


Halkla İlişkiler Aracı Olarak Belediyelerde Kültür Sanat Yönetimi: Bir Metropol Örneği

Culture Art Management in Municipalities as A Public Relations Agency: A Metropol Study

Özgenur Reyhan GÜLER 
(Sorumlu Yazar-Corresponding Author)

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Halkla İlişkiler Bölümü, İstanbul, Türkiye
Department of Public Relations, Faculty of
Communication, Marmara University,
İstanbul, Türkiye
Ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



Geliş Tarihi/Received 12.07.2024
Revizyon Talebi / Revision Request 12.08.2024
Son Revizyon / Final Revision 13.08.2024
Kabul Tarihi/Accepted 15.08.2024
Yayın Tarihi/Publication Date 15.12.2024

Atrf:

Güler, Ö. R. (2024). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Belediyelerde Kültür Sanat Yönetimi: Bir Metropol Örneği. *Edebiyat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 73, 77-85.

Cite this article:

Güler, Ö. R. (2024). Culture Art Management in Municipalities as A Public Relations Agency: A Metropol Study. *Journal of Literature and Humanities*, 73, 77-85.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

Öz

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler, halkın siyasete katılım taleplerinin artması ve sivil toplum örgütlerinin taleplerinin çeşitlenmesiyle 1980'lerden itibaren önem kazanmıştır. Halkla ilişkiler, yönetim ile halk arasındaki ilişkiyi geliştiren ve alınan kararların halk üzerindeki etkilerini değerlendiren bir iletişim sürecidir. Yerel yönetimler, özellikle metropollerde kültür kurumlarını koruma ve kültürel değişim taleplerini yönetme rolü üstlenmektedir. Halkla ilişkiler, kültürü biçimlendiren, anlamlar yükleyen ve toplumsal değerleri yansıtan bir disiplin olarak, kültür politikalarının oluşturulmasında aracılık etmektedir. Bu çalışma, halkla ilişkilerin kültür politikaları açısından rolünü ve bir metropol özelinde uygulanma durumunu incelemektedir. Yerel yönetimlerin kültür politikaları ile halkla ilişkiler stratejileri arasındaki ilişkiyi ele alarak, kültür ve sanat organizasyonlarının farklı izleyici kitleleriyle iletişim kurma stratejilerini değerlendirmektedir. Aynı zamanda, halkla ilişkilerin sosyal ve kültürel kalkınma için bir iletişim aracı olarak kullanılmasını incelemektedir. Çalışmada, İzmir Büyükşehir Belediyesi model alınarak, kültür ve iletişim departmanlarıyla yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlar yoluyla halkla ilişkilerin kültür politikalarına aracılık etme stratejileri analiz edilmiştir. Sonuç olarak, kültür ve sanat alanında örgütsel ve uygulayıcı düzeydeki aktörlerin halkla ilişkiler araçlarını benimsemesi ve uygun stratejiler belirlemesi gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla ilişkiler, Kültür, Sanat, Kültür politikası, Kültür yönetimi, İletişim

Abstract

Public relations in local governments have gained importance since the 1980s due to the increased demand for public participation in politics and governance, and the diverse demands from various actors within civil society organizations. Public relations aim to enhance the relationship between administration and the public, involving a communication process that assesses the impact of decisions on the public. Local governments, particularly in metropolises, play a role in preserving cultural institutions and managing cultural change demands. Public relations, as a discipline that shapes culture, assigns meanings, and reflects societal values, acts as an intermediary in the formation of cultural policies. This study examines the role of public relations in cultural policies and its implementation in Metropol. By addressing the relationship between local governments cultural policies and public relations strategies, it evaluates the communication strategies used by cultural and art organizations to engage with diverse audiences. Additionally, it argues that public relations serve as a communication tool for social and cultural development. The study, modeled on Izmir Metropolitan Municipality, analyzes the strategies through semi-structured interviews with the culture and communication departments. The findings highlight the necessity for organizational and operational actors in the cultural and arts sector to adopt public relations tools and establish appropriate strategies.

Keywords: Public Relations, Culture, Art, Cultural policy, Cultural management, Communication

Giriş

Belirli bir coğrafi bölgede yaşayan halkın ihtiyaçlarını karşılamak ve hizmet sunmak amacıyla oluşturulan kamu kurumları olan yerel yönetimler, merkezi yönetimden bağımsız olarak, yerel düzeyde yönetim ve karar alma yetkisine sahiptirler. Özellikle halk ile en yakın iletişim halinde olan ve hedef kitlenin ihtiyaç ve taleplerini karşılamak açısından halk odaklı hizmetler sunan, halk ile iç içe olan kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkla ilişkilerin tanım ve kapsamına bakıldığında ise hedef kitle ile kurum arasında anlayış ve empatiyi sağlayan bir disiplin olması, yerel yönetimlerin halkına her zaman yakın olan, onların güvenini ve desteğini kazanma odaklı belediye kurumu olan yerel yönetimlerin en önemli aracı olması gereği karşımıza çıkmaktadır. Yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin rolü ve işlevi, hedef kitle ile belediye arasında bir bağ görevi görmektir. Halkla ilişkiler, gerçek, yanlış algılanan ya da anlaşılamayan sorunları fark ederek karmaşık yapıyı azaltmaktadır. Halkın kentlere olumlu bakışı, iyi uygulanan halkla ilişkiler stratejileriyle mümkün olmakla birlikte hizmetlerin nitelikli olarak geliştirilmesi için hedef kitleden alınan etkileşim, hizmetlerin belirleyicisi olmaktadır. Karşılıklı iletişime, kamuoyunu doğru bilgilendirmeye ve hedef grubun istek ve ihtiyaçlarına göre kurum politikasını şekillendirmeye dayanan halkla ilişkiler, 1980'li yıllardan itibaren halkın siyasete ve yönetime doğrudan katılma talebinin artması ve sivil toplum örgütlerinin içinde bulunan birçok aktörün yönetimden farklı talep ve beklentilerinin olması sonucu yerel yönetimlerin gündemine girmiştir. Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler, yönetim ile halk arasındaki ilişkiyi geliştirmeyi amaçlayan iletişime dayalı bir etkileşim olarak nitelendirilmektedir. Bunun yanında yerel yönetimlerde halkla ilişkiler, yerel yönetimde alınan kararların ya da sunulan hizmetlerin yerel halkı nasıl etkilediğini objektif şekilde değerlendirmek, çalışılacak meseleleri belirleyerek kimin neyi, neden, nerede, ne zaman yaptığını açıklamaya önem veren bir iletişim programını aksiyona geçirme anlamına gelmektedir.

