

# KAMU KURULUŞLARINDAKİ ÖNEMİ AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLER

Bahçelievler Belediyesi Halkla İlişkiler Semineri

\* Araş. Gör. Akın ŞAHİN

## HALKLA İLİŞKİLER Tanım ve Önemi

Halkla ilişkiler gibi günümüzde oldukça sık adından bahsettiren bir konu, ister istemez “bu halkla ilişkiler denilen şey de neyin nesiymiş?” sorusunu da beraberinde getirmekte, pek de haksız olmayarak. Üzerinde tam bir görüşbirliğine varılmış tanımı olmasa da bugün için halkla ilişkiler gerek özel sektörün gerekse kamu sektörünün ayrılmaz bir parçası ve aslında uzun yıllardır da işlevlerini yerine getirmekte. Ancak çok geniş bir uygulama alanı olan bu disiplin çoğu zaman benzer özellikler içeren reklam, propaganda, insan ilişkileri gibi disiplinlerle karıştırılmakta.

Halkla ilişkilerin en genel tanımlarından bir tanesi “kuruluşların ilişkide bulunduğu müşteri, işgören, ortak, resmi kurumlar gibi ilgili çevreleri ile (halklar ile) karşılıklı iletişim, anlayış, kabul ve işbirliği kurmak ve bunları sürdürmek amacı ile yürüttükleri amaçlı ve planlı faaliyetlerdir.”

Bu tanımı vermek ve halkla ilişkiler budur demek pek kolay değil. Tanımlar farklılık gösterse de halkla ilişkiler mesleğini uygulayan veya bu konuya akademik olarak yaklaşan kişilerin üzerinde anlaştıkları bazı önemli noktalar vardır. Bu tanımda da adı geçen bu önemli noktaların altının çizilmesi ve açıklığa kavuşturulması gerekli. Öncelikle, halkla ilişkiler faaliyetleri bilinçli olarak yürütülür ve belli bir amacı vardır. Bu amaçlar kısaca; etkileme, anlaşılma, bilgi sağlama ve yapılan faaliyetle muhatap olan ilgili çevre veya çevrelerden tepki alma olarak özetlenebilir.

Halkla ilişkilerin önemli bir özelliği önceden planlanarak gerçekleştirilmesidir. Araştırma ve bu araştırmaların sonuçlarının değerlendirilmesi ile desteklenen halkla ilişkiler faaliyetleri ortaya bir sorun çıktığında belirli bir zaman diliminde sistematik olarak faaliyet gösterir.

\* Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi

Etkili bir halkla ilişkiler gerçek politikalar ve uygulamalar üzerine kuruludur. Toplumun ilgi ve ihtiyaçlarını gözönüne almadan ne kadar çok halkla ilişkiler faaliyeti yapılırsa yapılsın sonuçta kurumun herhangi bir olumlu sonuç alması mümkün olmayacaktır. Bu tür uygulamaları hepimiz hemen hemen görmekteyiz. Örneğin 24 saat kesintisiz otomatik para çekebileceğimizi söyleyerek reklamını yaptıkları bir otomatik para çekme makinasının çoğu zaman faal olmadığını görmek sizde o hizmeti veren bankaya karşı nasıl bir duygu yaratır? Bununla ilgili Amerika'da bir olay yaşanmış. Kerestelik odun üreten bir firma "Bizim için hergün dünya çevre günü" başlığı ile reklam kampanyası yaparken, gazeteciler bu firmanın tarihi değeri olan bir ormanlık bölgede eski ağaçları kestiğini ve buradaki tomrukları taşımak için de ren geyiklerinin yaşadıkları bir alanı yol açmak suretiyle tahrip ettiklerini ortaya çıkarmış.

Her halkla ilişkiler kampanyasının rasyonel temeli halkın yararına hizmet etmektir, yoksa kendi kurumunun yararını gözetmek değil. Esasında, halkla ilişkiler aktiviteleri hem kurum veya kuruluşun hem de onun ilgili çevrelerinin yararınadır. Örneğin dünyanın en büyük havayolları şirketlerinden olan British Airways Türkiye'nin çeşitli yerlerinde yapılan arkeolojik gezilere maddi destek sağlamaktadır. Böylece halk oradan sağlanacak arkeolojik bulgularla geçmişe yönelik bilgisini arttırırken (turizim açısından da önemli), havayolu şirketi de kendi adı da şirketinin imajını genişletmiş olmaktadır.

