

PROAKTİF HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK JANDARMA HİZMETİ

Doç. Dr. K. Özkan ERTÜRK*, Öğr. Gör. Muradiye BULUT*

ÖZ

Bu çalışmada, Jandarma hizmetinin bir proaktif halkla ilişkiler uygulaması olarak değerlendirilmesi konu edilmektedir. Halkla ilişkiler mal ya da hizmet üretmek için kurulan bir örgütün kamuları ile arasında güven, onay ve rızaya dayalı, iletişim temelinde olumlu ilişkileri kurma ve sürdürme amacıyla planlanan sistemli faaliyetlerin toplamıdır. Bu anlamda, proaktif halkla ilişkiler, örgütün kamuları ile arasında sağlanmaya çalışılan bu olumlu ilişkileri sekteye uğratan olumsuzlukların, ortaya çıkmadan öngörülerek önlenmesi amacıyla yürütülen çalışmalardır.

Halkla ilişkilerin Jandarma hizmetinin yürütülmesine sağladığı olumlu katkıların ortaya konulması bu çalışmanın amaçlarından birisidir. Bununla birlikte, bir proaktif halkla ilişkiler uygulaması olarak Jandarma hizmetinin halk ve Jandarma arasındaki ilişkilere sağlayacağı katkılar ve olası sorunların öngörülebilirliğinin, Jandarma hizmetinin halk nezdindeki algısını olumlu yönde etkileyeceği varsayılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Halkla İlişkiler, Jandarma Hizmeti, Proaktif Halkla İlişkiler.

ABSTRACT

In this study, Gendarmeria services is subject to assessment as a proactive public relations exercises. Public relations is a sum of an organization activities that is established to produce goods or services. Public relations is also systemically planned activities which is establish to set maintain positive relationships on the basis of communication between that organization and

its target groups using based mutual trust, approval and consent. In this sense, we assume that proactive public relations is a kind of activities which aims to prevent of these positive relationship between organization and its target groups before any disturption may occurred their good relationships.

To reveal a positive effects of public relations to the services of gendarmerie is one of the main aims of this study. However, we assumed that as the application of a proactive public relations service of the gendarmerie provides to solve potential problems between public and gendarmerie and this proactive public relations effects positively the perception of the people on gendarmerie's foundation.

Key Words: Public Relations, Gendarmerie Service, Proactive Public Relations

* Doç.Dr.,Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, ozkanerturk@mynet.com

* Öğ.Gör.,Jandarma Astsubay Meslek Yüksekokulu Öğretim Elemanı, muradiyebulut@windowslive.com

GİRİŞ

Örgüt ve kamuları arasında güven, onay ve rızaya dayalı olumlu ilişkiler kurularak sürdürülmesi amacıyla yürütülen planlı ve sistemli iletişim çalışmaları, halkla ilişkilerin konusunu oluşturur. Jandarma, ülkemizde emniyet, asayiş ve kısaca kamu düzeninin korunmasını görev edinmiş kolluk hizmeti olarak bilinmektedir. Halkın huzur, emniyet ve güveninin tesisi için Jandarmanın halk ile iç içe ve onunla sürekli diyalog ve iletişim halinde olması gerekir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri açısından, örgüt ile kamuları arasında olumlu ilişkilerin oluşturulması ve sürdürülmesinde ortaya çıkan sorunların örgüt tarafından öngörülerek önlenmesi büyük bir öneme sahiptir. Örgütle kamular arasında beklenmedik bir zamanda ve beklenmedik bir biçimde ortaya çıkan çeşitli sorunlar, çoğunlukla 'kriz' olarak değerlendirilir. Olumlu ilişkilerin oluşmasını ya da sürdürülmesi sürecini sekteye uğratabilecek olan bu tür sorunların çözümü, ilişki ve iletişimin sürdürülmesi noktasında önem taşır.

Kriz durumlarında yürütülen iletişim temelindeki çalışmalar reaktif halkla ilişkiler uygulamalarına örnek olarak gösterilebilir. Çünkü bu durumda örgüt ve kamuları arasında sorun ortaya çıkmış ve örgüt, sorunu oluşmadan önce öngörememiştir. Bu türden uygulamalar daha çok kriz yönetimine yaklaşmaktadır. Sorunların ortaya çıkmadan ya da henüz örgüt ile kamuları arasındaki iletişim sürecini etkilemeden öngörülerek halkla ilişkiler faaliyetlerinin uygulamaya geçirilmesi ise, proaktif halkla ilişkiler olarak adlandırılmaktadır. Proaktif halkla ilişkilerde ise daha çok krizler ortaya çıkmadan önce nedenleri ile birlikte öngörülmeye çalışılarak, örgüt ve kamuları arasındaki ilişki ve iletişimi olumsuz anlamda etkilemeden önlemler alınır.

