

YEREL YÖNETİMLERİN HALKI TANIMAYA YÖNELİK HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI; DOĞU KARADENİZ BELEDİYELER BİRLİĞİ ÖRNEĞİ¹

Mevlüde Canan Can²

ÖZ

Günümüzde toplumsal ve demokratik gelişmelerin bir sonucu olarak yerel yönetimlerin görev ve faaliyetleri farklı boyutlara ulaşmıştır. Bu bağlamda yerel yönetimlerin karar ve strateji belirlerken bu kararlardan doğrudan etkilenecek olan halkın rızasını almaları daha fazla önemli hale gelmiştir. Öte yandan iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü yenilikler, hemen herkesin her türlü bilgiye internette kolayca ulaşabilmesi, sosyal medyanın birbirini hiç tanımayan insanları bile anında bir konuda birleştirip güçlü bir kamuoyu korosuna dönüştürmesi ve cep telefonlarının kullananları potansiyel gazeteci haline getirmesi de bütün kuruluşlar gibi yerel yönetimleri de daha dikkatli olmaya yöneltmektedir. Son yıllarda yerel yönetimler; ulaşım su, asfalt gibi rutin hizmetlerin yanı sıra sosyal ve kültürel içerikli faaliyetlere kadar genişleyen yeni misyonlarını yerine getirirken, kendilerini; katılımcı, demokratik ve şeffaf bir yönetim anlayışını uygulamak zorunda hissetmektedir. Bu zorunlulukları asla kötünün savunucusu olamayan halkla ilişkiler (Regester ve Larkin,1997:222) çalışmaları ile mümkün olabilir. Halkla ilişkiler; genel anlamda halkı, özelde hedef kitleyi öncelikle tanımak ve ardından edinilen bu bilgiler ışığında yönetimi tanıtmayı içeren faaliyetlerdir. Bu araştırma yerel yönetimlerin tanıma yönlü halkla ilişkiler faaliyetlerinde hangi yöntemleri kullandığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma evrenini Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği'nde yer alan kentler oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçlarından anket ile toplanan veriler tanımsal istatistik ölçülerinden frekans analizleri ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda yerel yönetimlerin halk günü düzenledikleri ve sivil toplum örgütleriyle bir araya geldikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Tanıma.

Jel Kodları: H7, M30, M39

¹ Çalışma 18-20 Aralık2020'de düzenlenen Uluslararası CEO Sosyal Bilimler Kongresi'nde özet olarak sunulmuştur.

² Dr. Öğr. üyesi,Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fındıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, mevlude.can@erdogan.edu.tr. <https://orcid.org/0000-0002-0342-2714>

**PUBLIC RELATIONS PRACTICES OF LOCAL ADMINISTRATIONS: A CASE OF EASTERN
BLACK SEA MUNICIPALITIES UNION (DOĞU KARADENİZ MUNICIPALITIES UNION)**

ABSTRACT

Today, the duties and activities of local administrations involve different dimensions as a result of social and democratic development. In this sense, now it is more important for local administrations to receive consent from people who will be directly affected by the decisions while making decisions and adopting strategies. On the other hand, there are certain developments that direct the local administrations to be more careful in general. These are the dizzying innovations in communication technologies and the facts that almost everyone can easily access all kinds of information on the Internet, that social media instantly unites even people who do not know each other for a single subject and turns mobile phone users into a potential journalist. In recent years, local administrations feel obliged to adopt a more participatory, democratic and transparent sense of administration while fulfilling both the routine services such as transportation, water management and paving as well as new missions that range from social to cultural activities. This obligation can only be fulfilled via public relations, (Regester vd.1997:222) which can never advocate the bad. Public relations refer to the activities that involve knowing the public in general and target audience in particular and introducing the administration in the light of this information. This study seeks to reveal which methods are employed by local administrations in public relation activities in terms of knowing the public. The population of the study covers the provinces that are a part of Eastern Black Sea Municipalities Union. The data collected via survey were analyzed using frequency analyses, which is one of the descriptive statistical measurements . The study showed that local administrations organize meeting days with public as well as non-governmental organizations.

Keywords: Local administrations, public relations, knowing.

JEL Codes: H7, M30, M39.

GİRİŞ

Samimi ve dürüst yaklaşımlarıyla halkı, çeşitli grupları ve toplumun her kesimini birbirine bağlayan adeta sosyal bir çimento olma özelliği ile halkla ilişkiler; son yıllarda pek çok kuruluş tarafından özellikle tercih edilir olmuştur. Ülkemizde il özel idareleri, köyler ile birlikte yerel yönetim birimlerini oluşturan il, ilçe ve belde olmak üzere belediyeler de halkla ilişkilerin yöntem ve tekniklerini kullanan bu kuruluşlar arasındadır. Diğer taraftan yerel yönetimler bugün demokrasinin uygulama alanlarıdır. Yerel yönetim kuruluşlarının temelinde yerel demokrasinin değerleri yatmaktadır (Yaylı ve Pustu, 2008: 135). Yerel yönetimler hem demokrasi kültürünün toplumda gelişmesini hem de halkın yerel yönetimleri denetleyebilmesini sağlamaktadır. (Akay, 2010: 4) Çünkü yerel yönetimlerin varlık nedeni halkın güven ve desteğini sağlayarak, katılımcı, demokratik, halkın dilek, istek ve önerilerine dayalı hizmet sunmaktır. Yerel yönetimleri, merkezi yönetimden ayıran en önemli özellik “mahalli ve müşterek ihtiyaçları karşılamak amacıyla” kurulmuş olmaları ve bu anlayışla hizmet sunmalarıdır. (Nadaroğlu,1986: 17) Öte yandan ilgili yazında ve kamuoyunda yerel yönetim kelimesinin belediye kelimesiyle eşanlamlı olarak sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Çünkü verdiği çeşitli hizmetlerle halka en yakın olan, en çok dokunan yerel yönetim birimleri belediyelerdir. Son yıllarda kentleşmenin hızla artması ve kent halkına sunulması gereken hizmetlerin hem sayısal hem de nitelik bağlamında artması, merkezi yönetimin bazı görevlerinin belediyelere devredilmesi belediyeleri günümüzde çok daha önemli hale getirmiştir. İlgili yazında Nuri Tortop “Yerel yönetimler merkezi yönetimin dışında kalan, yerel toplulukların, vatandaşların gündelik hayatta karşılaştıkları sorunları çözmeye çalışan ve bunun içinde yerel kamu hizmetlerinin sunumunu gerçekleştiren birimlerdir” (Tortop, 2006: 16) şeklinde tanımlamaktadır. Yine ilgili bir başka yazında “ yerel yönetimler vatandaşlara en yakın hizmet veren kuruluşlar olarak merkezi yönetime ait bir takım yetki, görev ve sorumlulukların merkez dışında merkezi yönetimden ayrı kamu tüzel kişiliğine sahip özerk kuruluş” (Meriç vd. 2005:11) olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda denilebilir ki yerel yönetim kavramı ile daha çok belediyelerin kast edilmesi tesadüf değildir. Nitekim bu çalışma da zaman zaman yerel yönetim ifadesi belediye anlamında kullanılmıştır.

Vatandaşa hizmet sunan en yakın birimler olan ve görev ve sorumlulukları geçmişe oranla daha fazla artan ve karmaşık bir hal alan günümüz belediyeleri için halkın desteğini ve rızasını almak

