T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM BİLİM DALI

HALKLA İLİŞKİLER BİRİMLERİNİN ORGANİZASYONEL GELİŞİMİ: KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

Hazırlayan
Oğuz BAYHAN

Danışman
Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ

Yüksek Lisans Tezi

Mayıs 2020
KAYSERİ

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM BİLİM DALI

HALKLA İLİŞKİLER BİRİMLERİNİN ORGANİZASYONEL GELİŞİMİ: KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan
Oğuz BAYHAN

Danışman
Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ

Mayıs 2020
KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Adı-Soyadı: Oğuz BAYHAN

İmza:

YÖNERGEYE UYGUNLUK

Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Kayseri Büyükşehir Belediyesi Örneğinde Bir İnceleme adlı Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazma Yönergesi ’ne uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan	Danışman
Oğuz BAYHAN	Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. Mustafa KOÇER

KABUL ONAY SAYFASI

Mustafa Akdağ danışmanlığında Öğr. Gör. Bayhan tarafından hazırlanan "Halkla İlişkiler Birimlerinin Organizasyonel Çalışmaları: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Müdürlüğü örneği" adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü HİT Anabilim Dalında **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

06/05/2020
(Tez Savunma Sınav Tarihi Yazılacak)

JÜRİ:

Danışman : Prof. Dr. Mustafa Akdağ

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGI

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Burak TÜRTEN

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 03/06/2020 tarih ve ...20... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

03/06/2020

Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez sürem boyunca benden ilgisini, alakasını, önerilerini, tecrübelerini bir an bile esirgemeyen aynı zamanda tez danışmanım muhterem hocam Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ'A, zaman ve mekân sınırlaması olmadan bizlere her koşulda yardım eden değerli hocam Dr.Öğr. Üyesi Mustafa CINGI'YA, bu süreçte yanımda olan bana her türlü desteği esirgemeyen sevgili Fatma ADMIŞ'A, moral ve motivasyon desteklerinden dolayı aileme, birçok konuda yardımlarını aldığım kıymetli dostlarım Sefa AKSEKİLİ'YE ve Hande HEKİMOĞLU TOPRAK'A ve tüm arkadaşlarıma teşekkür ediyorum.

Oğuz BAYHAN

06.05.2020

HALKLA İLİŞKİLER BİRİMLERİNİN ORGANİZASYONEL GELİŞİMİ: KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

Oğuz BAYHAN

Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi, Mayıs, 2020
Danışman: Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ

ÖZET

Öneminin giderek anlaşılmasıyla beraber hem özel hem de kamu kuruluşlarında "halkla ilişkiler faaliyeti gösteren birimler" kurulmaya başlanmıştır. Özellikle son dönemlerde, yerel kamuoyuyla birebir karşılıklı iletişimde bulunan belediye yönetimleri, halkla ilişkiler çalışmalarının etkisinin farkına vararak önemli girişimlerde bulunmaya başlamıştır. Bu sebeple halkla ilişkiler birimine yüksek bütçeler sağlayarak yerel kamuoyunda bir algı oluşturmak, yapılan hizmetleri tanıtmak, yerel kamuoyunu tanımak ve hizmetlerini aldığı geribildirimler doğrultusunda şekillendirmek amacıyla halkla ilişkiler faaliyetlerini bir vasıta olarak görüp bunun üzerinde çalışmalar yürütmeye başlamışlardır. Araştırmanın amacı; Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin son yıllarda halkla ilişkiler çalışmalarında bir değişiklik olup olmadığını sorgulamak, olduysa eğer gerçekleşen bu değişimlerin varılan neticelere nasıl etki ettiğini literatürdeki ana temaları esas alarak incelemektir. Bunun için, Kayseri Büyükşehir Belediyesi'ndeki Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde görev yapmakta olan 27 çalışan ile "bir nitel araştırma tekniği olan mülakat yöntemi" uygulanarak görüşülmüştür. Elde edilen bulgular tematik olarak kategorize edilerek analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda son dönemlerde Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde halkla ilişkiler biriminin müdürlük statüsü kazanması, müdürlüğe ait bütçe tahsis edilmesi, yeni birimlerin kurulması ve birimlerin kurulmasıyla artan iş yoğunluğuna rağmen memnuniyet seviyesindeki yükselme eğilimi, halkla ilişkiler birimlerinin fiziki ve teknik altyapının iyileştirilmesinden yola çıkarak; halkla ilişkiler çalışmalarına, faaliyetlerine oldukça önem verildiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Büyükşehir Belediyesi, Halkla İlişkiler, Yerel Yönetimler, Belediye, Halkla İlişkiler Müdürlüğü

ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT OF PUBLIC RELATIONS UNITS: THE CASE OF KAYSERİ METROPOLITAN MUNICIPALITY PUBLIC RELATIONS DIRECTORATE

Oğuz BAYHAN

Erciyes University, Social Sciences Institute,
Post Graduate, May 2020
Supervisor: Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ

ABSTRACT

With the increasing understanding of its importance, the "units engaged in public relations" began to be established in both private and public institutions. Especially in recent times, municipal governments that interact communicate one-to-one with the local public have started to take important initiatives by recognizing the impact of public relations activities. For this reason, in order to create a perception in the local public opinion, to promote the services provided, to be familiar with the local people, and to shape the services in accordance with the feedback they received, considering the public relation activities as a tool, they started to carry out studies on this matter by providing high budgets to public relations units. The purpose of the study is to question whether there has been a change in the public relations studies of Kayseri Metropolitan Municipality in recent years and to examine how these changes, if any, have affected the results reached, based on the main themes in the literature. For this purpose, 27 employees working in the Public Relations Department of Kayseri Metropolitan Municipality were interviewed by using the "interview method, which is a qualitative research technique". The findings are analyzed with thematic categorization. At the end of the study, considering the fact that the public relations unit of Kayseri Metropolitan Municipality has gained the directorate status, the allocation of budget to the directorate, the increasing trend in satisfaction level - despite the establishment of new units and increasing workload due to the establishment of these units -, and the improvement of the physical and technical infrastructure of the public relations units, it is understood that great importance is attached to public relations efforts and activities.

Keywords: Kayseri Metropolitan Municipality, Metropolitan Municipality, Public Relations, Local Authorities, Municipality, Public Relations Department

İÇİNDEKİLER

HALKLA İLİŞKİLER BİRİMLERİNİN ORGANİZASYONEL GELİŞİMİ: KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK ..... **i**
İNTİHAL FORMU ..... **ii**
YÖNERGEYE UYGUNLUK ..... **iii**
KABUL ONAY SAYFASI ..... **iv**
ÖNSÖZ ..... **v**
ÖZET ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
İÇİNDEKİLER ..... **viii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **xii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xiii**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLER VE HALKLA İLİŞKİLER

1.1. Yerel Yönetim Kavramı 4
1.2. Yerel Yönetimlerin Türleri 4
1.2.1. Köy 4
1.2.1.1. Köy Derneği 5
1.2.1.2. İhtiyar Meclisi 5
1.2.1.3. Köy Muhtarı 6
1.2.2. İl Özel İdaresi 7
1.2.2.1. İl Genel Meclisi 7
1.2.2.2. İl Encümeni 9
1.2.2.3. Vali 10
1.2.3. Belediye 10
1.2.3.1. Belediye Meclisi 12
1.2.3.2. Belediye Encümeni 14
1.2.3.3. Belediye Başkanı 15
1.2.4. Büyükşehir Belediyesi 16

1.2.4.1.Büyükşehir Belediye Meclisi 17
1.2.4.2. Büyükşehir Belediye Encümeni 17
1.2.4.3. Büyükşehir Belediye Başkanı 18
1.3. Halkla İlişkiler Kavramı 20
1.4. Halkla İlişkiler Mesleğinin Temel Amaçları 21
1.5. Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar 22
1.5.1. Yüz Yüze ve Kitlesel İletişim 22
1.5.1.1. Konuşma ve Görüşme 22
1.5.1.2. Toplantı 23
1.5.1.3. Konferans ve Seminer 23
1.5.1.4. Sergi, Fuar, Festival ve Yarışmalar 24
1.5.1.5. Açılış- Yıldönümü Törenleri 25
1.5.2. Yazılı ve Basılı Araçlar 25
1.5.2.1. Broşür 25
1.5.2.2. Kitapçık 26
1.5.2.3. Bülten 26
1.5.2.4. Gazete 27
1.5.2.5. Dergi 27
1.5.2.6. Yıllık 28
1.5.2.7. Mektup 29
1.5.2.8. Afiş ve Pankart 29
1.5.3. Görsel ve İşitsel Araçlar 30
1.5.3.1. Radyo 30
1.5.3.2. Televizyon 31
1.5.3.3. İnternet 32
1.5.4. Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri 33
1.5.4.1. Basın Bülteni 33
1.5.4.2. Basın Toplantısı, Basın Konferansı, Basın Resepsiyonu 34
1.5.4.3. Basın Gezisi 35
1.5.4.4. Röportaj 35

İKİNCİ BÖLÜM

BELEDİYE YÖNETİMLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

2.1. Belediye Yönetimlerinde Halkla İlişkilerin Önemi 37

2.2. Belediye Yönetimlerinde Halkla İlişkilerin Amacı 38
2.3. Belediyelerde Halkla İlişkilerin İlkeleri 39
2.3.1. Bütünlük 39
2.3.2. Katılım 39
2.3.4. Süreklilik 41
2.3.5. Dürüstlük 41
2.3.6. Etkili, Verimli ve Yeterli Hizmet 42
2.3.7. Kişisel Yetkinlik ve Kurumsal Destek 43
2.3.8. Kimlik 44
2.3.9. Tarafsız ve Eşit Hizmet 44
2.3.10. Açıklık ve Saydamlık 45
2.3.11. İlişkiler, İletişim ve İletişimin İki Yönlülüğü 46
2.4. Belediyelerde Halkla İlişkiler Araçları 46
2.4.1. Tanımaya Yönelik Araç ve Faaliyetler 47
2.4.1.1. Kişisel Başvurular 47
2.4.1.2. Telefonla Sorun Çözme 48
2.4.1.3. Beyaz Masa Uygulamaları 48
2.4.1.4. Kamuoyu Araştırması 49
2.4.1.5. Personel Geri Bildirimleri 49
2.4.1.6. Bilgi Edinme Kanunu 49
2.4.1.7. Dilek ve Şikâyet Kutuları 50
2.4.1.8. CİMER 50
2.4.1.9. Açık Kapı 51
2.4.2. Tanıtmaya Yönelik Araç ve Etkinlikler 51
2.4.2.1. Kuruluş Yayınları 51
2.4.2.2. Yıllık Rapor 52
2.4.2.3. Sosyal Medya 52
2.4.2.4. E-Belediye Uygulamaları 53
2.4.2.5. Basınla Kurulan İlişkiler 53
2.4.2.6. Sosyal Organizasyonlar 54
2.5. Kayseri Büyükşehir Belediyesi 54
2.5.1.1. Örgüt Şeması 56
2.5.1.2. Halkla İlişkiler Birimi 57

2.5.1.2.1. Beyaz Masa 57
2.5.1.2.2. Mobil Beyaz Masa 57
2.5.1.2.3. Kent Timi 59
2.5.1.2.4. Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi 59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER BİRİMLERİNİN ORGANİZASYONEL GELİŞİMİ: KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı 61
3.2.Araştırmanın Önemi 61
3.4.Araştırma Yöntemi 62
3.4.1. Araştırmanın Sınırlılıkları 63
3.4.2. Veri Toplama Tekniği 64
3.4.3. Evren ve Örneklem 64
3.5. Bulgular ve Yorumlar 66
SONUÇ ve ÖNERİLER 91
KAYNAKÇA 95
ÖZGEÇMİŞ 101

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri 64
Tablo 2. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde Bulunan Çalışan Sayısı 65
Tablo 3. Temalar, Kodlar ve Anlamlı İfadeler 67
Tablo 4. Kayseri Büyükşehir Belediyesi 2017 Başvurularının, Başvuru Kanallarına Göre Dağılımı 70
Tablo 5. Kayseri Büyükşehir Belediyesi 2018 Başvurularının, Başvuru Kanallarına Göre Dağılımı 70
Tablo 6. 18.06.2018-31.12.2018 Tarihleri Arasındaki Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'ne Gelen Çağrı İstatistiği 80
Tablo 7. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Birimi Yıllara Göre Çalışan Sayısındaki Değişim 84
Tablo 8. Yıllara göre Halkla İlişkiler Birimine Ayrılan Bütçe Tablosu 86

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Mobil Beyaz Masa Ramazan Sokağı Etkinlikleri 58

Şekil 2. Mobil Beyaz Masa Kayseri / Cumhuriyet Meydanı 58

Şekil 3. Kent Timi Aracı Görüntüsü..... 59

Şekil 4. 18.06.2018'den 31.12.2018 Yılına Kadar Olan Başvuruların Birimlere Göre Dağılımı..... 78

Şekil 5. 18.06.2018 – 31.12.2018 Tarihleri Arasındaki Kayıtlı Başvuru ve Anlık Bildirim İstatistiği 78

GİRİŞ

Son yıllarda gelişen ve halen gelişme yolunda hızla ilerleyen teknoloji, iktisadi ve kültürel gelişmeler doğrultusunda hayatımızda birçok yenilikler ortaya çıkmaktadır. Bu yenilikler doğrultusunda taşradan şehre göçlerin artması sonucu merkezde artan nüfus yoğunluğunu idare edebilmek adına çalışmalar genişlemektedir. Bu doğrultuda halkın istek ve gereksinimlerinin belirlenmesi ve bu gereksinimlere yanıt veren hizmetlerin yapılabilmesi için özellikle belediyelerin bu yönde çaba gösterdiği görülmektedir.

2014 tarihinde yürürlüğe giren "6360 sayılı Kanun" ile birlikte büyükşehir belediyelerinin görev ve yetki sınırları artık il mülki sınırlarını kapsamıştır. Bu sebeple büyükşehir belediyeleri ilin bütününe hizmet etme vazifesini üstlenmiştir. 2014 yılı yerel seçimleriyle birlikte yeniden yapılandırılan ve yeni kurulan büyükşehir belediyeleri birçok yeni çalışmayı da beraberinde getirmektedir.

Halkla ilişkiler kavramı varoluşundan çağımıza kadar hem kamu kuruluşlarının hem de özel kuruluşlarının sürekli olarak başvurduğu iletişim tarzı olmuştur. Kuruluşun hangi tarzda olduğuna bakılmaksızın kuruluş ile hedef kitle arasında köprü vazifesi gören ve karşılıklı faydaya dayalı ilişkiler kurması bakımından dayanak olmaktadır. Kuruluşlar kendi içlerinde halkla ilişkiler organizasyonu kurarak hedef kitlenin bilgi gereksinimlerini karşılamak ve hedef kitleden gelen geri bildirimler doğrultusunda kendi işleyişine yön vermektedirler. Bu doğrultuda yerel yönetim unsurlarında halkla ilişkiler kapsamında yapılan bütün faaliyetler yönetimin başarısına etkin bir şekilde etki etmektedir. Belediye yönetimlerindeki halkla ilişkiler birimiyle yerel halkın talep, istek ve şikayetlerine hassas bir görüş oluşturulmuştur. Belediyelerin bazılarında doğrudan halkla ilişkiler birimi olmamasına karşın halkla ilişkiler faaliyetlerinin değerinin anlaşılmasıyla birlikte çoğu belediyeler tarafından yüksek bütçeye sahip halkla ilişkiler birimleri kurulmaya başlanmıştır. Halkla ilişkilerin kuruma sağladığı imaj ve sorun çözme becerisinden dolayı belediyelerde kurulan halkla ilişkiler birimlerinde çalışan sayısında artışa gidilmiş ve maddi destekler sağlanmıştır. Halkla ilişkiler birimine

sağlanacak destekle birlikte günümüz teknolojisinden faydalanarak kamuoyuna proaktif şekilde ulaşabilmelidir. Belediyelerin amacı toplum yararına hizmet gerçekleştirmektir. Seçimle iş başına gelen yönetim yaptığı hizmetler ve göstermiş olduğu iyi tavırlardan dolayı yönetimde sürekliliği devamlılığı sağlayabilirler. Devamlılığın sürdürebilirliği için saydam yönetim anlayışı ve iki yönlü iletişim epey önem kazanmaktadır. Belediyelerde hizmeti verenlere kolayca erişebildiği ve talep, istek ve şikayetlerini iletebildiği bir iletişim organizasyonu oluşturmak halkla ilişkiler birimi açısından önemli bir misyon olmaktadır. Belediye yönetimlerinin yetki ve kapsamı her geçen gün artmaktadır. Belediye yönetimleri olumlu bir imaj yaratmak için halkla ilişkiler olgusuna değer vererek halkla ilişkiler faaliyetlerinden efektif bir biçimde kullanmalıdır. Gerçekleştirmiş oldukları hizmetleri hedef kitlenin haberi olacak şekilde sunarak sürekliliğini sağlamalıdır ki elde edebildikleri boyutta hedef kitlenin sempatisini ve güvenini kazanmaları bu hususlara bağlıdır.

Yeşil (2019) tarafından yapılan çalışmada Kayseri Büyükşehir Belediyesi'ndeki halkla ilişkiler biriminin faaliyetleri arasında yer alan Beyaz Masa faaliyetine yerel kamuoyunun bakış açılarını değerlendirilmiş. Buna ek olarak demografik özellikler bakımından Beyaz Masa faaliyetinin algılanmasında farklılıklar olduğu tespitine varmıştır.

Belediyelerde halkla ilişkilerin organizasyonel olarak gelişimiyle alakalı akademik olarak literatürde kaynak bulunmaması ve Kayseri Büyükşehir Belediyesi hakkında çok fazla çalışmaların bulunmaması üzerine bu incelemenin bir kaynak niteliği olacağı düşüncesinden dolayı çalışmanın yapılmasına karar verilmiştir.

Gerçekleştirilen bu araştırmanın birinci bölümünde yerel yönetim kavramı, türleri ve halkla ilişkiler kavramının tanımı, amaçları, araçlarına değinilmiştir. İkinci bölümde ise belediyelerde halkla ilişkilerin önemi, amacı, ilkeleri ve tanımaya ve tanıtmaya yönelik belediyelerde kullanılan halkla ilişkiler araç ve faaliyetleri ele alınmıştır. Son bölümde Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin son yıllarda Halkla İlişkiler çalışmalarında bir değişiklik olup olmadığını sorgulamak, olduysa eğer gerçekleşen bu değişimlerin varılan neticelere nasıl etki ettiğini müdürlükte çalışan 27 personele "yarı yapılandırılmış mülakat" tekniğiyle yüz yüze görüşülerek konu hakkındaki görüşlerine başvurularak araştırmanın sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın yapıldığı 2019 yılı Ocak-Şubat-Mart tarihleri arasında Kayseri Büyükşehir Belediyesi'ndeki halkla ilişkiler oluşumunun ne seviyede olduğunun anlaşılması ve bu faaliyetlerin hizmet kalitesi noktasındaki eğilimlerinin incelenmesi ve kurumda bu faaliyetlere ne kadar önem verildiğinin anlaşılması amaçlanmıştır. Araştırma 5 ana soru üstünde ilerleyerek "yarı yapılandırılmış mülakat" tekniği ile genişletilmiştir. Araştırma soruları şöyledir:

1. Araştırmanın gerçekleştiği dönemde, yönetimin Kayseri Büyükşehir Belediyesi halkla ilişkiler birimine verdiği değer seviyesinde bir değişiklik olmuş mudur?

2. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde, Halkla ilişkiler kapsamında, yeni hizmet birimlerinin kurulması sonucu ne tarz değişiklikler yaşanmıştır?

3. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde, halkla ilişkiler birimlerindeki çalışan sayısındaki değişiklik, halkla ilişkiler performansında ne gibi değişikliklere sebep olmuştur?

4. Çalışmanın ele alındığı dönemde, Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde halkla ilişkiler birimine ayrılan bütçenin artması sonucu ne gibi değişiklikler olmuştur?

5. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Müdürlüğü çalışanlarının çalışma ortamının ve şartlarının farklılaşması sonucunda ne gibi değişiklikler yaşanmıştır?

Araştırma sonucunda. Elde edilen bulgular tematik olarak kategorize edilerek analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sayesinde çıkarımlarda bulunarak eksik görülen yönler saptanmış ve çözüm önerileri sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLER VE HALKLA İLİŞKİLER

1.1. Yerel Yönetim Kavramı

Birey toplulukları halinde örgütlenmiş kamu hukuku tüzel kişilerine "kamu idareleri" adı verilmektedir. Kamu idareleri ulusal sınırlar içerisinde yaşayan, hukukun kendisine kişilik tanıdığı bireylerin, ortak ve yerel nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak maksadıyla kurulan anayasal kuruluşlardır. (Gözler, 2011, s.196).

Yerel yönetimler; demokratik kurumlar olarak değerlendirilen yapılanmalardır. Halk yerel yöneticiyi ve beraberinde oluşacak yerel yönetimi kendi eliyle seçmektedir. (Keleş, 2006, s.61).

Yerel yönetimler, hizmetlerin doğru ve tesirli bir şekilde yerine getirilmesinde önemli işlev üstlenmektedirler. Yerel yönetim unsurları, devletin yetişemediği yerlere hizmet götürerek, yerelde sunulan hizmetlerin kalitesini yükseltmektedir. Bazı ülkelerde gelişmişlik seviyesine göre bazı hizmetlerin tümüne yakını yerel yönetim birimleri tarafından gerçekleştirilmekte iken, bazen de bir bölümü yerel yönetimler tarafından yapılmaktadır (Ersöz, 2000, s.130).

1.2. Yerel Yönetimlerin Türleri

Türkiye'de yerel mahiyette yönetim şekli olarak belediye, büyükşehir belediyesi, il özel idaresi ve köydür.

1.2.1. Köy

Köylerin yönetim şekline göre temel olan düzenleme 1924 tarihinde yayınlanan 442 sayılı Köy kanuna göre belirlenmiştir. Kanuna göre nüfus olarak iki bin kişiden az olan

ve cami, otlak ve mektep gibi ortak mülkleri bulunan toplu bir şekilde veya dağınık bir şekilde olan yerleşim alanları olarak tanımlanır (www.icisleri.gov.tr, 2019).

Köye ilişkin yönetim unsurları; köyün organları ve personelleri olarak iki türe ayrılmaktadır. Köyün idari organları; muhtar, ihtiyar meclisi ve köy derneği olarak üçe ayrılmaktadır. Köy organlarında ve personellerinde kaç kişinin bulunduğu hakkında belirlenmiş bir kaynak yoktur. Köy korucusu, kâtip, imam ve diğer personelleri temsil etmektedir. Bu birimler doğrudan yürütme olanağı bulunmaktadır (Toprak, 2014, s.145).

1.2.1.1. Köy Derneği

Seçme ve seçilme hakkı elin bulunan erkek ve kadın yerleşim sahibi insanların bütününe köy derneği adı verilmektedir (442 Sayılı Köy Kanunu, Md.20).

Köy kanuna baktığımızda altı ay ve üzerinde köyde ikamet etmekte olan ve 18 yaşını geçmiş erkek ve kadın seçme ve seçilme hakkı elinde bulunan kişilerden oluşmaktadır. Bu şekilde köyde ikamet eden kişiler köy idaresinde rol alabilmektedir. Demokrasiye örnek teşkil eden köy dernekleri; dernek tanımını verilmesine karşın, diğer kanun ve tanımlamalarda bulunan derneklerle herhangi bir şekilde benzerlik taşımamaktadır (Toprak, 2014, s.146).

İlgili kanunun 20. Maddesine göre köy derneği; muhtar ve ihtiyar heyetini 5 yılda bir uygulanan seçimlerle kendi aralarından seçerler. Bununla birlikte köy imamını da yine köy derneği seçmektedir (442 Sayılı Köy Kanunu, Md.20).

1.2.1.2. İhtiyar Meclisi

İhtiyar meclisi temel görev ve usulleri Köy Kanunu'nda belirtilmiştir. "Yürütme ve karar" organı olan ihtiyar meclisi köyle ilgili işlerin yapılmasını teftiş eden organdır. Seçimle iş başına gelen ve doğal üyelerden oluşan meclis Köy Kanununda belirtilmiştir (Toprak, 2014, s.147).

İlgili 442 numaralı Köy Kanununun 44. maddesinde belirtilen ihtiyar heyetinin görevleri şu şekilde sıralanmıştır.

> 1- İhtiyar Meclisi köylüye ait işleri konuşur ve hangi işleri köylü tarafından kendileri çalışarak doğrudan doğruya ve hangi işlerin para ile veya ırgat ile görülebileceğine karar verir. "Köy işlerinden köy ahalisinin imece ile çalışarak yapacakları işi, köylünün çift ve çubuğu ile uğraşmadıkları boş zamanlara bırakır."
> 2- İhtiyar Meclisi bu Kanunun 13 ve 14'üncü maddelerinde yazılı mecburi ve ihtiyari işleri yapmak için lüzumu halinde köy sınırı içindeki gayrimenkulleri değer pahası ile satın alır. Mal sahibi razı olmazsa köyün bağlı bulunduğu kaza veya vilayet idare heyeti işi gözden geçirir. İdare heyetinin kararına söz yoktur.
> 3- Tarlası olmayan veya yetişmeyen köylüye köyün sınırı içinden boz haliden bir parça ayırıp vermek ve tasarrufu mal sandığına veya sair dairelere geçmiş olan araziyi köy namına satın alıp arazisi olmayanlara vermek ve bedelini taksitle köy sandığına ödetmek mecburidir.
> 4- İhtiyar Meclisi köylünün kaçar gün çalışacağını kestirir.
> 5- Köy işi için beher köylüye haline göre salınacak paranın ne olacağını keser

(442 Sayılı Köy Kanunu, Md.44).

Toparlamak gerekirse köyle ilgili işlerin yapılmasını teftiş eden organ olan İhtiyar meclisinin temel görev ve usulleri yukarıda da belirtiği üzere harcamaların denetlenmesi, köylüler arasındaki uyuşmazlık anlarında uzlaşma sağlamak ve paylarını ödemeyenlere ya da köydeki zorunlu işlerini para cezası vermek şeklindedir.

1.2.1.3. Köy Muhtarı

Muhtar, köy yönetiminin başıdır. İlgili Köy Kanununun 24. Maddesinde muhtar, köydeki oy verenlerden oluşan köy derneği seçmektedir (442 sayılı Köy Kanunu Md.24).

Köy ikametinde altı aydan beri ikamet etmiş olan ve 25 yaşını geçmiş, okuma yazma bilen ve kanunlarla belirlenen şartlara uyan kimseler tarafından seçimle başa gelen kişidir. İlgili kanuna göre "muhtar bir devlet memurudur ve devletin köydeki temsilcisidir" (442 sayılı Köy Kanunu Md.10). Kanunun 35 maddesinde muhtarın görevleri devlet ve köy işleri olarak belirlenmiştir (442 sayılı Köy Kanunu Md.35)

1.2.2. İl Özel İdaresi

2014 yılından sonra Büyükşehir statüsü bulunmayan şehirlerde yönetim yapısı içerisinde yer alan İl Özel idaresi, 1913 yılında "İdare-i Umumiye-i Vilayet Kanun-u Muvakkati" adı verilen şekilde kurulmuş ve yerel şekilde hizmet veren yönetim türüdür. 1987 tarihinde ilk olarak kanunun adı değiştirilirken, 2004 tarihinde boyutlu değişiklikler yapılmış fakat 2005 yılında "2575 sayılı Resmî Gazete" de 5302 sayılı "İl Özel İdaresi Kanunu" ile faaliyete girmiştir.

Özel İdaresi Kanunu 6. Maddesine göre "İl Özel İdaresi" nin görev, yetki ve sorumlulukları şunlardır:

> İl özel idaresi mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla;
> a) Gençlik ve spor Sağlık, tarım, sanayi ve ticaret; Belediye sınırları il sınırı olan Büyükşehir Belediyeleri hariç ilin çevre düzeni plânı, bayındırlık ve iskân, toprağın korunması, erozyonun önlenmesi, kültür, sanat, turizm, sosyal hizmet ve yardımlar, yoksullara mikro kredi verilmesi, çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları; ilk ve orta öğretim kurumlarının arsa temini, binalarının yapım, bakım ve onarımı ile diğer ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin hizmetleri il sınırları içinde,
> b) İmar, yol, su, kanalizasyon, katı atık, çevre, acil yardım ve kurtarma, orman köylerinin desteklenmesi, ağaçlandırma, park ve bahçe tesisine ilişkin hizmetleri belediye sınırları dışında,
> Yapmakla görevli ve yetkilidir

(Özel İdaresi Kanunu, Md.6).

Yerel yönetimlerin örgütsel unsurlarına bakacak olursak kısa öz şekilde "başkan, meclis ve encümen" tarzında şekillenmiştir. İl Özel İdaresinin ise "vali, il genel meclisi ve il encümeni" olmak üzere üç organı bulunmaktadır (Toprak, 2014, s.93).

1.2.2.1. İl Genel Meclisi

Seçme seçilme hakkı elinde bulunan kişiler tarafından seçilmiş kişilerden oluşan "İl Genel Meclisi" idarenin karar organizması olarak tanımlanır (İl Özel İdaresi Kanunu, Md.9)

Meclis toplanma usulü yine Kanun ile belirlenen her ayın birinci haftasında meclis tarafından belirlenen bir günde toplanarak gündemdeki konular ele alınarak karara bağlanır. Meclis kendi belirlediği tarihlerde bir aylık tatile girer (www.icisleri.gov.tr, 2019).

5302 Sayılı Kanun'un 10. maddesinde İl genel meclisinin görev ve yetkileri şunlardır:

> a) Stratejik plân ile yatırım ve çalışma programlarını, il özel idaresi faaliyetlerini ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve karara bağlamak.
>
> b) Bütçe ve kesinhesabı kabul etmek, bütçede kurumsal kodlama yapılan birimler ile fonksiyonel sınıflandırmanın birinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.
>
> c) Belediye sınırları il sınırı olan Büyükşehir Belediyeleri hariç İl çevre düzeni plânı ile belediye sınırları dışındaki alanların imar plânlarını görüşmek ve karara bağlamak.
>
> d) Borçlanmaya karar vermek.
>
> e) Bütçe içi işletmeler ile Türk Ticaret Kanunu'na tâbi ortaklıklar kurulmasına veya bu ortaklıklardan ayrılmaya, sermaye artışına ve gayrimenkul yatırım ortaklığı kurulmasına karar vermek.
>
> f) Taşınmaz mal alımına, satımına, trampa edilmesine, tahsisine, tahsis şeklinin değiştirilmesine veya tahsisli bir taşınmazın akar haline getirilmesine izin; üç yıldan fazla kiralanmasına ve süresi yirmi beş yılı geçmemek kaydıyla bunlar üzerinde sınırlı aynî hak tesisine karar vermek.
>
> g) Şartlı bağışları kabul etmek
>
> h) İl özel idaresi adına imtiyaz verilmesine ve il özel idaresi yatırımlarının yap-işlet veya yap-işlet-devret modeli ile yapılmasına, il özel idaresine ait şirket, işletme ve iştiraklerin özelleştirilmesine karar vermek.
>
> j) Encümen üyeleri ile ihtisas komisyonları üyelerini seçmek.
>
> k) İl özel idaresi tarafından çıkarılacak yönetmelikleri kabul etmek.
>
> l) Norm kadro çerçevesinde il özel idaresinin ve bağlı kuruluşlarının kadrolarının ihdas, iptal ve değiştirilmesine karar vermek.
>
> m) Yurt içindeki ve yurt dışındaki mahallî idareler ve mahallî idare birlikleriyle karşılıklı iş birliği yapılmasına karar vermek.

