

KAMUDA HALKLA İLİŞKİLER

* Filiz BALTA PELTEKOĞLU

Birden fazla amaca aynı anda hizmet etmekle birlikte genel bir ifadeyle, halkla ilişkiler, kurum ya da kuruluşun hedeflerini gerçekleştirilmesine katkıda bulunan iletişim sürecidir.

Yönetim açısından halkla ilişkiler dendiği zaman ise, geniş anlamda devletin vatandaşlarla iletişiminin anlaşılması gerekir

O halde kamu kesimi açısından değerlendirildiğinde özel teşebbüsten farklı bir görüntü söz konusudur.

Çoğulcu yapıya sahip toplumlarda devletlerin varlıklarını sürdürebilmek için kamuoyunun desteğini alma çabaları açısından halkla ilişkilerin önemi yadsınamaz, ancak kamu kesimine ait uygulamaları özel sektörden ayıran en önemli özelliklerden biri, çoğu zaman kamu kurumlarının rakipsiz olmasıdır. Örneğin vergi dairelerinin rekabet adına herhangi bir çaba içinde olmaları gerekmez, ancak, vatandaşın devletin görünen yüzü olarak algılayacağı kamu kurumları ile ilişkisi açısından, devlet, mükellefin işlerini kolaylaştıracak tedbirleri alarak, ağırlama yöntemleri geliştirerek ve tanıtmaya önem vererek mükellefi görev ve yükümlülükleri hakkında zamanında bilgilendirmelidir.

Vatandaşların devletle yüz yüze geldiği kurumlar olarak düşünebileceğimiz kamu kurumlarının çalışanlarının anlayışlı davranış sergileme zorunluluğu kadar, devlet dairelerinin işleyiş mekanizmalarını hedef kitleleri olan vatandaşlara anlatmaları gerekir. Tapu dairesinde saatlerce bekleyen, kuyruklara muhatap olan son güne kadar bir plan yapması mümkün olmayan vergi mükellefinin kamu kurumları ve çalışanları aracılığı ile oluşacak imajın olumlu olması beklenemez.

Sam Black'e göre, yönetim açısından halkla ilişkilerin temel amacı vatandaşları idarenin başarıları, uygulamaları, planları ile, kamuoyunu, yasalar ve günlük yaşamını etkileyecek konular hakkında bilgilendirmektir (Black,s.156).

Ticari amaçlı kuruluşlarda yönetimin temel taşlarından biri olan halkla ilişkiler,merkezi yönetim açısından da aynı öneme sahiptir. Yönetim açısından halkla ilişkiler , amaçları seçmenlere parti politikasını duyurmak ve benimsetmek olan siyasal partilerin halkla ilişkiler uygulamalarından farklılık göstermeli ve politik yaklaşımdan uzak olmalıdır.

Ancak iletişim stratejisinde önemli payı olan bakanlıklar bir yandan siyasal partilerin üyesi olmaları, diğer taratan kamu kurumlarının yönetiminde önemli rol oynamaları(Cole-Morgan, s.147). nedeniyle sözü edilen objektif tutumu gerçekleştirmek ve çok net olmayan sınırı çizebilmek her zaman pek kolay olmamaktadır.

İngiltere'de her bakanlık için söz konusu olan enformasyon birimlerinin amaçları 1947 yılında aşağıdaki biçimde belirlenmiştir (Cole- Morgan,s.148).

- Her birimin ilgi alanına giren konular hakkında kamuoyunu bilgilendirmek
- Birimi amaçlarına ulaştırabilmek için tüm tanıtım tekniklerinden yararlanmak,

- Birim ve kamuoyu arasında iletişimi geliştirebilmek için yardımcı olmak ve önerilerde bulunmak,
- Kamuoyunun yürürlükteki politika ve uygulamalara ilişkin tepkileri hakkında birimi bilgilendirmek.

Özel sektör kuruluşlarının halkla ilişkiler uygulamaları ile pazarlama iletişimine katkıda bulunurken, aynı zamanda özel teşebbüsü destekleyen tutum içinde olmaları ve bu amaçla lobi faaliyetleri ile tüm iletişim kanallarından yararlanmaları gibi kamu kesiminin de kendi amaçları açısından aynı çaba içerisinde olması doğal karşılanmalıdır. Bununla birlikte özel sektör açısından pazarlama iletişimde önemli bir yer işgal eden halkla ilişkiler çabalarının özellikle Türkiye açısından başlangıç aşamasındaki öncülüğüne rağmen kamuda aynı güç ve etkiye olduğunu söyleyebilmek oldukça zordur.