daha da önemli hale getirmiştir. Çünkü görev alanları imar hizmetlerinden sosyal ve kültürel hizmetlere kadar genişleyip çeşitlenen, çözmek zorunda olduğu yerel sorunları giderek büyüyerek karmaşıklaşan ve üstelik bu sorunları çözmek için daha büyük mali kaynaklara ihtiyaç duyan belediyelerin yerel halkın desteğini ve rızasını almadan görevlerini yerine getirebilmeleri ve sürdürebilmeleri mümkün değildir. Bunda demokratik yönetim anlayışının başka bir deyişle yöneticilerin seçim yoluyla işbaşına gelmelerinin önemli rol oynadığını söyleyebiliriz. (Çitçi, 1996: 5; Uysal-Sezer, 1996: 59) Üstelik bunun yanı sıra, belediyeler bazen de halkla karşı karşıya gelebilmektedir.Şehir halkının oylarıyla seçilen ve faaliyetleri halk tarafından sürekli izlenen ve denetim altında tutulan, eleştiri ve şikâyetlerle karşılaşan kuruluşlar olan belediyelerin çevrelerinde ne olup bittiğiyle ilgilenmesi, toplumun istek ve şikâyetlerine karşı yoğun bir duyarlılık göstermesi gerekir. Öte yandan belediyeler aynı zamanda eğer diğer alanlardaki kuruluşlar gibi beğenilmek, tercih edilmek, desteklenmek ve bunu gerçekten hak etmek istiyorlarsa kent halkının güvenini kazanmaya, onaylarını almaya çaba sarf etmelidirler. Bu bağlamda belediyeler için halkla ilişkiler teknik ve uygulamaları önemli ve gereklidir. Çünkü halkla ilişkilerin ana hedeflerinden biri , yönetimin ilkelerinin oluşturulmasına yardım etmek ve düzenlemelerin buna göre gerçekleşmesi için yol göstericilik yapmaktır. Yönetimin gereksinmesi, halkın düşüncelerini, halkın eğilimlerini, halkın gereksinimlerini ve halkın yönelimlerini anlamaktır. (Karalar, 2000:5) Bu gereksinim aynı zamanda İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü'nün tanımında da vurgulanmaktadır. Şöyle ki; halkla ilişkiler, bir örgüt ile bu örgütün yöneldiği kitle arasında iyi ilişkiler ve karşılıklı anlayış oluşturmak ve bunu süreklileştirmek için girişilen plânlı ve sürekli çabalardır.(Karalar, 2000:9) Biz halkla ilişkileri çevreye mesaj yollama kadar, çevreden gelen tepkileri ölçüp değerlendirme çalışması olarak görmekteyiz. Bir başka anlatımla halkla ilişkiler anlayışımız içinde toplumun isteklerini öğrenme endişesi ağır basmaktadır. Halkla ilişkilerin çağdaşlığı, yüzyılımızın gereklerine uygun düşmesinin en önemli nedeni, onun ne ideoloji aşılama ne de halkı aydınlatma misyonunda yatar. Onun en can alıcı ve önemli uygulaması halkın tepkisini öğrenerek yönetimin kendine yol çizmesine yardımcı olabilmesidir. Daha teknik terimle halkla ilişkilerde besleyici yankı (feed-back),eğer iyi değerlendirilebilirse, yönetim-halk uyumunu sağlayabilecek en önemli araçtır.(Kazancı, 1997:114-115)

O halde denilebilir ki; belediyelerin bu bağlamda gerçekten de halkın oylarıyla şehirlerini emanet ettikleri “şehremini” görevlerini lâıyğı ile yerine getirebilmeleri ve bir sonraki seçimlerde de yine halkın teveccühünü kazanabilmeleri ancak etkin bir şekilde halkla ilişkiler yöntemlerini kullanmaları ve bunu bir yönetim anlayışı olarak benimsemeleri ile mümkün olabilir. Nitekim birçok halkla ilişkiler tanımı bu durumu kanıtlar niteliktedir. Halkla ilişkiler, kamuoyunu etkileme, ondan etkilenme sürecidir. (Bülbül, 2000:4)Bir başka tanıma göre Halkla ilişkiler toplumsal gereksinmeyi en iyi biçimde karşılamak, çevreden gelecek uyarılarla dilekleri göz önünde tutarak örgütsel davranışta bulunmak için girişilen çabalardır. Bülbül, 2000:4)

Metin Kazancı'ya göre “Halkla ilişkiler yalnızca yönetilene bilgi vermek için yürütülen çabalar değildir. Yönetim-halk ilişkisini iyileştirmeye yönelik, temelinde iletişimin yattığı bir etkileşim olarak nitelendiriyoruz. Bir başka anlatımla halkla ilişkiler yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma

çabası değil, eylem ve işlemleri yönetilenlerle etkileşerek, gerçekleştirme böylece kendiliğinden oluşan bir onay elde etmektir”(Kazancı, 1997: 59) Halkla ilişkiler yönetimin izlemekte olduğu politikanın halka benimsetilmesi, çalışmaların sürekli ve tam olarak halka duyurulması bunun yanı sıra halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün ve yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması işlevidir.(Tortop, 2018:4) Halkla ilişkiler halkın neyi sevdiğini öğrenip onu daha çok yapmak, neden hoşlanmadığını bilip onu yapmamaktır.(Tortop, 2018:5) Selçuk Yalçındağ’a göre halkla İlişkiler “bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluştaki da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli çabalar”.(Yalçındağ, 1988:57)

Bütün bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere kuruluşların halkın desteğini almak ve kuruluşa karşı halkın olumlu tutumunu elde etmek için halkla ilişkiler faaliyetlerini kullanması gerekir. Ancak yönetimlerin bu amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için öncelikle halkın kendilerinden ne istediğini, beklentilerini öğrenmeleri diğer bir deyişle halkı tanımaları, anlamaya yönelik çaba göstermeleri gerekir. Nitekim bu durum, halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtma sanatıdır (Sabuncuoğlu,2008:13) şeklindeki kısa tanımının ilk kısmında hayat bulur.

Günümüzde yerine getirmeye çalıştıkları hizmetler çeşitlenmiş ve daha karmaşık hale gelmiş olan belediyelerin halkın beklenti ve ihtiyaçlarının ne olduğunu öğrenmesi ve elde ettiği bu bilgilere göre hizmet politikalarını ve faaliyetlerini belirlemesi başarılı olabilmesinin ön koşuludur. Bu çalışma belediyelerin halkın beklenti istek ve şikâyetlerini öğrenebilmesi için yararlanabileceği en etkili yöntem olan halkla ilişkiler uygulamalarını ne ölçüde kullandığını tespit etmek amacıyla yapılmıştır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatür incelendiğinde Hasan Güllüpınar’ın (2006) “Belediyelerde Halkla İlişkiler Ve Halkın Yakınma Yöntemleri; Karşılaştırmalı Bir Çalışma” isimli yayınlanmamış yüksek lisans tezinde ilk kez Konya Belediyesi’nde halkın yakınma birimi olarak kurulan “açık kapı” uygulamasının yönetimde temsil edilememesi nedeniyle işlevini etkin bir şekilde gerçekleştiremeyen bir halkla ilişkiler faaliyeti olduğu, uygulamanın başarısının yönetimde yer alması söz sahibi olması durumuna bağlı olduğu sonucu çıkmıştır.

Bir başka çalışma ise “Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halka Dönük Yönetim” ismiyle Murat Sezgin (2014) tarafından yapılmış ve çalışmada belediyelerin gelecekte en fazla ihtiyaç duyulacak birimler olmasının koşulunun halkla ilişkilerde sağlayacakları başarıya bağlı olduğu belirtilmiştir.

Ahmet Tarhan’ın (2007) “Halkla ilişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz” isimli çalışmasında belediyelerin web sayfalarının tanıma bakımından yeterli, ancak tanıtma açısından eksik olduğu tespiti yapılmıştır.

M. Nejat Özüpek, Türkiye genelinde büyükşehir, merkez il ve ilçe belediyelerini kapsayan “Halkla İlişkiler Açısından Belediyelerin Kamu Beklentilerini Öğrenme Yöntemleri” (2006) adlı çalışmada tüm belediyelerin halkın istek ve görüşlerini öğrenmek amacıyla gerekli yöntemleri kullandığı sonucuna varılmıştır. Muhittin Acar’ın (1994) “Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması” çalışmada Türk kamu yönetiminde halkla ilişkilerin bir yönetim felsefesi-bir yönetim anlayışı olarak benimsenmesi halinde çağdaş ülkelerdeki gibi olacağı görüşü belirtilmiştir.

Yönetim tarafından alınacak kararlardan etkilenen tüm paydaşların karar alma süreçlerine katılımının ve vatandaş ile iyi ilişkiler kurulmasının gerekli olduğunu belirttiği “Yerel Yönetişim Ve Halkla İlişkiler: Yerel Yönetimlerin Tanıma Ve Tanıtma Yöntemleri Üzerine Bir Derleme” (2018) adlı çalışmalarında Filiz Tufan Emine ve Emine Sancak, yönetişimin yerel yönetimler ve kamu kuruluşlarında başarıyla uygulanabilmesinin etkili bir halkla ilişkiler çalışmasıyla mümkün olabileceğini ifade etmişlerdir.

Sirel Gölönü ise “Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler ve Toplumsal Beklentiler” (2000) adlı çalışmada yerel yönetimlerin yükselen değer özelliklerini koruyabilmelerinin daha fazla halkla ilişkilere önem vererek, halkla ilişkilerin yöntemlerini ve tekniklerini kullanmaktan geçtiğini vurgulamaktadır.