Jandarma hizmetinde halkın güven, huzur ve emniyeti için bir takım faaliyetler gerçekleştirilir. Bu faaliyetlerde çoğu zaman halkla yüz yüze yakın bir ilişki içerisinde olmak gerekmektedir. Bu anlamda halkla sürekli olarak ilişki ve iletişim halinde olan Jandarmanın da halkla ilişkilerin yöntem ve uygulamalarına sıklıkla başvurması kaçınılmazdır. Bu çalışmada da Jandarma hizmeti ile halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve uygulamaların ilişkisi, halkla ilişkiler faaliyetlerinin Jandarma hizmetine etkisi ve katkısı gibi konular üzerine çıkarımlar gerçekleştirilmiştir.

1. JANDARMA KAVRAMI VE JANDARMA HİZMETİNİN TANIMI

Jandarmanın çeşitli eser ve kaynaklarda da değişik şekillerde tanımı yapılmış olmasına rağmen, Jandarma kavramı aynı anlamda kullanılmıştır. Jandarma, Fransız idari sistemi kaynaklı bir kavramdır. Fransızca “Gendarmerie” kelimesinin Türkçe’ye geçmiş hali Jandarmadır. Fransız kaynaklarında Jandarma, “Gens” ve “D’armes” kelimelerinin birleştirilmesiyle meydana gelmiş olup, “silahlı adamlar” demektir (Akman, 1991: 59). Meydan Larousse’da Jandarma; silahlı kimseler olarak tanımlanmakta, Grand Larousse’de ise Jandarma, ülkenin emniyet ve asayişini sağlayan, genel güvenlik ve kamu düzeninin korunmasını ve devamını temin eden, kanun nizam ve emir hükümlerinin uygulanması ile görevli silahlı ve askeri bir kuvvet olarak tanımlanmaktadır.

Her ne kadar Jandarma kelimesinin Fransız kaynaklarından geldiği görülse de bu kelimeyi doğu menşeli olarak gösteren kaynaklara da rastlamak mümkündür. Anadolu’nun bazı köylerinde “candarma”, Rumeli’de “candırma” olarak telaffuz edilen bu kelimenin kökü olan “candar” kelimesi Farsça olup; “can” sağlık –hayat, “dar” tutan-tutucu manasında kullanılmıştır, dolayısıyla kelime Fransızca olmaktan çok doğu menşelidir (Okçabol, 1938: 58) denilmektedir.

2803 sayılı Jandarma Teşkilat Görev ve Yetkileri Kanunu’nun 3.maddesinde; “Türkiye Cumhuriyeti Jandarması, emniyet ve asayiş ile kamu düzeninin korunmasını sağlayan ve diğer kanun ve nizamların verdiği görevleri yerine getiren silahlı, askeri bir güvenlik ve kolluk kuvvetidir.” denilmiştir. 1706 sayılı Jandarma Kanununun 1. maddesinde de “Türkiye Cumhuriyeti Jandarması umumi emniyet ve asayiş korumaya, kanun ve nizam hükümlerinin icrasını teminine ve bunlara müstenit hükümet emirlerini ifaya memur edilen bir inzibat kuvvetidir.” hükmüne yer verilmiştir. Jandarma genel kolluk kuvveti olup, doğrudan doğruya idare kuvvetinin içinde yer alır. Askeri kuvvetler sivil idarenin emri altında olmadığı halde, askeri yönü de olan Jandarma sivil idarenin emrinde çalışır ve ona bağlıdır (Eğdemir, 1972: 12).

Türkiye’de il ve ilçe belediye sınırları dışında kalan yerler ile polis teşkilatının olmadığı alanlarda kendisine 2803 sayılı Jandarma Teşkilatı Görev ve Yetkileri Kanunu ile 2559 sayılı Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu’nda ve diğer yasalarda verilen görevleri yerine getiren askeri güvenlik ve kolluk kuvvetine Jandarma denilmektedir.

Ülkemizde Jandarma, emniyet ve asayiş ile kamu düzeninin korunmasını sağlamak, diğer kanun ve düzenlemelerin kendisine verdiği görevleri yerine getirmekle yükümlüdür. İçişleri Bakanlığına bağlı olarak görev Jandarma birlikleri, seferberlik ve savaş durumlarında gerekli olan bölümü ile kuvvet komutanlıkları emrine girer.

a. Türkiye' de Jandarmanın Görevleri

1839 yılında kurulmuş olan Jandarma teşkilatının görevleri 2803 sayılı Jandarma, Teşkilat Görev ve Yetkileri Kanunu'nda sayılmıştır. Kanunun 7'nci maddesine göre Jandarmanın görevleri adlî, askerî, mülkî ve diğer olmak üzere, toplam dört ana başlık etrafında toplamak mümkündür. Bu görevler:

(1) Jandarmanın Adlî Görevleri

- (a) Suç işlenmesini müteakip suç ve suçluların ortaya çıkarılması,
- (b) Suçluların yakalanması,
- (c) Suç delillerinin adli makamlara intikal ettirilmesi,
- (ç) Cumhuriyet Savcısının talimatı ile ön soruşturmanın yapılması,
- (d) Cezaevlerinden adliye mahkûm sevkidir.

