

## ARAŞTIRMA MAKALESİ



Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi  
*The Journal of International Social Sciences*  
Cilt: 30, Sayı: 2, Sayfa: 377-390, TEMMUZ – 2020  
**Makale Gönderme Tarihi:** 20.06.2020 **Kabul Tarihi:** 16.07.2020

### KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER VE KRİZ YÖNETİMİ: MADEN İLÇESİ ÖRNEĞİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

*Public Relations and Crisis Management: a Field Survey in The Sample of Maden District*

Adem DOĞAN<sup>1</sup>

#### ÖZ

Kamu ya da özel sektör olsun zaman zaman örgüt içinden ya da örgüt dışından kaynaklanan nedenlerden dolayı kendini bir krizin içerisinde ya da kriz ortamında bulabilir. Kurumlar, kriz süreçlerinden en az zararlar veya hiçbir zarar görmeden çıkmak isterler. Bu süreç elbette ki etkin bir kriz yönetimi ile mümkündür. Kriz yönetiminde en önemli işlev halkla ilişkiler faaliyetleri tarafından görülmektedir. Kriz dönemlerinde halkla ilişkiler, kurumun hedef kitle ile etkili bir şekilde iletişim kurmasına, yaşanabilecek sorunların hızlı bir şekilde çözülmesine, kurumun krizden en az etkiyle çıkmasına, kurumun imajının en düşük düzeyde zarar görmesine kısacası kurumun krizden hasarsız ya da en az hasarla atlatmasına katkı sağlar.

Bu çalışmada, Elazığ'ın Maden ilçesinde ortaya çıkan heyelan tehlikesi heyelan ve sonrasında yaşanan gelişmelere ilişkin vatandaşların katılımı bağlamında bir alan araştırması gerçekleştirilerek, kamusal halkla ilişkiler çerçevesinde analiz edilmiştir. Araştırmada alan araştırması yöntemi uygulanmış; veriler telefonla anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, katılımcılar açıklanan projeyi beğendiği halde, ödeme planını uygun görmedikleri, proje hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları sonucuna varılmıştır. Kamusal halkla ilişkiler bağlamında vatandaşın sürece katılımının yeterli düzeyde olmadığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:**Halkla İlişkiler, Kriz Yönetimi, Maden

#### ABSTRACT

From time to time, the public or private sector may find itself in a crisis or in a crisis environment due to internal or external reasons. Institutions want to exit crisis processes with minimum or no damage. This process is of course possible with an effective crisis management. The most important function in crisis management is seen by public relations activities. In times of crisis, public relations contribute to the effective communication of the institution with the target audience, to quickly solve the problems that may arise, to the institution to get out of the crisis with the least impact, to the institution's image to be at the lowest level, in short, to the institution to survive the crisis with the least damage.

In this study, a field study was carried out in the context of public relations by conducting a field study in the context of the landslide hazard that occurred in the Maden district of Elazığ, the participation of the citizens regarding the landslide and the subsequent developments. In the research, field research method was applied; data were obtained by using telephone survey technique. According to the findings, it was concluded that although the participants liked the project described, they did not consider the payment plan appropriate and did not have sufficient information about the project. In the context of public relations, it has been observed that citizens' participation in the process is not sufficient.

**Keywords:** Public Relations, Crisis Management, Maden

<sup>1</sup> Doç.Dr, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü,  
e-posta: [ademdogan23@hotmail.com](mailto:ademdogan23@hotmail.com), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0933-6072>

## 1. GİRİŞ

Günümüzde hem kamu hem özel sektör yönetim anlayışında halkla ilişkilerin önemi her fırsatta ve her ortamda dile getirilir (Aydın ve Taş, 2016:23). Çünkü halkla ilişkiler, kurumların, organizasyonların hedef kitleleri ile etkili bir şekilde iletişim kurarak bu ilişkilerin uzun vadeli, tatmin edici bir düzeyde ve güvene dayalı bir şekilde sürdürülmesine yardımcı olur. Kılıncı'a göre (2019:205) halkla ilişkiler faaliyeti temsil edilen kuruluş ya da kişinin, ilişkide olduğu tüm hedef kitlelerle sağlam bağlar kurup geliştirmesine yönelik çabalardan oluşmaktadır. Bu çabalar temsil edilen kurum ile ilişki kurmak istediği kitle arasında karşılıklı güvenin oluşturulmasına ve hedef kitlenin ilgi ve desteğinin artırılmasını amaçlamaktadır.

Halkla İlişkiler kurumların vicdanıdır. Kurumların faaliyet gösterdikleri alan ne olursa olsun kendilerinin dışındaki dünyayı düşünceleri, iyiliği için faaliyetlerde bulunmalarıdır. Halkla ilişkiler kendileriyle iletişimde olan tüm topluluklara onlarla temasın ne kadar doğru bir karar olduğunu göstermenin naif şeklidir (Şentürk ve Selvi, 2019:9). Bu anlamda kurumların halkla ilişkiler ile amaçladığı toplumun yararına işler yapmaktır ve toplumla birlikte hareket edildiğinde sorunların çözümüne katkı sağlamaktır (Gruning, 2001:6). Buna göre, halkla ilişkiler çalışmaları kurumlarda farklı işlevleri ve farklı görevleri vardır. Gerçekleştirilen faaliyetler ile kurumun imajının güçlendirilmesi ve hedef kitle ile etkili, sürdürülebilir iletişim süreci oluşturulması sağlanabilmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri kurum hakkında olumlu bir imaj oluşturma, hedef kitle ile sürdürülebilir bir iletişim süreci sağlama gibi işlevlerinin yanında kriz döneminde de çok büyük işlevlere sahiptir. Kriz zamanlarında halkla ilişkiler etkinliklerinin önemi büyüktür. Halkla ilişkiler istenildiği ölçüde işlerlik kazandığı zaman örgüt için uyum ve anlaşma ortamı sağlanmakta, örgüt içi ve dışı ile ilişkiler düzenlenmektedir. Halkla ilişkiler örgütün dış çevrede ilişkide bulunduğu kamularla işbirliği sağlamakta, örgütün olumlu imajının ve prestijinin artırılmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca halkla ilişkiler, toplumun ve hedef kitlenin örgüte güven duymasına, örgüt çalışanlarına ve çalışanların çevresine örgüt ile oluşan her türlü zorlukların aşılması noktasında yardımcı olmaktadır (Akdağ, 2005: 18). Kriz dönemlerinde halkla ilişkiler kriz yönetiminin en önemli enstrümanlarından biridir. Halkla ilişkiler faaliyetleri sayesinde kurum kriz sürecini en etkin şekilde yürüterek, krizden etkilenmeden ya da en az etkiyle çıkmasına katkı sağlar.

Kriz dönemlerinde özel sektör kadar kamu sektörünün de halkla ilişkilere ihtiyacı vardır. Kamusal halkla ilişkiler her dönemde olduğu gibi kriz yönetiminde sürecin önemli bir parçası ve kurumların kriz yönetiminde kullandığı önemli araçlardan biridir.

Bu çalışmada, Elazığ ili Maden ilçesinde yaşanan heyelan sonrasında 250 konutun taşınma durumunda olması dolayısıyla yaşanan kriz yöntemine vatandaşların katılımı ve sürece ilişkin değerlendirilmeleri incelenmiş ve alan araştırması yöntemi ile elde edilen veriler ile vatandaşların kamu yönetimi tarafından sunulan önerilere bakışı analiz edilmiştir.

