

Kamusal Halkla İlişkiler Bağlamında Belediyeler ve Sürdürülebilirlik Uygulamaları: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme

Municipalities and Sustainability Practices in the Context of Governmental Public Relations: A Study on Metropolitan Municipalities in Turkey

Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN*^{ID}

Öz

Kamusal halkla ilişkiler, merkezi ve yerel yönetim kurumları tarafından ortaya konan halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarını kapsamaktadır. Kamu kurumları, kamu sermayesiyle kurulmakta ve kamusal hizmet sunumu yoluyla kamu yararının ortaya çıkmasını amaçlamaktadır. Kamu kurumlarının amaçlarına başarılı biçimde ulaşabilmesi ve kurumsal misyonlarını yerine getirebilmesi için halkla ilişkiler uygulamaları gereklilik taşımaktadır. Sürdürülebilirlik son yıllarda uluslararası kuruluşların, devlet yönetimlerinin, sivil toplum kuruluşlarının, özel sektör kuruluşlarının ve toplumun gündeminde yer edinmiş bir konudur. Aynı zamanda da kamusal halkla ilişkiler bağlamında yönetilmesi gereken bir konu olarak ilgi uyandırmaktadır. Özel sektör kuruluşlarının sorumluluk yaklaşımı bağlamında önem atfettiği sürdürülebilirlik, kamusal politika ve uygulamalarla ilişkili birtakım amaçlarla bağlantılı olması nedeniyle kamusal halkla ilişkiler çabaları açısından da önem taşımaktadır. Bu çalışmada temel bir kamu kurumu olan belediyeler tarafından gerçekleştirilen sürdürülebilirlik uygulamaları kamusal halkla ilişkiler bağlamında ele alınmıştır. Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşmaya yerel düzeyde katkı sunacak uygulamalar gerçekleştirip gerçekleştirmediğinin, hangi sürdürülebilirlik amaçlarına yoğunlaştıklarının tespit edilmesi amaçlanmış ve belediyelerin web siteleri üzerinden içerik analizi tekniğinin kullanımıyla bir inceleme yapılmıştır. Elde edilen bulgular, belediyelerin sürdürülebilirlik amaçlarına yönelik faaliyetler gerçekleştirdiklerine işaret etmiş; sürdürülebilirlik uygulamalarında çoğunlukla açlığın sona erdirilmesi, yoksulluğun bitirilmesi, sağlık ve nitelikli yaşam ile kaliteli eğitim amaçlarına yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Kamusal Halkla İlişkiler, Belediyeler, Sürdürülebilirlik Raporları, Kurumsal Web Sayfası

* Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: hatun.boztepe@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3447-9174

Abstract

Governmental public relations includes public relations strategy and practices put forward by central and local governmental institutions. Public relations practices are essential for public institutions which are established with public capital and which aims to reveal the public interest through public service provision so as to achieve the goals successfully and to fulfill their institutional missions. In recent years, sustainability, which has been on the radar of the international organizations, governments, non-governmental organizations, private sector organizations and society, attracts interest as an issue needs to be managed in the context of governmental public relations. Sustainability, which private sector organizations attach importance in the context of responsibility, is also important in terms of public relations since it has got connections with a number of objectives public policy and applications. In this study, sustainability has been discussed in the context of governmental public relations. Sustainability practices of metropolitan municipalities in Turkey have been examined by conducting content analysis on corporate web sites. The content analysis has been implemented on the basis of sustainability development goals set by the United Nations Development Program. The findings obtained from the research have indicated that municipalities carry out activities for sustainability purposes. It has been detected that the sustainability practices mostly focus on ending hunger, ending poverty, improving health, qualified living, and quality education.

Keywords: Sustainability, Governmental Public Relations, Municipalities, Sustainability Reports, Corporate Web Sites

Giriş

Stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler, kurumlarla hedef kitleler arasında karşılıklı fayda, anlayış, iyi niyet, güven ve diyaloga dayalı süreklilik arz eden olumlu ilişkilerin oluşturulmasını, sürdürülmesini ve yönetilmesini amaçlamaktadır. Günümüz çağdaş yönetim yaklaşımı bağlamında değerlendirildiğinde özel sektör kuruluşlarının, kamu kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının halkla ilişkilere gereksinim duydukları bilinmektedir. Hangi sektörde faaliyet gösterirse gösterecek tüm kurum ve kuruluşların amaçlarına başarılı biçimde ulaşabilmek, kurumsal misyonlarını yerine getirebilmek ve varlıklarını sürdürebilmek için halkla ilişkilere başvurması gerekliliği gündeme gelmektedir.

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi ele alındığında, rekabet yarışında üstünlük elde etmek isteyen özel sektör kuruluşlarının hedef kitle destek ve onayı gibi önemli bir avantaja sahip olabilmek için halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarına yoğun bir şekilde başvurdukları görülmektedir. Ancak kamu sermayesiyle kurulan ve kamusal hizmet sunumuyla kamu yararının ortaya çıkması amacına sahip olan kamu kurumlarının da misyonlarını yerine getirebilmesi için halkla ilişkiler uygulamalarını gerçekleştirmesi zorunluluk taşımaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde kamusal halkla ilişkilerin, halkla ilişkilerin temel bir uzmanlığı olduğu söylenebilmektedir. Kamusal halkla ilişkiler merkezi ve yerel yönetim kapsamında bulunan her tür ve seviyedeki kamu kurumu tarafından ortaya konan halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarını kapsamaktadır. Kamusal halkla ilişkiler; kamu kurumları tarafından karar, politika ve uygulamaların şekillendirilmesinde hedef kitle görüş, beklenti ve önerilerinin dikkate alınmasını sağlamakta, katılımcı yönetim anlayışının güçlendirilmesine katkı sunmakta ve yönetilen odaklı bir yaklaşımın benimsenmesini olanaklı kılmaktadır.

Kamusal halkla ilişkilerde belediyeler, halkın doğrudan temas halinde bulunduğu bir kamu kurumu olarak ön plana çıkmaktadır. Belediyeler faaliyet gösterdikleri sınırlar içerisindeki kamusal hizmet sunumundan sorumlu olan yerel yönetim organlarıdır. Son yıllarda değişen hedef kitle beklentileri ve toplumsal bilinç doğrultusunda ön plana çıkan, uluslararası kuruluşların ve devlet yönetimlerinin gündeminde yer alan ve kamusal politikalarla ilişkili biçimde değerlendirilen sürdürülebilirlik uygulamalarının, belediyeler açısından kamusal halkla ilişkiler kapsamında ele alınması önem taşımaktadır.

Günümüzde kıt kaynakların etkili ve verimli kullanımı ve gelecek nesillere aktarılması, gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakılması, toplumsal yapıdaki eşitsizliklerin azaltılması, insanların daha kaliteli ve refah içinde bir yaşama kavuşması gibi sürdürülebilirlik ile ilişkili konulara yönelik farkındalığın artması kamu kurumlarının, işletmelerin ve sivil toplum kuruluşlarının sürdürülebilirlik yönetimine yoğunlaşmasını gerekli kılmaktadır. Bu açıdan, içinde faaliyet gösterdikleri sınırlar dahilinde sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşılmasının sağlanması, belediye yönetimlerinin de sorumluluk üstlenmesi gereken bir alan olarak ilgi uyandırmaktadır.

Alan yazın incelendiğinde belediyeler ve halkla ilişkiler faaliyetleri arasındaki ilişkiyi değerlendiren (Güllüpnar, 2013; Özüpek, 2013) ve özellikle yeni iletişim ortamlarının belediyeler tarafından kullanımını ele alan çalışmalara yoğunlaşıldığı tespit edilmiştir (Agostino, 2013; Faber, Budding & Gradus, 2020; Haro-de-Rosario, Saez-Martin & Caba-Perez, 2018; Lovari & Parisi, 2015; Solmaz & Görkemli, 2012; Zavattaro, 2010). Ancak kamusal halkla ilişkiler bağlamında belediyelerin sürdürülebilirlik iletişimi uygulamalarını değerlendiren çalışmaların bulunmadığı görülmüştür. Söz konusu çalışmada, bu bilgilerden hareketle sürdürülebilirlik yönetimi kamusal halkla ilişkiler bağlamında ele alınmış ve belediyelerin sürdürülebilirlik iletişimi uygulamaları üzerine odaklanılmıştır.

Belediyelerin sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik mevcut durumun ortaya konması amacıyla kurumsal web sayfalarının analiz edilmesine karar verilmiş ve yerel yönetim kurumu olarak ilçe belediyeleri ile kıyaslandığında daha geniş bir faaliyet alanı bulunan, yerel kalkınma ve sürdürülebilirlikle ilişkili daha fazla sorumluluğa sahip olan Türkiye genelindeki 30 büyükşehir belediyesi örnekleme üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırmada, daha çok özel sektör işletmeleri ile ilişkilendirilen sürdürülebilirlik konusunun belediyelerin uygulamalarına yansıyor yansımadığının, belediyeler tarafından Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçları doğrultusunda hangi amaçlar odağında ve hangi yoğunlukta sürdürülebilirlik uygulamalarının gerçekleştirildiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda sürdürülebilirlik iletişiminde sürdürülebilirlik raporlarından ve kurumsal web sayfalarından faydalanma durumunun ortaya konması da araştırmanın amaçları arasında bulunmaktadır.

Alan yazında kurumsal sürdürülebilirlik iletişiminde kurumsal web sayfalarından faydalanma durumuna yönelik çeşitli araştırmaların gerçekleştirilmiş olduğunun tespit edilmesi (Rikhardsson, Andersen & Bang, 2002; Adams & Frost, 2006; Morhardt, 2010); ancak belediyelerin web sayfalarından bu açıdan yararlanma durumunu inceleyen çalışmaların (Alcaraz-Quiles, Navarrow-Golera &

Ortiz-Rodrigues, 2015) ise sayıca az olduğunun ortaya konması araştırmanın gerçekleştirilmesinin temel dayanaklarını oluşturmaktadır.

