nüfus memurluğunun kütüğündeki isimlerden belli bir sıradaki alınır. Bu yolla herkese örneğe girme hakkı verilmiş olmaktadır (Gürüz, 1993).

2-Bölgesel örneklemeye: Bu yöntemde kitleyi doğru temsil edecek şekilde, çok yoğun bölgelerden daha az yoğun bölgelere geçilir. Buradan da evlere ulaşılır. Örneğin şehrin mahallelerinde sokaklar seçilir. Sokaklardaki ev seçimi ise rasgele örneklemeye metoduna göre yapılır (Gürüz, 1993).

3-Kota örneklemesi: Araştırma yapılacak kitlede cinsiyet, meslek, gelir, kültür düzeyi gibi özellikler ortak ölçü alınır ve örneğin bu orana uymasına dikkat edilir. Araştırmayı yapanlar kitle içerisinden bu özellikleri en çok taşıyan kişileri seçmektedirler. Ancak bunu yapmak kolay değildir (Gürüz, 1993).

Bilgi toplamanın en çok kullanılan yöntemlerinden biri de anketlerdir. Örgütlerin güvenilirlik, tanınmışlık, sevilirlik ve etkinliklerini belirlemelerinde, ilişki kurduğu kişi ve gruplara en kolay ve kısa sürede etkileşimde bulunmaları bilimsel ve sistemli anket araştırmaları ile gerçekleştirilebilmektedir. Halkla ilişkilerin çevreyi tanıma süreci içinde geliştirilen anket yöntemi, örgütün grupları ile ilgili çeşitli bilgi toplama işlemlerini içerir (Gürüz, 1993).

Halkın çeşitli konulardaki fikir ve düşüncelerini anlamak; hem onun gereksinme ve önerilerinin bilinmesine, hem de ona ulaşacak mesajların daha iyi düzenlenmesine imkân

verir. Anket, doğruları bulup çıkarmak, tutum ve davranışları, buna göre yönlendirmek açısından önem taşır (Yazıcı, 1996).

Anketler, Orman işletmelerinde çalışan personele, 31 ve 32 madde kapsamına giren orman köylerinde yaşayan halka ve şehir merkezinde yaşayan halka uygulanmıştır. Kahramanmaraş İl merkezinde 67, Andırın İlçesinde 25, Türkoğlu İlçesinde 24 ve Pazarcık İlçesinde de 25 olmak üzere Kahramanmaraş İl sınırlarında toplam 141 adet anket uygulanmıştır. Osmaniye İl merkezinde 66, Bahçe İlçesinde 25, Düziçi İlçesinde 25 ve Hasanbeyli İlçesinde 16 olmak üzere Osmaniye İl sınırları içerisinde toplam 132 adet anket uygulanmıştır. Böylece bu çalışmada, örnek büyüklüğü veya uygulanan anket sayısı Kahramanmaraş ve Osmaniye olmak üzere toplam 273 adet olarak uygulanmıştır.

3.2.3. Araştırmada Kullanılan İstatistikî Yöntemler

Araştırmada 3 adet yöntem kullanılmıştır. Bunlar sırasıyla Khi-kare yöntemi, Sayısal oranların değerlendirilmesi yöntemi ve ankette yer alan yorum sorularının değerlendirilmesi yöntemi olup aşağıda verilmiştir.

3.2.3.1. Khi-Kare Metodu

Anket sonuçları istatistikî yöntemlerden khi-kare metoduyla değerlendirilmiştir. Çalışmamızda, anket de yer alan yaş, eğitim durumu ve mesleğin diğer sorularla tek tek ve çapraz karşılaştırılması khi-kare yöntemi ile değerlendirilmiştir. Khi-kare analizi, çok şıklı deneylerin analizinin yapılmasına imkân tanımaktadır (Bilge, 1995). Khi-kare analizi, gözlemlerin sayısal olmadığı, ancak gözlemlerin belirli gruplara ve bu grupları belirli sınıflara ayırarak incelenebildiği durumlarda geçerli bir metottur. Khi-kare testiyle test edilen sıfır hipotezinde, sınıflardaki gözlem oranlarının bütün gruplar için aynı olduğu düşünülür. Sıfır hipotezine göre beklenen frekanslar, bütün gruplar birlikte ele alınarak bulunan satır ve sütun toplamaları yardımıyla hesaplanır. Sıfır hipotezini test etmek için, beklenen ve gözlenen frekansların arasında anlamlı bir farkın olup olmadığına bakılır. Matristeki her bir gözlem değerinin khi-kare değerine katkısı $\frac{(G - B)^2}{B}$ formülü

ile hesaplanır. χ^2 değeri bu katkıların toplamıdır (Şeniş,1997).

Burada;

G= Gözlenen değerler,

B= Beklenen değerler olup;

$$\chi^2 = \sum_i^n \frac{(G - B)^2}{B} \text{ olarak elde edilir.}$$

Khi-kare(χ^2) dağılımı, varyanslara ait güven aralıklarının bulunması açısından önem arz eder. Bu dağılımın yoğunluk fonksiyonu (0.00) aralığında tanımlıdır. Khi-kare yönteminde dağılım simetrik değildir. Dağılımın grafiği V= n-1 serbestlik derecesine bağlı olarak değişir. Serbestlik derecesi;

(k-1)(r-1) dir.

Geniş bir güven aralığından ziyade dar bir güven aralığı tercih edilir. Bu çalışmada, güven aralığı $\alpha=0.05$ alınmıştır. Khi-kare metodunda kullanılan matrisler bulgular bölümünde verilmiştir.

Çalışmadaki gruplar arası ilişkilerin incelenebilmesi khi-kare yönteminin kullanılmasını gerektirmiştir. Bu yöntem sayesinde; örneğin, yaş grupları ile çeşitli ormancılık günlerine katılanların birbiriyle olan ilişkileri incelenmiştir. Ankette yer alan ve yorum sorusu olmayan 21 adet anket sorusunun birbirleriyle çapraz karşılaştırılması khi-kare metoduna göre değerler toplam 33 adet tablo da gösterilmiştir.

3.2.3.2. Sayısal Oranların Değerlendirilmesi Yöntemi

Ankette yer alan yorum sorusu olmayan 21 adet sorunun anket yapılan yöreye göre ve toplam yöreye göre sayısal sonuçları ve yüzdeler dilimleri verilmiştir. Böylece hangi bölgenin orman işletmesiyle ne sorunu olduğu kolayca görülür. Bu yöntem sayesinde oluşturulan 21 adet tablodan çok sayıda yorum elde edilir.

4. BULGULAR**4.1. Khi-kare Metoduna Göre Anket Bulguları**

Bu çalışmada ankette yer alan yaş, eğitim durumu ve meslek durumunun diğer sorularla tek tek ve çapraz karşılaştırılması khi-kare yöntemi ile yapılmıştır. Khi-kare metodu, anket sonuçlarında yer alan çok şıklı deneylerin analizinin yapılmasında kullanılmaktadır. Bu metotla sıfır hipotezini test etmek için, beklenen ve gözlenen frekansların arasında anlamlı bir farkın olup olmadığına bakılır.

Aşağıda kişilere sorulan soruların khi-kare metoduna göre değerlendirme bulguları verilmiştir.

4.1.1. Orman İşletmesinin, Orman İçinde Ve Bitişğinde Yaşayan Toplumlara Sağladığı Hizmetler

Orman işletmesinin orman içinde ve bitişğinde yaşayan toplumlara sağladığı hizmetlerin, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman içinde ve bitişğinde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetler				Toplam
		Yeterli	Kısmen yeterli	Pek yeterli değil	Hiç yeterli değil	
Yaş	0-25	14	41	29	24	108
	26-50	17	41	20	27	105
	50 ve üzeri	2	9	4	11	26
Toplam		33	91	53	62	239

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	6,631	6	,356
Olabilirlik oranı	6,365	6	,384
Lineer ilişki	,985	1	,321
Gözlem sayısı	239		

Burada khi-kare değeri 0,356 olduğundan 0,05 ve 0,01'den büyük olduğu için($P>0,05$), orman içinde ve bitişğinde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetlerin yeterliliği konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman içinde ve bitişiginde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetler				Toplam
		Yeterli	Kısmen yeterli	Pek yeterli değil	Hiç yeterli değil	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	1	1	0	3	5
	İlköğretim	9	21	15	11	56
	Lise	18	51	24	34	127
	Üniversite	3	17	13	9	42
Toplam		31	90	52	57	230

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	9,415	9	,400
Olabilirlik oranı	10,090	9	,343
Lineer ilişki	,143	1	,705
Gözlem sayısı	230		

Burada khi-kare değeri 0,400 olduğundan 0,05 ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman içinde ve bitişiginde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetlerin yeterliliği konusunda eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman içinde ve bitişiginde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetler				Toplam
		Yeterli	Kısmen yeterli	Pek yeterli değil	Hiç yeterli değil	
Meslek durumu	Öğrenci	12	29	24	17	82
	Çiftçi	1	8	5	3	17
	Memur	5	21	9	13	48
	Srb. meslek	4	10	3	9	26
	Emekli	3	3	1	6	13
	Ev hanımı	3	1	2	4	10
	Tüccar	0	3	3	0	6
	Diğer	5	15	6	10	36
Toplam		33	90	53	62	238

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	23,029	21	,342
Olabilirlik oranı	25,579	21	,223
Lineer ilişki	,059	1	,808
Gözlem sayısı	238		

Burada khi-kare değeri 0,342 olduğundan 0,05 ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman içinde ve bitişğinde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetlerin yeterliliği konusunda meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.2. Halkın, Orman İşletmesiyle Olan Şikayet Ve Önerilerini Orman İşletmesi İle Paylaşması

Halkın, orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerini çekinmeden orman işletmesiyle paylaşmasının, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın, orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerini orman işletmesi ile paylaşması				Toplam
		Evet paylaşırım	Zaman zaman	Hayır paylaşmam	İlgilenmiyorum	
Yaş	0-25	12	21	28	54	115
	26-50	12	40	29	26	107
	50 ve üzeri	3	9	3	16	31
Toplam		27	70	60	96	253

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	19,765	6	,003
Olabilirlik oranı	21,077	6	,002
Lineer ilişki	2,356	1	,125
Gözlem sayısı	253		

Burada khi-kare değeri 0,003 olduğundan 0,05 ve 0,01 den küçük olduğu için($P<0,01$), halkın orman işletmesiyle olan şikâyet ve önerilerini orman idaresiyle çekinmeden paylaşmasının yaşa göre durumu anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın, orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerini orman işletmesi ile paylaşması				Toplam
		Evet paylaşırım	Zaman zaman	Hayır paylaşmam	İlgilenmiyorum	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	2	1	3	6
	İlköğretim	5	26	13	18	62
	Lise	12	27	34	60	133
	Üniversite	7	13	13	10	43
Toplam		24	68	61	91	244

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	16,883	9	,051
Olabilirlik oranı	17,174	9	,046
Lineer ilişki	,134	1	,714
Gözlem sayısı	244		

Burada khi-kare değeri 0,051 olduğundan 0,05 ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,01$), halkın orman işletmesiyle olan şikâyet ve önerilerini orman idaresiyle çekinmeden paylaşmasının eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın, orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerini orman işletmesi ile paylaşması				Toplam
		Evet paylaşırım	Zaman zaman	Hayır paylaşmam	İlgilenmiyorum	
Meslek durumu	Öğrenci	11	11	26	35	83
	Çiftçi	0	13	1	4	18
	Memur	6	19	11	14	50
	Srb. meslek	3	9	6	15	32
	Emekli	0	4	0	9	13
	Ev hanımı	1	2	1	6	10
	Tüccar	3	2	1	1	7
	Diğer	3	10	15	11	39
Toplam		27	70	60	95	252

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	55,731	21	,000
Olabilirlik oranı	57,192	21	,000
Lineer ilişki	,182	1	,670
Gözlem sayısı	252		

Burada khi-kare değeri 0,000 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den küçük olduğu için($P<0,01$), halkın orman işletmesiyle olan şikâyet ve önerilerini orman idaresiyle çekinmeden paylaşmasının meslek durumuna göre anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

4.1.3. Orman İşletmesinin, Halkın Orman İşletmesiyle Olan Şikayet Ve Önerilerine Karşı Tutumu

Orman işletmesinin, halkın orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerine karşı tutumunun, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin, halkın orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerine karşı tutumu				Toplam
		Çok memnunum	Memnunum	Pek memnun değilim	Hiç memnun değilim	
Yaş	0-25	1	25	36	37	99
	26-50	7	41	20	35	103
	50 ve üzeri	0	8	6	12	26
Toplam		8	74	62	84	228

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	19,386	8	,013
Olabilirlik oranı	21,347	8	,006
Lineer ilişki	1,592	1	,207
Gözlem sayısı	231		

Burada khi-kare değeri 0,013 olduğundan 0,05'den küçük ve 0,01'den büyük olduğu için($0,05>P>0,01$), halkın orman işletmesi ile ilgili şikayet ve önerilerine orman işletmesi tutumunun yaşa göre durumu anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin, halkın orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerine karşı tutumu				Toplam
		Çok memnunum	Memnunum	Pek memnun değilim	Hiç memnun değilim	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	1	1	1	1	4
	İlköğretim	2	22	15	17	56
	Lise	3	34	34	50	121
	Üniversite	2	14	11	11	38
Toplam		8	71	61	79	219

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	11,074	12	,523
Olabilirlik oranı	8,916	12	,710
Lineer ilişki	,637	1	,425
Gözlem sayısı	222		

Burada khi-kare değeri 0,523 olduğundan 0,05 ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkın orman işletmesi ile ilgili şikayet ve önerilerine orman işletmesinin tutumu konusunda eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin, halkın orman işletmesiyle olan şikayet ve önerilerine karşı tutumu				Toplam
		Çok memnunum	Memnunum	Pek memnun değilim	Hiç memnun değilim	
Meslek durumu	Öğrenci	1	22	28	27	78
	Çiftçi	1	6	6	3	16
	Memur	2	18	12	15	47
	Srb. meslek	2	13	0	12	27
	Emekli	1	4	1	7	13
	Ev hanımı	1	1	2	4	8
	Tüccar	0	4	1	1	6
	Diğer	0	6	12	17	35
Toplam		8	74	62	86	230

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	37,204	28	,114
Olabilirlik oranı	46,63	28	,015
Lineer ilişki	1,533	1	,216
Gözlem sayısı	230		

Burada khi-kare değeri 0,114 olduğundan 0,05 ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin halkın orman işletmesiyle şikayet ve önerilerine karşı tutumu konusunda halkın meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.4. Orman Yasaları Hakkında Halkın Bilgisi

Halkı ilgilendiren orman yasaları hakkında halkın bilgi sahibi olmasının, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman yasaları hakkında halkın bilgisi		Toplam
		Evet	Hayır	
Yaş	0-25	22	95	117
	26-50	32	81	113
	50 ve üzeri	9	23	32
Toplam		63	199	262

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	3,182	2	,204
Olabilirlik oranı	3,230	2	,199
Lineer ilişki	2,486	1	,115
Gözlem sayısı	262		

Burada khi-kare değeri 0,204 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkı ilgilendiren orman yasaları hakkında halkın bilgi sahibi olma durumunun yeterliliği konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman yasaları hakkında halkın bilgisi		Toplam
		Hayır	Evet	Toplam
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	1	4	5
	İlköğretim	14	53	67
	Lise	23	116	139
	Üniversite	19	24	43
Toplam		57	197	254

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	14,566	3	,002
Olabilirlik oranı	13,041	3	,005
Lineer ilişki	5,155	1	,023
Gözlem sayısı	254		

Burada khi-kare değeri 0,002 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den küçük olduğu için($P<0,01$), halkı ilgilendiren orman yasaları hakkında halkın bilgi sahibi olma durumunun yeterliliği konusunda eğitim durumuna göre anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman yasaları hakkında halkın bilgisi		Toplam
		Evet	Hayır	
Meslek durumu	Öğrenci	15	68	83
	Çiftçi	6	13	19
	Memur	19	32	51
	Srb. meslek	7	30	37
	Emekli	4	9	13
	Ev hanımı	2	8	10
	Tüccar	1	8	9
	Diğer	9	30	39
Toplam		63	198	261

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	8,848	7	,264
Olabilirlik oranı	8,644	7	,279
Lineer ilişki	,001	1	,979
Gözlem sayısı	261		

Burada khi-kare değeri 0,264 olduğundan 0,05 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkı ilgilendiren orman yasaları hakkında halkın bilgi sahibi olmasının yeterliliği konusunda halkın meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.5. Halkın Orman Yasalarınca Hakkında İşlem Yapılması

Halkın, orman yasalarınca hakkında işlem yapılmasının halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın orman yasalarınca hakkında işlem yapılması		Toplam
		Evet	Hayır	Toplam
Yaş	0-25	1	118	119
	26-50	7	106	113
	50 ve üzeri	3	30	33
Topla		11	254	265

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	6,489	2	,039
Olabilirlik oranı	7,384	2	,025
Lineer ilişki	6,260	1	,012
Gözlem sayısı	265		

Burada khi-kare değeri 0,039 olduğundan 0,05 den küçük ve 0,01 den büyük olduğu için($0,05>P>0,01$), halkın, orman yasalarca hakkında işlem yapılmasının yaşa göre durumu anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın orman yasalarınca hakkında işlem yapılması		Toplam
		Hayır	Evet	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	5	5
	İlköğretim	5	62	67
	Lise	4	137	141
	Üniversite	2	41	43
Toplam		11	245	256