2.HALKLA İLİŞKİLERİN TANIMA İŞLEVİ VE YEREL YÖNETİMLERİN TANIMAYA YÖNELİK UYGULAMALARI

Başarılı bir halkla ilişkiler faaliyeti yapabilmenin ön koşulu öncelikle söz konusu faaliyete muhatap olacak hedef kitleyi sahip olduğu bütün özellikleriyle iyice tanımaktır. Hedef kitlenin yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu gibi demografik özelliklerinin yanı sıra kültürleri, yaşam tarzı gibi özellikleri bilinmelidir. Ayrıca bunların yanı sıra hedef kitlenin kuruluşa ilişkin düşüncelerinin, beklentilerinin de öğrenilmesi gerekir. Halkla ilişkiler uygulamasında çalışmaların bir bölümü çevreye dönük iken bir bölümü de yönetimin karar almada bilgi eksikliğini gidermek, çevreyi tanımak, halkla kimi konularda sorumluluğu bölüşmek, değişen koşulları ve onlarla ilişkili halk isteklerini öğrenmekle ilgilidir. Tanıma derken bu amaçlar ve bunlarla ilgili uygulamalar anlaşılmalıdır (Kazancı,1997:113).

Tanıma faaliyetleri ile elde edilen bilgilerle yönetim; hedef kitleye yönelik çalışmalarını doğru bir şekilde plânlayabilir ve bu bilgiler doğrultusunda alacağı yerinde kararlarla etkili ve başarılı sonuçlara ulaşabilir. Ve yine bu bilgiler sayesinde yönetim; halkla ilişkiler faaliyetlerinin hangi alanlarda yoğunlaştırması gerektiğini, hedef kitleyle ilişkilerinde kullanacağı araç ve yöntemlerin neler olacağı konusunda isabetli tespitler yapabilir. Bir belediye yönetiminin halkın takdirini kazanması ve “halkın belediyesi” olabilmesi için öncelikle halkın belediyeye yönelik duygu, düşünce ve görüşlerini doğru bir şekilde öğrenmesi gereği açıktır. Bir belediye, belde halkını tanımak, onun beklentilerini öğrenmek ve bu beklentilere yönelik hizmet vermek zorundadır. Yerel halkı tanımak, belediyenin halk

ile bütünleşmesine katkı yaparken, halkla ilişkiler uygulamalarının da başarılı olmasını sağlar. Yönetmek önce tanımak yani danışmak, sormak demektir. Danışan yönetimin aldığı karar, çevreyi tanımının sağladığı bilgi üstünlüğünü özünde taşımaktadır. Siyasal motiflerin dışına çıkıldığında yani kamu yönetimi yalnızca teknik bir süreç olarak çalıştığında, ona halka danışmanın verdiği gücü, başka hiçbir kimse veremez (Kazancı, 1997:117). Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin istenilen nitelikte ve derecede düzenlenmiş olması yönetimin başarısını ve verimliliğini etkileyen önemli bir unsurdur. Kamu kuruluşlarının amacı, halka yararlı olmaktır. Varlık nedeni halk yararı olan kamu kuruluşları halk ile yakın ilişkiler kurmak, devamlı olarak onun desteğini kazanmak ihtiyacındadır. (Tortop,2018:121)Halkla ilişkiler kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir (Mıhçıoğlu, 1971:12). Bu bağlamda yapacakları çalışmalarla halkın beklenti, görüş ve istekleri, şikayetleri gibi pek çok konuda bilgi edinerek belediyeler isabetli kararlar alabilir ve halkın memnun olacağı uygulamalara imza atabilirler. Var olmalarını borçlu oldukları halka karşı asli misyonları olan hizmet götürmeyi belediyeler ancak; halkı tanıma çalışmalarıyla edindikleri bilgiler doğrultusunda düzenleyecekleri eylem politikaları ve faaliyetlerle layığı ile yerine getirebilirler. Ve yine bu sayede yapacakları faaliyetleri, verecekleri kararları halka benimsetmeleri, halkın onay ve desteğini almaları mümkün olacaktır. Halkının görüş ve isteklerini, şikâyetlerini dikkate alan bir belediye böylece kent halkıyla bütünleşebilir, halkın sahip çıktığı ve desteklediği bir belediye olabilir. Bu amaçlarla halkı tanımaya yönelik faaliyetlerin aşağıdaki sorulara yanıt verecek şekilde düzenlenmesi yararlı olabilir:

- Belediye sınırları içerisinde yaşayan yerel halkın ihtiyaçları ve beklentileri nelerdir?
- Belediye hizmetlerinden halk genelde memnun mu? Değilse neden?
- Halkın şikâyetleri ve çözüm önerileri nelerdir?
- Halkın memnun olduğu ve desteklediği belediye hizmetleri nelerdir?
- Belediyenin hizmetlerine ilişkin halkın genel görüşü nedir?

Nitekim uygulamada belediyelerin halkı tanımak amacıyla bazı yöntemlerden yararlandıkları görülmektedir. Bu yöntemler şöyle sıralanabilir (Budak vd. 2000:138, Tengilimoğlu vd. 2004:140).

- Vatandaşların kişisel başvuruları
- Kamuoyu araştırmaları ve anketler
- Basını (medyayı) izleme
- Danışma
- Toplantılar
- Halkla yüz yüze ilişkiler
- Referandum (kamuoyuna Başvurma)

Literatürde yer alan bu yöntemlere yaşadığımız bilgi çağının yeni iletişim yöntemleri olan ve kamuoyunun her kesiminin yaygın olarak kullandığı internet teknolojisini ve bu teknolojinin sağladığı sosyal medya araçlarını da ilave etmek gerekir.

2.1. Vatandaşların Kişisel Başvuruları

Yerel yönetimlerin toplumun örgüt hakkında ve sürdürülen faaliyetlerle ilgili düşünceleriyle istek ve şikâyetlerini öğrenmek için yararlanabileceği yöntemlerin başında vatandaşların kişisel başvuruları gelmektedir. Ancak bu yöntemin etkili olabilmesi için yönetimin vatandaşa kişisel başvurularının dikkate alınacağı ve gereğinin yapılacağına dair güven vermesi gerekir. Ayrıca bu başvuruların hızlı bir şekilde geri dönüşünün yapılması bu güvenin sağlanmasına katkı sağlayacaktır. Vatandaş; yönetim tarafından kişisel başvurularının ivedilikle ele alınacağını ve gereğinin yerine getirileceğini bilirse, kendinden emin bir şekilde kişisel başvuru yapacak; belediyeler de bu sayede vatandaşı tanıma ve anlama fırsatı yakalamış olacaktır. İlk olarak İstanbul Belediyesi'nde 1994 yılında kurulan ve daha sonra bazı belediyelerce de kullanılan, vatandaşların kişisel başvuru yaparak yakınmalarını iletebilecekleri ve adı "beyaz masa" olan uygulama bu bağlamda yararlı olabilir. Vatandaş kişisel başvurularını sadece doğrudan belediye birimlerine değil medya üzerinden de yapabilir. Günümüzün yeni iletişim teknolojilerinden biri olan cep telefonlarıyla çektikleri resim ve videolarla adeta potansiyel gazeteci gibi hareket ederek vatandaşlar yazılı ve görsel medyanın ihbar hatlarını şikâyet ve haber yağmuruna tutmaktadırlar. Hatta bazı yayın kuruluşları halktan gelen bu resim ve videoları değerlendirerek haberleştirme yoluna gitmektedir. Halk aynı zamanda yaşadığı bilgi çağının kendisine sunduğu bir başka teknoloji olan interneti ve dolayısıyla sosyal medyayı da bu amaçla etkin bir şekilde kullanabilmektedir. Nitekim günümüzde yerel yönetimler, medyadaki ihbar hatlarını, sosyal medyayı, interneti bu yüzden de takip etme gereği duymaktadır.