Halkla İlişkilerin Temel Bir Uzmanlık Alanı Olarak Kamusal Halkla İlişkiler

Kurumların toplum, medya, yatırımcılar, hammadde ve hizmet sağlayıcılar, çalışanlar ve dağıtımıcılar gibi birbirinden farklı özelliklerde pek çok hedef kitle kategorisi olduğu bilinmektedir. Günümüz açık sistem toplumlarında kurumların amaçlarına başarılı biçimde ulaşabilmesi, kurumsal misyonlarını yerine getirebilmesi ise karar, politika ve faaliyetlerini etkileme gücüne sahip ve bunlardan etkilenme potansiyeli bulunan hedef kitleleriyle olumlu ilişkilere sahip olması ile yakından bağlantılıdır. Hem kurumların hem de hedef kitlelerin birbirlerini karşılıklı olarak etkileyebilmesi durumu kurumların hedef kitleleriyle olan ilişkilerini ve iletişim süreçlerini stratejik biçimde yönetmesini yani halkla ilişkiler yönetimine başvurmasını zorunlu kılmaktadır.

Kurumun amaçları doğrultusunda şekillenen ve önem sırası ile önceliği bu amaçlar doğrultusunda farklılaşan hedef kitleleriyle gerçekleştirdiği stratejik iletişim yönetimi olarak tanımlanabilecek halkla ilişkiler (Balta Peltekoğlu, 2007, s. 7); kurumun iç ve dış çevresiyle iyi ilişkiler kurması esasına dayanmaktadır. Hedef kitlelerle karşılıklı ilişki, anlayış ve güven ortamının oluşturulması ve bunun sürdürülmesini amaçlayan halkla ilişkiler (Okay & Okay, 2012, s. 16); önceden tasarlanmış ve planlı çabalar olmasının yanı sıra kamu yararını gözetmektedir (Güzeltik Ural, 2006, s. 3). Günümüzde kurumların halkla ilişkiler çabalarına başvurmadan hedef kitleleriyle karşılıklı güven, anlayış, diyalog ve iyi niyete dayalı ilişkiler kurması ve sürdürmesi mümkün görünmemekte, ayrıca kamu yararına odaklanan faaliyetlerin ortaya konması için de halkla ilişkiler stratejik bir yönetim işlevi olarak konumlanmaktadır.

Kurumsal amaçlara başarılı biçimde ulaşılmasına, kurum felsefesinin tanımlanmasına ve kurumsal değişimin gerçekleşmesine imkan tanıyan halkla ilişkiler; hedef kitlelerle iyi ilişkiler kurmaya ve toplumsal beklentiler ile kurum amaçları arasında uyumun sağlanmasına yönelik ve bu amaçlara dönük olarak kurumun iç ve dış hedef kitleleriyle iletişimini yöneten bir fonksiyondur (Baskin, Aronoff & Lattimore, 1997, s. 5). Halkla ilişkilerin nihai amacı kurumların temel hedef kitleleriyle ilişkilerini tesis etmek ve bunları geliştirmektir (Watson & Noble, 2005, s. 185) ve aynı zamanda halkla ilişkiler kurumsal davranışlarda payı bulunan, bu davranışların sonuçlarından kazanç elde eden veya zarara uğrayan hedef kitlelerle ilişkilerin sürdürülmesi amacıyla iletişimden yararlanan stratejik bir yönetim fonksiyonudur (Grunig, 2006, s. 2).

Halkla ilişkiler kurumlar ile başarılarının ve başarısızlıklarının ilişkili olduğu çeşitli hedef kitleler arasındaki karşılıklı yarar ilişkilerinin tesisi ile sürdürülmesine odaklanmaktadır (Cutlip Center & Broom, 2006, s. 6). Kurumlar ile hedef kitleler arasındaki karşılıklı yarar ilişkilerinin kurulması için ise halkla strateji ve uygulamaları bir yandan kurumun amaç, vizyon ve misyonunu, kurumsal karar, politika ve faaliyetlerinin gerekçelerini hedef kitlelerine anlatmakta; diğer yandan hedef kitleleri tüm yönleriyle tanıyarak kurumsal stratejilerin bu yönde yapılandırılmasına hizmet etmektedir. Halkla ilişkiler, hedef kitle görüş, öneri ve beklentilerini öğrenerek bunları yönetimde temsil etmektedir. Böylelikle yönetim tarafından hedef kitle odaklı ve toplumsal faydayı gözetilen karar, politika ve uygulamalara imza atılmasına aracılık etmektedir.

Halkla ilişkilerde tesis edilmesi ve sürdürülmesi istenen ilişkiler tek taraflı kurumsal kazanıma odaklanan stratejilere dayanmamaktadır. Günümüzde halkla ilişkiler, diyalojik yaklaşımın ve simetrik modelin öngördüğü biçimde; hedef kitlelerin ilgi, kaygı ve beklentileri doğrultusunda kurumsal stratejilerin şekillendirilmesinde aktif rol oynadığı, kurumların hedef kitlelere yönelik sorumluluklarının farkında olduğu ve hedef kitlelerini yönetim sürecine dahil ederek kurumsal stratejileri ile uygulamalarını bu doğrultuda şekillendirdiği (Berger, 2005; Pieczka, 2011; Reber & Kim, 2006) bir anlayışı temsil etmektedir.

Günümüz çağdaş yönetim anlayışı açısından ele alındığında, kurumsal amaçlarına başarılı biçimde ulaşmak isteyen, varlıklarını başarılı biçimde sürdürmek ve misyonlarını yerine getirmek isteyen tüm kurumların halkla ilişkilerden destek alması zorunluluğu gündeme gelmektedir. Gerek devlet yönetim organları olarak kamu kurumlarının, gerek özel sektör işletmelerinin ve gerekse sivil toplum kuruluşlarının halkla ilişkilere duydukları gereksinim tartışmasız kabul edilmektedir. Her ne kadar halkla ilişkiler birbirine benzeyen ürün ve hizmetleri hedef kitle tercihine sunan ve rekabet avantajı elde etmek için hedef kitle destek ve onayına ihtiyaç duyan özel sektör kuruluşları için vazgeçilmez bir yönetim fonksiyonu olarak değerlendirilse de kurumsal amaçlarına başarılı biçimde ulaşmak ve misyonlarını yerine getirmek arzusunda bulunan tüm kurum ve kuruluşların halkla ilişkilere gereksinim duydukları söylenebilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, amacı kamusal hizmet sunumu yoluyla hedeflediği kitlelerin gereksinimlerini karşılamak olan ve kamusal yarara odaklanan kamu kurumlarının da amaçlarına ulaşabilmeleri ve misyonlarını gerçekleştirebilmeleri için halkla ilişkilere ihtiyaç duydukları ifade edilebilmektedir. Kamu sermayesiyle kurulan ve kamusal hizmet sunumu yoluyla kamu yararının ortaya çıkması esasına göre faaliyetlerini gerçekleştiren kamu kurumlarının sağladıkları hizmetler yönünden rakipsiz durumda olması halkla ilişkilere ihtiyaç duymadıkları anlamına gelmemektedir.

En temel misyonu kamu yararına dönük faaliyetler gerçekleştirmek ve hedef kitlelerinin gereksinim ile beklentilerini tespit etme yoluyla bu gereksinimlerin giderilmesine yönelik sürekli biçimde kamu hizmeti sunmak olan kamu kurumlarının, halkla ilişkiler faaliyetleri olmaksızın misyonlarını gerçekleştirmeleri ve kurumsal amaçlarına başarılı biçimde ulaşmaları mümkün olamamaktadır. Aynı zamanda yönetim paradigmasında gücün merkezîyetçiliğini ortadan kaldıran ve yönetilen katılımını önceliklendiren yeni yönetim anlayışıyla birlikte kamu kurumlarının kararlarını ve politikalarını şekillendirme süreçlerinde hedef kitle desteğini alma zorunluluğu daha da önem kazanmış ve kamusal halkla ilişkiler, halkla ilişkiler disiplini içindeki önemli bir uzmanlaşma alanı olarak ön plana çıkmıştır (Boztepe, 2014, s. 29). Kamu kurumlarının karar, politika ve uygulamalarını şekillendirirken hedef kitlelerinin görüş, istek ve beklentileri doğrultusunda hareket etmesi bir yandan katılımcı yönetim anlayışının güçlendirilmesine katkı sağlarken, bir diğer taraftan da ihtiyaç duyulan kamusal hizmetlerin sunumu ve uygulamaların gerçekleştirilmesiyle yönetilen odaklı yönetim anlayışının ortaya konmasına zemin oluşturmaktadır. Böylelikle kamu kurumlarının, kurumsal amaçlarına başarılı biçimde ulaşması, hedef kitle destek ve onayını kazanması ve kurumsal misyonlarını yerine getirmesi sağlanabilmektedir.

Kamu kurumları kamusal halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarından kurumsal misyonlarını ileriye götürmek ve kurumsal hedeflerine ulaşmak için yararlanmaktadır (Dolea, 2012). Yerel ya

da ulusal tüm düzeylerdeki devlet yönetim organları tarafından kurumsal amaçlarına ulaşmak ve misyonlarını yerine getirmek üzere gerçekleştirilen halkla ilişkiler uygulamaları kamusal halkla ilişkiler kapsamında yer almaktadır. Kamusal halkla ilişkilerde başarılı olmak sadece hedef kitleye kamusal karar, hizmet ve faaliyetlerin tanıtılması bunlara yönelik bilgilendirmelerin yapılması ile mümkün değildir. Baskin vd.'nin (1997, s. 392) ifade ettiği gibi kamusal halkla ilişkilerde hedef kitlelerin çeşitli konular, faaliyetler ya da sorunlar hakkında bilgilendirilmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte kamusal halkla ilişkilere bilgilendirme amacının yanı sıra daha geniş bir yönelimle başvurulması gerekmektedir. Vatandaşların kamu kurumlarından beklentilerini tespit etmek, kamu kurumlarının bu beklentilere yanıt oluşturacak şekilde kararlar alması ve faaliyetler gerçekleştirilmesi ve ayrıca kamuoyunu anlaması da kamusal halkla ilişkilerin kapsamında bulunmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde kamusal halkla ilişkilerin, halk ile yönetim arasındaki iş birliğini sağlama amacına dönük olarak yönetilenlerin yönetim çalışmalarına ilişkin bilgilendirilmesini ve hedef kitle isteklerinin öğrenilerek bunlara yönelik stratejiler geliştirilmesini gerektirdiği ifade edilebilmektedir (Tortop, 1990).