(2) Jandarmanın Askerî Görevleri:

Mülki, adli ve askeri görevler dışında kalan, kanun ve nizamlar ile emir ve alınan kararlar doğrultusunda ifa edilmesi gereken, tesis ve şahıs koruması ile nakil emniyeti gibi görevlerdir.

(3) Jandarmanın Mülkî Görevleri:

- (a) Genel emniyet ve asayişin sağlanmasına yönelik hizmetlerin ilgili mevzuata uygun olarak yürütülmesinin sağlanması,
- (b) Asayiş suçundan toplumun nasıl korunacağı hakkında halkın bilgilendirilmesi, çocukların ve gençlerin suça yönelmelerini ve suçta kullanılmalarını önleyici tedbirlerin alınması hizmetlerinin yürütülmesi,
- (c) Asayiş suçları hakkındaki bilgi ve istatistikleri değerlendirmek, suç analizi yapmak veya yaptırmak ve bunları değerlendirerek asayiş suçlarının önlenmesi için suçla mücadele yöntemlerinin belirlenmesi,

- (ç) Suç işlenmesini önleyici faaliyetlerin yürütülmesi,
- (d) Kaçakçılığın men, takip ve tahkiki,
- (e) Ceza infaz kurumu ve tutukevlerinin dış korumasıdır.

(4) Jandarmanın Diğer Görevleri:

Jandarmanın mülkî, idari ve askerî görevlerinin dışında kalan, kanun ve düzenlemeler ile emir ve alınan kararlar doğrultusunda yerine getirilmesi gereken, tesis ve şahıs koruması ile nakil emniyeti gibi görevleri, diğer görev ve sorumlulukları arasında yer almaktadır.

Yukarıdaki tanımlar ve açıklamalar ışığında değerlendirildiğinde Jandarma hizmetinin, toplum halinde yaşamının gerektirdiği uyum, uzlaşma ve güven ortamının oluşturularak devam ettirilmesinde önemli rol ve görevler üstlendiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu anlamda, Jandarma toplumsal güvenlik ve huzurun tesisinde, devamlılığında önemli roller üstlenmiş olan bir kurumdur. Bu açıdan Jandarmanın, insanlar arası ilişkiler ve örgüt ile kamuları arasında güven, onay ve rızaya dayalı olumlu ilişkiler geliştirmek sürdürmek çabasında olan halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanması olağan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. HALKLA İLİŞKİLERDE FARKLI YAKLAŞIMLAR

Halkla ilişkiler bir örgüt ile kamuları¹ arasında, iletişime dayalı olumlu ilişkiler kurma, olumlu imajlar oluşturma, geliştirme ve sürdürme amacına yönelik, planlı iletişim çabalarının toplamıdır. Bu anlamda halkla ilişkilerde çoğu zaman; iletişim ve karşılıklı etkileşim temel alınarak farklı beklenti ve ihtiyaçlara sahip tarafların, ortak amaçlar etrafında koordine edilmesi amaçlanır. Bu yönüyle halkla ilişkilerin de özünde, bir *uzlaşma* aracı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu anlamda iletişimi temel alan halkla ilişkiler faaliyetleri ve küreselleşme arasında, -farklı geçmiş ve beklentilere sahip yaşamların bir uyum çerçevesinde uyumlaştırılarak uzlaştırılması noktasında- bir ortaklık olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Araştırmacıların büyük bir bölümü tarafından halkla ilişkilerin, insanların toplum halinde yaşamaya başlaması ile eş zamanlı bir gelişim süreci izlediği kabul edilmektedir. "Eski Yunan ve Roma toplumlarında uygulanan **Forumlar** halkla ilişkilerin en eski örnekleri olarak bilinmektedir" (Asna, 1986: 37). Halkla ilişkiler uygulamalarına modern anlamda

rastlanılmaya başlanması, sosyoekonomik koşulların bir miktar da olsa zorlanması ile yirminci yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'da olmuştur. Daha çok, demokratik yapının özellikle toplumsal düzeyde tam anlamıyla kurumsallaştığı toplumlarda halkla ilişkiler çalışmalarının gelişerek güçlendiğini söylemek mümkündür.

a. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Toprağın kamusal anlamda dahi sahipliğe konu edilmediği *ilkel* dönemlerde insanlığın karşılaştığı belki de tek temel çelişki, *insan-doğa* çelişkisiydi. Bu dönemlerde insanlar yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla mücadele edip; aynı zamanda yaşamı kolaylaştırmak adına doğayı değiştirmeye/dönüştürmeye de çabalıyorlardı. Yaşam koşullarını iyileştirme yolunda çok yavaş da olsa doğayı dönüştürmeyi/değiştirmeyi başarabilen insan, yine aynı süreçte başka bir çelişkinin daha ortaya çıkmasına neden olmuştur; bu çelişki de insan-insan çelişkisidir. Bu şekilde insanlar yaşamı kolaylaştırmak için artık yalnız doğayla değil, birbirleriyle de mücadele etmek durumunda kaldılar. Bu durum toplumsal anlamda yöneten-yönetilen, üreten-tüketen, alan-satan gibi çeşitli farklılıkların ve çeşitliliğin de oluşmasına neden oldu.