2.2. Kamuoyu Araştırmaları Ve Anketler

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin verimli ve etkin sonuçlar verebilmesi için, kuruluşun içinde bulunduğu durumun gerçekçi bir şekilde analiz edilmesi, hedef kitlenin kuruluş hakkındaki düşüncelerinin, kuruluşa karşı tutum ve davranışlarının nesnel bir biçimde ortaya konması gerekir. Bu da araştırma ile mümkündür (Seçim vd, 1992:80). Halkla ilişkiler faaliyetlerinde araştırma bir örgütün uygulama ve politikalarına ilişkin hedef kitlenin kanaatlerini, tutumlarını ve tepkilerini belirlemeye amacıyla yapılmaktadır. Kuruluşların halkla ilişkiler faaliyetleri bilgilenmeyi, hedef kitleyi tanımayı gerekli kılmaktadır. Çünkü hedef kitlenin yapısı ve pek çok özelliklerinin bu araştırmalar sonucunda öğrenilmesi ile kuruluşlar halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarılı bir şekilde gerçekleştirme için önemli bir dayanak elde etmiş olurlar. Yönetimlerin halkla ilişkiler uygulamalarında dayanaktan yoksun bir şekilde ya da hayali bilgilerle strateji belirlemesi mümkün değildir. O halde kuruluşlar kendilerine hedef kitlelerine ilişkin doğru ve güvenilir bilgiler sağlayan kamuoyu araştırmalarını kullanmaları gereği

açıktır. Kamuoyu araştırması, saha araştırması kapsamında yer alan ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde en yaygın kullanıldığı düşünülen bilimsel bir araştırma yöntemidir (Simon,1986:16). Kamuoyu araştırmasının, halkla ilişkilerde en çok kullanılan araştırma biçimi olduğu, Pavlik ve Summeral'ın yaptıkları çalışmayla da ortaya konulmuştur (Pavlik, 1987:33). Alan araştırması yaparken, en yaygın biçimde kullanılan veri toplama tekniği ankettir. Anket; bir topluluğa ya da örnekleme oluşturan deneklere sorular yöneltmek sureti ile veri toplama yöntemidir. (Budak vd, 2000:139)Kamu yönetiminin bilgisinin yetersiz olduğu önemli hizmetler hakkında toplumun ne düşündüğünü anlamının bir yolu da kamuoyu araştırması yapmaktır. Bu yöntemle varılmak istenen amaç, çoğunluğun eğilimlerini öğrenmek, alınacak kararların isabetli, uygulanabilir nitelikte ve çoğunluğun isteği doğrultusunda olmasını sağlamaktır. Burada uygulanan anket ve görüşme yöntemlerinin tutarlı, yansız ve gerçekleri yansıtacak nitelikte olması önem taşımaktadır (Tengilimoğlu vd,2004:140- 141).

2.3. Basını (Medyayı) İzleme

Yönetimler medyayı izleyerek gerek hedef kitlelerine gerekse çevrelerine ilişkin pek çok konuda bilgi sahibi olabilirler. Medya (basın) bir yandan halkı her konuda haberdar etme işlevini yerine getirirken, bir yandan da halka istek ve şikâyetlerini ifade etme imkânı sunmaktadır. Bu bağlamda kuruluşların hem hedef kitlelerini tanımak; onların şikâyet ve isteklerini öğrenmek, hem de yaptıkları faaliyetlerin haber olarak yer verildiği medyayı izlemeleri gereği açıktır. Yönetimler medyayı halkla ilişkilerinde bir geri bildirim aracı olarak ta değerlendirmek durumundadır. Ayrıca basın tarafından yapılan araştırmalar da yönetimin yararlanabileceği önemli bir bilgi kaynağıdır. Gerektiği gibi yararlanıldığında medya, yönetimin kendi imkânlarıyla çok zor öğrenebildiği istek ve şikâyetler gibi bir takım bilgileri kolayca aktarabilme işlevi görmektedir. (Tengilimoğlu vd. 2004:141) Sektör ve işletme çevresi ile ilgili haberlerin dikkatle izlenmesi, kuruluşun alacağı kararların isabet derecesini yükseltecektir (Budak vd,2000:141).

2.4. Danışma

Danışma, kuruluşların halkla ilgili bir konuda karar alması gerektiği durumlarda, halkın temsilcileri olabilecek özellikteki kişilerle ilişki kurarak bilgi almasıdır. Danışma yönteminde temel amaç, alınacak kararlar ya da yapılacak faaliyetlerde halkın ne düşündüğünü öğrenmektir. Bu yöntemi kullanarak belediyeler, halkın temsilcilerine danışarak dolaylı da olsa halkın yönetime katılmasını sağlamış ve üstelik belediye ile halk arasında bir konsensüs oluşmasının da yolunu açmış olur. Halkın istek, beklenti, yakınma ve eleştirilerinin öğrenilerek yapılacak çalışmaların yeniden planlanarak ele alınması danışan yönetici birimine üstünlük sağlamakta ve aldığı kararların uygulanabilirlik şansını da olabildiğince fazlaştırmaktadır (Kazancı, 1997:135). Çünkü halka danışılarak elde edilebilen bu saptamalar aracılığıyla belediye karar ve yürütme organları, hizmet politikaları ve uygulamalarındaki doğru ve yanlışları anlama olanağına kavuşacak, daha da önemlisi halkın bunlarla ilgili görüş ve tavırları öğrenilmiş olacaktır (Yalçındağ, 1996:101). Danışma, yönetimin yanlış yapmasını engelleyebileceği

gibi, kararların uygulanmasından sonra ortaya eğer tepki çıkacaksa bunu karşılamanın da yollarını gösterir. İşletmelerde ve kamu kuruluşlarında gerçek anlamda bir danışma olabilmesi için özellikle kuruluşların katılımlı bir yönetim anlayışına sahip olması ve yönetimlerinde halktan ve kitle örgütlerinden temsilcilerin de bulunması gerekir. Böylece, hedef kitlenin daha iyi tanınması ve işletme ile toplum arasında daha sağlıklı ilişkilerin kurulmasını sağlayabilir. (Tengilimoğlu vd. 2004:140) Bu bağlamda 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 26313 sayılı Kent Konseyi Yönetmeliği'ne dayanarak 2006' da kurulmuş yapılar olan Kent Konseylerinden söz etmek yerinde olacaktır. Kuruluş amaçları; kent yaşamında, kent vizyonunun ve hemşerilik bilincinin geliştirilmesi, kentin hak ve hukukunun korunması, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, saydamlık, hesap sorma ve hesap verme, katılım, yönetişim ve yerinden yönetim ilkelerini hayata geçirmek olan kent konseyleri bu doğrultuda aldıkları görüş ve önerileri belediyelere bildirmektedirler. Kent Konseylerinin belediyelere önerilerine örnek olarak Karşıyaka Kent Meclisi'nde alınan ve uygulanan şu örnek verilebilir. Karşıyaka Kent Meclisi'nin bir genel kurulunda Tuna ve Alaybey mahalleli üyeleri sahilde çay bahçesi önerdiler. Projelendirdiler. Bardağın biçiminden, sandalyenin şekline, kaç kişi çalışacağından, çayın fiyatına kadar yazdılar. Kent Meclisi genel kurulunda onaylandı. Öneri belediyeye gitti. Belediye tam olarak mahalleli nasıl istiyorduydu öyle çay bahçesi yaptı. (A3Haber.com, 2020).

2.5. Toplantılar

Bir kuruluşun örgüt içi ya da örgüt dışı çevresine ilişkin bilgisi arttırmasının, çevresini tanımmasının bir yolu da toplantılardır. Yönetici ile yönetilenler arasında sosyal bir köprü kurulmasını, karşılıklı görüş alışverişini sağlayan toplantılar farklı amaçlarla farklı büyüklüklerde düzenlenirler. Bu toplantıların katılımcıların kolayca ulaşabilecekleri mekânlarda uygun saatlerde düzenlenmesine dikkat etmek gerekir. Toplantılarda yerel halk ile bir araya gelen belediye yöneticileri hem kendi karar ve faaliyetlerini anlatma hem de halkın şikâyet, istek ve önerilerini ilk ağızdan duyma imkânı bulurlar. Halkla yöneticilerin bir araya geldiği bu toplantılar için belediyelerde toplantı salonları, dışarıda ise mahalle kahveleri, kır bahçeleri gibi toplanma yerleri tercih edilir. Ayrıca yerel yönetimler mahalleleri en iyi tanıyan kişi olarak vatandaşlık hizmetlerini mahalle bazında düzenli olarak yürüten mahalle muhtarlarıyla da bir araya gelerek görüş alışverişinde bulunmaktadır. Yerel hizmetlerin önemli bir parçası olan muhtarlarla iletişim halinde bulunan belediyeler hizmet verdikleri halkı beklenti ve isteklerini öğrenmek için de muhtarlardan doğru ve güvenilir bir veri kaynağı olarak bilgi alarak böylece uygulamalarında daha isabetli kararlar verebilirler. Belediye yöneticileri yerel halk ve muhtarlar ile bir araya geldikleri bu toplantılar dışında kentin sivil toplum örgütleri ile zaman zaman toplantılar yapmaktadırlar. Günümüzde sivil toplum örgütleri demokrasinin önemli bir parçası olarak devlet ve halk arasında çok yönlü bir köprü işlevi görmektedir. Vatandaşın sivil toplum örgütleri aracılığı ile savunuculuk faaliyetlerine ve politikaları etkileme dolayısıyla da demokratik yönetim süreçlerine

katılmaları söz konusudur. O halde yerel yönetimlerin halkın beklenti, istek ve şikâyetlerini öğrenmek için sivil toplum örgütlerini dikkate alması ve onlarla toplantılar yapması önem kazanmaktadır.