> n) Diğer mahallî idarelerle birlik kurulmasına, kurulmuş birliklere katılmaya veya ayrılmaya karar vermek.
> o) İl özel idaresine kanunlarla verilen görev ve hizmetler dışında kalan ve ilgililerin isteğine bağlı hizmetler için uygulanacak ücret tarifesini belirlemek

(İl Özel İdaresi Kanunu, Md.10).

Kısaca belirtmek gerekirse; İl özel idaresinin karar organı olan ve ilçeler adına şehirdeki seçmenler tarafından seçilen üyelerden oluşan İl Genel Meclisi yukarıda da belirtildiği gibi, İl genel meclisi başkanını üyeleri arasından gizli oy ile seçmekte olup siyasi konularda karar alma yetkileri yoktur.

1.2.2.2. İl Encümeni

Valinin başkanlık yaptığı il encümeni (**Değişik birinci fıkra: 12/11/2012-6360/22 md.**) vali ve genel sekreterin bulunduğu; il genel meclisini oluşturan üyelerden seçilen üç kişi ve vali tarafından birim idarecileri içinden seçtiği iki üyeden oluşmaktadır (5302, md.25) Haftada minimum bir kere toplanan il encümeni valinin hazırladığı gündemi görüşüp karara bağlar (www.icisleri.gov.tr, 2019)

5302 Sayılı Kanun'un 26. maddesinde, Encümenin görev ve yetkileri şunlardır:

> a) Stratejik plân ve yıllık çalışma programı ile bütçe ve kesin hesabı inceleyip il genel meclisine görüş bildirmek.
> b) Yıllık çalışma programına alınan işlerle ilgili kamulaştırma kararlarını almak ve uygulamak.
> c) Öngörülmeyen giderler ödeneğinin harcama yerlerini belirlemek.
> d) Bütçede fonksiyonel sınıflandırmanın ikinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.
> e) Kanunlarda öngörülen cezaları vermek.
> f) Vergi, resim ve harçlar dışında kalan ve miktarı beş milyar Türk Lirasına kadar olan ihtilafların sulhen halline karar vermek.
> g) Taşınmaz mal satımına, trampa edilmesine ve tahsisine ilişkin kararları uygulamak, süresi üç yılı geçmemek üzere kiralanmasına karar vermek.
> h) Belediye sınırları dışındaki umuma açık yerlerin açılış ve kapanış saatlerini belirlemek. i) Vali tarafından havale edilen konularda görüş bildirmek.
> j) Kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak

(İl Özel İdaresi Kanunu, Md.10).

1.2.2.3. Vali

5302 Sayılı Kanun'un 29. Maddesine göre, il özel idaresinin başı ve tüzel kişiliğinin temsilcisi olan Vali, merkezi yönetim tarafından görevlendirilmektedir İl Genel Meclisi karar alınan organ olarak, İl Encümeni ise yürütme ve danışma organı olarak görev yapmaktadır (Toprak, 2014, s.104).

5302 Sayılı Kanun'un 30. maddesinde Valinin görev ve yetkileri şunlardır:

> a) İl özel idaresi teşkilatının en üst amiri olarak il özel idaresi teşkilatını sevk ve idare etmek, il özel idaresinin hak ve menfaatlerini korumak.
> b) İl özel idaresini stratejik plâna uygun olarak yönetmek, il özel idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, il özel idaresi faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak.
> c) İl özel idaresini Devlet dairelerinde ve törenlerde, davacı veya davalı olarak da yargı yerlerinde temsil etmek veya vekil tayin etmek.
> d) İl encümenine başkanlık etmek.
> e) İl özel idaresinin taşınır ve taşınmaz mallarını idare etmek.
> f) İl özel idaresinin gelir ve alacaklarını takip ve tahsil etmek.
> g) Yetkili organların kararını almak şartıyla sözleşme yapmak.
> h) İl genel meclisi ve encümen kararlarını uygulamak.
> i) Bütçeyi uygulamak, bütçede meclis ve encümenin yetkisi dışında kalan aktarmaları yapmak.
> j) İl özel idaresi personelini atamak.
> k) İl özel idaresi, bağlı kuruluşlarını ve işletmelerini denetlemek.
> l) Şartsız bağışları kabul etmek.
> m) İl halkının huzur, esenlik, sağlık ve mutluluğu için gereken önlemleri almak.
> n) Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak.
> o) Kanunlarla il özel idaresine verilen ve il genel meclisi veya il encümeni kararını gerektirmeyen görevleri yapmak ve yetkileri kullanmak.

(İl Özel İdaresi Kanunu, Md.30)

1.2.3. Belediye

Ülkemizde farklı çapta şehirsel hizmetlerden bahsedildiğinde belediye yönetimleri geleneksel bağlamda şüphesiz önceliği bulunmaktadır. 2010 tarihinden idari

değişiklikler durumunda, bilhassa 2012 yılının ikinci çeyreğinde 30 şehirde il özel idaresinin kaldırılmasıyla aşamalı bir şekilde atanmış yöneticinin ortaya çıktığı kent yönetimi şekli uygulanmaya başlanmıştır. Şehre yönelik hizmetlerin gerçekleştirilmesinde ki çalışmaların temelleri Osmanlı döneminde atılmıştır (Toprak, 2014, s.179).

Yerel yönetim şekli belediyelerin tanımı; "5393 Sayılı Belediyeler Kanunu" ile nüfus bakımından beş binin veya üstünde olan yerleşim alanlarında, yerel mahiyetteki ihtiyaçlarını gidermek üzere kurulmuş, idari ve karar mekanizması seçmenler tarafından belirlenen, yerel olarak özerkliği bulunan "kamu tüzel kişisi" olarak tanımlanır (5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md.4).

Belediyenin yetki ve görevleri "5393 Sayılı Belediye Kanunu" 14. Maddesinde şu şekilde belirtilmiştir:

> Belediye, mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla;
> a) İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafî ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor orta ve yükseköğrenim öğrenci yurtları (Bu Kanunun 75 inci maddesinin son fıkrası, belediyeler, il özel idareleri, bağlı kuruluşları ve bunların üyesi oldukları birlikler ile ortağı oldukları Sayıştay denetimine tabi şirketler tarafından, orta ve yüksek öğrenim öğrenci yurtları ile Devlete ait her derecedeki okul binalarının yapım, bakım ve onarımı ile tefrişinde uygulanmaz.); sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyeler, kadınlar ve çocuklar için konukevleri açmak zorundadır.
> b) Devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapabilir veya yaptırabilir, her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayabilir; sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir; mabetlerin yapımı, bakımı, onarımını yapabilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Gerektiğinde, sporu teşvik etmek amacıyla gençlere spor malzemesi verir, amatör spor kulüplerine ayni ve nakdî yardım yapar ve gerekli desteği sağlar,

> her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenler, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan öğrencilere, sporculara, teknik yöneticilere ve antrenörlere belediye meclisi kararıyla ödül verebilir.

(5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md.14)

Yukarıda belirtilen Belediye Kanunu ile açıklanan görevler geniş bir boyuta sahiptir. Bu görevler halkın yerel anlamdaki tüm gereksinimlerinin karşılanması hedeflenmektedir.

Belediyenin karar organlarına bakacak olursak "Belediye Meclisi, Belediye Encümeni ve Belediye Başkanı" olarak daha önceki yerel yönetimlere benzer şekilde üç karar organı bulunmaktadır (Toprak,2014, s.213)

Belediyenin genel karar organları tanımı içinde Belediye Meclisi, Belediye Encümeni ve Belediye Başkanı yer almaktadır. Aşağıda belediye yönetiminin organları açıklanmıştır.

1.2.3.1. Belediye Meclisi

Belediyenin karar organı olan ve "5393 Sayılı Belediye Kanunu" ile belirtilen şekilde seçilmiş üyeleri kapsamaktadır (5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md.17) Seçim sonuçlarını takiben beşinci günde toplanan belediye meclisi bu toplantıda, ilk iki yıl görevde bulunması şartıyla kendi üyeleri içinden, gizli kullanılan oyla meclisin birinci ve ikinci başkan vekiliyle en az iki olmak şartıyla kâtip üyeyi seçer. İki yılın sonunda seçilecek üyeler seçime kadar görevinde kalabileceklerdir (Toprak,2014, s.213)

5393 sayılı Belediye Kanunu 17. Maddesine göre Belediye Meclisinin görev ve yetkileri şunlardır:

> a) Stratejik plân ile yatırım ve çalışma programlarını, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve kabul etmek.
> b) Bütçe ve kesinhesabı kabul etmek, bütçede kurumsal kodlama yapılan birimler ile fonksiyonel sınıflandırmanın birinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.
> c) Belediyenin imar plânlarını görüşmek ve onaylamak, büyükşehir ve il belediyelerinde il çevre düzeni plânını kabul etmek. (Ek cümle: 1/7/2006-5538/29 md.) Belediye sınırları il sınırı olan Büyükşehir Belediyelerinde il

çevre düzeni planı ilgili Büyükşehir Belediyeleri tarafından yapılır veya yaptırılır ve doğrudan Belediye Meclisi tarafından onaylanır.

d) Borçlanmaya karar vermek.

e) Taşınmaz mal alımına, satımına, takasına, tahsisine, tahsis şeklinin değiştirilmesine veya tahsisli bir taşınmazın kamu hizmetinde ihtiyaç duyulmaması hâlinde tahsisin kaldırılmasına; üç yıldan fazla kiralanmasına ve süresi otuz yılı geçmemek kaydıyla bunlar üzerinde sınırlı aynî hak tesisine karar vermek.

f) Kanunlarda vergi, resim, harç ve katılma payı konusu yapılmayan ve ilgililerin isteğine bağlı hizmetler için uygulanacak ücret tarifesini belirlemek.

g) Şartlı bağışları kabul etmek.

h) Vergi, resim ve harçlar dışında kalan ve miktarı beş bin TL'den fazla dava konusu olan belediye uyuşmazlıklarını sulh ile tasfiyeye, kabul ve feragate karar vermek.

i) Bütçe içi işletme ile 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na tâbi ortaklıklar kurulmasına veya bu ortaklıklardan ayrılmaya, sermaye artışına ve gayrimenkul yatırım ortaklığı kurulmasına karar vermek.

j) Belediye adına imtiyaz verilmesine ve belediye yatırımlarının yap-işlet veya yap-işlet-devret modeli ile yapılmasına; belediyeye ait şirket, işletme ve iştiraklerin özelleştirilmesine karar vermek.

k) Meclis başkanlık divanını ve encümen üyeleri ile ihtisas komisyonları üyelerini seçmek. l) Norm kadro çerçevesinde belediyenin ve bağlı kuruluşlarının kadrolarının ihdas, iptal ve değiştirilmesine karar vermek.

m) Belediye tarafından çıkarılacak yönetmelikleri kabul etmek.

n) Meydan, cadde, sokak, park, tesis ve benzerlerine ad vermek; mahalle kurulması, kaldırılması, birleştirilmesi, adlarıyla sınırlarının tespiti ve değiştirilmesine karar vermek; beldeyi tanıtıcı amblem, flama ve benzerlerini kabul etmek.

o) Diğer mahallî idarelerle birlik kurulmasına, kurulmuş birliklere katılmaya veya ayrılmaya karar vermek.

p) Yurt içindeki ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığının izniyle yurt dışındaki belediyeler ve mahallî idare birlikleriyle karşılıklı iş birliği yapılmasına; kardeş kent ilişkileri kurulmasına, ekonomik ve sosyal ilişkileri geliştirmek amacıyla kültür, sanat ve spor gibi alanlarda faaliyet ve projeler gerçekleştirilmesine; bu çerçevede arsa, bina ve benzeri tesisleri yapma, yaptırma, kiralama veya tahsis etmeye karar vermek.

r) Fahrî hemşerilik payesi ve beratı vermek.

s) Belediye başkanıyla encümen arasındaki anlaşmazlıkları karara bağlamak.

t) Mücavir alanlara belediye hizmetlerinin götürülmesine karar vermek.

> u) İmar plânlarına uygun şekilde hazırlanmış belediye imar programlarını görüşerek kabul etmek.

(5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md.17)

1.2.3.2. Belediye Encümeni

"5393 Sayılı Belediye Kanunu" otuz üçüncü maddesinde encümenin başında belediye başkanı bulunur. İlgili maddede belediye encümeni: "İl belediyelerinde ve nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyelerde, belediye meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla üç üye, mali hizmetler birim amiri ve belediye başkanının birim amirleri arasından bir yıl için seçeceği iki üye olmak üzere yedi kişiden, diğer belediyelerde, belediye meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği iki üye, malî hizmetler birim amiri ve belediye başkanının birim amirleri arasından bir yıl için seçeceği bir üye olmak üzere beş kişiden oluşur" 5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md. 33)

5393 sayılı Belediye Kanunu 33. Maddesine göre Belediye Meclisinin görev ve yetkileri şunlardır:

> a) Stratejik plân ve yıllık çalışma programı ile bütçe ve kesinhesabı inceleyip belediye meclisine görüş bildirmek.
> b) Yıllık çalışma programına alınan işlerle ilgili kamulaştırma kararlarını almak ve uygulamak.
> c) Öngörülmeyen giderler ödeneğinin harcama yerlerini belirlemek.
> d) Bütçede fonksiyonel sınıflandırmanın ikinci düzeyleri arasında aktarma yapmak.
> e) Kanunlarda öngörülen cezaları vermek.
> f) Vergi, resim ve harçlar dışında kalan dava konusu olan belediye uyuşmazlıklarının anlaşma ile tasfiyesine karar vermek.
> g) Taşınmaz mal satımına, trampasına ve tahsisine ilişkin meclis kararlarını uygulamak; süresi üç yılı geçmemek üzere kiralanmasına karar vermek.
> h) Umuma açık yerlerin açılış ve kapanış saatlerini belirlemek.
> i) Diğer kanunlarda belediye encümenine verilen görevleri yerine getirmek

(5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md. 33).

Yukarıda da belirtildiği üzere belediyelerin karar organlarından biri olan, Belediye Encümeni, belediye başkanının başkanlığında toplanmakta olup, kamulaştırma kararlarının alınmasından, stratejik plân ve yıllık çalışma programlanın bütçelenerek incelenmesine kadar birçok görev ve yetkiye sahiptir.

1.2.3.3. Belediye Başkanı

İlgili kanunun otuz yedinci maddesine göre "Belediye başkanı, belediye idaresinin başı ve belediye tüzel kişiliğinin temsilcisidir. Belediye başkanı, ilgili kanunda gösterilen esas ve usullere göre seçilir." (5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md. 33). Belediye idaresinin yürütme işlevini yerine getirmektedir.

5393 sayılı Belediye Kanunu 38. Maddesine göre Belediye Meclisinin görev ve yetkileri şunlardır:

> a) Belediye teşkilâtının en üst amiri olarak belediye teşkilâtını sevk ve idare etmek, belediyenin hak ve menfaatlerini korumak.
> b) Belediyeyi stratejik plâna uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak.
> c) Belediyeyi Devlet dairelerinde ve törenlerde, davacı veya davalı olarak da yargı yerlerinde temsil etmek veya vekil tayin etmek.
> d) Meclise ve encümene başkanlık etmek.
> e) Belediyenin taşınır ve taşınmaz mallarını idare etmek.
> f) Belediyenin gelir ve alacaklarını takip ve tahsil etmek.
> g) Yetkili organların kararını almak şartıyla sözleşme yapmak.
> h) Meclis ve encümen kararlarını uygulamak.
> i) Bütçeyi uygulamak, bütçede meclis ve encümenin yetkisi dışındaki aktarmalara onay vermek.
> j) Belediye personelini atamak.
> k) Belediye ve bağlı kuruluşları ile işletmelerini denetlemek.
> l) Şartsız bağışları kabul etmek.
> m) Belde halkının huzur, esenlik, sağlık ve mutluluğu için gereken önlemleri almak.
> n) Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, engellilere yönelik hizmetleri yürütmek ve engelliler merkezini oluşturmak.

> o) Temsil ve ağırlama giderleri için ayrılan ödeneği kullanmak.
> p) Kanunlarla belediyeye verilen ve belediye meclisi veya belediye encümeni kararını gerektirmeyen görevleri yapmak ve yetkileri kullanmak

(5393 Sayılı Belediye Kanunu, Md.38.).

Kanunda belirtilen bilgilere göre belediye başkanının önemli görevleri, Belediye başkanı belde halkının huzuru, sağlığı ve esenliğini sağlamak, şartsız bağışları kabul etmek, belediye meclisi ve belediye encümenine başkanlık etmek, belediyeyi belirlenmiş stratejik plana uygun olarak idare etmektir.

1.2.4. Büyükşehir Belediyesi

Hızla gelişen şehirler giderek uzmanlaşma isteyen bir alan yönetimine doğru ilerlemektedir. Bu alanlar aynı zamanda başta bulunanın beceri ve başarısını da göstermektedir. Bu alanların yönetimine ilişkin çalışmalar büyükkent alanı içindeki belediyelere ilişkin 2014 yılında "5216 Büyükşehir Belediyesi Kanunu" ile düzenlenmiştir. "5216 Sayılı Belediye Kanunu" ile "5393 Sayılı Belediye Kanunu" arasında doğal bir bağ bulunmaktadır (Toprak, 2014, s.314)

Büyükşehir yönetmeliğine göre belediyenin sınırları içerisinde yapması gereken vazifeler şöyledir:

> a) Büyükşehir belediyesi sınırları kapsamında su, kanalizasyon ve her çeşit gaz, merkezi ısıtma ve toplu taşıma hizmetlerini sağlamak ve bu maksatla ihtiyaç duyulan tesisleri yapmak ve yaptırmak, işletmek ya da işlettirmek.
> b) Büyükşehir belediyesi sınırları kapsamında bulunan meydan, bulvar, cadde, anayolları yapmak ve yaptırmak, bakım ve onarımını gerçekleştirmek ve kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin şart koştuğu tüm faaliyetleri yürütmek.
> c) Büyükşehir nazım imar planlarını yaptırmak ve hayata geçirmek, ilçe belediyelerinin nazım planlarına göre takip edecekleri tatbikat planlarını onaylamak ve uygulamasını kontrol etmek.
> d) Yeşil alanlar, parklar bahçeler yapmak, sosyal ve kültürel faaliyetleri yerine getirmek, spor, dinlenme, eğlence ve bu gibi alanları yapmak, yaptırmak, işletmek ya da işlettirmek, e) Çöplerin ve sanayi atıklarının biriktirilme yerlerini saptamak, geri dönüşümü ve imhası için gereken tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek ya da işlettirmek.

> f) Meydan, bulvar, cadde, anayol ve sokak adları ile bunlara numara verilmesi işlerini gerçekleştirmek.
> g) Yolcu ve yük terminalleri inşa etmek ya da ettirmek, işletmek ya da işlettirmek.
> h) Toptancı halleri ve mezbahalar kurmak ve işletmek.
> i) Yiyecek ve içecek maddelerinin tahlillerini yapmak amacıyla laboratuvarlar kurmak ve işletmek.
> j) Mezarlık alanlarını saptamak ve tesis etmek, işletmek,
> k) Zabıta, itfaiye ve diğer belediye faaliyetlerinin eşgüdümünü sağlamak,
> l) Çevre sağlığı koruması yapmak, Büyükşehir çapında ortak finansman ve yatırımı gerekli kılan faaliyetlerin hayata geçirilmesini sağlamaktır

(Bülbül, 1998, s.147).

Yukarıdaki bilgilere göre Büyükşehir Belediyesi diğer ilçe belediyeleri arasında; koordinasyon sağlayan, kanun ile verilmiş usul ve esasları yerine getiren, idari ve mali olmak üzere özerkliği bulunan yine karar organı olarak seçimle iş başına gelen kamu tüzel kişiliğe sahiptir. Belediyenin görev ve sorumluluk sınırları "il mülki sınırları" olarak belirlenmiştir. İlçe belediyelerinin sınırlar kendi ilçe mülki sınırlarını kapsamaktadır (Toprak, 2014, s.314).

Büyükşehir Belediyesinin organları diğer yerel yönetim şekillerinde olduğu gibi "Büyükşehir Belediye Meclisi, Büyükşehir Belediye Encümeni ve Büyükşehir Belediye Başkanı" şeklindedir (5216 Sayılı Belediye Kanunu, Md.3b.).

1.2.4.1.Büyükşehir Belediye Meclisi

Meclis, büyükşehir belediyesinin karar işlevini yerine getiren organdır. "1984 Tarihli 2972 Sayılı Mahalli İdareler ve Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun" içerisinde belirtilen kapsam doğrultusunda seçimle iş başına üyelerden oluşmaktadır. 5216 sayılı kanunun on ikinci maddesine göre Büyükşehir belediye başkanı, meclisin başkanı olmakla birlikte diğer ilçe belediyelerin başkanları da meclisin tabii üyesi olarak tanımlanır (5216 Sayılı Belediye Kanunu, Md.12.).

1.2.4.2. Büyükşehir Belediye Encümeni

Büyükşehir Belediyesi encümeni, büyükşehir belediyesi başkanının başkan olduğu ve meclis üyelerinin tarafından kendi üyeleri arasından bir yıl süreyle gizli oy şeklinde

seçeceği beş üye ve başkanın seçtiği üyelerden biri genel sekreter ve diğeri mali işler sorunlusu olması şartıyla birim yöneticilerinden seçeceği beş üyeden oluşmaktadır (5216 Sayılı Belediye Kanunu, Md.16.).

1.2.4.3. Büyükşehir Belediye Başkanı

Büyükşehir belediyesinin idaresinin en başında yer alır ve belediyenin "tüzel kişiliğin temsilcisi" olarak tanımlanır. Kanunla belirlenen yönetmeliğe göre il mülki sınırları içerisinde doğrudan seçimle iş başına gelir (5216 Sayılı Belediye Kanunu, Md.17/1) Başkanlık seçiminde seçim alanı olarak büyükşehir belediyesi sınırları içerisini kapsayan bütün köyleri de kapsar. Başkan vekili, yine ilgili kanuna göre belirlenmektedir. İlçe belediyesi başkanları başkan vekili görevine getirilemez (Toprak,2014, s.353)

5216 Sayılı Kanun'un on sekizinci maddesine göre başkanın görevleri şunlardır:

> a) Belediye teşkilatının en üst amiri olarak belediye teşkilatını sevk ve idare etmek, beldenin ve belediyenin hak ve menfaatlerini korumak.
>
> b) Belediyeyi stratejik plana uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi hazırlamak ve uygulamak, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini belirlemek, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak.
>
> c) Büyükşehir belediye meclisi ve encümenine başkanlık etmek, bu organların kararlarını uygulamak.
>
> d) Bu kanunla büyükşehir belediyesine verilen görev ve hizmetlerin etkin ve verimli bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli önlemleri almak.
>
> e) Büyükşehir belediyesinin ve bağlı kuruluşları ile işletmelerinin etkin ve verimli yönetilmesini sağlamak, büyükşehir belediyesi ve bağlı kuruluşları ile işletmelerinin bütçe tasarılarını, bütçe üzerindeki değişiklik önerilerini ve bütçe kesin hesap cetvellerini hazırlamak.
>
> f) Büyükşehir belediyesinin hak ve menfaatlerini izlemek, alacak ve gelirlerinin tahsilini sağlamak.

> g) Yetkili organların kararını almak şartıyla, büyükşehir belediyesi adına sözleşme yapmak, karşılıksız bağışları kabul etmek ve gerekli tasarruflarda bulunmak.
>
> h) Mahkemelerde davacı veya davalı sıfatıyla ve resmi mercilerde büyükşehir belediyesini temsil etmek, belediye ve bağlı kuruluş avukatlarına veya özel avukatlara temsil ettirmek.
>
> i) Belediye personelini atamak, belediye ve bağlı kuruluşlarını denetlemek.
>
> j) Gerektiğinde bizzat nikâh kıymak.
>
> k) Diğer kanunların belediye başkanlarına verdiği görev ve yetkilerden büyükşehir belediyesi görevlerine ilişkin olan hizmetleri yerine getirmek ve yetkileri kullanmak.
>
> l) Gerektiğinde görev ve yetkilerinden bir veya birkaçını ilçe bele-diye başkanına devretmek. (İptal: Anayasa Mahkemesi'nin 25/1/2007 tarihli ve E.: 2004/79, K.: 2007/6 sayılı Kararı ile.) m) Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, engellilerle ilgili faaliyetlere destek olmak üzere engelli merkezleri oluşturmak.

(5216 Sayılı Belediye Kanunu, Md.16.).

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda; Büyükşehir Belediye Başkanı, belediyeyi temsil eden, belediye adına alınacak kararlarda imza yetkisini kullanan, belediyeyi yöneten ve yerel haklın menfaatleri doğrultusunda hareket eden belediye yönetiminin en başındaki yöneticidir. Belediyeyi stratejik plan doğrultusunda idare etmek, belediye yönetiminin kurumsal bağlamda stratejilerini planlamak ve oluşturulan stratejilere göre bütçe belirlemek ve uygulamak, belediye idaresindeki tüm personelin performans değerlerini belirlemek, değerlendirmek, belediye meclisi ve belediye encümenine başkanlık yapmak, bu organlardan çıkan kararları yerine getirmek, belediye yönetimine bağlı bulunan işletmelerin doğru bir şekilde yönetilmesini sağlamak, gereken zamanlarda nikah kıyma işlevini gerçekleştirmek başkanın diğer görevleridir.

1.3. Halkla İlişkiler Kavramı

En az insanlık tarihi kadar eskilere dayanan halkla ilişkiler kavramının temeli uygulanmaya başlayan çalışmalar anlamında 20.yyda gerçekleşmiştir.

Halkla ilişkiler kavramı, günümüze kadar çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu kavramı ifade etme çabalarında, halkla ilişkilerin değişen rolleri ve beraberinde gelişen teknolojik yenilikler gibi pek çok unsura yer verilmiştir (Okay ve Okay, 2002, s.1).

En az insanlık tarihi kadar eskilere dayanan halkla ilişkiler kavramının temeli uygulanmaya başlayan çalışmalar anlamında 20.yyda gerçekleşmiştir. Halkla ilişkiler kavramı, günümüze kadar çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu kavramı ifade etme çabalarında, halkla ilişkilerin değişen rolleri ve beraberinde gelişen teknolojik yenilikler gibi pek çok unsura yer verilmiştir (Okay ve Okay, 2002, s.1).

Kavram hakkında Peltek; kurumların veya kişilerin amaçlarına ulaşmasına yardımcı olan, kuruluşun yapısına göre değişiklik gösteren, kimi zaman tüketici, dağıtımcı ve kimi zamanda çalışanlar gibi hedef kitlelerle gerçekleştirilen iletişim yönetimidir(2012, s.6) şeklinde tanımlarken Tortop ise kavramı; yönetimin amaçlarını gerçekleştirmede izlemekte olduğu politikanın halka empoze edilmesi, çalışmaların sürekli olarak halka duyurulmasıyla yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması halk tarafından ne istenildiğinin ve elbette ne düşüldüğünün bilinmesi ve halkla iş birliği yöntemleri sağlayan görevdir (2003, s.4) şeklinde yorumlamıştır.

Ertekin, halkla ilişkileri, halkı etkilemek için örgütün sunduğu hizmetlerin geliştirilmesi amacıyla yürütülen sistemli çabalar olarak ifade ederken (Ertekin,1995 s.9), Grunig; halkla ilişkilerin, kamu ve örgüt arasındaki karşılıklı uyumu derinleştirmek ve toplumsal sorunlarla ilgili uyuşmazlıkların, bilginin ışığında çözümlenmesini kamunun çıkarlarına hizmet sağlamak amacını güttüğünü ifade etmiştir (Grunig, 2005, s.20).

Halkla ilişkiler kavramına bir farklı yorum da Kazancı'dan gelmiştir. Kazancı halkla ilişkilerin, yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma çabası olmadığını aksine eylem ve işlemlerin, yönetilenlerle etkileşerek gerçekleştirmek ve bu sayede kendiliğinden oluşan bir kabulleniş elde etmek (Kazancı, 1980, s.32) olarak tanımlamıştır.

Halkla ilişkiler, kamu yararını esas alan düzenli faaliyetlerden oluşan bir işletmenin ya da bir kurumun iletişim kurmak amacıyla yürüttüğü ve iletişim kurduğu kimselerin bir işletmeyi, müşterileri ile bağlantılı olduğu kişilere sevdirme, belli bir tutum benimsetme ve onları inandırma sanatıdır (www.pazarlamasyon.com, 2019).

Daha da çoğaltılabilecek bu tanımlardan halkla ilişkilerin tam olarak anlaşılmadığı ve tanımı üzerinde tam bir fikir sağlanamadığı görülmektedir.

1.4. Halkla İlişkiler Mesleğinin Temel Amaçları

Halkla ilişkiler tanımlarından da anlaşılacağı üzere halkla ilişkiler mesleğinin temel amacı kurum ve kuruluşların ilgili hedef kitleyle yararlı ilişkiler kurmasını sağlamak aktif ve verimli bir iletişim ortamı yaratmaktır.

Halkla ilişkiler çalışmalarının bir amacı da kurum ya da kişiye uzun vadede kazandıracağı olumlu imaj ve ardından doğal veya dolaylı olarak gelecek kârlılıktır.

Halkla ilişkiler aynı zamanda ürün ya da hizmeti değerli kılmayı amaçlayan kuruluşların, farklı kitleleriyle ayrıcalıklı iletişim kurmayı hedefler (Çamdereli, 2005, s.19).