Belediyeler Perspektifinden Kamusal Halkla İlişkiler ve Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi Uygulamaları

Kamusal halkla ilişkileri uygulamaya aktaran kamu kurumları merkezi yönetim kurumları ve yerel yönetim kurumları olarak ikiye ayrılmaktadır. Merkezi yönetim kurumları yerinden yönetme esasına bağlı olmaksızın tüm ülkeyi ilgilendiren kararları alan, politikaları oluşturan ve kamusal faaliyetleri yerine getiren cumhurbaşkanlığı ve bakanlıklar gibi kamu kurumlarıdır. Eraslan Yayınoğlu'nun (2005, s. 42) ifade ettiği gibi yerel yönetimler ise, kamu hizmetlerinin devletin merkezi örgütlenmesi ve hiyerarşisi dışında yer alan birtakım organlar tarafından yerine getirilmesini açıklamaktadır.

Yerel yönetimler kapsamında belediyeler, köyler ve il özel idareleri bulunmaktadır (Kanar Taslak & Boztepe Taşkiran, 2021, s. 6). Günümüzde halkın doğrudan temas halinde bulunduğu temel bir kamu kurumu olan belediyeler kamusal halkla ilişkiler açısından ön plana çıkmaktadır. Faaliyet gösterdikleri sınırlar içindeki yerel yönetimden sorumlu olan belediyeler, sınırları içerisindeki yönetilenlerin gereksinimlerini karşılayacak kamusal hizmetlerin sunumuyla ilgilenmektedir. Son yıllarda ise ekonomik, teknolojik, politik, kültürel ve toplumsal alanlarda meydana gelen farklılaşma, belediyeçilik anlayışının ve yönetilenlerin belediyeçilik hizmetlerinden beklentilerinin de farklılaşmasına yol açmıştır. Günümüzde belediyelerin kurumsal amaçlarına başarılı biçimde ulaşması ve kurumsal misyonlarını yerine getirmesinde; hedef kitle desteğinin ve onayının alınması, hedef kitle gereksinimlerinin karşılanması, yönetilen odaklı bir anlayışın benimsenmesi, yönetilenlerle olumlu ilişkiler kurulması önem taşımaktadır.

Belediyeçilik anlayışında son yıllarda meydana gelen gelişmeler vatandaşlara yönelik sorumlulukların artmasına, hizmet anlayışındaki kalite beklentisinin yükselmesine, iletişimin şeffaf ve açık olması yönündeki taleplerin artmasına yol açmış ve belediyelerin halkla ilişkilere duydukları ihtiyaç daha da görünür bir hal almıştır (Başok Yurdakul, Coşkun & Dinçer, 2011, ss. 205-206).

Halka en yakın yönetim birimleri olarak ifade edilebilecek belediyelerin halkla ilişkiler çabalarına başvurmadan hedef kitlelerinin desteğini alması ve hedef kitlelerinin gereksinimlerine yönelik politikalar şekillendirmesi de mümkün olamamaktadır (Özüpek, 2013, s. 27). Kamusal halkla ilişkiler belediyeler açısından ele alındığında da tüm karar ve faaliyetlerde hedef kitle ilgi, beklenti ve gereksinimlerinin önemszenmesi, kurumsal faaliyetlerde tüm paydaşlara karşı sorumlu bir davranış biçiminin benimsenmesi, toplumsal yarar ve değer ile sonuçlanacak halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Günümüzde artan toplumsal bilinç ve değişen hedef kitle beklentileri nedeniyle hedef kitle gündeminde önemli bir yer edinen, aynı zamanda da gerek uluslararası kuruluşlar ve devlet yönetimlerinin, gerekse sivil toplum kuruluşları ve özel sektör kuruluşlarının gündeminde önemli bir pay edinen sürdürülebilirlik yönetimi, belediyeler açısından da kamusal halkla ilişkiler bağlamında ele alınması gereken bir konu olarak ilgi uyandırmaktadır. Sürdürülebilirlik doğrultusunda ortaya konan amaçların gerçekleştirilmesinde belediyelerin de temel bir aktör olarak konumlanması gerekliliği, kamusal halkla ilişkiler perspektifinden belediyeler ve sürdürülebilirlik yönetimi uygulamalarını ele almayı gerektirmektedir. Belediyeler faaliyet gösterdikleri sınırlar içinde yaşayan insanların yaşam kalitelerinin arttırılması, yoksulluğun azaltılması, çevrenin korunması, yerel istihdamın güçlendirilmesi, kıt kaynakların etkili ve verimli kullanımı ile sürdürülebilirliğinin sağlanması vb. konularda sürdürülebilirlik uygulamalarını gerçekleştirmek açısından sorumluluklar üstlenmelidir.

Roper'ın (2012, s. 69) belirttiği gibi günümüzde modern toplumların endüstrileşmenin çevresel ve sosyal maliyetlerine ilişkin daha fazla farkındalık geliştirmesiyle daha yaşanabilir bir gelecek düşüncesi ortaya çıkmış ve bu doğrultuda işletmelerin, devletlerin ve toplumların iş yapma biçimlerinde önemli değişimlere yol açacak arayışlar gündeme gelmiştir. Geleneksel ekonomik büyüme söylemleri artan oranda sürdürülebilirlik söylemleri ile karşılık bulmaya başlamıştır. Sürdürülebilirlik söylemlerindeki artışla birlikte özel sektör işletmelerinin sadece finansal kazanımlarını maksimize etmesine dönük ekonomik sorumluluklarının ötesinde toplumsal sorumluluklarının ön plana çıkması gündeme gelmiş; kurum ve toplum gereksinimleri arasında dengenin sağlanmasına dönük kurumsal stratejilerin öncelik kazanması söz konusu olmuştur. Kurumsal sürdürülebilirlik sadece özel sektör işletmeleri için değil; kurumsal misyonları kamusal hizmet sunumu ile kamu yararını tesis etmek olan ve toplumsal fayda odağında kurumsal stratejilerini geliştirmek durumunda bulunan belediyeler açısından da önem taşımaktadır.

Sürdürülebilirlik yönetimi amaçları yoksulluğun sona erdirilmesi, dünyanın korunması ve insanların refah içinde yaşaması gibi (UNDP, <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>, Erişim tarihi: 05.10.2021) toplumsal fayda odaklı çabalara işaret etmekte; kurumsal sürdürülebilirlik ise bu genel amaçları destekleyecek şekilde kurum ile toplum ihtiyaçları arasındaki karşılıklı olma durumunun sağlanmasına yönelik kurumsal stratejilerin geliştirilmesini ifade etmektedir (Büchner, 2012, s. 42). Herbohn ve arkadaşlarına (2014, s. 422) göre de kurumsal sürdürülebilirlik; kurumların ekonomik gelişmeyle birlikte, çalışanları ve çalışanlarının aileleriyle olan ilişkilerine, yerel topluma ve toplumun geneline yönelik yaşam kalitesinin arttırılmasına ilişkin sorumluluklar üstlenmesini açıklamaktadır.

En özet haliyle sürdürülebilir gelişmeye kurum ve kuruluşların katkısı olarak tanımlanabilecek kurumsal sürdürülebilirlik (Steyn & Niemann, 2014, s. 177); halkla ilişkiler perspektifinden yönetilmesi gereken temel bir konu haline gelmiştir (Roper, 2012, s. 73). Günümüzde kurumlar hem kendi hem de paydaşlarının uzun dönemli amaçlarına ulaşılmasını sağlamak üzere ekonomik, toplumsal ve çevresel hedefler ile değerler arasında denge oluşturmaya odaklanmakta ve buna yönelik gönüllülük esasına dayalı, planlı ve stratejik kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını hayata geçirmektedir (Ki & Shin, 2015, s. 37; Signitzer & Prexl, 2008, s. 3). Hedef kitlelerin, kurumların topluma finansal, toplumsal ve çevresel açıdan yarar sağlayan kurumsal aktivitelerle ilgilenmesine yönelik artan talebi (Wang, Chen, Yu & Hsiao, 2015, s. 2232) ve kurumların tüm iletişim strateji ve uygulamalarının hedef kitleler ile kurum arasında uzlaşmanın ortaya çıkmasını amaçlaması (Özgen, 2006, s. 16), kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını hedef kitle taleplerine yanıt verilmesi ve hedef kitlelerle kurum arasında uzlaşının sağlanması açısından önemli bir konuma yerleştirmiştir.

Halkla ilişkilerin temel işlevinin kurumların iç ve dış paydaşlarıyla iyi ilişkiler oluşturması ve bunları sürdürmesi olduğu (Rivero & Theodore, 2014, s. 21) ve toplum üzerinde önemli etkileri bulunan halkla ilişkilerin kurumsal fonksiyon olmanın ötesinde toplumsal bağlamda incelenmesi ve anlaşılması gerekliliği (Holthauzen, 2000, s. 95) bulunmaktadır. Bu durum da, genellikle kurum odaklı bir perspektiften yönetsel açıdan ele alınan halkla ilişkilerin toplumsal bakış açısıyla çalışılması zorunluluğunu doğurmaktadır (Ihlen & Van Ruler, 2007). Kurumsal sürdürülebilirlik iletişimi ise halkla ilişkiler aracılığıyla kurumların sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir gelişmeye; yoksulluğun azaltılması, kıt kaynakların korunması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi vb. gibi sürdürülebilirlikle ilişkili toplumsal fayda odaklı amaçlara yapabileceği katkıları somutlaştırmaktadır.