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	2,601	3	,457
Olabilirlik oranı	2,628	3	,453
Lineer ilişki	,457	1	,499
Gözlem sayısı	256		

Burada khi-kare değeri 0,457 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkın orman yasalarınca hakkında işlem yapılmasının halkın meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın orman yasalarınca hakkında işlem yapılması		Toplam
		Evet	Hayır	
Meslek durumu	Öğrenci	2	83	85
	Çiftçi	1	18	19
	Memur	3	48	51
	Srb. meslek	0	37	37
	Emekli	0	14	14
	Ev hanımı	2	8	10
	Tüccar	0	9	9
	Diğer	3	36	39
Toplam		11	253	264

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	11,234	7	,129
Olabilirlik oranı	10,686	7	,153
Lineer ilişki	1,662	1	,197
Gözlem sayısı	264		

Burada khi-kare değeri 0,129 olduğundan 0,05 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkın, orman yasalarınca hakkında işlem yapılması konusunda meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.6. Orman İşletmesinin Halka Vermiş Olduğu Hizmetlerin Yeterliliği

Orman işletmesinin halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği konusunun, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği				Toplam
		Çok yeterli	Yeterli	Kısmen yeterli	Yetersiz	
Yaş	0-25	1	10	39	58	108
	26-50	1	15	44	49	109
	50 ve üzeri	1	2	11	13	27
Toplam		3	27	94	120	244

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	4,017	6	,674
Olabilirlik oranı	3,569	6	,735
Lineer ilişki	1,158	1	,282
Gözlem sayısı	244		

Burada khi-kare değeri 0,674 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin, halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği				Toplam
		Çok yeterli	Yeterli	Kısmen yeterli	Yetersiz	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	2	0	2	4
	İlköğretim	1	7	27	26	61
	Lise	2	11	48	67	128
	Üniversite	0	7	16	19	42
Toplam		3	27	91	114	235

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	10,813	9	,289
Olabilirlik oranı	10,536	9	,309
Lineer ilişki	,299	1	,584
Gözlem sayısı	235		

Burada khi-kare değeri 0,289 olduğundan 0,05 ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin, halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği konusunda eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik**Çapraz tablo**

		Orman işletmesinin halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği				Toplam Toplam
		Çok yeterli	Yeterli	Kısmen Yeterli	Yetersiz	
Meslek durumu	Öğrenci	0	10	26	45	81
	Çiftçi	0	3	12	3	18
	Memur	1	6	16	26	49
	Srb. meslek	0	1	16	11	28
	Emekli	1	2	3	7	13
	Ev hanımı	1	1	4	3	9
	Tüccar	0	1	5	1	7
	Diğer	0	3	12	23	38
Toplam		3	27	94	119	243

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	35,951	21	,022
Olabilirlik oranı	32,457	21	,053
Lineer ilişki	,019	1	,890
Gözlem sayısı	243		

Burada khi-kare değeri 0,022 olduğundan 0,05 den küçük ve 0,01 den büyük olduğu için($0,05>P>0,01$), orman işletmesinin, halka vermiş olduğu hizmetlerin yeterliliği konusunun meslek durumuna göre sonucu anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

4.1.7. Orman Teşkilatının İnternet Sitesinin Kullanılması

Orman teşkilatının internet sitesini halkın kullanma sıklığının, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman teşkilatının İnternet sitesinin kullanılması		Toplam
		Evet	Hayır	Toplam
Yaş	0-25	13	104	117
	26-50	14	92	107
	50 ve üzeri	5	27	32
Toplam		32	223	256

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	1,938	4	,747
Olabilirlik oranı	2,238	4	,685
Lineer ilişki	,380	1	,538
Gözlem sayısı	256		

Burada khi-kare değeri 0,747 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman teşkilatının internet sitesini, halkın kullanması konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman teşkilatının İnternet sitesinin kullanılması		Toplam
		Hayır	Evet	Toplam
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	5	5
	İlköğretim	5	61	66
	Lise	12	125	137
	Üniversite	11	29	40
Toplam		28	220	248

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	18,513	6	,005
Olabilirlik oranı	15,119	6	,019
Lineer ilişki	6,243	1	,012
Gözlem sayısı	248		

Burada khi-kare değeri 0,005 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den küçük olduğu için($P<0,01$), orman teşkilatının internet sitesini halkın kullanması konusunda eğitim durumuna göre anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman teşkilatının İnternet sitesinin kullanılması		Toplam
		Evet	Hayır	
Meslek durumu	Öğrenci	8	76	84
	Çiftçi	0	17	18
	Memur	13	35	48
	Srb. meslek	3	31	34
	Emekli	4	9	13
	Ev hanımı	2	8	10
	Tüccar	0	10	10
	Diğer	2	36	38
Toplam		32	222	255

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	33,614	14	,002
Olabilirlik oranı	26,797	14	,020
Lineer ilişki	,102	1	,750
Gözlem sayısı	255		

Burada khi-kare değeri 0,002 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den küçük olduğu için($P < 0,01$), orman teşkilatının internet sitesini, halkın kullanması konusunda meslek durumuna göre anlamlı olduğu anlaşılmıştır.

4.1.8. Orman İşletmesinin, Orman Köylüsünü Sosyo-Ekonomik Yönden Kalkındırılması Çalışmaları

Orman işletmesinin, orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönde kalkındırmasının, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin, orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönden kalkındırılması çalışmaları				Toplam
		Çalışıyor	Yetersiz çalışıyor	Çalışmıyor	Diğer	
Yaş	0-25	11	58	26	6	101
	26-50	9	61	18	7	95
	50 ve üzeri	0	11	11	0	22
Toplam		20	130	55	13	218

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	11,584	6	,072
Olabilirlik oranı	13,827	6	,032
Lineer ilişki	,780	1	,377
Gözlem sayısı	218		

Burada khi-kare değeri 0,072 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönden kalkındırması konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik**Çapraz tablo**

		Orman işletmesinin, orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönden kalkındırılması çalışmaları				Toplam
		Çalışıyor	Yetersiz çalışıyor	Çalışmıyor	Diğer	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	1	2	0	0	3
	İlköğretim	1	35	14	2	52
	Lise	14	70	28	8	120
	Üniversite	4	18	10	3	35
Toplam		20	125	52	13	210

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	8,778	9	,458
Olabilirlik oranı	10,524	9	,310
Lineer ilişki	,225	1	,635
Gözlem sayısı	210		

Burada khi-kare değeri 0,458 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönden kalkındırması konusunda eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin, orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönden kalkındırılması çalışmaları				Toplam
		Çalışıyor	Yetersiz çalışıyor	Çalışmıyor	Diğer	
Meslek durumu	Öğrenci	6	47	18	6	77
	Çiftçi	0	11	4	1	16
	Memur	5	29	6	2	42
	Srb. Meslek	3	17	6	1	27
	Emekli	0	4	7	0	11
	Ev hanımı	2	2	3	0	7
	Tüccar	0	3	0	0	3
Diğer		4	16	11	3	34
Toplam		20	129	55	13	217

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	24,596	21	,265
Olabilirlik oranı	26,857	21	,176
Lineer ilişki	,147	1	,702
Gözlem sayısı	217		

Burada khi-kare değeri 0,265 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin orman köylüsünü sosyo-ekonomik yönden kalkındırması konusunda meslek durumuna anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.9 Orman Teşkilatının Kendisini Tanıtması

Orman teşkilatının kendini yeteri kadar tanıtabilmesinin, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman teşkilatının kendisini tanıtması			Toplam
		Evet tanıtıyor	Kısmen tanıtıyor	Hayır tanıtıyor	
Yaş	0-25	5	34	70	109
	26-50	4	37	60	101
	50 ve üzeri	3	11	17	31
Toplam		12	82	147	241

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	2,517	4	,642
Olabilirlik oranı	2,240	4	,692
Lineer ilişki	1,339	1	,247
Gözlem sayısı	241		

Burada khi-kare değeri 0,642 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman teşkilatının kendisini halka tanıtmasının yeterliliği konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik**Çapraz tablo**

		Orman teşkilatının kendisini tanıtması			Toplam
		Evet tanıtıyor	Kısmen tanıtıyor	Hayır tanıtıyor	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	2	2	4
	İlköğretim	6	24	33	63
	Lise	5	45	77	127
	Üniversite	1	8	29	38
Toplam		12	79	141	232

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	8,238	6	,221
Olabilirlik oranı	8,297	6	,217
Lineer ilişki	5,963	1	,015
Gözlem sayısı	232		

Burada khi-kare değeri 0,221 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman teşkilatının kendisini halka tanıtmasının yeterliliği konusunda eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman teşkilatının kendisini tanıtmaması			Toplam
		Evet tanıtıyor	Kısmen tanıtıyor	Hayır tanıtıyor	
Meslek durumu	Öğrenci	4	25	50	79
	Çiftçi	1	9	7	17
	Memur	2	15	28	45
	Srb. meslek	1	14	19	34
	Emekli	2	4	6	12
	Ev hanımı	2	1	6	9
	Tüccar	0	3	5	8
	Diğer	0	11	25	36
Toplam		12	82	146	240

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	17,147	14	,248
Olabilirlik oranı	16,038	14	,311
Lineer ilişki	,560	1	,454
Gözlem sayısı	240		

Burada khi-kare değeri 0,248 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman teşkilatının kendisini halka tanıtmamasının yeterliliği konusunda meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.10. Halkın Orman Yangını Söndürmesi

Halkın orman yangını söndürmesi durumunun, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın orman yangını söndürmesi		Toplam
		Evet	Hayır	
Yaş	0-25	20	93	113
	26-50	31	75	106
	50 ve üzeri	7	25	32
Toplam		58	193	251

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	4,135	2	,126
Olabilirlik oranı	4,131	2	,127
Lineer ilişki	1,542	1	,214
Gözlem sayısı	251		

Burada khi-kare değeri 0,126 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkın, orman yangını söndürme konusunun yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın orman yangını söndürmesi		Toplam
		Hayır	Evet	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	4	4
	İlköğretim	20	65	65
	Lise	24	111	135
	Üniversite	9	29	38
Toplam		53	189	242

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	5,523	3	,137
Olabilirlik oranı	6,208	3	,102
Lineer ilişki	,568	1	,451
Gözlem sayısı	242		

Burada khi-kare değeri 0,137 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkın orman yangını söndürme konusunun eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Halkın orman yangını söndürmesi		Toplam
		Evet	Hayır	
Meslek durumu	Öğrenci	13	68	81
	Çiftçi	8	11	19
	Memur	11	36	47
	Srb. meslek	10	27	37
	Emekli	3	10	13
	Ev hanımı	2	7	9
	Tüccar	2	6	8
	Diğer	9	27	36
Toplam		58	192	250

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	6,526	7	,480
Olabilirlik oranı	6,225	7	,514
Lineer ilişki	,630	1	,427
Gözlem sayısı	250		

Burada khi-kare değeri 0,480 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), halkın orman yangını söndürme konusunun meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.1.11. Orman İşletmesinin Halka Toplantı Yapması

Orman işletmesinin halka toplantı yapması durumunun, halkın yaş, eğitim ve meslek durumuna göre khi-kare sonucu ve yorumu aşağıda verilmiştir.

a) Yaş durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin halka toplantı yapması				Toplam
		Yeterli oluyor	Yeterli olmuyor	Toplantı yapmıyor	Diğer	
Yaş	0-25	6	23	66	8	103
	26-50	4	29	52	14	99
	50 ve üzeri	0	8	13	4	25
Toplam		10	60	131	26	227

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	6,482	6	,371
Olabilirlik oranı	7,606	6	,268
Lineer ilişki	,390	1	,532
Gözlem sayısı	227		

Burada khi-kare değeri 0,371 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin halka toplantı yapmasının yeterliliği konusunda yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

b) Eğitim durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin halka toplantı yapması				Toplam
		Yeterli oluyor	Yeterli olmuyor	Toplantı yapmıyor	Diğer	
Eğitim durumu	Okuma yazma bilmeyenler	0	1	2	0	3
	İlköğretim	2	18	31	6	57
	Lise	5	31	72	14	122
	Üniversite	3	9	18	6	36
Toplam		10	59	123	26	218

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	3,757	9	,927
Olabilirlik oranı	3,965	9	,914
Lineer ilişki	,113	1	,737
Gözlem sayısı	218		

Burada khi-kare değeri 0,927 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin halka toplantı yapmasının yeterliliği konusunda eğitim durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

c) Meslek durumuna göre khi-kare sonucu aşağıda verilmiştir.

İçerik

Çapraz tablo

		Orman işletmesinin halka toplantı yapması				Toplam
		Yeterli oluyor	Yeterli olmuyor	Toplantı yapmıyor	Diğer	
Meslek durumu	Öğrenci	5	20	45	9	79
	Çiftçi	0	6	10	1	17
	Memur	3	14	19	7	43
	Srb. Meslek	1	6	18	3	28
	Emekli	0	5	6	0	11
	Ev hanımı	1	1	4	2	8
	Tüccar	0	2	2	2	6
	Diğer	0	7	25	2	34
Toplam		10	61	129	26	226

Khi-kare Testi

	Değer	Df	Asymp.Sig.
Pearson khi-kare	20,553	21	,487
Olabilirlik oranı	23,288	21	,329
Lineer ilişki	1,014	1	,314
Gözlem sayısı	226		

Burada khi-kare değeri 0,487 olduğundan 0,05 den ve 0,01 den büyük olduğu için($P>0,05$), orman işletmesinin halka toplantı yapmasının yeterliliği konusunda meslek durumuna göre anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmıştır.

4.2. Sayısal Oranların Değerlendirilmesi Yöntemi

4.2.1. Ankete Katılan Halkın Yaş Durumunun Sayısal Oranların Değerlendirilmesi

Çizelge 1. Ankete katılan deneklerin yaş gruplarının oransal tablosu

İlçeler	Ank. Kat. Say.	25 yaş ve altı		26 ve 50 arası		51 yaş ve yukarısı		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	54	81,8	8	12,1	3	4,5	1	1,5
Bahçe	25	6	24	14	56	5	20	-	-
Düziçi	25	10	40	14	56	1	4	-	-
Hasanbeyli	16	9	56,3	6	37,5	1	6,3	-	-
Toplam	132	79	59,8	42	31,8	10	7,5	1	0,7
Kahramanmaraş Merkez	67	21	31,3	38	56,7	7	10,4	1	1,5
Pazarcık	25	5	20	15	60	5	20	-	-
Türkoğlu	24	8	33,3	14	58,3	2	8,3	-	-
Andırın	25	8	32	7	28	10	40	-	-
Toplam	141	42	29,7	74	52,4	24	17	1	0,7
Genel Toplam	273	121	44,3	112	41	34	12,4	2	0,7

Ankete katılan halkın yaş durumunu anlamak amacıyla, halka sorulan yaş sorusunda 25 yaş ve altı olan halk, Osmaniye de toplam %59,8 iken bu oran Kahramanmaraş da toplam %29,7'dir. 26 ile 50 yaş arasını (orta yaş) oluşturan halkın yaş oranı ise Osmaniye de toplam %31,8 iken bu oran Kahramanmaraş için toplam %52,4'tür. Burada Kahramanmaraş ve Osmaniye de toplam deneklere uygulanan 273 adet anketin orta yaş ve genç bireylere uygulama oranı %85,3'tür. Bu oranın %82,1'ini Kahramanmaraş halkı oluştururken, %91,6'sını ise Osmaniye halkı oluşturmuştur.

Uygulanan toplam 273 adet anketin %85,3'ünün orta yaşlı ve genç bireylerin oluşturmasındaki amaç, yapmış olduğumuz çalışmanın genç fikirlerden ve taze dimağlardan esinlenerek daha gerçekçi ve sorunlara daha makul çözüm yollarının bulunmak istenmesi olmasındandır. Tabii ki diğer yaşlı deneklerin tecrübesinden faydalanılmak ve onların fikirlerini öğrenmek için anket sorusunda onlara da yer verilmiştir, ancak yukarıda açıklanan nedenlerden dolayı anket de genç deneklere daha fazla yer ayrılmıştır.

4.2.2. Anket de Yer Alan Eğitim Durumunuz Sorusunun Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 2. Ankete katılan deneklerin eğitim durumlarının sayısal oranları tablosu

İlçeler	Ankete katılanların sayısı	Okuma yazma bilmiyor		İlköğretim		Lise		Üniversite		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	1	1,5	3	4,5	53	80,3	5	7,6	4	6,1
Bahçe	25	1	4	7	28	10	40	5	20	2	8
Düziçi	25	-	-	9	36	11	44	4	16	1	4
Hasanbeyli	16	-	-	4	25	9	56,3	3	18,8	-	-
Toplam	132	2	1,5	23	17,4	83	62,8	17	12,8	7	5
Kahramanmaraş Merkez	67	1	1,5	23	34,3	29	43,3	14	20,9	-	-
Pazarcık	25	2	8	5	20	15	60	8	32	1	4
Türkoğlu	24	-	-	4	16,7	7	29,2	3	12,5	4	16,7
Andırın	25	1	4	12	48	10	40	8	32	-	-
Toplam	141	6	4	44	31,2	61	43,2	23	16,3	5	3,5
Genel Toplam	273	8	2,9	67	24,5	144	52,7	44	16,1	12	4,3

Ankete katılan halkın eğitim durumunu anlamak amacıyla sorulan “eğitim durumunuz” sorusuna verilen cevaplardan, Osmaniye için, okuma yazma bilmeyenlerin oranı toplam %1,5, ilköğretim mezunu olanların oranı toplam %17,4 iken lise mezunu olanların oranı toplam %62,8 ve üniversite mezunlarının oranı ise %12,8'i göstermektedir. Kahramanmaraş için ise, okuma yazma bilmeyenlerin oranı toplam %4, ilköğretim mezunlarının oranı toplam %31,2 iken lise mezunlarının oranı toplam %43,2 ve üniversite mezunlarının oranı toplam %19,1'i göstermektedir.