Halkla ilişkiler iki yönlü bir iletişim şeklidir. Şimdi bu konunun üzerinde arkadaşlarımız detaylıca duracaklar, ben burada iletişim nedir, iki yönlüsü nasıl olur kısa bir şekilde anlatacağım. İletişim bir mesajın herhangi bir kaynaktan bir alıcıya kadar ulaşmasına kadar geçen ve bu alıcının tepkisini de içeren bir süreçtir. İki kişi karşılıklı konuşurken kişilerarası iletişim adı verilen bu süreç, birkaç kişi kendi aralarında konuşurken küçük grup iletişimi adını alır. İletişim tabii ki sadece konuşarak olmaz. Esas olan bir mesajın olmasıdır ki bu sözlü olduğu kadar beden hareketleri ile yapılabilir veya her ikisi aynı anda olur. Bir iletinin tek bir kaynaktan çıkarak radyo, televizyon, gazete gibi bir mecraı kullanarak birden çok kişiye ulaşmasına ise kitle iletişimi adı verilir. Bir iletişim sürecinde öncelikle kaynak vardır. Kaynak mesajı biçimlendirerek bir kanal aracılığı ile alıcıya ulaştırır. Alıcı da bu mesajı çözümler ve kendine göre bir tepki oluşturur. Kişilerarası iletişimde veya küçük grup iletişiminde bu süreç şöyle çalışır:

Özellikle kitle iletişimini kullanan reklam ve propaganda gibi ikna edici iletişim türlerinde alıcının vereceği yanıt değil kaynağın alıcıdan beklentileri önemlidir. Yani bir reklam, alıcıdan reklam amacı

her ne ise o doğrultuda bir değişiklik bekleyerek reklamını oluşturur. Oysa halkla ilişkiler iki yönlü bir iletişimdir ve halkla ilişkiler için ilgili çevreden beklediğimiz değişiklikler kadar onların da bizden ne beklediği aynı derecede önemlidir.

Diyelim ki Bahçelievler Belediyesi olarak halkla daha iyi ilişkiler kurmak için bir dizi kültürel etkinlik düzenlenmek isteniyor. Burada halk, belediyenin sınırları içerisinde yaşayan ve o bölgede oturan insan topluluğudur ve bir belediyenin halkla ilişkiler faaliyetlerine konu olan ilgili çevrelerden bir tanesidir. Belediye çalışanları, belediyenin ilişkide bulunduğu diğer kamu ve özel kuruluşlar da belediyenin halkla ilişkiler faaliyetlerine konu olan ilgili çevrelerdir. Düzenlenmek istenen kültürel faaliyetlerin ne olacağı sadece halkla ilişkiler çalışanları veya belediye yönetimince belirlenirse bu tek yönlü iletişim olur. Ben yaptım, oldu anlayışı ile halk bir pop- müzik konseri isterken onlara klasik müzik konseri sunmak bir anlam taşımayacaktır.

Halkla ilişkilerin temel niteliklerinden bahsederken son olarak onun bir yönetim fonksiyonu olduğundan söz etmek istiyorum. Yöneticinin karar alma sürecinde halkla ilişkiler mutlaka rol oynamalıdır. İyi bir yönetici yönetimini yaptığı kurum veya kuruluşun ilgili çevrelerinin sesine kulak veren, kararlarını alırken karşılıklı çıkarları gözeten yöneticidir.

Halkla ilişkilerin içerdiği öğeleri başlıkları ile özetlersek karşımıza şunlar çıkar:

- Bilinçli ve amaçlıdır;
- Planlı faaliyetlerden oluşur;
- Gerçek politikalar ve uygulamalar üzerine kuruludur;
- İki yönlü bir iletişimdir;
- Bir yönetim fonksiyonudur.

## Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Önemi

Halkla ilişkileri özel sektörün daha çok kar elde etmek için kullandığı bir tür reklam olarak görenler olabilir. Reklam ile halkla ilişkiler arasındaki farklılığa rağmen en azından her ikisinin de aynı amaca hizmet ettiği düşünülebilir. Oysa ki halkla ilişkiler kamu sektörü için olmazsa olmaz disiplinlerden bir tanesidir. Halkla ilişkilerin öğelerinden yola çıkılırsa, iki yönlü özelliğinden dolayı halkla ilişkiler yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma çabası olarak değil, eylem ve işlemleri yönetilenler ile etkileşerek gerçekleştirme ve böylece

kendiliğinden oluşan bir onay elde etmeye yönelik bir yönetim işlevi olduğu görülecektir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri kitle iletişim araçları ile olduğu kadar yüzyüze de gerçekleşmektedir. Türkiye'deki kamu kuruluşlarında da basın büroları kitle iletişim araçları ile olan bilgi akışını kontrol ederken, Milli Eğitim Bakanlığı'nda olduğu gibi bakanlığa şahsen veya yazılı olarak başvuruların ilk ele alındığı danışma birimleri de birer halkla ilişkiler faaliyetini yürütmekle sorumlu organdır.

Bu seminerin yapıldığı ve sizlerin de çalışma ortamınız olan belediyenin de bir kamu kuruluşu olmasından dolayı konuyu halkla ilişkilerin önemini kamu kuruluşları ile sınırlandıracağım.

Kamu kuruluşları halkla ilişkiler amacı ile kurulmuşlardır. Sadece halk için halkla beraber hareket ettikleri zaman başarılı olabilirler. Devletin de varlık nederi budur. Amaç, halkın güven ve sevgisini kazanarak halkın yararına hizmet götürmektir. Hizmetin halkın yararına olup olmadığı ise ancak halkın görüş ve eleştirilerinden yararlanılarak anlaşılabilir.

Demokrasinin işleyişi halkla görüş alışverişinde bulunmayı gerektirir. Kamu kuruluşları için yaptıkları çalışmalar hakkında halka bilgi vermek hem demokrasinin bir gereği, hem de bir görevdir, çünkü halkın yönetenlerin çalışmaları hakkında bilgi edinmeleri hakkı vardır.

Genelde kamu yönetimi, özelde de belediyeler için düzenli ve programlı bir şekilde yürütülmesi gereken halkla ilişkiler çalışmaları için iki temel örgütsel temel amaç bulunduğunu belirtmekte fayda var. Bu örgütsel amaçlar:

- Halkta kuruluş için destek ve güven sağlamaya yönelik olumlu görüntü-ımağ yaratılması,

-Kuruluşun hizmet politikalarının halk beklentileri doğrultusunda geliştirilmesi ve bu politikalara değin uygulamaların daha verimli ve etkili duruma getirilmesi olarak özetlenebilir.

Bu amaçlar en yalın halde halkla ilişkilerin iki temel evresi ile gerçekleşir: Tanıtma ve tanıtma.

## Tanıtma

Halkın yönetimi sürekli eleştirmesi özellikle belediyeler için oldukça sık karşılaşılan bir durumdur. Bunun için yönetim kendine aklama ve topluma onu daha iyi bir yaşam düzeyine ulaştıracak hizmetleri gerçekleştirdiğini açıklamak zorunda kalmaktadır. Belediyeler de dahil olmak üzere tüm kamu kuruluşlarında yönetim

tartışmalı konularda hesap vermek durumundadır, tabiidir ki yaptığı olumlu işler ile de öğünecektir.

Tanıtım işlevi ile yönetim, bir yandan halkın kendi üstünde kurduğu denetimin gereklerini yerine getirirken, öte yandan halkın kendisi ile hemfikir olmasını da sağlayacaktır.

Özellikle ortada tartışmalı bir konu olduğunda yönetim kamuoyuna kendini ifade etmek durumundadır. Bilindiği gibi kamuoyu tartışmalı bir konuda duyarlı olan insan grubuna verilen addır ve genelde tartışmalı konularda insanlar bir fikir etrafında toplanmaktan çok farklı görüşlerle ortaya çıkarlar. Bu yüzden yönetimin tanıtma işlevini yerine getirmede birinci görevi çoğunluğun desteğini elde edecek bir yolun izlenmesi ve bu gruplara gerçeğin anlatılması olmalıdır (unutmayın ki halkla ilişkiler gerçek politikalar ve uygulamalar üzerine kuruludur).