Kurum ve hedef kitleler arasında diyalog ve müzakere süreçlerini içeren kurumsal sürdürülebilirlik iletişimi (Newig et al., 2013), toplumsal fayda ile sonuçlanacak, hedef kitlelerin beklenti ve istekleri üzerine şekillenen faaliyetler planlanmasını gerektiren bir süreçtir. Kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerinin neler olacağına karar verilmesinde hedef kitlenin talep ve gereksinimlerinin belirleyici olması ve sürecin diyaloga dayalı çift yönlü simetrik iletişim doğrultusunda yönetilmesi önem taşımaktadır.

Halkla ilişkiler toplumsal bakış açısıyla çalışıldığında ön plana çıkan bir konu olan sürdürülebilirliğin sadece özel sektör kuruluşları perspektifinden değil, içinde belediyelerin de bulunduğu kamu kurumları açısından ele alınması gereklilik taşımaktadır. Roper'ın (2012, s. 73) belirttiği gibi sürdürülebilirlikle ilişkili konular olarak çevresel ve toplumsal risklere ilişkin hedef kitle algılarındaki artış kamu kurumlarının temel önceliklerini yeniden düşünmelerini gerektirmiştir. Kamu yararı odaklılık gibi önceliklerle ilişkilendirilebilecek kurumsal sürdürülebilirlik iletişimi uygulamaları ise belediyeler yönünden de değerlendirilmesi gereken bir konu olarak dikkat çekmektedir.

Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Sürdürülebilirlik İletişiminde Dijital Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Web Sayfalarının Kullanımı

Cho vd.'nin (2021, s. 1) belirttiği gibi kurumsal sürdürülebilirlik günümüz kurumlarının başarısı için anahtar konumdadır ve halkla ilişkiler profesyonellerinin etkili sürdürülebilirlik iletişimi yönetimi, kurumların imajlarının ve faaliyetlerinin değerlendirilmesindeki güçlü potansiyeli nedeniyle daha önce olmadığı kadar önemli bir hal almıştır. Günümüzde pek çok kurum sürdürülebilirlik girişimlerini benimsemekte ve hedef kitle beklentilerini karşılamak üzere sürdürülebilirliği desteklemektedir.

Kurumlar farklı paydaş gruplarına yönelik sürdürülebilirlik iletişimini gerçekleştirmek için basın bültenleri, intranet, web siteleri, bloglar, yıllık raporlar, dergiler ve basın açıklamaları gibi hem iç hem de dış pek çok aracı kullanmaktadır (Tewari & Dave, 2012, s. 396). Kurumların sürdürülebilirliğe yönelik faaliyetlerini görünür kılmada kullanabilecekleri araçlar arasından ön plana çıkanlardan biri sürdürülebilirlik raporlarıdır. Kurumsal sürdürülebilirlik raporları, kurumların sürdürülebilirlik yönetimine verdiği önem ile bu alanda nasıl bir performans sergilediğini hedef kitlelere anlatmada ve sürdürülebilirlik iletişimini gerçekleştirmede temel araçlardır.

Sürdürülebilirlik raporları kurumların paydaşları için yayınladığı ve kurumsal sürdürülebilirliğe yönelik hesap verme sorumluluğunu temsil eden raporlardır (Tewari & Dave, 2012, s. 397). 1990'lardan itibaren toplumsal fayda odağının ön plana çıkmasıyla birlikte sosyal, çevresel konulara ilişkin konulara yönelik raporlar ya da sürdürülebilirlikle ilgili raporlar istikrarlı bir şekilde artmaktadır (Milne & Gray, 2007). Günümüzde pek çok özel sektör kuruluşu sürdürülebilirlik performanslarını raporlayarak, bu raporları hedef kitlelerine sunmaktadır. Özel sektör kuruluşları açısından ele alındığında sürdürülebilirlik raporları aracılığıyla gerçekleştirilen sürdürülebilirlik iletişiminin aşağıdaki amaçlara ulaşmada katkı sağlayacağı öngörülmektedir (Herzing & Schaltegger, 2006, s. 302):

- Çevresel ve toplumsal etki oluşturan kurumsal aktivitelerin, ürün ya da hizmetlerin meşrulaştırılması
- Kurumsal itibar ve marka değerinin geliştirilmesi
- Rekabette üstünlük sağlanması
- Sürdürülebilirlik raporlaması faaliyetlerinden kurumun tüm performansını temsil edebilecek ve rekabette avantaj sağlayacak bir işaret olarak yararlanılması
- Rakiplerle kıyaslamaların yapılmasının sağlanması
- Kurum içinde hesap verebilirlik ve şeffaflığın artırılması
- Kurum içine dönük bilgi ve kontrol süreçleri ile çalışan motivasyonunun oluşturulması ve desteklenmesi

Sürdürülebilirlik raporları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim süreçleri hem kurum içi hem de kurum dışına dönük olarak bazı amaçlara ulaşılmasına önemli katkılarda bulunabilir. Bu ve benzeri amaçlara başarılı biçimde ulaşmaya yapabileceği katkılar nedeniyle sürdürülebilirlik raporlaması özel sektör işletmelerinin dikkatini çekmiştir. Özel sektörün sürdürülebilirlik raporlaması ve bu

doğrultuda gerçekleşen sürdürülebilirlik iletişimine verdiği önemin ise kamu kurumları açısından aynı oranda olmadığı söylenebilmektedir.

Herzig ve Schaltegger'in (2006) ifade ettiği gibi sürdürülebilirlik iletişimi sadece kurumsal aktivitelerin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini sistematik biçimde yönetmeyle değil; sürdürülebilirlikle bağlantılı konular ve bunlarla kurumun ne şekilde meşgul olduğuna dair hedef kitlelere bilgi sağlamayla da ilgilidir. Günümüzde kurumların sürdürülebilirlik iletişiminde, sürdürülebilirlik uygulamalarına ilişkin hedef kitlelerine bilgi sağlamada dijital halkla ilişkilere yoğun biçimde başvurdukları söylenebilmektedir.

Dijitalleşme süreci ile ortaya çıkan yeni iletişim ortamları halkla ilişkiler açısından kullanılabilir bir kapasiteyi kurumların yararına sunmuştur. Kurumsal web sayfaları, e-mailler ve sosyal medya platformları gibi internet temelli uygulamalar kurumların hedef kitlelerine hızlı biçimde ve düşük maliyetle ulaşmalarını olanaklı kılmakta; aynı zamanda gerçekleştirdikleri faaliyetleri hedef kitlelerine anlatmanın önemli bir aracı olarak ön plana çıkmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin halkla ilişkilerin doğasını değiştirdiğini, bu değişimin ise olağanlaşarak kaçınılmaz bir hal aldığını belirten ve aynı zamanda iletişimin yöntem ile araçlarının da değişmesi nedeniyle halkla ilişkilerin bu değişimi yakından takip etmek durumunda kaldığını ifade eden Özgenç (2019, s. 15) göre günümüzde ön plana çıkan dijitalleşme süreci geleneksel halkla ilişkileri içerik üretme, sosyal medya, arama motoru optimizasyonu gibi dijital boyutlarla bir araya getirerek dijital halkla ilişkilerin ortaya çıkmasına zemin oluşturmuştur. Böylelikle de kurumsal içerikleri bugüne kadar mümkün olmayan hızda hedef kitlelerle buluşturabilmek olanaklı hale gelmiş ve hedef kitlelerle diyalog kurmak için dijital ortamlar kullanılmaya başlanmıştır.

Uygulamalı bir yönetim ve iletişim disiplini olarak halkla ilişkilerin bilgi ve iletişim teknolojilerinden büyük ölçüde etkilenmesi (Vercic, Vercic & Sriramesh, 2015, s. 142), dijital halkla ilişkilerin ortaya çıkmasının en önemli nedenleri arasında bulunmaktadır. Hagelstein vd.'nin (2021, s. 1) belirttiği gibi devam eden dijital dönüşüm süreci hem özel hem de kamusal iletişim üzerinde etki oluşturan yeni teknolojileri gündeme getirmeyi sürdürmektedir. Kurumların halkla ilişkiler departmanları ve halkla ilişkiler ajansları günlük çalışmalarında dijital teknolojileri kullanmakta ve benimsemektedir. Yeni ortaya çıkan iletişim araçları ve uygulamaları kurumsal içeriklerin etkisini ve erişilebilirliğini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.

Halkla ilişkilerin temeli, kurumlar ile çeşitli hedef kitleleri arasında planlı, sürekli ve amaç odaklı çabalar aracılığıyla ilişkiler oluşturmaktır. Pazarlama ve reklamın aksine halkla ilişkiler doğrudan ekonomik kazanım elde etme hedefine yönelmemekte; temel hedef iletişim kanallarının ve kurumsal itibarın tutarlı yönetimidir. Bu nedenle de halkla ilişkiler çabaları uzun dönemli bir yatırım olarak görülmektedir. Dijital araç ve platformlar da bu çabaların desteklenmesinde artan oranda bir rol oynamakta (Wolf & Archer, 2018, s. 496); dijital halkla ilişkiler uygulamalarının kurumlar tarafından tercih edilmesine yol açmaktadır.

Stratejik iletişimde kurumsal web siteleri ve mikro-siteler, sosyal medya, e-mailler ve kurumsal blogların kurumların hedef kitlelerine ulaşmak için yoğun biçimde kullandıkları dijital araçlar

olduğunu ifade eden Karsak ve arkadaşları (2018) dijital araçların halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından ele alınış biçimini ortaya koymak üzere kurumların iletişim departmanlarında ve ayrıca halkla ilişkiler ajanslarında çalışan 18 halkla ilişkiler uygulayıcısının katılımıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular dijital kanalların halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından hedef kitlelere ulaşmada kolaylık sağlayıcı araçlar olarak değerlendirildiğine işaret etmiş ve yeni medya teknolojilerinin halkla ilişkiler uygulamalardan geleneksel yöntemlere kıyasla daha hızlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda yeni medya teknolojileri halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından geleneksel yöntemlerle kıyaslandığında maliyet açısından da daha avantajlı bulunmaktadır. Söz konusu araştırma bulguları Sommerfeldt ve Yang'ın (2018, s. 62) dijital iletişimin halkla ilişkiler uygulama ve araştırmalarına gelecekte de yön vermeye devam edeceği öngörüsünü doğrulamaktadır.