Yıllarca sektörde tek olan kuruluşlar gerek tanıma gerekse tanıtma açısından özel girişimcilik anlayışıyla iletişimin gücünden yararlanmış olsaydı bugün muhatap olunan eleştiriler daha düşük dozda kalabilirdi.

Kamu kesiminin birincil amacı olan toplumsal hizmet bir anlamda halkla ilişkilerin amacı ile örtüşmekte olup, kar daha sonraki sıralarda yerini almaktadır.

Kamu kurumlarının birincil amacının toplumsal hizmet olması bu tür hizmetlerin devletin vatandaşla iletişimini etkileyen yönüyle bir anlamda kendiliğinden halkla ilişkiler uygulamasına, görüntüsüne bürünmesine yol açmaktadır. Ancak bu süreç, istihdam yaratma çabası veya iktidarların kamu kurumlarının işleyişine etki edebilmesi olumsuz görünüme bürünmesine neden olan pek çok faktörü beraberinde getirmektedir.

Her kamu kuruluşunun görev ve sorumlulukları ile KİT'lerin hazineye katkısını anlatabilmesi kamuoyunun desteğini alabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Merkezi yapı içinde yer alan kamu hizmeti veren kuruluşların vatandaşlara muhatap olan temsilcilerinin

yetkilerinin çoğu zaman sınırlı olması, özellikle rekabetin görülmediği alanlarda tanıtmaya önem verilmemesi, çalışan personelin çeşitli nedenlerle davranış kurallarında gereken itinaı gösterememesi kamu kuruluşlarının negatif duyguların hedefi haline gelmesine yol açmaktadır.

Kamuoyunun devletten sürekli hizmet eden olması beklentisi de aksaklıklara yol açarken, tanıtmaya eksikliği nedeniyle vatandaşın doğru yorumlara ulaşması güçleşmektedir. Bu noktadan hareketle Türkiye'de kamu sektöründe başlayan halkla ilişkiler uygulamalarının proaktif bir anlayışı benimsediğini söylemek oldukça güçtür. Genellikle sorun görüldükten sonra çare aramaya başlayan, hatta kimi zaman vatandaşın tepkisine duyarsız kalan kamu kesimi halkla ilişkiler uygulamalarına, basından da yararlanarak sürdürülen lobi faaliyetlerinin de eklenmesiyle durum hiçte istenmeyen görüntüye bürünmektedir.

Bu açıdan değerlendirildiğinde ise devletin , kamu hizmeti veren kuruluşlar aracılığı ile vatandaşlarla gerçekleşen iletişim süreci olmanın yanında, varlığını sürdürebilmek için mevcut ideolojinin devamlılığını sağlayacak tedbirler alarak benimsetme çabası içinde olması yine halkla ilişkiler faaliyetinden başka bir şey değildir. Mevcut sistemin devamlılığını sağlayabilmek için kamu kuruluşları, eğitim kurumları, sivil toplum örgütleri, basın yayın kuruluşları iletişim sürecinin önemli taşlarıdır(Bkz.Kazancı,ss.16-23 v.d.).

İngiltere'de farklı kamusal birimlerin halkla ilişkilere ait görevlerinin farklılığı birim adlarına da yansımıştır. Örneğin Savunma Bakanlığı'nın halkla ilişkiler faaliyetleri, Halkla İlişkiler Şefliği (Chief of Public relations), Maliye Bakanlığı halkla ilişkiler hizmeti Basın Sekreterliği ve Enformasyon Departmanı Başkanlığı (Press Secretary, Head of Information Division) tarafından yerine getirilmektedir (Black,s.156).

Türkiye'de ise, kamuda, Yayın Temsil Şubesi, Basın ve Halkla Münasebetler Daire Başkanlığı gibi farklı isimler altında hizmet veren birimlerin 1984 yılında çıkarılan Kanun Hükmünde Kararname ile basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği adı altında hizmet vermesi gerekmiştir(Tortop,s.23).