Halkla İlişkilerin mesleğinin amaçları şu şekildedir:

a) Halkı bilgilendirerek onları aydınlatmak ve onlara çalışmaları benimsetmek.

b) Halkta yönetime karşı olumlu bir imaj oluşturmak,

c) Halkın, yönetim ile olan ilişkilerinde yapılan işleri kolaylaştırmak.

d) Doğu kararlar alınabilmesi için halktan bilgi almak,

e) Belirli kurallara uyum sağlanması için halka aydınlatıcı bilgi vermek,

f) Halkla iletişim halinde olarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay iletilmesini sağlamak.

g) Halkın talep ve şikâyetlerinden yola çıkılarak çalışmalar hazırlamak, hazırlanan çalışmalardan yararlanmak, eksikliklerin giderilmesi için yapılan çalışmalarda bunları değerlendirmek,

h) Amacı özel ve de kamu faydasına cevap vermeye çalışmak olan Halkla ilişkiler, tüm toplumun karakterine saygı göstererek sorumluluk duygusu yaratmaktadır (Tortop, 2003, s.10).

1.5. Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar

Halkla ilişkiler birim ve görevlileri içinde bulunan koşullara göre ve yapılan faaliyetlere göre sözlü, görsel ve basılı her çapta iletişim araçlarını kullanmaktadır. Bu araçları halkla ilişkiler açısından göz önüne alınarak her biri ayrı ve detaylı bir şekilde açıklanacaktır.

1.5.1. Yüz Yüze ve Kitlesel İletişim

Halkla ilişkiler alanında çalışanlar, gerçekleşen durumlara göre kitle iletişimden yararlanabilirler. Halkla ilişkiler mesleğinde kullanılan yöntemlerden biri yüz yüze yapılan ilişkilerdir. Halkla ilişkiler açısından yüz yüze yapılan görüşmeler, yazılı iletişimden çok daha fazla etkilidir. Çünkü yazılı iletişim sadece göze hitap ederken, sözlü iletişim hem göze hem de kulağa hitap etmektedir.

İletişimin yüz yüze olması sonucu geri bildirimin anında ve üst düzeyde olduğu görülmektedir. Kitle iletişimi ise, iletişim sürecinde aynı anda birden fazla kişinin katılımını içeren bir iletişim türü olarak etkilidir (Çamdereli, 2005, s.72).

1.5.1.1. Konuşma ve Görüşme

Sözlü iletişim araçlarının odağında konuşma ve görüşme vardır. Halkla ilişkilerde yüz yüze görüşme, kurum veya kuruluşu temsil eden kişilerle hedef kitle arasında yapılan konuşmalardır. Bu iletişim aracında konuşurken güler yüzlü ve sabırlı ve insanın eğitim ve statüsüne göre davranış içine girmelidir. Yaptığı davranışlarla da etrafındaki kişilerde olumlu ve ikna edici bir etki bırakmak olarak kullanılabilir (Gürüz, 1993, s.43).

Kurum veya kuruluşu temsil eden birey, temsil ettiği kurum açısından gizli bilgileri hedef kitleye iletmemelidir. Temsil eden kişi olumsuz iletişime girmemelidir.

Dinlemeyen, saygısız, sabırsız, kızgın tavırlara bürünerek hedef kitle ile kurum arasında olumsuz iletişimden kaçınmalıdır.

Telefon zaman ve maliyet açısından tasarruf sağladığı için halkla ilişkiler açısından önemli bir iletişim aracıdır. Telefon ile iletişim halindeyken kurum içi gizlilik arz eden konuların paylaşılmaması gerekmektedir. İletişim süreci kısa olacağından dolayı net, anlaşılır ve duru, yalın dil kullanılması gerekmektedir. Konuşma süresi kısa tutulmalıdır, uzun süren konuşma anlaşılırlığını kaybedecektir. Konuşma başlarken her iki taraf da birbirini tanıtmalıdır. Böylelikle konuya daha fazkla bir odaklanma sağlanacaktır. Konuşma seyrine göre eksik bilgi durumlarında telefon görüşmesini sonlandırıp gerekli araştırma yapılıp tekrardan iletişim kurmak olumlu olacaktır. Karmaşık iletişim süreçlerinin yüz yüze iletilmesi, temsil eden kişinin karşı tarafa sadece sözlü değil beden dilini de kullanarak iletmesi daha olağan ve etkileyici görünmektedir (Hazar, 2009, s128)

1.5.1.2. Toplantı

Hedef kitlenin fikirlerini almak onları bilgilendirmek sebebiyle belirli zamanlarda toplantılar organize edilir. Toplantıya katılanlalar çoğunlukla ürün ve hizmete muhalefet olan kitleden seçilmesi toplantı verimliliğini artıracaktır. Toplantı yeri ve zamanı daha önceden belirlenip kamuya duyurulmalıdır. Toplantı yapılacak alanın ışık, ses ve görüntü unsurlarının önceden kontrol edilmesi toplantı sırasında yaşanabilecek teknik aksaklıkların önüne geçilmiş olacaktır. Toplantı sonlandırıldığında, ortaya çıkan sonucu kamuoyuyla paylaşılması kesinlikle ihmal edilmemelidir (Çamdereli, 2005, s.74).

1.5.1.3. Konferans ve Seminer

Çoğunlukla tek konuşmacıdan oluşan bilgi vermek, tanıtmak amacıyla yapılan uzun konuşmalardır. Konuşmacı gerçekleştireceği konuşmasına önceden hazırlıklı olması gerekir. Konuşmacı ileteceği konu ilgi çekici olmalıdır. Anlaşılır, sade ve yalın bir dil kullanılması dinleyicileri yapılan konuşmadan sıkmayacaktır. Konuşmacı, konuşmasını gerçekleştirirken dil bilgisi kurallarına dikkat etmelidir. Devrik ve uzun kurulan cümle dinleyicilerin sıkılmasına sebep olacak ya da konuyu idrak etmesini zorlaştıracaktır. Konuşmacı elinden geldiği kadadr ileteceği konuyu metinden okumamalıdır. Bu durum

konuşmacı hakkında olumsuz bir imaj yaratacaktır. Konuşma için verilen süre içinde ve çok uzatılmadan sonlandırılmalıdır.

Konuşmacı konferans verilmeden önce ilgili hedef kitleye duyurulmalı, konuşacağı konu ve konuşmacı hakkında önceden bilgi vermelidir. Kürsüye iştirak eden konuşmacı konuşmasına başlamadan önce kendisine söylenen olumlu karşılamalara teşekkür etmelidir. Kendisini net bir dil ile ifade etmeli, ve karşı taraf ile empati halinde olmalıdır. Konuşmacıya ve konuya ilginin azalması durumunda ilgi çekici örneklere yer verilerek anlatılan konuya tekrardan ilgi verilmesi sağlanabilir.

Konferans bitirilirken salonda bulunan kitle ile kuruluş hakkında olumlu düşünceler belirtilerek bitirilmelidir. Konuşma sonunda soru yanıt kısmı bulunuyor ise saygılı ve kibar olunması gelecek olumsuz yönde soruları anlayışlı ve sabırlı tavır ile cevaplanmalıdır (Hazar, 2009, s.139-140).

Konferansa kıyasla daha uzun bir zaman dilimini kapsayan seminer en az birkaç oturumdan oluşur. Uzman bir kişi tarafından genellikle konuşmacılar yönlendirilir. Seminerlerde eleştirilere, soru- yanıtlara ve tartışmalara yer verilir ve bu durum konuşmacı ile dinleyiciler arasında konunun karşılıklı olarak etkileşim halinde olmasına sebep olur (Çamdereli, 2005, s.74).

1.5.1.4. Sergi, Fuar, Festival ve Yarışmalar

Sergiler ticari hedefi bulunmayan kurum ve kuruluşun itibarı artması yanı sıra bilgi ve öğretim vasfı olan sergilerde ürün ve hizmetin hem şu anki hem de gelecekteki şekliyle sunulan ve hedef kitle ve potansiyel hedef kitleyi güncel gelişmeler konusunda bilgilendirirken hedef kitle ile etkileşim sağlanır. (Hazar, 2009, s145-149)

Fuarlar yerel veya uluslararası düzenlenebilen belirli alanlarda uzmanlaşmış firmaların topluluk halinde hedef kitle ile bir araya geldiği bir etkinliktir. Fuarların farklı türlerde oluşu nedeniyle medyanın dikkatini çekebilir (Alikişioğlu, 1999 s.112).

Belirli dönemlerde düzenlenen büyük kitlelerin katıldığı eğlence esasına dayanan organizasyonlardan biri olan festivaller var olan hedef kitle ve potansiyel hedef kitle ile bir araya gelme kolaylığı sunar. Kamuya açık olarak düzenlenen festivaller hem kişi hem de siyasi kurum için düzenlenen organizasyonlarda daha çok etkilidir. Festival

sponsorunun, festivali düzenleyen ve tanıtımı yapılan ürün ve hizmetten çok daha fazla bir öneme sahiptir. Çünkü hedef kitle tarafından bilinen bir sponsorun olması, kurum ile kitlenin yakınlaşmasında pozitif bir yönde gelişim sağlayacaktır (Alikişioğlu, 1999 s.112).

Geniş bir hedef kitleye ve potansiyel müşterilere ulaşmak adına kurum ve kuruluşların sıklıkla olarak başvurduğu halkla ilişkiler aracıdır. Hedef kitleye göre farklı yarışma ve organizasyonlar düzenlenebilir. Ve burada verilecek ödüller kitlenin özelliklerine göre belirlenmelidir. Yarışmalara hedef kitlenin rol modelleri ve konunun uzmanlarının iştirak etmesi, basın yayın kuruluşlarında yer edeceğinden daha fazla hedef kitleye ulaşım gerçekleşecektir (Alikişioğlu, 1999 s.113).

1.5.1.5. Açılış- Yıldönümü Törenleri

Kuruluşun pazara katılması veya hizmete başlaması sebebiyle düzenlenen etkinliktir. Kuruluşun hizmete başladığı günün 1 yıl sonrasında kutlanan etkinliğe yıl dönümü adı verilir. Açılış ve yıldönümü organizasyonlarında; kokteyl, yemek verme, yarışma, basın konferansı ve film gösterileri, sergi, afiş, broşür ve pankartlara yer verilir. Kurum ve kuruluşun ismibi duyurma, hedef kitle ile kuruluş arasında etkileşim kurma olanağı sağlar. (Gürgen, 1994 s.98)

1.5.2. Yazılı ve Basılı Araçlar

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde yazılı araçların önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu alanda kullanılan yazılı araçlar; broşür, kitapçık, bülten, gazete, dergi, yıllık, mektup, afiş ve pankart şeklindedir. Belirtilen araçlar gerek kurum içi gerekse kurum dışında kişi ve kurumlara iletilerek kurum ve kuruluş hakkındaki gelişmeler hakkında iç ve dış hedef kitlenin bilgilendirmesinin sağlanması amaçlanır. Yazılı ve basılı araçlar görsel ve işitsel araçlardan farklı olarak kalıcı bir yapıya sahiptir (www.megep.meb.gov.tr, 2020).

1.5.2.1. Broşür

Bir tanıtma aracı olarak kullanılan broşür birkaç sayfadan oluşan küçük dergi boyutunda basılan içinde bol tablo ve resim bulunan, etkileşim kurulan hedef kitle ile üzerinde durulan konular hakkında aydınlatılması için kullanılan bir araçtır.

Broşürün en kullanışlı sayfaları ön, arka kısım ve ortadaki iki sayfadır. Broşürlerin kapak sayfası ve arka sayfası ilgi çekecek şekilde olmalı iç sayfasında ise ilgili mesajların bir düzen içinde sunulması gereklidir (Asna, 1974, s.154)

1.5.2.2. Kitapçık

Kitapçık, kuruluş ile belirli konularda ayrıntılı bilgiler yer alan ve 16 sayfadan çok olan kurum içi bir kaynak niteliğindedir. Kuruluş yönetmeliği, çalışma programları, personel özlük işleri, görevde yükselme gibi konulara yer verilir. Yapı bakımından genellikle kitaptan küçük broşürden büyük dergi olarak tasarlanır (Sezgin, 2007, s.38)

Kitapçıklarda genellikle görsel unsurlardan çok bilgilendirici yazılara yer verilmektedir. Kitapçıklardaki amaç minimum yerle maksimum bilgilere yer verilmesidir. Bundan dolayı kitapçıkların içerisinde yer verilecek olan bilgiler planlı bir süzgeçten geçilmekte ve fazla bilgilerden arındırılmaktadır. Hemen her koşulda başvurulup, bilgi alınabilecek şekilde düzenlenen kitapçıklar kolay bir şekilde muhafaza edilebilecek bir boyutta ayrı bir karton şeklinde kapak ile hazırlanmaktadır.

Kitapçıklarda kuruluş bilgilerinin dışında, çeşitli bir konuya odaklanacak şekilde kitapçıklarda bulunmaktadır. “İlk yardım el kitapçığı”, “Hijyen el kitapçığı” gibi yayınlar buna örnek oluşturmaktadır. Buradaki hedef belirli bir konu hakkında ilgili kişiye bilgiler sunmaktadır. Kitapçıklarda, kitaplardan daha çok pratiğe dayalı bilgilerin verilmesidir. Sunulan bilgiler ışığında hedef kitleye yol göstermesi amaçlanmaktadır (Hazar, 2009, s.71).

1.5.2.3. Bülten

Bülten, kurum ve kuruluş hakkındaki bilgileri kurum içi hedef kitle ve kurum dışı hedef kitlelere iletmek amacıyla kullanılmaktadır. Kitapçığa göre daha sade bir üslup kullanılır ve daha güncel bilgilere yer verilir. Bültenler genellikle tel zımba vasıtasıyla birbirlerine raptedilerek hazırlanmaktadır. Kurum içindeki bültenlerde genellikle halkla ilişkiler personellerinin tecrübe kazanmaları için kullanılmaktadır. Bültenler dergiye oranla daha kısa bir çalışma olduğu görülmektedir ve kurum ve kuruluş ile ilgili en güncel bilgileri hem iç hem de dış hedef kitleye devamlı olarak iletilmesini sağlar. Bültenlerde yer alan bilgiler kısa ve öz olarak verilir.

Her geçen gün daha da gelişen teknoloji ile birlikte hayatımıza dahil olan internet ağı ile bülten çalışmaları yerini dijital ortama alınmıştır. Dijital ortamda hazırlanan bültenler hedef kitlenin e-posta adreslerine gönderildiği gibi basın kuruluşlarının e-posta adreslerine de gönderilerek zamandan ve maliyetten kâr edilmektedir (Hazar, 2009, s.75).

1.5.2.4. Gazete

Dergiye göre çok daha ekonomik, hızlı ve ulaşılan hedef kitle bakımından olan gazeteler, önemli iletişim araçlarından biridir. (Hazar, 2009, s.51). Dergiler gibi gazete de iç hedef kitle ve dış hedef kitle olarak iki farklı biçimde ayırılabilir.

a) **İç Hedef Kitle:** Kuruluş organizasyonunda ki yapıda yer alan çalışanlara, ortaklara ve paydaşlara yapılan iletişim çalışmalarıdır. Kurum içi merak edilenlere ve kurum içi tanıtıcı bilgilere yanıt veren kurum içi gazetelerdir (Bülbül 2000, s.67). Haftalık, on beş günlük, aylık ve iki aylık periyodik zamanlarda çıkarılabilir. Yaşanılan pozisyon değişiklikleri, kurum içi yeni haberler, ölüm ve doğum haberleri, hedef kitleden alınan geri bildirimler gazetede yer alır (Çamdereli, 2005, s.106).

b) Dış Hedef Kitle: Yazılı basın araçlarında hedef kitleye en çok ulaşan ve kamuoyunu etkilemede etkin bir rol oynayan iletişim aracıdır. Halkla ilişkiler uygulamalarında basınla ilişki kurularak haberleri ücretsiz yayınlamasına imkân sağlaması ve gazetede yer edinmesi oldukça önemlidir. Bu sayede çok kapsamlı bir okuyucu kitlesine ulaşılması kuruluş tarafından gazetenin değerini arttırmaktadır (Dicle, 1976, s.30).

1.5.2.5. Dergi

Dergi, belirli bir okuyucu kitlesine hitap eden genellikle eğitim görmüş spesifik bir konuları işleyen ve konuları gazeteden daha ayrıntılı olarak yer veren yazılı iletişim aracıdır. Gazetelere göre daha uzun bir zaman ölçeğinde yayınlanır. Haftalık, aylık, 3 aylık, 6 aylık veya yıllık olarak çıkarılabilir. İki farklı türde dergi planlanması bulunur.

a) **Dış Hedef Kitle:** Hedef kitle ve potansiyel hedef kitleye yapılan mevcut olan itibarı pekiştirmek veya itibar kazanmak adına yapılan ürün veya hizmet tanıtımının da yapıldığı türdeki dergi planlaması dış hedef kitleye yapılandır.

b) **İç Hedef Kitle:** Hedef kitle ve potansiyel hedef kitleye yapılmayan kurum içi örgüte, paydaşlara, ortaklara yapılan kurum içi merak edilenlere, sorunlara çözüm yolu getirilen ve kurum içindeki değişimlere yer verilen dergilere iç dergi planlaması ismi verilir.

Dergi çıkarmak konusu kadar, dergilerde yer edinmekte hedef kitle açısından önemlidir. İster aynı alanda ister alan dışı dergilerde yer edinilmesi hedef kitlenin diğer dergilerde kuruluş ile ilgili bilgilere ulaştığında hedef kitlenin kuruluş karşısındaki karşılıklı güven daha da gelişecektir (Hazar, 2009, s.64).

1.5.2.6. Yıllık

Yıllıklar, kuruluşun bir yıl çalışma yılı içerisinde yapılan önemli işlere, organizasyon yapısındaki değişmelere, örgüt içi atamalara, kurum içi istatistiklere yer verir. Ayrıca yapılacak işleri, projeleri kuruluş imajını ve idare şeklini kurum içi ve kamuoyu ile paylaşır (Çamdereli 2005, 91),

Yıllık, basılı araçlar içerisindeki en az okunan araçtır. Çünkü bazı kişiler yıllık raporlarda bahsedilen bilgilere güvenirken bazı kişiler ise yıllıkların yönetimin idaresinde olduğunu yönetimin yıllıkların içerisinde abartılı bilgiler verdiği görüşündedirler. Yıllıklar kurum ve kuruluşun vitrini vazifesi görür. İlk olarak kurum personellerine hitap ederken, aynı zamanda basın mensuplarına, paydaşlara, müşterilere hitap etmektedir.

Yıllıkların içerisinde iletilen mesajların ve bilgilerin doğru bir şekilde verilmesi yıllık içerisinde tablo ve resim gibi unsurların etkili bir şekilde abartıya kaçılmadan verilmesine dikkat edilmelidir.

Birçok kurum ve kuruluş yıllıkları sosyal konular hakkında bilgi alışverişinin sağlandığı bir forum gibi kullanmaktadır. Yıllıkların yazımında iki yol vardır. Kurum içi hedef kitleye göre yazılanlar ve kurum tarafından bir ajansla anlaşma yapılarak ücret karşılığında yazdırılanlardır. Yıllıkların yazım aşaması bittikten sonra nereye ve kime

dağıtılacağı konusunda etkili bir planlamanın yapılması gerekmektedir (www.megep.meb.gov.tr, 2020).

1.5.2.7. Mektup

Hedef kitle ve elbette potansiyel hedef kitleye bilgilendirme ve tanıtım yapmak, isteklerini iletmek tarzında temalarda yazılan kaynak ile alıcı arasındaki iletişimi devamlı hale getiren bir halkla ilişkiler aracıdır. (Hazar, 2009, s.77).

Hedef kitlenin kendisine özel olarak ulaşması ve iletişim araçlarına göre daha çok bireysel bir öneme sahip olan mektup, oldukça önem taşımaktadır (Sabuncuoğlu, 2010, s.176).

Mektupta açık ve samimi bir dil kullanılması ve bahsedilen önemli konuların alıcıya sıkmadan iletilmesi gerekir. Ayrıca, alıcının beklentilerini karşılamalı ve konu hakkında geri bildirim isteniyorsa zaman mutlaka belirtilmelidir (Peltekoğlu, 2012, s.277).

1.5.2.8. Afiş ve Pankart

Sadece belirli bir kitleye odaklanmayan afişler, halkla ilişkiler organizasyonlarında tek yönlü iletişim sürecine sahip olan ve kuruluş hakkında ilgi uyandırarak etkileşim yaşamalarına şans verir (Gürüz, 1993, s.103).

Görsel unsurlara, yazı tipine, yazı boyutuna ve vurgulanacak mesajın niteliklerine dikkat edilmelidir. Afişlerde verilecek mesaj tasarım ile bütünleşmelidir. Kullanım şekline göre iç mekân ve dış mekân olmak üzere iki türe sahiptir. Tahsis edilen yere göre iç mekânda bulunan afişler genellikle küçük ölçekte oldukları fakat daha yakından ve uzun süre bakılabildiği görülmektedir. Dış mekânda bulunan afişler için ise iç mekân tasarımına göre daha büyük ölçekli olmakta fakat kısa süreli ve uzaktan bakılmaktadır. Afiş tasarımlarında yazı unsurlarına az seviyede verilmesi, verilen düşüncenin slogan haline getirilmesi, afişlerde sadeleştirilmeye gidilmesi ve afişlerde kullanılacak renklerin göz alıcı bir şekilde yapılması ve afişte verilen ifadelerin sade bir biçimde sunulması, afişlerden alınacak sonuçların yükselmesini sağlayacaktır (Hazar, 2009, s.72-74).

Pankart, kuruluşun halkla ilişkiler organizasyonlarında içerisinde kısa mesajları barındıran hedef kitlenin etkileşim kurabileceği yerler olan ilan yerlerine, duvarlara yerleştirilen veya mağaza vitrinlerine duyuru niteliğinde olan çalışmalardır (Gürüz, 1993, s.104).

Pankartlar bulundukları mekâna şekline göre iç veya dış mekân olmak üzere iki türü bulunmaktadır. İç mekânda bulunan türde genellikle afiş niteliği bulunmaktadır. Fakat maliyet bakımından afiş göre daha ucuz üretilmeleri ve afişe göre daha sade olmalarından dolayı tercih edilmektedir. Dış mekânda bulunan türde ise hedef kitleye yönelik tekrarlama şekli bulunmaktadır. Yani dış mekân pankartları hedef kitlenin yoğun olduğu mekanlarda ve hedef kitlenin sürekli olarak geçeceği yerlere konuşlandırıldığı için aynı yolu her zaman yürüyen bir kişi bu pankartı her gün görecektir. Fakat hedef kitlenin pankartlardan etkili bir etkilenmesi söz konusu değildir. Asılan pankartlardan hedef kitlenin hızlı geçişleri veya baktığını algılamaması pankartların halkla ilişkiler aracı olması işlevini düşürmektedir. Pankartlar etkili bir şekilde futbol müsabakalarında yüksek seviyede kullanıldığı görülmektedir (Hazar, 2009, s.75).

1.5.3. Görsel ve İşitsel Araçlar

Görsel ve işitsel araçlar halkla ilişkiler araçları bakımından etkin ve işlevsel araçlar olduğu söylenebilir. Yazılı ve basılı araçlara göre görsel ve işitsel araçlar insanların duyu organlarına hitap etmektedirler. Bu da insanların düşünce ve tavırlarını etkilemesi bakımından yazılı ve basılı araçlara göre daha fazla olduğu belirtilmektedir.

Bu başlık içerisinde işitsel olarak radyo hem işitsel hem de görsel işlevi bulunan televizyon, yine görsel ve işitsel işlevi olan internet, bulunmaktadır. Bu araçlar halkla ilişkiler çalışmalarını destekleyici özelliği taşımaları hem görsel ve hem de işitsel ögelerin kullanılması, iletişim süreçlerindeki zaman kaybının önüne geçmeleri, verilen mesajların daha çekici ve farklı bir şekilde sunabilmeleri ve hedef kitleye daha çok güven sağlamaları gibi avantajları bulunmaktadır (Hazar, 2009, s.104).

1.5.3.1. Radyo

Diğer araçlara göre ucuz olan radyoda halkla ilişkiler çalışmalarının sık sık duyurulması bakımından sürekli başvurulmaktadır. 1960 yılından sonra televizyonun hayatımıza

dahil olmasıyla birlikte etkinliğini kaybetmiş gibi dursa da aslında bazı alanlarda halen etkinliğini sürdürmektedir (Alikişioğlu, 1999, s.107).

Her 100 kişiye 16 radyo alıcısı düşen ülkemizde radyo halkla ilişkiler açısından oldukça önemli bir iletişim aracıdır (Asna,1974, s.164)

Radyo yayınlarında verilecek mesajın ne zaman verileceği oldukça önem taşımaktadır. Radyo yayıncılığı yapan kuruluşlar zaman çizelgeleriyle farklı etki kademelerine göre fiyat belirleyerek zaman seçiminde kolaylık sağlamışlardır. (Asna,1974, s.170).

Radyo, televizyon ve internet sayesinde eski zamanlara göre etkisi azalmış olsa da halen geniş bir dinleyicisi bulunmaktadır. Radyo vasıtasıyla verilecek bilgiler kısa sürede ilgili hedef kitleye iletilebilir. Diğer görsel ve işitsel araçlara göre maliyeti düşüktür.

Radyolar çoğu zaman çalışırken, dinlenme sırasında veya yolculuklar sırasında dinlenildiği görülmektedir. Bundan dolayı radyo bir uğraş sırasında kullanılması diğer görsel ve işitsel araçlara göre daha çok kullanılmaktadır. Gazete okurken veya televizyon seyrederken öte taraftan başka bir uğraşımızı gerçekleştirmekte oldukça zorlanırız. Fakat radyo dinleme esnasında başka bir uğraş gerçekleştirilebilmektedir. Radyonun bu özelliği sayesinde diğer araçlardan farklı bir öneme sahip olmaktadır ve kendisini sürekli takip eden kitleye alışkanlık ve güven duygusunu vermesi faaliyet kapsamını artırmaktadır.

Radyoda iletilen mesajları kaçıranlar, radyoda iletilen mesajların sık tekrarlandığı için mesaja tekrardan ulaşabilecekleri gibi, iletiyi daha önceden almış kişiler ise bu iletiler hakkındaki düşünceleri pekiştirilmesi sağlanılmaktadır. Radyolarda dinleyicilerinin dikkatini çekmek adına verilecek mesajların kurgulanmasına da dikkat edilmesi gerekmektedir (Hazar, 2009, s.104).

1.5.3.2. Televizyon

Hem işitsel hem görsel araç olarak kullanılan hedef kitle bakımından çok fazla kitleye sahip olan televizyon kuruluşların alakalı hedef kitle ve potansiyel hedef kitleye mesaj aktarımında televizyonu seçmelerine neden olmuştur (Okay ve Okay, 2002, s.147).

Halkla ilişkiler bakımından televizyon, kurum ve kuruluşun geniş ve dağınık hedef kitlelerle etkileşime geçilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Hem görsel hem de işitsel işlevi bulunmasından dolayı izleyiciler üzerinde yüksek bir etkisi olan ve izleyiciye iletmiş olduğu mesaj kurum ve kuruluşa karşı duygusal bir yakınlık doğurması açısından önemli bir araçtır.

Günümüzde teknolojik gelişmeler ışığında televizyonlarında gelişmesi bunun yanı sıra bilgisayar, Xbox, Play Station, gibi interaktif araçların ortaya çıkması ve bu araçların televizyon ile entegre edilmesi, televizyonun sadece iletileri alıcısına ulaştıran araç görünümünden çıkarak kitlelerin televizyonu farklı bir biçimde kullanma şansını da vermiştir. Bu şekilde pasif izleyici olan kitle yerini bir bakımdan aktif izleyici rolüne bırakmıştır.

Yerel, ulusal ve uluslararası ölçekte dünyanın bütün bölgelerine ulaşabilen televizyon, kuruluşların hizmeti veya ürünü hedef kitleye tanıtmak için hedef kitlenin sahip olduğu özelliklerini, televizyon yayınlama şartlarını hesaba katarak halkla ilişkiler çalışmalarının planlaması gerekmektedir. Diğer araçlara göre daha fazla maliyeti bulunduğundan televizyon programları yanlış kullanımda var olan kuruluş imajını olumsuz bir yöne çekip zedeleyebilir (Hazar, 2009, s.106).

1.5.3.3. İnternet

Çağımızın bilgiye hızlı ve en kolay bir şekilde ulaşma bakımından halkla ilişkiler en önemli yere sahiptir. Küresel çapta ortak bir dil kullanarak birbiriyle etkileşim halinde bulunan bir bilgisayar ağıdır (Peltekoğlu, 2012, s.276).

We Are Social Ekim 2019 İnternet, mobil kullanıcı ve sosyal medya istatistikleri şöyledir:

- Dünya üzerinde 4,47 milyar internet kullanıcısı vardır ve bu dünya nüfusunun %58'ini kapsamaktadır.

- 3,72 milyar internet kullanıcısı sosyal medya kanallarına üyeliği bulunmaktadır. Bu da dünya nüfusunun %48'ini kapsamaktadır.

- Dünya üzerinde 5,15 milyar mobil kullanıcısı bulunmaktadır ve bu dünya nüfusunun %67'si kapsamaktadır.

- 3,66 milyar mobil cihazından sosyal medya kullanmaktadır ve bu dünya nüfusunun %47'sini kapsamaktadır (www.slideshare.net, 2019)

Verilen istatistiklere göre dünyada 4,47 milyar kullanıcısı bulunan internet; radyo ve televizyon gibi iletişim aracıdır. Hem işitsel hem görsel unsurlara yer verilen internette günümüzde insanlar ihtiyaç duyduklarında anında erişebildiği içerisinde birçok konular barındıran hızlı ve ucuz bir iletişim aracıdır. Dünyanın yarısından fazlası internet kullanıcısı olduğundan dolayı internet ortamında var olan bilgilerin güvenirliliğini azaltmaktadır. İnternette doğru bilgiye ulaşmak için kaynaklarının gösterilmesi gerekmektedir. Kurum veya kuruluş adına yapılan araştırmalarda bilgilerin güvenirliliğine dikkat edilmezse kurum ve kuruluşun imajını kötü yönde etkileyebilir (Hazar, 2009, s.133).

1.5.4. Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri

Medya, kurum ve kuruluşların hedef kitlelerine zaman ve mekân fark etmeksizin mesajlarını iletebilecek işleve sahiptir. Halkla ilişkiler faaliyetleri iyi organize edilse bile ilgili hedef kitlelerine ulaşıp mesajlarını iletemiyorsa yapılan faaliyetlerin önemi kalmamaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde güven ve desteğin alınması ve sürekliliğin sağlanabilmesi için medyadan yararlanarak hedef kitleye ulaşılması gerekmektedir. Bundan dolayı medya, halkla ilişkiler çalışmaları için önemli bir tanıtım işlevi olarak görülmektedir (Davulcu vd. 2017, s.56)

1.5.4.1. Basın Bülteni

Basın bülteni, bir kuruluşun, hedef kitleye duyurmak istediği tüm bilgileri içine alan bilgi ve haberlerin bulunduğu ve bunu basın kuruluşlarıyla da paylaşarak hedef kitleye duyurulması için hazırlanan tüm çalışmalardır (Dicle, 1979, s.37).