Dijital halkla ilişkilerin son yıllardaki çok sayıda araştırmanın konusu olmasına rağmen kavramın tanımlanması noktasında bir eleştirinin ortaya çıktığını belirten Huang ve arkadaşları (2017, s. 1366), genel olarak web sitesi/web temelli halkla ilişkiler, online halkla ilişkiler ve internet temelli/internet odaklı halkla ilişkiler kavramlarının halkla ilişkilerdeki dijital uygulamaları tanımlamak için kullanıldığından bahsetmektedir. Kavramsallaştırma noktasında alanda henüz bir fikir birliği bulunmasa da günümüzde pek çok kurumun hem kurum içi iletişim hem de dış hedef kitlelere yönelik iletişimde dijital araç ve yöntemlerden yararlandığı görülmektedir. Halkla ilişkilerdeki dijital uygulamaları tanımlamak için internet ve web sitesi temelli uygulamalara atıf yapılması da kurumsal web sayfalarının dijital halkla ilişkiler aracı olarak değerlendirilmesine zemin oluşturmaktadır.

Kurumsal web sayfalarını kurumların dış dünyaya açılan penceresi olarak değerlendiren Sayımer (2012, s. 88), web sitelerini diğer halkla ilişkiler araçları ile kıyaslandığında daha fazla tanıtım yapma olanağı sunan bir iletişim ortamı olarak ele almakta ve kurumların kendilerini tanıtmaları açısından da en güçlü araç olarak konumlandığını belirtmektedir. Bu durum sürdürülebilirlik iletişiminde ve sürdürülebilirlik raporlarının hedef kitlelere sunumunda web sayfalarının değerlendirilmesi gereken bir potansiyele sahip olduğuna işaret etmektedir.

Lyle'nin (2004, s. 4) belirttiği gibi internetin ortaya çıkışıyla kurumsal raporların dijital ortamlarda sunulmasında da artış meydana gelmiştir. Moreno ve Capriotti'ye (2009) göre de kurumsal web sayfaları kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal vatandaşlık ve sürdürülebilirlik konularına ilişkin iletişimde temel bir araç olarak görülmektedir. Sürdürülebilirlik raporlarının hedef kitlelerle sunumu ve kurumsal sürdürülebilirlik iletişiminin gerçekleştirilmesinde ise kurumsal web sayfaları önemli bir araç olarak konumlanmaktadır.

Belediyelerin Kurumsal Web Sayfalarının Sürdürülebilirlik İletişimine Yönelik Analizi

Amaç ve Yöntem

Son yıllarda sürdürülebilirlik uygulamalarının, kurumların hedef kitle gereksinim, istek ve beklentilerine yönelik kurumsal yanıtlar verme yoluyla toplumsal fayda sağlamasına ilişkin çabalar olarak halkla ilişkiler disiplinin gündeminde yer aldığı bilinmektedir. Kamu kurumlarından ziyade

özel sektör işletmeleri ile ilişkilendirilen bir konu olarak sürdürülebilirliğin, kurumsal misyonlarını yerine getirmeleri, halkla ilişkiler amaçlarına ulaşmaları ve kamusal faydayı sağlamaları açısından kamu kurumları perspektifinden de incelenmesi gereklilik taşımaktadır. Ayrıca kamu kurumlarının sürdürülebilirlik uygulamalarını hedef kitlelerine sunması, bir başka ifadeyle sürdürülebilirlik iletişimini de gerçekleştirmesi önem taşımaktadır. Günümüzde bu çabaların görünür kılınmasındaki temel metotlardan birinin sürdürülebilirlik raporlaması olduğu ve kurumsal web sayfalarının da sürdürülebilirlik iletişiminin gerçekleştirilmesinde temel araçlardan biri olduğu bilinmektedir.

Alan yazın incelendiğinde sürdürülebilirlik yönetimini kamusal halkla ilişkiler perspektifinden ele alan ve belediyelerin sürdürülebilirlik iletişimde sürdürülebilirlik raporlarından ve kurumsal web sayfalarından yararlanma durumunu inceleyen çalışmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Belediyelerin sürdürülebilirlik uygulamalarının kamusal halkla ilişkiler bağlamında ele alındığı bu çalışmada, sürdürülebilirliğin belediyelerin uygulamalarına yansıyor yansımadığının, belediyeler tarafından hangi konular odağında ve hangi yoğunlukta sürdürülebilirlik uygulamalarının gerçekleştirildiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda sürdürülebilirlik iletişimde sürdürülebilirlik raporlarından ve kurumsal web sayfalarından faydalanma durumunun ortaya konması da araştırmanın amaçları arasında bulunmaktadır.

Söz konusu amaçlar doğrultusunda araştırmanın aşağıdaki sorulara yanıt verecek bulgular sunması beklenmektedir:

- Sürdürülebilirlik uygulamaları belediyeler tarafından kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerine dahil edilmiş midir?
- Belediyeler sürdürülebilirlik faaliyetlerini raporlamakta mıdır?
- Belediyeler sürdürülebilirlik performanslarına ilişkin raporlarını kurumsal web sayfaları aracılığıyla hedef kitlelerine sunmakta mıdır?
- Belediyeler sürdürülebilirlikle bağlantılı hangi faaliyetleri gerçekleştirmektedir?
- Belediyelerin sürdürülebilirlikle bağlantılı faaliyetleri Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı sürdürülebilirlik amaçlarından hangisine/hangilerine ne ölçüde yönelmektedir?

Araştırmada veriler nitel araştırma yöntemleri kapsamında yer alan içerik analizi tekniği doğrultusunda toplanmıştır. İçerik analizinde örneklem dahilinde yer alan belediyelerin kurumsal web sayfaları 13.10.2021 ile 28.10.2021 tarihleri arasında incelenmiştir.

Belediyelerin yoğunlaştıkları sürdürülebilirlik uygulamalarının ve sürdürülebilirlik amaçlarının belirlenmesi için Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından 2030 vizyonu için ortaya konan sürdürülebilir gelişme amaçları temel alınmıştır. Bu amaçlar ise yoksulluğun bitirilmesi, açlığın sona erdirilmesi, sağlık ve kaliteli yaşam, kaliteli eğitim, cinsiyet eşitliği, temiz su, ekonomik ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilik ve altyapı, sürdürülebilir şehirler ve toplumlar, eşitsizliklerin azaltılması, sorumlu tüketim ve üretim, iklim aksiyonu, su altı yaşantısı, karada yaşam, barış, adalet ve güçlü kurumlar ile amaçlar için iş birliğidir (UNDP, <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>, Erişim tarihi: 05.10.2021)

Evren ve Örneklem

Belediyelerin sürdürülebilirlik iletişimi uygulamalarına yönelik gerçekleştirilen araştırmanın evrenini yerel yönetimler kapsamında bulunan belediyeler oluşturmaktadır. Bu araştırmanın örneklemini ise yerel yönetim kurumu olarak ilçe belediyeleri ile kıyaslandığında daha geniş bir faaliyet alanı bulunan ve yerel kalkınma ile sürdürülebilirlikle ilişkili daha fazla sorumluluğa sahip olan Türkiye genelindeki 30 büyükşehir belediyesi (<https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx>, Erişim tarihi: 07.10.2021) oluşturmaktadır. Söz konusu belediyelerin listesi ise aşağıdaki tablo aracılığıyla sunulmaktadır:

Tablo 1: Türkiye'nin 30 Büyükşehir Belediyesi

Adana Büyükşehir Belediyesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	Mardin Büyükşehir Belediyesi
Ankara Büyükşehir Belediyesi	Hatay Büyükşehir Belediyesi	Mersin Büyükşehir Belediyesi
Antalya Büyükşehir Belediyesi	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Muğla Büyükşehir Belediyesi
Aydın Büyükşehir Belediyesi	İzmir Büyükşehir Belediyesi	Ordu Büyükşehir Belediyesi
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	Sakarya Büyükşehir Belediyesi
Bursa Büyükşehir Belediyesi	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	Samsun Büyükşehir Belediyesi
Denizli Büyükşehir Belediyesi	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi
Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi	Konya Büyükşehir Belediyesi	Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi
Erzurum Büyükşehir Belediyesi	Malatya Büyükşehir Belediyesi	Trabzon Büyükşehir Belediyesi
Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	Manisa Büyükşehir Belediyesi	Van Büyükşehir Belediyesi

Bulgular

Araştırmada içerik analizi tekniğiyle toplanan veriler SPSS programına işlenmiş ve elde edilen bulgular tanımlayıcı istatistik kapsamında bulunan frekans analizlerine başvurulmuş yorumlanmıştır.

Araştırmada öncelikli olarak örneklem dahilinde yer alan Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin web sayfalarında sürdürülebilirlik raporlarına yer verip vermediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Gerçekleştirilen incelemeler doğrultusunda hiçbir belediyenin sürdürülebilirlik raporuna kurumsal web sayfalarında yer vermediği tespit edilmiştir. Bu tespitten yola çıkılarak belediyeler tarafından yayınlanan diğer raporlar incelenmiş ve belediyelerin sürdürülebilirlik uygulamalarına yıllık faaliyet raporlarında yer verdiklerinin ortaya konmasıyla faaliyet raporlarının konu bağlamında analiz edilmesine karar verilmiştir.