Kentlerde halkla iç içe olan aktörler yerel yönetimlerdir. Bu bağlamda halkla ilişkilerin toplumsal, ekonomik, kültürel, politik alanlardaki işlevi, algılanma biçimleri, yararlandığı ve aynı zamanda yarattığı değer ve inançlar, kendini ifade biçimi ve varoluş nedeni farklı paradigmlar bağlamında önem arz etmektedir. Yerel yönetimler aynı zamanda, başta metropoller olmak üzere kentlerde var olan çok sayıdaki kültür kurumunu korumak ve devamını sağlamanın yanı sıra, artan kültürel değişim taleplerini toplumun bütünlüğüne uygun olarak yönlendiren politika yapıcılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkla ilişkilerin ise kültürü, hem içinde bulunduğu toplumu, onun kurallarını, değerlerini biçimlendiren, çeşitli anlamlar yükleyen ve söylemler geliştiren ve bütün bunlardan etkilenen bir disiplin olması, bir kültür politikası aracısı olma durumunu ortaya çıkarmaktadır. Yerel yönetimlerin görev ve yetkileri açısından kültürü üretme, sunma ve geliştirme görevi olarak kültür sanat hizmetleri sunuyor olması, halkın dilek ve taleplerinin daha yakından ele alma imkanı sunmaktadır. Yerel yönetimler yapısı gereği başta tarihi alanların ve eserlerin korunması olmak üzere, kültürel görev ve hizmetler konusunda en doğru kararları verebilecek en yetkin organlardır. Kültürel yükümlülüklerin yerine getirilmesinde en önemli husus ise, kamuoyu anlayışının ve desteğinin artırılmasıdır. Yerel yönetimler, bu kapasitede hareket edebilecek ve kararlar alabilecek en yetkili kurum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışma kapsamında kentlerde sanat ve kültür faaliyetlerinin yürütülmesi açısından sanat ve kültür faaliyetleri aracılığıyla halkla ilişkiler yönetimine uygun iletişim modelleri irdelenmiştir. Bu bağlamda kentin kültür politikalarına halkla ilişkiler disiplininin hangi stratejiler ile aracılık ettiği anlatılmaya çalışılmış, kültürel etkinliklerin halka duyurulması için hangi yöntem ve araçların etkin kullanılıp kullanılmadığı analiz edilmiş ve bir metropol olarak İzmir Büyükşehir Belediyesi çalışmaya model alınmıştır. Bu kapsamda çalışma nitel araştırma yöntemlerinden olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile desenlenmiş, İzmir Büyükşehir Belediyesi kültür ve iletişim departmanları yönetici ve karar alıcılar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kültür sanat alanında örgütsel ve uygulayıcı düzeydeki aktörlerin halkla ilişkiler politikalarını benimsemesi ve uygun stratejiler belirlemesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Kültür ve Sanat Olgusu

Kültür, bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan, öğrenilen ve aktarılan bilgi, inanç, sanat, ahlak, yasa, gelenek ve diğer yetenek ve alışkanlıkların toplamıdır (Tylor, 2016). Kültürel sistem ise, toplumun değerleri, normları ve inançları ile birlikte bu unsurları yansıtan ve pekiştiren semboller ve ritüellerin bütünüdür (Geertz, 1973). Bu sistem çerçevesinde kültürel bağlam, bireylerin ve grupların davranışlarını şekillendiren tarihsel, sosyal, politik ve ekonomik faktörlerin bütünü olarak ifade edilebilmektedir. Kültürel çıktılar, bir toplumun ya da tüm toplumların uygarlıklarının toplamıdır. Kültür, bir dizi sosyal faaliyetin sonucu olan belirli bir toplumdur. "Kültür hem tarihseldir hem de süreklidir. Kültür nesilden nesile aktarılıyorsa, yani süreklilik arz ediyorsa, her kültürde bu sürekliliğe ilişkin sebep sonuç ilişkisi bulunmaktadır (Cebeci & Çakılcıoğlu, 2005). Sanat kavramı ise, bir duygunun, tasarımın veya güzelliğin ifade edilmesinde kullanılan tüm araçları ve bu ifadeden kaynaklanan daha büyük bir beceriyi kapsamaktadır. Söz sanatı anlamına gelen edebi eserler ve resim, heykel gibi plastik ve benzeri nesnelere oluşan eserler yahut müzik gibi fonetik-işitsel eserler ve dahası edebiyat, görsellik ve fonetiği birleştiren tiyatro ve sinema gibi eserlerin tamamı, kendini sıradan olandan ayırarak hoş hisler, güzellik taşımakta ve insanların duygusal dünyalarında olumlu yansımaları olmaktadır. Sanat, başka bir "şey" ya da performansın gelişmesine yol açan

herhangi bir "faktör" olarak tanımlanmaktadır. Bir başka bakış açısına göre "sanatın tanımı, bir insan eseri, bir insan buluşu olarak, aynı zamanda bir insan ifadesidir" (Mülayim, 1994, s. 17).

Sanat, insanın duygu, düşünce ve hayallerinin fiziksel ve soyut öğeler kullanılarak insanları etkileyecek şekilde yaratıcı olarak ifade edilmesidir. Güzel sanatlar ise insanların duygu, düşünce ve dış dünyaya ilişkin izlenimlerinin "çizgi, renk, biçim, ses, söz, ritim" gibi öğelerle; "edebiyat, müzik, resim, heykel, mimari, tiyatro" gibi etkinliklerle insanlarda coşku hissiyatı uyandıracak biçimde ifade edilmesidir. En geniş anlamıyla sanat, kişinin yaratıcılığının ve hayal gücünün ifadesi olarak tanımlanmaktadır.

Kültür Hizmetlerinin Önemi ve Etkileri

İnsan kültürel bir canlıdır ve tarihi kültür üretimlerine dayanmaktadır. Kültürü kavramsal bağlamda kullanan ilk isim, sosyal antropolog Edward Tylor olmuştur. 1871'de "Primitive Culture" isimli kitabında, kültür kavramının çıkış noktasını meydana getiren tanımlamayı yapmıştır; "Kültür veya medeniyet, en geniş etnografik anlamıyla alındığında, insan soyunun toplumun bir mensubu olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, töre, yasa, görenek ve diğer tüm yetenekler ile alışkanlıkların oluşturduğu karmaşık bir toplamdır" (Tylor, 2016).