## 2. KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler, çağdaş yönetim anlayışının temel ögesini meydana getirir. Günümüzde gelişmiş ülkelerde ve kurumsallaşmış tüm örgütlerde uygulandığı gibi, halkla ilişkiler bir organizasyonun bütününe ilgilendiren planlı iletişim çabaları (Uygun, 2018:24) olarak değerlendirilmektedir. Black (1992) modern koşullar altında hiçbir hükümet, endüstri, şirket veya kuruluşun halkının işbirliği olmadan başarılı bir şekilde faaliyet gösteremeyeceğini ifade etmektedir.

Çağdaş toplumda kamu yönetiminin verimliliği ve başarısı, sayısal olarak yaptıkları işten ziyade hizmet sundukları kitlenin hizmete katılım derecesi, güveninin ve desteğinin derecesi ile değerlendirilmektedir (Aydın ve Taş, 2016:35). Halk geçmişe oranla yönetimi daha fazla tanımayı, hakkında daha fazla bilgi elde etmeyi, yönetime katılmayı ve temsil edilmeyi istemektedir. Halkın, yönetimi denetlemesi ve yönetime her düzeyde katılımı, yönetilenlerin kendilerini ya da toplumun

tümünü ilgilendiren politika ve işlemler konusunda bilgi edinmesi günümüzde artık bir “hak” olarak algılanmaktadır (Uygun, 2018:32). Demokratik kamu yönetimlerinin mutlaka kendini zorunlu olarak ilişkide bulunduğu vatandaşlara anlatması gerekmektedir. Bu durumda, demokratik yapıdaki ülkelerde hedef kitlelerin, yani vatandaşların süreç hakkında bilgilendirilmesi, onlara en azından sürecin nasıl işlediğinin anlatılması bir zorunluluk halini almaktadır. Kamunun kendini ifade etmesi de ancak halkla ilişkiler etkinliğinin doğru uygulanması ile gerçekleşebilmektedir (Mert, 2016:137).

Kamu kurumları kamusal hizmet sunmak amacıyla kamu sermayesiyle kurulan ve kamu yararına dayalı faaliyetler gerçekleştirmeye odaklanan kurumlardır. Kamu kurumlarının temel paydaş grubunu ise yönetilenler bir başka deyişle vatandaşlar şeklinde ifade edilebilecek hedef kitleler oluşturmaktadır (Boztepe Taşkıran, 2019:120). Bu hedef kitlelerin yönetime katılımı, kamu yönetiminin de demokratik bir nitelik kazanmasına katkı sağlamaktadır.

Toplumsal kesimler ve devlet arasındaki uzlaşmanın son bulunduğu, devletin toplumu yönettiği tezinin terk edildiği bu dönemde benimsenen yeni anlayışın paradigması; devletin toplumdaki rolünün, hükümet, bürokrasi ve vatandaşlar arasındaki ilişkilerin yeniden tanımlanması ve biçimlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Bu paradigma değişiminin doğal sonucu olarak, yönetim anlayışı da değişmiş, kurumlar yönetici ve yönetilen arasında insancıl davranışlar geliştirme, yönetim ile vatandaş arasında iyi ilişkiler kurma, hem örgüt içinden hem dışından yönetime katılımın imkanlarını oluşturma, mal ve hizmet çıktılarının yararlanıcıların istek ve beklentileri doğrultusunda belirlenmesi gibi şartları sağlamaya yönlendirilmiştir (Arslan, 2017:121). Toplumsal sistemin tüm unsurlarının birbirlerini karşılıklı etkileme gücüne sahip olduğu günümüz koşullarında kamu kurumlarının kamusal hizmetlerin sunumu, kamu yararına odaklanan kararların alınması ve faaliyetlerin gerçekleştirilmesini sağlama yönündeki misyonlarını yerine getirebilmeleri için vatandaş odaklı bir anlayış benimsemesi, katılımcılık ve şeffaflık ilkelerini hayata geçirmesi ve bu amaçlarla halkla ilişkiler fonksiyonlarından etkin biçimde faydalanması gereklilik taşımaktadır (Boztepe ve Taşkıran, 2019:121).

Kamu kurumlarında ilişkilerin demokratikleşmesiyle halk, alınan kararlara katılma, görüşlerini bildirme ve olup bitenden haberdar edilme hakkını kazanmış olur. Yine bu ilişkilerin bir sonucu olarak kamu kurumları izlediği politikayı halka açıklamak, bu politikayı benimsetmek, halkın kamu hizmetlerine karşı gösterdiği tepkiyi dikkate almak zorundadır (Uygun, 2018:25). Halkla ilişkiler kamu yönetimi ile halk arasında bir köprü gibidir. Bu köprü ne kadar sağlam bina edilirse ilişkiler o kadar sağlıklı gelişir (Aydın ve Taş, 2016:123). Kurumlar ile hedef kitleler arasındaki ilişkilerin yönetiminden sorumlu olan halkla ilişkiler fonksiyonunun kamu yönetimi açısından kritik bir rol üstlendiği dikkat çekmektedir. Kamu kurumlarının vatandaşlardan oluşan hedef kitlelerin gereksinim duyduğu kamusal hizmetleri gerçekleştirebilmesi, kamu yararına odaklı faaliyetlerini sürdürebilmesi, yönetişimin gerektirdiği katılımcılık ve şeffaflık ilkelerinin uygulanabilmesi için kamu sektöründe halkla ilişkiler gereklilik arz etmektedir (Boztepe Taşkıran, 2019:120).

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler; bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluşta da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli çabaları (Yalçındağ, 1987:57) olarak tanımlanmaktadır. Kamusal halkla ilişkiler, her seviyedeki kamu kurumları açısından, kamuların çeşitli konular, problemler ve faaliyetler hakkında bilgilendirilmesi için oldukça önem taşıyan bir rol oynamaktadır (Boztepe, 2014:45). Halkla ilişkiler tanıma ve tanıma faaliyeti olarak değerlendirildiğine göre, tanıma kapsamında halkın beklenti ve isteklerinin alınması; tanıma kapsamında da kurumun faaliyet ve hizmetleri konusunda halkın bilgilendirilmesi işlevleri yerine getirilmektedir.

Halkla ilişkilerin en belirgin özelliği, iki yönlü iletişimi etkin kullanmasıdır. Bu özellik tüm halkla ilişkiler yazınında en başat konudur. Sistemli ve bilinçle yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarında en başta yapılan, kuruluştan halka, halktan da kuruluşa bilgi akımını sağlamaktır. Bu amaçla çağımızın gelişimi iletişim teknolojisinin verdiği olanaklardan etkin biçimde yararlanılması da beklenilmektedir (Yalçındağ, 1987:57). Günümüzde halkın bilgilendirilmesi veya halkın beklentilerinin alınması hususunda gelişen teknolojilerin de katkısıyla farklı yöntem ve araçlar bulunmaktadır. Bütün bu yöntem ve araçlar kullanılarak kurum hakkında hedef kitle üzerinde olumlu bir izlenim ve güven oluşturmak mümkün olabilmektedir.