Araştırmada Türkiye'deki büyükşehir belediyeleri tarafından 2020 yılında yayınlanan faaliyet raporları kurumsal sürdürülebilirlik yönünden incelenmiştir. Gerçekleştirilen incelemelerde Balıkesir Belediyesi tarafından en son 2019 yılı faaliyet raporu yayınlandığı için, söz konusu belediyenin son olarak 2019 yılında yayınladığı rapor kapsama dahil edilmiştir. Aşağıda faaliyet raporlarının belediyelerin web sayfalarında ne şekilde konumlandığını gösterir tablo yer almaktadır:

Tablo 2: Faaliyet Raporlarının Kurumsal Web Sayfasında Konumlanması

Faaliyet raporlarının konumlandığı sekmeler	Frekans	%
Kurumsal	18	% 60,0
Saydamlık ve hesap verebilirlik	1	% 3,3
Stratejik yönetim/Bütçe ve stratejik yönetim/Bütçe ve strateji	3	% 10,0

Hizmet/Hizmet rehberi	2	% 6,7
Doküman/Doküman arşivi	3	% 10,0
Kısayollar	1	% 3,3
Bilgi edinme/E-bilgi	1	% 3,3
Yayınlar	1	% 3,3
Toplam	30	% 100

Tablo 2'den de görülebileceği gibi belediyelerin çoğunluğu (n=18) faaliyet raporlarına ana sayfada bulunan kurumsal sekmesinin altında yer vermektedir. Faaliyet raporlarına erişebilmek için ise çoğunlukla iki (n=15) ya da üç kez tıklamayla (n=14) ilgili alanlara ulaşılabilir. Sadece bir belediyenin web sayfasında beş tıklama faaliyet raporuna erişilebilmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlikle ilgili uygulamaları da kapsayan faaliyet raporlarının kurumsal web sayfalarında hedef kitlelerinin hızlıca erişebileceği bir konumda bulunması, kurumsal şeffaflık ve hesap verebilirliğin güçlendirilmesinin yanı sıra hedef kitlelerin istedikleri bilgiye hızlı biçimde ulaşması açısından da önem taşıdığı düşünülmektedir.

Araştırmada ayrıca belediyelerin faaliyet raporlarının incelenmesi doğrultusunda, büyükşehir belediyeleri tarafından en son yayınlanan 2020 faaliyet raporu baz alınarak sürdürülebilirlik amaçlarına yönelik hangi uygulama ve faaliyetlere yoğunlaşıldığının tespit edilmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla yapılan incelemelerde belediyeler tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerde sürdürülebilirlik uygulamalarına ne kadar yer verildiğinin ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçlarından hangilerine yönelik faaliyetlerin gerçekleştirildiğinin ortaya konması planlanmıştır. Araştırmada belediyelerin Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı sürdürülebilirlik amaçları ile örtüşen uygulamalarının neler olduğunun tespitine yönelik bir ön araştırma gerçekleştirilmiştir. Aşağıdaki tabloda Birleşmiş Milletler sürdürülebilirlik amaçları ile amaçlarla örtüşen belediye uygulamalarının kapsamlarının anlaşılmasına yönelik açıklamalar yer almaktadır:

Tablo 3: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Sürdürülebilirlik Amaçları ve Belediyelerin Sürdürülebilirlikle İlişkili Uygulamalarının Kapsamı

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Sürdürülebilirlik Amaçları	Belediye Uygulamalarının Kapsamı
Yoksulluğun bitirilmesi	Belediye sınırlarındaki sakinlerin yoksunluklarının ve ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik ayni ve nakdi yardımların gerçekleştirilmesi
Açlığın sona erdirilmesi	Belediye sınırlarındaki ihtiyaç sahibi sakinlere yönelik gıda desteği verilmesi, aşevlerinde ücretsiz yemek ikramlarının vb. yapılması
Sağlık ve kaliteli yaşam	Belediye tarafından çeşitli sağlık hizmetlerinin sunulması, kaliteli yaşamı teşvik etmeye yönelik sağlıklı beslenme, spor vb. aktivitelerin desteklenmesi
Kaliteli eğitim	Belediye sakinlerinin ihtiyaç duyduğu ve uzman eğitimciler tarafından yürütülen eğitimlerin gerçekleştirilmesi, toplumun eğitim taleplerinin karşılanması
Cinsiyet eşitliği	Toplum içindeki cinsiyet eşitliğini güçlendirecek faaliyetlerin gerçekleştirilmesi
Temiz su	Belediye sakinlerinin temiz suya erişmesi ve suların/su kaynaklarının temizlenmesine yönelik uygulamaların yapılması

Ekonomik ve temiz enerji	Güneş panellerinden, rüzgâr enerjisinden ve atıklardan elektrik üretilmesi gibi etkili, ekonomik ve temiz enerjiye ilişkin faaliyetlerin gerçekleştirilmesi
İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	İstihdam olanaklarının geliştirilmesi, girişimcilerin desteklenmesi ve yerel bazda ekonomik büyüme ile kalkınmanın güçlendirilmesi
Sanayi, yenilik ve altyapı	Dijital uçurumun ortadan kalkması, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimin sağlanması, teknoloji ile bağlantılı yeni iş yapma biçimlerinin ve altyapı olanaklarının güçlendirilmesi
Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	Şehir nüfuslarının artmasına bağlı olarak sürdürülebilir şehirler ortaya koymak adına barınma ve ulaşım imkânlarının artırılması, kamuya ait yeşil alanların geliştirilmesi
Eşitsizliklerin azaltılması	Toplum içinde yaş, engellilik, gelir durumu, ırk, göç vb. değişkenler nedeniyle ortaya çıkabilecek eşitsizliklerin azaltılması
Sorumlu tüketim ve üretim	Kıt kaynakların sürdürülebilirliğine ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik sorumlu bir üretim ve tüketim anlayışının benimsenmesi, yerel kaynakların korunması ve gelecek nesillere ulaştırılmasının sağlanması
İklim aksiyonu	Küresel ısınmaya, iklim değişikliğine, iklim değişikliği ile ilişkili afetleri önlemeye yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi
Su altı yaşam	Su altı yaşama verilen zararın azaltılması ve deniz kirliliğinin önlenmesi, su altı canlılarının ideal yaşam ortamına kavuşmasının sağlanması
Karada yaşam	İnsan yaşantısı için oldukça önem taşıyan orman ve bitkilere gereken önemin verilmesi, tarımsal faaliyetlerin desteklenmesi
Barış adalet ve güçlü kurumlar	Barış, adalet, insan hakları ve etkili yönetişimin desteklenmesi, katılımcı yönetim anlayışıyla kurumların güçlendirilmesi
Amaçlar için iş birliği	Söz konusu amaçlara ulaşabilmek için iş birliklerinin ve paydaş ilişkilerinin geliştirilmesi

Tablo 3'te Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçlarının yerel düzeyde belediye uygulamalarına göre nasıl bir kapsama sahip olduğu ortaya konmuştur. Bu bilgiden hareketle analizin ilerleyen kısmında belediye faaliyetlerinin sürdürülebilirlik amaçlarına göre nasıl bir dağılıma sahip olduğunun, belediye uygulamalarında hangi sürdürülebilirlik amacına daha fazla yoğunlaşıldığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Aşağıdaki tablo belediye faaliyetlerinin sürdürülebilirlik amaçlarına göre dağılımlarını göstermektedir.

Tablo 4: Belediye Faaliyetlerinin Sürdürülebilirlik Amaçlarına Göre Dağılımını Gösterir Tablo

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Sürdürülebilirlik Amaçları	Frekans	%
Yoksulluğun bitirilmesi	61	% 10,2
Açlığın sona erdirilmesi	64	% 10,7
Sağlık ve kaliteli yaşam	61	% 10,2
Kaliteli eğitim	60	% 10,0
Cinsiyet eşitliği	25	% 4,2
Temiz su	17	% 2,8
Ekonomik ve temiz enerji	24	% 4,0
İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	14	% 2,3
Sanayi, yenilik ve altyapı	57	% 9,5
Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	48	% 8,0
Eşitsizliklerin azaltılması	53	% 8,8
Sorumlu tüketim ve üretim	23	% 3,8
İklim aksiyonu	28	% 4,7

Su altı yaşam	5	% 0,8
Karada yaşam	37	% 6,2
Bariş adalet ve güçlü ve kurumlar	4	% 0,7
Amaçlar için iş birliği	18	% 3,0
Toplam	599	% 100

Tablo 4'te sunulduğu üzere Türkiye'deki büyükşehir belediyeleri Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçlarına yönelik kurumsal faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler içinde en büyük oran açlığın sona erdirilmesi (%10,7), yoksulluğun bitirilmesi (%10,2) ile sağlık ve kaliteli yaşam (%10,2) amaçlarına yöneliktir. Bu amaçlara yönelik uygulamaları ise sırasıyla kaliteli eğitim (%10), sanayi, yenilik ve altyapı (% 9,5), eşitsizliklerin azaltılması (%8,8), sürdürülebilir şehir ve toplumlar (%8), karada yaşam (%6,2), iklim aksiyonu (%4,7), cinsiyet eşitliği (%4,2) ile ekonomik ve temiz enerji (%4) amaçlarına ilişkin faaliyetler takip etmektedir. Belediyelerin uygulamalarında sürdürülebilirlik amaçları bağlamında en az yoğunlaşılacak faaliyetlerin ise sorumlu tüketim ve üretim (%3,8), amaçlar için iş birliği (%3), temiz su (%2,8), insana yakışır iş ve ekonomik büyüme (%2,3), su altı yaşamı (%0,8) ile bariş, adalet ve güçlü kurumlar (%0,7) amaçlarına ilişkin faaliyetler olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Halkla ilişkilerin önemli bir uzmanlık alanı olarak kamusal halkla ilişkiler, merkezi ve yerel yönetimden sorumlu kamu kurumları tarafından ortaya konan halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarını kapsamaktadır. Günümüzde özel sektör kuruluşlarının hedef kitle destek ve onayına ve hedef kitleleriyle iyi ilişkilere sahip olmaya duydukları gereksinim nedeniyle daha yoğun biçimde özel sektör kuruluşları ile ilişkili biçimde değerlendirilen halkla ilişkiler kamu kurumları için de tartışmasız öneme sahip bir yönetim fonksiyonudur.