Toplumsal olmasına koşut olarak, kültür öğrenilen bir olgudur. Doğuştan veya gen aktarımıyla bireye geçmemektedir. İçine doğulan toplumsal çevre tarafından, büyüüp tecrübe edildikçe öğrenilmektedir. Bir nevi sosyal mirastır. Kültür hizmetleri bu yüzden önemlidir, çünkü toplumsal kültürü oluşturan öğeleri canlı tutmakta ve bireylerin kültürlenmesine katkı sağlamaktadır. Kültür toplumun harcı olmak görevi de gördüğünden, bu tip hizmetlerin önemi çok daha artmaktadır. Kültür-sanat etkinlikleri arttıkça, kültürel belleğin ve toplumun yaşam kalitesinin kaynaklarından olan kültürel mirasın, yeni nesillere aktarılması da artmaktadır.

Kültür tüm toplumlar için çok önemli olduğundan, kamu hizmetleri açısından da her zaman devletin ve yönetimlerin üzerine titrediği konulardan olmuştur. Keza bu hizmetlerin yerine getirilmesi adına kültür bakanlıkları oluşturulmuştur. Burada halkın katılımını sağlamak ve hizmetin verimliliğini artırmak mühimdir. Nihayetinde en etkili yapılanmalar da yeter yönetimler olarak karşımıza çıkmaktadır (Öztaş & Zengin, 2011).

Belediyeler kamuya ait olan kaynakları, yine kamuya hizmet edecek biçimde kullanmakla görevlidir. Bu hususta bulunduğu bölgede ortak çıkarları gözeten hizmetler vermelidir. Hizmetlerden bir tanesi de kültür-sanat etkinlikleridir. Ancak kültür-sanat hizmetlerinde, belediyelerin bağlı bulunduğu partinin ideolojisine uygun etkinlikler düzenlemesi, ülkemizde sıkça karşılaştığımız bir durumdur. Bu da kültür hizmetlerinin ideolojik maksatlara indirgenmesine ve değerinin düşmesine sebep olmaktadır. Yerel yönetimlerin ömürleri elbette bir sonraki seçime kadardır. Bu sebepten kültürel hizmetler üretirken paralel olarak kültür üretimine katıldıklarını es geçmektedirler. Yaslıçimen şöyle yazmıştır; "Kültür-sanat alanına yaptıkları yatırımların içerik ve öncelikleri de bundan [siyasi seçimlerden] etkilenir. Siyasi partilerin ortak paydaları bir sonraki seçimlerde başarı kazanmak olduğundan kendilerine oy veren toplumsal tabanın kültürel talep ve beklentilerini daha fazla dikkate alırlar" (Yaslıçimen, 2018).

Bir kültürün içine doğan birey, toplumsallaşabilmek için kültür-sanat araçlarına ihtiyaç duymaktadır. Toplumun ortak değeri ve ürünü olan kültür, yeni kuşaklara aşılacak ve aktarılacak varlığını sürdürmektedir. Bireylerin eylemlerine kültür işlevsellik kazandırmaktadır, öğrenilmekte ve veri olarak bireyler arasında dolaşıma girmektedir (Çeçen, 1986, s. 136-138). Önceki paragrafta ifade ettiğimiz üzere, kültür hizmetlerinin en önemli etkisi, bir kültür üreticisi olmasıdır. Verilen hizmetler yerel değerleri, toplumsal hafızayı, kültür düzeyini, sanatsal ve fikrî yönelimleri etkilemektedir. Keza kültür hizmetleri içerisinde, baskın biçimde yayıncılık ve kütüphane, sinema, müzik, sahne sanatları, güzel sanatlar, müzeler gibi alanlar yer almaktadır (Pektaş, 2004). Bunlar kültürün önemli araçlarıdır. Dolayısıyla kültür hizmetlerinin niteliğinin ve içeriğinin, toplumsal ve bireysel yaşantı üzerinde önemli etkileri olduğu anlaşılmaktadır.

Kültür hizmetleri aynı zamanda şehirlerin markalaşmasını sağlamaktadır. Paralel olarak ekonomik gelişimin de mühim faktörlerinden biridir. Devlet kurumları ve yerel yönetimler bunun farkında oldukları için, kültür hizmetlerine özellikle eğilmektedir. 2012 senesinde İKSV'nin yayımlandığı Ekonomik Etki Araştırması; kültür hizmetleri adına yapılan yatırımların ekonomik durumu canlandırdığı, vergi gelirlerini ve istihdam oranını artırdığını göstermektedir. Nihayetinde anlaşılmaktadır ki, kültür hizmetlerine yapılan yatırımlar birkaç katı kazanç ile geri dönmektedir (Ece, 2012).

Belediyelerin Kültürel Faaliyetleri

Yasal boyuta bakıldığında, belediye Kanunu'na göre Belediye, "... kültür ve sanat, turizm ve tanıtım... hizmetlerini yapabilir veya yaptırabilir". Ayrıca "kültür ve tabiat varlıkları ile ...önemli mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, ...yeniden inşa edebilir." Kanunları kapsamında başka bir kamu birimlerine veya kuruluşuna verilmeyen mahallî müşterek nitelikteki diğer görev ve hizmetler de aynı şekilde Belediye tarafından yerine getirilir.

Belediyeler, metropolitan bölgelerdeki mevcut kültürel hizmet talebini karşılamak için: Kültür ve sanat festivalleri ve yarışmaları düzenlemek, tiyatrolar, kütüphaneler ve okuma odaları kurmak, müzeler, halk ve kültür evleri veya merkezleri kurmak, çocuklar ve gençler için dergi ve kitaplar yayınlamak, meslek kursları düzenlemek, ucuz kitap ve kırtasiye malzemeleri sağlamak, çevre ve tüketici bültenleri yayınlamak gibi tanımlanmış bir çerçeve ve politika ile çalışmaktadır (Kavruk, 2002, s. 263).

Türkiye'de belediyelerinin kültür ve sanat alanında gerçekleştirdiği hizmetlerden birkaçı şöyle sıralanabilmektedir (Pektaş, 2004);

- ... gençlere ve çocuklara yönelik olarak kültür ve sanat şenlikleri, festivaller müzik topluluklarının konser ve gösterileri, film gösterimleri, sergiler ve yarışmalar. Ayrıca belediyeler, ... çeşitli bilimsel etkinlikler, meslek ve beceri kursları düzenleyerek halkın bilgi, beceri ve kültür düzeylerinin artırılması için çaba harcamaktadır.
- ... kent orkestrası, Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği ve Türk Tasavvuf Müziği toplulukları oluşturması. ... Oluşturulan gruplar, kent içinde ve dışında organize edilen çeşitli etkinliklerde konserler ve gösteriler düzenleyerek izleyicilerle buluşmaktadırlar.
- Kent içinde gezici ve sabit kütüphanelerin, kitaplıkların ve okuma salonlarının oluşturulması, ... Bu bağlamda şehrin tarihi, turistik ve kültürel değerlerini yerli ve yabancı ziyaretçilere tanıtmak amacıyla hazırlanan kitaplar, haritalar, broşürler ve sesli-görüntülü yayınlar... Önemli kültürel hizmetler arasında yer almaktadır.