2.6. Halkla Yüz Yüze İlişkiler

Bir tanıma yöntemi olarak yüz yüze ilişkilerden söz edebilmek için; yönetimin bu ilişkiden ilerisi için bazı sonuçlar çıkarmak amacıyla yararlanması, şikâyetlerini ve halkın isteklerini öğrenmesi ve bunları belleğine aktarması gerekir (Ünlü, 1993:33). Bu bağlamda kuruluşlar için halkla yüz yüze ilişki kurulması halkı tanıma açısından önemli bir fırsat olarak değerlendirilmelidir. Özellikle hizmet sektöründe yer alan kuruluşlar diğer sektörlere oranla halk ile daha fazla yüz yüze ilişki kurmaktadır. Otel, lokanta, banka gibi konularda hizmet sektöründe yer alan özel işletmelerin yanı sıra kamu kuruluşlarının bir kısmı da hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Bunlar arasında yerel yönetimler de halka sundukları pek çok hizmet ile önemli bir yere sahiptir. Temizlik, su, ulaşım gibi pek çok konuda vatandaşa hizmet veren yerel yönetimler hedef kitleleri vatandaş ile her gün yüz yüze gelmektedir. Vatandaşın yerel yönetimlerden aldıkları hizmet esnasında muhatap oldukları belediye çalışanından memnun olmaları, hızlı ve sorunsuz işlerinin görülmesi yönetimin halkla arasında iyi ve güvenilir bir ilişki kurulmasına, halkın memnuniyetine sebep olacaktır. Bu nedenle yerel yönetimlerde en alt seviyede çalışanından en üst çalışanına kadar hemen herkesin vatandaşa daima güler yüzlü, nazik ve anlayışlı olması, problem yaratan değil çözüm üreten bir yaklaşımla davranması gereği açıktır. Böyle bir ilişki belediye ile halkın arasında pozitif bir etkileşim sağlayacak, halkın nezdinde belediyenin itibarını arttıracak, halkı yönetimden yana hoşnut kılacaktır. Halkla her gün yüz yüze gelen yerel yönetimin farklı birimleri aynı zamanda halkın belediyeden hizmet alırken ne düşündüğünü, istek ve şikâyetlerini de dile getirdiği yerlerdir. Bu şikâyet ve istekleri hizmet verdiği halktan yüz yüze alma şansını belediyelerin bir geri bildirim fırsatı olarak iyi değerlendirmesi halkın onayını alan isabetli kararlar, başarılı işler yapmasını sağlayacaktır.

2.7. Referandum (Kamuoyuna Başvurma)

Belli konular üzerinde kamuoyunun gerçek eğilimin saptamanın yolu, kuşkusuz referanduma başvurmaktır. Özellikle batı ülkelerinde sık kullanılan bir yöntemdir. (Ertekin, 2000:156) Örneğin Norveç'te yerel yönetimlerle ilgili yasada referandumla ilgili bir hüküm bulunmamasına karşın, belediye veya ilçe meclisleri referanduma gidebilirler. Referandum danışma niteliğindedir. Ancak yasalarla zorunlu kılınmış ise bağlayıcıdır (Tortop, 1990:75). Referandum özellikle son yıllarda Türkiye'de de belediyeler tarafından halkı ilgilendiren alt yapı ya da üst yapı yatırımları gibi konularda vatandaşların görüşlerini almak için sıklıkla uygulanmaktadır. Örneğin; Eskişehir Odunpazarı Belediyesi, 2019 yılında Hamamyolu Caddesi üzerinde kendi işlettiği kafelerdeki çay fiyatları ile ilgili yaptığı referandum sonucuna göre işletmelerde 1TL.olan çay fiyatı değişmedi (sputniksnews.com/12.12.2020). Görülüyor ki halkla ilişkilerin gayelerinden biri olan hedef kitleyi

etkilemek ve ondan etkilenmek ve böylece karşılıklı anlayış ve işbirliğini sağlamak için kullanılacak yöntem ve tekniklerden birisi de referandumdur.

2.8. İnternet Teknolojileri (Sosyal Medya Ve Web Siteleri)

Çağımızın internet teknolojileri sayesinde klasik kitle iletişim araçlarının yanında internet teknolojisi ile yeni iletişim mecraları ve araçları hayatımıza girmiş bulunmaktadır. Yerel yönetimler de diğer örgütler gibi hedef kitleleriyle iletişim kurmada sosyal medyayı ve web sitelerini etkin bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Nitekim pek çok belediye web siteleri oluşturarak Twiter, Facebook, WhatsApp gibi teknik ve araçlardan hedef kitlelerine ulaşmada yararlanmaktadır. Bunda gerçekten de internet teknolojilerinin müşteriye özgü ya da dar bir hedef kitleye yönelik, e-posta ve Chat ile hızlı geri bildirim alma imkânı sunan akıcı, esnek ve etkileşimli medya özellikleriyle halkla ilişkiler uygulamalarına yeni bir soluk getirmesinin payı yüksektir. Belediyelerin internet teknolojisini kullanarak hedef gruplarını tanımaya yönelik yöntemleri ise şöyle değerlendirilebilir: (Tarhan, 2007:7)

- Belediyeye Erişimi Sağlayacak Telefon ile Faks numaraları ve e-posta adresleri: Belediyelerin halkın istek ve beklentilerini alabilecekleri yazılı ve sözlü temel iletişim araçları olarak değerlendirilmektedir. Halkın iletişim araçlarına yatkınlığı ve kullanılabilirlik için farklı seçeneklerle desteklenmiştir.

- Başkana Mesaj: Halkın belediyenin herhangi bir uygulamasına ilişkin görüşlerini doğrudan başkanlık makamına aktarabilmesi ve başkan tarafından yanıtlanması düşünülen tanıma yöntemi olarak değerlendirilmektedir.

- İstek ve Şikâyet Hattı: Mevcut telefon, faks, e-mail ve başkana mesaj bölümleri dışında halkın yine istek ve şikâyetlerini yazılı olarak web sayfası üzerinden iletebileceği bir tanıma yöntemidir.

- Bilgi Edinme: Bilgi Edinme Yasası çerçevesinde halkın belediyenin herhangi bir uygulaması ya da mevcut birimleri hakkında bilgi edinmesini sağlayan ve yine halkın taleplerinin belirlenmesi noktasında işleyen bir tanıma yöntemidir.

- Anketler: Çoğu kez web sayfasında yer alan ve sonuçlarının da halkla paylaşıldığı kimi zaman belediyenin herhangi bir uygulamasının halkta gösterdiği tepki kimi zaman da yapılacak bir uygulamanın halk tarafından benimsenip benimsenmediği konularını ölçmeye yarayan kısa çoğu kez tek soruluk tanıma yöntemidir.

3. DOĞU KARADENİZ BELEDİYELER BİRLİĞİ

Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği; 29.12.1992 tarih ve 92/4017 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kuruluşu onaylanmış ve bu karar 09.02.1993 gün ve 21491 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak

Tüzel Kişilik kazanmıştır. Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği'ne bölgede yer alan Trabzon, Rize, Giresun, Gümüşhane, Bayburt ve Artvin İllerine dâhil il, ilçe ve kasaba belediyelerinden 73 belediye bağlı bulunmaktadır. ("dkbb.gov.tr", 2020)