Halkta olumlu izlenim oluşturmak açısından topluma başarılı hizmet götürmenin genelde gerekli, ancak, her zaman yeterli olmayabileceğini de belirtmek gerekiyor. Birçok hizmet dalında, yönetimin toplumun beklentileri doğrultusunda etkili, verimli çalışmalar gerçekleştirdiği, kendiliğinden toplum tarafından anlaşılabilir niteliktedir ( Yalçındağ, 1987:72). Halkla ilişkilerde temel amaç, kamuoyunu etkilemek ve ondan etkilenmektir. Bu temel amacın gerçekleştirilmesinde örgüt içinde ve diğer örgüt ve kuruluşlarla arasında güven, saygınlık ve olumlu bir görüntü önemli bir yer alır (Güneş, 2009:74). Kamu yönetiminde, özellikle de yerel yönetim anlamında halkın güven ve desteğini almanın yanı sıra halka danışma ve hizmete katılımının sağlamanın da rolü büyüktür. Bunun için, topluma iyi ve yeterli düzeyde hizmet sunabilmede, yönetimin halk ile yani hizmet sunduğu kitle ile iyi ve düzeyli ilişkiler içinde olması da önemlidir. Halk ile iyi ilişkiler kurabilmenin en etkin yolu da halkın yönetime katılımının sağlanmasıdır (Aydın ve Taş, 2016:36). Halkın yönetime katılımı hizmetlerin her aşamasında halkın düşünce ve taleplerinin alınması, karar aşamasında halkın beklentilerinin değerlendirilmesi ile mümkündür. Halkın katılımı ile kriz dönemlerinde kurum hedef kitlesinin daha güçlü bir şekilde yanında bulunmasına katkı sağlar. Şentürk'e göre (2006:61), kurumların aldıkları kararlarda diyalog halinde olduğu kitleler tarafından desteklenmek ve kriz ya da diğer durumlarda yalnız kalmamak için katılımcı bir politika izleyerek kararlara ilgili paydaşlarını dâhil etmesi gerekmektedir.

### 3. HALKLA İLİŞKİLERDE KRİZ YÖNETİMİ

Kamu ya da özel sektör olsun zaman zaman örgüt içinden ya da örgüt dışından kaynaklanan nedenlerden dolayı kendini bir krizin içerisinde ya da kriz ortamında bulabilir. Kriz beklenmedik, aniden gelişen, hızlı hareket eden ve her hangi bir hazırlık yapılmadan karşı karşıya kalınan ve örgüt için iyi değerlendirilmezse çöküş, aksi durumda bir fırsat anlamına gelebilen bir durumdur (Akdağ, 2005:3). Kriz gibi sorunlara karşı kuruluşlar önceden önlem almalı, hazırlıklı olmalı, kriz ortamlarında izlenecek iletişim stratejilerini belirlemelidir (Çamdereli, 2000:124).

Gruning (2001:13) kriz iletişimde dört önemli ilkenin olduğunu ifade etmektedir. Bunlardan birincisi “İlişki” ilkesidir. Bu ilişki çerçevesinde, kuruluşların halkla iyi ve uzun vadeli kurduğu ilişkilerle hem sorunlara hem de krizlere daha iyi dayanabileceği ifade edilmiştir. Organizasyonlar krizden kaçınmak için çalışabilir, ancak bazen krizler, özellikle de kazalar, doğal afetler ve ürün tahrifatı gibi sonuçlar doğurabilir. Sonraki üç ilke, bir kriz olduğunda geçerlidir. İkinci ilke “Hesap Verebilirlik” ilkesidir. Bu ilke göre organizasyonlar, onların hatası olmasa bile bir kriz için sorumluluk kabul etmelidir. Üçüncü ilke “Bilgilendirme” ilkesidir. Bir kriz anında, bir kuruluşun kriz veya sorunla ilgili bildiklerini ifşa etmesi gerekir. Ne olduğunu bilmiyorsa, ek bilgi aldıktan sonra tam açıklama sözü vermelidir. Dördüncü ilke ise “Simetrik İletişim”dir. Bir kriz anında, bir kuruluş kamu yararını en az kendi yararı kadar önemli olarak görmelidir. Örneğin kamu güvenliği en az kar kadar önemlidir. Bu nedenle örgütün halkla gerçek bir diyalog kurmaktan ve bir kriz meydana geldiğinde sosyal sorumluluk sahibi davranış uygulamaktan başka seçeneği yoktur.

Kriz yönetimi, birdenbire gelişen ve rutin işleyişin bozulduğu, risk, bunalım, stres, gerilim ve çatışmanın arttığı ve zamanın kısıtlı olduğu, bunlardan dolayı yöneticilerin karar almakta zorlandığı olağan dışı durumların en iyi şekilde atlatılması için geliştirilmiş bir yönetim modelidir (Tekin, 2016: 123). Kamu yönetiminde kriz yönetimi ise, kamu hizmetlerinin yürütülmesi esnasında

hizmetlerde aksamaları, kurumun itibarının, halkın güven ve desteğinin zedelenmesini ya da kaybedilmesini önlemek üzere, kurumsal yapıdan ya da kurumsal çevreden kaynaklanabilecek büyük çaplı sorunların daha doğmadan veya kontrolden çıkmadan bilinçli, sistemli ve koordineli bir biçimde yönetilmesidir (Akdağ ve Arklan, 2013:34). Özel sektörde olduğu gibi kamu yönetiminde de kriz yönetimi, özellikle vatandaşların süreçten zarar görmemesi açısından önemlidir.

Kamu yönetiminde kriz yönetimi süreci belirli bir plan ve program dâhilinde sistemli, bilinçli ve koordineli bir biçimde hareket etmeyi gerektirmektedir. Üç ayrı döneme ayırmanın mümkün olduğu kriz yönetim sürecinde yapılması gerekenleri bu bağlamda, kriz öncesi dönemde yapılması gerekenler, kriz zamanında yapılması gerekenler ve kriz sonrası dönemde yapılması (Akdağ ve Arklan, 2013:45) gerekenler olarak sınıflandırarak, bu sınıflandırma çerçevesinde planlama yapmak gerekir.

Kriz yönetiminde en önemli işlev halkla ilişkiler faaliyetleri tarafından yerine getirilir. Halkla ilişkilerin örgüt için ne kadar önemli olduğu, bir kriz ortamında halkla ilişkilerin örgüt yönetimine yol göstermesi ve krizin en az zararla atlatılmasının sağlanması halkla ilişkilerin örgüt içinde yüklendiği misyon neticesinde mümkün olmaktadır (Akdağ, 2005:2). Süreçte halkla ilişkiler ne kadar etkin rol alırsa, işlevi de o kadar etkin olur.

Kriz yönetimi açısından halkla ilişkilerin en önemli işlevi potansiyel krizleri öngörme, tedbirler geliştirme ve kriz durumunun ortaya çıkması durumunda kurumun en az hasarla bu sürecin atlatmasını sağlamaktır (Boztepe, 2014:179). Krizin en az zararla atlatılabilmesi ve örgütün krizden önceki imajının tekrar sağlanması için yöneticilerin, önce krize neden olan asıl problemleri tespit etmesi, diğer yandan vakit kaybetmeden bir halkla ilişkiler faaliyetini uygulamaya geçirmesi gerekmektedir. Kriz süresince halkla ilişkiler çalışmaları normal zamandan daha çok önem kazanan ve daha fazla ihtiyaç duyulan bir faaliyet halini almaktadır (Akdağ, 2005:2). Kriz dönemlerinde halkla ilişkiler, hedef kitle ile etkili bir şekilde iletişim kurmasına, yaşanabilecek sorunların hızlı bir şekilde çözülmesine, kurumun krizden en az etkiyle çıkmasına, kurumun imajının en düşük düzeyde zarar görmesine kısacası kurumun krizden hasarsız ya da en az hasarla atlatmasına katkı sağlar.

#### **4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

##### **4.1. Araştırmanın Konusu**

Maden ilçesinde 2019 yılı Mart ayında ortaya çıkan heyelan tehlikesi dolayısıyla Camii Kebir Mahallesi'nde ikamet eden vatandaşların tahliye edilmesi kararı alınmıştır. Tahliye edileceği ifade edilen vatandaşlar için Bahçelievler Mahallesi'nde yeni yaşam alanı kurulmak üzere konut ve işyeri projesi hazırlanarak, vatandaşlara duyurulmuştur. Bu süreçte, medya kuruluşlarında ve sosyal medyada vatandaşlar tarafından dile getirilen beklentilerin ilgili bakanlık (İçişleri Bakanlığı), valilik, kaymakamlık ve belediye gibi kamu kurumları tarafından dikkate alınıp alınmadığının ortaya konulması halkla ilişkilerde kriz yönetimi bağlamında önemli olarak görülmektedir.