Belediyeler İçin Halkla İlişkilerin Önemi

Merkezi yönetim birimlerinden farklı olarak belediyeler, sundukları hizmetlere göre hizmeti alan bireylerin içinden doğan ve onun bir parçası haline gelen idari birimlerdir (Saran, 1996, s. 20). Belediyeler, görev tanımlarının ve hitap ettikleri kitlenin doğasından gelen bir yaklaşımla her zaman halkla iç içe olmuşlardır. Belediye hizmetleri ile vatandaşlık arasındaki ilişki birbirleriyle özdeşleştirilmiştir. Bu kapsamda halkla ilişkiler alanı ve faaliyetleri, belediyelerde özellikle çalışma yapılması icap eden bir noktayı teşkil etmektedir (Akçakaya, 1999, s. 77). Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler, "belediyelerle hizmetin sunulduğu halk arasında iki taraflı güven ve iş birliği oluşturmayı ve oluşan bu birlikteliği sürdürmeyi gaye edinen, iki yönlü iletişim ve etkileşime dayalı, plan ve programa dayanan, süreklilik arz eden bir yönetim işlevi" olarak tanımlanmaktadır (Yalçındağ, 1996, s.10). Yerel yönetimlerin hizmet verdiği alanların genişlemesiyle birlikte, belediyelerin alacağı kararlar ve atacağı adımlar konusunda halkın bilgilendirilmesi ve alınacak kararlara o bölgenin halkının katılımının sağlanması gerekli hale gelmiştir. Yerel yönetimler, projeleri ile bağlantılı alacakları kararlara ve yapmayı planladıkları uygulamalara bölge halkının katılımlarının ne kadar önemli olduğunun farkına varmış ve çeşitli uygulamalarla bu katılımı ve sahiplenmeyi sağlama çabası içerisine girmişlerdir. Ortaya çıkan bu gelişmeler, halkla ilişkiler birimlerine ve faaliyetlerine olan gereksinimi daha da artırmıştır (Tarhan ve Bakan, 2013, s. 26).

Tüm kamu kuruluşları bu özellikleri nedeniyle halkla ilişkiler faaliyetlerine büyük önem vermektedir. Belediyeler de kuşkusuz bu kuruluşlar arasındadır. Nitekim hassaten demokratik kültürlerde bireylerin güven ve katkısı olmadan hiçbir kurumun etkili sonuç alamayacağı, hatta yerine ve faaliyet alanına göre, sayılan kurumların varlığının sona erebileceği dahi öngörülmektedir. Öte yandan, hizmetlerini ve prosedürlerini halkın tercih ve ihtiyaçlarına göre uyarlamayan kamu kurumlarının toplumda kabul edilebilir hizmetler üretmesi pek mümkün değildir. Demokratik ülkelerde "devlet" de dâhil olmak üzere kamu yönetimlerinin amacı topluma hizmet etmektir. Bu unsur, hükümet ile halk arasında önemli bir ilişki olarak tanımlanabilir. Yönetim, halka hizmet etmek için bir araçtır (Yalçındağ, 1996, s. 27).

Bireylerin etkin bir şekilde katılımının ve sürece katkısının sağlanması, bilgi edinme hakkı doğrultusunda vatandaşların bilgilendirilmesi ve bu süreçlerin aydınlatılması, halkın ihtiyaçlarına uygun iletişim yöntemlerinin devreye alınarak bireylerle sağlıklı iletişim kurulması, idareye karşı olumlu tutumların oluşturulması, uygulamaların daha kolay ve erişilebilir hale getirilmesi, gerektiğinde bireylere bilgilendirme yapılması ve yerindeliğin artırılması için halktan bilgi alınması gerekmektedir. Bu perspektiften yaklaşıldığında yerel yönetimlerde halkla ilişkiler faaliyetleri beklenen ve öngörülen bu başarıyı sağlayabilmektedir (Sezgin, 2011, s. 96).

Bu aşamada kentlerin iki yönlü iletişime, karşılıklı güvene ve iş birliğine dayalı halkla ilişkiler girişimlerinde bulunması kritik önem taşımaktadır. Çünkü belediyelerde yapılacak tercihlerin ve hayata geçirilecek faaliyetlerin başarıya yönelik sonuçları aslında halkın bu sürece katılımına bağlıdır (Tarhan & Bakan, 2013, s. 26).

Halkın belediyeye bakış açısını, halkın belediyeden isteklerini, önyargılarını, kaygılarını, belediyeye olan desteğini ya da belediyeyi eleştirdiği konuları tespit etmek ve bu kapsamda yönetsel bir bakış açısı almasını ve sürece bütünleşmiş halkla ilişkiler uygulamaları yapmasını gerçekleştirmek için kullanılabilir çok sayıda yol ve yöntem vardır. Belediyeler söz konusu olduğunda, bireylerin ihtiyaçlarının isabetli bir şekilde tespiti, yapılacak işlere ve atılacak adımlara da kılavuzluk edecektir. Bu bağlamda, halkın tepkilerini incelemek, yerel yönetimin kendi rotasını belirlemesine kolaylık sağlayacaktır. Belediyeler, etki alanında gündeme gelen gelişmeler hakkında bilgi sahibi olarak, çevreye ve halka karşı daha özenli olabilmekte ve yönetsel

bir strateji izleyebilmektedirler (Oğuzcan, 2016, s. 34).

Kültür ve Sanatın Halkla İlişkiler Bağlamında Kullanımı

Halkla ilişkiler ve kültür birbirlerine bağlı olgulardır, ancak halkla ilişkiler alanındaki çalışmalarda kültürün rolü çok geç zamanlarda önemsenmeye başlamıştır. Oysa birbirlerinden ayrı düşünülemez mahiyettedirler. Kurum ile halk/hedef kitle arasında iletişim kuran halkla ilişkiler, aynı zamanda bu iletişimi etkilemektedirler. Çünkü bir kültür aracıdır. İlgi alanının içerisinde de tıpkı çalışmayı gerçekleştiren halkla ilişkilerin de kültürel kimlikleri ve değerli olması gibi halkın kültürel kimlikleri ve değerleri de yer almaktadır (Bardhan & Weaver, 2011).