Basın bültenleri hazırlanırken belirlenmiş tek harf karakter şekli ve yazı boyutuna dikkat edilmelidir. Bültende kurum veya kuruluşun logosu bülten kağıdının ortası veya sol üst köşeye gelecek şekilde konumlandırılmalıdır. Kurum veya kuruluşun iletişim bilgileri bülten metninin sağ altında ya da altın ortasında konumlandırılmalıdır. Kurum

ve kuruluşun antetli kâğıdı bulunuyor ise bu kâğıdın kullanılması yararlı olacaktır. Bu şekilde bülteni hazırlayan kişiye, kuruma basın mensupları kolayca ulaşabileceklerdir.

Basın bültenlerinde haber metinlerinde olduğu şekilde verilecek bilgilerin giriş, geliş ve sonuç bölümlerinin olması gerekmektedir. Giriş bölümünde basın bültenin oluşturulma amacı hakkında özet bilginin olmasına dikkat edilmelidir. Giriş bölümünde yer verilecek dikkat uyandıran ifadeler, basın mensuplarınca iletilen konunun haber yapılması konusunda metne daha ilgili bakmasına yol açabilecektir. Gelişme bölümünde ise verilen mesaj detaylı bir şekilde verilmeli; gerçekleştirilecek faaliyetler hakkında geniş bir bilgiye sahip olmalıdır. Sonuç bölümünde ise verilen mesaj bağlanmalı; belirlenen hedef kitleye yapılacak çağrıyla, dileklerle, daha sonra planlanan benzer konular hakkında kısa bir bilgiyle ve bildiri ile sonlandırılmalıdır (Davulcu vd. 2017, s.64)

1.5.4.2. Basın Toplantısı, Basın Konferansı, Basın Resepsiyonu

Basın toplantısı medya ile etkileşim kurulurken en çok kullanılan araçlardan birisidir. Görsel ve işitsel olarak basın kuruluşlarına düzenlenen Basın mensuplarına kuruluşun önemli gördüğü bilgileri iletmek adına yapılan halkla ilişkiler çalışmasıdır. Basın bültenlerinin yetmeyeceği durumlarda kuruluşun halkla ilişkiler uzmanları tarafından basın toplantısı planlanarak basın mensuplarıyla iletişim halinde olurlar. Kuruluş tarafından ürün ve hizmeti tanıtma amacıyla da yapılabilmektedir (Gürüz, 1993, s.65).

Basın toplantılarında basın mensuplarının not alabilmeleri için kalem ve not defterlerinin halkla ilişkiler birimi tarafından planlanan bütçelerine uygun olacak şekilde hazırlanarak hediye edilmelidir. Kurum ve kuruluşun mal üretiyor ise üretilen ürünlerin örneklerini basın mensuplarıyla paylaşabilir. Toplantıya şehir dışından katılan basın mensupları var ise kurum ve kuruluşun bu problemini de gidermesi gerekmektedir. Basın toplantıları için seçilecek salonun niteliği de önemli bir yere sahiptir. Konuşmacıların ilettiği mesajları rahat bir şekilde duyabileceği ve soru yöneltebileceği şekilde oturma düzeni organize edilmelidir. Bir diğer konu ise basın toplantısının planlanan zamanda başlayarak planlanan zamanda sonlandırılmasına dikkat edilmelidir. Toplantılar kısa ve öz tutulmalıdır (Davulcu vd. 2017, s.61).

Medyaya merak edilenleri cevaplayarak bilgi vermek amacı bulunan basın konferansları çeşitli şekillerde olabilir. Basın konferansında ürün veya hizmet tanıtılabilir ya da kurum veya kuruluş yöneticisi konferans organize edebilir. Kokteyl, yemekli organizasyon ve yuvarlak masa toplantısı biçiminde olabilir (Tortop, 2003, s.75)

Basın konferansından daha düzenli ve planlı olan, basınla ilişkileri arttırmak adına basın resepsiyonları düzenlenir. Resepsiyon hazırlıklarına daha erken başlanır. Basın resepsiyonu genellikle basın toplantısı olmadan da düzenlenebilir. Basın toplantısı sonrasında kuruluş yöneticileri ve halkla ilişkiler uzmanları tarafından basın kuruluşu görevlilerini misafir etmek amacıyla verilebilir (Gürüz, 1993, s.46).

1.5.4.3. Basın Gezisi

Basın gezisi, örgütün basınla olumlu ilişkiler kurmaları, basında yer almaktan ziyade, basını bilgilendirirken olumlu ilişkiler geliştirmektir. Basın gezileri, açılış, ürün ve hizmetin tanıtımı sebebiyle kuruluşun üretim merkezi gibi tesislere yapılabilir.

Düzenlenen basın gezisinin başarılı olması için; kuruluşun basın gezisi organizasyonunu düzenleyeceği ilgi çekici bir konusunun olması, kuruluş imajına yönelik olması, katılımcıların yöneticilerden oluşması, programın tüm detaylarıyla planlanması, basın mensuplarına teknik imkânların sunulması gerekmektedir (Okay ve Okay, 2002, s.106). Bu bağlamda kurum ya da kuruluşun halkla ilişkiler birimleri gezide görev alacak görevlileri, gezinin başlama ve bitiş zamanını, gezi programının da dahil olduğu davetiyeleri, gezi anında dağıtımı yapılacak olan basın dosyalarını gerçekleştirmekle sorumlu olmalıdırlar. Basın gezisi sonlandırıldığında basın toplantılarında olduğu gibi yemek veya kokteyl şeklinde ayakta sunulacak ikramların organizasyonunu planlamak, basın mensuplarına kurum ve kuruluşla ilgili olan hediye ve promosyonları vermek, basın mensuplarıyla kurulacak ilişkilerin yükselmesi bakımından önem arz etmektedir. Halkla ilişkiler birimi tarafından yapılan gezi organizasyonu ile ilgili bir metin hazırlayarak basın mensuplarına dağıtması, kurum veya kuruluş hakkında haber yapma şansını artıracaktır (Davulcu vd. 2017, s.63).

1.5.4.4. Röportaj

Basın kuruluşları, kurum ve kuruluş hakkında merak edilenleri veya belirli bir konuda bilgi toplamak istediklerinde, kurum ve kuruluş yöneticileri yanı sıra röportaj

yapabilecek düzeyde olan temsilciyle yapılan görüşmeleri kapsar. Görüşme başlamadan sistemli ve eksizsiz bir hazırlık yapılmalı ve sorulan sorulara karşı bilgilendirici ve açık bir dil ile cevap verilmelidir (Biber, 2006, s.100-101).

Basın kuruluşları röportajı yüz yüze gerçekleştirebilecekleri gibi zaman zaman telefonla da gerçekleştirebilmektedir. Telefon ile yapılan görüşmelerde konunun dışına çıkılmamalı, gereksiz bilgiden kaçınılmalıdır. Gereksiz ve yanlış bilgi verildiği anlarda basın kuruluşu tarafından yayın organlarında konu olunabilir (Okay ve Okay, 2005, s.115-118).

İKİNCİ BÖLÜM

BELEDİYE YÖNETİMLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

2.1. Belediye Yönetimlerinde Halkla İlişkilerin Önemi

Halkla ilişkiler, kâr amacı gözetmeksizin hizmet sektöründe yer alan kamu kuruluşu belediyelerde, tanıtma, hedef kitlenin memnuniyet düzeyine göre hizmet stratejilerine yön verme açısından önemlidir. Kurumun sunulan hizmet ile ilgili hedef kitleden geri bildirim alması gerekmektedir. Halkla ilişkiler çalışmalarıyla belediye ile hedef kitle arasında iletişimi sağlanabilir (Özüpek, 2013, s.30).

Belediye yönetimleri hizmet ettiği hedef kitle ile etkileşim halinde olurken onların güvenini ve desteğini almak için iki yönlü iletişime dayalı olan sistemli ve sürekli çalışmalardır (Yalçındağ, 1986 s.133)

Amacı halka hizmet götürmek olan belediyeler hedef kitlenin hizmete katılım sağlayabildiği zaman başarı artacaktır. Katılım sağlanabilmesi için iletişim araçlarını kullanarak doğru iletişim kurulması, hedef kitlenin bilgilendirilmesi, hizmetin benimsetilmesi, yönetim ile alakalı olumlu imaj yaratılması, yapılacak hizmetler için hedef kitleden bilgi alınması, gerektiğinde bilgi verilmesi, hedef kitlenin talepleri, istekleri, şikâyetlerinin bilinmesi gerekmektedir. Bu da halkla ilişkiler çalışmalarıyla mümkün olacaktır (Sezgin, 2007 s.142- 143).

Hedef kitle ile belediyenin arasındaki etkileşim kurmasını sağlayan halkla ilişkiler, hedef kitle ile belediye arasındaki çalışmalarının hedeflerini şöyle özetlenebilir:

a) Yönetimin yaptığı çalışmaları hakkında hedef kitleyi bilgilendirmek,
b) Yönetimin hedef kitleye yapılacak işleri açıklamak ve hedef kitlenin anlamasını sağlamak,
c) Yönetimin yapmış olduğu çalışmalarla alakalı geri bildirim sağlanarak çalışmaların seyrine etki etmek,

d) Çalışmaların çok daha fazla ve etkin bir şekilde hedef kitleye duyurulması ile alakalı yönetime öneride bulunmak,
e) Hedef kitlenin taleplerini, isteklerini, şikâyetlerini almak halkla ve yönetim arasında halkı temsil etmek,
f) Yönetimin basın mensuplarıyla nasıl bir ilişkiye gireceği konusunda eğitmek (Wilcox ve Cameron, 2009, s.486).

Bu bağlamda belediyelerin yapacağı çalışmalarda halkın talep ve isteklerine, halka dönük strateji belirlemelerine ve halkla ilişkiler olmadan ulaşamaz. Ayrıca halkla ilişkiler halk ile belediye arasında köprü görevi görmektedir. Halkla ilişkiler, belediye yönetimi için olmazsa olmazlardandır (Özüpek, 2013, s.32).

2.2. Belediye Yönetimlerinde Halkla İlişkilerin Amacı

Belediye yönetimleri hedef kitle tarafından imajının yükselmesi, hedef kitle tarafından güven ve desteğin oluşması önemlidir. Halk ile yönetim arasında karşılıklı yarara dayalı bir etkileşim olmazsa yönetim yapmış olduğu çalışmaları yürütemez (Ertekin,2000, s.202). Bu bağlamda belediye yönetimi hedef kitle tarafından imajının yükselmesi, hedef kitle tarafından güven ve desteğin oluşmasında halkla ilişkiler amaçlarından faydalanılmaktadır.

Tortop'a göre yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin 4 ana amacı vardır:

a) Yönetimin stratejilerinden ve günlük yapılan çalışmalardan halkı bilgilendirmek.
b) Yönetim halkı ilgilendiren mutlak kararları almadan önce, mühim projeler hakkında halkın fikirlerini alma olanağı tanımak.
c) Yönetim bünyesindeki vazife ve mesuliyetleri hususunda halkı aydınlatmak.
d) Yönetime katılma ve vatandaşlık bilincinin telkin edilmesi ve yükseltilmesini sağlamak (Tortop, 2000, s.153)

Yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda yönetimin kararlar almasında, halkın belirlediği hizmet bakış açısının oluşmasında, halkla ilişkiler birimi yönetimde büyük bir boşluğu doldurduğu söylenebilir. Halkla ilişkiler biriminin; aktif, etkin ve doğru stratejilerle halkın gözünde yönetim imajının yükselmesi ve desteğinin kazandırılması

için yapılan çalışmaların daha doğru ve aktif şekilde yapılmasına imkân verecektir (Tarhan ve Bakan, 2013, s.30)

2.3. Belediyelerde Halkla İlişkilerin İlkeleri

Belediyeler için halkla ilişkiler faaliyetlerin sağlıklı ve sağlam temellere oturması oldukça önemlidir. Halk her kendi oyu ve seçimi ile göreve gelen, mali kaynaklarını kendisinden alan belediyelerden hizmetin en iyisini beklemektedir. Bunun sağlanabilmesi için de halk ve belediye arasında karşılıklı sevgi ve güvene dayalı iletişimin olması gerekmektedir.

2.3.1. Bütünlük

Anayasamızın 123. Maddesinde yerel yönetimlerde bütünlük ilkesine değinilmiştir. Maddenin içerisinde "İdare, kuruluş ve görevleriyle bir bütündür ve kanunla düzenlenir" ifadesine yer vermektedir. Politika ve uygulamaların yerel ve merkezi yönetim kurumları arasında bir bütünlük düşüncesinde olmaları gerekmektedir (Acar,1993,81). Merkezi yönetimin, yerel yönetimlerin yapmış ve yapacağı bütün işlerden haberdar olması durumunda yerel yönetime karşı maddi ve manevi yardımını ve desteğini daha etkin biçimde alacaktır. Kendi içerisinde de bütünlük ilkesine bağlı olması gereken yerel yönetimler, yönetim içerisinde çalışan bütün görevliler ve seçimle gelmiş yöneticilerin hepsi bütünlük ilkesi içerisinde davranmalı ve devamlı etkileşim halinde bulunmalıdırlar (Akçakaya, 1999, s.82).

2.3.2. Katılım

Halkın katılımı sadece belirli periyotlarda gerçekleşen belediye başkanlık seçimi ve belediye meclisi üyeleri seçimlerinde bağlı kalmayarak, yönetimin tüm çalışmalarında katılımı gözeten bir halkla ilişkiler anlayışı olarak kabul edilmesi gerekmektedir (Acar, 1993, s.88). Belediye ve diğer yerel yönetimlerin aldığı kararları mesuliyet bilinci içinde takip edip, denetleyip, izlemesi katılım sürecinin meydana gelmesi ve sürecin ilerletilmesinde belde halkının önemi çok yüksektir (Acar, 2002, s.183). Bu yüzden belediye yönetiminin halka hemşerilik hissini empoze etmesi için çalışma gerçekleştirmeleri sağlanmalıdır.

Katılım ilkesi vatandaşlara empoze edeceği mesul ve şehirli olma şuuru şehirleşme yolunda pozitif yönde katkı sağladığı belirtilmektedir. Vatandaşlar tarafından katılım ilkesinin yönetime katılma ve vatandaş özgüvenine katkıda bulunma fikirleri de kişisel gelişim aşamalarına pozitif bir açıdan etkilediği görülmektedir. Katılım ilkesinin katacağı farklı bir pozitif yönü ise belediye çalışmalarını halkın benimsemesidir. Vatandaşların katılım sürecinin içinde bulunan bir idare anlayışının sağlanmasıyla birlikte yönetim tarafından gerçekleştirilen uygulamalar halk tarafından desteklenmesini, özgüven ve halkın beraber yaşama algısını sağlamlaştırmak gibi davranışları da sağlanmış olacaktır. Bir bakımdan belediyede oto kontrol mekanizmasının daha etkin ve pro aktif bir şekilde sağlanabilmesi hususunda katılım ilkesi önemli rol oynamaktadır (Zeren ve Özmen,2010, s. 166).

2.3.3. Tutarlılık

Bir belediyenin vatandaşlara aksettirdiği ifadelerle yine aynı belediyenin yapmış olduğu çalışmaların arasındaki tutarlılığın ne düzeyde olduğuna ilişkin sorgulamayı sağlamaktadır. Tam anlamıyla tutarlılığa baktığımızda belediye yönetimin kendisi tarafından açıkladığı vizyon ve misyonları ile gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar arasında tam olarak olmasa da büyük çoğunlukta örtüşme olması gerektiği belirtilmektedir (Acar, 2002, s.195).

Öte taraftan tutarlılık, belediye yönetiminin vizyon ve misyonları ile bu vizyon ve misyonların belirleme, tasviri ve tanıtımı için belediye yönetiminden vatandaşa iletilen iletiler arasında bir uygunluk ve tutarlılık olması gerekmektedir. Başka bir deyişle, belediye yönetiminin yapısı, hizmet düşüncesi, kararları ve pratikleri konularında vatandaşlara yönelik ilettiği mesajların birbirleriyle tutarlı bir şekilde olması, çelişkili ve çatışan bir düzeyde olmaması gerekmektedir (Acar, 2002, s.195).

Son olarak belediye yönetimlerinin halkla ilişkiler unsur, amaç ve stratejileriyle bunları uygulamak amacıyla kullanılan araç ve metotların kendi arasında bağdaşan bir şekilde olması ifade edilmektedir (Acar, 2002, s.196).

Güncel bir ifadeyle tutarlılık ilkesi, belediye bulunan halkla ilişkiler, belediye idaresi plan ve stratejilerine yönelik geliştirilen ifadelerle alınan kararlar ve stratejiler, planlanan iletiler ve bu iletilerin gönderiminde faydalanacak araç ve usullerin birbiriyle

uyumlu ve birbirini destekler şekilde olması belirtilmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013 s.39).

2.3.4. Süreklilik

Belediye idari birimlerindeki personel ve idareciler tarafından birlikte üretilen ve vatandaşa iletilen iletilerin düzenli ve tutarlığının yanında farklı zaman sekanslarında düzen ve uyumu önemlidir. Belediye yönetimlerindeki halkla ilişkiler ilkelerinde bulunan tutarlılık ilkesi, belediye yönetimlerindeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarısının, bu hususta yapılan çalışma ve iletilerin devamlı olarak arz etmesiyle yakından ilişkili olduğuna değinilmektedir (Acar, 2002 s.196).

Halkla ilişkilerin birçok organizasyon ve uygulamalarının uzun bir zamanda alınabilen bir sonuca sahiptir. Birtakım durumlarda belediye yönetimi ve vatandaş arasındaki güvenin oluşması, uzun vadedeki ilişkilerin ve etkinliklerin sonucunda oluşmaktadır (Göksel, 1988 s.1). İletinin veya organizasyonun devamlı olarak tekrarlanması ve devamlı olarak sürdürülmesi vatandaşların dikkatini tetiklemesini de sağlar. Vatandaşa verilmek istenen iletilerin birebir veya farklı iletişim araçlarından devamlı olarak tekrarlanması ve benzer bir şekilde gönderilmesi gerekir (Önal, 2000 s.34). Bu halde gündemde yer etmeyi de bir araya getirir. İnsan psikolojisinde bilindik etkisinin önemli bir yeri vardır. Bir kere iletilen mesajın insan belleğinde yer etmesi zorken, birkaç kez karşılaşılan iletilerin hafızada kalıcı olarak yer etmesi daha olasıdır. İletilerin iletilen kişilerin hafızasında yer etmesi ve unutmaması için süreklilik ilkesi gereklidir. Bu anlamda iletilen mesajların sürekli olarak tekrarlanması öne çıkmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamalarını yürüten kişinin mesajı gönderirken sabırlı olması gerekir.

2.3.5. Dürüstlük

Belediyelerde vatandaşa iletilen mesajlar doğru ve gerçek bir biçimde sunulması sayesinde belediye ve hedef kitle arasında güvene dayalı bir zemin oluşturacağı için dürüstlük ilkesi oldukça önemlidir. Çalışmaların ve verilen hizmetlerin doğruluk ve gerçekten uzak olması hedef kitle tarafından belediyelerin kendilerinden sakladıkları ya da gizledikleri şeylerin var olduğunu düşünebilirler. Yönetim ve halk arasında yapılan hizmetlerin gerçek ve kamu lehine yönelik yapıldığına inanılıyorsa hedef kitleye gerçek

ve doğru mesajların iletilmesi sayesinde yönetim hedef kitlenin desteğini alacaktır (Asna, 2012, s.109).

Hedef kitleyi başka yöne çekmek yerine, yönetimin imajını ve ikna ediciliğini muhafaza etmesi için hedef kitleyi bilgilendirirken dürüstlük ilkesinden şaşmamak gerekir (Çamdereli, 2000, s.23).

Dürüstlük ilkesi halkla ilişkiler bakımından kurumun itibar görmesinden çok etik değerler bakımından olması gerekendir. Temeli gerçek ve doğruluk olmayan bir zihniyet kısa sürede hissedilmese de uzun sürede büyük kayıplar verecektir.

2.3.6. Etkili, Verimli ve Yeterli Hizmet

Etkili ve verimli hizmet gerçekleştiremeyen belediye yönetimlerinin uzun vadede pozitif bir şekilde etki oluşturması ve hedef kitlesine kabul ettirmesi olanaksızdır. Bu açıdan belediye yönetimleri, vatandaşların istekleri ve ihtiyaçları yönünde kaynak ve olanaklarını en üst düzeyde kullanarak yerinde ve nitelikli hizmet gerçekleştirmeleri ve bunu sağlayacak organizasyonu ve stratejilerini bu yönde planlaması gerekmektedir. Halkla ilişkiler çalışmalarının başarısının büyük bir ölçekte etkili, verimli ve yeterli hizmet gerçekleştirmesinden geçtiğini anlayarak bu konuda çalışmalara haiz olmalı ve belediye yönetiminin geliştirilmesinde etkili hizmet üretiminde belediye birimlerinden olan halkla ilişkiler çalışmalarından istifadeyi ilke edinilmelidir (Acar, 1993, s.83- 84).

Etkin bir halkla ilişkiler organizasyonunda vatandaşlardan yönetime iletilen talep, istek ve önerilerin incelenmesi ve yönetimin örgütsel yapısıyla hizmet stratejisine etki etmesi gerekir. Bu açıdan yöneticiler aracılığıyla yönetimin geliştirilmesi kurumsal verimlilik ve etkinliği oluşturulması süreci konusunda yorumlanmalı, halkla ilişkiler bu hedefin bir aracı olarak istifade edinilmelidir (Yalçındağ, 1996, s.33).

Belediye yönetimlerinde halkla ilişkiler konusunda sunulan etkin ve verimli hizmet ilkesinin birbirleriyle bağlantılı iki ayrı yönü bulunmaktadır (Acar, 2002, s.184). İlk olarak kamu veya özel, mikro veya makro ölçekteki örgütlerin birçoğunun hizmet ettikleri ve etkileşimde bulundukları şahıs ve kurumlar yanında uzun vadede pozitif değerlendirmeler oluşturabilmeleri, orta ve uzun zamanda çevrelerince kabul edilmesi, bu kuruluşların etkin ve verimli mal veya hizmetlerin gerçekleştirilmesinde kusursuz bir çalışma yapmalarına bağlıdır. Bundan ötürü halkla ilişkiler çalışmalarında başarıyı elde

etmeyi amaçlayan belediye yönetimlerinin elinde bulunan kaynakları verimli ve etkin bir biçimde kullanmak amacıyla vatandaşların talep ve istekleri konusunda etkili ve verimli hizmet gerçekleştirilmesi hususunda sürekli ve sık bir çalışma gerçekleştirilmesi gerekmektedir. İkinci olarak belediyenin bir idari fonksiyonu olan halkla ilişkilerden etkin ve verimli hizmet gerçekleştirilmesi konusunda yararlanılması olanağı sağlanmalıdır. Yönetim işleyişinin ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi, geliştirilmesi halkla ilişkilerin amaçları içerisinde bulunmaktadır. Bilgi vermenin halkla ilişkilerde farklı bir hedefiyse yönetim tarafından vatandaşların bilgi ve görüşlerine açması ve yönetimin iyileşme ve geliştirilmesini önceden kabul etmesidir (Uysal-Sezer, 1996, s.65).

2.3.7. Kişisel Yetkinlik ve Kurumsal Destek

Belediye yönetimlerinde çalışan belediye personelleri, idari personeller ve yöneticiler ve halkla ilişkiler çalışmaları için özellikle görevlendirilmiş personellerin halkla ilişkiler hususunda yeteri kadar donanım ve bilgi birikimine sahip olmasını ve vatandaşa yönelik çalışmaların gerektirdiği kurumsal organizasyonun ve desteğin önemini belirtmektedir (Alpöge, 1993, s.140-144).

Kişisel yetkinlik ve kurumsal destek ilkesini 2 farklı şekilde açıklanabilir. İlk olarak özel olarak halkla ilişkiler çalışmaları için tahsis edilmiş idareci ve personelleri başta olmak üzere belediye yönetimlerinde çalışan tüm belediye personelleri, idari personeller ve yöneticilerinin görev tanımına göre deneyim, bilgi ve yeteneği bulunanlar arasından tahsis edilmesini belirtmektedir (Acar, 2002, s.192). İkinci olarak sadece halkla ilişkiler çalışmalarında yer alan personellerin değil, belediyede görev yapan tüm personellerin halkla ilişkiler hususunda minimum bilgi ve donanıma sahip olması belirtilmektedir. Belediye personellerinin halkla ilişkiler konusunda bilgi ve deneyime sahip olmaları için belediye de görev yapan bütün personellerin katılımlarıyla halkla ilişkiler çalışmaları konusunda kurum içi eğitim verilmesi gerekmektedir (Özgür ve Azaklı, 2001, s.60).

Kurumsal destek, halkla ilişkiler çalışmalarında gereken maddi ve manevi desteğin alınmasını ifade eder. Halkla ilişkiler çalışmalarında gerekli olan kaynak, araç ihtiyaçlarının karşılanması ve belediye üst idarecilerinin halkla ilişkiler çalışmalarına destek vermesi oldukça önemlidir (Alpöge, 1993, s.138-139).

2.3.8. Kimlik

Halkla çalışmaları açısından bütün çalışmaların kimlik ilkesine göre tasarlanması gerekmektedir. Kimlik kavramını halkla ilişkiler perspektifinden 3 şekilde açıklanabilir: Çevre kimliği, kuruluş kimliği, çevre ve kuruluş etkileşim içerisinde bulunan ve gelişen vatandaşlık bilincidir (Acar, 2002, s.188). Şehrin tarihsel, demografik özellikler kültürel özellikler, jeolojik yapısı ve ekonomisine göre oluşan çevre kimliği bu faktörlere oluşur. Bu faktörlerle birlikte belediye ve vatandaşların ortak bir şekilde şehrin gelişmesi konusundaki çabaları halkla ilişkiler hedeflerinden biri olarak görülebilir (Özüpek, 2013, s.39).

Halkla ilişkiler çalışmalarıyla kuruluş kimliği arasında sürekli bir uyum ve etkileşim vardır. Belediyenin logosu, genel renkleri ve tasarımlarını oluşturan görsel unsurlarla birlikte kurum kültürü, kurumsal tasarım ve kurum anlayışını ile birlikte belirtilen faktörlerin birleşimi kuruluş kimliği ortaya çıkarmaktadır. Kuruluş kimliğine göre halkla ilişkiler stratejileri belirlenirken öte yandan halkla ilişkiler stratejilerinin nasıl olacağı konusuna ışık tutmaktadır (Özüpek, 2013, s.40).

Vatandaşlık bilincinin temeli aidiyet hissine bağlıdır. Aidiyet hissi yaşadığı yeri sahiplenme, şehrin vatandaşı ve hemşehrisi olarak onur duyma benzer faktörler bir araya gelerek oluşmaktadır. Aidiyet hissine sahip olan bireyler, yaşadığı çevrenin durumunu, derdini, sıkıntısını kendi sorunu gibi benimsemesi ve çözüm noktasında çare bulma yolunda çaba sarf etmektedir. Halkla ilişkiler çalışmaları ve stratejilerinde belediyelerin vatandaşlık bilincinin kazanılmasına hedef edinilmelidir. Vatandaşların belediye sorunlarının çözümü için belediye ile dayanışma içinde olması için bu koşulların sağlanması gerekmektedir (Özüpek, 2013, s.40).

2.3.9. Tarafsız ve Eşit Hizmet

Halkla ilişkiler çalışmalarında belediye yönetimlerindeki sık görülen olumsuz durumlardan biri de siyasi tarafsızlığın sağlanmasındaki zorluklardır. Belediye yönetimindeki karar unsurlarının seçimle görev başına gelmesi ve siyasi iradenin sonucu olduğu için belediye çalışmalarında tarafsız bir şekilde davranmayacağı kaygısı oluşturmaktadır. Kaygıların ortadan kalkması için yalnızca belediye karar organlarının yönetime gelmesinde oy sahibi olan kişilere değil de bir bütüne hizmet anlayışı içinde

olması dâhilinde bu kaygılar ortadan kalkacaktır. Aynı şekilde belediye çalışanları ve halkla ilişkiler görevlileri, belediye siyasi kimliğinin uzağında tarafsız hizmet anlayışı ile hareket etmeleri gerekmektedir (Acar, 1993, s.84-85).

2.3.10. Açıklık ve Saydamlık

Bilgi teknolojileri bakımından çağımızda yaşanan gelişmelerden dolayı halkın bilgiye erişme noktasındaki kolaylıklar görülmektedir. Bundan ötürü şeffaf belediye yönetim anlayışına sahip olmalıdır. Halk ile belediye arasındaki etkileşimde, belediye yönetimi tarafından iletilen bilgiler doğru ve açık bir şekilde iletilmelidir. Belediye vizyonu, organizasyon ve mali durumunu halka manipülasyon olmaksızın iletilmelidir. Halkın desteğinin ve güveninin kazanılması gerektiğinde belediye otokritik yapabilmelidir (Sabuncuoğlu, 2010, s.56). Belediye yönetiminin otokritik yapması ve halk ile olan iletişiminde açık olması durumunda halkın belediye yönetimine güveni artacaktır.

Halkla ilişkiler uygulamaları sadece belediye hizmetleri hakkında bilgi vermek ve tanıtımını gerçekleştirmek, halka belediye yönetimine veya belediyeye hayranlık duygusu aşılamak değildir. Belediyede bulunan halkla ilişkiler organizasyonunda belediyede gerçekleşen bütün gelişmeleri halka doğru ve dürüst bir biçimde aktarmak ve bu gelişmelerle alakalı halktan almış olduğu geri bildirimleri belediye yönetimine iletmektir. Belediyede gerçekleşen bütün gelişmelerin gerçeklerden kaçmadan halka iletilmesini sağlamak halkla ilişkiler biriminin belediyede bulunma sebeplerinden birisidir (Acar, 1993, s.85-86).

Özüpek'e göre, belde halkının gözünde şeffaf ve hesap verilebilir olması için geçmişte belediyeler "şeffaf kapı" veya "açık kapı" uygulamaları yapmıştır. Hatta makam odalarının halk tarafından izlenebilir şekilde olmalarını gerçekleştirmişlerdir. Böylece halk tarafından belediyede "kapalı kapılar ardında neler dönüyordur" şeklindeki söylemlerin biraz da olsa önüne geçmektedir. Bu şekildeki çalışmalar sayesinde belediyede gerçekleşen tüm çalışma ve organizasyonlardan her zaman bilgi sahibi olacak şekilde önlemler alınması takdirinde belediye hakkında doğabilecek tüm merak edilenlerin ve oluşabilecek güvensizlik ortamının önüne geçecektir (Özüpek, 2013, s.38-39).