4. METODOLOJİ

Araştırma evrenini Doğu Karadeniz Birliği'nin 6'sı il diğerleri ilçe olan toplam üye sayısı 73 belediye oluşturmaktadır. Çalışmada 73 belediyeye telefon ve internet üzerinden anket uygulanmıştır. Anketlerin 41'nden geri dönüş alınmıştır. Bu belediyeler Artvin, Rize, Trabzon, Giresun, Gümüşhane, Bayburt illeri olmak üzere 6 il ile Hopa, Kemalpaşa, Borçka, Arhavi, Ardeşen, Derepaşarı, İyidere, Çayeli, Çamlıhemşin, Akçaabat, Beşikdüzü, Of, Sürmene, Çaykara, Araklı, Maçka, Dernekpazarı, Vakfikebir Bulancak, Tirebolu, Dereli, Görele, Eynesil, Piraziz, Keşap, Yağlıdere, Şiran, Torul, Kürtün, Kelkit, Gümüşgöze, Arpalı, Aydıntepe, Demirözü, olmak üzere 35 ilçe belediyesidir. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış, ankette katılımcılara kapalı uçlu 11 soru yöneltilmiştir. Anket soruları; alanla ilgili bu konuda yapılmış araştırmalardan Muhittin Acar'ın "Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması" (Acar,1994) ve M. Nejat Özipek'in "Halkla İlişkiler Açısından Belediyelerin Kamu Beklentilerini Öğrenme Yöntemleri" (Özipek, 2009) adlı çalışmalarda daha önce kullanılmış olan anket sorularından alınmıştır. Ancak günümüz değişen koşulları dikkate alınarak bu sorulara 6 yeni soru eklenmiştir. Araştırmada kullanılan bilgi toplama araçlarının etkinliğini sınamak amacı ile tesadüfî yöntemle seçilmiş 20 kişi üzerinde ön test çalışması uygulanmış, elde edilen veriler doğrultusunda konuyla ilgili uzman akademisyenlerin görüşleri alınarak gerekli düzeltmeler yapılarak anket sorularının geçerliliği sağlanarak anket formuna son şekli verilmiştir. Araştırma verilerinin sonuçları analiz edilerek frekans tabloları şeklinde rapor edilmiştir.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Tablo1: Medyanın Takip Edilmesi

	Sayı	Yüzde
Evet	33	%95,16
Hayır	2	%4,84
Toplam	41	100

Çalışmada yer alan "Medyada belediyenize ilişkin yer alan haber ve yorumlar günlük olarak takip edilip üst yönetime sunuluyor mu?" sorusuna belediyelerin 39'u medyayı takip ettiklerini, belediyeleriyle ilgili haberleri arşivleyip belediye başkanına sunduklarını belirtmişlerdir. İki belediye ise küçük belediye oldukları için medyada haberlerinin hiç yer almadığını bu nedenle de medyayı takip etmediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 2: Halk Günü Düzenleme

	Sayı	Yüzde
Evet	18	%43,90

Hayır	23	%56,10
Toplam	41	100

Araştırmada yer alan belediyelere “Belediyenizde halk günü gibi çeşitli adlar altında halkla belediye başkanı ya da başkan yardımcısının bir araya geldiği toplantılar yapılıyor mu?” sorusu yöneltilmiş ve 18’inde (%43,92) “halk günü” düzenlendiği;23’ünde (%56,12) düzenlenmediği tespit edilmiştir. Araştırmada bazı belediyelerin önceleri halk günü yaptıklarını ancak Covid19 salgını nedeniyle halk günü düzenlemekten vazgeçmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3: Halk Günü Düzenlenme Sıklığı

	Sayı	Yüzde
Haftada bir	-	
15 günde bir	5	%12,2
Ayda bir	7	%17,08
3ayda bir	1	%2,44
Düzensiz	5	%12,2
Hiç	23	%56,12
Toplam	41	100

Araştırmada “belediyelerin halk günü şeklindeki toplantıları hangi sıklıkta düzenlenmektedir?” sorusuna araştırma sürecinin pandemiye rastlaması nedeniyle Tablo 3’de görüldüğü gibi belediyelerin 23’ü (%56,12) pandemi önlemleri kapsamında halk günleri düzenlemediklerini, ayda bir düzenleyenler ise 7 (%17,08) olduğu, 15 günde bir 5’inin (%12,2), 3 ayda bir ise sadece 1’inin (%2,44) düzenlediği şeklinde yanıtlar alınmıştır. Düzensiz bir şekilde halkla bir araya gelenlerin ise 5 (%12,2) belediye olduğu çalışma sonucunda ortaya çıkmıştır.

	İl	İlçe		
--	----	------	--	--

	Sayı	%	Sayı	%	%
Evet	5	%12,2	13	%31,72	%43,90
Hayır	1	%2,44	22	%53,68	%56,10
TOPLAM	6	%14,64	35	%85,4	100

Tablo 4: Belediye Sınıflandırmasına Göre Halk Günü Düzenlenmesi

Belediye sınıflandırmasına göre 5 il belediyesinin, 13 ilçe belediyesinin “halk günü” düzenledikleri, 1’i il belediyesi olmak üzere 23 belediyenin ise “halk günü” düzenlemediği görülmüştür. İl belediyelerinden Rize Belediyesinin “Halk Günü” düzenlemediği halkın belediye başkanından randevu alarak yüz yüze görüştüğü tespit edilmiştir. Ülkede yaşanan pandemi süreci nedeniyle belediyelerin halk günü düzenlemekten vazgeçtikleri katılımcılar tarafından özellikle belirtilmiştir.

Tablo 5: Kamuoyu Araştırmalarına Başvurma

	Sayı	Yüzde
Evet	21	%51,20
Hayır	20	%48,80
Toplam	41	100

Araştırmada “ Belediyenizin 2020 yılı içerisinde belediye çalışmalarıyla ilgili herhangi bir kamuoyu araştırması yapıldı mı?” sorusuna belediyelerin %51,24’ü halkın düşünce ve tepkilerini öğrenmeye yönelik kamuoyu araştırması yapmış oldukları, %48’8’i ise herhangi bir araştırma yapmadıkları şeklinde yanıt vermiştir. Yöntem bakımından bir değerlendirme yapıldığında; belediyelerin kamuoyu araştırmalarını; daha çok hizmetlerinden halkın memnuniyetini ölçmek, sokak isimlerini belirlemek, alışveriş merkezi istenip istenmediğini öğrenmek için yaptıkları görülmüştür. Araştırmada yer alan Bayburt il belediyesi kamuoyu araştırmasını cami yaptırmak konusunda halkın görüşlerini öğrenmek için; Gümüşhane ve Trabzon il belediyeleri halkın memnuniyetini ölçmek için; Rize belediyesi ise halkın “gelecekte nasıl bir Rize?” istediğini ve “şehrin genel sorunlarının neler olduğuna” ilişkin konularda ne düşündüğünü öğrenmek için kamuoyu araştırmaları yapmışlardır.

	Sayı	Yüzde
Evet	33	%80,52

Tablo
Örgütleriyle
Yapılması

Hayır	8	%19,52
Toplam	41	100

6: Sivil Toplum
Toplantı

Ankette “Belediye yönetimi şehirde bulunan sivil toplum örgütleri ile toplantı yapıyor mu?” sorusuna çalışmaya katılan Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği üyelerinin 33’ünün (%80,52) Tablo 6’da görüldüğü gibi verdiği yanıt olumludur. Sivil toplum örgütleri günümüzde toplum yararına faaliyetleri ile sosyal hayatımızın vazgeçilmez birer parçası haline gelmiştir. Bu nedenle özellikle son yıllarda belediyelerin yerel hizmetleri yerine getirirken karşılaştıkları sorunların çözümünde toplum yararına pek çok konuda faaliyet gösteren adeta toplumun vicdanı gibi hareket eden sivil toplum örgütlerinin sempatisini kazanması ve desteğini alması son derece önemlidir. Bu sonucu yöntem açısından değerlendirdiğimizde ankete katılan belediyelerin yerel hizmetleri yerine getirirken sivil toplum örgütleriyle bir araya gelmeye ve onlara maddi– manevi katkılar sağlamaya çalıştıklarını görmekteyiz. Ayrıca ankete katılan belediyelerden Ardeşen Belediyesi’nin 2019 yılında sivil toplum örgütü Türkiye Hayvanların Yaşam Hakları Koruma Federasyonu ve Karadeniz Hayvan Hakları Derneği tarafından ilçede yapılan sokak hayvanlarına ilişkin faaliyetleri başarılı bulunarak birincilik ödülü ile ödüllendirilmesi de belediyelerin hedef kitleleri içerisinde yer alan sivil toplum örgütlerince de yakından takip edildiğini göstermesi açısından önemlidir.

Tablo 7: Toplantıların Düzenlenme Sıklığı

	Sayı	Yüzde
Haftada bir	2	%4,88
Ayda bir	12	%29,28
15 Günde bir	1	%2,44
3ayda bir	2	%4,88
6 Ayda bir	1	%2,44
Yapılmıyor	8	%19,52
Düzensiz	15	%36,6
Toplam	41	100

Çalışmada “sivil toplum örgütleriyle hangi sıklıkta toplantılar yapılıyor” sorusuna ise ankete katılan belediyelerden 8’inin çok küçük ilçe olmaları ve ilçelerinde sivil toplum örgütü olmaması nedeniyle bu tür bir toplantı yapmadıkları şeklinde yanıt verdiği, diğer belediyeler ise sivil toplum örgütleriyle pandemiye rağmen Tablo 7’de görülebileceği gibi farklı aralıklarla da olsa bir araya geldikleri şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu sonuca göre ankete katılan belediyelerin sivil toplum örgütlerinin toplumdaki yerini ve önemini kavradıkları ve bu örgütlerle iletişim halinde olmaya çalıştıkları söylenebilir.