Yönetim halka nasıl ulaşır ve onlarla nasıl iyi ilişkiler kurar? Bu sorunun yanıtını tanıtma araçları ve halkla ilişkiler birimlerinin yapması gereken tanıtma çabalarında bulabiliriz.

Kitle iletişim araçları ile yani medya ile ilişkiler tanıtma görevinin en önemli araçlarından biridir. Bu yüzden pek çok kamu kuruluşunda basın büroları veya basın ve halkla ilişkiler birimleri bulunmaktadır. Aslıyan basın aracılığı ile halkla ilişki kurmaktır. Basının demokrasilerde yasama, yargı ve yürütmenin yanında dördüncü kuvvet olarak anılması onların halkın gözü ve kulağı olarak kabul edilmesinden kaynaklanmaktadır. Öyleyse yönetim, kendisi ile ilgili bilgilerin halka doğru olarak ve zamanında aktarılabilmesi için medya ile iyi çalışan bir iletişim ağı kurmak zorundadır.

Kitlelere ulaşmada yararlanılabilecek yöntemlerden birisi de çevresinde sözü dinlenen, hatırı sayılan kişilere ulaşarak onlar aracılığı ile halka bilgi vermektir. Halkın tümüne tek tek ulaşmak mümkün değildir, ancak toplumda kamu önderi olarak adlandırılan çevresindekiler tarafından güvenilir kabul edilen kişilere ulaşarak bu kişiler aracılığı ile tanıtma işlevini yerine getirmek daha kolay ve etkilidir. En azından halkın daha sık karşılaştığı yetkili kişiler ( mahalle muhtarları- site yöneticileri gibi ) belediyeler tarafından bu iş için düşünülebilir.

Afişler, broşürler ve el ilanları ile de halkın büyük çoğunluğuna mesaj iletilmesi mümkündür.

Kurumun halkla ilişkiler birimleri tanıtma evresinde önemli işlevler yerine getirirler. Bir açıdan bir kurumun, diyelim belediyenin, tüm çalışanları aslında vatandaşa karşı olan tutum ve davranışları ile kurumun tanıtımının da bir parçasıdır aynı zamanda. Yüzyüze geldiğiniz vatandaşa bir gülümseme veya nazik bir hitap tarzı o vatandaş için işinin bitmesi kadar önem taşır. Ancak halkla ilişkiler biriminin,

belediyenin halkla yüzyüze geldiği durumlar için şu işleri yerine getirmesi gereklidir:

Bir kere vatandaş doğru yönlendirilmelidir. Herhangi bir iş için belediyeye başvuran bir vatandaş doğru birime yönlendirilmelidir. Belli bir sorununu çözmek için başvuran bir vatandaş eğer ilk kez orada bulunuyorsa genelde sorun çözümünde bilme-tanıma eksikliği nedeniyle yanlış yerlere başvurmakta ve hem işinin çözümü güçleşmekte hem de onun sorunuyla ilgisi olmayan kişilerin zamanlarını boşuna almaktadır. Bu işlem halka yol gösterme, danışma, karşılama, halkla ilişkiler birimleri gibi değişik adlar altında kurulmuş birimler aracılığıyla düzenlenmektedir.

### Tanıma

Halkla ilişkiler çalışmalarının bir diğer ögesi ise tanımadır. Baştan da belirttiğim gibi iki yönlü iletişime dayalı olan halkla ilişkiler disiplinde bu iki yönlülük yönetimin halkın istek ve şikayetlerini öğrenmesi ile olur.