Kültür ile halkla ilişkilerin bağlantılarının irdelendiği çalışmalarda, birçok toplumsal ve politik husus öne çıkmaktadır. Halkla ilişkiler demokrasiye katkı sağlayabilir ve yönetsel karar ile faaliyetlerin halkın yararına gerçekleşmesinin önünü açabilir. Güç dengelerinin yine halkın faydasına çalışmasını sağlayabilirken, toplumsal sorunlara dikkat çekilmesine ön ayak olabilir. Çalışmalarda, halkla ilişkiler alanına dair yeni perspektifler geliştirilmektedir. Halkla ilişkilerin kültüre etkisi ve kültürden nasıl etkilendiği yahut kültür aracı olarak ele alınıp alınamayacağı gibi önemli sorulara yanıt aranmaktadır. Tüm bunlar halkla ilişkilerde yaşanan dönüşümlerdir. Yani alanın kültürle birlikte değerlendirilmesi, bir dönüşüm yaşandığına işaret etmektedir (Özoran, 2020). Mevzubahis dönüşüm elbette kültürde yaşanan dönüşümlerle paralel, onun neticesiyle gerçekleşmektedir. Küreselleşme ve iletişim aygıtlarının artmasıyla birlikte, kültür anlayışında değişimler yaşanmıştır. İnsanlar çok farklı kültürlere ekran başında ulaşabilir durumdayken, aynı zamanda kendi mahalli kültürlerini yaşamaktadırlar. Küreselleşme, global köye dönüştürdüğü dünyada, eski ilişki ve iletişim biçimlerini de haliyle değiştirmiştir. Bir kültürün içerisinde doğan insan, bugün yalnızca sosyal yaşamdan değil aynı zamanda sosyal medya üzerinden kültürlenme süreci yaşamaktadır. En ücra yerdeki köyden, en kalabalık metropole kadar her insan bu yaygın iletişim aygıtlarında zaman geçirmektedir. Nihayetinde kültür eski tarzda devam etmeyip değişimler geçirirken, elbette halkla ve hedef kitleyle ilgilenen halkla ilişkiler de değişime tabi olmaktadır. Örneğin eskiden nasıl ki televizyonda tek taraflı iletişim varsa, yönetim alanlarında da çoğu zaman tek taraflı iletişim mevcuttu. Bugünse internetle birlikte çift taraflı iletişim mevcuttur ve bu durum yönetsel stratejilere de yansımak durumundadır. Dolayısıyla bu süreci kontrol eden ve yönlendiren halkla ilişkiler, çift taraflı iletişim modelinin hayata geçmesi için yeni stratejiler geliştirmektedir.

Halkla ilişkiler öncelikle bir iletişim etkinliği ve sürecidir. Kültür de insanlar arası iletişim kalıplarından yoğun biçimde etkilenmektedir. Hatta iletişim ile kültür öyle iç içedir ki, birey yaşam içerisinde aralarındaki farkı ayırt edememektedir. Örneğin Edward Hall iletişimin kültür, kültürün de iletişim olduğunu öne sürmüştür. Dolayısıyla kültür ile halkla ilişkiler arasında da derin bir bağ vardır. Halkla ilişkilerin kitleleri ve halkı analiz ettiğinden, eğilimlerini ve kanaatlerini tespit ettiğinden söz etmiştik. Netice itibarıyla halkla ilişkiler aynı zamanda kültürle ilgilenmektedir, kültür de halkla ilişkileri etkilemektedir. Halkla iyi ve istikrarlı ilişkiler kurma sürecinin hayata geçmesi için, kültürün dinamiklerinin iyi öğrenilmesi gerekmektedir. Ancak o zaman çalışmalar toplumda karşılık bulabilmektedir. Halkın gönüllü biçimde çalışmalara, hizmetlere ve görüşlere katılabilmesi, yaşamını oluşturan kültüre uygun bir dil yaratılmasıyla mümkündür (Koçak & Akdağ, 2021).

“Mengü, halkla ilişkiler ile kültür konusunda şunları söylemektedir; “Halkla ilişkiler bir kültür politikasıdır ve kültür politikasının asıl amacı, ikna ve kabul gerektiren konuları olumlu ve onaylanabilir hale getirmektir. (...) İçinde bulunan toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısı halkla ilişkilerin o toplumdaki amaç ve işleyişini belirler. (...) Halkla ilişkiler kültürü, hem içinde bulunduğu toplumu, onun kurallarını, değerlerini biçimlendirir, çeşitli anlamlar yükler ve söylemler geliştirir, hem de bütün bunlardan etkilenir ve dönüşür” (Mengü, 2012, s. 6, 31).

Halkla ilişkiler sadece kurum ve hedef kitle arasında bağ yaratan, ortaklık geliştiren ve kabuller sağlayan, bunların istikrarlı olması için çalışan bir alan değildir. Çeşitli kültürler arasında pozitif ve faydaya dayalı iletişimler meydana getirme işlevi taşımaktadır. Dolayısıyla kültür sanat organizasyonları aracılığıyla doğru ve etkin halkla ilişkiler uygulama ve stratejileri giderek önem arz etmektedir. Nihayetinde halkla ilişkiler hem yerel kültür hem de çok kültürlülük içerisinde faaliyetler geliştirerek, kültürün önemli bir ögesine dönüşebilmektedir (Pektaş, 2004).

Araştırma

Yerel yönetimler, halkla ilişkiler stratejilerini kullanarak toplumsal katılımı artırma ve kültürel gelişimi destekleme amacını taşırlar. Bu çalışmada, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin (İBB) kültür politikaları ve halkla ilişkiler stratejilerinin nasıl uygulandığı ve bu uygulamaların toplum üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmanın amacı, kültür politikalarının halkla ilişkiler stratejileri ile nasıl desteklendiğini ve bu stratejilerin etkinliğini belirlemektir. Bu kapsamda yapılan görüşmelerde desenlenen araştırma soruları, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür müdürlüğü ve halkla ilişkiler basın departmanındaki aktörlere yöneltilen soruların detaylarını içermelidir. Bu sorular, kültür politikalarının oluşturulması ve uygulanması, halkla ilişkiler stratejilerinin belirlenmesi ve uygulanması, medya kullanımı ve toplumsal geri bildirimler üzerine odaklanmıştır.