Üniversite ve lise mezunlarının vermiş olduğu cevaplara ağırlık vermek gerekirse, Osmaniye de bu oran toplam %75,6 iken Kahramanmaraş ta bu oran toplam %62,3'tür. Kahramanmaraş ve Osmaniye için bu oran toplam yapılan 273 adet anket de %68,8'i göstermektedir. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

Bu oranlardan da anlaşılacağı üzere yapılan çalışmada anket de yer alan halkın yarısından fazlasının genelde bilinçli ve eğitilmiş insanlardan oluştuğu anlaşılmaktadır.

4.2.3. “Orman İşletmesiyle İlişkilerinizde İlgili Kişilere Ulaşım Kolaylığından Memnun musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 3. Orman işletmesi ile ilgili kişilere ulaşım kolaylığından memnuniyetlik tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Çok memnunum		Memnunum		Pek memnun değilim		Hiç memnun değilim		İlgilenmiyorum		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	1	1,5	18	27,3	19	28,8	22	33,3	4	6,1	2	3
Bahçe	25	1	4	9	36	4	16	8	32	3	12	-	-
Düziçi	25	-	-	8	32	4	16	5	20	8	32	-	-
Hasanbeyli	16	1	6,3	6	37,5	7	43,8	2	12,5	-	-	-	-
Toplam	132	3	2,2	41	31,1	34	25,7	37	28	15	11,3	2	1,5
K.Maraş Merkez	67	1	1,5	27	40,3	12	17,9	7	10,4	12	17,9	8	11,9
Pazarcık	25	-	-	18	72	3	12	1	4	3	12	-	-
Türkoğlu	24	1	4,2	9	37,5	4	16,7	7	29,2	21	87,5	3	12,5
Andırın	25	-	-	9	36	3	12	2	8	-	-	11	44
Toplam	141	2	1,4	64	45,4	22	15,6	17	12	24	17	22	15,6
G.Toplam	273	5	1,8	105	38,4	56	20,5	54	19,7	39	14,2	24	8,7

Orman işletmesinde çalışan personelin işinde devamlılığını, bağımlılığını ve halkla ilgisini anlamak amacıyla sorulan “Orman işletmesiyle olan ilişkilerinizde ilgili kişilere ulaşım kolaylığından memnun musunuz?” anket sorusunda Osmaniye için, çok memnun olanların oranı toplam %2,2, memnun olanların oranı toplam %31,1, pek memnun olmayanların oranı toplam %25,7, hiç memnun olmayanların oranı toplam %28 ve ilgilenmiyorum cevabını verenlerin oranı ise toplam %11,3'tür.

Bu oran Kahramanmaraş için, çok memnun olanların oranı toplam %1,4, memnun olanların oranı toplam %45,4, pek memnun değilim cevabını verenlerin oranı toplam %15,6, hiç memnun değilim cevabını verenlerin oranı toplam %12 ve ilgilenmiyorum cevabını verenlerin oranı ise toplam %17'dir. Çok memnun olanlar ile memnun olanların sayısal oranlarını birleştirir isek halkın orman işletmesiyle olan ilişkilerinde personele ulaşım kolaylığından oluşan memnuniyetlik oranını bulmuş oluruz. Bu oran, Kahramanmaraş için toplam % 46,8 iken Osmaniye için ise toplam % 33,3'dür. Her iki ilin toplamına bakıldığında ise bu oran toplam %40,2 olmaktadır. Bu durum bize memnuniyetsizliğin oranının daha fazla olduğunu gösterir.

Sonuç olarak, Kahramanmaraş ve özellikle Osmaniye orman işletme müdürlükleri, çalışan personeli bu konuda bilgilendirmeli ve daha dikkatli olmaları konusunda uyarmalıdır.

4.2.4. “Orman İşletmelerinde İstek Ve Sorularınızla İlgili Tatmin Edici Açıklamalardan Memnun musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 4. Orman işletmesindeki personelin halkın istek ve sorularına karşı tatmin edici açıklamaları memnuniyetlik tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Çok memnunum		Memnunum		Pek Memnun Değilim		Hiç memnun değilim		İlgilenmiyorum		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	1	1,5	22	33,3	14	21,2	22	33,3	4	6,1	3	4,5
Bahçe	25	-	-	10	40	4	16	7	28	4	16	-	-
Düziçi	25	-	-	4	16	3	12	7	28	11	44	-	-
Hasanbeyli	16	1	6,3	3	18,8	6	37,5	6	37,5	-	-	-	-
Toplam	132	2	1,5	39	29,5	27	20,4	42	31,8	19	14,3	3	2,2
K.M.Merkez	67	2	3	21	31,3	13	19,4	14	20,9	12	17,9	5	7,5
Pazarcık	25	4	16	14	56	2	8	1	4	4	16	-	-
Türkoğlu	24	-	-	6	25	8	33,3	7	29,2	1	4,2	2	8,3
Andırın	25	-	-	9	36	3	12	1	4	-	-	12	48
Toplam	141	6	4,2	29	20,5	26	18,4	23	16,3	17	12	19	13,5
G.Toplam	273	8	2,9	68	24,9	53	19,4	65	23,8	36	13,1	22	8

Orman işletmesinde çalışan personelin halkın sorunlarına tatmin edici açıklamalarını anlamak amacıyla sorulan “Orman işletmesinde istek ve sorularınızla ilgili tatmin edici açıklamalardan memnun musunuz?” anket sorusuna verilen cevaplar, Osmaniye için, çok memnun olanların oranı toplam % 1,5, memnun olanların oranı toplam %29,5, pek memnun olmayanların oranı toplam %20,4, hiç memnun olmayanların oranı ise toplam %31,8’dir.

Bu oranlar Kahramanmaraş için ise, çok memnun olanların oranı toplam %6, memnun olanların oranı toplam %20,5, pek memnun olmayanların oranı toplam %18,4, hiç memnun olmayanların oranı ise toplam %16,3’dür.

Burada pek memnun olmayanlar ile hiç memnun olmayanların sayısal oranları birleştirilir ise oluşan yeni oran Kahramanmaraş için toplam %34,7 olurken, Osmaniye için ise toplam %52,2, olmaktadır. Kahramanmaraş ve özellikle Osmaniye orman işletme müdürlüğü çalışanları halka karşı ilgisiz ve halkın problemlerine uygun çözüm yolları üretememektedir.

Şüphesiz ki söz konusu memnuniyetsizlik oranının düşük olmasıyla, orman işletmesinde çalışan personelin halka karşı ilgisi, alakası ve halkın problemlerine uygun çözümün artmasıyla orantılıdır. Bu konuda her iki orman işletme müdürlükleri de personeli uyarmalıdır.

4.2.5. “Orman İşletmesinin Halka Vermiş Olduğu Hizmet de Tarafsız Olduğuna Ve Bağımsız Çalıştığına İnanıyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 5. Orman işletmesinin vermiş olduğu hizmetlerin tarafsızlık ve bağımsızlık tablosu

İlçeler	Anke- te Kat. Sayısı	Çok memnunum		Memnunum		Pek Memnun Değilim		Hiç Memnun Değilim		İlgilenmiyorum		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	3	4,5	30	5,5	16	24,2	15	22,7	-	-	2	3
Bahçe	25	1	4	8	2	8	32	8	32	-	-	-	-
Düziçi	25	1	4	5	0	12	48	4	16	3	12	-	-
Hasanbeyli	16	-	-	5	1,3	7	43,8	4	25	-	-	-	-
Toplam	132	5	3,7	48	6,3	43	32,5	31	23,4	3	2,2	2	1,5
K.Maraş Merkez	67	1	1,5	20	9,9	22	32,8	13	19,4	5	7,5	6	9
Pazarcık	25	4	16	16	4	1	4	4	16	-	-	-	-
Türkoğlu	24	-	-	9	7,5	8	33,3	5	20,8	1	4,2	1	4,2
Andırın	25	-	-	12	8	4	16	1	4	-	-	8	32
Toplam	141	5	3,5	37	6,2	35	24,8	23	16,3	6	4,2	15	10,6
Genel Toplam	273	10	3,6	85	1,1	78	28,5	54	19,7	9	3,2	17	6,2

Orman işletmesinin halka vermiş olduğu hizmet de tarafsız ve bağımsız çalıştığını anlamak amacıyla sorulan “Orman işletmelerinin halka vermiş olduğu hizmetlerde tarafsız ve bağımsız çalıştığına inanıyor musunuz?” anket sorusuna verilen pek memnun değilim ve hiç memnun değilim şıklarının sayısal oranları birleştirildiğinde oluşan toplam oran,

Osmaniye için, Hasanbeyli ilçesinde %68,8, Düziçi ilçesinde % 64, Bahçe ilçesinde %64 ve Osmaniye merkezde ise %31’i göstermektedir. Bu durum Osmaniye orman işletme müdürlüğünün ilçelerdeki işletme şeflikleri ile arasında kopukluk olduğunu ve ilgisiz çalıştığını göstermektedir.

Kahramanmaraş için ise bu oran, Pazarcık ilçesinde toplam %20, Türkoğlu ilçesinde %54,1, Andırın ilçesinde %20 ve Merkezde ise %52,2’yi göstermektedir. Burada da Kahramanmaraş merkez ve Türkoğlu ilçesi bu konuda uyarılmalı ve daha dikkatli olunması konusunda gereken tedbirler alınmalıdır.

4.2.6. “Orman İşletmesinin Değişen Mevzuat Ve Gelişmelerden Sizi Haberdar Etmesinden Memnun musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 6. Orman işletmesinin değişen ve gelişen mevzuatlardan halkı bilinçlendirme tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Çok memnunum		Memnunum		Pek Memnun Değilim		Hiç Memnun Değilim		İlgilenmiyorum		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	3	4,5	19	28,8	9	13,6	33	50	-	-	2	3
Bahçe	25	1	4	8	32	7	28	7	28	1	4	1	4
Düziçi	25	-	-	1	4	5	20	17	68	2	8	-	-
Hasanbeyli	16	-	-	4	25	4	25	8	50	-	-	-	-
Toplam	132	4	3	32	24,2	25	18,9	65	49,2	3	2,2	3	2,2
K.Merkez	67	1	1,5	7	10,4	23	34,3	26	38,8	6	9	4	6
Pazarcık	25	4	16	8	32	7	28	6	24	-	-	-	-
Türkoğlu	24	-	-	5	20,8	8	33,3	7	29,2	1	4,2	3	12,5
Andırın	25	-	-	4	16	13	52	-	-	-	-	8	32
Toplam	141	9	6,3	24	17	51	36,1	39	27,6	7	4,9	15	10,6
G.Toplam	273	13	4,7	56	20,5	76	27,8	104	38	10	3,6	18	6,5

Orman işletmesinin değişen mevzuat ve gelişmelerden halkı haberdar edip etmediğini anlamak amacıyla sorulan “Orman işletmesinin değişen mevzuatlar ve gelişmelerden sizi haberdar etmesinden memnun musunuz?” anket sorusuna verilen cevaplardan pek memnun değilim ve hiç memnun değilim yanıtlarını cevaplayanların oranlarını birleştirdiğimizde oluşan toplam oran,

Osmaniye için, merkezde toplam %63,6, Bahçe ilçesinde toplam %56, Düziçi ilçesinde toplam %78, Hasanbeyli ilçesinde toplam %75'i göstermektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere Osmaniye halkının toplam %68,15'i orman işletmesinin, değişen mevzuat ve gelişmelerden haberdar etmemesinden memnun değildir.

Kahramanmaraş için ise bu oran, merkezde toplam %73,1, Pazarcık ilçesinde toplam %52, Türkoğlu ilçesinde toplam %62,5 ve Andırın ilçesinde ise % 52'yi göstermektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere Kahramanmaraş halkının tamamının %59,9'u, orman işletmesinin değişen mevzuatlardan ve gelişmelerden halkı haberdar etmemesinden memnun değildir.

Sonuç olarak, orman işletmesi halkı ilgilendiren konularda basın ve yayın organlarını bilinçli bir şekilde kullanarak bilgilendirmeli ve haberdar etmelidir.

4.2.7. “Orman Teşkilatı Tarafından Yayınlanan (gazete, dergi, makale, broşür... v.b) Yayın Organlarına Ulaşabiliyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 7. Halkın orman teşkilatı tarafından yayın organlarına ulaşabilme tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Say.	Evet		Hayır		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	14	21,2	49	74,2	3	4,5
Bahçe	25	2	8	22	88	1	4
Düziçi	25	5	20	20	80	-	-
Hasanbeyli	16	1	6,3	15	93,8	-	-
Toplam	132	22	16,6	106	80,3	4	3
Kahraman-maraş Merkez	67	4	6	63	94	-	-
Pazarcık	25	5	20	20	80	-	-
Türkoğlu	24	3	12,5	19	79,2	2	8,3
Andırın	25	3	12	22	88	-	-
Toplam	141	15	10,6	124	87,9	2	1,4
Genel Toplam	273	37	13,5	230	84,2	6	2,1

Halkın, orman teşkilatı tarafından hazırlanan basın ve yayınlara ulaşabilmesini anlamak amacıyla halka sorulan “Orman teşkilatı tarafından yayınlanan (gazete, dergi, broşür, makale... v.b) yayın organlarına ulaşabiliyor musunuz?” anket sorusuna verilen cevaplardan hayır yanıtını verenlerden sayısal oranları,

Osmaniye için, merkez de %74,2, Bahçe ilçesinde %88, Düziçi ilçesinde % 80, Hasanbeyli ilçesinde %93,81'i gösterilmektedir. Osmaniye için bu oran toplam %80,3'ü göstermektedir. Bu değerler Osmaniye orman işletme müdürlüğünün basın yayın organlarının halka karşı kullanılmasının gerek duymadığının göstergesidir.

Hayır, cevabını verenler Kahramanmaraş ta ise, merkezde %94, Pazarcık ilçesinde %80, Türkoğlu ilçesinde %79,2, Andırın ilçesinde ise %88'dir. Kahramanmaraş için bu oran toplam %84,2'yi göstermektedir. Bu oran bize Kahramanmaraş orman bölge müdürlüğünün basın ve yayın araçlarını kullanarak halkı eğitmek konusunda çok ilgisiz kaldığını göstermektedir. Basın ve yayın organlarının kullanarak yapılan bir eğitim kesin sonuç alınan etkili eğitim yollarındandır. Orman bölge müdürlüğünün ve orman işletme müdürlüklerinin basın ve yayını kullanamamaları orman işletme yönetimi için büyük bir eksiklikler. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

4.2.8. “Çeşitli Ormancılık Günlerine Katılıyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 8. Halkın çeşitli ormancılık günlerine katılabilmesi tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Say.	Evet		Hayır		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	13	19,7	50	75,8	3	4,5
Bahçe	25	2	8	22	88	1	4
Düziçi	25	2	8	23	92	-	-
Hasanbeyli	16	-	-	16	100	-	-
Toplam	132	17	12,8	111	84	4	2,8
Kahramanmaraş Merkez	67	6	9	60	89,6	1	1,5
Pazarcık	25	-	-	24	96	1	4
Türkoğlu	24	1	4,2	21	87,5	2	8,3
Andırın	25	3	12	22	88	-	-
Toplam	141	10	7	127	90	4	2,8
Genel Toplam	273	27	9,8	238	87,1	8	2,9

Halkın çeşitli ormancılık günlerine katılıp katılmamasını anlamak amacıyla halka sorulan “Çeşitli ormancılık günlerine katılıyor musunuz?” anket sorusuna verilen cevaplardan hayır yanıtı verenlerin sayısal oranları,

Osmaniye için, merkezde %75,8, Bahçe ilçesinde %88, Düziçi ilçesinde % 92, Hasanbeyli ilçesinde ise %100 olarak tespit edilmiştir. Osmaniye için bu oran toplam %84 olarak bulunmuştur. Bu değerler Osmaniye orman işletme müdürlüğünün özellikle Hasanbeyli işletme şefliğinin ya ormancılık günleri tertip etmediği ya da çeşitli ormancılık günlerini halkla paylaşmadığını göstermektedir.

Kahramanmaraş için ise bu oranlar, merkezde %89,6, Pazarcık ilçesinde %96, Türkoğlu ilçesinde %87,5 ve Andırın ilçesinde %88 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler, Kahramanmaraş orman bölge müdürlüğünün ve bu müdürlüğe bağlı işletme müdürlüklerinin, işletme şefliklerinin özellikle Pazarcık ilçesinin işletme şefliğinin çeşitli ormancılık günlerinden ya bihaber olduklarını ya da söz konusu ormancılık günlerini halk ile paylaşmadıklarını ortaya koymaktadır.

Ağaç dikme bayramı, Dünya ormancılık haftası gibi çeşitli ormancılık gün ve haftaları, halk ile beraber kutlanıldıkları zaman gerçek amacına ve emeline ulaşmış olacaktır. Bu tür gün ve haftalar halk ile kutlanılmazlarsa unutulmaya yüz tutmuş olacaktırlar.