Toplumsal anlamda insanın insanla mücadelesi sonucunda gözlenen farklılıkların ortaya çıkmasıyla beraber *yönlendirme*, *manipülasyon*, *ajitasyon* ve *ikna* gibi uygulamalara da gerek duyulmaya başlandığı gözlenir. Süreç içerisinde, bu gereksinimleri karşılamaya yönelik dönemin sosyal, siyasal, ekonomik ve teknolojik koşullarına bağlı olarak farklı yöntem ve tekniklerin uygulanmaya başlandığı gözlemlenmiştir (Biber, 2004: 19).

Özellikle 19. yüzyılın sonlarına doğru Batılı toplumlarda –güç denge ve ilişkilerinin de değişmesi sayesinde- baskı ve şiddetle insanları yönlendirmenin/yönetmenin mümkün olamayacağı anlaşılmıştır. Buna karşın toplumsal anlamda genel anlayış, güven ve sempati yaratmak, oluşturmak veya bunu geliştirmek; bir organizasyon ya da topluluk için anlayış, güven ve sempati geliştirirken, çevrelerinde aynı anlamda bir sistem oluşturmak, kurmak, yapısal olarak değiştirmek, kurumsallaştırmak, sağlamlaştırmak; güven ve sempatiyi sürekli olarak muhafaza etmek, sürdürmek, iyileştirmek, güçlendirmek, çoğaltmak gibi rıza ve güvene dayalı bir ikna ve yönlendirmenin yolları aranmaya başlanmıştır.

Baskı ve şiddet yüzünden toplumun yönlendirilip/yönetilmesinin – sürekli bir değişim ve dönüşüm sergileyen sosyokültürel ve toplumsal yapı nedeniyle- mümkün olamayacağının anlaşılması; sivil toplumun güçlenmesi, her türlü baskıya karşılık verebilecek farklı güç odaklarının ortaya çıkmaya başlaması, toplumsal yapıların çoğulcu nitelik kazanması gibi gelişmeler sayesinde gerçekleşmiştir (Biber, 2004: 19-20). Bu sayede toplumsal taraflar arasında onaya, rızaya, güvene dayalı bir ilişki tarzının zorunlu olmaya başladığı gözlenmiştir.

Toplumsal anlamda yaşanan tüm bu gelişmeler ışığında;

(a) Başka organizasyonlar/topluluklar, sistemler, gruplar ile iletişim kurmak, bu iletişimi sürekli olarak muhafaza etmek ve sürekli hale getirmek;

(b) Bir organizasyonun, sistemin kendi ilgilerini dışarıya doğru, kamu nezdinde geçerli kılmak, temsil etmek, ortaya koymak ve grup içerisinde kendi ilgilerini açıkça ifade etmek, bunu devamlı olarak sürdürmek;

(c) Kamuoyunu organizasyonun kendi ilgisi yönünde etkilemek;

(ç) Diğer ilgililerle, üretim ve işbirliği amaçlı anlaşma sağlamayı, karşılıklı ilişki kurmayı, birlikte hareket etmeyi hedeflemek;

(d) Anlaşma ve karşılıklı ilişki ile kendi organizasyonunun varlığını ve gelişimini desteklemek gibi –uzlaş ve hoşgörü temelli- faaliyetler zorunlu hale gelmiştir

Toplumsal süreçte yaşanan hızlı değişim/dönüşümlerin organizasyon sürecindeki yönetme/yönlendirme ilişkilerini de etkilediği gözlenmiştir. Baskı ve şiddet yerine uzlaş ve hoşgörüye dayalı rıza ve onayın yönetsel süreçte önem kazanması, iletişim yönetimini de kapsayan bir kavram olan **halkla ilişkileri** ön plana çıkarmıştır. Halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi, bir örgütün iç ve dış kamularla (hedef kitle), yani örgütün hedeflerine ulaşma yeteneğini etkileyen gruplarla kurduğu iletişime ait planlama, yürütme ve değerlendirme etkinliklerinin toplamını ifade eder (Grunig, 2005: 15). Burada iletişim ve halkla ilişkiler, yeni yönetim anlayışında uzlaş ve hoşgörünün önemini vurgulayan iki olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Halkla ilişkilerin toplumsal dönüşüm sürecinde önemli bir yere ulaşmasında temel olarak -birbirine bağlı- iki gelişmenin rol oynadığını söylemek mümkündür. Bu gelişmelerden ilki, özünde demokrasiyi

benimseyen devletlerin mevcut ideolojilerini topluma benimsetmek ve sürdürmek için baskı ve şiddete dayalı uygulamaları terk ederek nispeten daha ılımlı/insancıl yollara başvurmaya başlamasıdır. Nitekim iki kutuplu dünya düzeninde liberal sistemin savunuculuğuna soyunan devletler, varlık nedenlerini benimsetmek amacıyla halkla ilişkileri kullanmaktan kaçınmamışlardır. Buna bağlı olarak ortaya çıkan ikinci gelişme ise, liberal sistemin özel girişime alternatif olacak bir takım eğilimleri toplumsal sisteme entegre etmek için halkla ilişkileri kullanmalarıdır.