Bu çerçevede, Maden ilçesinde yaşananlar kamusal halkla ilişkiler ve kriz yönetimi bağlamında ele alınarak, örnek olay çerçevesinde süreç değerlendirilmiştir. Bir başka ifade ile Maden ilçesinde ortaya çıkan heyelan ve sonrasında yaşanan gelişmelere ilişkin vatandaşların katılımı bağlamında bir alan araştırması gerçekleştirilerek, elde edilen bulgular kamusal halkla ilişkiler ve kriz yönetimi çerçevesinde analiz edilmiştir.

Kamusal halkla ilişkilerde sürece vatandaşların/hedef kitlenin katılımı önemli olduğu halde Maden ilçesinde ele alınan örnek olay da olduğu gibi sürece vatandaşların katılımını sağlayacak mekanizmalar hareket geçirilmemiştir. Bu çalışma bu yönüyle de kamu yönetimi açısından örnek teşkil edebilecek niteliğe sahiptir.

#### 4.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi

Araştırmanın evrenini Maden ilçesinde, Maden Belediyesi mücavir alanında bulunan Camii Kebir Mahallesi ve Bahçelievler Mahallesi'nde yaşayan 18 yaş üstündeki vatandaşlar oluşturmaktadır. Maden ilçesinde belirtilen merkez mahallelerde 18 yaş üstünde 3.998 vatandaş ikamet etmektedir. Buna göre, alan araştırmasında 223 örnekleme ulaşılmış, hatalı anket formları çıkarıldıktan sonra 201 örneklemeden elde edilen veriler analiz edilmiştir.

#### 4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmadan alan araştırması yöntemi uygulanmıştır. Veriler telefonla anket tekniği (CATI) ile toplanmış, bilgisayar destekli görüşme yapılarak anket formunda yer alan sorular katılımcılara yöneltilmiştir.

### 5. BULGULARIN ANALİZİ

**Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyeti**

	F	%
KADIN	45	22,4
ERKEK	156	77,6
Toplam	201	100,0

Katılımcıların %22.4'ü kadın, %77.6'sı ise erkektir. Maden, geleneksel yapının hâkim olduğu bir ilçe olması dolayısıyla kadınların araştırmaya katılım isteği düşük olarak gerçekleşmiştir. Ancak bu durum araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik düzeyini etkilememektedir.

**Tablo 2: Katılımcıların Yaşı**

	F	%
18-25	17	8,5
26-35	37	18,4
36-45	59	29,4
46-55	42	20,9
56-65	32	15,9
66 ve Üzeri	14	7,0
Toplam	201	100,0

Araştırma örnekleme içerisinde yer alan katılımcıların %8.5'i 18-25 yaş; %18.4'ü 26-35 yaş; %29.4'ü 36-45 yaş; %20.9'u 46-55 yaş; %15.9'u 50-65 yaş; %7.0'ı 66 yaş ve üzeri yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların çok önemli bir bölümü 36 yaş ve üzerinde olması kayda değerdir.

**Tablo 3: AFAD Başkanlığı Tarafından Bahçelievler Mahallesi'nde Yapılacağı Açıklanan Konut ve İşyeri Projesinin İncelenme Durumu**

	F	%
Evet	163	81,1
Hayır	38	18,9
Toplam	201	100,0

Acil Durum ve Afet Yönetimi (AFAD) Başkanlığı, Maden ilçesinde ortaya çıkan heyelan sonrasında Camii Kebir Mahallesi'nde yer alan konut ve iş yerlerinin taşınmasına ilişkin çalışma başlatmış ve Bahçelievler Mahallesi'nde yapılacağı açıklanan yeni konut ve işyeri projesini Maden halkına sunmuştur. Örneklem gurubu içerisinde yer alan katılımcıların %81.1'i AFAD Başkanlığı tarafından hazırlanan yeni konut ve işyeri projesini incelediğini ifade ederken; katılımcıların %18.9'u ise projeyi incelemeyeceğini beyan etmiştir.

**Tablo 4: Katılımcıların Projeyi Beğenme Durumu**

	F	%
Beğendim	139	69,2

Beğenmedim	44	21,9
Fikrim Yok	18	9,0
Toplam	201	100,0

Araştırma kapsamında katılımcıların projeyi beğenme durumları da sorgulanmıştır. Buna göre katılımcıların %69.2'si projeyi beğendiğini; %21.9'u ise beğenmediğini beyan etmiştir. Katılımcıların %9.0'ı ise fikir belirtmemiştir. Maden ilçesinde bir mahallenin tamamının taşınması için hazırlanan projeyi katılımcıların %69.2'sinin beğenmediğini ifade etmesi, projenin toplumsal kabulü bağlamında önemli olarak görülmektedir. Kamusal halkla ilişkiler bağlamında değerlendirdiğimizde toplumsal beğeni ve destek bulan çalışmaların sahiplenilmesi de söz konusu olacağından süreç yönetimi daha etkin bir şekilde olacaktır.

**Tablo 5: Katılımcıların Projeyi İnceleme Durumuna Göre, Projeyi Beğenme Durumu**

		Yeni konut ve iş yeri projesinin değerlendirilmesi		
		Beğendim	Beğenmedim	Fikrim Yok
Yeni konut ve iş yeri projesini inceleme durumu	Evet	77,3%	22,7%	
	Hayır	34,2%	18,4%	47,4%

Katılımcıların projeyi inceleme durumuna göre projeyi beğenme düzeylerini ortaya koyan tabloda da görüldüğü üzere projeyi incelediğini ifade edenlerin %77.3'ü "yeni konut ve iş yeri projesini" beğendiğini ifade ederken; %22.4'ü beğenmediğini dile getirmiştir. Projeyi incelemediğini ifade edenlerin ise %34.2'sinin "yeni konut ve iş yeri projesini" beğendiğini ifade etmesi dikkat çekicidir. Bu verilere göre, vatandaşların bilgisine sunulan projeyi büyük oranda beğendiği ve dolayısıyla desteklediğini söylemek mümkündür. Kamu yönetimi açısından hazırlanan projelerin vatandaşların bilgisine sunulması ve yüksek düzeyde beğeni bulması kamusal halkla ilişkiler açısından oldukça değerlidir; kamuya olan güveni ve desteği artıracak bir unsur olarak görmek yerinde olacaktır.

**Tablo 6: Katılımcıların İkamet Ettiği Mahalleye Göre, Projeyi Beğenme Durumu**

		Yeni konut ve iş yeri projesinin değerlendirilmesi		
		Beğendim	Beğenmedim	Fikrim Yok
MAHALLE	Camii Kebir Mah.	72,0%	20,5%	7,5%
	Bahçelievler Mah.	78,0%	16,0%	6,0%
	Mahalle Belirtmeyen	26,3%	47,4%	26,3%

Maden ilçesinin Camii Kebir Mah. ve Bahçelievler Mah. olmak üzere iki mahallesi bulunmaktadır. Heyelan tehlikesi Camii Kebir Mah.'de yaşanırken; yeni projenin uygulanacağı yer ise Bahçelievler Mah. olarak açıklanmıştır. Araştırma kapsamında katılımcıların ikamet ettiği mahallelere göre de yeni konut ve işyeri projesine ilişkin değerlendirmeleri analiz edilmiştir. Buna göre, Camii Kebir Mah.'de yaşayan katılımcıların %72.0'ı; Bahçelievler Mah. de yaşayan katılımcıların %78.0'ı; ikamet ettiği mahalleyi ifade etmeyen katılımcıların ise %26.3'ü yeni konut ve iş yeri projesini beğendiğini dile getirmiştir. Elde edilen bulgulara göre her iki mahallede oturan katılımcıların önemli bir bölümü yeni konut ve işyeri projesini beğendiğini ifade etmiştir.