4.2.9. Ormanların Korunması Ve Geliştirilmesine İlişkin Ormanların Yönetimi Ve Korunması Mutlak Surette Devlet Tarafından mı Yapılmalı ? Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranların Değerlendirilmesi

Çizelge 9. Ormanların korunması ve geliştirilmesine ilişkin ormanların yönetim şeklinin belirlenmesi tablosu

İlçeler	Ankete Sayısı	Kat.	Devlet tarafından		Özel sektör Tarafından		Fikrim yok		Boş bırakılan	
			Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66		33	50	17	25,8	13	19,7	3	4,5
Bahçe	25		15	60	6	24	4	16	-	-
Düziçi	25		12	48	7	28	6	24	-	-
Hasanbeyli	16		5	31,3	5	31,3	6	37,5	-	-
Toplam	132		65	49,2	35	26,5	29	21,9	3	2,2
Kahramanmaraş Merkez	67		39	58,2	16	23,9	11	16,4	1	1,5
Pazarcık	25		14	56	5	20	6	24	-	-
Türkoğlu	24		13	54,2	7	29,2	2	8,3	2	8,3
Andırın	25		20	80	-	-	5	20	-	-
Toplam	141		86	60,9	28	19,8	24	17	3	2,1
Genel Toplam	273		151	55,3	63	23	53	19,4	6	2,2

Ormanların devlet tarafından mı yoksa özel sektör tarafından mı yönetilmesi ve idare edilmesi gerektiğini anlamak amacıyla halka sorulan anket sorusunda verilen cevaplardan devlet tarafından yönetilmesini isteyenlerin sayısal oranı,

Osmaniye için, merkezde %50, Bahçe ilçesinde %60, Düziçi ilçesinde %48 ve Hasanbeyli ilçesinde %31,3 olarak gösterilmiştir. Osmaniye de merkez ve ilçeler dahil olmak üzere bu oran, toplam %49,2 olarak tespit edilmiştir.

Kahramanmaraş için, bu oran, merkezde %58,2, Pazarcık ilçesinde %56, Türkoğlu ilçesinde %54,2, ve Andırın ilçesinde %80 olarak bulunmuştur. Kahramanmaraş merkez ve ilçeler dahil bu oran, toplam %60,9 olarak gösterilmiştir. Osmaniye ile karşılaştırıldığında Kahramanmaraş ta yaşayan halk, ormanların korunmasının ve idaresinin daha fazla devlet tarafından olmasını istemektedir. Osmaniye de yaşayan halkın hemen hemen yarısı da bu konuda ormanların devlet tarafından yönetilmesini istemektedir.

Özel sektör tarafından ormanların korunması, idare edilmesi ve işletilmesini isteyenlerin oranı ise Osmaniye de toplam %26,5 iken Kahramanmaraş ta bu oran toplam olarak % 19,8 olarak gösterilmiştir. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

4.2.10. “Orman İşletmelerinin Ormancılık Konusunda Halkı Bilinçlendirmek İçin Yapmış Olduğu Faaliyetlere Halkın Katılmamasının Veya Eksik Katılmasının Sebebi Nedir?” Sorusuna Verilen Yanıtların Değerlendirilmesi

Çizelge 10. Orman işletmesinin yapmış olduğu faaliyetlere halkın katılmama sebebi tablosu

İlçeler	Ankete katılanların sayısı	Faaliyetlerin mesai saatinde olması		Halkın bu tür faaliyetlere ayıracak zamanının olmaması		Halkın sosyo-ekonomik sorunları		Bu tür konuların halkın ilgisini çekmemesi		Diğer		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	3	4,5	13	19,7	17	25,8	16	24,2	10	15,2	7	10,6
Bahçe	25	5	20	4	16	1	4	9	36	4	16	2	8
Düziçi	25	1	4	3	12	11	44	10	40	-	-	-	-
Hasanbeyli	16	-	-	1	6,3	3	18,8	7	43,8	5	31,3	-	-
Toplam	132	9	6,8	21	15,9	32	24,2	42	31,8	19	14,3	9	6,8
Kahramanmaraş Merkez	67	3	4,5	7	10,4	18	26,9	22	32,8	16	23,9	1	1,5
Pazarcık	25	1	4	4	16	7	28	10	40	3	12	-	-
Türkoğlu	24	4	16,7	2	8,3	8	33,3	6	25	2	8,3	2	8,3
Andırın	25	-	-	7	28	13	52	1	4	1	4	3	12
Toplam	141	8	5,6	20	14,1	46	32,6	39	27,6	22	15,6	6	4,2
Genel Toplam	273	17	6,2	41	15	78	28,5	81	29,6	41	15	15	5,4

Orman işletmelerinin halkı bilinçlendirmek için yapmış olduğu faaliyetlere halkın katılmamasının veya eksik katılmasının sebebini anlamak amacıyla halka sorulan anket sorusunda halktan gelen en fazla seçenekler,

Osmaniye için, merkezde %25,8 ve düz içi ilçesinde %44'lük bir oranla halkın sosyo-ekonomik sorunları ilk sırayı almıştır. Bahçe ilçesinde %36 ve Hasanbeyli ilçesinde %43,8'lik bir oranla halkın bu tür faaliyetlere ayıracak zamanının olmaması ilk sırada gösterilmiştir.

Kahramanmaraş için, ilk sırayı merkezde %32,8 ve Pazarcık ilçesinde %40'lık bir oranla halkın bu tür faaliyetlere ayıracak zamanının olmaması alırken, Türkoğlu ilçesinde %33,3 ve Andırın ilçesinde %52'lik bir oranla halkın sosyo-ekonomik sorunları ilk sırayı almıştır. Kahramanmaraş merkez ve ilçeler dahil olmak üzere genelinde toplam %32,6'lık bir oranla halkın sosyo-ekonomik sorunları gösterilmiştir.

Kahramanmaraş ve Osmaniye genelinde yapılan toplam 273 adet anket de ise ilk sırayı %29,6'lık bir oranla halkın bu tür faaliyetlere ayıracak zamanının olmaması gösterilmiş ve bunu %28,5'lik bir oranla halkın sosyo-ekonomik sorunları izlemiştir.

4.2.11. “Orman İçinde Ve Bitişğinde Yaşayan Toplumlara İşletme Yönetiminin Sağladığı Hizmetler Yeterli mi?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 11. Orman işletmesinin orman köylerine yapmış olduğu hizmetin yerlilik tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Say.	Yeterli		Kısmen yeterli		Pek yeterli değil		Hiç yeterli değil		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	6	9,1	19	28,8	19	28,8	19	28,8	3	4,5
Bahçe	25	1	4	9	36	6	24	7	28	2	8
Düziçi	25	1	4	12	48	2	8	10	40	-	-
Hasanbeyli	16	2	12,5	6	37,5	3	18,8	4	25	1	6,3
Toplam	132	10	7,5	46	34,8	30	22,7	40	30,3	6	4,5
Kahramanmaraş Merkez	67	11	16,4	22	32,8	13	19,4	12	17,9	9	13,4
Pazarcık	25	10	40	9	36	4	16	2	8	-	-
Türkoğlu	24	2	8,3	8	33,3	4	16,7	7	29,2	3	12,5
Andırın	25	-	-	7	28	2	8	1	4	15	60
Toplam	141	23	16,3	46	32,6	23	16,3	22	15,6	27	19,1
Genel Toplam	273	33	12	92	33,6	53	19,4	62	22,7	33	12

Orman içinde ve bitişğinde yaşayan toplumlara işletme yönetiminin sağladığı hizmetlerin yeterli olup olmadığını anlamak amacıyla sorulan anket sorusunda verilen cevapların sayısal oranlarında,

Osmaniye için, Bahçe ilçesinde %36, Düziçi ilçesinde %48 ve Hasanbeyli ilçesinde %37,5’lik bir oranla ilk sırayı kısmen yeterli seçeneği almıştır. Osmaniye merkez ve ilçeler toplamı genelinde ise ilk sırada %34,8’lik oranla yine kısmen yeterli seçeneği olmuştur.

Kahramanmaraş için, merkezde %32,8, Türkoğlu ilçesinde %33,3 ve Andırın ilçesinde %28’lik oranla ilk sırayı kısmen yeterli cevabı almıştır. Pazarcık ilçesinde ise %40’lık bir oranla yeterli seçeneği ilk sırada yerini almıştır. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerin genelinde toplam %32,6’lık bir oranla kısmen yeterli seçeneği ilk sırada yerini almıştır.

Kahramanmaraş ve Osmaniye için yapılan toplam 273 adet anket de ise ilk sırayı %33,6’lık bir oranla kısmen yeterli seçeneği alırken bunu ikinci sırada %22,7’lik bir oranla hiç yeterli değil seçeneği takip etmiştir. Üçüncü sırada ise %19,4’lük bir oranla pek yeterli değil seçeneği olmuştur. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

4.2.12. “Orman İşletmesiyle Olan Şikâyet Ve Önerilerinizi Çekinmeden Orman İdaresiyle Paylaşabiliyor musunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtların Değerlendirilmesi

Çizelge 12. Halkın, orman işletmesiyle olan şikâyet ve önerilerinde çekinmesi tablosu

İlçeler	Ankete katılanların sayısı	Evet paylaşırım		Zaman-zaman paylaşırım		Hayır paylaşmam		İlgilenmiyorum		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	10	15,2	9	13,6	15	22,7	28	42,4	4	6,1
Bahçe	25	2	8	5	20	4	16	12	48	2	8
Düziçi	25	-	-	12	48	1	4	11	44	1	4
Hasanbeyli	16	2	12,5	7	43,8	3	18,8	4	25	-	-
Toplam	132	14	10,6	33	25	23	17,4	55	41,6	7	5,3
KahramanmaraşMerkez	67	7	10,4	14	20,9	22	32,8	22	32,8	2	3
Pazarcık	25	4	16	8	32	6	24	7	28	-	-
Türkoğlu	24	2	8,3	5	20,8	9	37,5	5	20,8	3	12,5
Andırın	25	-	-	10	40	1	4	7	28	7	28
Toplam	141	13	9,2	37	26,2	38	26,9	41	29	12	8,5
Genel Toplam	273	27	9,8	70	25,6	61	22,3	63	23	19	6,9

Halkın, orman işletmesiyle olan şikâyet ve önerilerinde çekinmeden orman idaresiyle paylaşabilmesini anlamak amacıyla halka sorulan anket sorusunda en fazla cevap alan şıklardan,

Osmaniye için, merkezde %42,4, Bahçe ilçesinde %48 ve Düziçi ilçesinde %44'lük bir oranla ilgilenmiyorum seçeneği ilk sırada yer almıştır. Hasanbeyli ilçesinde ise ilk sırada %43,8'lik bir oranla zaman zaman paylaşırım seçeneği olmuştur.

Kahramanmaraş için, merkezde %32,8'lik bir oranla paylaşmam ve ilgilenmiyorum seçenekleri ilk sırayı alırken, Pazarcık ilçesi %32 ve Andırın ilçesi %40'lık bir oranla ilk sırada zaman zaman paylaşırım seçeneği olmuştur. Türkoğlu ilçesinde ise ilk sırayı %37,5'lik bir oranla hayır paylaşmam seçeneği almıştır. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerde toplam olmak üzere genelinde ilk sırada %26,9'luk bir oranla hayır paylaşmam olmuştur.

Kahramanmaraş ve Osmaniye de toplam yapılan 273 adet anket den ise ilk sırada %25,6'lık bir oranla zaman zaman paylaşırım seçeneği olmuştur. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

4.2.13. “Orman İşletmesiyle İlgili Şikâyet Ve Önerilerinizde Yönetimin Size Karşı Tutumundan Memnun musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 13. Yönetimin, halkın şikâyet ve önerilerine karşı tutumu tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Çok memnunum		Memnunum		Pek memnun Değilim		Hiç Memnun Değilim		İlgilenmiyorum		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	2	3	19	28,8	19	28,8	19	28,8	3	4,5	4	6,1
Bahçe	25	-	-	9	36	5	20	8	32	-	-	3	12
Düziçi	25	-	-	5	20	1	4	15	60	-	-	4	16
Hasanbeyli	16	-	-	5	31,3	7	43,8	4	25	-	-	-	-
Toplam	132	2	1,5	38	28,7	32	24,2	46	34,8	3	2,2	11	8,3
K.Maraş Merkez	67	2	3	15	22,4	15	22,4	26	38,8	-	-	9	13,4
Pazarcık	25	5	20	11	44	4	16	5	20	-	-	-	-
Türkoğlu	24	-	-	5	20,8	7	29,2	6	25	-	-	6	25
Andırın	25	-	-	5	20	5	20	1	4	-	-	14	56
Toplam	141	7	4,9	36	25,5	31	21,9	38	26,9	-	-	29	20,5
GenelToplam	273	9	3,2	74	27,1	63	23	84	30,7	3	1	40	14,6

Orman işletmesiyle ilgili şikâyet ve önerilerinde yönetimin halka karşı tutumunu öğrenmek amacıyla sorulan anket sorusuna verilen yanıtlardan pek memnun olmayanlar ile hiç memnun olmayanların sayısal oranları birleştirildiği zaman yeni oluşan oran,

Osmaniye için, merkezde %57,6, Bahçe ilçesinde %52, Düziçi ilçesinde %64 ve Hasanbeyli ilçesinde %68,8’lik bir oranla halk, yönetimin kendisine karşı olan tutumundan memnun olmamaktadır. Bu oran, Osmaniye merkez ve ilçeler dâhil olmak üzere genelinde toplam %59 gibi önemli bir rakamı göstermektedir.

Kahramanmaraş için, merkezde %61,2, Pazarcık ilçesinde %36, Türkoğlu ilçesinde %54,2 ve Andırın ilçesinde %24’lük bir oranla, Kahramanmaraş merkez ve ilçeler dâhil olmak koşulu ile toplam olarak %48,8 gibi önemli bir rakam ile halk, yönetimin kendisine karşı olan tutumundan memnun olmamaktadır.

Kahramanmaraş ve Osmaniye karşılaştırıldığı zaman yönetimin halka karşı olan olumsuz tutumundan her iki işletme yönetimi de hatalı görünmektedir. Ancak Osmaniye bu konuda biraz daha duyarsız kalmıştır. Kahramanmaraş ve Osmaniye de yapılan toplam 273 adet anket den ise memnun olmayan halkın sayısal oranı %53,7’yi oluşturmaktadır. Bu durumda personel daha dikkatli olması konusunda uyarılmalı ve gereken tedbirler alınmalıdır.

4.2.14. “Sizi İlgilendiren Konularda Orman Yasalarıyla İlgili Bilginiz Var mı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Değerlendirilmesi

Çizelge 14. Halkın orman yasalarıyla ilgili bilgilerinin durumu tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Evet		Hayır		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	14	21,2	48	72,7	4	6,1
Bahçe	25	1	4	22	88	2	8
Düziçi	25	2	8	23	92	-	-
Hasanbeyli	16	5	31,3	11	68,8	-	-
Toplam	132	22	16,6	94	71,2	6	4,5
Kahramanmaraş Merkez	67	13	19,4	54	80,6	-	-
Pazarcık	25	6	24	19	76	-	-
Türkoğlu	24	8	33,3	13	54,2	3	12,5
Andırın	25	14	56	11	44	-	-
Toplam	141	41	29	97	68,7	3	2,1
Genel Toplam	273	63	23	191	69,9	9	6,3

Halkın, kendini ilgilendiren konularda orman yasalarıyla ilgili bilgisinin olup olmadığını anlamak amacıyla sorulan anket sorusunda verilen cevaplardan hayır yanıtını verenlerin sayısal oranı,

Osmaniye için, merkezde %72,7, Bahçe ilçesinde %88, Düziçi ilçesinde %92 ve Hasanbeyli ilçesinde %68,8 olarak tespit edilmiştir. Osmaniye merkez ve ilçeler dâhil olmak üzere genelinde toplam %71,2’lik bir oranla orman yasalarıyla kendilerini ilgilendiren konularda bir bilgilerinin olmadığını beyan etmişlerdir. Bu durum halkın ormana ve yasalarına karşı ilgisiz ve bilgisiz olduğunu göstermektedir. Diğer yandan ise bu durum orman işletmelerinin halka karşı bilgilendirme politikasını hiç işlemediği halka karşı oldukça ilgisiz ve alakasız olduğu görülmektedir.