Metodoloji

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile gerçekleştirilmiştir. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür müdürlüğü ve halkla ilişkiler basın departmanlarında yönetici ve karar alıcı pozisyonlarında bulunan aktörler ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler, İzmir Büyükşehir Belediyesi sınırlarında bulunan 5 ilçe (Konak, Karşıyaka, Bornova, Buca ve Bayraklı) ile sınırlı tutulmuştur.

Veri Toplama Yöntemleri

Araştırmada veri toplama yöntemleri olarak yarı yapılandırılmış mülakatlar kullanılmıştır. Mülakat soruları, kültür politikalarının oluşturulması ve uygulanması, halkla ilişkiler stratejilerinin belirlenmesi ve uygulanması, medya kullanımı ve toplumsal geri bildirimler üzerine odaklanmıştır. Ayrıca, anketler kullanılarak halkın kültürel etkinliklere katılımı ve bu etkinliklerin toplum üzerindeki etkileri hakkında veri toplanmıştır.

Araştırma Soruları

İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür müdürlüğü ve halkla ilişkiler basın departmanındaki aktörlere yöneltilen araştırma soruları şunlardır:

1. Kültür Politikaları:

- o İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür politikaları nasıl oluşturulmaktadır?
- o Kültür politikalarını oluştururken hangi faktörler göz önünde bulundurulmaktadır?
- o Kültür politikalarının uygulanmasında karşılaşılan zorluklar nelerdir?

2. Halkla İlişkiler Stratejileri:

- o İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin halkla ilişkiler stratejileri nelerdir?
- o Bu stratejiler nasıl belirlenmekte ve uygulanmaktadır?
- o Halkla ilişkiler stratejilerinin etkinliğini nasıl ölçüyorsunuz?

3. Medya Kullanımı:

- o Kültürel etkinliklerin duyurulmasında hangi medya araçları kullanılmaktadır?
- o Sosyal medya, basın bültenleri, afişler gibi araçların etkinliği hakkında ne düşünüyorsunuz?
- o Medya araçlarının kullanımında karşılaşılan zorluklar nelerdir?

4. Toplumsal Geri Bildirim:

- o Halkın kültürel etkinliklere katılımını artırmak için hangi geri bildirim mekanizmalarını kullanıyorsunuz?
- o Halktan gelen geri bildirimler nasıl değerlendirilmektedir?
- o Geri bildirimlerin kültür politikalarına ve halkla ilişkiler stratejilerine etkisi nedir?

5. Kültürel Etkinlikler ve Toplumsal Katılım:

- o Kültürel etkinliklerin toplumsal katılım üzerindeki etkisi nedir?
- o Hangi tür kültürel etkinlikler daha fazla katılım sağlamaktadır?
- o Kültürel etkinliklerin planlanmasında hedef kitle analizleri nasıl yapılmaktadır?

Bulgular

Tablo 1.

Araştırma Bulguları Tablosu

Araştırma Kategorisi	Bulgular	Yanıtlar
Kültür Politikaları ve Halkla İlişkiler	-Hedef kitle taleplerine göre strateji geliştirme. -Toplumsal katılımı artırma. -Kültürel gelişime katkı sağlama.	-Hedef kitle analizleri ve geri bildirimler ile talepler belirlenir. -Toplumsal katılımı teşvik edecek etkinlikler ve projeler planlanır. -Kültürel gelişimi desteklemek için çeşitli programlar düzenlenir.
Etkili İletişim Modelleri	-Medya kullanımı (sosyal medya, basın bültenleri, afişler) -Hedef kitleye uygun iletişim modelleri seçimi.	-Sosyal medya platformları, basın bültenleri ve afişler gibi araçlar kullanılarak geniş kitlelere ulaşılır. -Hedef kitleye uygun iletişim modelleri, kitlenin demografik ve psikografik özelliklerine göre belirlenir.
Kültürel Değişim ve Toplumun Bütünlüğü	-Artan kültürel talepleri toplum bütünlüğüne uygun yönlendirme -Çok kültürlülüğün yönetimi.	-Kültürel taleplerin toplumun bütünlüğünü bozmayacak şekilde yönetilmesi, çeşitli toplulukların entegrasyonu ile sağlanır -Farklı kültürel grupların taleplerini karşılamak için kapsayıcı politikalar geliştirilir.
Medya ve Halkla İlişkiler Araçları	-Çok kanallı yaklaşım (sosyal medya, yerel gazeteler, radyo, televizyon) -Geri bildirim mekanizmaları oluşturma.	-Etkinliklerin duyurulması ve geri bildirimlerin toplanması için sosyal medya, yerel gazeteler, radyo ve televizyon gibi farklı medya kanalları kullanılır. -Geri bildirim mekanizmaları, halkın görüş ve önerilerini toplamak için oluşturulur.
Stratejik Planlama	-Uzun vadeli stratejiler benimseme -Stratejilerin düzenli ölçme ve değerlendirilmesi.	-Uzun vadeli stratejiler, kültürel etkinliklerin sürdürülebilirliğini sağlamak için oluşturulur. -Stratejilerin etkinliğini ölçmek ve gerektiğinde güncellemeler yapmak için düzenli değerlendirmeler yapılır.

Araştırma bulguları, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür politikaları ve halkla ilişkiler stratejilerinin etkin bir şekilde uygulandığını ve bu uygulamaların toplum üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır. Bulgular, halkla ilişkiler stratejilerinin yerel yönetimlerin kültürel faaliyetlerini destekleme ve toplumsal katılımı artırma konusundaki önemini açıkça ortaya koymaktadır (Tablo 1).