Farklı kaynaklarda farklı tanımlamalarla ifade edilen halkla ilişkilerin, “halkı belirli bir tutumu kabule ya da belirli bir uygulama yolunu izlemeye inandırma” (Tortop, 1993: 5) faaliyetlerini kapsayan; yöneticilikle yakından ilintili bir *bilim* ve *sanat* dalı olduğunu söylemek mümkündür. Buradan hareketle halkla ilişkileri, özünde kabul ya da inandırma amacına ulaşabilmek için başvuru, yönetsel süreçlerle yakından ilgili, bilim ve sanata ilişkin özellikler taşıyan bir olgu olarak görebiliriz. Yönetsel süreçlerle ilgisini vurgulayan bir tanımda Ertekin halkla ilişkileri; “genellikle yönetimle ilgili olarak, belli bir davranışı benimsetmek ya da belli yönde bir hareket yaratmak için halkı inandırma (ikna etme) sanatı” olarak betimler (1986: 13).

Halkla ilişkiler, karşılıklı anlayış, hoşgörü ve uzlaşma kültürünün, yönetsel süreçlerin hemen her aşamasında etkin kılınması gerekliliğine vurgu yapar. Bu anlamda halkla ilişkiler, “yönetimin izlemekte olduğu politikaların halka benimsetilmesi, çalışmaların sürekli ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması ve buna karşılık halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün ve yönetimden ne istediğinin bilinmesi (tanıma ve tanıtma) ve halkla işbirliği sağlanması görevidir” şeklinde özetlenebilir (Ertekin, 1986: 14). Bir başka deyişle halkla ilişkiler, bir örgütün sunduğu hizmetin geliştirilmesi amacıyla yürütülen ve kamuoyunu etkilemeye yönelik ilişki biçimlerini içeren planlı çabalardır.

b. Gelişim Çizgisinde Yer Alan Temel Modeller ve ‘Halkla İlişkiler Süreci’

Halkla ilişkilerin ortaya çıkışında önemli rol oynayan faktörler; **demokratikleşme, teknolojik gelişmeler, sosyo-kültürel gelişmeler ve bütünleşme sorunu, meşruiyet sorunu ve rekabet olgusunun küreselleşmesidir**. Bu faktörleri aynı zamanda halkla ilişkilerin varlık nedenleri olarak da değerlendirmek mümkündür. Halkla ilişkilerin gelişim sürecinin daha iyi anlaşılabilmesi için, halkla ilişkilerde zaman içerisinde

ortaya çıkan modelleri sırasıyla incelemek faydalı olacaktır. Bu modellerde yaşanan değişim ve gelişmelerin, toplumsal ve siyasal dönüşümlerden bağımsız bir biçimde olmadığı, bilakis büyük oranda toplumsal dönüşümlere koşut olarak gerçekleştiği unutulmamalıdır.

(1) Temel Halkla İlişkiler Modelleri

ABD'deki örgütlerin halkla ilişkiler faaliyetlerinin incelendiği araştırmalar sonucunda ortaya konulan dört temel halkla ilişkiler modeli, halkla ilişkilerin yalnız yöntem ve uygulamalarının değil; buna bağlı olarak tarihsel gelişim sürecinin de aydınlatılması anlamında büyük bir öneme sahiptir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri tarihsel anlamda incelendiğinde ilk olarak 19. yüzyılın ikinci yarısında **tanıtmanın**, halkla ilişkiler modeli olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu modelde; söz konusu örgütün, rakipleri içerisinde en iyisi ve en popüler olduğunu vurgulayarak halkla ilişkileri uyguladığı görülmektedir. Devam eden süreçte -20. yüzyılın başlarında- örgütlerin **tek yönlü kamu enformasyonu modeline** başvurduğu görülmektedir. Bu yılların devamında da iletişim uygulamalarında genel anlamda gelişme gösteren iletişim kurallarına dayalı olarak ikna amaçlı halkla ilişkiler modelinin kullanılmaya başlandığı görülmektedir. 60'lı yıllarla birlikte ise örgüt ve kamusal kategoriler arasında karşılıklı hoşgörü ve anlayışın geliştirilmesi amacıyla **simetrik halkla ilişkiler modeline** başvurulduğu görülmektedir. Bu modelde ise halkla ilişkiler uygulamacıları, örgüt ve kamu kategorileri arasında bir hakem rolü üstlenirken, simetrik iletişimin herhangi bir taraf lehine kaymamasına özen göstermektedir (Mc Quail & Windahl, 1997: 224-225).