Kahramanmaraş için bu oran ise, merkezde %80,6, Pazarcık ilçesinde %76, Türkoğlu ilçesinde %54,2 ve Andırın ilçesinde %44’lük bir oranla hayır cevabı verilmiştir. Kahramanmaraş merkez ve ilçeler dâhil olmak üzere genelinde toplam %68,7’lik bir oranla halk, kendini ilgilendiren orman yasaları konusunda bilgi sahibi değildir. Bu durum bize Kahramanmaraş ta da halkın orman işletmesine karşı ilgisiz ve alakasız olduğunu ve orman işletmesinin de halka karşı ilgisiz, alakasız ve lakayt olduğunu göstermektedir. Kahramanmaraş ve Osmaniye de toplam yapılan 273 adet anketin genel toplamın da ise bu oran %69,9 olarak bulunmuştur. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

4.2.15. “Orman İle İlgili Yasalarca Hakkınızda Hiç İşlem Yapıldı mı?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 15. Halka orman yasalarıyla ilgili işlem yapılması durum tablosu

İlçeler	Ank.Kat.Say.	Evet yapıldı		Hayır yapılmadı		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	1	1,5	63	95,5	2	3
Bahçe	25	2	8	21	84	2	8
Düziçi	25	1	4	24	96	-	-
Hasanbeyli	16	-	-	16	100	-	-
Toplam	132	4	3	124	93,9	4	3
Kahramanmaraş Merkez	67	1	1,5	66	98,5	-	-
Pazarcık	25	4	16	21	84	-	-
Türkoğlu	24	-	-	22	91,7	2	8,3
Andırın	25	3	12	22	88	-	-
Toplam	141	8	5,6	131	92,9	2	1,4
Genel Toplam	273	12	4,3	255	93,4	6	2,1

Orman işletmesinin halka karşı orman yasalarıyla yüzde kaçına işlem yaptığını ve bu durumun sayısal oralarını anlamak amacıyla halka sorulan “orman yasalarınca hakkınızda hiç işlem yapıldı mı?” anket sorusuna verilen cevaplardan hayır hakkında bir işlem yapılmadı seçeneğini seçenlerin oranı,

Osmaniye için, merkezde %95,5, Bahçe ilçesinde %84, Düziçi ilçesinde %96 ve Hasanbeyli ilçesinde ise %93,4 olarak bulunmuştur. Osmaniye merkez dâhil olmak üzere ilçelerde genelinde toplam %93,9’luk bir oranla halka, orman işletmelerince haklarında yasal bir işlem yapılmadığı görülmüştür. Bu durum halkın ormana bakış açısının iyi olduğunu en azından ormana karşı art niyet taşımadığını göstermektedir.

Kahramanmaraş için, merkezde %98,5, Pazarcık ilçesinde % 84 Türkoğlu ilçesinde %91,7 ve Andırın ilçesinde %88’lik bir oranla halka orman yasalarınca bir işlem yapılmamıştır. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerin genelinde bu oran toplam %92,9’dur. Osmaniye ile karşılaştırıldığında her iki il nüfusunun da yaklaşık olarak aynı oranda haklarında orman yasalarınca bir işlem yapılmadığını göstermektedir.

4.2.16. “Sizce Orman İşletmesinde Verilen Ormancılık Hizmetleri Yeterli mi?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 16. Orman işletmesinde verilen ormancılık hizmetlerinin yeterlilik durum tablosu

İlçeler	Ankete Kat.Say.	Çok yeterli		Yeterli		Kısmen yeterli		Yetersiz		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	-	-	4	6,1	20	30,3	38	57,6	4	6,1
Bahçe	25	1	4	1	4	9	36	12	48	2	8
Düziçi	25	-	-	3	12	15	60	7	28	-	-
Hasanbeyli	16	-	-	-	-	5	31,3	11	68,8	-	-
Toplam	132	1	0,7	8	6	49	37,1	68	51,5	6	4,5
Kahramanmaraş Merkez	67	-	-	5	7,5	21	31,3	35	52,2	6	9
Pazarcık	25	2	8	9	36	9	36	5	20	-	-
Türkoğlu	24	-	-	1	4,2	10	41,7	11	45,8	2	8,3
Andırın	25	-	-	4	16	7	28	1	4	13	52
Toplam	141	2	1,4	19	13,4	47	33,3	52	36,8	21	14,8
Genel Toplam	273	3	1	27	9,8	96	35,1	120	43,9	27	9,8

Orman işletmelerinde halka karşı verilen ormancılık hizmetlerinin yeterli olup olmadığını anlamak amacıyla yapılan anket çalışmasın da verilen cevaplar arasında yetersiz seçeneğini seçenlerin sayısal oranları,

Osmaniye için, merkezde %57,6, Bahçe ilçesinde %48, ve Hasanbeyli ilçesinde %68,8’lik bir oranla halk orman işletmesinin halka karşı vermiş olduğu hizmeti yetersiz bulmaktadır. Düziçi ilçesinde ise %60’lık bir oranla orman işletmesinin hizmetlerini kısmen yeterli bulmaktadır. Osmaniye merkez ve ilçeler dahil olmak üzere genelinde toplam %51,5’lik oranla hizmetleri yetersiz bulmakta ve bu oranı %37,1’lik bir oranla kısmen yeterli seçeneği izlemektedir.

Kahramanmaraş için, merkezde %52,2 ve Türkoğlu ilçesinde %45,8’lik bir oranla halk, yapılan hizmetleri yetersiz bulmaktadır. Pazarcık ilçesinde %36 ve Andırın ilçesinde ise %28’lik bir oranla halk orman işletmesinin yapmış olduğu hizmeti kısmen yeterli bulmaktadır. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerin geneli toplam %43,9’lık oranla ilk sırada yapılan hizmetleri yetersiz bulmaktadır. Bu oranı %35,1’lik bir oranla ikinci sırada kısmen yeterli seçeneği izlemektedir.

Sonuç olarak orman işletmesi halka karşı yapmış olduğu hizmetlerin miktarını ve kalitesini artırmalı ve yapmış olduğu hizmetleri halka çeşitli basın ve yayın organlarını kullanarak anlatmalıdır.

4.2.17. “Orman Teşkilatının Bilgi Sitelerine (Web) Hiç Girdiniz mi?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 17. Halkın orman teşkilatının internet sitesine girme durumunun araştırılması tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Evet		Hayır		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	10	15,2	52	78,8	4	6,1
Bahçe	25	1	4	23	92	1	4
Düziçi	25	2	8	17	68	6	24
Hasanbeyli	16	4	25	12	75	-	-
Toplam	132	17	12,8	104	78,7	11	8,3
Kahramanmaraş Merkez	67	4	6	61	91	2	3
Pazarcık	25	5	20	20	80	-	-
Türkoğlu	24	4	16,7	17	70,8	3	12,5
Andırın	25	3	12	22	88	-	-
Toplam	141	16	11,3	120	85,1	5	3,5
Genel Toplam	273	33	12	224	82	16	5,8

Orman teşkilatının halka vermiş olduğu, bilgi (web) sitesindeki hizmetlere halkın katılımını anlamak amacıyla halka sorulan anket sorusuna verilen hayır cevaplarının sayısal oranları,

Osmaniye için, merkezde %78,8, Bahçe ilçesinde %92, Düziçi ilçesinde %68 ve hasanbeyli ilçesinde %75 olarak bulunmuştur. Osmaniye merkez dâhil ankete katılan tüm ilçelerin toplam %78,7’lik kısmı orman teşkilatının düzenlemiş olduğu bilgi (web) sitesine girmemiştir.

Kahramanmaraş için, merkezde %91, Pazarcık ilçesinde %80, Türkoğlu ilçesinde %70,8 ve Andırın ilçesinde ise %88’i hayır cevabını vermiştir. Kahramanmaraş merkez ve ankete katılan tüm ilçelerin toplamının %85,1’i orman teşkilatının bilgi sitesine girmemiştir.

Kahramanmaraş ve Osmaniye yi karşılaştırır isek hemen hemen aynı oranda olup Kahramanmaraş ta bilgi sitesine girmeyen halk Osmaniye den daha fazla görülmektedir. Kahramanmaraş ve Osmaniye ilçeleriyle genel toplamında ise %82’lik bir oranla halk bilgi sitesine girmemiştir. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

Buradan anlaşılacağı üzere orman teşkilatı, kendini iyi tanıtamamakta ve halka iyi tanıtamamaktadır. Orman işletmesi, halkla bütünleşmesi ve çalışmalarını bu tümleşik içinde yürütmesi gerekmektedir. Böyle yaptığı takdirde orman işletmesi ve halk kazanır.

4.2.18. “Orman İşletmesinin, Orman Köylüsünü Sosyo-Ekonomik Yönden Kalkındırması İçin Yapmış Olduğu Çalışmaları Yeterli Buluyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 18. Halkın sosyo-ekonomik yönünün orman işletmesiyle olan durumu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Evet		Yetersiz		Hayır		Diğer		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	5	7,6	36	54,5	19	28,8	1	1,5	5	7,6
Bahçe	25	1	4	5	20	3	12	9	36	16	64
Düziçi	25	-	-	9	36	11	44	1	4	4	16
Hasanbeyli	16	1	6,3	8	50	6	37,5	-	-	1	6,3
Toplam	132	7	5,3	58	43,9	39	29,5	10	7,5	26	19,6
Kahramanmaraş Merkez	67	7	10,4	39	58,2	8	11,9	6	9	7	10,4
Pazarcık	25	6	24	14	56	1	4	4	16	-	-
Türkoğlu	24	-	-	11	45,8	7	29,2	-	-	6	25
Andırın	25	-	-	8	32	2	8	1	4	14	56
Toplam	141	13	9,2	72	51	18	12,7	11	7,8	27	19,1
Genel Toplam	273	20	7,3	130	47,6	57	20,8	21	7,6	53	19,4

Orman işletmesinin orman köylüsünü sosyo-ekonomik olarak kalkındırması için yapmış olduğu çalışmalara halkın bakış açısını anlamak amacıyla halka sorulan anket sorusuna yetersiz cevabını verenlerin sayısal oranları,

Osmaniye için, merkezde %54,5, ve hasanbeyli ilçesinde %50 olarak tespit edilmiştir. Düziçi ilçesi %44 lük bir oranla orman işletmesini bu yönde bir çalışma yapmamakla nitelendirirken, Bahçe ilçesinde ise %64'lük bir oranla bu soruyu boş bırakmışlardır. Osmaniye merkez ve ilçelerin toplamının %43,9'u bu yönde çalışmayı yetersiz bulmuştur.

Kahramanmaraş için, merkezde %58,2, Pazarcık ilçesinde %56 ve Türkoğlu ilçesinde %45,8'lik oranla orman teşkilatının bu yönde çalışmasını yetersiz bulmuştur. Andırın ilçesinde ise %56'lık bir oranla bu soru baş bırakılmıştır. Kahramanmaraş merkez ve ankete katılan ilçelerin toplamının %47,6'sı bu yönde bir çalışmayı yetersiz bulmuştur. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak, orman teşkilatının orman içi ve bitişiği köylerde yaşayan halkın sosyo-ekonomik durumlarını kalkındıracak yeni hizmetler getirmelidir. Orköl çalışmalarına ağırlık vererek desteklemelidir. Aksi takdirde sosyo-ekonomik durumu bozuk olan halk ormandan haksız faydalanmalara başvuracaktır.

4.2.19. “Sizce Orman Teşkilatı Kendini Yeteri Kadar Tanıtılabiliyor mu?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 19. Orman işletmesinin kendini tanıtabilme durumu tablosu

İlçeler	Ank.Kat.Say. Say.	Evet tanıtıyor		Kısmen tanıtıyor		Hayır tanıtıyor		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	6	9,1	17	25,8	38	57,6	5	7,6
Bahçe	25	-	-	2	8	11	44	12	48
Düziçi	25	-	-	9	36	11	44	5	20
Hasanbeyli	16	-	-	5	31,3	10	62,5	1	6,3
Toplam	132	6	4,5	33	25	70	53	23	17,4
Kahramanmaraş Merkez	67	2	3	12	17,9	52	77,6	1	1,5
Pazarcık	25	2	8	18	72	4	16	1	4
Türkoğlu	24	1	4,2	5	20,8	14	58,3	4	16,7
Andırın	25	1	4	14	56	9	36	1	4
Toplam	141	6	4,2	49	37,1	79	56	7	4,9
Genel Toplam	273	12	4,3	82	30	149	54,5	30	10,9

Orman teşkilatının kendisini yeteri kadar tanıtip tanıtmadığını anlamak amacıyla halka sorulan anket sorusunda hayır tanıtıyor cevabını verenlerin oranı,

Osmaniye için, merkezde %57,6, Bahçe ilçesinde %44, Düziçi ilçesinde %44 ve Hasanbeyli ilçesinde %62,5 olarak tespit edilmiştir. Osmaniye merkez ve ilçelerin toplamında da %53'lük bir oran orman teşkilatının kendini tanıtmadığını belirtmiştir. Bu oranı, ikinci sırada %25'lik bir oranla kısmen tanıtıyor seçeneği izlemektedir.

Kahramanmaraş için, merkezde %77,6 ve Türkoğlu ilçesinde %58,3'lük bir oranla hayır tanıtıyor cevabını verirken, Pazarcık ilçesinde %72 ve Andırın ilçesinde %56'lık bir oranla kısmen tanıtıyor seçeneği belirtilmiştir. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerin toplamında %54,5 ile hayır tanıtıyor olurken bu oranı %30'luk oranla kısmen tanıtıyor seçeneği takip etmektedir. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak, orman teşkilatı halka inerek, basın ve yayın organlarını kullanarak kendini tanıtabilmelidir. Yapmış olduğu faaliyetlere halkın katılımını da sağlamalıdır. Çeşitli kamplar ve kampanyalar düzenleyerek halk ile ilişkilerini iyileştirmelidir. Halka rağmen ormancılık görüşü yerine halkla beraber ormancılık görüşü savunulmalı ve bu halka anlatılmalıdır.

4.2.20. “Yangın Söndürmeye Gittiniz mi?” Sorusuna Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

Çizelge 20. Halkın orman yangınlarına karşı hassasiyeti tablosu

İlçeler	Ankete Kat. Sayısı	Evet gittim		Hayır gitmedim		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	13	19,7	49	74,2	4	6,1
Bahçe	25	4	16	10	40	11	44
Düziçi	25	7	28	17	68	1	4
Hasanbeyli	16	4	25	12	75	-	-
Toplam	132	28	21,2	88	66,6	16	12,1
Kahramanmaraş Merkez	67	14	20,9	53	79,1	-	-
Pazarcık	25	3	12	22	88	-	-
Türkoğlu	24	6	25	14	58,3	4	16,7
Andırın	25	8	32	17	68	-	-
Toplam	141	31	21,9	106	75,1	4	2,8
Genel Toplam	273	59	21,6	194	71	20	7,3

Halkın orman yangını söndürmeye gidip gitmediğini anlamak amacıyla “yangın söndürmeye gittiniz mi?” sorusuna verilen cevaplardan gitmeyenlerin sayısal oranları,

Osmaniye için, merkezde %74,2, Bahçe ilçesinde %44, Düziçi ilçesinde %68 ve Hasanbeyli ilçesinde %75’lik bir oran orman yangını söndürmeye gitmemiştir. Osmaniye merkez ve ilçelerin toplamı %66,6’sı yangın söndürmede bulunmamıştır.

Kahramanmaraş için, merkezde %79,1, Pazarcık ilçesinde %88, Türkoğlu ilçesinde %58,3 ve Andırın ilçesinde %68’lik bir oran orman yangınında bulunmamıştır. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerin toplamı %71’lik bir oranla orman yangını söndürmeye gitmezken bunu %21,6’lık bir oranla orman yangınına gidenler takip etmektedir. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

Buradan da anlaşılacağı üzere halkın, orman yangınlarına karşı hassasiyeti yok denecek kadar azdır. Burada görev hem halka hem de orman işletmesine düşer. Halk bu konudaki duyarlılığını, orman işletmesinin orman yangınlarına karşı vermiş olduğu mücadelede halkı da yanında olmasıyla artırabilir. Ormanların sahibinin orman işletmesi olmadığını asıl sahibinin ormanları koruyan halk olduğunun bilinci halka yerleştirilmelidir.

4.2.21. “Orman İşletmesi Halka Toplantı Yapıyor mu? Bu Yeterli mi?” Sorusuna Verilen Cevapların Sayısal Oranlarının Değerlendirilmesi

Çizelge 21. Orman işletmesinin halka toplantı yapabilme durumu

İlçeler	Ankete katılanların sayısı	Yeterli miktarda toplantı yapıyor		Toplantı yapıyor ancak yeterli olmuyor		Hiç toplantı yapmıyor		Diğer		Boş bırakılan	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Osmaniye Merkez	66	6	9,1	14	21,2	40	60,6	3	4,5	3	4,5
Bahçe	25	1	4	5	20	5	20	1	4	13	52
Düziçi	25	-	-	4	16	19	76	-	-	2	8
Hasanbeyli	16	3	18,8	12	75	-	-	-	-	1	6,3
Toplam	132	10	7,5	35	26,5	64	48,4	4	3	19	14,3
Kahramanmaraş Merkez	67	2	3	14	20,9	31	46,3	14	20,9	6	9
Pazarcık	25	1	4	13	52	7	28	4	16	-	-
Türkoğlu	24	-	-	2	8,3	16	66,7	1	4,2	5	20,8
Andırın	25	-	-	7	28	1	4	3	12	14	56
Toplam	141	3	2,1	36	25,5	55	39	22	15,6	25	17,7
Genel Toplam	273	13	4,7	71	26	119	43,5	26	9,5	44	16,1

Orman işletmesinin halka toplantı yapıp yapmadığını anlamak amacıyla sorulan anket sorusunda hiç toplantı yapmıyor cevabını verenlerin sayısal oranları,

Osmaniye için, merkezde %60,6 ve Düziçi ilçesinde %76 olarak belirlenmiştir. Bahçe ilçesinde %52’lik oranla bu soru boş bırakılmıştır. Hasanbeyli ilçesinde ise %75’lik bir oranla ‘toplantı yapıyor ancak yeterli olmuyor’ denmiştir. Osmaniye merkez ve ilçelerin toplamı %48,4 ile ilk sırada ‘hiç toplantı yapmıyor’ yer alırken bunu ikinci sırada %26,5’lik bir oranla ‘toplantı yapıyor ancak yeterli olmuyor’ cevabı izlemiştir.