2.3.11. İlişkiler, İletişim ve İletişimin İki Yönlülüğü

Belediye halkla ilişkilerinde yer alan bu ilke, belediye yönetimi ve çalışanlarının belde halkıyla girdiği iletişim biçimlerinde iki yönlü bir halkla ilişkiler anlayışının benimsenmesi gerektiğine ve halkla ilişkiler uygulamalarının protokol uygulamalarının bir boyutu olarak görülmemesi, basınla ilişkilerle eş değer tutulmaması ve salt iletişim konusu olarak algılanmaması gerektiğine dayanmaktadır. (Yalçındağ, 1996, s.31-35)

Halkla ilişkilerde kişi ya da kurum ile hedef kitle arasında bilgi alışverişi yani iletişim esastır. Bu bağlamda halkla ilişkiler faaliyeti çift yönlü olarak gerçekleşmektedir. Örgüt ile toplum arasında gerçekleşen iletişimde, iki tarafta birbirini etkilemelidir. Kamuoyunun bilgilendirmesiyle desteği sağlanırken, diğer 14 taraftan da kamuoyunun işletmeden beklenti ve tepkileri belirlenmektedir (İşçi, 2002, s.97). İki yönlü iletişim ile çift taraflı yararların sağlanması söz konusudur.

Halkla ilişkilerin iki yönlü olması, kurumun karşısında halkın pasif konumda kalmasına izin vermemesidir. Kuruluş, halkı farklı iletişim kanallarını kullanarak fikir, eylem ve düşünceye inandırmaya çalışır. Bunun karşılığında da halkın ne gibi bir tepki verdiğini anlamaya çalışır ve değerlendirir. Kuruluşun yaptığı çalışmalara halkın tepkisi kamuoyu Şeklinde meydana gelmekte ve kamuoyu, yönetimi bir şekilde etkilemektedir (Budak, 1995, s.161). İşletmeler halkla ilişkiler çalışmalarında, hedef kitle ile kurulacak iki yönlü iletişimde dürüst ve açık davrandıkları sürece hedeflerine ulaşabileceklerdir.

2.4. Belediyelerde Halkla İlişkiler Araçları

Belediye yönetiminin hedef kitlesini doğrudan halk oluşturmaktadır. Hedef kitleye ulaşmada ve etkileşiminde belediye yönetiminin en etkili aracı seçmesi hedef kitlenin istek, şikâyet ve düşüncelerini öğrenmede oldukça etkilidir. Aracın izleyici yapısı, eğitim durumu, gelir durumu, yaş, hedef kitlenin genel görüşleri bulunan demografik unsurlarla kişisel unsurlar, zihinsel yönelimler ve bu özelliklerin sosyal örgüt özellikleriyle uyumundan çıkan bilgileri içeren psikolojik özelliklerden oluşmaktadır (Oktay, 1996, s.61)

Halkla ilişkilerde iletişim, İç veya dış hedef kitleye yönelik, bireylerarası, kurumsal ve topluluk iletişimini; organizasyonun hedefine göre kurumu tanıtmaya veya hedef kitleyi

tanıma, analiz etme şeklinde olmalıdır (Yağmurlu, 2010, s.64). Halkla ilişkiler çalışmalarında seçilecek araç ve yöntemlerde önemli ölçü hedef kitleye erişmede en doğru ve maliyet bakımından en düşük iletişim aracını seçmektedir (Yayınoğlu, 2005, s.50).

2.4.1. Tanımaya Yönelik Araç ve Faaliyetler

Belediyelerde tanımaya yönelik araç ve faaliyetler kişisel başvurular, telefonla sorun çözme, beyaz masa uygulamaları, kamuoyu araştırmaları, personel geri bildirimleri, bilgi edinme kanunu, dilek ve şikâyet kutuları, CİMER ve Açık Kapı Projesi olarak sıralanmaktadır.

2.4.1.1. Kişisel Başvurular

Kişisel başvurular, belediye yönetimine yönelik düşünce, talep, istek ve şikâyetlerinin saptanmasında etkin bir yöntemdir. Kişisel başvuru, hedef kitle ile yönetim arasındaki doğru bilgi akışı oluşturma kanallarından biridir (Yalçındağ, 1988, s. 81).

Vatandaşların kişisel olarak belediyeler tarafından verilen hizmetlere karşı talepleri, istekleri ve şikâyetlerinin belirlenmesinde yazılı ve sözlü olarak iki farklı türde olabilmektedir. Sözlü olan başvurular, başvuru yapanın kimliklerine bakılmaksızın nesnel bir şekilde değerlendirilmelidir. Yazılı bir şekilde yapılan başvurular dilekçe olarak sunulmaktadır. Anayasa tarafından koruma altına alınan dilekçeler, kurum tarafından kişiye cevap vermekle yükümlüdür Halk tarafından verilen hizmetlere tepkisini ölçmek adına kişisel başvurular belediyeler açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir (Yatkın ve Yatkın, 2006, s.16-Akçakaya, 1999 s.84).

Bu başvurular hedef kitlenin kendi uğraşlarıyla olabileceği gibi, belediye yönetiminin kendi uğraşlarıyla yüz yüze iletişime geçerek talep, istek ve şikâyetleri öğrenmesi yönünde de gerçekleşebilir. Alınan kişisel başvurular, belediye yönetimin görevini yerine getirirken yapılan çalışmalara yön verebilir Bireysel başvuru noktasında alınan geri bildirimlerin değerlendirileceği ve titizlikle ele alınacağı konusuna ilişkin hedef kitlede bir kanı oluşturulması faydalı olacaktır. Alınan kişisel başvurular, belediye yönetimin görevini yerine getirirken yapılan çalışmalara yön verebilir (Özüpek ,2006, s.495).

Kişisel başvurulara kısa sürede geri dönüş yapılarak, halkın bilgilendirilmesi, halkın taleplerinin önemsenmesi, incelenmesi sonucunda halkın gözünde yönetimin halkı önemsediği düşüncesi yerleşmiş olacaktır (Gölönü, 2000 s.129).

2.4.1.2. Telefonla Sorun Çözme

Günümüz çağında gelişen teknoloji ile birlikte telefon halk arasında en çok kullanılan iletişim aracıdır. İletilecek konuyu yüz yüze değil de telefon ile iletmeyi tercih etmektedirler (Alpöge, 1993, s.40). Bu bağlamda belediyelerde sorun çözme konusunda belediye birimlerine özel olarak iletişim numaraları vermiş ve bu konuda özel birimler kurmuşlardır. Telefon ile yapılan başvurular bir titizlikle değerlendirilmeye alınmaktadır. Etkin, hızlı sorun çözümü, ulaşılabilirlik bakımından telefon ile sorun çözme faaliyeti belediye ve halkla ilişkiler de önemli bir yere sahiptir (Bülbül, 2004, s.153).

Belediye dışı kullanılan bu araç aynı zamanda belediye içi hizmetlerde de kullanılmaktadır. Belediye içi belirlenecek iletişim hattı ile bu hattı kullanan kişilere belediye hakkında bilgi vermek ve yöneltilen sorulara cevap vererek sorunu çözme bakımından da kullanılmaktadır (Oktay, 1996, s.67).

2.4.1.3. Beyaz Masa Uygulamaları

Belediye yönetimlerinde belde halkıyla etkileşimi üst düzeyde gerçekleştirebilmek ve geri bildirimleri belirlemek, tespit etmek oldukça önemlidir. Bundan ötürü belde halkının talep, istek ve şikâyetlerini ileterek yönetime ileterek çözüm aradığı "beyaz masa" organizasyonu geliştirilmiştir (Uyar, 2016, s.150)

Güllüpunar'a göre belediyeler kuruluş itibariyle içinde örgütlenme konusunda özerk bir yapıya sahiptir. Kamu kuruluşu yapılanmasında beyaz masa birimi mevcut olmamasına rağmen tamamen üst düzey belediye yönetiminin kararıyla otokontrol mekanizmasını devreye sokmak için kurulmuştur. Beyaz Masa uygulamalarındaki misyon belde halkının sorunlarını takip etmek ve halk adına hareket eden savunucu mekanizmayı kurabilmektedir. Bu şekilde belediye yönetimi kendi içerisinde otokontrol yaparak belde halkının beklentilerini karşılamasını ve cevap sağlamasına imkân vermektedir. Buradaki en önemli slogan "beyaz masa patronluğu" dur. Bu yüzden beyaz masa belde halkını temsil görevini üstlenmektedir. Belediyenin patronu ise belde halkıdır. Bundan

dolayı belediye yönetiminin stratejisi, yeni yatırımlara ve gelecek planlamalarına karar veren sistem, beyaz masa birimi aracılığıyla belde halkının talep, istek ve şikâyetleri doğrultusunda hareket edebilmektedir (Güllüpunar, 2009 s.168)

2.4.1.4. Kamuoyu Araştırması

Halkı tanımada sık kullanılan araçların başında kamuoyu araştırmaları gelmektedir. Seçimle göreve gelen belediye yöneticileri ve demokratik yönetim tarzının mevcut olarak bulunan birimlerdir. Belediye yönetiminin gerçekleştirdiği bütün faaliyetler kamuoyunun gözü önünde olduğundan dolayı kamuoyu yönetim faaliyetlerini devamlı ve yakından takip etme olanağına sahiptir. Seçimle iş başına gelen belediye yönetimi, tekrardan seçilebilmelerini sağlamak için kamuoyunun desteğini ve memnuniyetini kazanması gerekmektedir. Bundan dolayı kamuoyunun taleplerinin, beklentilerinin, yakınmalarının belirlenmesinde başvurulan kamuoyu araştırmaları belediyeler tarafından önemli bir halkla ilişkiler aracıdır (Bakan, 2002, s.159).

2.4.1.5. Personel Geri Bildirimleri

Belediye çalışanları; halk ile sürekli etkileşim içerisinde bulunduğundan dolayı halkın belediyeye olan yakınmalarını, taleplerini anında öğrenebilecek şekildedirler. Halkla ilişkiler organizasyonu tarafından çalışandan edinilecek bilgiler yönetim açısından kaynak niteliğindedir (Yalçındağ, 1996, s.127).

Halkın talep ve beklentilerine orantılı olarak belediye çalışanları bu beklentilere göre görevlerini yürütmelidirler. Diğer yandan halk ile etkileşime geçen personelin tavır ve tutumun belediye imajına olumlu ya da olumsuz şekilde etkili olmaktadır (Tarhan ve Bakan, 2013, s.63-64). Personel tarafından edinilmiş olan geri bildirim niteliğinde de olan ve bu konuda karar alınabilmesi hususunda bilgi ve düşüncelerin sistematik bir şekilde idari birimlere iletilmesi gerekmektedir.

2.4.1.6. Bilgi Edinme Kanunu

Bilgi Edinme Kanunu 24 Nisan 2004 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kamu kurumlarının işleyişinde şeffaflık amaçlanmıştır. Bu kanunla birlikte vatandaşların demokratik düzeyde bilgi sahibi olma imkânı doğmuştur (www.tut.gov.tr, 2019)

2.4.1.7. Dilek ve Şikâyet Kutuları

Belediye yönetimi halkın talep, öneri ve şikâyetlerini saptamak için genellikle bina girişinde halk tarafından çok kullanılan alanlarda dilek ve şikâyet kutuları konulmaktadır. Halk talep, öneri ve şikâyetlerini bu kutular vasıtasıyla yönetime ulaştırma olanağına sahip olmuş olurlar. Yönetim tarafından belirlenen zamanlarda bu kutular açılır. Ayrıca yönetime karşı çekinen bireylerin taleplerini üzerinde isim bulunmayan dilekçe gibi yazılarda yönetime iletilmektedir (Bülbül, 2004, s.153)

2.4.1.8. CİMER

CİMER uzun adıyla "Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi" 20 Kasım 2006 yılında yayınlanan Resmî Gazete ile hizmete başlamıştır. Her türlü talep, istek, öneri ve şikayetlerin direkt Cumhurbaşkanlığı'na iletilmesi ve değerlendirilmesi amacıyla geliştirilen bir portal niteliği taşımaktadır. Ayrıca başkanlık sisteminin hayata geçirilmesiyle birlikte Temmuz 2018 tarihinde BİMER hizmeti yerini CİMER hizmetine bırakmıştır.

Vatandaşlar sunulan bu serviste "4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu" ve "3071 sayılı Dilekçe Hakkı Kanunu" ile belirlenen haklarını kullanabilmektedir. Sisteme yapılacak olan başvuruların kayda geçirilmesi için birtakım bilgilere gereksinim duyulmaktadır. Bunlar; adı-soyadı, Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası, eksiksiz bir şekilde ikamet adres bilgileridir. Ayrıca CİMER'e sadece web servisinden değil, "Alo 150 Doğrudan Cumhurbaşkanlığı "hattı ile de başvuru yapılması imkânı sunulmuştur.

2018 verilerine göre CİMER'e 2 milyon 870 bin 879 adet başvuru kaydı gerçekleşmiştir (www.iletişim.gov.tr, 2020).

Bu bağlamda CİMER vasıtasıyla oluşturulan kayıtlar Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi tarafından kurum ve kuruluşlar temsilciler belirlenerek kayıtlar yönlendirilip 15 iş günü içerisinde yanıtlanarak vatandaşa geri dönüş sağlanmaktadır. Belediye tarafından belirlenen CİMER temsilcisi CİMER sisteminden her türlü talep, istek ve şikayetleri belediye bünyesindeki birimlere ileterek almış olduğu çözüm cevabını yine CİMER sistemine çözüm cevabını girerek çözüm cevabını vatandaşlara ulaştırır.

2.4.1.9. Açık Kapı

"Açık Kapı Projesi" 15 Aralık 2017' tarihinde yazılımı tamamlanarak hayata geçirilmiştir. Projede vatandaşlar 17 ana başlık 321 ilgili konulardan seçtikleri talepler tüm valilikler ve kaymakamlıklar bünyesinde açılmış olan Açık Kapı birimlerine iletilmektedir. Ayrıca projenin mobil uygulaması da bulunmaktadır. Talepler 7 iş günü süresinde çözüme kavuşmaktadır. Bununla birlikte başvuru süreciyle alakalı güncel gelişmeleri "https://www.acikkapi.gov.tr/" adresi üzerinden ve mobil uygulama vasıtasıyla kontrol edebilmektedir. (www.icisleri.gov.tr, 2020).

Açık Kapı Projesi ile vatandaşlardan gelen talepler belediyeler tarafından belirlenen Açık Kapı temsilcisi tarafından görüntülenerek konusuna göre ilgili birimlere iletilerek başvuru cevabı yine Açık Kapı sistemine girilmektedir. Bu da halkı tanımaya yönelik araçlardan biri olarak sayılabilir.

2.4.2. Tanıtmaya Yönelik Araç ve Etkinlikler

Belediyelerde yerel hedef kitleye yapılan her türlü faaliyetlerin tanıtılmasına yönelik araç ve etkinlikler; kuruluş yayınları, yıllık rapor, sosyal medya, e-belediye uygulamaları, basınla kurulan ilişkiler ve sosyal organizasyonlar olarak sıralanmaktadır.

2.4.2.1. Kuruluş Yayınları

Belediye tarafından gerçekleşen bütün hizmetlerden halkın haberdar olması ve halkın destek ve görüşlerinin etki altına alınmasında farklı tür ve biçimde yazılı araçlardan yararlanılmaktadır. Bu araçlar, basın mektubu, gazete, dergi ve megapaper olmak üzere dört kategoride toplanabilir. Bu araçlar kendi aralarında masraf ve yayınlama zamanları bakımından kendi içinde ayrılmaktadır (Peltekoğlu, 2012, s.263).

Belediye tarafından yapılan çalışmaların ve yeniliklerin duyurulması ve çeşitli konularda halkın görüşlerine sunulması ve davet mahiyeti bulunan hem kurum içi hem he kurum dışı hedef kitleye göre oluşturulabilecek maliyet bakımından düşük olan yayın türüdür (Asna, 2012, s.143)

Belediye çalışanları için oluşturulan ve belediye çalışmaları hakkında çalışanları bilgilendiren ve basılan bir diğer yayın türü gazetelerdir (Tortop, 2009, s.79). Belediye

çalışanlarına çıkarılan gazeteler aynı zamanda belediye çalışmalarını halka duyurmak içinde kullanılabilir. Masraf bakımından dergiye göre daha düşük olan gazeteler, yayın aralığı bakımından da çıkarılan dergilere destekleme amacıyla da basılabilir (Peltekoğlu, 2012, s.268).

Dergiler gazeteye göre daha özenle belirlenmiş içeriklerden oluştuğu için ve hedef kitle bakımından da farklı hedef kitleye ulaşmasının yanı sıra görsel unsurlar bakımından da zengin olması ve masraf bakımından yüksek ama etki bakımından oldukça etkili bir iletişim aracıdır (Peltekoğlu, 2012, s.268).

Megapaper ise gazetede bulunan bilgilendirme, tanıtma ve tasarım işlevinin ile dergilerde bulunan makale işlevinin bir arada bulundu yayın türüdür (Peltekoğlu, 2012, s.268).

2.4.2.2. Yıllık Rapor

Belediyelerin bir yıl içerisinde yaptığı ve yapmadığı büyün çalışmaların hedef kitleye ve paydaşlara aktardığı basılı yayın araçlarından birisi olarak ifade edilir (Okay ve Okay, 2002, s.367). Yıllık raporlar belde halkına, mahallelerde bulunan muhtarlara, yerel basın mensuplarına ve bölgede bulunan diğer kamu idarecilerine ulaşabilecektir. Belediye tarafından verilen hizmetler bakımından bölge altyapısı konusunda ne gibi hizmetler verildiği, sosyal hizmetler konusunda ne gibi çalışmaların yapıldığı, hizmet kalitesi bakımından ne gibi geliştirmeler yapıldığı ve beldeye yapılan yatırımlar, bir yıl boyunca yapılmış olan kültür sanat etkinlikleri vb. çalışmalar yıllık raporda sunulmaktadır. Bu sebeple belediyenin sunmuş olduğu bütün faaliyet ve hizmetlerden ilgili hedef kitlenin bilgilendirilmesi ve etkileşimin devamlılığı sağlanarak belediye ile ilgili halkın desteğini kazanması ve olumlu bir imaj oluşması konusunda katkı sağlayacağı ifade edilmektedir (Tarhan ve Bakan, 2013, s.68-69).

2.4.2.3. Sosyal Medya

Sosyal medya vasıtasıyla bu ağa dâhil olan herkes fikrini ücretsiz ve anında paylaşabilmektedir. Bu ağa kişiler gibi belediyelerde dâhil olmuştur. (Aksu vd. 2011 s.182) Belediyeler kurumsal sosyal medya hesabı oluşturarak, sosyal medyada proaktif bir şekilde yer alması kamuoyuyla etkileşim içine girerek iletişimini sağlamlaştırmasında ve olumlu yönde algı oluşturulması bakımından belediyelere katkı

sağlamaktadır. Başkaları tarafından açılmış sosyal medya hesapları ve sosyal medyada belediye tarafına yapılmış olan olumsuz konulara cevap verilmesi bakımından belediyelerin sosyal medyadaki varlığı zorunlu hale gelmiştir. Sosyal medyada oluşturulan içeriklerin yine belediye tarafından oluşturulmalıdır ve bu konu uzman kişiler tarafından yapılmalıdır. Mesai sınırlaması olmaksızın halk ile devamlı olarak etkileşim halinde olunmalıdır. Paylaşımlarda tartışmaya ve eleştirilere olanak sağlayan bir ortam oluşturulmalıdır (Şenyurt, 2016, s.84)

Belediye başkanları da bu sosyal medya hesaplarına sahip olarak, halk ile etkileşime geçerek belediye hakkında aldıkları kararları ve hizmetleri doğrudan duyurabilmektedir. Belediye başkanına ve hizmet birimlerine ulaşmada sorun yaşayan vatandaşlar sosyal medya vasıtasıyla talep, istek ve şikâyetlerini doğrudan belediye başkanına iletebilmektedir. Sosyal medya bu yönüyle halkla ilişkiler birimlerinin hem tanımada hem de tanıtmada kullandığı önemli bir araç niteliği taşımaktadır (Tarhan ve Bakan, 2013, s.79).

2.4.2.4. E-Belediye Uygulamaları

Teknoloji ile birlikte internet kullanımının artması ile birlikte vatandaş taleplerinin çeşitliliğinin yoğunlaşması, kurumsal imaj noktasında ve hizmet kalitesinin artırılması düşüncesi, geniş hedef kitlelere hizmet ağının ulaştırılması, bürokrasinin en aza indirilmesi, yönetime katılım ve şeffaflığın artırılması gibi gerekçeler belediyeleri dijital dünya ile buluşturmuştur (Mecek, 2017, s.1817). Belediyeler halkın talep, görüş, şikâyetlerini internet vasıtasıyla bilebilmekte ve halka ulaştırmak istedikleri her türlü mesajları yine internet vasıtasıyla gönderebilmektedir. İnternetin bu yararından dolayı belediyeler tanıtma ve değerlendirme işlevini yine bu kanal üzerinden sürdürmektedir (Özüpek, 2010, s.196).

E-belediye zaman ve mekân kısıtlaması olmayan, proaktif bir biçimde sanal ortamda gerçekleşen, idari, toplumsal ve bilgilendirme hedefi bulunan işlerin yapılabilmesi demektir (Henden ve Henden, 2005, s.64).

2.4.2.5. Basınla Kurulan İlişkiler

Belediye tarafından yapılan hizmetlerin hizmeti alan kişilere karşı bilgilendirilmesinin yapılması ve tanıtılması çağımızın güçlü iletişim araçlarından olan basın vasıtasıyla

yapılmaktadır (Gölönü, 2000, s.129) Belediye tarafından yapılan çalışmaları halka iletirken yazılı veya sözlü olan basın araçlarını kullanmaktadır. Belediye tarafından yapılmış olan çalışmaların hedefine ulaştığı başarıları halka ile paylaşarak halkın desteğini ve güvenini kazanmayı planlamaktadır (Tortop, 1975: 51).

Belediye ile basın mensupları arasında kurulan ilişkiler vasıtasıyla basından gelen bütün eleştirilere samimiyetle cevap verilmesi ve devamlı olarak bir araya gelinmesi başarıyı yakalamış belediyeler için önemli bir adım olarak görülür (Kazancı, 2013, s.110).

Belediye ile basın ile yapılan her etkinlik, halka ile gerçekleşiyor gibi görülerek bu dolayda önem verilmelidir. Bu sebeple basınla kurulan ilişkiler belediye tarafından yapılan hizmetlerin savunmaya ve yapılan işin doğruluğuna yönelik kullanılmaktadır (Uysal, Sezer, 1996, s.65)

2.4.2.6. Sosyal Organizasyonlar

Belediyelerde hizmet ve hizmet binaları açılışları, yıldönümü kutlamaları, belirli konsepti bulunan sergiler, çeşitli fuarlar, festival ve konserler, sosyal katılımı sağlayan yarışmalar, konferanslar ve seminerler vb. etkinlikler yapılabilmektedir. Bu etkinlikler belediyede halkla ilişkiler birimi dışında sosyal ve kültürel hizmet veren diğer birimlerle de gerçekleştirilmektedir. Yöresel halk oyunları, yaşlılara yapılan yardım organizasyonları, spor müsabakaları, gençlere yönelik organizasyonlar, bilgi yarışmaları vb. tanıtma amacı bulunan organizasyonlar belediyelerin birimleri tarafından yürütülmektedir. Bununla birlikte birçok paydaş ile etkileşim kurarak sponsor olup kendi tanıtımlarını da yapmaktadır (Bülbül, 2004, s.154).

2.5. Kayseri Büyükşehir Belediyesi

Kayseri ili geçmişten bu yana birçok medeniyetlere ev sahipliği etmiştir. Kayseri ilinin en eski ismi “Mazaka” olarak bilinmektedir. Bu isimle Roma dönemine kadar devam etmiş, Roma döneminde imparator anlamına gelen “Kaisareia” ismi verilmiştir. Yine bu isim araplar tarafından “Kaysariya” şeklinde ifade edilmiştir. Anadolu’nun fethinden sonra şehrin ismi “Kayseriye” olarak adlandırılmıştır ve Cumhuriyet döneminde “Kayseri” olarak değiştirilmiştir.

Kayseri'nin tarihi "Bakırtaş" çağından başlayarak Asur, Hitit, Frig ve Roma dönemlerinin izlerini taşımaktadır. 1067 yılında Selçuklu Devleti himayesine giren Kayseri ayrıca "Eratna Beyliği, Dulkadiroğulları, Kadı Burhanettin, Karamanoğulları ve Osmanlı Devleti" himayesine girmiş başta Selçuklu Devleti olmak üzere tüm dönemlerde önemli bir Türk kültür merkezi haline gelmiştir.

"1924 Anayasası" ile birlikte il olan Kayseri de ülkemizde bir ilk olan uçak fabrikası kurulmuştur. 1950 yıllarında kurulan sanayi sitesini takiben 1953 yılında Sümer Fabrikası kurularak ülkemizde sanayi ve ticaret atılımlarına önayak olmuştur (www.kayseri.gov.tr, 2020).

1869 yılında ise belediye teşkilatı kurulmuştur. Belediyeye "Mollaoğlu Mustafa Ağa" ilk başkanlık görevini yürüten kişidir. Kayseri Belediyesi "14 Aralık 1988, 3508 Sayılı Yasa" ile birlikte Kayseri Belediyesi büyükşehir statüsü kazanmıştır.

23 Temmuz 2004 yılında faaliyete giren "5216 Sayılı Büyükşehir Belediyeleri Kanunu" ile birlikte belediyenin yetki ve sorumluluk alanları yeniden oluşturuldu. Önceki zamanlarda 2 ilçeden oluşmakta olan Kayseri Büyükşehir Belediyesi "5 ilçe ve 19 alt kademe" belediyelerinden oluşacak şekilde düzenlenmiştir daha sonra 2009 seçimleriyle birlikte "19 ilkkademe belediyesi" kapatılmış yerine beş ilçeden oluşan bir belediye haline gelmiştir. 2014 yerel seçimlerinden sonra faaliyete geçen "6360 sayılı Belediye Kanunu" ile birlikte Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin yetki ve sorumlulukları tüm Kayseri'yi kapsayacak şekilde düzenlenmiştir (www.kayseri.bel.tr, 2020).

2.5.1.1. Örgüt Şeması



Kaynak: www.kayseri.bel.tr, 2020

Belediye Meclisi tarafından kabul edilen örgüt şemasına göre Özel Kalem Müdürlüğü, Teftiş Kurulu Başkanlığı, İç Denetim Birimi, Basın Yayın Şube Müdürlüğü, Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü ve Genel Sekreter başkana direk bağlı olarak hizmetlerini yerine getirmektedir. Genel sekreterin dört yardımcısı bulunmaktadır. Bu yardımcılar

daire başkanlıklarının koordinasyonunu sağlamakla görevli olarak bulunmaktadır. Belediye bünyesinde yirmi altı daire başkanı ve yetmiş beş şube müdürlüğü bulunmaktadır (www.kayseri.bel.tr, 2020).

2.5.1.2. Halkla İlişkiler Birimi

13 Ağustos 2018 tarihli Büyükşehir Belediyesi Meclis Toplantısı'nda alınan karar doğrultusunda bu tarihe kadar Basın Yayın Şube Müdürlüğü içerisinde görev yapan halkla ilişkiler biriminin oy birliğiyle Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü olarak birim görev yapmasına karar verilmiştir (www.kayseri.bel.tr, 2019).

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde halkla ilişkiler faaliyeti yürüten "Beyaz Masa, Mobil Beyaz Masa, Kent Timi, Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi" dört alt birim bulunmaktadır.

2.5.1.2.1. Beyaz Masa

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Beyaz Masa 1994 yılında Basın Yayın Şube Müdürlüğü'nde alt bir birim olarak görev yapmış Haziran 2018 tarihinde meclis kararıyla Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü kurulmasıyla daha aktif bir şekilde hizmet sunmakta ve belediyenin aktif birimlerinden biri olarak çalışmaktadır. Belediyenin B girişinde bulunan Beyaz Masa 2017 yılında fiziki şartları iyileştirilmiş ve yeni bir görünüm kazanmıştır. Birimde vatandaşlar ile bire bir iletişim sağlanarak talep, istek ve şikayetler beyaz masa birimi tarafından kayıtlara geçirilmekte ve konusuna göre ilgilenen birimlere aktararak takibini sağlamaktadır (www.kayseri.bel.tr, 2020).

2.5.1.2.2. Mobil Beyaz Masa

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Mobil Beyaz Masa 2016 yılında kurulmuş olan birim beyaz masa çalışmalarının mobil versiyonu olarak kurulmuş vatandaş yoğunluğu bulunan noktalara konuşlanarak talep, istek ve şikayetleri kayda geçirmektedir. Ayrıca belediye sergi, fuar ve Ramazan Sokağı gibi etkinliklerde aktif rol oynamaktadır. Belediyenin dış enformasyon kanalı olarak tanımlanmaktadır. Yönetim vatandaşların kendilerine gelip başvuru oluşturmasını sağlamakla kalmamış vatandaşlarının ayağına giderek verilen hizmetler noktasında geri bildirimleri almak ve saha araştırması ve

halkla ilişkilerin tanımaya yönelik olan faaliyetlerini de hayata geçirmektedir (www.kayseri.bel.tr, 2020).

Şekil 1. Mobil Beyaz Masa Ramazan Sokağı Etkinlikleri



Kaynak: www.kayseri.bel.tr, 2020

Şekil 2. Mobil Beyaz Masa Kayseri / Cumhuriyet Meydanı



Kaynak: www.kayseri.bel.tr, 2020

Şekil 1 ve Şekil 2 de görüldüğü gibi Mobil Beyaz Masa faaliyeti insan yoğunluğunun çok olduğu bölgelerde ve etkinliklerde görev almaktadır.

2.5.1.2.3. Kent Timi

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Mobil Beyaz Masa ile birlikte kurulan Kent Timi 2016 yılında kurulmuş olan belediyenin iç denetim birimi olarak kurulmuş tüm Kayseri'ye hizmet eden belediyenin vatandaş daha farkına varmadan yaşanan hizmet aksaklıklarını görmek, görüntülemek ve ilgili birime ileterek yaşanan aksaklıkların giderilmesini sağlamaktadır. Belediyenin iç denetim ve dış enformasyon kanalı olarak tanımlanmaktadır. Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi kurulduktan sonra birime ek görev olarak çağrı esnasında vatandaşların iletmekte güçlük yaşadığı problemleri vatandaşla iletişime geçerek yerinde görüp, yerinde çözüm sağlamaları görevi de eklenmiştir. Yönetim vatandaşların kendilerine gelip başvuru oluşturmasını sağlamakla kalmamış vatandaşların hizmet aksaklıklarını fark etmeden Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü bünyesinde kurulan bu birimle kendi iç denetimine de önem vermiştir (www.kayseri.bel.tr, 2020).