Tablo 8: Muhtarlarla Toplantı Yapılması

	Sayı	Yüzde
Evet	38	%92,68
Hayır	3	%7,32
Toplam	41	100

Araştırmada “Muhtarlarla toplantılar yapılıyor mu?” sorusu katılımcılara yöneltildiğinde Tablo 8’de görüldüğü gibi 38 belediyenin (%92,68) muhtarlarla bir araya geldikleri belirlenmiştir. Muhtarlar bir mahalleyi en iyi tanıyan ve mahalle halkının en güvendiği kişi olarak yerel yönetimlerin önemli bir veri kaynağı ve adeta mahalledeki eli kolu ayağı konumundadır. Nitekim araştırma sonucuna göre belediyelerin araştırmanın yapıldığı pandemi sürecinde dahi muhtarlarla görüşmelerini sürdürdükleri, işbirliği içerisinde çalıştıkları görülmüştür.

Tablo 9: Toplantıların Düzenlenme Sıklığı

	Sayı	Yüzde
Haftada bir	3	%7,29
6 Ayda bir	2	%4,86
Ayda bir	15	%36,45
3ayda bir	3	%7,29
Düzensiz	15	%36,45
Hiç yapmayanlar	3	%7,29
Toplam	41	100

“Muhtarlarla hangi sıklıkta toplantılar düzenleniyor?” sorusuna Tablo 9’da görüldüğü gibi çalışmada yer alan belediyelerin; 15’i (%36,45) ayda bir, 3’ü haftada bir (%7,29), ayda bir (%7,29)’unun, 15’i ise (%36,45) ise düzensiz olarak bir araya geldikleri ve toplantı yaptıkları şeklinde yanıt vermiştir.

Tablo 10: Halkın Belediye Başkanı ile Görüşmek için Kullandığı Araçlar

Kullanılan Araçlar	Sayı	%
Yüz yüze görüşme	29	%70,76
Twitter- WhatsApp	3	% 7,32
Telefonla	1	% 2,44
Hepsi	8	%19,52
Toplam	41	100

Araştırmada “Halkın belediye başkanı ile görüşmede kullandığı araçlar nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında Tablo 10’da görüldüğü gibi en fazla %70,76 ile halk belediye başkanı ile görüşmek için en fazla yüz yüze görüşmeyi tercih etmektedir. Pandeminin devam ettiği bu süreçte dahi insanların başkanla yüz yüze görüşmeyi tercih etmesinde çalışmaya katılan belediyelerin küçük yerler olması nedeniyle herkesin her zaman başkanla her yerde karşılaşabilme olanağının bulunmasından kaynaklandığı soruya yanıt veren ilgili kişiler tarafından belirtilmiştir.

Bu tabloda yeni medya araçları olarak ta anılan Twitter ve whatsapp ile başkanla görüşmenin düşük olduğu (7,32) görülmektedir. Bu sonuca göre, vatandaşın yeni medya araçlarını yerel ihtiyaçlarının çözümü için kullanma alışkanlığını henüz edinmediğini söylenebilir.

Tablo 11: Belediyelerin Kullandığı İnternet Teknolojileri

Ankette “Belediyeniz hedef kitesini tanımak için hangi internet teknolojilerini

Kullanılan İnternet Teknolojileri	İL				% Toplam	İlçe				Toplam
	Var	%	Yok	%		Var	%	Yok	%	
İletişim bilgileri	6	%100	-		%100	31	%88,57		%11,43	%100
Başkana Mesaj	5	%83,33	1	%16,67	%100	25	%71,43	0	%28,57	%100
İstek ve şikâyet hattı	5	%83,33	1	%16,67	%100	24	%68,57	1	%31,43	%100
Bilgi edinme	4	%66,66	2	%33,34	%100	19	%54,28	6	%45,72	%100
Anket	-		6	%100	%100	3	%8,57	2	%91,43	%100
Yeni Medya	6	%100	-		%100	31	%88,57		%11,43	%100
Web Sitesi Olan	6	%100	-		%100	31	%88,57		%9,76	%100

kullanmaktadır?” sorusu yöneltilmiş ve Tablo 11’de görüldüğü gibi 6 ilin 35 ilçenin yer aldığı

araştırmada belediyelerin internet teknolojilerinden yararlanma bakımından sadece 4 ilçe belediyesinin web sayfasının olmadığı, diğerlerinin ise web sayfası olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada web sayfası olmayan ilçe belediyelerinin internet uygulamalarını e-devlet üzerinden yerine getirdikleri bilgisine ulaşılmıştır. Bu soruya verilen yanıtlarda ankete katılan 6 il belediyesinin (%100) 6'sında da internet teknolojilerinin kullanıldığı; "iletişim bilgilerinin (telefon, faks, e-mail, adres) ve kamuoyunda yeni medya araçları da denilen (Twitter, whatsApp, Facebook, Instagram vb.) ve web sitelerinin olduğu ifade edilmiştir. "Başkana mesaj" ve "istek ve şikâyet hattının" ise 5 il belediyesinin web sitesinde olduğu, 1'inde olmadığı, "anket" bölümünün ise 6 il belediyesinin de web sitesinde yer verilmediği görülmüştür. "Bilgi edinme" bölümünün ise il belediyelerinin 4'ünün web sitesinde olduğu, 2'sinde olmadığı tespit edilmiştir. Web sayfasına sahip 31 ilçe belediyesinin 31'inde de (%88,57) "iletişim bilgilerinin", yeni medya araçlarının olduğu bu soruya verilen yanıtlar tespit edilmiştir. Çalışmada yer alan ilçe belediyelerinin web sitelerinde "başkana mesaj" bölümünün 25'inde (%71,43) "istek ve şikâyet hattının" ise 24'ünde (%68,57) olduğu, ilçe belediyesinin 10 tanesinde "başkana mesaj" ve 11 tanesinde ise "istek ve şikâyet hattının" olmadığı tespit edilmiştir. "Bilgi edinmenin" 19 (54,28) ilçe belediyesinin web sitesinde olduğu, 16'sında ise (%45,72) olmadığı, "anket" bölümünün ise sadece 3 (%8,57) ilçe belediyesi web sitesinde olduğu, buna karşın 32'inde (% 91,43) olmadığı görüldü.

SONUÇ

Yerel bağlamda halkla en yakın ilişkide bulunan belediyeler, her çağdaş örgüt gibi başarılı bir şekilde varlıklarını sürdürebilmek için hizmet verdikleri halkın istek, beklenti ve şikâyetlerini öğrenmek ve buradan elde ettikleri bilgiler doğrultusunda hizmet politikalarını ve uygulamalarını düzenlemek durumundadırlar. Belediyeler bu bilgileri ancak bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkilerden özellikle de halkla ilişkilerin tanıma yöntem ve tekniklerini kullanarak edinebilirler. Araştırma evrenini oluşturan Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği'nin üyeleri olan belediyelerin yer aldığı bu çalışmanın Covid 19 salgını sürecine denk gelmesi araştırmanın kısıtlı bir şekilde yapılmasına neden oldu. Araştırmada Covid19 nedeniyle gerek halk günlerinin gerek sivil toplum örgütleri ve gerekse muhtarlarla yapılan toplantıların belediyelerce geçici olarak iptal edildiği veya uzun aralıklarla olsa da gerçekleştirilmeye çalışıldığı belirlendi. Bu sonuç belediyelerin sivil toplum örgütleriyle ve muhtarlarla işbirliği içinde çalışmanın önemini kavradıklarını göstermektedir. Yapılan araştırmada belediyelerin hedef kitlelerini tanımak için en fazla %95,16 ile "basını takip etme" yönteminden yararlandıkları tespit edilmiştir. Araştırmada "kamuoyu araştırma" yönteminin belediyelerin %51,24'ü tarafından kullanıldığı, %48,8'inde ise hiç kullanılmadığı belirlenmiştir. Araştırmada yer alan belediyelerin web siteleri incelendiğinde ise illerin hiçbirinin kamuoyunu araştırma kapsamında "anket" bölümlerine yer vermedikleri ilçelerden ise sadece 3'ünün "anket'e" yer vererek yararlandıkları görülmüştür. Bu durumun internet teknolojilerini kullanmalarına rağmen belediyelerin bu teknolojinin onlara sunduğu imkânların pek farkında olmadığını göstermektedir. Bu sonuç aynı zamanda araştırmada yer alan