**Tablo 7: Katılımcıların Yeni Konut Projesi Hakkında Yeterli Düzeyde Bilgilendirilme Durumu**

	F	%
Evet	64	31,8
Hayır	137	68,2
Toplam	201	100,0

Kamunun yaptığı hizmetlerin ya da uygulayacağı projelerin önemli bir boyutu da hedef kitlesini tam olarak bilgilendirmesidir. Bu anlamda, katılımcılara yeni konut ve işyeri projesi hakkında yeterli düzeyde bilgilendirilme durumlarını da sorulmuştur. Katılımcıların %31.8'i yeterli düzeyde bilgilendirildiklerini beyan ederken, %68.2'si ise yeterli düzeyde bilgilendirmediğini dile getirmiştir. Buna göre Maden ilçesinde yaşanan önemli bir olay ve sonrasında gerçekleştirilmesi düşünülen proje hakkında vatandaşların yeterli düzeyde bilgilendirilmediğinin ortaya çıkması,

kamusal halkla ilişkiler açısından bir sorun ya da eksiklik olarak değerlendirilebilir. Katılımcı ve demokratik kamu yönetimi anlayışında hedef kitlenin hizmet ya da proje hakkında yeterli düzeyde bilgilendirilmesi, hedef kitlenin düşünce ve önerilerinin alınması süreç yönetimi açısından önemlidir. Ancak, katılımcıların önemli bir bölümünün yeterli düzeyde bilgi verilmediği yönünde kanaat belirtmeleri, süreçte bilgilendirme eksikliğinin yaşandığını ortaya koymasına bakımından kayda değerdir.

**Tablo 8: Katılımcıların AFAD Tarafından Maden Kaymakamlığı Yanında Açılan Proje Bilgilendirme Ofisini Ziyaret Etme Durumu**

	F	%
Evet	25	12,4
Hayır	176	87,6
Toplam	201	100,0

Süreç içerisinde AFAD Elazığ İl Müdürlüğü, Maden Kaymakamlığı binasında bilgilendirme ofisi açarak, vatandaşları bilgilendirmek üzere hizmet vermeye başlamıştır. Katılımcıların %12.4'ü AFAD Bilgilendirme Ofisini ziyaret ettiğini ifade ederken; %87.6'sı ise ziyaret etmediğini beyan etmiştir. Araştırmanın yapıldığı günden 7 gün önce AFAD Bilgilendirme Ofisi hizmet vermeye başlamış olmasına rağmen, katılımcıların çok büyük bir bölümünün bu ofisi ziyaret etmemiş olması dikkat çekicidir. Bu durum doğal olarak vatandaşların proje hakkında yeterli düzeyde bilgilendirilmesi önünde bir eksiklik olarak ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 9: Katılımcıların AFAD Ofisini Ziyarete Göre, Projeyi Beğenme Durumu**

		Yeni konut ve işyeri projesi hakkında yeterli düzeyde bilgilendirilme durumu	
		Evet	Hayır
AFAD Proje bilgilendirme ofisinizi ziyaret etme durumu	Evet	68,0%	32,0%
	Hayır	26,7%	73,3%

Katılımcıların AFAD Bilgilendirme Ofisi'ni ziyaret ile projeyi beğenme durumunu ortaya koyan tabloya göre, ofisi ziyaret edenlerin %68.0'ı, ziyaret etmeyenlerin %26.7'si proje hakkında yeterli düzeyde bilgilendirildiğini beyan etmiştir. Diğer yandan, proje ofisini ziyaret etmeyenlerin %73.3'ü, ziyaret edenlerin %32.0'ı proje hakkında yeterli düzeyde bilgilendirilmediklerini dile getirmişlerdir. Proje ofisini ziyaret edenlerin üçte birinin (%32.0) yeterli düzeyde bilgi elde edemediğini beyan etmesi, ofisin vatandaşları tatmin edici bilgilendirme yapmada yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır.

**Tablo 10: Katılımcıların Yeni Konut Alanının Bahçelievler Mahallesi'nde Yapılmasına İlişkin Değerlendirmesi**

	F	%
Doğru Buluyorum	139	69,2
Yanlış Buluyorum	62	30,8
Toplam	201	100,0

Maden ilçesi Camii Kebir Mahallesi'nde yaşanan heyelan sonrasında yeni konutların ilçenin bir diğer mahallesi olan Bahçelievler Mahallesi'nde yapılmasını katılımcıların %69.2'si doğru bulurken, %30.8'i ise yanlış bulduğunu beyan etmiştir. Yaşanan heyelan sonrasında yeni konut alanının nerede oluşturulması gerektiği konusunda çeşitli tartışmalar yaşanmış, Gezin beldesi, Diyarbakır yolu ve Bahçelievler Mahallesi gibi seçenekler arasından üçüncü seçenek kamu tarafından belirlenmiştir. İçişleri Bakanlığı tarafından belirlenen yeni, konut alanı bölgesi katılımcılar tarafından da kabul görmüştür.

**Tablo 11: Katılımcıların İkamet Ettiği Mahalleye Göre, Proje Alanının Değerlendirilmesi**



		Yeni konut ve iş yerlerinin Bahçelievler Mahallesi'nde yapılmasının değerlendirilmesi	
		Doğru Buluyorum	Yanlış Buluyorum
MAHALLE	Camii Kebir Mah.	68,9%	31,1%
	Bahçelievler Mah.	84,0%	16,0%
	Mahalle Belirtmeyen	31,6%	68,4%

Katılımcıların ikamet ettiği mahalleye göre, yeni konut ve işyerinin yapılacağı alanın değerlendirmesini ortaya koyan tabloda da görüldüğü üzere, Bahçelievler Mah.de yaşayan katılımcıların %84.0'ı, Camii Kebir Mah.de yaşayan katılımcıların %68.9'u, mahalle belirtmeyen katılımcıların %31.6'sı proje mevkiini doğru bulmaktadır. Tabloda, Bahçelievler Mahaltesinde yaşayan katılımcıların proje alanını, Camii Kebir Mahallesi'nde yaşayan katılımcılara göre daha yüksek oranda doğru bulması dikkat çekmektedir.

**Tablo 12: Katılımcıların Projeyi Beğenme Durumuna Göre, Proje Alanının Değerlendirilmesi**

		Yeni konut ve iş yerlerinin Bahçelievler Mahallesi'nde yapılmasının değerlendirilmesi	
		Doğru Buluyorum	Yanlış Buluyorum
Yeni konut ve iş yeri projesini beğenme durumu	Beğendim	84,2%	15,8%
	Beğenmedim	29,5%	70,5%
	Fikrim Yok	50,0%	50,0%

Katılımcıların projeyi beğenme düzeyi ile proje alanının değerlendirmesini ortaya koyan tabloya göre, projeyi beğenenlerin %84.'si yeni konut ve iş yerlerinin yapılacağı mevki doğru bulurken; projeyi beğenmeyenlerin ise %70.5'i yanlış bulduğunu beyan etmektedir. Buna göre, projeyi beğenme bağlamında önemli parametrelerden birinin de projenin yapılacağı mevki olduğunu söylemek mümkündür. Yeni konut ve iş yeri projesini vatandaşlar değerlendirirken mevki, mimari, ödeme planı gibi farklı parametreleri dikkate almaktadır. Bu anlamda, projenin genel değerlendirme düzeyi, mevki olarak değerlendirilmesine göre daha yüksek oranda görülmüştür. Ancak, ağırlıklı olarak projenin hem genel durumu, hem de mevki beğenilmektedir.