Grunig ve Hunt tarafından oluşturulan dört halkla ilişkiler modeli, bu anlamda tipik bir tarihî sentez olarak kabul edilmektedir. Grunig bu modelleri kendi aralarında ikili olarak ayırt etmiş, **Zanaatkâr-Teknik Halkla İlişkiler** ve **Profesyonel Halkla İlişkiler** kategorilerini belirlemiştir. Bu ayırımı göre; tanıtma modeli ve kamu enformasyonu modeli, halkla ilişkilerin daha çok teknik yanlarının ağır bastığı bir halkla ilişkiler anlayışının tezahürüdür. Bu modellerde halkla ilişkiler olarak adlandırılan, ancak yoğun bir biçimde basına dönük olarak gerçekleştirilen faaliyetler söz konusudur. Profesyonel halkla ilişkiler faaliyetleri ise, halkla ilişkiler anlayışı çok daha gelişmiş olan ve çok sayıda değişik kitleye seslenen çift yönlü asimetrik ve simetrik modellerdir. Profesyonel halkla ilişkiler daha ziyade, stratejik iletişim olarak anlaşılmasına rağmen; zanaatkâr-teknik halkla

ilişkiler, halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılan iletişim tekniklerinin kendi amacını kapsar (Okay & Okay, 2005: 84).

Grunig ve Hunt tarafından ortaya atılan dört halkla ilişkiler modelini şu şekilde sıralamak mümkündür:

(a) Tanıtma (Basın Ajansı) Modeli: bu modelde halkla ilişkilerin görevinin, örgütün ürün ya da hizmetlerini mümkün olan her türlü yöntem yardımıyla tanıtabilmek olduğu kabul edilir. Bu modelde temel amaç; hedef kitlenin kontrolünün de sağlanmasıdır. Halkla ilişkiler yönetimi bu amacı gerçekleştirirken iletişimi tek yönlü olarak kullanır ve aynı zamanda, mesajın da doğruluğunu sorgulamadan hareket etmektedir. Yine de faydası olmayan ya da zararlı olabilecek bir tanıtımdan uzak durabilmek amacıyla yanlış uygulamalardan da kaçınıldığı gözlenmektedir. Bu modelde hedef gruplarla kurulan iletişimin sezgisel olması nedeniyle halkla ilişkiler araştırmalarından söz edilmesi de olanaklı değildir. Örgütün yükselen ya da azalan başarı grafiği, halkla ilişkiler politikalarının devam ettirilmesi ya da değiştirilmesi bakımından yeterli görülmektedir.

Halkla ilişkilerin ilk modeli olan bu modelde temel amaç, halkın dikkatinin çekilerek herhangi bir konuda desteğinin sağlanmasıdır. Bu modelde hedeflenen, işletmelerin ya da kişilerin bir biçimde medyada yer alması ve müşterilerin dikkatinin çekilmesidir. Özellikle de kitle iletişim araçlarında, istenilen yönde kamuoyu oluşturulması amacıyla tasarlanmış bir model olarak görülmektedir.

Bu modelde asıl ön planda olan, gerçeğin ne olduğundan çok, olabildiğince geniş kitlelere seslenilmesi ve bu kitlelerin ikna edilmesinin başarılmasıdır. Hedefe ulaştıran hemen her yolun bu modelde etik kaygı güdülmeden kullanılması söz konusudur. Daha çok propaganda amaçlı kullanıma uygun olması, çevresel hâkimiyeti ön planda tutması, araştırma yapmanın gereksiz olarak görülmesi ve destekleyici olmasına karşın, kaynaktan alıcıya doğru tek yönlü bir iletişimi öngörmesi, bu modelin ön plana çıkan özellikleri olarak sıralanabilir.

(b) Tek Yönlü Kamu Enformasyonu/Kamuyu Bilgilendirme Modeli: bu modelde ise halkla ilişkilerin temel görevi; hedef kitleye mümkün olduğunca gerçeğe uygun bilgilerin aktarılmasıdır. Bu modele göre, çalışan halkla ilişkiler görevlileri, örgüt tarafından istihdam edilen gazeteciler gibi rol oynamaktadırlar. Burada halkla ilişkilerin amacı, hedeflenen gruplara mümkün olduğunca fazla ve doğru bilgilerin verilmesi

yoluyla örgüt aleyhine oluşabilecek olumsuz izlenimlerin engellenmesidir. Halkla ilişkiler çalışmalarında, iletişim süreci her ne kadar tek yönlü olarak örgütten hedef kitleye doğru ilerlese de gerektiğinde örgüt aleyhine de olsa doğru bilgilerin saklanmayarak aktarılması büyük bir önem taşımaktadır. Bu modelde de yine halkla ilişkiler araştırmalarına fazla önem verilmezken, basında yer alan haberlerin toplanmasıyla halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarılı kılınması amaçlanmaktadır.

Bu model 1900'lü yıllardan itibaren 1920'lere, iki yönlü asimetric modelin ortaya çıkışına kadar yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Buradaki esas konu; kamunun bilgilendirilmesidir. Örgütler, kendileri hakkında kamuyu bilgilendirirken medyayı yoğun bir biçimde kullanırlar. Bilgi yaymak amacıyla ve salt istenilen mesajların anlaşılabilirliğinin kontrol edilmesi için, kamuyu bilgilendirme modeli kullanılmıştır. Bu dönemin en önemli temsilcisi de Ivy Lee'dir.