Şimdi hakkı tanımaya yönelik halkla ilişkiler yol ve yöntemlerini kısaca görelim:

Halkla yüzyüze ilişkiler: Yönetimin doğal işleminin bir parçası olan yüz yüze ilişkiler, halkı tanımak için kolay ve etkili bir yöntem olarak kullanılabilir. Öncelikle yönetim bu olanaktan yararlanmayı amaçlamalıdır. Böylece halkla yüzyüze iletişim kuran alt kademelerden yönetime olan bilgi akışı için iletişim kanalları oluşturulur ve bu kanallar açık tutulur. Genellikle yönetici kademesinin halkla yüzyüze ilişkiye girmesi önemli olduğu kadar da zordur da. Bu yüzden her kademedeki halktan alınan tepkilerin de yönetime aktarılması gerekmektedir.

Danışma: Belediyeler için danışmanın çok önemli yararı vardır. Yönetimin bilgi eksikliği nedeniyle yanlış karar almasını önlemenini en etkili yollarından biri danışma mekanizmasıdır. Bu sistem çeşitli şekillerde gerçekleştirilebilir. Çoğu zaman belirli konularda danışma kurulları oluşturmak bunlardan bir tanesidir. Burada esas olan yönetimin bir karar arifesinde en güçlü ve sesini en çok duyuran baskı gruplarının temsilcilerine danışarak değil çoğunluğun çıkarlarına uygun temsilcilerden oluşan bir danışma grubunun tavsiyelerine bakarak karar vermesidir. Ancak çoğunluğun çıkarları gözetilerek temsilcilere veya kurullara danışma mekanizması da kamuoyu araştırmalarıdır. Gerek yönetimin kendi yaptıracağı, gerekse başka kuruluşlar tarafından bilimsel yöntemle yapılan kamuoyu araştırmaları yöneticilere halkın gerçek

beklentilerini ve isteklerini anlatmada en etkili yoldur. Halkı tanımada kamuoyu araştırmaları çok önemli görevler yerine getirebilecek potansiyele sahip araçlardır.

Medyayı İzleme: Yazılı (gazete, dergi) ve elektronik (radyo ve TV) kitle iletişim araçları yönetimin ihtiyaç duyacağı bilgileri kolaylıkla sağlama açısından , toplum kesimlerinin isteklerini ve tepkilerini tanımada yönetime yardımcı araçların başında gelir. Medyanın işlevlerinden bir tanesi yönetim ile halk arasında bir köprü işlevi görmektir. Bu yüzden toplumun değişik katmanlarını temsil niteliğine sahip yazılı ve görsel basının izlenmesi gereklidir.

Yatandaşların yazılı başvuruları: Ülkemizde genellikle dilek ve Őikayet kutularının pek kullanılmadığı bir gerekese de halk istek ve dileklerini dilekçeler aracılığı ile yönetime iletme yoluna sıklıkla başvurmaktadır. Anayasal bir hak olan dilekçelerde belirtilen istek ve Őikayetler yönetime doğrudan verilen tepkiler olarak ele alınmalı ve karar aşamalarında göz önünde tutulmalıdır.

Son olarak, halkla ilişkilerin özellikle kamu kuruluş ve teşkilatları açısından önemini özetlemek istiyorum. Daha sonra yönetsel etkinlik açısından ve demokrasinin bir gereği olarak halka bilgi vermenin gerekliliğinden bahsetmiştim. Aynı zamanda halkla ilişkilere konu olan ilgili çevrelerin yani toplum katman ve kesimlerinin kamu programlarının önemini anladıkları ve benimsedikleri ölçüde programların uygulanmasında kendilerine düşeni istekle yapacakları unutulmamalıdır. Kaynakları kıt ve sınırlı olan ülkemiz kamu yönetiminin ellerindeki kaynakları verimli olarak kullanabilmesinin başlıca yolu halkın katılım ve desteğinin sağlanmasıdır. Bu yüzden halkla ilişkiler birimleri gerekli işlevleri yerine getirdikleri takdirde yönetim kademesinde önemli işlevler gerçekleştirirler. Şu da unutulmamalıdır ki halkla iyi ilişkiler kurma, halka yönetimi tanıma ve halkı tanıma , yönetimle halk arasında verimli bir uyum sağlama amacı belediyelerde ve tüm kamu kuruluşlarında en st yöneticiden aşağıya doğru tüm örgüt mensuplarının bilinçli, ortak çabalarıyla gerçekleşebilir.