Kültür Politikaları ve Halkla İlişkiler: Araştırmada, kültür politikalarının oluşturulmasında hedef kitlenin taleplerinin dikkate alındığı ve bu politikaların halkla ilişkiler stratejileri ile desteklendiği görülmüştür. Bu stratejiler, yerel halkın kültürel etkinliklere katılımını artırmayı ve toplumun farklı kesimlerine hitap etmeyi amaçlamaktadır. Toplumsal katılımın teşvik edilmesi, kültürel gelişime katkı sağlamak açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Etkili İletişim Modelleri: Medya kullanımı, kültürel etkinliklerin duyurulmasında ve halkla iletişim kurmada önemli bir araçtır. Sosyal medya, basın bültenleri ve afişler gibi çeşitli iletişim araçları, hedef kitleye ulaşmada büyük önem taşımaktadır. Sarıoğlu'na göre (Sarıoğlu, 2019, s. 22), iletişim teknolojilerinin dijitalleşme sürecindeki rolü ve bu süreçte halkla ilişkiler alanında yaşanan değişim, ilerleme ve dönüşüm, bu alandaki profesyonellerin yeni hedef kitlelerini daha derinlemesine anlamalarına olanak tanıyan bir temel sunmaktadır. Dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerin halkla ilişkiler stratejileri üzerindeki etkilerini arttırarak, bu alandaki uygulamaların nasıl evirildiğini ve yeni hedef kitlenin beklentilerini daha iyi analiz edebilmek için gerekli olan bilgi ve bakış açısını sağlamaktadır (Sarıoğlu, 2019, s. 22). Bu araçlar, etkinliklerin geniş kitlelere duyurulmasını ve halkın bu etkinliklere katılımını sağlamaktadır. Araştırma sonucunda kurumun iletişim kanallarını etkili modellerle kullanmak üzere özellikle sosyal medya modelleme çalışmaları üzerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Kültürel Değişim ve Toplumun Bütünlüğü: Artan kültürel taleplerin toplum bütünlüğüne uygun olarak yönlendirilmesi gerekmektedir. Halkla ilişkiler stratejileri, bu talepleri yönetmede ve toplumsal uyumu sağlamada kritik bir rol oynamaktadır.

İzmir gibi çok kültürlü bir metropolde, farklı kültürel grupların taleplerini ve beklentilerini karşılamak için esnek ve kapsayıcı politikalar geliştirilmiştir. Bu kapsamda kültürlerarası kabul ve uyum açısından kültür sanat politikaları aracılığıyla halkın talep ve beklentilerinin oluşturulduğu bir havuz çalışması tespit edilmiş ve bu veri havuzunun halkla ilişkiler politikaları uygulamalarına referans olması gereği tavsiye edilmiştir.

Medya ve Halkla İlişkiler Araçları: Kültürel etkinliklerin duyurulmasında çeşitli medya ve halkla ilişkiler araçlarının etkin kullanımı, hedef kitleye ulaşmada ve geri bildirim almada büyük önem taşımaktadır. Sosyal medya, yerel gazeteler, radyo ve televizyon gibi farklı medya kanalları, etkinliklerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Kurumdaki geri bildirim mekanizmaları, halkın görüşlerini alarak kültür politikalarının ve halkla ilişkiler stratejilerinin sürekli iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Kurum bünyesinde gerçekleştirilen etkinlikler sosyal medyada duyurulmaktadır. Bu duyuruların altına hedef kitle beklenti ve taleplerini açıkça yazmakta ve dil getirmektedir. Kurumda özellikle sosyal medya araçları üzerinden geri bildirimlerin daha etkin yapıldığı tespit edilmiştir. Mahalle bazında yazılı yapılan tanıtımlardan (bilboard, vinil, afiş çalışmaları) ise etkinliklere katılım amacıyla işlev görmekte olup gerçekleştirilen etkinlikler sırasında halkın talep, ihtiyaç ve beklentilerine yönelik herhangi bir halkla ilişkiler uzmanının alanda bulunmadığı görülmektedir.

Stratejik Planlama: Uzun vadeli halkla ilişkiler stratejileri benimsemek ve bu stratejilerin düzenli olarak ölçülüp değerlendirilmesi, kültürel etkinliklerin sürdürülebilirliği ve etkinliğinin artırılmasında önemli bir faktördür. Bu değerlendirmeler, stratejilerin etkinliğini artırmak için gerekli düzenlemelerin yapılmasını sağlamaktadır. Aktörler, stratejik planlamanın ilgili konu ve yöntemlerle paralel ele alındığını, bu stratejik planlamaların kültürel etkinliklerin başarısını ve toplum üzerindeki etkisini olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, Büyükşehir Belediyesi'nin kültür politikaları ve halkla ilişkiler stratejilerinin etkin bir şekilde uygulandığını ve toplumun kültürel gelişimine önemli katkılar sağladığını ortaya koymaktadır. Kültür politikalarının hedef kitle taleplerine göre şekillendirilmesi, kültürel etkinliklerin başarısını artırmakta ve toplumun kültürel gelişimine katkıda bulunmaktadır. Medya araçlarının etkin kullanımı, kültürel etkinliklerin geniş kitlelere duyurulmasını ve toplumun bu etkinliklere katılımını sağlamaktadır. Geri bildirim mekanizmaları, halkın görüşlerini alarak kültür politikalarının ve halkla ilişkiler stratejilerinin sürekli iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür politikaları ve halkla ilişkiler stratejileri, toplumsal katılımı artırma ve kültürel etkinliklerin yaygınlaştırılmasında etkili olmuştur. Halkın talepleri dikkate alınarak geliştirilen politikalar, iletişim araçlarıyla desteklenmiş ve farklı kültürel grupların ihtiyaçlarına hitap eden esnek ve kapsayıcı yaklaşımlar benimsenmiştir. Medya ve sosyal medya araçlarının etkin kullanımı, geniş kitlelere ulaşmada ve geri bildirim almada önemli rol oynamıştır. Ancak etkinliklerde halkın taleplerine yönelik saha çalışmaları için halkla ilişkiler uzmanlarının alanda bulunmaması, bir eksiklik olarak tespit edilmiştir. Stratejik planlama ise, kültürel etkinliklerin sürdürülebilirliği ve etkinliğinin artırılmasında kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Araştırma bulgularına dayanarak, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kültür sanat etkinlikleri vasıtasıyla halka ulaşmada ve halkla ilişkiler stratejilerini daha da geliştirmek amacıyla aşağıdaki tavsiyeler yerinde olacaktır;

Saha Çalışmalarının Güçlendirilmesi: Etkinlikler sırasında halkın taleplerine ve beklentilerine anında yanıt verebilecek halkla ilişkiler uzmanlarının sahada bulunması, geri bildirimlerin daha hızlı ve etkili bir şekilde toplanmasını sağlayacaktır. Bu, halkla daha yakın bir bağ kurulmasına ve halkın memnuniyetinin artırılmasına katkıda bulunacaktır.

Geri Bildirim Mekanizmalarının Geliştirilmesi: Sosyal medya geri bildirimlerinin yanı sıra, yüz yüze geri bildirimler almak için etkinliklerde anketler, odak grup toplantıları veya interaktif katılım yöntemleri kullanılabilir. Bu, daha geniş bir katılımcı kitlesinin görüşlerinin dikkate alınmasını sağlayarak, stratejilerin daha kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesine yardımcı olacaktır.