Kamusal hizmet sunumu yoluyla kamu yararının ortaya konmasını amaçlayan kamu kurumlarının kurumsal misyonlarını yerine getirebilmesi, amaçlarına başarılı biçimde ulaşabilmesi için halkla ilişkilere başvurması zorunluluk halini almıştır. Son yıllarda toplumsal bilincin artması ve hedef kitle beklentilerinin değişmesi nedeniyle artan oranda özel sektör kuruluşlarının gündeminde sosyal sorumluluk anlayışı bağlamında önemli bir yer edinen sürdürülebilirlik konusu, kamusal politika ve uygulamalarla ilişkili birtakım amaçlarla bağlantılı olması nedeniyle devlet yönetimlerinin ve kamu kurumlarının halkla ilişkiler çabaları açısından da ilgi uyandırmıştır.

Sürdürülebilirlik uygulamaları, merkezi devlet yönetim organları dışında, içinde faaliyet gösterdikleri sınırlar dahilindeki kalkınma ve sürdürülebilir gelişmeden sorumlu olan, kıt kaynakların etkili ve verimli kullanımı ve gelecek nesillere aktarılması, gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakılması, toplumsal yapıdaki eşitsizliklerin azaltılması, insanların daha kaliteli ve refah içinde bir yaşama kavuşması gibi sürdürülebilirlik amaçlarına başarılı biçimde ulaşılmasına katkı sağlayabilecek belediyeler açısından incelenmesi gereken bir konudur.

Alan yazın incelendiğinde bu gerekliliğe rağmen kamusal halkla ilişkiler bağlamında belediyelerin sürdürülebilirlik iletişimi uygulamalarını değerlendiren çalışmaların bulunmadığı

görülmüş; belediyeler ve halkla ilişkiler faaliyetleri arasındaki ilişkiyi ve özellikle yeni iletişim ortamlarının halkla ilişkiler amaçlı kullanımını değerlendiren çalışmalara yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda sürdürülebilirlik yönetiminin de kamu kurumlarından ziyade daha çok özel sektör kuruluşları bağlamında ele alındığı ortaya konmuştur. Konuya ilişkin çalışmalarda kurumsal sürdürülebilirlik iletişimde kurumsal web sayfalarından faydalanma durumuna yönelik çeşitli araştırmaların gerçekleştirilmiş olduğu; belediyelerin web sayfalarından bu açıdan yararlanma durumunu inceleyen çalışmaların ise sayısı az olduğu görülmüştür.

Bu bilgilerden hareketle söz konusu çalışmada belediyeler tarafından gerçekleştirilen sürdürülebilirlik uygulamaları kamusal halkla ilişkiler bağlamında ele alınmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmada Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşmaya yerel düzeyde katkı sunacak uygulamalar gerçekleştirip gerçekleştirmediklerinin, eğer gerçekleştiriyorlarsa hangi sürdürülebilirlik amaçlarına yoğunlaştıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca araştırma doğrultusunda belediyelerin tıpkı özel sektör kuruluşları gibi sürdürülebilirlik iletişimi gerçekleştirip gerçekleştirmedikleri, sürdürülebilirlik raporlaması yapıp yapmadıkları ve dijital halkla ilişkiler aracı olan kurumsal web sayfalarından bu açıdan yararlanıp yararlanmadıklarının da ortaya konması planlanmıştır.

Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği doğrultusunda gerçekleştirilen incelemelerden elde edilen bulgular, belediyelerin sürdürülebilirlik uygulamalarına kurumsal faaliyetlerinin içinde yer verdiklerine işaret etmiş; sürdürülebilirlik uygulamalarına ve sürdürülebilirlik iletişimine özel sektör kuruluşları gibi ayrıcalıklı bir konum atfetmedikleri görülmüştür. Sürdürülebilirlik yönetiminin uluslararası kuruluşların, devlet yönetimlerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve toplumun gündeminde sahip olduğu önemli konum nedeniyle belediyelerin bu yönden üstlendikleri sorumlulukları, sürdürülebilirlik amaçlarına yaptıkları kurumsal katkıyı ve konuya verdikleri önemi daha somutlaştırmak adına tıpkı özel sektör kuruluşlarının yaptığı gibi sürdürülebilirlik raporlamasına ayrıca önem vermesi tavsiye edilebilmektedir. Kurumsal web sayfalarının, sürdürülebilirlik raporlarının hedef kitlelere ulaştırılmasında ve sürdürülebilirlik iletişiminin yönetilmesinde sahip olduğu kapasiteden yararlanılması da önem taşımaktadır.

Araştırmadan elde edilen diğer bulgular, belediyelerin Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından ortaya konan sürdürülebilirlik amaçlarına yönelik faaliyetler gerçekleştirdiklerine işaret etmektedir. Bu amaçlar içinden ise açlığın sona erdirilmesi (%10,7), yoksulluğun bitirilmesi (%10,2) ile sağlık ve kaliteli yaşam (%10,2) kaliteli eğitim (%10), sanayi, yenilik ve altyapı (%9,5) eşitsizliklerin azaltılması (%8,8) ile sürdürülebilir şehir ve toplumlar (%8) amaçlarına yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Mevcut durumda belediyeler tarafından gerçekleştirilen sürdürülebilirlik uygulamalarında daha az ağırlığa sahip bulunan karada yaşam, iklim aksiyonu, cinsiyet eşitliği, ekonomik ve temiz enerji, sorumlu tüketim ve üretim, amaçlar için iş birliği, temiz su, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, su altı yaşamı ile barış, adalet ve güçlü kurumlara yönelik amaçların da sürdürülebilir kalkınma ve gelişme açısından sahip olduğu önemin belediyeler tarafından dikkatle değerlendirilmesi ve bu amaçlara yönelik sürdürülebilirlik uygulamalarının gerçekleştirilmesi tavsiye edilmektedir.

Bu çalışmada sürdürülebilirlik konusu kamusal halkla ilişkiler bağlamında yerel yönetim kurumları olarak belediyelerin uygulamaları üzerinden incelenmiştir. Gelecek çalışmalarda merkezi devlet yönetim organlarının sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik incelemelerin gerçekleştirilmesi ve farklı devletlerin sürdürülebilirliğe ilişkin kamusal politika ile uygulamalarını ve sürdürülebilirlik iletişimi çabalarını karşılaştırmaya yönelik araştırmaların yürütülmesi önerilebilmektedir.

Kaynakça

- Adams, C. A. & Frost, G. R. (2006). Accessibility and functionality of the corporate web site: Implications for sustainability reporting. *Business Strategy and the Environment*, 15, 275-287.
- Agostino, D. (2013). Using social media to engage citizens: A study of Italian municipalities. *Public Relations Review*, 39(3), 232-234.
- Alcaraz-Quiles, F. J., Navarro-Galera, A. & Ortiz-Rodrigues, D. (2015). Factors determining online sustainability reporting by local governments. *International Review of Administrative Sciences*, 81(1), 79-109.
- Balta Peltekoğlu, F. (2007). *Halkla ilişkiler nedir?*. Genişletilmiş 5. baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Baskin, O., Aronoff, C. & Lattimore, D. (1997). *Public relations the profession and the practice*. 4th edition, Boston: McGraw Hill.
- Başok, Yurdakul, N., Dinçer, M. K. & Coşkun, G. (2011). Belediyelerde halkla ilişkiler yönetimi: İzmir ili belediyelerine yönelik bir araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(2), 198-229.
- Berger, B. K. (2005). Power over, power with, and power to relations: Critical reflections of public relations, the dominant coalition, and activism. *Journal of Public Relations Research*, 17(1), 5-28.
- Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı-UNDP (2021). *Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı sürdürülebilir gelişme amaçları listesi*. Retrieved from <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.
- Boztepe, H. (2014). *Kamusal halkla ilişkiler*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Büchner, L. M. (2012). Corporate social responsibility and sustainability from a global, European and corporate perspective: Corporate social responsibility and sustainable governance. *EuroTimes*, 13, 41-55.
- Cho, M., Park, S. Y. & Kim, S. (2021). When an organization violates public expectations: a comparative analysis of sustainability communication for corporate and nonprofit organizations. *Public Relations Review*, 47, 1-9.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations*. 9th edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Dolea, A. (2012). Institutionalizing government public relations in Romania after 1989. *Public Relations Review*, 38, 354-366.
- Eraslan Yayınoglu, P. (2005). Yerel yönetim kuruluşlarında halkla ilişkiler işlevi ve yeni yaklaşımlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, 3(4), 41-52.
- Faber, B., Budding, T. & Gradus, R. (2020). Assessing social media use in Dutch municipalities: political, institutional, and socio-economic determinants. *Government Information Quarterly*, 37, 1-9.
- Grunig, J. E. (2006). *After 50 years: The value and values of public relations*. The Institute for Public Relations 45th Annual Distinguished Lecture, New York, 1-7.
- Güllüpinar, H. (2013). Public relations in strategic management: The case of metropolitan municipalities in Turkey. *Turkish Studies*, 8(6), 215-231.
- Güzelcık Ural, E. (2006). *Stratejik halkla ilişkiler uygulamaları*. İstanbul: Birsın Yayınevi.