**Tablo 13:Yeni Konut ve İş Yerleri İçin “Başvuru yapanlar devlete faizsiz vadesiz olarak taşındıktan 2 yıl sonra başlamak kaydıyla 20 yılda kira öder gibi ödeme yapacak” denilmektedir. Bu Ödeme Planının Nasıl Buluyorsunuz?**

	F	%
Ödeme Planı Oldukça Uygun, Ödeyebilirim	109	54,2
Ödemeyi Yapacak Gücümüz Yok, Ödeyemem	76	37,8
Kararsız	16	8,0
Toplam	201	100,0

Maden ilçesinde yapılacak yeni konutların ödeme planı “Başvuru yapanlar devlete faizsiz vadesiz olarak taşındıktan 2 yıl sonra başlamak kaydıyla 20 yılda kira öder gibi ödeme yapacak” şeklinde açıklanmıştır. Kamu tarafından, yeni konutlardan edinmek isteyen vatandaşlara ilişkin ödeme planına ilişkin de katılımcıların görüşlerini alınmıştır. Katılımcıların %54.2'si “ödeme planı oldukça uygun, ödeyebilirim” değerlendirmesinde bulunurken, %37.8'i “ödemeyi yapacak gücümüz yok, Ödeyemem”, %8.0'ı ise kararsızım beyanında bulunmuştur. Buna göre, katılımcıların yaklaşık olarak yarısı ödem planına ilişkin olumlu bir değerlendirme ortaya

koyarken, geriye kalan kısmının olumsuz ya da kararsız bir düşünce eğiliminde olması dikkat çekmektedir.

**Tablo 14: Katılımcıların Projeyi Beğenme Durumuna Göre, Ödeme Planının Değerlendirilmesi**

		Ödeme planının değerlendirilmesi		
		Ödeme Planı Oldukça Uygun, Ödeyebilirim	Ödemeyi Yapacak Gücümüz Yok, Ödeyemem	Kararsız
Yeni konut ve iş yeri projesini beğenme durumu	Beğendim	59,0%	36,0%	5,0%
	Beğenmedim	47,7%	40,9%	11,4%
	Fikrim Yok	33,3%	44,4%	22,3%

Katılımcıların projeyi beğenme durumuna göre, ödeme planı değerlendirmesini içeren tablo incelendiğinde “yeni konut ve işyeri projesini” beğenen katılımcıların %59.0’ı, “ödeme planı oldukça uygun, ödeyebilirim” değerlendirmesinde bulunurken, %36.0’ı “ödemeyi yapacak gücümüz yok, ödeyemem” beyanında bulunmuştur. Diğer yandan “yeni konut ve işyeri projesini” beğenmeyen katılımcıların %47.7’si “ödeme planı oldukça uygun, ödeyebilirim” değerlendirmesini yaparken, %40.9’u “ödemeyi yapacak gücümüz yok, Ödeyemem” şeklinde yanıt vermiştir. Bu verilere göre, projeyi beğendiği halde katılımcıların neredeyse üçte birinin ödeme planına ilişkin olumsuz bir değerlendirmede bulunması bu projeden yeni konut almayı düşünen vatandaşların başvuru yapmalarını olumsuz etkileyeceğinden projeye başvuru sayısını düşürecek bir faktör olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 15: Ödeme Gücü Olmayan Katılımcıların Sürece İlişkin Çözüm Önerileri**

	F	%
Ödeme Karşılığında Evimiz-İşyerimiz İstimlak Edilsin, Geri Kalanı Ödeyelim	12	6,0
Konut Ve İşyerinin Bedelleri Fabrikadan Tahsil Edilsin	37	18,4
Devlet Bedelsiz Konut Versin	22	10,9
Toplam	69	100,0

Araştırma kapsamında ödeme gücü olmadığını belirten vatandaşlara, projeden yeni konut sahibi olabilmeleri için çözüm önerileri de sunulmuştur. Katılımcıların %18.4’ü “konut ve işyerinin bedelleri fabrikadan tahsil edilsin”, %10.9’u “devlet bedelsiz konut versin”, %6.0’ı “ödeme karşılığında evimiz-işyerimiz istimlak edilsin, geri kalanı ödeyelim” değerlendirmesini yapmıştır. Maden ilçesinde bulunan bakır işleme fabrikasının atıklarının heyelana sebep olduğu yönünde bir kanaat olduğundan dolayı katılımcıların bir bölümü “konut ve işyerinin bedelleri fabrikadan tahsil edilsin”, görüşünü ileri sürmüştür. Yani gerçekleşen heyelan olayının sebebi bu fabrika olarak görüldüğünden dolayı mali sorumluluğu da fabrikanın alması gerektiği ifade edilmektedir.

**Tablo 16: Katılımcılara Göre Açıklanan Bu Proje Madenin Geleceği İçin Ne Anlam İfade Etmektedir**

	F	%
Maden’in Kurtuluşu Olacak	36	17,9
Maden İçin Hiçbir Şey Değişmez	35	17,4
Bu Proje Yaşanan Sorunlar İçin Geçici Bir Çözümdür, Hafriyatın Kaldırılması Mutlaka Gerekir	112	55,7
Fikir Belirtmeyen	18	9,0
Toplam	201	100,0

Maden ilçesi, Elazığ’ın tarihi ve köklü ilçelerinden biri olmasının yanında Romalılar, Selçuklular, Osmanlılar gibi birçok medeniyete de beşiklik etmiş önemli merkezlerden biridir. Maden ilçesi özellikle bakır ocaklarının işlemeye açılmasıyla birlikte nüfusu sürekli olarak artmıştır. 1927 nüfus sayımında Maden’de 2 bin 272 kişi yaşamaktadır. Bu sayı 1935’de 2 bin 762’ye yükselmiştir. 1936’da Etibank bakır işletmesi tesislerinin inşasına başlanması ve 1939’da işletmeye açılmasıyla Maden nüfusunda büyük bir artış gerçekleşmiş ve 1935’de 2 bin 762 olan nüfus, yıllık ortalama %106’lık bir artışla 1940 yılında 4 bin 691’e yükselmiştir. 1945’den 1960’a kadar olan 15 yıllık sürede Maden’in nüfusu düzenli bir şekilde artmıştır. Bu devrede Maden’de

4377 olan nüfus yıllık ortalama % 39.8'lik bir artış oranıyla 15 yılda 7 bin 956'ya yükselmiştir. 1960'da 7 bin 956 olan nüfus % 66.8'lik bir artışla 1970'de Maden tarihinin en yüksek nüfus miktarı olan 15 bin 516'ya yükselmiştir. 1970'den sonra Maden'in nüfusunda sürekli azalma olmuştur. Her ne kadar 1973'de E.B.İ.M.'ne Asit fabrikası da eklenmişse de, bu yıllarda cevherin tenörünün düşmesi nedeniyle üretim düşmeye başlamış ve bakır eskiye oranla daha pahalıya mal olmaya başlamıştır. Bu nedenle 1975'den sonra işçi sayısı azaltılmaya başlanmıştır. Tesislerde işçi sayısının azalmasına paralel olarak kasaba nüfusu da azalmaya başlamıştır. Azalma 1975'e kadar yavaş, 1975'den sonra da artarak devam etmiştir. Nitekim 1970'de 15 bin 516 olan nüfus yıllık ortalama % 23'lük bir azalma ile 1980'de 12 bin 341'e düşmüştür. 1980-1990 arasında da yıllık ortalama % 13'lük bir azalma ile nüfus 10 bin 838'e düşmüştür (Yiğit, 1995: 321-322). Bakır işleme fabrikasının kapanmasıyla birlikte Maden ilçesi nüfusu da azalmıştır. 2019 nüfus sayım sonuçlarına göre Maden ilçesinin nüfusu 11 bin 255 olarak belirlenmiştir. Buna göre 2019 nüfusu 1970 nüfusunun da altında gerçekleşmiştir.