belediyelerin büyük çoğunluğunda halkla ilişkiler birimlerinin olmadığını olanların ise sadece tabeladan ibaret olduğu ve dolayısıyla halkla ilişkiler uygulamalarının uzmanlıktan yoksun yapılmaya çalışıldığının da bir göstergesidir. Nitekim araştırma sonucunda Giresun dışında diğer 5 il belediyesinde, 8 ilçe belediyesinde halkla ilişkiler müdürlüğünün bulunduğu geri kalan 27 ilçede ise olmadığı belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmada yer alan belediyelerde anket sorularına cevap verebilecek düzeyde bile kişileri bulmakta güçlük çekildiğini ifade etmek gerekir. Oysa ülkemizde halkla ilişkiler konusunda her yıl yüzlerce genç İletişim Fakültelerinden mezun olmakta ancak bunlar ne yazık ki alanlarında iş bulmakta zorluk çekmektedir. Halkla ilişkiler konusunda eğitilmiş bu gençlerin belediyelerin kadrolarında hak ettikleri yeri almaları durumunda belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetlerinin ulaşılmak istenen amaçlara ulaşmasında büyük bir katkı yapacağı muhakkaktır. Yapılan çalışmada pandemiye rağmen halkın belediye başkanı ile en çok “yüz yüze görüşmeyi” 29 (%70,76) ile tercih ettiği görülmüştür. Bunun araştırmada yer alan belediyelerin küçük yerler olması ile, herkesin birbirini tanıyıp, başkanı her yerde görebilmesinin bir sonucu da olduğu söylenebilir. Araştırmada internet teknolojilerinden belediyelerin halkı tanımak için kullandıkları halde bu teknolojilerin sağladığı olanaklardan yeterince yararlanmadıkları görülmüştür. Bu sonucun bir başka yönü de belediyelerin web sitelerinde yeni medya araçları (Twitter, WhatsApp vb.) “başkana mesaj”, istek ve şikâyet hattı bölümleri yer aldığı halde halkın bu araç ve bölümleri tercih etmemesidir. Bu bağlamda araştırma evrenini oluşturan belediyelerde yaşayan yerel halkın belediye ile iletişimde; Twitter, WhatsApp gibi araç ve yöntemleri kullanma konusunda, henüz bir alışkanlığa sahip olmadığı ve aynı zamanda da buna ilişkin bir kültürün de henüz oluşmadığı söylenebilir. Araştırmada il belediyelerinden sadece Trabzon’da, ilçe belediyelerinden ise Yağlıdere, Ardeşen, Bulancak, Dereli ve Torul’da “beyaz masa” uygulamasının bulunduğu, diğer 5 il ve 30 ilçede olmadığı tespit edilmiştir. Bu araştırmada; belediyelerin halkın istek ve şikâyetlerini öğrenmenin önemini farkında olduğunu, ancak bunun için ve halkı tanıma konusunda yeterince halkla ilişkiler yöntem ve tekniklerini kullanamadığı ve bunun en önemli nedeninin ise halkla ilişkilerin uzmanlık gerektiren bir yönetim fonksiyonu olduğu bilincinin henüz yeterince yönetimlerde oluşmamasından ve belediyelerde halkla ilişkiler birimlerinin bulunmamasından kaynaklandığı sonucuna varılabilir. Bu sonuçlara ülkedeki iletişim fakültelerinin halkla ilişkiler bölümlerinin ve bu konudaki yetkin uzmanların halkla ilişkileri belediye yönetimlerine daha fazla anlatmaları, öğretmeleri ve benimsetmeleri konusunda konferanslar, seminerler vermeleri ve bu konuda daha fazla çaba sarf etmeleri gereği de eklenebilir.

KAYNAKÇA

Akay, H.(2010). *Yerel Yönetimlerde Katılımcı Mekanizmalar Ve Süreçler*. İstanbul: Türkiye Avrupa Vakfı.

Acar, M. (1994). *Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması*. Ankara: DPT Yayınları.

A3.haber.com (2020). Erişim Tarihi:31 Temmuz 2020,
<https://www.a3haber.com/2020/07/31/-dosyasi-konuyu-uzmanina-sorduk-halkin-yonetime-katilmasi-mi-uzaklamasi-mi>

- Budak G ve Budak G,(2000). *Halkla İlişkiler* (3. Baskı). İzmir: Barış Yayınları.
- Bülbül, R. (2000). *Halkla ilişkiler ve Tanıtım*. (2.Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çitçi, O. (1996). Temsil, katılma ve yerel demokrasi. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 5(6),5-14.
- Dkbb.gov.tr.(2020). Erişim Tarihi: 20 Kasım 2020, <http://www.dkbb.gov.tr>
- Ertekin, Y.(2000). *Halkla İlişkiler*, (4.baskı), Ankara: Yargı Kitap ve Yayınevi.
- Emini, F.T. ve Sancak E.(2018). Yerel yönetim ve halkla ilişkiler: yerel yönetimlerin tanıma ve tanıma yöntemleri üzerine bir derleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1),79-90.
- Gölonü, S.(2000) Yerel yönetimler, halkla ilişkiler ve toplumsal beklentiler, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 2(3),125-134.
- Güllüpinar, H.(2006). *Belediyelerde halkla ilişkiler ve halkın yakınma yöntemleri; karşılaştırmalı bir çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kazancı, M.(1997). *Kamuda Ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler*.(9.Baskı), Ankara:Turhan Kitapevi Yayınları.
- Karalar, R.(2000). *İşletme Yönetiminde Halkla İlişkiler*. (5. Baskı), Eskişehir:Birlik Ofset.
- Mihçioğlu, C. (1971). Halkla ilişkilerde araştırma. *SBF Dergisi*. 26(2), 93-106. Doi:10.1501/SBFder 0000001211.
- Meriç, M. ve Sakal, M.(2005). *Yerel Yönetimler ve Finansman*. Ankara: Birleşik Yayıncılık.
- Nadaroğlu , H.(1986) *Mahalli İdareler*. (3.Basım), İstanbul: Beta Basın Yayın.
- Özipek, N.(2006). Halkla ilişkiler açısından belediyelerin kamu beklentilerini öğrenme yöntemleri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*.12(1-2).49-61.
- Pavlic,J.(1987). *Public Relations What Research Tells Us*, California: Sage Publications,Inc.
- Regester M, Larkin J (1997), *Risk Issues and Crisis Management: A Casebook of Best Practice*, London: Institute of Public Relations.
- Seçim H ve Coşkun S. (1992). *Halkla İlişkiler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Sezer-Uysal, B.(1996).Yerel yönetimler ve halkla ilişkiler. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 6(6), 59-67.
- Sezgin, M. (2014). Belediyelerde halkla ilişkiler ve halka dönük yönetim ,*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.(1).93-119.

Simon, R.(1986). *Public Relations Concepts and Practices*. New York:Macmillian Publishing Company.

Sabuncuoğlu, Z.(2008). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.

Saran, M.U.(1996).Belediye Hizmetlerinde halkı Bilgilendirme ve Halk Denetiminin Sağlanması, Ankara: *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 5(4).

Sputniknews.(2020) Erişim Tarihi: 12 Kasım 2020 ,

https://tr.sputniknews.com/tags/keyword_Referandum

Tortop,N, (2018). *Halkla İlişkiler*. (12. Basım), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Tortop, N. (2006). *Mahalli İdareler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Tengilimoğlu D Ve Öztürk Y, (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. (1.Baskı), Ankara: Seçkin Kitapevi.

Tarhan, A. (2007). Halkla ilişkilerde tanıma ve tanıtmaya aracı olarak internet: belediyelerin web sayfaları üzerine bir analiz. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(4),75-95.

Uysal Sezer, B.(1996). Yerel yönetimler ve halkla ilişkiler. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 5(6),66-70.

Ünlü,İ. (1993), *Halkla ilişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.

Yalçındağ, S.(1996). *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri*, Ankara: TODAİE Yayınları.

Yalçındağ, S.(1988). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler*. Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, A.Ü.BYYO-TOADİE Ortak Yayını. Ankara, 57.

Yaylı, H. ve Pustu Y. (2008).*Yerel Demokrasinin İlkeleri*. Karadeniz Araştırmaları. 16, 133-153.