Kahramanmaraş için, merkezde %46,3 ve Türkoğlu ilçesinde %66,7’lik oranla ‘hayır tanıtıyor’ denmiştir. Pazarcık ilçesi %52’lik bir oranla ‘toplantı yapıyor ancak yeterli olmuyor’ derken Andırın ilçesinin ise %56’lık bir kısmı bu soruyu boş bırakmıştır. Kahramanmaraş merkez ve ilçelerin toplamı %43,5 ile ‘hiç toplantı yapmıyor’ seçeneği işaretlenmiştir. Tüm bu oranlar tamamen deneklerin seçiminden kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak orman işletmesi halka toplantı yapmıyor. Halka toplantı yapılarak halkla iç içe ve beraber olunur. Aksi durumda halk orman işletmesinin ne iş yaptığını günümüzde de olduğu gibi bilemeyecektir. Her zaman için ilk adımı orman işletmesi, kendisi atmalı, sonraki adımları halktan beklemelidir.

4.3. Anket de Yer Alan Yorum Sorularının Değerlendirilmesi Yöntemine Göre Anket Bulguları

Ankette yer alan 8 adet yorum sorusunun değerlendirilmesi yönteminde halkın orman işletmesine karşı olan yorumsal düşüncelerine yer verilmiştir. Bu yorumlar her soru için en fazla yanıt alınan seçeneklerin sırasıyla ilk 5 âdetinin yazılmasıyla Kahramanmaraş ve Osmaniye için ayrı ayrı ele alınmıştır. Böylece halkın kendi düşüncelerine sınırsız yer verilmiştir.

4.3.1. Kahramanmaraş İçin Değerlendirmelerin Yapılması;

Burada Kahramanmaraş halkının yorum sorularının en fazla cevap verilenler arasından tercih edilen ilk 5 adedi dikkate alınmıştır. Sıralama önem sırasına göre en fazladan en aza doğru yapılmıştır.

4.3.1.1. Orman Teşkilatını Tanıyor musunuz? Hangi Nedenle Tanıyorsunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada, Kahramanmaraş halkının orman teşkilatını hangi yönleriyle tanıdığını anlamak amacıyla sorulan anket sorusuna değişik yanıtlar alınmış olup bu yanıtların en fazla tercih edilen ilk 5 tanesi önem sırasına göre aşağıda verilmiştir.

- 1- Orman içi ve bitişiği köyde oturuyorum, bu sebeple tanıyorum.....%27
- 2- Piknik amaçlı tanıyorum.....%25
- 3- Tanıdıklarım orman işletmesinde çalıştığından dolayı tanıyorum.....%20
- 4- Ağaçlandırma çalışmalarında bulunmam sebebiyle tanıyorum.....%18
- 5- Yangınla mücadele çalışmalarında bulunmam sebebiyle tanıyorum.....%10

4.3.1.2. Orman İle Halk Arasındaki İlişkilerin Daha İyi Geliştirilmesi İçin Sizce Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada ise, Kahramanmaraş halkının orman ile ilişkilerinin daha iyi geliştirilebilmesi için ne gibi işlemlere gerek olduğu sorusuna verilen değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Basın ve yayın araçları kullanılarak halk eğitilmelidir.....%39
- 2- Dinlenme ve piknik alanları gibi rekreasyon alanların sayıları ve kalitesi artırılmalıdır.....%26
- 3- Ağaçlandırma kampanyalarına halkın katılımını sağlamak amacıyla etkinlikler yapılmalı.....%15
- 4- Bol bol fidan dikilmeli.....%12
- 5- Her türlü gelişmelerden halk, haberdar edilmeli.....%8

4.3.1.3. Orman Teşkilatında Önemli Bulduğunuz Eksiklikler Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Bu yorum sorusunda, Kahramanmaraş halkının gözünde orman teşkilatında oluşan eksiklikler önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 adedi aşağıda verilmiştir.

- 1- Orman teşkilatı ilgisiz ve halktan kopuk yaşıyor.....%63
- 2- Eğitim eksikliği var, halka gerekli bilgiler verilmiyor.....%22
- 3- Ormanlardan kesilen ağaç kadar fidan dikilmiyor.....%8
- 4- Dinlenme ve piknik alanları gibi rekreasyon alanlarına gereken bakım yapılmıyor.....%5
- 5- Orman yangınlarıyla mücadelede eksik ve yetersiz kalınıyor.....%2

4.3.1.4. Orman İşletmesiyle İlişkileriniz Var mı? Varsa Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada, Kahramanmaraş halkının orman işletmesiyle ilişkilerinin olup olmadığı eğer varsa bu ilişkilerin neler olduğu sorulmuş, alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Orman işletmeleriyle ilişkim yok.....%31
- 2- Piknik amaçlı ilişkim var.....%28
- 3- Orman içi ve bitişiği köyde taşıyorum.....%21
- 4- Orman işinde çalıştım.....%17
- 5- Ormandan usulsüz faydalanırken yakalandım.....%3

4.3.1.5. Sizce Ormanları Tanıtmak, Korumak ve Yaşatmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Bu yorum sorusunda ise Kahramanmaraş halkına sorulan, Ormanları tanıtmak, yaşatmak ve geliştirmek için neler yapılmalı sorusuna alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Basın ve yayın organı kullanılarak halk eğitilmelidir.....%70
- 2- Fidan dikilmelidir.....%15
- 3- Ormancılık dersi vermeye ilköğretimden başlanmalıdır.....%8
- 4- Ormanlar halka sevdirmeli.....%5
- 5- Ağaç tanıtım fuarı yapılmalı.....%2

4.3.1.6. Orman İşletmesinin Ne İş Yaptığını Biliyor musunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada Kahramanmaraş halkına, orman işletmesinin ne iş yaptığı sorulmuş alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Ormanları korur.....%40
- 2- Fidan diker.....%30
- 3- Hayır bilmiyorum.....%12
- 4- Ağaç keser.....%11
- 5- Orman yangınlarıyla mücadele eder.....%7

4.3.1.7. Sizce Orman Teşkilatı Kendisini Daha İyi Tanıtmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada Kahramanmaraş halkına, orman teşkilatının kendisini daha iyi tanıtmak için yapması gerekenler sorulmuş alınan cevaplardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 adedi aşağıda verilmiştir.

- 1- Basın ve yayın araçlarıyla halkı bilinçlendirmelidir.....%44
- 2- Kendi personelini eğitmelidir.....%23
- 3- Kampanyalar ve kamplar düzenlemelidir.....%14

- 4- Yangınla mücadeleyi daha kapsamlı yapmalıdır.....%10
- 5- Yapmış olduğu işlerde açık ve şeffaf olmalıdır.....%9

4.3.1.8. Orman Teşkilatının En Çok Takdir Ettiğiniz Özellikleri Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Bu yorum sorusunda ise Kahramanmaraş halkına, orman teşkilatının en çok takdir ettiği özellikleri sorulmuş alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 adedi aşağıda verilmiştir.

- 1- Takdir edebileceğim bir özelliği yok.....%28
- 2- Orman yangınları ile mücadele etmeleri.....%25
- 3- Kaçakçılıkla mücadele etmeleri.....%22
- 4- Orman cezalarının ağır ve caydırıcı olması.....%15
- 5- Av sezonu dışında av hayvanlarının korunması.....%10

4.3.2. Osmaniye İçin Değerlendirmelerin Yapılması;

Burada Osmaniye halkının yorum sorularının en fazla cevap verilenler arasından tercih edilen ilk 5 adedi dikkate alınmıştır. Sıralama önem sırasına göre en fazladan en aza doğru yapılmıştır.

4.3.2.1. Orman Teşkilatını Tanıyor musunuz? Hangi Nedenle Tanıyorsunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada, Osmaniye halkının orman teşkilatını hangi yönleriyle tanıdığını anlamak amacıyla sorulan anket sorusuna değişik yanıtlar alınmış olup bu yanıtların tercih edilen en fazla ilk 5 tanesi önem sırasına göre aşağıda verilmiştir.

- 1- Piknik amaçlı tanıyorum.....%24
- 2- Orman işletmesinde çalışıyorum.....%22
- 3- Ormanı sevdiğim için tanıyorum.....%20
- 4- Orman yangınlarından dolayı tanıyorum.....%18
- 5- Tanıdıklarım orman işletmesinde çalıştığından dolayı tanıyorum.....%16

4.3.2.2 Orman ile Halk Arasındaki İlişkilerin Daha İyi Geliştirilmesi İçin Sizce Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada ise, Osmaniye halkının orman ile ilişkilerinin daha iyi geliştirilebilmesi için ne gibi işlemlere gerek olduğu sorusuna verilen değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Halka özellikle orman köylüsüne eğitim verilmeli.....%34
- 2- Basın yayın gibi kitle iletişim araçlarından daha fazla yararlanılmalı.....%23
- 3- Halka karşı adil olunmalı.....%20
- 4- Fidan dikilmeli.....%14
- 5- Özel ormancılığa halk teşvik edilmeli.....%9

4.3.2.3. Orman Teşkilatında Önemli Bulduğunuz Eksiklikler Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Bu yorum sorusunda, Osmaniye halkının gözünde orman teşkilatında oluşan eksiklikler önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 adedi aşağıda verilmiştir.

- 1- Halk bilgilendirilmiyor.....%40
- 2- Orman işletmesi halka karşı ilgisiz ve halktan kopuk çalışıyor.....%32
- 3- Personel bilgisiz ve eğitimsiz.....%14
- 4- Orman işletmelerinde denetimin yetersiz ve eksik olması.....%8
- 5- Kesilen ağaç kadar yerine fidan dikilmemesi.....%6

4.3.2.4. Orman İşletmesiyle İlişkileriniz Var mı? Varsa Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada, Osmaniye halkının orman işletmesiyle ilişkilerinin olup olmadığı eğer varsa bu ilişkilerin neler olduğu sorulmuş, alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Orman işletmesiyle ilişkim yok.....%28
- 2- Orman işletmesinde çalışıyorum.....%23
- 3- Ormanda pikniğe giderim.....%20
- 4- Orman içinde yaşıyorum.....%14
- 5- Ağaçlandırma çalışmalarında bulundum.....%15

4.3.2.5. Sizce Ormanları Tanıtmak, Korumak ve Yaşatmak İçin Ne Yapılmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Bu yorum sorusunda ise Osmaniye halkına sorulan, Ormanları tanıtmak, yaşatmak ve geliştirmek için neler yapılmalı sorusuna alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Basın ve yayın organlarını kullanarak halka eğitim verilmeli.....%63
- 2- Fidan dikilmeli.....%15
- 3- Ormanların bakımı artırılmalı.....%11
- 4- Kampanyalar ve kamplar düzenlenmeli.....%6
- 5- Okullarda ormana geziler düzenlenmeli.....%5

4.3.2.6. Orman İşletmesinin Ne İş Yaptığını Biliyor musunuz? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada Osmaniye halkına, orman işletmesinin ne iş yaptığı sorulmuş alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 tanesi aşağıda verilmiştir.

- 1- Ormanları korur.....%38
- 2- Hayır bilmiyorum.....%32
- 3- Fidan diker.....%12
- 4- Ormanları denetler.....%10
- 5-Orman yangınları ile mücadele eder.....%8

4.3.2.7. Sizce Orman Teşkilatı Kendisini Daha İyi Tanıtmak İçin Ne Yapmalıdır? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Burada Osmaniye halkına, orman teşkilatının kendisini daha iyi tanıtmak için yapması gerekenler sorulmuş alınan cevaplardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 adedi aşağıda verilmiştir.

- 1- Basın ve yayın organları kullanılarak halk bilgilendirilmeli.....%46
- 2- Orman işletmesi yaptığı faaliyetler hakkında tanıtım yapmalıdır.....%21
- 3- Halkla beraber çeşitli etkinlikler düzenlenmeli.....%15
- 4- Fikrim yok.....%11
- 5- Halkla beraber fidan dikilmeli.....%7

4.3.2.8. Orman Teşkilatının En Çok Takdir Ettiğiniz Özellikleri Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplar;

Bu yorum sorusunda ise Osmaniye halkına, orman teşkilatının en çok takdir ettiği özellikleri sorulmuş alınan değişik yanıtlardan önem sırasına göre tercih edilen ilk 5 adedi aşağıda verilmiştir.

- 1- Takdir edebileceğim bir özelliği yok.....%24
- 2- Ormanları koruması.....%23
- 3- Fidan dikmesi.....%20
- 4- Yangınla mücadele etmesi.....%18
- 5- Fikrim yok.....%15

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İyi halkla ilişkiler için uygun iletişim gereklidir. İyi iletişim, işletme için hem gereksinme duyulan hizmetlerin saptanmasında hem de iyi çalışma ortamının sağlanmasında gereklidir. Bu, anlaşılma ve takdir edilmek için yapılmalıdır. Doğru bilgiler verilmediği ya da alınmadığı zaman çok defa yanlış izlenimlere ve sonuçlara ulaşılabilmektedir. İyi halkla ilişkiler için inandırıcı olmak gerekir. Halkla ilişkilerde mesajların sunulmasında inandırıcı olmak, işletme için güven sağlamada önemli bir etkidir. Özellikle mesajlarda kullanılan sözcükler, semboller, sloganlar kamuoyunu etkilemede ve inandırıcı olmada büyük bir role sahiptir. İşletmelerin başarısı için, söz konusu toplumsal grupların çıkarlarının, isteklerinin ve tepkilerinin gözetilerek onların güven ve desteklerinin sağlanması gereği gittikçe önem kazanmaktadır.

Ülkemizde kırsal kesimde yaşayan halk genellikle çekingen durur, birçok dileklerini işletmeye yansıtamazlar. Sosyo-ekonomik durumun düşük olması, durgun bir yaşantı biçimi, okuma- yazma bilmeme gibi nedenler bunda rol oynar. Halkın bir kısmı işletmeyle olan işlerinin yürütülmesi için bir aracı bulmayı gelenek hale getirmiştir. Bu tür uygulamaların yanlış olduğunu özellikle kırsal kesimde yaşayan halkın işletmeyle olan her türlü iş ve sorunlarını birebir görüşerek çözmesi gerektiğini halkla ilişkiler tekniğine uygun şekilde anlatılması gerekir. Ülkemizde bilgi edinme hakkı yasalaşmış olup halkın her türlü çelişki ve problemlerinde çekinmeden işletmeyle beraber çözebileceği özellikle kırsal kesimde yaşayan halka çeşitli basın ve yayın kollarını kullanarak anlatılmalıdır.

Ülkemizde D.O.İ.'lerin öncelikli hedef kitlesini orman köylüleri oluşturmaya rağmen, D.O.İ. örgüt yapısında orman köylüleri ile orman teşkilatı arasında, karşılıklı etkileşimleri düzenlemeye yönelik bir halkla ilişkiler birimi bulunmamakta ve dolayısıyla D.O.İ. de halkla ilişkiler faaliyetleri yönetici konumundaki teknik elemanların bireysel çabalarıyla sınırlı kalmaktadır. Bu itibarla söz konusu etkenlikleri gerçekleştirecek bir halkla ilişkiler biriminin, D.O.İ.'lerin teşkilat yapısı içerisinde oluşturulması sağlanmalıdır.

Ülke kırsal nüfusunun yarısını teşkil eden orman köylülerinin ekonomik yönden gelişmelerin sağlanamadığı ve bu nedenle öncelikle yararlanılacak kaynak olarak ormanları gördükleri, hayat şartlarını devam ettirebilme noktasında ormanlara çeşitli şekillerde hasar verdikleri bilinmektedir. Bu itibarla orman köylülerinin sosyo-ekonomik koşullarının geliştirilmesi öncelikli olarak sağlanmalıdır.

Bu noktada D.O.İ.'lerin asli ve tali orman ürünlerinden elde ettikleri gelirlerin bir bölümü, bu köylerin bütçelerine aktarılmalıdır. Bu köylerde halk yeni oluşumlara karşı soğuk baktığından, Orman köylüsünün kalkındırılmasını amaçlayan çalışmaların özellikle üzerinde durulması ve takibi gerekmektedir. Yapılacak örnek projelerin başarısız olmaması için azami dikkat gösterilmelidir. Hayvancılığın ve el sanatlarının yapılabileceği küçük atölyelerin geliştirilerek halka benimsetilmesi gerekmektedir. Bu yeni oluşumlara halkın katılımını sağlamak amacıyla özellikle ORKÖY bünyesinde halkla ilişkiler biriminin kurulması gerekmektedir.

Ormancılıkla ilgili programlar televizyon kanalında çok geç saatlerde konulmaktadır. Bu programları gece saat 02:00 ila 03:00 sularında değil de akşam halkın genelinin izleyebileceği 16:00 ila 22:00 saatleri arasında olması gerekir. Böylece, halkın orman ve

ormancılıkla ilgili bilmediği konularda bilgi sahibi olmasını ve yanlış bildiği konularda ise doğru bilgilenmesi sağlanır.

Halk uzun yıllar boyu koruduğu ve faydalandığı ormanların orman kadastro tarafından devlet ormanı olarak ayrılmasını kabul etmeyi istememektedir. Dolayısıyla köylerinde orman kadastroyunun çalışmasını arzu etmemektedirler. 1945 yılından öncesine ait olsa bile tapulu ormanların sahiplerine iade edilmesi orman-halk ilişkilerinin düzeltilmesinde önemli bir rol oynar.