- Hagelstein, J., Einwiller, S. & Zerfass, A. (2021). The ethical dimension of public relations in Europe: digital channels, moral challenges, resources, and training. *Public Relations Review*, 47, 1-9.
- Haro-de-Rosario, A., Saez-Martin, A. & Caba-Perez, M. C. (2018). Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook?. *New Media & Society*, 20(1), 29-49.
- Herbohn, K., Walker, J. & Loo, H. Y. M. (2014). Corporate social responsibility: The link between sustainability disclosure and sustainability performance. *Abacus A Journal of Accounting, Finance and Business Studies*, 50(4), 422-459.
- Herzig, C. & Schaltegger, S. (2006). Corporate sustainability reporting. In S. Schaltegger, M. Bennett & R. Burritt (Eds.) *Sustainability Accounting and Reporting* (301-324). New York: Springer.
- Holtzhausen, D. R. (2000). Postmodern values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 72(1), 93-114.
- Huang, Y. C., Wu, F. & Huang, Q. (2017). Does research on digital public relations indicate a paradigm shift? An analysis and critique of recent trends. *Telematics and Informatics*, 34, 1364-1376.
- Ihlen, Ø. & Shin, S. (2015). How public relations works: Theoretical roots and public relations perspectives. *Public Relations Review*, 33, 243-248.
- Kanar Taslak, E. & Boztepe Taşkıran, H. (2021). Kamusal halkla ilişkiler ve dijital iletişim uygulamaları: İstanbul ilçe belediyeleri üzerine bir araştırma. *İletişim ve Diplomasi*, 5, 3-24.
- Karsak, B., Yılmaz Altuntaş, E. & Sancar Demren, G. A. (2018). Stratejik iletişim yönetiminde dijital kanalların önemi: halkla ilişkiler uygulayıcılarının dijital kanal kullanımına yönelik niteliksel bir araştırma. *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 1(1), 6-17.
- Ki, H. J. & Shin, S. (2015). Organization sustainability communication (osc): Similarities and differences of osc messages in the United States and South Korea. *Computers in Human Behavior*, 48, 36-43.
- Lovari, A. & Parisi, L. (2015). Listening to digital publics: Investigating citizens' voices and engagement within Italian municipalities' Facebook pages. *Public Relations Review*, 41(2), 205-213.
- Lyle, S. P. (2004). Archiving of annual reports on Fortune 500 corporate web sites. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 10(1), 3-12.
- Milne, M. J. & Gray, R. (2007). Future prospects for corporate sustainability reporting. In D. Gibassier & J. Unerman (Eds.) *Sustainability Accounting and Accountability* (184-207). London: Routledge.
- Moreno, A. & Capriotti, P. (2009). Communicating CSR, citizenship and sustainability on the web. *Journal of Communication Management*, 13(2), 157-175.
- Morhardt, J. E. (2010). Corporate social responsibility and sustainability reporting on the internet. *Business Strategy and the Environment*, 19, 436-452.
- Newig, J., Schulz, D., Fischer, D., Hetze, K., Laws, N., Lüdecke, G. & Rieckmann, M. (2013). Communication regarding sustainability: Conceptual perspectives and exploration of societal subsystems. *Sustainability*, 5, 2976-2990.
- Okay, A. & Okay, A. (2012). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları*. Genişletilmiş 5. Basım. İstanbul: Der Yayınları.
- Özgen, E. (2006). *Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri*. İstanbul: Mavi Ağaç Kültür Sanat Yayıncılık.
- Özgen, E. (2019). Hedef kitlenin dijital dönüşümü. In E. B. Sarıoğlu (Ed.) *Dijital Halkla İlişkiler* (15-28). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Özüpek, N. (2013). *Belediyelerde halkla ilişkiler*, 2. baskı, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Pieczka, M. (2011). Public relations as dialogic expertise? *Journal of Communication Management*, 15(2), 108-124.

- Reber, B. H. & Kim, J. K. (2006). How activist groups use websites in media relations: Evaluating online press rooms. *Journal of Public Relations Research*, 18(4), 313-333.
- Rikhardsson, P, Andersen, A. J. R. & Bang, H. (2002). Sustainability reporting on the internet: A study of the Global Fortune 500. *Greener Management International*, 40, 57-75.
- Rivero, O. & Theodore, J. (2014). The importance of public relations in corporate sustainability. *Global Journal of Management and Business Research*, 14(4), 20-24.
- Roper, J. (2012). Environmental risk, sustainability discourse, and public relations. *Public Relations Inquiry*, 1(1), 69-87.
- Sayımer, İ. (2012). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*, 2. Baskı, İstanbul: Beta Basım.
- Signitzer, B. & Prexl, A. (2008). Corporate sustainability communications: Aspects of theory and professionalization. *Journal of Public Relations Research*, 20, 1-19.
- Solmaz, B. & Görkemli, H. N. (2012). Büyükşehir belediyeleri ve sosyal medya kullanımı. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 18, 9-20.
- Sommerfeldt, E. J. & Yang, A. (2018). Notes on a dialogue: twenty years of digital dialogic communication research in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 30(3), 59-64.
- Steyn, B. & Niemann, L., (2014). Strategic role of public relations in enterprise strategy, governance and sustainability-a normative framework. *Public Relations Review*, 40(2), 171-183.
- Tewari, R. & Dave, D. (2012). Corporate social responsibility: communication through sustainability reports by Indian and multinational companies. *Global Business Review*, 13(3), 393-405.
- T. C. İç İşleri Bakanlığı (2021). *Türkiye'nin büyükşehirleri listesi*. Retrieved from <https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx>.
- Tortop, N. (1990). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Vercic, D., Vercic, A. T. & Sriramesh, K. (2015). Looking for digital in public relations. *Public Relations Review*, 41, 142-152.
- Wang, D. H. M., Chen, P. H., Yu, T. H. K. & Hsiao, C. Y. (2015). The effects of corporate social responsibility on brand equity and firm performance. *Journal of Business Research*, 68, 2232-2236.
- Watson, T. & Noble, P. (2005). *Evaluating Public Relations*. London: Kogan Page.
- Wolf, K. & Archer, C. (2018). Public relations at the crossroads: the need to reclaim core public relations competencies in digital communication. *Journal of Communication Management*, 22(4), 494-509.
- Zavattaro, S. M. (2010). Municipalities as public relations and marketing firms. *Administrative Theory & Praxis*, 32(2), 191-211

Municipalities and Sustainability Practices in the Context of Governmental Public Relations: A Study on Metropolitan Municipalities in Turkey

Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN*

As a strategic management function, public relations aims to build, maintain and manage positive and long-term relationships based on mutual benefit, understanding, goodwill, trust and dialogue between corporations and target audiences. When evaluated within the context of contemporary management approach, it is known that public institutions, private sector organizations and non-governmental organizations requires public relations. Regardless of which sector they operate in, the necessity of applying to public relations comes to the fore in order for all corporations to successfully achieve their goals, fulfill their corporate missions and maintain their existence.

Considering the historical development of public relations, it is seen that private sector organizations that aspire to gain an advantage in the competition race intensively resort to public relations strategies and practices in order to have an important advantage such as target audiences' support and approval. Similarly, public institutions, which are established with public capital and which have the aim of revealing the public interest through public service delivery need public relations. From this point of view, it can be said that governmental public relations is a significant specialization of public relations.

Governmental public relations involves public relations strategies and practices put forward by all types and levels of public institutions including central and local government. Governmental public relations ensures that the views, expectations and suggestions of the public are taken into account in shaping corporate decisions, policies and practices by public institutions; contributes to the strengthening of participatory management approach and makes it possible to adopt a governed-oriented approach.

In governmental public relations, municipalities, with which the public is in direct contact, come to the fore. Municipalities are local government institutions that are responsible for the delivery of

* Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: hatun.boztepe@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3447-9174

public services within the borders in which they operate. Sustainability, which is on the agenda of international organizations and governments and is evaluated in relation to public policies, have come to the fore in accordance with public expectations and social awareness in recent years. It is important for municipalities to consider sustainability practices within the scope of governmental public relations.

The effective and efficient use of scarce resources and transferring them to future generations, leaving a more livable world to the next generations, reducing inequalities in the social structure and providing people with a better quality of life are deemed as sustainability-related issues; and today, awareness towards these issues has increased. This makes it necessary for public institutions, private sector organizations and non-governmental organizations to focus on sustainability management. In this respect, municipalities should also take responsibility for ensuring the achievement of sustainability goals within the boundaries in which they operate.

In the literature, there are a number of studies (Güllüpinar, 2013; Özüpek, 2013) evaluating the relationship between municipalities and public relations practices, and some of these studies (Agostino, 2013; Faber, Budding & Gradus, 2020; Haro-de-Rosario, Saez-Martin & Caba-Perez, 2018; Lovari & Parisi, 2015; Solmaz & Görkemli, 2010; Zavattaro, 2010) focus on the use of new media by municipalities. However, it has been observed that there are not any studies evaluating the sustainability communication practices of municipalities in the context of governmental public relations. Considering the lack of research on this subject in literature, this study has examined sustainability management within the scope of governmental public relations and focused on the sustainability communication practices of municipalities.

For the study, it has been decided to analyze the corporate web pages in order to reveal the current situation regarding the sustainability practices of municipalities. A study has been conducted on the sample of 30 metropolitan municipalities in Turkey which have a wide range of activities as a local government institution and have more responsibilities related to local development and sustainability. Content analysis technique, one of the qualitative research methods, has been adopted in this study. The aim of the study is to determine whether the issue of sustainability, which is mostly associated with private sector organizations, is reflected in the practices of the municipalities. In addition, it has been planned to reveal the focus and intensity of sustainability practices of municipalities in line with the sustainability goals set forth by the United Nations Development Program (UNDP). The other aim of the study is to demonstrate the state of benefiting from sustainability reports and corporate web pages in sustainability communication of municipalities.

In the literature, there are various studies (Rikhardsson, Andersen & Bang, 2002; Adams & Frost, 2006; Morhardt, 2010) on the use of corporate web pages in corporate sustainability communication. However, it has been detected that the number of studies (Alcaraz-Quiles, Navarrow-Golera & Ortiz-Rodrigues, 2015) examining the use of web pages by municipalities is quite few. The necessity of addressing this gap forms the basis of this research.

In line with the findings obtained from the research, it has been determined that metropolitan municipalities in Turkey do not benefit from their corporate web pages in terms of sustainability

reporting. It has been revealed that municipalities implement sustainability practices, but do not consider these practices within the scope of sustainability management or do not make specific efforts for sustainability communication. The findings have also indicated that municipalities carry out sustainability communication in line with annual reports. In addition, it has been determined that the most focused UNDP sustainable development goals in municipalities' sustainability practices are zero hunger (10,7 %), no poverty (10,2 %), good health and well-being (10,2 %), and quality education (10,2 %).