Şekil 3. Kent Timi Aracı Görüntüsü



Kaynak: www.kayseri.bel.tr, 2020

2.5.1.2.4. Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi

153 numarası önceden Beyaz Masa biriminde bulunan ses kayıt cihazına vatandaşların ses kaydı bırakması ve Beyaz Masa birim çalışanları tarafından ses kaydı dinlenerek ilgili birime yönlendirmesi işlemi yapılmakta olduğu belirtilmektedir. "3071 Sayılı Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun" ve "4982 Sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu" doğrultusunda temelleri 2017 yılında atılmış birtakım ar-ge çalışmalarından dolayı Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi, Haziran 2018 yılında Kayseri ili vatandaşlarının hizmetine servis edilmiştir. 444 38 44 Kayseri Ulaşım AŞ. Otobüs ve

tramvay hattı Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'ne bağlanmıştır. Çağrı merkezi 2018 haziran ayından yıl sonuna kadar günlük ortalama 600 çağrıya yanıt vermekte ve belediyenin yetki ve sorumluluklarını kapsayan kapsamayan tüm çağrılar yanıtlanarak, ilgili birime veya kurum dışına iletilmiştir. Çağrı merkezi şehrin enformasyon kaynağı olarak görülebilir. Çağrı merkezinde 7 gün 24 saat şeklinde düzenlenmiş vardiya düzeniyle hizmetini sunmaktadır. İlin bütününü kapsayan hizmet halkın merkeze gelip taleplerini iletmesine icap etmeden telefon kanalıyla başvurularını aktarabildiği ve bilgi sahip olabildiği bir düzen, ileri düzeyde geri bildirim ve çözüme kavuşturulma oranıyla yüksek bir performans elde etmiştir. Ayrıca Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi tarafından sosyal mecrada talep, istek ve şikayetlerin iletildiği ve belediye hizmetlerinin tanımının yapıldığı beyaz masa Twitter, Instagram ve Facebook hesaplarını da yönetmektedir (www.kayseri.bel.tr, 2020)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
HALKLA İLİŞKİLER BİRİMLERİNİN ORGANİZASYONEL GELİŞİMİ: KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ ÖRNEĞİ

Birinci bölümde yerel yönetim ve halkla ilişkiler, ikinci bölümde belediyede halkla ilişkiler konusunda literatür araştırması yapılmış üçüncü bölümde araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırmanın yöntemi, araştırmanın sınırlılıkları, bulgular ve yorumlar, evren ve örneklemi ele almaktadır. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler halkla ilişkiler çalışmalarında bir değişiklik olup olmadığını sorgulamak, olduysa eğer gerçekleşen bu değişimlerin varılan neticelere nasıl etki ettiğini literatürdeki ana temaları esas alarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile incelenecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin son yıllarda Halkla İlişkiler çalışmalarında bir değişiklik olup olmadığını sorgulamak, olduysa eğer gerçekleşen bu değişimlerin varılan neticelere nasıl etki ettiğini literatürdeki ana temaları esas alarak incelemektir. Sonrasında ise, araştırma sonucunda eksik kalan bulguları kıyaslamak ve bundan yerel bazda yapılması muhtemel olan halkla ilişkiler faaliyetlerine katkıda bulunmaktır.

3.2.Araştırmanın Önemi

İncelemede, çalışmanın gerçekleştiği tarihler arasında Kayseri Büyükşehir Belediyesi'ndeki halkla ilişkiler oluşumunun ne seviyede olduğunun anlaşılması ve bu faaliyetlerin hizmet kalitesi noktasındaki yansımalarının incelenmesi, kurumda bu faaliyetlere ne kadar önem verildiğinin anlaşılması amaçlanmıştır.

Yeşil (2019) tarafından yapılan çalışmada Kayseri Büyükşehir Belediyesi'ndeki halkla ilişkiler biriminin faaliyetleri arasında yer alan Beyaz Masa faaliyetine yerel

kamuoyunun bakış açılarını değerlendirilmiş. Buna ek olarak demografik özellikler bakımından Beyaz Masa faaliyetinin algılanmasında farklılıklar olduğu tespitine varmıştır.

Belediyelerde halkla ilişkilerin organizasyonel olarak gelişimiyle alakalı akademik olarak literatürde kaynak bulunmaması ve Kayseri Büyükşehir Belediyesi hakkında çok fazla çalışmaların bulunmaması üzerine bu incelemenin bir kaynak niteliği olacağı düşüncesinden dolayı çalışmanın yapılmasına karar verilmiştir. Hazırlanan çalışma, yerel yönetimlerde kurulacak olan halkla ilişkiler yapılanmasına örnek teşkil etmesi açısından önemlidir.

3.4.Araştırma Yöntemi

Çalışma, Kayseri Büyükşehir Belediyesi son dönemlerde Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde gerçekleşen değişimlerin ve bu değişimin halkla ilişkiler faaliyetlerine, hizmet kalitesine kurum imajına etkileyen unsurları anlamaya çalışılacaktır. Verilerin elde edilmesinde "yarı yapılandırılmış mülakat" tekniği ile katılımcılara araştırılan yıllarda belediyedeki halkla ilişkilerin evrimi ile alakalı sorular yöneltilmiş ayrıca belediyeye sanal ve doğrudan yapılan tüm başvurulara Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü tarafından 2017-2018-2019 yılı çeşitli raporlar şeklinde izinli bir şekilde erişimi sağlanmıştır. Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü idareci ve çalışanlara "yarı yapılandırılmış mülakat" tekniğiyle görüşülmüş ve katılımcılara beş ana soru olmak üzere dokuz soru iletilmiştir.

Araştırılan dönemde belediyede halkla ilişkiler birimine verilen önem değerini öğrenmeye yönelik sorulan ilk soru;

1. Araştırmanın gerçekleştiği dönemde, yönetimin Kayseri Büyükşehir Belediyesi halkla ilişkiler birimine verdiği değer seviyesinde bir değişiklik olmuş mudur?

   Belediyede son dönemlerde halkla ilişkiler yapılanmasındaki değişimiyle alakalı katılımcıların bilgi ve görüşlerini almak için sorulan ikinci soru;

2. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde, Halkla ilişkiler kapsamında, yeni hizmet birimlerinin kurulması sonucu ne tarz değişiklikler yaşanmıştır?

Müdürlükte hizmet veren personel sayısı ve bu sayıya orantılı olarak değişkenleri öğrenmek adına sorulan üçüncü soru;

3. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde, halkla ilişkiler birimlerindeki çalışan sayısındaki değişiklik, halkla ilişkiler performansında ne gibi değişikliklere sebep olmuştur?

   Birim faaliyetleri ile bütçe arasındaki ne gibi bir ilişki olduğunu ortaya koymak için sorulan dördüncü soru;

4. Çalışmanın ele alındığı dönemde, Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde halkla ilişkiler birimine ayrılan bütçenin artması sonucu ne gibi değişiklikler olmuştur?

   Birimlerin çalışma atmosferinin ve alt yapının yenilenmesi halkla ilişkiler faaliyetlerine farklı bir anlayış sunması nedeniyle sorulan beşinci soru;

5. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Müdürlüğü çalışanlarının çalışma ortamının ve şartlarının farklılaşması sonucunda ne gibi değişiklikler yaşanmıştır?

Yukarıda belirtilen beş sorunun cevapları elde edilen bilgiler kapsamında aranmış, Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü çalışanlarından alınan yanıtlar çözümlenerek yorumlanmış ve sonuç kısmı yazılarak çalışmanın sonuna gelinmiştir.

3.4.1. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan çalışma 2019 yılının Ocak-Şubat-Mart ayında Kayseri ilini kapsamakta ve Kayseri Büyükşehir Belediyesi il mülki sınırları içerisindeki merkez ve taşra ilçelere ilişkin verilerle sınırlı tutulmaktadır. Çalışma sonunda elde edilen sonuçlar sadece ilgilendiği dönemi yansıtmaktadır. Aynı çalışmanın farklı bir dönemde yapıldığında farklı sonuçlar verecek olması muhtemeldir.

Araştırma alanı olarak Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde çalışan 27 personeli içermektedir.

3.4.2. Veri Toplama Tekniği

İncelemede "yarı yapılandırılmış mülakat" tekniği ile veriler elde edilmiştir. Yüz yüze yapılan mülakat soruları 3.4. Araştırma Yöntemi başlığında bahsedilmiştir. Çalışanların özgür bir şekilde cevap vermeleri için ortam hazırlanmıştır. Çalışanların tümü bilgilerinin paylaşılmaması hususunda görüş bildirmişlerdir. Görüşmeler ortalama olarak 20 dakika dolaylarında seyretmiştir. Çalışanlara 9 adet soru yöneltilmiş ve çalışanların uğraşına göre gruplara ayrılarak 5 ana başlıkta gösterilmiştir.

3.4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmaya katılacak kişilerde öncelikle Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde çalışıyor olma şartı aranmıştır. Çalışma evreni olarak Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde çalışan 27 personeli içermektedir. Yapılan mülakatlar çerçevesinde cevaplar birbirini tekrar etmeye başladığı ve 4 katılımcının kendi sebeplerinden dolayı araştırmaya katılmak istememesinden dolayı çalışma sonlandırılmış ve toplamda 12 kişilik bir örneklem oluşmuştur

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

KATILIMCI	CİNSİYET	HİZMET YILI	BİRİMİ
Ç1	ERKEK	21	BEYAZ MASA
Ç2	ERKEK	5	HALKLA İLİŞKİLER
Ç3	KADIN	3	BEYAZ MASA
Ç4	ERKEK	13	BEYAZ MASA
Ç5	ERKEK	3	KENT TİMİ
Ç6	KADIN	2	ALO 153 ÇAĞRI MERKEZİ
Ç7	ERKEK	10	HALKLA İLİŞKİLER
Ç8	KADIN	2	ALO 153 ÇAĞRI MERKEZİ
Ç9	ERKEK	2	ALO 153 ÇAĞRI MERKEZİ
Ç10	ERKEK	3	MOBİL BEYAZ MASA
Ç11	ERKEK	5	HALKLA İLİŞKİLER
Ç12	KADIN	2	ALO 153 ÇAĞRI MERKEZİ

Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde bulunan idareci ve çalışanın mülakat isteğine olumlu yanıt alınması ve araştırmaya desteğin sağlaması noktasında, araştırmanın 2019 yılının Ocak-Şubat-Mart ayında yapılması uygun görülmüştür. Belediyenin 2017-2018 yılında harcanan ve planlanmış 2019 yılı Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'ne ait olan bütçesine, çalışan bilgilerine erişilmiştir. Elde edilen bilgilerin neticesinde ve çalışanlarla yapılan mülakatların sonucu ile halkla ilişkiler çalışmaları arasındaki ilişkinin araştırılması amaç edinilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda 2016 yılında belediyenin halkla ilişkiler faaliyetleri bakımından önemli faaliyetlerin yaşandığı tespit edilmiş ve dönemden itibaren 2019 yılı yılına kadar olan çalışmaların araştırılmasına karar verilmiştir.

Tablo 2. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde Bulunan Çalışan Sayısı

HALKLA İLİŞKİLER ŞUBE MÜDÜRÜ	1
HALKLA İLİŞKİLER	3
ALO 153 İLETİŞİM MERKEZİ	16
BEYAZ MASA	3
MOBİL BEYAZ MASA	2
KENT TİMİ	2
TOPLAM	**27**

Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde 2019 Ocak Şubat Mart tarihlerinde toplam 27 çalışan bulunmaktadır. Çalışanların müdürlük içinde dağılımları tablo üzerinde gösterilmiştir.

Yapılan inceleme doğrultusunda Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü 2017, 2018 ve planlanmış 2019 yılına ait bütçeyi karşılaştırmalı şekilde, belediyeye; CİMER, Açık Kapı vasıtasıyla, dilekçe vasıtasıyla, Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'ne gelen çağrı sayıları vasıtasıyla ve Flexcity talep, istek ve şikayet elektronik yönetim bilgi sistemi vasıtasıyla gelen bütün bildirimleri ve bunlardan ne kadarı

yanıtlanıp ne kadarı yanıtlanmadı, ne kadarı çözüme kavuştu ne kadarı çözümsüz kaldığı ve bu birimlere iletilen başvuru sayısı noktasında kıyaslama yapılmıştır. Halkla İlişkiler Şube müdürlüğü idareci ve çalışanlarla yarı yapılandırılmış mülakat tekniğiyle görüşme gerçekleştirilmiş, elde edilen bildirimler ana araştırma yöntemi olarak incelemeye içine alınmıştır.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde çalışanların görüş ve değerlendirmeleri de kayda geçirilerek hizmet kalitesi ve seviyesine olumlu veya olumsuz ne gibi etkilerin olduğu ve iş başına gelen yeni yönetimin halkla ilişkiler faaliyetlerinde ne gibi değişikliklerin olduğunu belirlemek şeklinde bu hedef doğrultusunda çalışmanın ana unsurları belirlenmiştir.

3.5. Bulgular ve Yorumlar

Araştırma kapsamında 12 katılımcı ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanarak gerçekleştirilen mülakatlar çerçevesinde 113 ifade analiz edilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen anlamlı ifadeler tek tek bir kod, tema ve alt temaya göre çözümlenmiştir. Oluşturulan temalar ve alt temalar şu şekildedir:

1) Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Birimine Verilen Önem
2) Kayseri Büyükşehir Belediyesinde Kurulan Halkla İlişkiler Birimleri Sonrasındaki Değişim

    Alt Temalar

    1) Beyaz Masa Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler
    2) Mobil Beyaz Masa Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler
    3) Kent Timi Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler
    4) Alo 153 Çağrı Merkezinin Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler
3) Halkla İlişkiler Biriminin Bütçesi Artışı
4) Halkla İlişkiler Personel Artışı

5) Halkla İlişkilerin Kayseri Büyükşehir Belediyesine Kattığı İmaj

6) Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü Fiziki Şartları ve Altyapısındaki Değişim

Anlamlı ifadeler, kod ve temalar örnek oluşturması bakımından şu şekilde gösterilmiştir;

Tablo 3. Temalar, Kodlar ve Anlamlı İfadeler

Anlamlı İfade	**Kod**	**Tema**
"Geçtiğimiz iki yıl içerisinde halkla ilişkiler biriminde yeni bir yapılanmaya gidildi yeni birimler kuruldu halka ve halkla ilişkilere verilen önemin bir göstergesidir. 2019 yılı yerel seçimlerine doğru gidilen bu dönemde halkın nabzını tutan, belediyenin mutfağı olan birimimize önemin arttığını düşünüyorum" (Ç11) "Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin halkla ilişkiler birimi kurumun iletişim halinde olduğu hedef kitlesini kuruma karşı en güncel ve sağlıklı bir şekilde beslemesi,	Önem Seviyesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Birimine Verilen Önem

kuruma karşı ilgi duyan kitlenin bilgi edinmesini başarılı şekilde yönettiğini düşünüyorum bu da gösterir ki birime yeterince önem veriliyor ve yeterli imkanlar sağlanıyor.” (Ç12)		
“Kayseri çok büyüdü. Önceden merkezde 5 belediye bağlıydı şimdi bütün ilçeler bağlandı köyleri mahalle yaptılar. Her taraftan şikâyet geliyor. Eskiden 2 kişi çalışıyorduk yetiyordu şimdi daha çok personel gerekiyor” (Ç1) “Fakat personel sayısındaki artış iş yükü ile doğru orantılı bir şekilde ilerlemektedir. Burada fazladan personel istihdam ederek belediyemizin yükünü arttırmak gibi bir durum kesinlikle söz konusu değildir” (Ç5)	Personel İstihdamı	Halkla İlişkiler Personel Artışı

"Halkla ilişkiler çalışmalarının yapılacak planlamaya göre şekillenmesi gerekmektedir ve doğru belirlenecek personel ile kuruma olumlu katkı yapacaktır. Fakat yapılan faaliyetler ya da tam manasıyla hazırlanılmadan yapmak her zaman dezavantaj sağlayacaktır." (Ç2)	İmaja Etki	Halkla İlişkilerin Kayseri Büyükşehir Belediyesine Kattığı İmaj

Tema 1. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Birimine Verilen Önem

Araştırma kapsamında katılımcılara Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde halkla ilişkiler çalışmalarına hangi düzeyde önem verildiğine yönelik "Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde son dönemlerde halkla ilişkiler birimine sizce ne kadar önem verilmektedir?" sorusu yönetilmiştir.

İncelemeye katılan çalışanların çoğu, incelenen dönemde halkla ilişkiler biriminin oldukça değiştiğini ve biriminde ciddi bir yapılanma yaşandığını iletmektedirler. İncelemeye katılan çalışanların çoğu birime verilen değer düzeyinde yüksek bir artış yaşandığını ve yönetimin halkla ilişkilere önem verdiğini ifade etmektedirler.

Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü çalışanlarından edinilen bilgiler araştırmanın ana veri elde etme vasıtası olarak belirlenmiş ve verilen cevaplar üzerinden çözümlemeler ve yorumlamalar gerçekleştirilmiştir.

İncelemeye katılan katılımcıların büyük bir çoğunluğu araştırılan dönemde halkla ilişkiler birimine iletilen başvurularda çok yüksek bir artış olduğunu fakat çözüme kavuşturulan başvurular bakımından yükselme meydana geldiğini ifade etmişlerdir.

Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nden alınan raporlar vasıtasıyla oluşturulan tabloların çalışanların yanıtlamış olduğu soruyu kanıtlar nitelikte veriler bulunmaktadır.

Tablo 4. Kayseri Büyükşehir Belediyesi 2017 Başvurularının, Başvuru Kanallarına Göre Dağılımı

2017 YILI BASIN YAYIN VE HALKLA İLİŞKİLER ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ BAŞVURU SAYILARI		
BAŞVURU KANALLARI	**ÇÖZÜME KAVUŞTURULAN**	**ÇÖZÜME KAVUŞTURULAMAYAN**
BEYAZ MASA	5050	50
E-POSTA	3698	532
DİLEKÇE	5574	746
BİMER	690	142
CİMER	312	76
BİLGİ EDİNME	723	123
MOBİL BEYAZ MASA	2448	644
KENT TİMİ	342	
WEB FORMU	6133	777
MUHTAR BİLGİ SİS.	49	24
TOPLAM	**25019**	**3114**

Tablo 5. Kayseri Büyükşehir Belediyesi 2018 Başvurularının, Başvuru Kanallarına Göre Dağılımı

2018 YILI HALKLA İLİŞKİLER ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ BAŞVURU SAYILARI		
BAŞVURU KANALLARI	**ÇÖZÜME KAVUŞTURULAN**	**ÇÖZÜME KAVUŞTURULAMAYAN**
BEYAZ MASA	977	146
E-POSTA	6954	296
DİLEKÇE	5945	375
BİMER	X	X
CİMER	1067	184
BİLGİ EDİNME	723	123
MOBİL BEYAZ MASA	X	X
KENT TİMİ	X	X
WEB FORMU	8608	546
MUHTAR BİLGİ SİS.	15	7
ALO 153 ÇAĞRI MERKEZİ	42123	6346
TOPLAM	**66412**	**8023**

Tablo 4. ve Tablo 5. de verilen bilgilere bakacak olursak 2018 yılında başvuru sayılarındaki artış ve çözüme kavuşturulan başvurular noktasında oldukça yüksek bir artış olarak değerlendirilmiştir. Örnek olarak; 2017 yılında beyaz masa başvuruları

5.100 adet iken, 2017 yılında beyaz masa başvuruları 1.123 adete düşmüştür. Bunun sebebi 2018 yılı haziran ayında Alo 153 Çağrı Merkezi faaliyete geçmesiyle birlikte 2018 yılı sonuna kadar alınan 48.469 başvurunun 42.123 çözüme kavuşturularak çözüme kavuşturulma oranı yüzde %87'dir. Literatürde belediyelerdeki halkla ilişkiler araçlarında bulunan telefonla sorun çözme aracının oldukça yüksek olarak kullanıldığı değerlendirilmiştir. Ayrıca belediye web sitesi ve mobil uygulama da bulunan web formuna gelen başvurulara bakacak olursak 2017 yılında 6.910 adet başvurunun 6.133 adet başvuru çözüme kavuşturularak çözüme kavuşturulma oranı %87 iken 2018 yılında 9.154 başvurunun 8.608 çözüme kavuşturularak çözüme kavuşturulma oranı %95'e yükselmiştir. Yine elektronik posta yoluyla gelen başvurularda; 2017 yılında 4.230 adet başvurunun 3.698 adeti çözüme kavuşturularak, çözüme kavuşturulma oranı %88'iken 2018 yılında 9.154 adet başvurunun 8.608 adeti çözüme kavuşturularak, çözümlenme oranı %94'e yükselmiştir.

Yukarıda verilmiş verilerden yararlanılarak Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde araştırılan dönemlerde, belediyeye farklı kanallardan yapılan başvuru rakamlarının yükselmesine karşın, çözüme kavuşturulan başvurularda hem sayısal hem de oran bakımından gelişme eğilimi içerisine girmiştir.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1) ifadesine göre "Beyaz *Masa eskiden çok atıl bir yer gibi görülüyordu ama son zamanlarda biraz daha önem verilir oldu. Çalışma mekânı yeniden düzenledi yeni bilgisayarlar alındı. Önceden şikayetleri telefonu dinleyip kaydediyorduk geçen sene çağrı merkezi kuruldu. Vatandaş aradığında canlı muhatap bulabiliyor. Beyaz Masaya eskiye göre daha önem verilir oldu."* Bu yanıta göre halkla ilişkilere verilen önemle kalınmamış fiziki şartlarda ve teknolojik iyileştirmelerle birlikte düzensiz olan faaliyetlerin daha sistematik bir yapıya doğru evirilmesini de göstermiştir.

2 yıldır Alo 153 Kayseri İletişim Merkezinde görev yapan (Ç6); *"Vatandaşla doğrudan iletişime geçen birim olduğu için idarecilerimiz birimimize karşı hassas ve özenli davranıp büyük oranda önem vermektedir".*

2 yıldır Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nde çalışan (Ç12) ye göre*; "Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin halkla ilişkiler birimi kurumun iletişim halinde olduğu hedef kitlesini kuruma karşı en güncel ve sağlıklı bir şekilde beslemesi, kuruma karşı ilgi*

duyan kitlenin bilgi edinmesini başarılı şekilde yönettiğini düşünüyorum bu da gösterir ki birime yeterince önem veriliyor ve yeterli imkanlar sağlanıyor". Bu yanıta göre belediyenin hedef kitlesine karşı duyarlı olduğunu ve bu duyarlılığının sonucunda halkla ilişkiler birimine önem verildiğini ifade etmektedir.

5 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç11) yöneltilen soruya; "*Geçtiğimiz iki yıl içerisinde halkla ilişkiler biriminde yeni bir yapılanmaya gidildi yeni birimler kuruldu halka ve halkla ilişkilere verilen önemin bir göstergesidir. 2019 yılı yerel seçimlerine doğru gidilen bu dönemde halkın nabzını tutan, belediyenin mutfağı olan birimimize önemin arttığını düşünüyorum."*

Ç (11) İfadesinde özellikle seçim arifesinde belediye ve halk arasında iletişimin iki yönlülüğünün bulunmasına dikkat çekmiş yerel halkın isteklerini anlama dinleme noktasında ve yerel halkın isteklerine göre hareket etmek istenmesi bunun sonucunda halkla ilişkiler birimine verilen önemin arttığını belirtmektedir.

Bütün katılımcıların katıldığı konu ise önceki zamanlara bakıldığında çözüme kavuşturulamasa bile en azından vatandaşların karşısında bir dinleyenin bulunması vatandaş nezdinde olumlu etki uyandığını belirtmiştir. 3 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç3) ifadesine göre; *"Beyaz Masa birimine gelen şikâyet öneri isteğin yani sıra teşekkür mesajları da oldukça fazladır. Önceleri beyaz masanın işlevi tam olarak bilinmiyordu fakat şu an ne işler yapıldığı, vatandaşın başvurusuna ne kadar süre içerisinde cevap verildiği görülür oldu".* Görüş bildirmiştir.

Ayrıca 13 Ağustos 2018 tarihli büyükşehir belediyesi meclis toplantısında alınan karar doğrultusunda bu tarihe kadar Basın Yayın Şube Müdürlüğü içerisinde görev yapan halkla ilişkiler biriminin oy birliğiyle Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü olarak birim görev yapmasına karar verilmiştir (www.kayseri.bel.tr, 2020). Buradan da yönetimin belediyedeki halkla ilişkiler biriminin değerinin anlaşıldığını göstermektedir.

Tema 2. Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde Kurulan Halkla İlişkiler Birimleri Sonrasındaki Değişim

Katılımcılara Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde kurulan halkla ilişkiler birimleri ve bu birimlerin kurulmasından sonra yaşanılan değişimler görüşlerini almak adına sorular yöneltilmiştir.

Tema 2.1. Beyaz Masa'nın Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler

1993 yılında iki yönlü iletişimi sağlamak, belediye ve halk arasında köprü vazifesi görmek, halkı anlamak, taleplerini dinlemek ve taleplerini ilgili birimlere iletmek adına Beyaz Masa birimi kurulmuştur. Katılımcılara son dönemlerde Beyaz Masa ile ilgili yaşanan gelişmeler doğrultusunda "Halkla ilişkiler Şube Müdürlüğü biriminde kurulmuş olan Beyaz Masa birimini nasıl değerlendirirsiniz?" sorusu yöneltilmiştir.

5 yıldır halkla ilişkiler birimde şimdi Alo 153 Kayseri Çağrı Merkezi yöneticisi (Ç2); *"Belediye ile ilgili tüm talep ve isteklerin toplandığı bir yer olması sebebiyle, vatandaşlar açısından doğru kişiye ve doğru birime ulaşmak için en doğru yer diyebiliriz. Beyaz masa olmamış olsaydı vatandaşlar belediye içerisinde birçok birimle ve kişiyle görüşmek zorunda kalacak bu da hem personeller hem vatandaş için vakit kaybı anlamına gelecekti."* İfadesine göre beyaz masa hem vatandaşlara kolaylık sağlarken karşısında muhatap bulmasına hem de diğer birimlerin iş yükünü alarak rahat bir şekilde çalışmasını olanak vermektedir.

13 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç4) ifadesine göre; "*Az önce de ifade ettiğimiz gibi Beyaz Masa vatandaş ile başkanından diğer tüm idari personeline varıncaya kadar belediyemiz ile halkımız arasında köprü görevi görmektedir. Bu açıdan bu birimimize iletilen tüm öneri, şikâyet ya da talepler ilgili birimlerimize iletilmekte ve sonuçları da titizlikle takip edilerek sonuçlandırılmaktadır. Bu açıdan Halkla İlişkiler, dolayısıyla da Beyaz Masa vatandaşlarımızın gören gözü, işiten kulağı olarak faaliyetlerine devam etmektedir".*

Bu cevaba göre beyaz masa halkı temsil eden bir kişi gibi davranmaktadır. Vatandaşın talep, istek ve şikayetlerini ilgili birimlere ileten ve takibini sağlayan ve vatandaşa bildiren bir sistem olarak çalışmaktadır.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1) ifadesine göre *"Burası vatandaşı ilk karşılayıp şikayetlerini dinlediğimiz ve gerekiyorsa dilekçelerini yazdığımız yer. Çoğu vatandaşımız dilekçe yazmasını bilmiyor derdini anlatamıyor. Vatandaşın işini kolaylaştırıyoruz. Burası vatandaşın gözünde önemli bir yer".* İfadesine göre beyaz masanın kurum binasındaki yerinin de oldukça önem arz ettiği değerlendirilmiştir. Zira belediye halk girişinin hemen solunda konuşlanan beyaz masa vatandaşın binaya adım

atmasıyla gördüğü ilk birim olmaktadır. Halk çoğunlukla belediyeye talep, istek ve şikayetlerini bildirmek için geldiği varsayılırsa, başka bir yere girmek zorunda kalmadan doğrudan bu birime talep, istek ve şikayetlerini aktarabilmekte ve zamandan tasarruf ederek işlerini çözmektedirler. Buna ilave olarak diğer birimlerdeki oluşabilecek yoğunluğu önlemekte ve konforlu bir çalışma havası oluşmasına da yardım etmektedir.

10 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç7), "*2018 yılında Basın Yayın Müdürlüğü'nden ayrılarak kendi müdürlüğümüz kuruldu. Daha öncelerinde bu müdürlük üzerinden çalışmalarımızı yürüyorduk bu da hem yönetsel sıkıntılar hem de koordinasyon eksikliğine yer vermekteydi. Kendi birimimiz kurulunca hem koordineli çalışmaya başladık hem de halkla ilişkiler faaliyetlerine odağımız daha çok yoğunlaştı. Kendi çalışmalarımızın üzerine yoğunlaşma şanımız oldu bu sebeple sorun çözme konusunda oldukça yüksek aşamalar kaydetmeye başladık.*"

(Ç7)'nin cevabından anlaşılabileceği gibi beyaz masa faaliyetinin ne kadar önemseniyor olduğunun işaretidir. Halkla İlişkiler Müdürlüğü olmadan kurulmuş beyaz masa, Basın Yayın Şube Müdürlüğü'nde devam etmiş 2018 yılında kendi müdürlüğü kurulan bu birimin çalışma zamanı çok az olmasına karşın, problemlerin anlaşılır bir şekilde giderildiği çalışanların cevaplarından anlaşılmaktadır. Bundan dolayı beyaz masa birimi halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir dalı olduğu ve beyaz masanın kendi müdürlüğünün eşgüdümüyle birlikte faaliyet göstermesi icap edildiği görülebilir. Zira (Ç7)'nin verdiği ifadeye göre kendi müdürlüğünün kurulması ve bu müdürlüğün altında görev yapmasının problemleri daha az bir sürede çözüldüğünü ifade etmiştir. Beyaz masa biriminin daha önceden başka bir müdürlüğe bağlı kalarak faaliyetlerini sürdürmesi ve sonradan uzmanlık alanı halkla ilişkiler olan Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'ne geçerek faaliyetlerinde profesyonelleşmesi elde edilmiştir.

Tema 2.2. Mobil Beyaz Masa'nın Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler

2016 yılında kurulan Beyaz Masa faaliyetinin mobil versiyonu olarak faaliyet yürüten birim hakkında katılımcılara "Mobil Beyaz Masa hakkında bilgi ve görüşleriniz nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir.