Maden ilçesinin uzun yıllar göç vermesi dolayısıyla ortaya çıkan sorunlar ilçede ekonomik ve sosyal yaşamı da olumsuz etkilemiştir. Bu anlamda yeni konut ve işyeri projesinin yaşanan olumsuzlukları giderebilme yönünde bazı değerlendirmelerde yapılmıştır. Araştırma kapsamında yeni konut ve işyeri projesinin Maden ilçesinin geleceği için nasıl bir anlam ifade edeceği katılımcılara sorulmuştur. Katılımcıların %55.7'si "Bu proje yaşanan sorunlar için geçici bir çözümdür, hafriyatın kaldırılması mutlaka gerekir", %17.9'u "Maden'in kurtuluşu olacak", %17.4'ü "maden için hiçbir şey değişmez" değerlendirmesinde bulunurken, %9.0'ı ise fikir beyan etmemiştir. Buna göre katılımcıların önemli bir bölümü yaşanan sorunun (heyelan) temel sebebi olarak bakır işletmesi tarafından dökülen hafriyatın kaldırılması olarak görmektedir.

**Tablo 17: Katılımcıların Projenin Maden'e Katkısı Düşüncesine Göre, Proje Alanının Değerlendirilmesi**

		Yeni konut ve iş yerlerinin Bahçelievler Mahallesi'nde yapılmasının değerlendirilmesi	
		Doğru Buluyorum	Yanlış Buluyorum
Yeni projenin Maden'in geleceği için anlamı	Maden'in Kurtuluşu Olacak	88,9%	11,1%
	Maden İçin Hiçbir Şey Değişmez	25,7%	74,3%
	Bu Proje Yaşanan Sorunlar İçin Geçici Bir Çözümdür, Hafriyatın Kaldırılması Mutlaka Gerekir	76,8%	23,2%
	Fikir Belirtmeyen	66,7%	33,3%

Katılımcıların yeni konut ve işyeri projesinin Maden ilçesinin geleceğine etkisine ilişkin değerlendirmeleri ile projenin mevkiine ilişkin değerlendirmelerini ortaya koyan tabloya göre, "Maden'in kurtuluşu olacak" değerlendirmesini yapan katılımcıların %88.9'u, projenin Bahçelievler Mahallesinde yapılmasını doğru bulurken, "Bu proje yaşanan sorunlar için geçici bir çözümdür, hafriyatın kaldırılması mutlaka gerekir", görüşündeki katılımcıların %76.8'i doğru bulduğunu beyan etmiştir. "Maden için hiçbir şey değişmez" değerlendirmesinde bulunan katılımcıların %74.3'ü projenin Bahçelievler Mahallesinde yapılmasını yanlış bulmaktadır.

**Tablo 18: Katılımcıların Yeni Konutlar ve İşyerleri İçin Başvuru Yapma Düşüncesi**

	F	%
Evet	86	42,8
Hayır	108	53,7
Kararsız	7	3,5
Toplam	201	100,0

Maden ilçesinde yapılacağı açıklanan yeni konut ve işyeri projesine katılımcıların %42.8'i başvuru yapacağını ifade ederken, %53.7'si başvuru yapmayacağını, %3.5'i se kararsız olduğunu

beyan etmiştir. AFAD İl Müdürlüğü projeyi açıkladıktan sonra vatandaşların başvuru yapmalarını gerektiğini, başvuru yapmayanların hak sahibi olmayacağını ifade etmiştir. Buna rağmen, katılımcıların yarısından fazlasının başvuru yapmayacağını beyan etmesi kayda değerdir. Katılımcıların başvuru yapmayı düşünmemesinin çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Bunlardan biri projenin uygulanacağı yere ilişkin değerlendirme, bir diğeri ise ödeme planının katılımcıların bütçesine uygun olmamasıdır.

**Tablo 19: Katılımcıların Proje Alanını Değerlendirilmesine Göre, Başvuruda Bulunma Düşüncesi**

		Yeni konut veya iş yeri için başvuru yapmayı düşünme durumu		
		Evet	Hayır	Kararsız
Yeni Konut ve iş yeri alanının Bahçelievler Mahallesi'nde yapılmasını değerlendirilmesi	Doğru Buluyorum	51,8%	46,8%	1,4%
	Yanlış Buluyorum	22,6%	69,4%	8,0%

Katılımcıların yeni konut ve işyeri projesine başvuru yapma düşüncelerini etkileyen faktörlerden biri projenin uygulanacağı mevkidir. Katılımcıların, yeni konut ve iş yeri alanı olarak Bahçelievler Mahallesi belirlenmesine ilişkin değerlendirmeleri ile projede mülk almak için başvuru yapma düşüncesi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tabloya göre, projenin mevkii doğru bulanların %51.8'i başvuru yapacağını ifade ederken, projenin mevkii yanlış bulan katılımcıların %69.4'ü başvuru yapmayacağını beyan etmiştir. Buna göre, kamunun yapacağı konut türü projelerde hedef kitlenin mülk sahibi olmasında ki parametrelerden birinin projenin yapılacağı mevkii olduğunu ifade etmek mümkündür.

**Tablo 20: Katılımcıların Ödeme Planı Değerlendirmesine Göre, Başvuruda Bulunma Düşüncesi**

		Yeni konut veya iş yeri için başvuru yapmayı düşünüyor musunuz?		
		Evet	Hayır	Kararsız
Ödeme planının değerlendirilmesi	Ödeme Planı Oldukça Uygun, Ödeyebilirim	58,7%	41,3%	
	Ödemeyi Yapacak Gücümüz Yok, Ödeyemem	26,3%	72,4%	1,3%
	Kararsız	12,5%	50,0%	37,5%

Katılımcıların ödeme planı değerlendirmesine ile başvuruda bulunma düşüncesine ilişkin değerlendirmelerini yansıtan tabloya göre, ödeme planını uygun bulan katılımcıların %58.7'si, projede mülk almak için başvuruda bulunacağını ifade ederken, ödeme yapacak gücü olmayan katılımcıların %72.4'ü projeden mülk sahibi olmak için başvuru yapmayacağını dile getirmiştir. Bu tabloda da görüldüğü üzere Maden ilçesinde yapılan yeni konut ve işyeri projesine katılımcıların başvuru yapmak istememelerinin nedenlerinin başında ödeme güçlerinin olmaması gelmektedir.

**Tablo 21: Katılımcıların Projeyi Beğenme Durumuna Göre, Başvuruda Bulunma Düşüncesi**

		Yeni konut veya iş yeri için başvuru yapmayı düşünüyor musunuz?		
		Evet	Hayır	Kararsız
Yeni konut ve iş yeri projesini beğenme durumu	Beğendim	52,6%	46,0%	1,4%
	Beğenmedim	22,7%	70,5%	6,8%
	Fikrim Yok	16,7%	72,2%	11,1%

Katılımcıların, yeni konut ve iş yeri projesini beğenme durumu ile projede mülk almak için başvuru yapma düşüncesi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tabloya göre, projeyi beğenenlerin %52.6'sı başvuru yapacağını ifade ederken, %46.0'ı ise başvuru yapmayacağını ifade etmiştir. Buna göre, projenin beğenilmesi o projeye katılım için tek başında yeterli bir parametre değil, projenin mevkii ve ödeme planı başvuru sürecinde değerlendirilen parametrelerden biri olmaktadır. Diğer yandan projeyi beğenmediği halde başvuru yapacağını beyan edenlerin oranı ise %22.7 olarak görülmüştür.