Türkiye'de ilk halkla ilişkiler uygulamalarının başlangıcı kamu sektöründe olmuş Dışişleri Bakanlığı "Enformasyon Genel müdürlüğü", ve Milli Savunma Bakanlığı"Basın ve Halkla Münasebetler Daire başkanlığı" bugünkü anlamda olmasa bile ilk örnekler olması açısından önem taşımaktadır. Devlet Planlama Teşkilatı "Yayın Temsil Şubesi" ve 1964 yılında kurulan Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü Tanıtma Şubesi Türkiye'de çağdaş halkla ilişkiler çalışmalarını gerçekleştiren ilk kamu kuruluşları olarak kabul edilmektedir .

İngiltere'de kamu sektöründe bir halkla ilişkiler biriminin organizasyon yapısı içinde genellikle basın bürosu, televizyon ve yayın birimi, publicity birimi ve istihbarat bürosu yer almaktadır. Daha önceleri basın bürosu tarafından verilen yayıncılık hizmetleri daha sonraları giderek artan etkisi nedeniyle oluşturulan ayrı bir birim tarafından verilmeye başlamıştır.

Yönetimin hakla ilişkiler uygulamalarını önemli ölçüde üstlenen basın bürosu gazete, dergi, bazı gazetecilere ve yurtdışı departmanlara bilgi aktarmakta, radyo ve televizyon departmanı ise radyo ve televizyon kanallarına haber sağlayan kaynak görevini üstlenmektedir. Basın duyuruları, filmler, broşürler ve diğer bedel karşılığı basılan ya da yayınlanan materyalleri hazırlayan ve tekrarlanmanın etkin olacağı durumlarda hizmetleri yoğunlaşan publicity birimi ise özellikle tanıtma açısından önemli bir görev üstlenmektedir. Kamuoyunun görüş ve düşüncelerini öğrenerek iki yönlü iletişime imkan

sağlayan istihbarat birimi ise kamuda halkla ilişkiler uygulamalarında etkin bir yer alır(Black,ss.158-160).

Enformasyon birimi sorumlusunun kamuya karşı görevleri ise şunlardır (Cole-Morgan, s149).

- Yönetimin vatandaştan topladığı para ile vatandaş yararına neler yaptığını anlatmak,
- Vatandaşları hak ve yükümlülükleri konusunda bilgilendirmek
- Bir şeyler yapmak konusunda vatandaşları ikna etmek.(Örneğin Nüfus planlamasının ülke ekonomisi açısından yararları konusunda ikna edebilmek)

Türkiye'de halkla ilişkiler yöneten ve yönetilen arasında iletişimi sağlamak, güven geliştirebilmek, olumsuz etkenleri minimum düzeye çekebilmek adına kamuda başlamış ve bu bağlamda halk ile yönetim arasında yakınlık sağlamayı temel alan önemli çalışmalar yapılmıştır.

Her ne kadar uygulama olanağından yoksun kalınsa bile, Bakanlar Kurulu'nun 13.12.1962 tarih 6/209 sayılı kararnamesiyle öngörülen ve kısaca MEHTAP olarak adlandırılan Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesinin amacı, Merkezi Hükümet Görevlerinin dağılım biçimini belirlemek ve bu dağılımın kamu hizmetlerinin en etkin biçimde uygulanmasına imkan verip vermediğini incelemektir (Dinçer,Ersoy,s.2).

MEHTAP raporu ile ilgili dört temel öneriden dördüncüsü "Devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın ilişki sağlamak zorunludur. Nitekim gelişmiş ülkelerdeki idareciler bu ilişkiler bakımından çeşitli mekanizmalar ortaya koymuş bulunmaktadır. Bunların başında, kişileri ve ilgili kuruluşları kararlardan önce dinlemek, istek ve görüşlerini almak ve değerlendirmek için gerekli yöntemler gelmektedir. Türk idaresinde de çeşitli kademelerde her

kurumun bünyesine uygun olarak, halkla ilişki ve dinleme yöntemleri kurmak gerekmektedir"(Dinçer, Ersoy,s.14).