3 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç4) ifadesine göre;" *Mobil Beyaz Masa'nın kurulma amacı da vatandaşlarımızın işlerini belediyemize gelmeden çözüme kavuşturmak ve hizmeti vatandaşımızın ayağına getirmek. Bu amaçla Mobil Beyaz Masa'yı şehir merkezinde vatandaşlarımızın yoğun olarak kullandığı yerlerde ve mahallelerin merkezlerine götürerek mesai saatleri içerisinde yapılacak işlemleri burada yapıyoruz. Tabi bu hizmetimizden vatandaşlarımız memnun. Çünkü merkeze uzak mahallelerdeki vatandaşlarımız tekrar merkeze gelmek zorunda kalmadan taleplerini buradan iletebiliyor.* İfadesine göre vatandaşlarımızın başvurularını iletmesi konusunda yönetimin hassasiyetini göstermektedir.

Mobil Beyaz Masada görev yapan (Ç10)'a göre; *Müdürlüğümüz tarafından daha önceden belirlenen noktalara erişim sağlıyoruz. Bu bazen pazaryerleri, alışveriş merkezleri önü, sergi ve fuarlar oluyor. Taşra ilçelerimize kadar gidiyoruz. Büyükşehir yasasıyla birlikte artık tüm Kayseri'ye hizmet sağlıyoruz ve yönetimde bunun farkında bundan dolayı böyle bir birim kurulduğunu düşünüyorum.*

Bu yanıta göre daha önceden de üzerinde durduğumuz gibi 2014 tarihinde yürürlüğe giren "6360 sayılı Kanun" ile birlikte büyükşehir belediyelerinin görev ve yetki sınırları artık il mülki sınırlarını kapsamıştır. Bundan dolayı Kayseri Büyükşehir Belediyesi üstüne düşen görevi yerine getirmek adına tüm Kayseri'ye sunmuş olduğu hizmetler hakkında bölge bölge geri bildirim sağlama noktasında önemli bir adım atmıştır. Bunun yanında yeni yatırımları, hizmetleri noktasında da vatandaşları doğru elden bilgilendirme noktasında faaliyet göstermiştir. Mobil Beyaz Masa birimi halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtma aracı olarak kullanıldığını göstermektedir. Buradan çıkarılacak sonuç yönetimin halkla ilişkilere verdiği önemi göstermektedir

2 yıldır Alo153 Kayseri İletişim Merkezi'nde görev yapan (Ç9); *"Daha aktif bir şekilde görev yapmalı belirli zamanlarda görev yapmak sadece belirli kitleye ulaşmak demek."*

5 yıldır halkla ilişkiler birimde şimdi Alo 153 Kayseri Çağrı Merkezi yöneticisi (Ç2); "*Geçtiğimiz sene yaşanan ekonomik sıkıntılardan dolayı Mobil Beyaz Masa ve Kent Timi birim faaliyetleri geçici olarak askıya alınmıştı. Ekonomimizin düzelmesiyle birlikte tekrardan faaliyete geçti. Vatandaşlarımızın gözünde olumlu bulunan bu faaliyetlerin olmaması yine onların geri bildirimlerinden anlayabiliyoruz".*

(Ç9) ve (Ç2) ifadelerine bakacak olursak 2018 yılı yaşanan kemer sıkma politikasının sonucu olarak bir süre birim faaliyetlerinin ara vermesine yol açmıştır. Bu sonuç yönetimin halkla ilişkiler faaliyetlerine verdiği önem etkisini göstermeyip dışsal faktörlerden kaynaklanan sonuçların göstergesidir.

Ayrıca Mobil Beyaz Masa birimi belediye yönetiminin halka hemşerilik hissinin empoze etmesi için önemli bir adımdır. Literatürde bahsedilen halkla ilişkiler ilkelerinden biri olan katılım ilkesine ön ayak olan bu birim şehirli olma şuurunu ve şehirleşme yolunda pozitif bir yönde katkı sağladığı görülmektedir. Yönetime katılma, vatandaş özgüvenine katkıda bulunma ve halkın belediye çalışmalarını benimsemesi noktasındaki yararı kaçınılmazdır.

Tema 2.3. Kent Timi Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler

Katılımcılara Kent Timi faaliyeti hakkında bilgi ve görüşlerini almak adına "Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü Bünyesinde kurulan Kent Timi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir.

3 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç3) ifadesine göre; *"Kent timi şehirde gezip sıkıntılı gördüğü yerlerin fotoğrafını çekip ilgili birimlere anında bilgi vermektedir."*

2 yıldır Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nde görev yapan (Ç8), *"Bence en yararlı birim eksiklerin çözüme kavuşmasında oldukça etkili ve hızlı bildirimler yapılabilmektedir."*

3 yıldır Kent Timi biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç5); *"Kent Timi sadece vatandaşlardan gelen talepler doğrultusunda hareket ederek değil günlük denetimleri esnasında gördüğü aksaklıkları not alarak ilgili birime aktaran bir nevi şehir dedektifi gibi çalışıyoruz."*

2 yıldır Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nde çalışan (Ç12) *"Kent timi, var olan talebin ya da şikâyetin ne kadar yerine getirildiğini ne kadar gün yüzüne çıkan sorunların çözüme kavuşturulduğunu denetleyen bir yapı, gizli bir kontrol mekanizması olması açısından aktif olarak kullanıldığı taktirde başarılı bir yöntem olacaktır."*

Katılımcıların genel görüşü Kent Timi biriminin iç denetim birimi olduğu verilen hizmetlerin ne kadarının yerine getirildiği ya da ulaştığını gözlemleyen bir halkla ilişkiler faaliyeti olduğunu belirtmişlerdir. Buradan yönetimin bu görevi halkla ilişkiler birimine görev olarak vermesi halkla ilişkiler birimine duyduğu güveni ve verdiği değeri de göstermektedir.

5 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç11); *"Daha sonra çağrı merkezi faaliyete geçmesiyle birlikte çağrı esnasında anlaşılmayan başvuruları talepte bulunan vatandaşla irtibata geçerek yerinde çözüm hizmeti sağlamaktadır. Bu duruma vatandaş gözünden bakacak olursak belediye vatandaşların gözünde oldukça değerli bir konuma getirmiş olacaktır"*

Bu yanıta göre Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi temsilcisi ile vatandaş arasında anlaşılması güç iletişim sorunlarının yaşandığı zamanlarda bu birim devreye girerek vatandaş ile birlikte başvuruya konu olan talep, istek ve şikâyetin yerinde görülerek vatandaş ile birlikte ortak bir paydaya varılarak çözümüne odaklanması halkın gözünde yönetimin vatandaşa verdiği değeri görmesi yönetimin halkın gözünde sempatisinin kazanmasına yol açmaktadır.

Tema 2.4 Alo 153 Çağrı Merkezinin Kurulmasından Sonra Yaşanan Değişiklikler

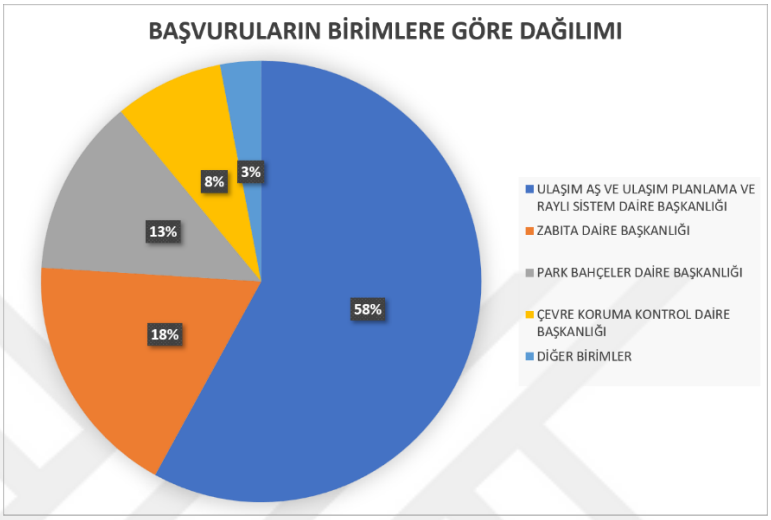
Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte halk arasında en çok kullanılan iletişim aracı telefondur. Halk herhangi bir konuyu yüz yüze değil de telefonla iletmeyi tercih etmektedirler. Bu bağlamda belediyeler sorun çözme konusunda belediye birimlerine özel iletişim numaraları vermiş ve bu konuda özel birimler kurmuşlardır. Etkin, hızlı sorun çözümü, ulaşılabilirlik bakımından telefon ile sorun çözme faaliyeti belediye ve halkla ilişkiler bakımından önemli bir yere sahiptir.

Bu bağlamda katılımcılara "Son yıllarda Halkla İlişkiler Müdürlüğü bünyesinde kurulmuş olan Alo 153 çağrı merkezi hizmeti hakkında düşünceleriniz nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların görüşlerine geçmeden önce Haziran 2018 yılında kurulmuş olan Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi çağrı istatistik raporlarında nelere eğilim olduğuna bakacağız.

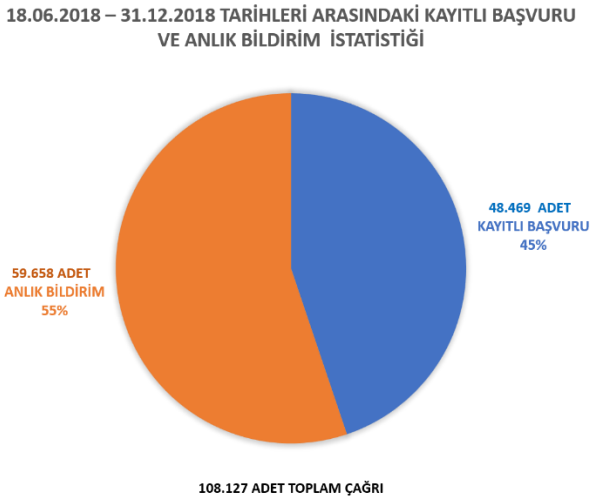
Şekil 4. de kurulduğu 18.06.2018'den 31.12.2018 yılına kadar, Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'ne aktarılan çağrı adetlerinin birimlere göre dağılımı gösterilmiştir.

Şekil 4. 18.06.2018'den 31.12.2018 Yılına Kadar Olan Başvuruların Birimlere Göre Dağılımı



Şekil 4. bakılırsa Alo 153 Kayseri İletişim Merkezine aktarılan başvuruların büyük bir kısmı ulaşım hizmeti yönündedir. Çağrı Merkezi yöneticisinin ifadesine göre çağrıların çoğu anlık bildirim, anlık çözüm noktasında olup herhangi bir kayıtlı başvuru oluşturmadan telefonla çözülen çağrılardır.

Şekil 5. 18.06.2018 – 31.12.2018 Tarihleri Arasındaki Kayıtlı Başvuru ve Anlık Bildirim İstatistiği



18.06.2018 ile 31.12.2018 tarihleri arasındaki başvuruların %55'ni anlık olarak çözülebilen başvurular yönündedir. %45'lik kısmın başvuru kaydı oluşturularak ilgili birimlere aktarıldığını görülmektedir.

153 çağrı merkezi ile alakalı yöneltilen soruya; 9 katılımcı Alo 153'ün çok sistemli ve çözüm odaklı çalıştığını ve çok faydalı bir hizmet alanı olduğunu, 2 katılımcı olumlu bir çalışma olduğunu ve iş yüklerini çok hafiflettiğini belirtmiştir. 3 katılımcı birimin sistemli ve düzenli bir şekilde çalıştığını ancak birimde ki personelin belediyenin iç işleyişine fazla hâkim olmadığını ve bu anlamda bazı problemlerin yaşanabildiğini belirtmiştir.

13 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç4) ifadesine göre; "*Modern şehirlerde vatandaşlar farklı farklı telefon numaraları ezberleyerek ve bu ezberledikleri numaraları aradıklarında da farklı telefonlara yönlendirilerek hizmet almaya çalışmak durumunda bırakılmazlar. Bu amaçla oluşturulan Alo 153 hattımız büyükşehir belediyemiz yetki ve sorumluluğunda bulunan konular haricinde başka kurumların yetki ve sorumluluğunda bulunan konularda da sorunları kayıt altına almakta ilgili kurumlara iletmektedir. Vatandaşlarımız ezberlemesi de herkes için kolay olan tek numaradan her türlü talebini ileterek numara karmamasından da kurutulmakta, haftanın her günü istedikleri anda belediyemize ulaşabilmektedir".*

(Ç4) Kayseri Büyükşehir Belediyesi ile ilgili talep, istek ve şikayetlerin tek bir numarada birleşmesinin sağladığı faydayı belirtmiştir. Bundan dolayı halk hiçbir nereyi arayacağı ile alakalı düşünmeden belediye ile alakalı tüm faaliyetleri Alo 153 Kayseri İletişim Merkezine aktarabilmektedir. Belediye yetki ve sorumluluk kapsamına giren başvurular elektronik bilgi sistemi vasıtasıyla ilgili birimlere yönlendirmekte ve çözümü sağlatılmaktadır. İlçe belediyesi yetki ve sorumluluğu kapsamında olan başvurularda ise kurumlarla kurulan iletişim kanalı vasıtasıyla aktarılmakta ve çözümü doğrultusunda iletiler iletilmektedir. Kurum dışı olan taleplerde ise vatandaşın ilgili yere başvurması konusunda bilgilendirerek yönlendirmesi sağlamaktadır.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1); *"153 önceden bilgisayara kayıt alıyor sonra o kayıtları dinleyip yazıyorduk. Hem bize zor oluyordu hem de vatandaş mesela otobüs gelmedi diye aramışsa bir gün sonra dinlemenin önemi olmuyordu. Bu konu bize iş yükü oluşturuyordu. En azından bu gecikmeler önlendi daha güzel oldu."*

5 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç11); *"Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi kurulduktan sonra gözlemlerimiz ve elde edilen raporlar doğrultusunda belediyemize gelip yüz yüze görüşülen başvurularda ciddi bir azalma görüldü. Beyaz Masada iş yükü azaldı fakat çağrı merkezine gelen başvuru oldukça fazlalaştı. Şu yönden bakacak olursak vatandaş belediyeye gelmeden evinde, işinde, seyahat ederken 153 numarasını tuşlayarak taleplerini iletebiliyor ve olumlu ya da olumsuz şekilde başvuru cevabının telefonuna SMS olarak gidiyor. Alınan başvuruların çoğalmasına karşın iş yükümüz arttığını görüyoruz diğer yandan ilgili birimlere gönderilen başvuruların daha hızlı çözüldüğünü ekranlarımızda görüntülüyoruz."*

(Ç1) ve (Ç11)'in yanıtlarına göre çağrı merkezinin ilgili birimlerin ve bilhassa halkla ilişkiler biriminin çalışma yoğunluğunda rahatlatıcı bir görev üstlenmektedir. Diğer yandan çağrı merkezinin iş yükünün artmasına karşın taleplerin daha hızlı bir şekilde çözüldüğünü de ifade etmektedir. Ç11 in ifadesinde vatandaşlara başvuru durumları hakkında bildirim yapıldığı ile ilgili görüşü de çağrı merkezinin sistematik bir yapıya sahip olduğu görülebilmektedir.

Tablo 6. da Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nin aldığı çağrılar ve bunun karşılanma oranı ile bazı istatistikler yer almaktadır.

Tablo 6. 18.06.2018-31.12.2018 Tarihleri Arasındaki Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'ne Gelen Çağrı İstatistiği

18.06.2018 – 31.12.2018 TARİHLERİ ARASINDAKİ ÇAĞRI İSTATİSTİĞİ	
TOPLAM ÇAĞRI	108.127
KARŞILANAN ÇAĞRI	96.450
KAÇAN ÇAĞRI	11.677
SERVİS SEVİYESİ	%89,20
ORTALAMA GÖRÜŞME SÜRESİ	2 DAKİKA 26 SANİYE
TOPLAM GÖRÜŞME SÜRESİ	155.21:43:10

Tabloya bakıldığında kısa süredir hizmet sunan çağrı merkezinin hizmete girdiği tarihten yıl sonuna kadar 108.127 adet çağrı gelmiş ve 96.450 adet çağrıyı karşılayarak

%89,20 servis seviyesine ulaşmıştır. Çağrı merkezi yöneticisinin ifadelerine göre karşılanan çağrıların birçoğu telefonla çözülebilen anlık bildirimlerden oluşmaktadır. Bu bildirimler kayıt oluşturulmadan çağrı esnasında çözüme kavuşan başvuruları içermektedir. Alınan çağrıların kişisel başvuru olarak birime geleceğini düşünecek olursak, yoğunluğun ne kadar yüksek olacağını ve beyaz masa ve diğer olumların iş göremez duruma gelebileceği varsayılabilir.

3 yıldır Kent Timi biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç5); *"Alo 153 Çağrı Merkezi diğer birimlerimizin aksine mesai kavramı gözetmeksizin 7/24 mantığıyla çalışarak vatandaşların tüm taleplerine cevap veren en önemli birimimiz. Belediyemizdeki tüm birimlerle koordineli bir şekilde çalışan ALO 153, her gün yüzlerce çağrıya cevap vererek, vatandaşların günün her saatinde belediye ücretsiz olarak ulaşıp taleplerini iletebileceği bir birim. Dolayısıyla ALO 153 Çağrı Merkezi vatandaşlarımızla direk iletişimde olduğumuz yer. Burada 7/24 çalışan tüm personelimiz belediye birimleri ile ilgili gerekli tüm oryantasyonları almış ve alanında eğitimli kişilerden oluşmaktadır. Burada ayrıca işitme engelli vatandaşlarımızın taleplerini de alabiliyoruz. İşaret dili eğitimi alan ilgili personelimiz vatandaşlarımızla görüntülü bir şekilde görüşerek vatandaşımızın taleplerini alabiliyor".*

2 yıldır Halkla İlişkiler biriminde sonrasında Alo 153 Kayseri İletişim Merkezinde görev yapan (Ç6); *"Vatandaşa 7/24 hizmet sağlayan talep, şikâyet, öneriler konusunda aksiyon alıp ilgili birimlere ileten verimli bir birimdir"*

Çağrı merkezi hizmete girdikten sonra, Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin 7 gün 24 saat hizmet sunan bir birimi olmuştur. Halk istediği günde istediği saatte tüm il sınırları kapsamında talep, istek ve şikayetlerini aktarabilecekleri bir hizmetin olduğunu ve devamlı çalışan uyanık belediyecilik görüş meydana geldiği söylenebilir. Ayrıca katılımcı (Ç5)'in ifadesinde işitme engelliler içinde hizmet verildiğini de iletmiştir. Bu da vatandaşa verilen hizmetin kapsayıcılığını göstermektedir.

5 yıldır halkla ilişkiler birimde şimdi Alo 153 Kayseri Çağrı Merkezi yöneticisi (Ç2); *"Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nde çağrı ile hizmet vermekle kalmayıp birim görevlerimiz arasında elektronik postadan gelen başvurulara, belediyemiz sitesinde bulunan web formunu dolduran vatandaşlarımızdan gelen başvurulara ve sosyal medyadaki beyaz masa hesaplarımıza gelen başvurulara da cevap vermekteyiz. Sosyal*

medya da müdürlüğümüzün yaptığı güncel bütün faaliyetleri anlık olarak paylaşarak vatandaşlarımıza duyurmuş oluyoruz"

(Ç2)'nin ifadesinde Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nin görevleri hakkında bilgi vermiştir. Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nin birincil görevi olan çağrı karşılama ve konusuna göre anlık bildirim sağlama veya kayıtlı oluşturarak ilgili birimlere aktarması yönündedir. İkincil görevi ise e-posta, web formu ve halkla ilişkiler biriminin sosyal medya hesaplarından gelen başvurulara cevap verme noktasındadır. Üçüncül görevi ise bu sosyal medya hesaplarından halkla ilişkiler biriminin güncel faaliyetleri hakkındaki kamuoyuna bilgilendirmesidir. Buradan çıkarılacak sonuç Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nin işlevsel bir yapıya büründüğüdür. Çağrı merkezi birimi yerel camiayı tanımakla kalmayıp, tanıtım rolünü de kendilerine görev edinmektedir.

Tema 3. Halkla İlişkilerin Kayseri Büyükşehir Belediyesine Kattığı İmaj

Halkla ilişkiler çalışmalarıyla kuruluş kimliği ve imajı arasında sürekli bir uyum ve etkileşim vardır. Bu bağlamda katılımcılara "Halkla ilişkiler biriminin Kayseri Büyükşehir Belediye'si kurumsal imaj ve prestijine katkısı olmuş mudur? Katkı ve dezavantajlar konusunda düşünceleriniz nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir.

Görüşmeye katılan 11 katılımcı halkla ilişkiler faaliyetlerinin son dönemlerde belediye kurumsal itibarına çok yüksek şekilde etki ettiğini düşünmektedir.1 katılımcı ise yapılan faaliyetlerin kurumsal kimlik açısından önemli olduğunu fakat doğru personel ve planlanmış olması gerektiğini düşünmektedir. Yönetimin halkla ilişkiler faaliyetlerini önemsediğini ve bu doğrultuda müdürlüğün açıldığını iletmişlerdir. Birimin yenilenmesi ve yeni birimin kurulmasının çok yüksek oranda kurumsal prestije etki ettiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu eskiden uygulanmayan ya da var olmayan faaliyetlerin şimdi hizmete sunuluyor olmasını göstermiştir. Belediyede başvurunun konusuna bakılmaksızın vatandaşların dinleniyor olması ve karşılarında muhatabın bulunuyor olması bütün bu faktörlerin vatandaşların gözünde belediye hakkındaki görüşlerinin olumlu yönde değiştiğini ve yükseldiğini iletmişlerdir. Bundan dolayı belediyede sunulan halkla ilişkiler faaliyetleri evvelden beri bir gereksinim olduğu ve halkın bu yönde beklentisinin bulunduğu ve son dönemlerde bu faaliyetlerin servis edilmesiyle beklentilerin giderildiği kanısına varılmaktadır.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1); *"Mutlaka olmuştur. Vatandaş geldiğinde ya da aradığında muhatap buluyor. Önceden çok zor ulaşıp sorun çözülüyordu şimdi kolayca ulaşıp derdini anlatabiliyorlar. Dezavantaj ise çalıştırdığınız personel işinde uzman deneyimli ve güler yüzlü olmazsa bu tabi ki dezavantaja dönüşebilir."* Görüş bildirmiştir.

(Ç1) Bu yanıtıyla önceki dönemlerde vatandaşların sorun çözme konusundaki uğraşlarının oldukça zor şartlarda olduğunu incelenen dönemde başvuru kanallarının iyileştirilmesiyle birlikte vatandaşların artık kolayca talep, istek ve şikayetlerini iletebileceği karşısında bir muhatabın olduğunu bilmektedir. Ayrıca vatandaşı dinleyen kişinin halkla ilişkiler ve kurum noktasındaki yetkinliğinin olmasına vurgu yapmıştır. Kurum ve halkla ilişkiler bakımından yeterli donanım ve bilgi düzeyine sahip olmayan personelin kurum imajına olumsuz yönde katkı sağlayacağını savunmuştur.

5 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç11); *"Birimimiz belediyemizin görünen yüzüdür ve belediyemiz oyla çalışan bir sistemdir. Üst yönetimin yapacağı yatırımlara, sunacağı hizmetlere kadar yapılacak her faaliyete bilgi sağlıyoruz. Belediyemizin imajına doğrudan etkimiz bulunduğunu düşünüyorum vatandaşlarımızı karşılamaktan tutun, talebini alırken güler yüzlü bir şekilde işlemlerini yapmamız tutun vatandaşlarımızın talebi ne olursa olsun onları can kulağıyla dinlememiz, birimlere iletilen başvurulara anında cevap vermemiz doğrudan belediye imajına katkı sağlamaktadır."*

Ç11 ifadesine göre halkla ilişkiler birimi belediyenin kurumsal imajına doğrudan etki ettiğini savunmaktadır. Şeçimle iş başına gelen yönetime halkla ilişkiler biriminin sağladığı yarara değinmiştir. Sunulan ya da sunulacak hizmetler doğrultusunda vatandaş geri bildirimleriyle yönetimin stratejisinde de rol oynadığını belirtmektedir. Böylelikle yönetimin kurum imajına yönelik yapacağı çalışmalar noktasında halkla ilişkiler biriminin önemi ortaya çıkmaktadır.

2 yıldır Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nde çalışan (Ç12); *"Kayseri Büyükşehir Belediyesi bünyesinde yapılan faaliyetlerin duyurulmasını üstlenen birim olması nedeniyle elbette katkısı olmuştur bu faaliyetlerin doğru aktarılmaması ya da eksik yansıtılması yanlış yorumlamalara neden olabilir."*

(Ç12) Halkla İlişkiler biriminin sadece talep almadığını belediye faaliyetlerinin tanıtılmasında da rol üstlendiğini belirtmiştir. Vatandaşlara iletilen faaliyetlerin doğru ya da eksik aktarılması durumunda kuruma olumsuz etki yaratacağını savunmuştur.

5 yıldır halkla ilişkiler birimde şimdi Alo 153 Kayseri Çağrı Merkezi yöneticisi (Ç2); *"Halkla ilişkiler çalışmalarının yapılacak planlamaya göre şekillenmesi gerekmektedir ve doğru belirlenecek personel ile kuruma olumlu katkı yapacaktır. Fakat yapılan faaliyetler ya da tam manasıyla hazırlanılmadan yapmak her zaman dezavantaj sağlayacaktır."*

(Ç2)'nin ifadesine göre halkla ilişkiler faaliyetlerinin planlı bir şekilde yapılması ve personel seçiminde halkla ilişkiler bilgi ve donanıma sahip olan kişilerden seçilmesi gerektiğini savunmaktadır. Aksi takdirde plansız yapılan işlerin kuruma olumsuz bir imaj katacağını belirtmiştir.

Tema 4. Halkla İlişkiler Personel Artışı

Tablo 7. de Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğünün yıllara göre çalışan sayısındaki değişimi gösterilmiştir.

Tablo 7. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Birimi Yıllara Göre Çalışan Sayısındaki Değişim

YILLARA GÖRE ÇALIŞAN SAYISI	2017	2018	2019
HALKLA İLİŞKİLER ŞUBE MÜDÜRÜ	0	1	1
HALKLA İLİŞKİLER	3	3	3
ALO 153 KAYSERİ İLETİŞİM MERKEZİ	8	11	16
BEYAZ MASA	3	3	3
MOBİL BEYAZ MASA	2	2	2
KENT TİMİ	2	2	2
TOPLAM	**18**	**22**	**27**

Tablo 6. ya bakacak olursak 2018 yılında çağrı merkezinin devreye alınmasıyla birlikte Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'nde çalışan sayısında artış olduğu görülmektedir.

2018 tarihinde 2017 tarihine göre 4 çalışan artışı, 2019 yılının Ocak-Şubat-Mart aylarında 5 çalışan artışı olmuştur.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1); *"Kayseri çok büyüdü. Önceden merkezde 5 belediye bağlıydı şimdi bütün ilçeler bağlandı köyleri mahalle yaptılar. Her taraftan şikâyet geliyor. Eskiden 2 kişi çalışıyorduk yetiyordu şimdi daha çok personel gerekiyor".*

13 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç4) ifadesine göre*; "Kayserinin son büyükşehir yasası ile hinterlant alanı genişlemiş, en uzak noktada bulunan köylerimiz dahi mahalle statüsü kazanarak Büyükşehir Belediyesi hizmet bölgesine dahil edilmiştir. Bu değişiklik ile hizmet verdiğimiz vatandaşlarımız 500 binlerden 1 milyonu aşan bir sayıya ulaşmıştır. Buna paralel olarak hizmetlerin verimli şekilde devamı için personel sayısında da artış yapılmıştır".*

(Ç1) ve Ç4) çalışan artışının 2014 yılı büyükşehir yasasının beraberinde getirdiği iş yüküne bağlı oranlı olarak çalışan sayısında artış olduğunu belirtmektedir.

3 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi (Ç3) ifadesine göre; *"İş yoğunluğunun artması ile personel sayısının artması doğru orantılı.153 çağrı merkezinde çalışan personeller arayan vatandaşı her konuda bilgilendirmek durumunda ve çağrı yoğunluğu olmaması amacı ile personel sayısında artış olmuştur. Beyaz masaya gelen vatandaşın uzun süre beklememesi acısından ise 3 personelle görev verilmektedir."*

3 yıldır Kent Timi biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç5); *"Önceki sorularda belirttiğim üzere halkla ilişkiler alanlarının genişlemesiyle birlikte personel sayısının artması da kaçınılmaz oluyor. 7/24 çalışan Çağrı Merkezi, Kent Timi ve Mobil Beyaz Masa gibi kurulan her birim yeni personel gerektirmektedir. Fakat personel sayısındaki artış iş yükü ile doğru orantılı bir şekilde ilerlemektedir. Burada fazladan personel istihdam ederek belediyemizin yükünü arttırmak gibi bir durum kesinlikle söz konusu değildir."*

5 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç11); *"İş yükümüz oldukça arttı ve şöyle bir şey var vatandaşlarımızın talepleri çözüldükçe memnuniyet oranı yükseldikçe daha çok aranıyoruz. İnsanlar taleplerinin dinlenildiğini ve talebinin olumlu ya da olumsuz bir cevabının olduğunu artık bilmektedirler. Bundan dolayı her geçen gün birimimize personel takviye ihtiyacı doğmaktadır."*

(Ç3), (Ç5) ve (Ç11) katılımcıların yanıtlarından artışın özellikle Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi faaliyeti hayata geçirildikten sonra yaşandığını ve bu hizmete vatandaşlar tarafından katılımın yüksek seviyede oluşu beraberinde iş yükünün artışı yaşanması sonucu çalışan sayısında artışa gidildiğini ifade etmektedirler.

Mülakata katılan çalışanlar genel olarak artışın gerekli olduğunu, iş yüklerinin artmasına oranla personel artışının yerinde bulduklarını iletmişlerdir.

Tema 5. Halkla İlişkiler Biriminin Bütçesi Artışı

Belediyelerde bütçe ayrılmasının birim çalışanlarıyla orantılı bir şekilde alakası bulunmaktadır. Ancak bütçe ile alakalı çalışanların ilgisi bulunmamakta ve bütçe ile ilgili konular çalışanlara aksettirilmemektedir. Fakat yeniden revize edilen ve yeni kurulan birimler daha yeni kurulmasına karşın geniş hizmet yelpazesi bulunan bu birimin mali olarak da bir yansıması olacaktır. Değişimin yaşandığı bu birimin en önemli bilgi kaynağı yine birim çalışanları olduğu için çalışanlara bütçe ile alakalı soru yöneltilmesi uygun bulunmuştur. Bu bağlamda katılımcılara "Son yıllarda halkla ilişkiler birimine ayrılan bütçede ciddi bir artış meydana gelmiş. Bu artışı nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

Öncelikle Aşağıda yer alan tabloda Kayseri Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü 2017-2018 yılı toplam bütçesi ve birime ayrılan bütçe sayısal olarak gösterilmiştir. Veriler Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Mali Hizmetler Daire Başkanlığı, Bütçe Şube Müdürlüğü verilerine dayanmaktadır.