Modelin ön plana çıkan özellikleri arasında; salt bilgiyi yayma amacına yönelik olarak işlemesi, çevresel uyum ve işbirliğini ön planda tutarak kaynaktan alıcıya tek yönlü fakat, gerçek bir mesaj akışının gerçekleştiğini ve araştırmaya büyük önem verildiğini saymak mümkündür.

(c) İki Yönlü Asimetric Model: bu modelde halkla ilişkilere atfedilen rol, hedef grupların örgütün temel politikalarına uygun bir duruma gelmeleri için ikna edilmesidir. Bu modelde amaçlanan; -tanıtma modelinde de olduğu gibi- hedef kitlenin kontrol altında tutulmasıdır. Ancak burada farklı olan, örgütün bu iletişimi gerçekleştirirken hedef kitlenin istek ve beklentilerini dikkate alması gerekliliğidir. Bu modele göre, halkla ilişkiler faaliyetlerinde görece iki yönlü bir iletişim gerçekleştirilirken bilimsel ikna yöntemlerinin kullanılarak hedef grupların görüşlerinin örgüt lehinde gelişmesine çaba gösterilmektedir. Yine iki yönlü asimetric modele göre; halkla ilişkiler araştırmaları büyük bir öneme sahiptir. Burada tutum-davranış değişimine ilişkin araştırmalara başvurularak hedef grupların istek ve beklentilerinin örgütün politikaları ile benzer düzeye getirilmesine çalışılmaktadır.

Özetle karşılıklı ancak dengeli olmayan bir iletişime dayalı olan bu model, 1920'li yıllardan itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Temel çıkış noktası, özünde kamuyu örgütün hedefleri ile uyumlu hale getirmek için ikna etmeye çalışmaktır. Burada amaç, bilimsel veriler aracılığıyla kamuyu ikna etmeye çalışmaktır. Tutum ve davranışlar hakkında sosyolojik teorilerin ve araştırma sonuçlarının, halkla ilişkiler kampanyalarının ileteceği

mesajları daha anlaşılır ve şeffaf hale getirmek amacıyla kullanılması da en belirgin özelliklerinden birisidir.

Edward Bernays bu modelin en başarılı temsilcisi olarak kabul edilmektedir. Bernays'a göre halkla ilişkiler uygulayıcıları yaptıkları faaliyetler sonucunda genellikle toplumun sosyal, ekonomik ve siyasî değerlere dair ilgisini artırmalı, topluma örgütler hakkında bilgiler vermeli, toplumu yönlendiren birer aracı konumunda olmalarının yanı sıra hedef kitlenin görüş ve beklentilerini de üst yönetime aktarmalıdır (Karadeniz, 2010: 88).

İki yönlü asimetrik modelin en belirgin özellikleri; bilimsel iknayı amaçlaması, kurumsal anlamda çevresel kontrolü amaçlıyor olması, kaynak ve alıcı arasında iki yönlü bir iletişime yer vermesi, yapılan araştırmaların iletişimi biçimlendirici bir nitelik taşıması ve davranış analizlerine önem verilmesidir.

(ç) İki Yönlü Simetrik Model: bu modelde halkla ilişkilere atfedilen rol, örgütle ilişkide olan hedef kitle arasında karşılıklı anlayışın gerçekleştirilmesidir. Bu uygulamada halkla ilişkilerin iletişim uygulaması, örgüt lehine asimetrik olmaktan çıkar ve simetrik bir hal alır. Burada iletişimin sürekliliğinin sağlanması için gazetecilere hemen her türlü kolaylığı sağlanması amaçlanmaktadır (Flieger & Sohl, 1991: 18-22).

Bu modelde hem örgütün hem de hedef kitlenin tutum ve davranışlarında, uyumun sağlanabilmesi açısından değişiklikler yapılması öngörülebilmektedir. Model, bunu sağlamak için kullanılacak müzakere ve çatışmaları ortadan kaldırma yollarını kapsayan halkla ilişkiler programlarını işaret etmektedir.

3.PROAKTİF YAKLAŞIM VE JANDARMANIN HALKLA İLİŞKİLERİ

Halkla ilişkiler uygulamaları belli bir plan ve program dâhilinde birbirini takip eden eylem ve işlemlerden oluşan bir dizi süreçte gerçekleşir. Halkla ilişkiler süreci başlıca dört aşamadan oluşur. Bu aşamalar sırasıyla; araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirmedir.

Araştırma aşamasında öncelikle, ulaşılmak istenen hedef kitle hakkında bilgi toplanması önemlidir. Daha önceden belirlenmiş olan hedef kitleye dönük olarak hazırlanacak halkla ilişkiler faaliyeti, yapılacak araştırma sonucunda elde edilecek veriler ve sorunun tanımlanması

çerçevesinde planlama aşamasına geçilir. Yapılan planlama sonrasında ise uygulamaya geçirilecek halkla ilişkiler faaliyeti, kitle iletişim araçları ve iletişim yöntemlerinden faydalanılmak suretiyle uygulamaya geçirilir. Son aşamada ise, gerçekleştirilen faaliyetin hedefe ulaşp ulaşmadığı, başarılı olup olmadığı ölçülerek değerlendirme aşamasına geçilir (Çamdereli, 2000: 61).