Kültürel Çeşitliliği Destekleyen Programlar: İzmir'in çok kültürlü yapısı göz önünde bulundurularak, farklı kültürel grupların taleplerine yönelik daha fazla özelleşmiş programlar ve etkinlikler düzenlenebilir. Bu programlar, toplumsal uyumu güçlendirecek ve kültürel etkileşimi teşvik edecektir.

Eğitim ve Farkındalık Çalışmaları: Halkla ilişkiler alanında çalışan personelin sürekli eğitimlerle desteklenmesi, değişen toplumsal dinamiklere daha hızlı adapte olunmasını sağlayacaktır. Ayrıca, halkın kültürel etkinliklere katılımını artırmak için farkındalık kampanyaları düzenlenebilir.

Dijital Platformların Etkin Kullanımı: Sosyal medya ve dijital platformların daha yaratıcı ve yenilikçi bir şekilde kullanılması, özellikle genç kitleye ulaşmada önemli bir araç olabilir. Örneğin, canlı yayınlar, sanal sergiler veya interaktif uygulamalar gibi dijital yenilikler, kültürel etkinliklere katılımı artırabilir.

Uzun Vadeli Stratejilerin Gözden Geçirilmesi: Stratejik planlama süreçlerinin periyodik olarak gözden geçirilmesi ve gerekli düzenlemelerin yapılması, kültür politikalarının sürdürülebilirliği açısından kritiktir. Bu süreçte, halkın beklentileri ve

geri bildirimleri dikkate alınarak, stratejilerin esnek ve uyarlanabilir olmasına özen gösterilmelidir.

Sonuç olarak, yerel yönetimlerin kültür politikalarının başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için halkla ilişkiler stratejilerinin etkin bir şekilde kullanılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. İzmir Büyükşehir Belediyesi örneğinde olduğu gibi, halkla ilişkiler araçlarının ve medya iletişim modellerinin doğru kullanımı, kültürel faaliyetlerin başarısını ve toplumun kültürel gelişimini desteklemektedir. Bu bulgular, diğer yerel yönetimlere de kültürel politikalarını ve halkla ilişkiler stratejilerini geliştirmeleri için yol gösterici niteliktedir. Bu çalışma, sadece İzmir Büyükşehir Belediyesi ile sınırlı olduğu için diğer yerel yönetimlerde benzer araştırmaların yapılması önem arz etmektedir. Ayrıca, kültür politikaları ve halkla ilişkiler stratejilerinin farklı demografik gruplar üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar için yapılacak olan gelecekteki araştırmalar, kültürel politikaların ve halkla ilişkiler stratejilerinin entegrasyonunun farklı bağlamlardaki etkinliğini değerlendirmeye devam etmelidir.

Etik Komite Onayı: Araştırma, kamuya açık bilgi ve veriler üzerine odaklanmaktadır. Katılımcılar, kültürel politikalar ve halkla ilişkiler stratejileri gibi kamuya açık ve herhangi bir gizlilik taşımayan konular hakkında bilgi vermektedir. Bu nedenle, araştırma, gizlilik ve mahremiyet ihlali riski taşımamaktadır. Tüm katılımcılar, araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul etmiş ve bilgilendirilmiş onam formu imzalamışlardır. Araştırmaya katılım, tamamen gönüllülük esasına dayalıdır ve katılımcılar istedikleri zaman araştırmadan çekilme hakkına sahiptir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: The study focuses on public information and data. Participants provide information on cultural policies and public relations strategies, which are public and not confidential. Therefore, the research does not pose a risk of privacy or confidentiality violations. All participants voluntarily agreed to participate in the study and signed informed consent forms. Participation in the research is entirely voluntary, and participants have the right to withdraw from the study at any time.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Akçakaya, M. (1999). Belediyelerde Halkla İlişkiler. *Sayıştay Dergisi*, 34, 77-91.
- Bardhan, N., & Weaver, K. (2011). *Public Relations in Global Cultural Contexts*. Londra: Routledge.
- Çeçen, A. (1986). *Kültürel Haklar*. İnsan Hakları Yıllığı. Ankara: TODAİE.
- Cebeci, Ö. Faruk-Çakılcıoğlu, M., (2005), *Kültürel Sürdürülebilirlik*. 10. Ulusal Bölge Bilimi/Bölge Planlama Kongresi.
- Ece, Ö. (2012). *Ekonomik Etki Araştırması*. İstanbul: İKSV.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Kavruk, H. (2002). *Anakente Bakış: Türkiye'de Anakent Belediyeciliği ve Kent Hizmetlerinin Yönetimi*. Ankara: Hizmet-İş Sendikası Yayını.
- Koçak, P., & Akdağ, M. (2021). Kültür ve Halkla İlişkiler İlişkisi: Halkla İlişkiler Akademisyenlerinin Alana İlişkin Değerlendirmeleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fk. Elektronik Dergisi*, 9(2), 725-755.
- Mengü, S. (2012). *Halkla İlişkiler- Bir Kültür Politikası*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Mülayim, S. (1994). *Sanata Giriş*. 2. Baskı, İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Oğuzcan, Anıl. U. (2016). *Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı: Yerel Yönetimler*. Yüksek Lisans Tezi. Giresun: Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özoran, B. (2020). Halkla İlişkileri Sosyo-Kültürel Perspektiften Değerlendirmek: Kültürel Aracı Bir Meslek Olarak Halkla İlişkiler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 32, 220-240. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.668531>.
- Öztaş, C., & Zengin, E. (2011). Yerel Yönetimler ve Kültür Hizmetleri. *Journal of Social Policy Conferences*, 155-180.
- Pektaş, E. (2004). Büyükşehir Belediyelerinin Eğitim ve Kültür Hizmetlerine Siyasi Parti İdeolojilerinin Yansımaları. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Kamu Yönetimi.
- Saran, M. U. (1996). Belediye Hizmetlerinde Halkı Bilgilendirme ve Halk Denetiminin Sağlanması. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 5(4), 17-28.
- Sarioğlu, Elif B. (2019). *Dijital Halkla İlişkiler*. 1. Basım, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Sezgin, M. (2011). Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halka Dönük Yönetim. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 93-120.
- Tarhan, A. ve Bakan, Ö. (2013). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Vatandaş Algısı*. Konya: LiteraTürk Academia Yayınları.
- Taylor, E. (2016). *Kültür Bilimi*. E. Dabağcı (Çev.) *ViraVerita E-Dergi*, 4, 91-110.
- Yaslıçimen, F. (2018). *Yerel Yönetimlerde Kültür Politikaları*. İstanbul: İlim Kültür Eğitim Derneği.
- Yalçındağ, S. (1996). *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri*. Ankara: TODAİE Yayınları.