Tablo 8. Yıllara göre Halkla İlişkiler Birimine Ayrılan Bütçe Tablosu

BÜTÇE YILI	KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	BASIN YAYIN	HALKLA İLİŞKİLER
2017	1.050.000.000 TL	2.350.000 TL	
2018	1.150.000.000 TL	4.300.000 TL	
2019		3.000.000 TL	1.500.000 TL

Basın Yayın Şube Müdürlüğü'nde hizmet veren halkla ilişkiler birimi 13 Ağustos 2018 yılı meclis kararıyla Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü kurulmuştur. 2018 yılına kadar olan dönemde ayrılan bütçenin Basın Yayın Şube Müdürlüğü ile ortak şekilde harcandığı tespit edilmiştir.

Yöneltilen soruya 10 katılımcı bütçe yükselişinin yerinde olduğunu ve birime ve halkla ilişkiler faaliyetlerine verilen değerin bir ürünü olduğunu, 2 katılımcı ise konu hakkında fikir belirtmemeyi seçmiştir.

10 katılımcı bütçenin ayrılması ve artışı hakkında olumsuz bir fikir beyan etmemiş ve yeni kurulan müdürlüğün bütçe anlamında da desteklenmesini belirtmiştir.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1)'in ifadesine göre; *"Beyaz Masa görevi yanında Taşınır Kayıt Yetkilisi olarak ek görevim mevcuttur. Geçen sene müdürlüğümüz kuruldu ve bu yıl bütçemiz ayrıldı. Geçen sene bütçesi hakkında şunu söyleyebilirim Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi'nin kurulması ve Beyaz Masaya yapılan yeniliklerden dolayı 2018 bütçesinin büyük bir bölümünü biz kullandık. Ayrı bütçemizin olması ve diğer yıllara nazaran artırılması yönetimin halkla ilişkilere önem vermeye başladığını göstermesi tarafından olumlu gelişme"*.

10 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç7), *"Önceki yıllarda bize verilen önemin az olduğunu bütçemizin ortak olduğundan anlayabiliriz. Çünkü 2018 yılında müdürlüğümüz kuruldu ve yeni birim hizmet vermeye başladı. İster istemez bu gelişmeler yaşanmaya başladıkça bunun bir de iktisadi olarak karşılığı bulunmaktadır."*

Ç1 ve Ç7 yöneltilen sorunun yanıtından Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'ne ayrılan bütçe ile verilen önemin çıkarılacağını ve önceki zamanlarda halkla ilişkiler faaliyetlerine önem verilmediğini bundan dolayı da halkla ilişkilerin dar bir ölçekte kaldığını ve son dönemlerde halkla ilişkilere verilen önemin yükselmesiyle birlikte problemlerin çözülmesi ve yeniden kurulan bir birim olması nedenlerinden dolayı bütçe konusunda da özerkliğini kazanması yönetim tarafından sağlanmıştır.

Bütçe ile yöneltilen soruya, katılımcıların bir bölümü yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir sonucu olarak bütçenin daha da yükseltilmesi gerektiğini aktarmışlardır.

5 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç11); "*Müdürlük olarak verilen hizmet yelpazemizde artışa oranla bütçemizde de artış söz konusudur. Sürekli değişen ve gelişen teknolojiye ve belediyemize gün geçtikçe eklenecek olan çalışmalara bakacak olursak bütçenin daha da yüksek olmasını bekliyoruz."* Değerlendirmede bulunmuştur.

5 yıldır halkla ilişkiler birimde şimdi Alo 153 Kayseri Çağrı Merkezi yöneticisi (Ç2); *"Etkinlikler, tanıtımlar ve promosyonlar dağıtılması, kurumun halkla ilişkiler biriminin çalışmalarının bir sonucudur diyebiliriz. Halkla ilişkiler birimi vakit buldukça değil her zaman yapılması gereken bir faaliyet olması sebebiyle, bütçe ayrılması ve bu ayrılan bütçeyi etkin bir biçimde kullanmak gerekir. Bu faaliyetlerin sürekliliği kurumumuzun imajını da doğru yönde etkileyeceğini düşünüyorum."* Katılımcının bu yanıtıyla halkla ilişkilerin sürekliliğine vurgu yapmış ve ayrılan bütçenin etkin bir biçimde kullanılması gerektiğini iletmiş ve bu çalışmaların kuruma katacağı imajında yükseleceğini belirtmiştir.

Bütçe sorusuna (Ç5), *"Aslında halkla ilişkiler alanında gelişim gösteren tüm belediyelerde durum aynıdır. Ve olması gereken de budur. Çünkü gelişen ve genişleyen halkla ilişkiler faaliyet alanlarıyla birlikte personel ihtiyacı ve çalışmaları yürütmeye yönelik maliyet de artmaktadır. Önemli olan bu artışla birlikte verilen hizmetin kalitesinin de artmasıdır. Bu anlamda Kayseri Büyükşehir Belediyesi olarak maliyet ve vatandaşa ulaşma anlamında yani fayda anlamında paralel bir şekilde ilerliyoruz"*. Verdiği yanıtla bütçe ile ilgili konuların halkla ilişkiler faaliyetlerine gösterilen değer seviyesinin yükseldiğini ve bu doğrultuda hizmet kalitesine de etki edeceğinin bir işareti olduğunu değerlendirmiş ve halkla ilişkilerin belediyeler için oldukça önemli bir birim olduğunu iletmiştir.

Tema 6. Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü Fiziki Şartları ve Altyapısındaki Değişim

Birimlerin çalışma atmosferinin ve alt yapının yenilenmesi halkla ilişkiler faaliyetlerine farklı bir anlayış sunması nedeniyle görüşmeler içerisine bu başlığın eklenmesine kadar verilmiştir.

Bu karar doğrultusunda "Kayseri Büyükşehir Belediyesi halkla ilişkiler biriminde vermiş olduğunuz halkla ilişkiler hizmetinden ötürü, size sağlanan hem teknolojik hem

de fiziksel alt yapıyı yeterli buluyor musunuz?" çalışanlara bu doğrultuda soru iletilmiş ve görüşmenin son sorusu olması nedeniyle "Eklemek istediğiniz herhangi bir husus var mı?" sorusu iletişmiş ve bu kapsamda çalışanların yanıtları alınmıştır.

İletilen bu soruya katılımcıların 11'i diğer yıllara bakarak yüksek düzeyde iyileştirmenin olduğu alt yapının ve çalışma atmosferinin araştırılan dönemde yeterli olduğu hakkında bildirim sağlamışlardır. 1 çalışan ise diğer birimlerde sunulan hizmetleri takip edilebileceği bir sistemin olmasını iletmiştir. Birtakım katılımcılar, önceki yıllarda teknolojik bakımdan oldukça yetersiz olduğu için sıkıntı yaşadıklarını iletmişlerdir.

21 yıldır Beyaz Masada görev yapan (Ç1) kendisine yöneltilen soruya; *"Eskiden 1 bilgisayarımız vardı. Birimiz bilgisayarda çalışır diğeri eski usul çalışmaktaydı sonra 2 bilgisayar tahsis edildi derken bugün hem sayımız arttı hem de herkesin bilgisayarı oldu. Eskiyle kıyaslarsak bugün daha iyiyiz".* Verdiği yanıtla teknolojik gelişmelerin ve durumların ciddi bir oranla geliştiğini belirtmiştir.

3 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç3) ifadesine göre; "*Yönetim bilgi sistemi üzerinden oluşturduğumuz başvuruları iletmek ve geri dönüşünü takıp etmek, başvuru sürecini hızlandırıp, ilgili birimlerle koordinasyon oluşturmak acısından güzel bir gelişme oldu. Fakat sistem üzerinde bazı aksaklıklar mevcut bazen aradığımız başvuruları bulamıyoruz. Ya da bir vatandaşın birden çok başvuru profili oluşturulduğunu ve sistemin buna olanak tanıdığını görüyoruz. Bu gibi sıkıntıların giderilmesi gerekmektedir."* şeklinde yanıt vermiştir. Kullanılan sistemin çalışanın işlerini kolaylaştırdığını ileten çalışan sistemde yaşanan problemlerden dolayı yaşadığı sıkıntıların olduğunu ileten çalışan sıkıntıların giderilmesi hususunda sistemin denetlenmesi durumunda problemlerin çözüleceğini savunmuştur.

10 yıldır halkla ilişkiler biriminde görev yapan (Ç7), *"Birimimizin şu an ki altyapısının önceki şartlara göre çok iyi bir durumda olduğunu düşünüyorum. Kullandığımız sisteme her gün ve her saatte mekân fark etmeksizin ulaşabiliyoruz. Mesai saatleri dışında belediye hizmetlerinde zamansız oluşan problemlere belediyeye gitmeden bizden istenilen konularda ilgili birimlere de yardımcı olabiliyoruz*." verdiği cevaba göre birime sağlanan sistemin belediye sınırları içerisinde kalmadığı ve mesai sınırlarını

gözetmediği görülmektedir. Böylelikle sistemin sürekli ulaşılabilir oluşu hizmet kalitesinin artmasına yol açmaktadır.

13 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi(Ç4), *"Teknolojik bakımdan günümüz iletişim kaynaklarının hepsini aktif olarak kullanma imkânımız bulunmaktadır. Bunun yanında çalışma ortamlarımız gerek yüz yüze hizmet veren halkla ilişkiler personeli ve vatandaşlarımız için; gerek ise yerine getirdiği görevin ifası noktasında 7/24 çalışan en stresli mesleklerden sayılan çağrı merkezi personelimizin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde stres atma odası, mutfak, lavabolar ve mescit düzenlenmiştir"* ifadesinde çağrı merkezi 7 gün 24 saat hizmet verdiği için çağrı merkezi buna göre düzenlenmiş, temsilcinin rahat edeceği şekilde alanı içerisinde stres atma odası, mutfak, lavabolar ve mescidin bulunduğu ifade etmiştir.

3 yıldır Beyaz Masa biriminde görev yapan halkla ilişkiler görevlisi (Ç3); *"Beyaz Masa birimi önceki dönemlere göre şu an çok iyi durumda 2017 yılında yapılan iyileştirmeyle birlikte yeni ve modern bir beyaz masa görünümüne kavuştuk. Konumumuz itibariyle belediyeye gelen vatandaşlarımız ilk olarak Beyaz Masa birimini görmektedirler".* İfadesine göre birimin son dönemlerde yeni bir görünüme sahip olduğunu ve vatandaşın belediyeye girdiği andan itibaren gördüğü ilk birim olarak belirtmiştir.

2 yıldır Alo153 Kayseri İletişim Merkezi'nde görev yapan (Ç9); *"Bir ALO 153 çalışanı olarak daha özellikle ulaşım konusunda sorunlar yaşayan bir şehirde hizmet verirken alt yapı olarak eksiklerimiz var. Araç takip sistemi, yolcu verileri ve anlık müdahale konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Ulaşım konusunda yeterli alt yapı bulunmadığı için alt yapı çalışmalarının bitmesini beklemekteyiz. Aynı zamanda diğer birimlerde yapılan çalışmalarla ilgili bilgileri takip edebileceğimiz bir sistem bulunmadığı içinde aynı sorunu yaşamaktayız".*

Ç(9), telefonla bilgi verme konusunda diğer hizmet birimlerinin yaşamış olduğu altyapı sorunlarının çağrı merkezi birimine de yansımasının bulunduğunu ifade etmiştir. Ayrıca belediye hizmet birimlerinin yapmış olduğu güncel çalışmalar hakkında bilgi sahibi olabileceği bir sistemin bulunması gerekliliğini belirtmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kamuoyunun seçimiyle birlikte iş başına gelen belediye yönetimleri, yerel kamuoyuna karşı hizmet sunma noktasında mesuliyet bilincinde olması gerektiği ifade edilmektedir. Belediye yönetimlerinin yükümlü olduğu işleri gerçekleştirebilmesi için kamuoyunun sevgisini kazanmak, vatandaşların gözünde olumlu bir imaj oluşturmaktan geçmektedir. Bu hususların sağlanmasında halkla ilişkiler faaliyetlerinin niteliği ile karşılıklı bir durum olarak görülmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri demokratik toplumun bir göstergesi olarak görülmektedir. Kamuoyunun düşüncelerini almak, alınan görüşleri değerlendirmesiyle birlikte yönetime katkı yapmak, hem kurum itibarını yükseltirken belediye yönetiminin başında bulunan belediye başkanının da kamuoyunun gözünde imajının yükselmesini sağlamaktadır.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde halkla ilişkiler faaliyetlerine günden güne daha çok değer kazanmaktadır. Belediye yapısındaki halkla ilişkiler birimleri çoğalmakta ve daha fazla çalışan istihdam edilmektedir. Faaliyetlere tahsis edilen bütçe günden güne artış göstermektedir. Ülkemizde metropol şehirler sıralamasında on beşinci sırada yer alan Kayseri, İç Anadolu Bölgesinin merkez konumunda yer almakta ve her geçen gün çevre illerden aldığı göçlerden dolayı nüfusunun genişlediği görülmektedir.

İşçiye göre; halkla ilişkilerde kişi ya da kurum ile hedef kitle arasında bilgi alışverişi yani iletişim esastır. Bu bağlamda halkla ilişkiler faaliyeti çift yönlü olarak gerçekleşmektedir. Örgüt ile toplum arasında gerçekleşen iletişimde, iki tarafta birbirini etkilemelidir. Kamuoyunun bilgilendirmesiyle desteği sağlanırken, diğer taraftan da kamuoyunun işletmeden beklenti ve tepkileri belirlenmektedir (İşçi, 2002, s.97). Belediye yönetimleri sunmuş oldukları hizmetler karşısında kamuoyunun olumsuz karşılıklarının alınmaması için, sunmuş ve sunacak olan hizmetlerini kamuoyunun

isteklerine göre dizayn etmek için halkla ilişkiler faaliyetlerine daha çok başvurmak mecburiyetindedir.

Bu bağlamda araştırmaya katılan katılımcıların çoğu, incelenen dönemde halkla ilişkiler biriminde ciddi bir yapılanma yaşandığını iletmektedirler.

Belediyelerde kullanılan tanımaya yönelik araç ve etkinliklerden biri sayılan 1994 yılında Basın Yayın Şube Müdürlüğü'nde kurulmuş olan daha öncelerinde yeterli desteği alamayan Beyaz Masa; katılımcıların ifadesiyle 2017 yılında yeni bir görünüme sahip olduğu ve halkın başvurduğu ilk nokta olarak konuşlandırıldığı ifade edilmiştir. Ayrıca bu uygulama literatürde işlenmiş olan halkla ilişkiler ilkelerinden birlikte yönetim şekli olan katılımcılık ilkesini de yerine getirdiğini belirtebiliriz.

2016 yılında belediye yönetimi tarafından kurulan Mobil Beyaz Masa tanımaya yönelik kurulan halkla ilişkiler araçlarından biri olduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler çalışmalarının beyaz masa birimi ile sınırlı kalmadığı görülmektedir. Yine 2016 yılında belediye yönetimi tarafından kurulan Kent Timi belediyenin iç denetim ve dış enformasyon kanalı olarak tanımlanmıştır. Belediye yönetimi vatandaşlardan gelecek bildirimleri önemsemekle kalmayıp kendi iç kontrol mekanizmasını kurarak bu faaliyeti belediye hakkında tüm bilgiye sahip olan halkla ilişkiler birimine görev olarak vermiştir.

2018 yılında Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi kurulmuş Belediye yetki ve sorumluluğundaki tüm hizmetlerin tek numarası konumuna getirilmiştir. Bu da belediye yönetiminin en büyük enformasyon kaynağı olarak görülebilir. Vatandaşlar hangi numarayı arayacağını düşünmeden 153 hattını arayarak başvurularını bildirmeleri, vatandaşların gözünde olumlu bir etki ve imaj bırakmasına yol açmıştır. Ayrıca literatür çalışması doğrultusunda insanlar taleplerini yüz yüze iletmektense telefonla çözmeyi tercih etmektedirler. Bu bağlamda belediye yönetimi bu duruma kayıtsız kalmadığı görülmektedir.

7/24 vardiya sistemiyle çalışan bu birim halkın gözünde, istediği günde istediği saatte tüm il sınırları kapsamında talep, istek ve şikayetlerini aktarabilecekleri bir hizmetin olduğunu ve devamlı çalışan uyanık belediyecilik görüşü meydana geldiği söylenebilir

Yine 2018 yılında belediyede Halkla İlişkiler Müdürlüğünün kurulmasını önceki dönemlerde yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin yönetime kattığı avantajlar neticesinde yeni bir müdürlük kurulmasını sağladığını değerlendirebiliriz.

Müdürlük kurulmasıyla birlikte müdürlüğe has bütçe tahsis edilmiş, yönetim tarafından halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkin bir biçimde gerçekleşmesi adına önemli bir adım olarak görülebilir.

Yapılan görüşmelerin yanında halkla ilişkiler biriminden alınan birtakım raporlarda çözüme kavuşturulan başvurular noktasında da yükselme eğilimi içinde olduğu görülmektedir. Çözüme kavuşturulan başvuruların göstergesi vatandaş memnuniyetiyle doğru orantılı olarak ifade edilebilir.

Belediyede sunulan halkla ilişkiler faaliyetlerinin sürdürülmesi durumunda kazanılan bu ivmenin sürdürülmesi muhtemeldir.

Katılımcıların birkaçı halkla ilişkiler bakımından yeterli donanıma sahip olmayan personelin kurum imajına olumsuz yönde katkı sağlayacağını savunmuştur. Bu sebeple personel seçiminde halkla ilişkiler bilgi ve becerisi bulunan kişilerden oluşturulması gerekmektedir.

Fiziki şartlar ve teknik altyapı bağlamında önceki zamanlarda az çalışan ve elverişsiz ortamlarda hizmet sunmaya gayret gösteren birim; kurumun halk girişinin sol tarafında beyaz masa birimi yeni bir görünüm kazanmış, vatandaşların başvuruları halkla ilişkiler birimine tahsis edilmiş olan yönetim bilgi sistemi aracılığıyla e-dilekçe formunda online olarak kayıt altına alınarak gereksiz evrakların ve yığılmaların önüne geçilmiştir. Yapılan iyileştirmelerin aynı zamanda halkla ilişkiler biriminde iş yükünün hafifletilmesi konusundaki çalışmalar olarak değerlendirilebilir.

Alo 153 Kayseri İletişim Merkezi temelden dizayn edilerek 7 gün 24 saat dönüşümlü vardiya sistemiyle çalışan çağrı temsilcisinin rahat edeceği şekilde birim alanı içerisinde stres atma odası, mutfak, lavabolar ve mescit odaları düzenlenmiştir. Birimlerin çalışma atmosferinin ve alt yapının yenilenmesi sunulan halkla ilişkiler faaliyetlerinin kalitesinin artırılmasına yönelik çalışmalar olarak görülmektedir.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi, halkı anlama, halkı göre hareket etme, halkın desteğinin ve sempatisinin kazanılması, yönetimde devamlılığın sağlanması bağlamında iki yönlü iletişim kurmayı amaç edinmesi halkla ilişkiler birimine önemli yatırımlarda bulunmasını sağlamıştır. Bu sebeple araştırma sonucunda son dönemlerde Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde halkla ilişkiler çalışmalarına ve faaliyetlerine oldukça önem verildiği anlaşılmaktadır

Belediye de halkla ilişkiler kavramının halkla ilişkiler biriminde sınırlı olmayıp belediyeyi temsil eden tüm birimlerde görev alan çalışanlar, vatandaş gözünde bir halkla ilişkiler görevlisi olarak görülmektedir. Bundan dolayı vatandaş gözünde belediyenin desteğinin ve sempatisinin kazanılması sadece halkla ilişkiler biriminin yaptığı çalışmalarla sınırlı tutulması bir zamandan sonra diğer birimlerin yapacağı olumsuz bir durumda etkisiz kalacaktır. Diğer birimler tarafından da halkla ilişkiler biriminin öneminin anlaşılması, halkla ilişkilerin temel amaçlarının kavratılması ve bu yönde kendilerinin geliştirmeleri kurum açısından büyük yarara yol açacaktır. Halkla ilişkiler birimi tarafından diğer birimlere hizmet içi eğitim verilmesi halkla ilişkiler faaliyetlerinin doğru anlaşılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

442 Sayılı Köy Kanunu (1924).

5393 Sayılı Belediye Kanunu (2005).

Acar, Muhittin (1993). Belediyelerde Halkla İlişkiler, Uzmanlık Tezi, Ankara: DPT Yayınevi

Acar, Muhittin (2002). Belediyelerde Halkla İlişkiler: İlkeler, Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetimler, İstanbul: Alfa Yayınları

Akçakaya, M. (1999). Belediyelerde Halkla İlişkiler. Sayıştay Dergisi, Sayı:34

Aksu, H. & Candan, U. & Çankaya, M. N. (2011). Her Şey Çıplak: Bildiğiniz İnternetin Sonu: Web 3,0, İstanbul: Mediacat Kitapları,

Alikişioğlu, M. (1999). Halkla İlişkiler Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım, İstanbul: Okan Üniversitesi Yayınları

Alpöge, Atilla, (1993). Halka Dönük Yerel Yönetim, Ankara: Ulai Emme Yayınları,

Asna, M. A. (1974) Halkla İlişkiler, İstanbul: Bahar Matbaası

Asna, M. A. (2012). Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler, İstanbul: Pozitif Yayınları

Baban, E. (2016). Dijital Halkla İlişkiler Uygulamalarında Simetrik İletişim. Halkla İlişkilerde Uzmanlaşma III (s.279-308). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Bakan, Ö. (2002). Halkla İlişkiler Faaliyetleri İçinde Kamuoyu Araştırmalarının Yeri. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2(3), 149-160.

Biber, A. (2006). Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Budak, G. ve BUDAK, G. (1995). Halkla İlişkiler Davranışsal Bir Yaklaşım, İstanbul: Beta Yayınları.

Bülbül, A.R. (2004). Halkla İlişkiler, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Bülbül, A.R. (2000). Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Konya: Nobel Yayın Dağıtım

Çamdereli, M. (2005). Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler, İstanbul: Salyangoz Yayını

Çetin, M. H. (2009). Bir Aygıt Olarak Halkla İlişkiler Araçları, Ankara: Eğitim Akademi Yayınları

Davulcu, E. & Işık M. & Özerbaş Somuncuoğlu, D. & Güllüpunar H. & Erdem, A. & Cıngı, M. & Engür, Ç & Tanyeri, E. & Aydemir, E. (2017). Halkla İlişkilere Giriş, Konya: Eğitim Yayınevi

Dicle, A. (1976). Örgütsel Verimlilik ve Etkinlik, Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdare Enstitüsü Yayını

Ersöz, H.Y. (2000). Yerel Yönetimlerde Fonksiyonel Değişim, Sayıştay Dergisi, Sayı: 38

Ertekin, Y. (1995). Halkla İlişkiler, Ankara: TODAİE Yayınları

Göksel, A. B. (1988). Halkla İlişkiler, İzmir: Bilgehan Basımevi.

Göksel, A B. & Yurdakul, N. B. (2002). Temel Halkla İlişkiler Bilgileri, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Gölönü, S. (2000). Yerel Yönetimler Halkla İlişkiler ve Toplumsal Beklentiler. Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı.3, 125-134

Gözler, K. (2011). İngilizce Karşılıklarıyla Hukukun Temel Kavramları, Bursa: Ekin Yayınevi

Grunıg, J. & Dozıer, D. & Ehlıng, W. & Grunıg, L. & Repper, F. & Whıte, J. (1992). Excellence in Public Relations and Communication Management. NJ: Lawrence Erlbaum Assoc.

Grunıg, J. & Hunt T, (1984). Managing Public Relations, New York: Wadsworth/Thamson Learning.

Grunıg, J. (2005). Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, İstanbul: Rota Yayıncılık

Güllüpunar, H. (2009). Halkın Yakınma Yöntemleri (Belediyelerdeki Halkla İlişkiler) Konya: Eğitim Akademi Yayınları

Gürgen, H. (1994), Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları

Gürüz, D. E. (1993). Halkla İlişkiler Teknikleri, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Henden, H. B, & Henden, R. (2005). Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 14(14). 48-66

İşçi, M. (2002). Halkla İlişkiler. İstanbul: Der Yayınları.

Karakılçık, Y. (2013). Yeni Yerel-Bölgesel Politikalar Işığında Yerel Yönetimler. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Kazancı, M. (2013). Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, Ankara: Turhan Kitapevi.

Kazancı, M. (1980), Halkla İlişkiler, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları Ankara: S.B.F. Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi,

Keleş, R. (2006). Yerinden Yönetim ve Siyaset, İstanbul: Cem Yayınevi

Kelly, K. & Lakın, A. & Rosensteın, G. (2010). Investor Relations: Two-Way Symmetrical Practice. Journal of Public Relations Research, 22:2, 182-208.

Mecek, M. (2017). Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2017, C.22, Kayfor15 Özel Sayısı, s.1815-1851

Okay, A. & Okay, A. (2002). Halkla İlişkiler, Kavram, Strateji ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınevi

Oktay, M. (1996), Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları, Der Yayınları, İstanbul.

Onal, G. (2000), Halkla İlişkiler, İstanbul: Türkmen Kitapevi.

Özel idaresi Kanunu (2005)

Özüpek, M. N. (2006), Halkla İlişkiler Açısından Belediyelerin Kamu Beklentilerini Öğrenme Yöntemleri. Selçuk Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dergisi, 493-495.

Özüpek, M. N. (2010). Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında İnternet Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi dergisi, 6(3), 196-205.

Özüpek, M. N. (2013). Belediyelerde Halkla İlişkiler, Konya: Eğitim Yayınevi

Peltekoğlu, F. B. (1993). İşletmenin Yapısı Açısından Halkla İlişkiler Modelleri. Verimlilik Dergisi, 22:1,1–14

Peltekoğlu, F. B (2012). Halkla İlişkiler Nedir? İstanbul: Beta Yayınları

Sabuncuoğlu, Z. (2010). İşletmelerde Halkla İlişkiler, Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.

Sencer, M. (1985). Son Düzenlemelere Göre Türkiye'de Taşra Yönetimi ve Yerel Yönetimler, Amme İdaresi Dergisi.

Sezgin, Murat (2007). Türkiye de Belediyelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Model Önerisi, Doktora Tezi, Konya

Şenyurt, Gökhan (2016). Belediyelerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İnternetin ve Sosyal Medyanın Kullanımı: Konya Merkez İlçe Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, Konya

Tarhan. A. & Bakan, Ö. (2013). Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Vatandaş Algısı Konya: Literatürk Academia

Toprak, Z. (2014), Yerel Yönetimler, İzmir: Siyasal Kitap Yayınları

Tortop, N. (1975). Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler, Ankara: TODAİE.

Tortop, N. (2003). Halkla İlişkiler, Ankara: Yargı Yayınevi

Tortop, N. (2009). Halkla İlişkilere Giriş, Nobel Yayınevi, Ankara

Uyar, A. & Mecek, M. (2016). Kent Bilincinin Oluşturulması İle Hizmet Pazarlaması Aracı Olarak Beyaz Masa Uygulaması Ve Hukuki Yapısı: Afyonkarahisar Belediyesi Örneği. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 11(3). 143-157

Uysal-Sezer, B. (1996). Yerel Yönetimler ve Halkla İlişkiler, Çağdaş Yerel Yönetimler, 5 (6), 59-67.

Varol, M. (2002). Siyaset ve Halkla İlişkiler. Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayını.

Wılcox, D. L. & Cameron G. T. (2009). Public Relations: Strategies and Tactics, Allyn & Bacon

Yağmurlu, A. (2010). E-Halkla İlişkiler ve Bakanlık Uygulamaları. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik. 6(2), 62-80.

Yalçındağ, S. (1986), Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Amme İdaresi Dergisi, Sayı: 19/1

Yalçındağ, S. (1988). "Kamu yönetiminde halkla ilişkiler" Halkla İlişkiler Sempozyumu. Ankara: Todaie Yayını.

Yalçındağ, S. (1996) Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler, TODAİE Yayınları

Yatkın, A. & Yatkın, Ü. A. (2006). Halkla İlişkiler ve İletişim. Ankara: Nobel Yayınları.

Yayınoğlu, P. E. (2005). Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler. Birsen Yayınevi

Yeşil, S. (2019). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Beyaz Masa Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Konya

Zeren, H. E.& Özmen, A. (2010). Halkın Belediye Faaliyetlerine Katılma Duyarlılığı ve Hizmet Memnuniyeti: Karaman Belediyesi Örneği, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12 (19), 165-173.

İnternet Kaynakları

https://pazarlamasyon.com/halkla-iliskiler-nedir-islevleri-nelerdir/ (15.12.2019)

https://www.icisleri.gov.tr/illeridaresi/koyler1 Erişim Tarihi (20.11.2019)

https://www.icisleri.gov.tr/illeridaresi/ozel-idare1 Erişim Tarihi (20.12.2019)

https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-q4-global-digital-statshot-october-2019-v01 (19.12.2019)

http://tut.gov.tr/bilgi-edinme-nedir (Erişim Tarihi – 15.01.2020)

https://www.kayseri.bel.tr/karar-ozetleri/13-agustos-2018-tarihli-meclis-karar-ozeti (Erişim Tarihi 17.01.2020)

http://www.kayseri.gov.tr/kayseri-tarihii (Erişim Tarihi 28.04.2020)

https://www.kayseri.bel.tr/organizasyon-yapisi (Erişim Tarihi 28.04.2020)

https://www.kayseri.bel.tr/hizmet-birimleri (Erişim Tarihi 28.04.2020)

http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Halkla%20Ili%C5%9Fkilerde%20Yaz%C4%B1l%C4%B1%20Ara%C3%A7lar.pdf (Erişim Tarihi 28.04.2020)

https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altundan-cimer-aciklamasi-onumuzdeki-surecte-cevap-suresinin-azaltilmasi-konusuna-yogunlasilacak (Erişim Tarihi 28.04.2020)

https://www.icisleri.gov.tr/bilgiislem/acik-kapi-projesi-milletin-kapisi (Erişim Tarihi 28.04.2020)

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER:

İsim-Soy İsim: Oğuz BAYHAN

E-Posta: ogzbyhn@gmail.com

EĞİTİM DURUMU:

Eğitim Durumu: Lisans

Medeni Durum: Bekar

Askerlik Durumu: Yapıldı

Üniversite: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Lise: Kayseri Sümer Lisesi