Anketlere katılanların çoğu ormanların korunması gerekliliği fikrini taşımaktadır. Koruma işinin diğer ormancılık faaliyetlerinin dışında tutulması ve şefliklerde koruma işini üstlenecek ayrı bir birimin kurulması hem ormanların daha iyi korunmasını sağlayacak, hem de orman teknik elemanlarının asli görevlerine daha çok zaman ayırmalarına imkân verecektir.

Halkı ilgilendiren konularda orman yasalarıyla ilgili bilgileri halkın yaş durumuna göre khi-kare yöntemi sonucu anlamlı bulunmuştur. Aynı zamanda orman yasalarıyla hakkında işlem yapılan halkın yaş durumuna göre khi-kare sonucu da anlamlı bulunmuştur. Buna göre orman işletmesi halkı orman yasaları hakkında bilgilendirirken halkın yaş durumunu da göz önünde bulundurmalıdır.

Halkın orman teşkilatının web sitelerine girip girmemesi yaş ve meslek durumuna göre khi-kare yöntemi sonucu anlamlı bulunmuştur. Buna göre orman teşkilatının kendi web sitesini daha cazip ve kullanılabilir hale getirerek halkın iştirakini sağlamalıdır. Örneğin, öğrencilere web sitelerinde ormanı sevdirecek orman ile ilgili yarışma programları ve oyunlar düzenlerken, kültür düzeyi yüksek olan halka da orman ile ilgili bilgi siteleri oluşturmalıdır.

Orman işletmesinde verilen ormancılık hizmetlerinin yeterli olup olmaması meslek durumuna göre khi-kare yöntemi sonucu anlamlı bulunmuştur. Bu durum bize, ormancılık hizmetlerinin her meslek gurubuna aynı verilmemesi gerektiğini göstermektedir. Örneğin memur, işçi, esnaf ve sosyo-ekonomik durumu yüksek olan halka verilen ormancılık hizmeti rekreasyon amaçlı olurken, işsiz ve sosyo-ekonomik durumu düşük olan halka verilen ormancılık hizmeti, ormanda iş imkanı sağlama ve orman ürünlerinden faydalanma olarak gösterilebilir.

Ankete katılan halkın eğitim durumu üniversite mezunu olanlar, Osmaniye için %12,8 iken bu oran Kahramanmaraş için %19,1'dir. Bu oranlara lise mezunları da katıldığında toplam oran, Osmaniye için %75,6 iken Kahramanmaraş için %62,3 olarak bulunmuştur. Bu durum bize, anket yapılan halkın genelinin eğitim durumunun yüksek olduğu ve sonuçlarında bu düzeyde olduğunu göstermektedir.

Orman işletmesinde personele ulaşım kolaylığından memnun olanların oranları, Osmaniye için %33,3 iken bu oran Kahramanmaraş için %46,8'dir. Pek memnun olmayanlar ile hiç memnun olmayanların oranı ise, Osmaniye için %53,7 olurken Kahramanmaraş için bu oran %27,6 olarak bulunmuştur. Bu oranlardan da anlaşılabacağı üzere Osmaniye orman işletmesinde çalışan personel, halkın işletme ile ilgili işlerinde

ulaşılması güç personel durumundadır. Osmaniye orman işletmesi öncülüğünde tüm orman işletmeleri personele bu konu hakkında toplantı yaparak bilgilendirmelidir.

Orman işletmesinin vermiş olduğu hizmette tarafsız ve bağımsız olduğuna halkın çok memnun ve memnurluk oranı, Osmaniye için %36,2 iken bu oran Kahramanmaraş için %29,7'dir. Pek memnun olmayanlar ile hiç memnun olmayanların oranı ise, Osmaniye için %55,9 olurken bu oran Kahramanmaraş için %41,1'dir. Buradan da anlaşılabacağı üzere Osmaniye halkı Kahramanmaraş halkından daha fazla olarak, orman işletmesinin tarafsız ve bağımsız olduğuna inanmıyor. Bu durum halka karşı daha açık ve şeffaf olmakla düzeltilebilir.

Orman işletmesinin değişen mevzuat ve gelişmelerden halkı haberdar edip etmemesinden pek memnun olmayanlar ile hiç memnun olmayanların oranı, Osmaniye için %68,1 iken bu oran Kahramanmaraş halkı için %63,7 olmaktadır. Bu durumun düzeltilmesi ise, orman işletmesi halkı ilgilendiren konular hakkında ve ormancılıkta oluşan yeni gelişmelerden halkı çeşitli basın ve yayın organlarını kullanarak bilgilendirmelidir.

Orman teşkilatı tarafından yayınlanan basın ve yayın organlarına halkın ulaşamama oranları, Osmaniye için %80,3 iken bu oran Kahramanmaraş için %87,9'dur. Bu durumun düzeltilmesi için basın ve yayın organları ödüllü yarışma ve bulmacalarla günlük gelişen olaylarla cazip hale getirilmelidir. Bu tür basın ve yayın organlarının kar amacı gözetmeksizin sadece halkın bilgilendirilmesi amaçlanmalıdır.

Çeşitli ormancılık günlerine halkın katılmamasının oranı, Osmaniye için %84 iken bu oran Kahramanmaraş için %90'dır. Bu oranlar halkın ormandan tamamen kopuk yaşadığının göstergesidir. Bu durumun düzeltilmesi ormancılık gün ve haftalarında ücretsiz geziler, kamplar ve kampanyalar düzenlenmelidir.

Ormanların korunması ve işletilmesi devlet tarafından olmalı diyenlerin oranı, Osmaniye için %49,2 iken Kahramanmaraş için ise %60,9'dur. Özel sektör tarafından olmalı diyenlerin oranı ise, Osmaniye için %26,5 iken Kahramanmaraş için %19,8'dir. Buradan anlaşılan devlet ormanları korumalı ve işletmeli ancak özel sektöre de bu konuda fırsat vermelidir. Böylece her iki tarafta da rekabet ortamı sağlanmış olur. Ormanların sadece devletin tekelinde veya sadece özel sektörün tekelinde olması halkı ormana karşı uzak tutmaktadır.

Orman işletmelerinin ormancılık konusunda halkı bilinçlendirmek için yapmış olduğu faaliyetlere halkın katılamamasının nedeni ise, Kahramanmaraş ve Osmaniye halkı için, halkın sosyo-ekonomik sorunları ile bu tür konuların halkın ilgisini çekmemesi olarak gösterilmiştir. Bu konuda da orman işletmesi, ORKÖY çalışmalarına ve halka kendini tanıtabilme çalışmalarına ağırlık vermelidir.

Orman işletmesinde verilen ormancılık hizmetlerinin yetersiz olarak seçenlerin oranı, Osmaniye için %51,5 iken bu oran Kahramanmaraş için %36,8'dir. Bu durumun düzeltilmesi özellikle Osmaniye sonrada Kahramanmaraş merkezde rekreasyon alanlarının daha düzenli ve sayıca fazla olması sağlanmalıdır. Orman içi ve bitişiği köylerde ise işsiz halka iş imkânının sağlanması ve sosyo-ekonomik durumu düşük olan halka orman

ürünlerinden yararlanma imkânı ve yakacak olarak kömür yardımı sağlanmalıdır. Orman işletmesinde çalışan personel vermiş olduğu hizmette halka karşı daha sıcak, güler yüzlü ve cana yakın olması konusunda uyarılmalı ve eğitilmelidir.

Orman teşkilatının web sitesine girmeyenlerin oranı, Osmaniye için %78,7 iken bu oran Kahramanmaraş halkı için %85,1'dir. Buradan da anlaşılacağı üzere orman teşkilatının web sitesini halkın hemen hemen genelinin kullanmadığı hatta hiç girmedikleri görülmektedir. Bu durum, orman teşkilatının web sitesini halkın ihtiyaç ve ilgisine göre düzenlenmesiyle düzeltilmelidir. Halkı bilgilendirmeye yönelik olmalıdır. Çeşitli kampanyalar, geziler ve kamplar düzenlenmeli ve halka duyurma yöntemlerinden biri olarak da web siteleri kullanılmalıdır.

Orman işletmelerinin orman köylüsünü ve kırsal kesim de yaşayan halkı sosyo-ekonomik yönden kalkındırması için yapmış olduğu faaliyetleri yetersiz ve hiç olarak görenlerin oranı, Osmaniye için %73,4 iken bu oran Kahramanmaraş için %63,7 olarak bulunmuştur. Orman işletmesinin yapmış olduğu faaliyetler her iki ilde de eksik ve yetersiz olarak saptanmıştır. Bu durum, orman köylüsüne ve kırsal kesimde yaşayan halka iş imkânı sağlayarak, yakacak olarak odun yanında kömür yardımı yaparak ve orman işinin genelde o yörede yaşayan halka yaptırılarak düzeltilebilir.

Orman yangını söndürmeye gitmeyenlerin oranı, Osmaniye için %66,6 iken Kahramanmaraş için bu oran %75,1 olarak bulunmuştur. Burada ise halkın ormana karşı hassas olmadığı görülüyor. Bu durumun düzeltilmesi için ormanların yararları, çevreye ve halka sağladığı faydaları çeşitli görsel ve işitsel basın ve yayın organları kullanılarak halka anlatılmalıdır. "Ormanlar atalarımızdan miras kalmadığı çocuklarımızdan ödünç alındığı" bilinci özellikle genç dimağlara yerleştirilmelidir.

Orman işletmesinin halka toplantı yapmadığının oranı, Osmaniye için %48,4 iken Kahramanmaraş için %39 olarak bulunmuştur. Toplantının eksik yapıldığını söyleyenlerin oranı ise, Osmaniye için %26,5 iken Kahramanmaraş için %25,5'dir. Buradan da anlaşılacağı üzere orman işletmesi her iki ilde de halkı bilinçlendirmek için toplantı yapmadığı görülüyor. Orman işletmesi yapmış olduğu faaliyetleri ve yeni gelişmeleri, toplantı, seminer ve brifing düzenleyerek halka anlatılmalıdır. Aksi takdirde günümüzde olduğu gibi halk ormandan kopuk ve orman işletmesi de halktan kopuk olarak yaşamaya mahkûmdur.

Orman köylüsü ile orman idaresi arasındaki sosyal ilişkiler daha iyi olabilmesi ve diğer konularda da orman-halk ilişkilerinin düzenlenmesi bakımından işletmelerde bir halkla ilişkiler uzmanının bulunması, bu mümkün olmazsa bazı elemanların hizmet içi eğitimle halkla ilişkiler hakkında eğitilmesi uygun olacaktır.

Orman işçilerinin teknik bilgileri yetersizdir. İşçilerin çalıştıkları işle ilgili bilgilerinin artırılması amacıyla planlı hiç bir eğitim yaptırılmamıştır. Bu işçilerin belirli merkezlerde toplanarak eğitilmelerinin yanı sıra, bulundukları yerlerde de eğitilmeleri için belli bir program uygulanmalıdır.

İşletmeyi halka yaklaştırmak için işletmede reform yaparak halka sunulan hizmetleri iyileştirmek ve böylece işletme içinde iyileştirici faaliyetler, diğer taraftan da, halkın

hareket ve davranışlarını olumlu yönde değiştirmeye yönelik dışa dönük faaliyetler yapılması gerekir.

İşletme, usullerini basitleştirerek, uyuşmazlıkları çözümleyerek, halka sunulan hizmetlerin nitelik ve niceliğini artırarak, kamu hizmetlerinin tanınmasını kolaylaştırmak, halkın beklentilerine daha iyi cevap vererek uyum sağlaması gerekmektedir.

Halkı eğiterek, öğreterek, hak ve yükümlülüklerini belirterek uyuşmazlıkların azalmasını sağlayabileceğine önce işletme personeli kendi inanmalı, daha sonra bu tür uygulamaları halka inandırmalı ve uygulamalıdır.

Mevcut orman muhafaza memurlarının eğitim seviyelerinin yükseltilmesi gerekir. Bunun için bu memurlara teknik eğitimlerinin verilmesi, brifingler, seminerler düzenlenmeli, iş kampları tertip edilmeli, yazışmalar ve tutanaklar konusunda açıklayıcı bilgiler sunulmalıdır. Yeni alınacak muhafaza memurlarına ise Orman Meslek Yüksek Okulu mezunu ve iş için yeterli beceri ve fiziki güce sahip olma şartı aranmalıdır. Ayrıca orman işlerinin yürütülmesinde teknik bilgi ve beceri ön plana çıkacağından işletme şefi ile orman muhafaza memurları arasında işletme şefi yardımcısı niteliğinde bir teknik personelin olması gerekir. Ancak bu görevi maalesef orman muhafaza memurları yürüttüğünden dolayı işletmeyle halk arasındaki iletişim bozukluğunun sebebi olmaktadır. Orman muhafaza memurları işletmeyi temsil ettiğinden dolayı halkın muhafaza memurlarıyla olan anlaşmazlıkları işletmeyle halkı karşı karşıya getirip aralarında iletişim bozukluğuna yol açmaktadır.

Orman İşletmesinde çalışan personel genellikle mesleklerinin saygı görmediği kanaatindedir. Bu olumsuz durumun önüne geçilebilmesi için, özellikle orman muhafaza memurlarının kılık kıyafet, yetki, teçhizat ve ücret durumlarının tekrar gözden geçirilerek bu konularda iyileştirmeye gidilmesi gerekmektedir.

Hizmet içi eğitimin yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Belli periyotlarla ve yılda birkaç kez işletme bünyesinde konusunda uzman kişilerin katılımıyla eğitim seminerleri düzenlenmesi faydalı olacaktır. Büroda çalışan personel orman içi faaliyetlerden uzak kalmaktadır. Bu personelin de ormancılık faaliyetlerine olan ilgisinin artırılması açısından eğitimlerin bir bölümünün orman içi çalışma alanlarında yapılması uygun olacaktır.

Halkla ilişkiler görevlileri doğrudan doğruya halkla ilişkisi bulunan memurlardır. Bunların seçiminde dikkatli olunmalıdır. Güler yüzlü, sinirlenmeyen kişiler arasından seçilmeli ve bir eğitime tabii tutulmalıdır. Bilgili bir halkla ilişkiler uzmanı, olayları daha iyi değerlendirir ve cevapları da itibarlı olur. Aldığı kararların ve yaptığı işlerin arkasında durmalı gerektiğinde açıklama yapmaktan çekinmemelidir.

Ormancılık faaliyetlerine başlamadan önce, D.O.İ'ler çalışma alanı içerisindeki ve bu alanla ilgili kitlenin bilgilendirmesi ve ikna etmesi çalışmalarını olumlu yönde etkileyecektir. Zira ormana yönelik yasal olmayan faydalanmaların temelinde, ekonomik ve sosyal nedenlerin yanında kültürel nedenlerin de rolü bulunmaktadır. Esasen doğal bir kaynak olan ormanın tahrip edilmesinde ekonomik yetersizliğin yanında, halkın bilgisizliğinin ve kayıtsızlığının da rolü bulunmaktadır.

Ormancılık sektörünün ülke, işletme ve proje silsilesindeki amaçlarına ulaşmak ve orman kaynaklarını sürdürülebilir işletmeciliğini sağlamak amacıyla, hedef kitlesini teşkil eden gerek örgüt bünyesinde çalışan işçi ve memurlarla, gerekse de orman köylüleri, sivil toplum örgütleri, kamu veya özel diğer kuruluşlar, orman endüstrisi, bilim çevresi, medya kurumları vb. kesimlerle iyi ilişkiler içerisinde olmak için etkin ve verimli bir halkla ilişkiler programı takip edilmelidir.

Film, radyo, televizyon, konferans, ders, öğretici şemalar, seminer, grafik, afiş, dergi, gazete, ...vb gibi halkla ilişkilerde kullanılan haberleşme araçlarından yararlanarak işletmeyle halk arasındaki ilişkinin başarısı yükseltilebilir.

İşletme, halkla olan ilişkilerinin niteliğini geliştirmek için yaptığı çalışmalarını ve planlarını halka anlatması gerekir. Ayrıca işletme, halkın işletmeyle olan problemlerini ve endişelerini çözebilmeli, problemlerin karşılıklı çözümü için ortam hazırlamalı, halka karşı açıklayıcı ve sevecen olmalıdır. Bu çalışmanın diğer bir amacı da özellikle orman köylerinde, kırsal kesimde ve şehirde yaşayan halkın, bilinçlenmesini sağlamak ve yasalardan faydalanma yollarını göstermek olacaktır.

Halkın sosyo-ekonomik durumunun düzeltilerek ahır hayvancılığı özentili bir duruma getirilmelidir. Halkın sosyo-ekonomik durumunun düzeltilmesi ise ORKÖY kanalıyla hayvanlar için yapılan desteklemelere ek olarak uygun ve uzun süre ödemeli fenni yem desteği yapılmalı bunun yanında mandıracılık halka özendirilmelidir.

Orman işletmesi imajını ve güvenini yükseltecek kırsal kalkınma projelerine destek verilmeli ya da taraf olunmalı, bu çalışmalar yeterince tanıtılmalıdır.

Koruma, rekreasyon, üretim, artım gibi orman alanlarındaki ticari faaliyetlerde yerel halka öncelik ve kolaylıklar sağlanmalıdır. Dünya Çevre Günü, DünyaOrmancılık Haftası gibi ormancılık örgütünün bir şekilde taraf olduğu etkinlikler, halkla ilişkiler için önemli fırsatlar olarak değerlendirilmelidir. İnsanlarla sık sık bir araya gelinerek onların yasal hakları konusunda bilgi aktarmak büyük bir güven ortamı oluşturacaktır. Yerel halk, yöneticinin, gerektiğinde halkın hakkını koruyacağına inanmalıdır.