Yine 29.5.1971 tarih ve 7/2527 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile devlet kesiminin yeniden düzenlenmesi, genel yönünü ve stratejisini saptamakla görevli İdari Reform Danışma Kurulu oluşturuldu. Yeniden yapılanma süreci içinde kamuoyu ile yönetim arasında iletişim sağlamayı hedefleyerek oluşturulan bu raporda "Halkla İlişkiler ve Enformasyon"başlığı altında "Halkla iyi ilişkiler kurmak ve sürdürmek, halkta yönetime karşı sempati yaratmak amacı ile girişilen faaliyetlerin tümünü kapsayan halkla ilişkiler ve enformasyon hizmeti, halkı idari faaliyetler ile yakından ilgilendirme çabalarını da içermekle birlikte, esas itibariyle idari faaliyetler hakkında halkı aydınlatma ve idare edilenlerin tepkileri hakkında idareye bilgi vermek amacını da gütmektedir (Ertekin, s.72).

26.01,1966 ve 6/5875 sayılı Bakanlar Kurulu Kararına göre kurulan ve 1 Şubat 19967'de TODAİE' de çalışmalarına başlayan İdari Danışma Merkezi , idare ile halk arasında anlamlı bir iletişim kurma temeline dayanan ve bazı bakanlık temsilcilerinin idari konularda halkı aydınlatmanın yanında halk dilek ve isteklerini ilgili makamlara ulaştırma görevini de kamuoyu ile yönetim arasında üstlenerek önemli bir başlangıç oluşturuyordu. Yönetim adına tanıma ve tanıtma işlevini yerine getirmeyi amaçlayan ve yaşama geçirilen bu uygulamanın ömrü maalesef pek uzun ömürlü olmamış,1972 yılında faaliyetlerine son verilmiştir.

Uygulama imkanı olsun ya da olmasın adı geçen her bir projenin temel amacı, kamuoyu ile yönetim arasında çeşitli birim ya da yöntemler aracılığıyla iletişimin kurulması kamuda halkla ilişkilerin önemli işlevi, tanıma ve tanıtma görevinin yerine getirilmesi ve yöneten ve yönetilenler arasında daha sağlıklı iletişim kurulması gereğine dikkat çekilmesidir.

Ülke yapısına göre bazı farklılıklar göstermekle birlikte, kamu sektöründe halkla ilişkiler uygulamalarına baktığımız zaman, amaç açısından ortak noktanın, devletin vatandaşların güveninin kazanabilmek, desteğini alabilmek, devletin somut yüzü olarak vatandaşların muhatap olduğu kamu kurumları aracılığıyla olumlu imaj çizme çabası içinde olduğunu görmekteyiz.

Kazancı'nın da ifade ettiği gibi, tanıma ve tanıtma halkla ilişkiler uygulamalarının iki temel evresi olup, yönetilene aydınlatma ve halkın isteklerini öğrenme bu sürecin temel taşlarını oluşturmaktadır (Kazancı, s.59).

Özetle, Çoğu zaman bir gider kapısı olarak görülen halkla ilişkilerin, özellikle rekabetin pek fazla yaşanmadığı kamu kurumları açısından bu gözle değerlendirilmesi nadir rastlanan bir olgu değildir, oysa daha öncede belirtildiği gibi, yönetim kamuoyunun desteğine ve güvenine duyduğu gereksinimi bilinçli uygulanan halkla ilişkiler faaliyetleri ile büyük ölçüde destekleyebilmektedir. Ancak kamuoyu gözünde devletin somut görüntüsü olan kamu kurumlarının, yönetim açısından bir anlamda tepe noktası olan bakanlıkların, siyasal partilerin üyesi olmaları nedeniyle politikadan uzak davranmaları güçleşmekle birlikte, halkla ilişkiler birimleri parti amaçları yerine genel yönetim amaçlarına hizmet etmelidir.

KAYNAKÇA

- Black Sam , **Introduction to Public Relations**, London: The Modino Press,1989,s.156
- Cole John -Morgan,"Public Relations in Central Government",Wilfred Howard ed.**The Practice of Public Relations**,Oxford:butterworth-Heineman,3.ed,1992 s.148
- Diğer Nabi, Ersoy Turan, **MEHTAP Tavsiyelerinin Uygulanma Durumunun Değerlendirilmesi Araştırması**, Ankara:Sevinç Matbaası,1974,s.2.
- Ertekin Yücel, **Halkla ilişkiler**, 2.baskı,Ankara. TODAİE Yayını,1986,s.72.
- Kazancı Metin, **Kamuda ve Özel Sektörde halkla ilişkiler**, Ankara :Turhan Kitabevi,2.baskı,1997,ss.16-23 v.d.
- Tortop Nuri , **Halkla İlişkiler**, Ankara:İlk San Matbaası,1986,s.23.