## 6. SONUÇ

Elazığ'ın Maden ilçesinde 2019 yılının Mart ayında Camii Kebir Mahallesi'nde heyelan riski ortaya çıkmıştır. Bunun üzerine İçişleri Bakanlığı Acil Durum ve Afet Yönetimi (AFAD) Başkanlığı, Maden ilçesinde gerçekleşen heyelan sonrasında Camii Kebir Mahallesi'nde yer alan konut ve iş yerlerinin taşınmasına ilişkin çalışma başlatmıştır.

AFAD tarafından hazırlanan "Maden İlçesi Camii Kebir Mahallesi'ndeki Aktif ve Olası Heyelan Alanlarının Jeolojik-Jeoteknik Değerlendirme Raporu"na istinaden bakanlığın talimatları doğrultusunda heyelan riski bulunan afete maruz alanlardaki 278 konut ve 232 iş yeri için tahliye kararı doğrultusunda mahalle sakinlerine tebligatlar yapılmıştır. Bu süreçte AFAD tarafından Camii Kebir Mahallesi'nde yaşayan vatandaşların nakil edileceği Bahçelievler Mahallesi'nde yeni konut ve işyeri projesi kamuoyuna açıklanmıştır.

Bu çalışmada, Maden ilçesinde yaşanan bu gelişmeler kamusal halkla ilişkiler ve kriz yönetimi bağlamında örnek bir olay olarak ele alınmıştır. Çalışma kapsamında Maden ilçesinde yaşayan vatandaşların sürece ilişkin değerlendirmeleri alan araştırması ile elde edilen bulgular çerçevesinde analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, örneklem gurubu içerisinde yer alan katılımcıların %81.1'i AFAD Başkanlığı tarafından hazırlanan yeni konut ve işyeri projesini incelediğini ifade ederken, katılımcıların %69.2'si projeyi beğendiğini ifade etmiştir. Projeyi inceleyen katılımcıların %77.3'ü projeyi beğendiğini beyan etmiştir. Bu anlamda AFAD tarafından Maden ilçesi hazırlanan yeni konut ve işyeri projesi katılımcılar tarafından beğenilmiştir. Bununla birlikte yeni konut ve işyeri projesinin ilçenin bir diğer mahallesi olan Bahçelievler Mahallesi'nde yapılmasını katılımcıların %69.2'si doğru bulmaktadır. Katılımcılar tarafından, projeye beğenildiği gibi mevki olarak doğru bir yerde yapıldığı kanaati hâkimdir.

Katılımcıların sadece %31.8'inin proje hakkında yeterli düzeyde bilgilendirildiğini beyan etmesi, vatandaşların yönetime katılım düzeyinin düşüklüğünün önemli bir göstergesi olarak görülmüştür. Vatandaşların yönetimin gerçekleştirildiği hizmet ya da projeler hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmaması kamusal halkla ilişkiler açısından önemli bir sorun olarak görülmektedir. AFAD, Maden Kaymakamlığı binasında bilgilendirme ofisi açarak, vatandaşları bilgilendirmek üzere hizmet vermeye başlamış, ancak katılımcıların %12.4'ü bu ofisi ziyaret ettiğini beyan etmiştir.

Katılımcılar, yarısı açıklanan proje ödeme planının bütçeleri açısından uygun olduğunu ifade ederken, geri kalanı ise böylesi bir ödeme planının kendi bütçeleri açısından uygun olmadığını dile getirmişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların yarısı bu projenin Maden ilçesinde yaşanan sorunların çözümü için geçici bir durum oluşturduğunu beyan ederek, geleceğe ilişkin çok fazla olumlu bir katkı değerlendirmesinde bulunmamışlardır.

Yeni konut ve işyeri projesi Madenli vatandaşlar tarafından proje içeriği, mevki ve ödeme planı çerçevesinden değerlendirilmiş ve katılımcıların %42.8'i mülk sahibi olmak için başvuru yapacaklarını dile getirmişlerdir.

Sonuç olarak, kamusal halkla ilişkiler açısından örnek olay olarak incelenen Maden ilçesinde vatandaşların sürece katılımı, bilgilendirilmesi, düşüncelerinin alınması bağlamında gerçekleştirilmesi gereken uygulamalar da bazı eksiklikler olduğu görülmüştür. Maden ilçesinde yaşanan kriz sürecinde kamunun ilçe sakinlerinin sürece katılımını sağlayacak mekanizmaları harekete geçirmemesi süreç yönetimi açısından bazı sorunlar ortaya çıkarmıştır.

Katılımcıların, yeni konut ve işyeri projesini beğenme düzeyi projeye ilişkin ödeme planı ve mevki beğenme durumuna göre daha yüksektir. Özellikle, projenin ödeme planı katılımcıların projede mülk sahibi olmak için başvuru yapmama düşüncelerinde özellikle ödeme planına ilişkin belirsizliklerin olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Akdağ, M. ve Arklan, Ü. (2). "Kamu Yönetiminde Kriz Yönetimi", The Journal of Academic Social Science Studies, Vol. 6, Issue 4, p.33-55.
- Akdağ, M. (2005).Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi', Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı.15,1-20.
- Arslan, Ş.A.(2017). "Kamu Yönetimi Halkla İlişkiler Anlayışı: Neoliberal Politikalar Açısından Bir Değerlendirme", Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 10.1, 120-133.
- Black, S. (1972). The Role of Public Relations in Management. London: Pitman Publishing.
- Boztepe Taşkıran, H. (2019).“Kamu Yönetiminde Vatandaş Katılımı ve Şeffaflığın Sağlanmasında Dijital İletişim Uygulamalarının Rolü”, Amme İdaresi Dergisi, 52.1, 117-144
- Çamdereli, M. (2000). Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Güneş, A. (2009). "Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Kavramının Tanımı Yeri ve Önemi Üzerine Bir Yaklaşım", C.Ü. İİBF Dergisi, 10:1,71-79.
- Grunig, J. E. (2001). "The Role of Public Relations in Management and Its Contribution to Organizational and Societal Effectiveness", Speech delivered in Taipei, Taiwan, May 12.
- Kılıncı, İ. (2019). Halkla İlişkiler Perspektifinden Stratejik Etkinlik Yönetimi, "Halkla İlişkiler ve Uygulama Alanları Yeni Eğilimler, Özgür SELVİ, Zülfiye ACAR ŞENTÜRK, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, 205-222.
- Mert, Y. L. (2016). "Kamu Kurumlarının Halkla İlişkiler Bölümlerinde Örgütlenme Sorunları Ve Çözüm Önerileri", Erciyes İletişim Dergisi, 4.4: 136-154.
- Şentürk, Z., A. (2006) "Halkla İlişkilerde Şeffaflık Ve Hesap Verebilirlik: Türkiye'nin İtibarlı 10 Kurumunun Faaliyet Raporlarının Analizi." Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 27, 59-75.
- Şentürk, A., Z ve Özgür, S. (2019). Halkla İlişkiler, "Halkla İlişkiler ve Uygulama Alanları Yeni Eğilimler, Özgür SELVİ, Zülfiye ACAR ŞENTÜRK, Editör, Eğitim Yay., Konya, 9-32.
- Tekin, Ö. F. (2016). "Kriz Yönetimi ve Kamu Yönetimi İçin Önemi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 18.2, 119-135.
- Uygun, S. V. (2018). "Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramının Konumu: Anlayış, Uygulama ve Karşılaştırma", Maarif Mektepleri Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi 1.3: 20-36.
- Yalçındağ, S. (1987). Kamu Sektöründe Halkla İlişkiler Uygulamaları, Halkla İlişkiler Sempozyumu, TODAİE, Ankara.
- Yiğit, A. (1995). "Maden (Ergani Madeni) Kasabası'nın Kuruluş, Gelişme ve Fonksiyonları", F.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 7, 319-342.