Orman işletmelerinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin geliştirilmesi, ormancılık faaliyetlerinin daha kolay yapılabilmesi ve halkın ormanların faydaları ve dolayısıyla devamlılığı hususunda bilinçlendirilmeleri için hayati önem arz etmektedir.

Sonuç olarak; halkla ilişkiler çalışmalarının orman işletmelerinin vazgeçilmez faaliyetlerinin başında gelmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Bu amaçla orman işletmesi personeli halkla ilişkiler konusunda eğitilmelidir. Ormancılık faaliyetlerine başlamadan önce, İşletme Müdürlükleri çalışma alanı içerisindeki ve bu alanla ilgili kitlenin bilgilendirmesi ve ikna etmesi, çalışmaların başarısını olumlu yönde etkileyecektir.

KAYNAKLAR

- ANONİM, Forest and Forestry İn Japan, Japan FAO Association, 1997, Tokyo
- ARANÇLI, S., Toplum Ormancılığı Projesi, Working paper No:3, Yayınlanmadı, Ankara, 1995
- AS, N., Ormancılıkta Halkla İlişkiler, Y. Lisans Tezi, İ.Ü Orman Fakültesi, İstanbul, 1994
- ASMAZ, H., 1966, Orman ve Halk Münasebetleri, Ankara
- ASNA, A., Bankacılar için Halkla İlişkiler Bilgisi, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Ens. Yayın No: 221, 1998, Ankara
- ASNA, M., A., Halkla İlişkiler, TODAİ yay., 1969 Ankara
- ÇANÇIN, O., Sosyal Ormancılıkta Ekstensiyon ve Katılımcı Yaklaşım, Akdeniz ve Yakınoğlu Bölgesinde Ormancılık ve Gıda Güvenliği Projesi, Ankara, 1995
- ÇATAL, H.A., TÜRKER, M.F., Örgüt İçi Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Orman Kaynakları Yönetimi ve İşletmeciliği Üzerinde Etkileri, Trabzon, 1999
- ÇERÇİ, M., ŞEN, S., Halkla İlişkiler, DPT Yayını, Ankara, 1974
- ÇETİN, M., Halkla İlişkilerin Verimliliğe Etkisi, Y., Lisans Tez Çalışması, Yayınlanmadı, Ankara, 1993
- DEMİREL, O., 1990, Orman Halk ilişkilerinde Yeni yaklaşımlar, Orm. Müh. Dergisi, sayı:11, Ankara
- Encyclopaedia Britannica, Cilt:18, Sayfa:833, 1967
- ERDAŞ, O., Genel Anlamda ve Ormancılıkta Halkla İlişkiler İletişim ve Tanıtım, Orman Genel Müdürlüğü Mersin Orman Bölge Müdürlüğü Orman İşletmecileri Eğitim Semineri, 13-14 Haziran 2000, Davultepe/Mersin
- ERDAŞ, O., Havza Çalışmalarının Kırsal Kalkınmaya ve Orman Köylüsünün Sosyo-ekonomik gelişmesine Katkısı, Çevre ve Orman Bakanlığı Ağaçlandırma ve Erozyon Kontrolü Genel Müdürlüğü, Erozyon Kontrolü, Mera Islahı ve Etüt Proje Teknikleri Semineri, 09-13 Haziran 2003, Kahramanmaraş
- ERTEKİN, Y., Halkla İlişkiler, T.O.D.A.İ.E yay no: 215, 1986, Ankara
- ERYILMAZ, A.Y., GÜMÜŞ, C., Orman Kadastrounun Orman-Halk İlişkilerine Etkisi (Ordu Devlet Orman İşletme Örneği), Çevre ve Ormancılık Dergisi, Sayı:2, Cilt:6, Ankara, 1990
- GERAY, U., 2001, Yönetim-Orman Kaynakları Yönetimi, T.C. Orman Bakanlığı Teknik Bülten, Yıl:2, Sayı:3, Ankara

GÜL, A., ÖZGÜNER, H., SERİN, N., Kent Ormanlarının Yararları ve Kentsel Alanda İnsan-Orman Etkileşimi, Isparta, 2001

GÜLEN, İ., Ormancılıkta Ekonominin Yeri (Söyleşi). Orman Mühendisliği Dergisi, Sayfa:14-18, Eylül, 1990

GÜMÜŞ, C., Ordu Devlet Orman İşletmesinde Orman Suçu İşleme Nedenleri, Yayınlanmamış, Y.Lisans Tezi, Trabzon,1989

GÜMÜŞDERE, İ., Ormancılıkta Yayım(Extensın) Danışmanlık Raporu, Kasım,Ankara,1993

GÜNEL, A., Ormancılık İşletme Ekonomisi, Ders Notları, K.T.Ü Orman Fak. Yay. Trabzon, 1989

GÜRÜZ, D., Halkla İlişkiler Teknikleri, E.Ü İletişim Fak. Yay., 1993, İzmir,

GÜRÜZ, D., Halkla İlişkilerde Çevresel Faktörler, Düşünceler E.Ü. İletişim Fak. Dergisi yıl.7 sayı. 6, 1997

HAYWARD, D.G., WEITZER, W.H., 1984, The Public Image of Urban Parks, Urban ecology

<http://ekutup.dpt.gov.tr>, erişim tarihi 25.06. 2006

KARASAR, N., Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara,1991

KAYACAN, İ., Orman Bakanlığında Halkla İlişkiler, Orman Bakanlığı Yay. Ankara, 1980

KAZANCI, M., 1995, Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler, Ankara

KOÇ, H., AKSU, B., KURDOĞLU, A., Turkey's Foreign Trade Of The Non-woodForest Products, 2000, İzmir

KONUĞU, M., Ormanlar ve Ormancılığımız, Faydaları, İstatistik Gerçekler, Yayın No: 2630, DPT, 2001, Ankara

KURDOĞLU, O., KURDOĞLU, B., Ormancılıkta Halkla İlişkiler ve Milli parkların Halkla İlişkiler Sürecindeki Önemi, 2002, Trabzon

MARDİN, B., Halkla ilişkileri Sanata Dönüştüren Kadın, Zaman Gazetesi, Röportaj, Sayfa:9, 7-7-1996

MARUFLU, M.S., Halkla İlişkiler ve İmaj, Tekel Dergisi, Sayı 1, No: 10 , 1996

MIHÇIOĞLU, C., 1971, Halkla İlişkiler Nedir?, MPM, Halkla İlişkiler Semineri, Ankara

MİRABOĞLU, M., Ormancılık İşletme İktisadı, İ.Ü. Orman Fak.Yay. No:340, İstanbul, 1983

MULLİKEN, T., Sustainable Us Of Medical PlanysA Multi Sectoral Challenge and Opportunity, 2000,İzmir

O.G.M.(Anonim), 2001, OGM Haberleri, Orman Genel Müdürlüğü Aylık Yayın Organı, Sayı: 52

ÖZDÖNMEZ, M., AKESSEN, A., EKİZOĞLU, A., 1998, Yönetim ve Organizasyon, İstanbul

ÖZDÖNMEZ, M., AKESSEN, A., EKİZOĞLU, A., 1999, Halkla İlişkiler, İstanbul

ÖZGÜNER, H., 2004, Doğal Peyzajın İnsanların Psikolojik ve Fiziksel Sağlığı Üzerine Etkileri, SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, Seri A :2, Isparta

ROHDE,C.L.E., KANDLE, A.D., 1994, Human well being, natural landscapes and wild life in urban areas, English Nature Science, No: 22, Peterborough

SERİN, N., 2004, Kent Ormancılığı ve Isparta Kent Ölçeğinde İrdelenmesi, Isparta

SİMON, R., Public Relations : Concepts and Practices , Third Edition, Macmillan Publishing Company , 1986

Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü, 1994, Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler araştırması

SRİVASTAVA, R.K., Forest Fire And Its Prevention by Generating Environmental Awareness in the Rural Masses, Tamil Nadu Forest Department, Coimbatore, 1995

ŞAHİN, M. İş İdaresine Giriş, Anadolu Ün. Aç.Öğrt.Fak.Yay. No:72, 2 Fasikül, Ünite: 15-28, Eskişehir, 1996

ŞENER, S., Halkla İlişkiler ,İ.T.Ü Yay., İstanbul, 1992

ŞENİŞ, F., İstatistik, A.Ü Açık Öğret. Fak. Yay. No: 77, Fasikül:1 Ünite: 1-14, 1997

TOKSOY, D., AYYILDIZ, H., GÜMÜŞ, C., Orman Köylerinin Kalkındırılması Sürecinde Halkla İlişkilerin Önemi, 2002, Trabzon

TOLUNAY, A., Türk Ormancılığında Sosyal Yaklaşımlar ve ORKÖY ile Sosyal Ormancılığın Çeşitli Açılardan Analizi, Orman Mühendisliği Dergisi, Sayı:1, Sayfa:1-19, Ankara, 1992

TORTOP, N., Halkla İlişkiler, 1998, Ankara

TOSUN, K., İşletme Yönetimi, Savaş Kitap ve Yayınevi, Ankara, 1992

TÜFEKÇİ, N., Hastaneler’de Halkla ilişkiler, Y.Lisans Tezi, TODAİ, Yayınlanmadı, 1987

TÜRKER, F.M., DURUSOY. İ., Devlet Orman İşletmelerinde Halkla İlişkiler ve Sertifikasyon, Cilt No: 1, 2002, Trabzon

TÜRKER, F.M., Orman Halk İlişkilerini Çalışma Grubu Taslağı Oluşumu Üzerine Görüşler,Sayfa: 11, 1999, Ankara

TÜRKER, M., TOKSOY, İ., Halkla İlişkiler, 2001, Ankara

TÜRKER, M.,F., AYAZ, H., Orman Köylerinin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Orman Kaynaklarının Tahribi, 1998, İzmir

TÜRKER, M.F., 2000, Orman İşletmeciliği Ders Notu, K.T.Ü. Orman Fakültesi, Yayın No:59, Trabzon

TÜRKER, M.F., Halkla İlişkiler ve Ormancılık ,Orman Mühendisliği Dergisi, Sayfa: 17-21, Kasım -1989

YAZICI, R., Halkla İlişkiler, Semih Yayınevi, Ankara,1996

Ek1: KAHRAMANMARAŞ VE OSMANİYE HALKINA UYGULANAN ANKET FORMU

Kahramanmaraş Ve Osmaniye Orman İşletme Müdürlüklerine Bağlı Orman İçi Ve Bitişiginde Yaşayan Köy Halkının Ve Şehirde Yaşayan Halkın İşletmeyle İlişkilerindeki Memnuniyeti Anketi

1-Yaşınız?

- a) 0–25 yaş arası b) 26–50 yaş arası c) 50 ve üzeri

2-Eğitim durumunuz?

- a) Okuma yazma bilmiyorum b) İlköğretim c) Lise d) Üniversite

3-Mesleğiniz?

- a) Öğrenci b)Çiftçi c) Memur d) Serbest meslek e) Emekli
f) Ev Hanımı g) Tüccar h) Diğer.....

4- Orman teşkilatını tanıyor musunuz? Hangi nedenle tanıyorsunuz?

- a) Evet b) Hayır

5- Orman işletmesi ile ilişkilerinizde ilgili kişilere ulaşım kolaylığından memnun musunuz?

- a) Çok memnunum
b) Memnunum
c) Pek memnun değilim
d) Hiç memnun değilim

6- Orman işletmesinde istek ve sorularınızla ilgili tatmin edici açıklamaların yapılmasından memnun musunuz?

- a) Çok memnunum
b) Memnunum
c) Pek memnun değilim
d) Hiç memnun değilim

7- Orman işletmesinin halka vermiş olduğu hizmette tarafsız olduğuna ve bağımsız çalıştığına inanıyor musunuz?

- a) Çok inanıyorum b) İnanıyorum
c) Pek inanmıyorum d) Hiç inanmıyorum

8- Orman işletmesinin değişen mevzuatlar ve gelişmelerden sizi haberdar etmesinden memnun musunuz?

- a) Çok memnunum
b) Memnunum
c) Pek memnun değilim
d) Hiç memnun değilim

9-Orman teşkilatı tarafından yayınlanan (gazete, dergi, broşür, makale... vb) yayın organlarına ulaşabiliyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

10-Çeşitli ormancılık günlerine katılıyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

11- Sizce ormanların korunabilmesi ve geliştirilebilmesi için mutlak surette devlet tarafından mı yönetilmesi ve idare edilmesi gerekmektedir?

- a) Evet devlet tarafından yönetilmesi gerekmektedir
- b) Hayır özel sektör yönetmesi gerekmektedir
- c) Fikrim yok

12- Orman ile halk arasındaki ilişkilerinin daha iyi geliştirilmesi için sizce ne yapılmalıdır?

- 1).....
- 2).....
- 3).....

13- Orman işletmelerinin ormancılık konusunda halkı bilinçlendirmek için yapmış olduğu faaliyetlere halkın katılmamasının veya eksik katılmasının sebebi nedir ?

- a) Faaliyetlerin mesai saati içinde olması
- b) Halkın bu tür faaliyetlere ayıracak zamanının olmaması
- c) Halkın sosyo-ekonomik sorunları
- d) Bu tür konuların halkın ilgisini çekmemesi
- e) Diğer.....

14- Orman içinde ve bitişiğinde yaşayan toplumlara, işletme yönetiminin sağladığı hizmetler yeterlimidir?

- a) Yeterli
- b) Kısmen yeterli
- c) Pek yeterli değil
- d) Hiç yeterli değil

15- Orman işletmesiyle olan şikâyet ve önerilerinizi çekinmeden yönetimle paylaşabiliyor musunuz?

- a) Evet paylaşırım
- b) Zaman zaman paylaşırım
- c) Hayır paylaşmam
- d) İlgilenmiyorum

16- Orman işletmesiyle ilgili şikâyet ve önerilerinizde yönetimin size karşı tutumundan memnun musunuz?

- a) Çok memnunum
- b) Memnunum
- c) Pek memnun değilim
- d) Hiç memnun değilim

17- Sizi ilgilendiren konular hakkında orman yasalarıyla ilgili bilginiz var mı?

- a) Evet
- b) Hayır

18- Orman ile ilgili yasalarca hakkınızda hiç işlem yapıldı mı?

- a) Evet yapıldı
- b) Hayır yapılmadı

19-Sizce orman işletmesinde verilen ormancılık hizmetleri yeterlimidir?

- a) Çok yeterli
- b) Yeterli
- c) Kısmen yeterli
- d) Yetersiz

20-Orman teşkilatında önemli gördüğünüz ilk 3 eksiklik nedir?

- 1).....
- 2).....
- 3).....

21-Orman teşkilatının bilgi sitelerine (WEB) hiç girdiniz mi?

a) Evet

b) Hayır

22-Orman işletmesiyle ilişkileriniz var mı? Varsa önemli gördüğünüz ilk 3 tanesi nedir?

1).....

2).....

3).....

23-Orman işletmesinin, orman köylüsünün sosyo-ekonomik yönden kalkındırması için yapmış olduğu çalışmaları yeterli buluyor musunuz?

a) Evet çalışmalarda bulunuyor

b) Çalışmalarda bulunuyor ancak yetersiz

c)Hiçbir çalışmada bulunmuyor

d) Diğer.....

24-Sizce ormanları tanıtmak, korumak ve yaşatmak için ne yapılmalıdır?

1).....

2).....

3).....

25-Orman işletmelerinin ne iş yaptığını biliyor musunuz? Üç adedini yazınız.

1).....

2).....

3).....

26-Sizce orman teşkilatı kendisini yeteri kadar tanıtıyor mu?

a) Evet tanıtıyor

b)Kısmen tanıtıyor

c)Hayır tanıtıyor

27-Sizce orman teşkilatı kendisini daha iyi tanıtmak için ne yapmalıdır?

1).....

2).....

3).....

28-Yangın söndürmeye gittiniz mi?

a) Evet gittim

b) Hayır gitmedim

29-Orman işletmesi halka toplantı yapıyor mu?

a) Yeterli miktarda toplantı yapıyor

b) Toplantı yapıyor ancak yeterli olmuyor

c) Hiç toplantı yapmıyor

d) Diğer.....

30-Orman teşkilatının en çok takdir ettiğiniz 3 özelliğini yazınız?

1).....

2).....

3).....

ÖZGEÇMİŞ

Orman mühendisi Hacı Veli TATAR, 1977’de Kahramanmaraş merkezde doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Kahramanmaraş merkezde yapmıştır. 1995 yılında Trakya Üniversitesi Kırklareli Sağlık Meslek Yüksek Okulu Sağlık teknikerliği bölümünü kazandı. 1997 yılında Sağlık Meslek Yüksek Okulundan mezun oldu. 1998 yılında bir kamu kuruluşunda sağlık memuru olarak işe başladı. 1999 yılında Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Orman Fakültesi Orman Mühendisliği bölümünü kazandı. 2003 yılında Orman Fakültesinden mezun oldu. 2004 yılında aynı okulun Orman Mühendisliği bölümüne Yüksek Lisans ders kaydı yaptırdı ve halen Yüksek Lisans öğrencisi olarak öğrenimine devam etmektedir.

Halen Kahramanmaraş Devlet Hastanesinde Sağlık memuru olarak çalışmaktadır. Evli ve bir çocuk babası olup İngilizce bilmektedir.