Güven içinde yaşamının insanın temel ihtiyaçları arasında en ön sıralarda yer aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde insan yaşamı açısından önemli bir yere sahip olan huzur ve güven ortamının sağlanmasında bir kolluk hizmeti olan Jandarmaya önemli görevler düşmektedir.

Modern toplumlarda kolluk güçlerinin hak ve özgürlüklerin korunması, kamu düzeninin sağlanması gibi toplum yaşamı açısından önem taşıyan görevleri yerine getirdiği gözlenmektedir. Günümüz demokratik toplumlarında kolluk gücü olarak Jandarmanın üstlendiği görev ve sorumluluklarını; kişi temel hak ve özgürlüklerinin korunması, suçun önlenmesi ve suçla mücadele edilmesi, kamu huzurunun ve düzeninin sağlanması, halkla yardımcı olunarak halkın hizmetinde olunması şeklinde sıralamak mümkündür.

Genel olarak kolluk hizmetlerinin ve özelde de Jandarmanın her toplumda üstlenmiş olduğu rol ve görevler genelde birbiriyle benzerlik gösterse de farklı ülkelerdeki uygulamalar yakından incelendiğinde, bazı farklılıkların da olduğu göze çarpmaktadır. Bunun temel nedeninin kolluk hizmetlerindeki görev ve yetki alanının çok geniş olduğunu söylemek mümkündür.

Tarihsel sürece bakıldığında kolluk hizmetlerinin öncelikli görevinin İngiltere’de ‘önleme’ (prevention), ABD’de ‘kanun hâkimiyeti’ (law enforcement), Fransa’da ise ‘denetleme’ (control) olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Kolluk hizmetlerinin ülkelere göre farklılık gösterme nedenleri arasında siyasal faktörler, sosyokültürel faktörler ve tarihsel gelenekleri saymak mümkündür.

Kolluk hizmetleri her zaman toplumda meşru güç kullanmayı söz konusu ettiğinden, demokratik toplumlarda kolluk güçlerinin ne yapıp ne yapamayacağı konusu zaman zaman insan hakları ile ilişkilendirilmektedir.

Tüm modern toplumlar suçun kontrol altında tutulması, acil durumlarda halka yardım edilmesi, trafiğin düzenlenmesi, çatışma ve uyumsuzlukların çözümü gibi kamu düzeninin korunmasına yardımcı olmak üzere kolluk güçlerinden yardım alırlar. Bununla birlikte kolluk faaliyetlerinin yürütüldüğü örgütsel koşullar, kullanılan araçlar ve gerçekleştirilmek istenen işler demokratik olan ve olmayan toplumlara göre çok büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Demokratik toplumun tanımlanmasında kullanılan önemli bir unsur, kolluğun sahip olduğu özelliklerdir. Buna göre demokratik toplumlarda kolluk hizmetlerinin doğasında bulunması gereken özellikleri şu şekilde tanımlamak mümkündür:

- Güçlü bir parti ya da onun liderinin isteklerinden çok, insan onuruna saygı gösteren değerlerden oluşan bir hukuka bağlı olarak görevini yerine getirir.
 - Sınırlı ve özenle belirlenmiş durumlarda vatandaşın yaşamına müdahale eder.
 - Kamuya hesap verebilmelidir (Marx, 2001).

Demokratik toplumlarda kolluk güçlerinin görev ve yetkilerinin belirlenmesinde bireylerin taleplerinin de önemli rol oynadığını göz önünde bulundurmak gerekir. Modern ülkelerde kolluk güçlerinin, insan temel hak ve özgürlüklerini güvence altına alınmasını sağlama işlevi de bulunduğu için, bireyler kolluğun temel hak ve özgürlüklerini kullanmayı güvence altına almasını talep etmeli, kolluk güçleri de toplumsal beklentileri karşılamaya yönelik strateji ve politikalar geliştirmelidir.

Sonuç olarak; kolluğun görevlerine bakıldığında hem “hizmet” sunan hem de “güç” kullanan bir birim olduğu görülecektir. Bu güç, hizmetin yerine getirilmesi için kullanılması zorunlu olan kanunî zorlamalardır. Ancak amaç güç kullanmak değil, kişilerin temel hak ve özgürlüklerini kullanabilecekleri huzur ve güven ortamını sağlayacak güvenlik hizmetini yerine getirmektir.

Demokratik kolluğun hizmet yaklaşımına:

- Toplum destekli,
- Proaktif (etkisel/önleyici),
- Problem çözmeye yönelik,

- Uzmanlaşmaya dayalı (teknokratik) gibi anlayışlar hâkimdir (Yalman, 2000: 5).

Halkla ilişkiler faaliyetleri, uygulamaya geçirildikleri süreç bakımından değerlendirilecek olursa; proaktif ve reaktif yaklaşımların ön plana çıktığı görülür. Her iki yaklaşım arasındaki temel fark, halkla ilişkiler uygulamalarının ve uygulamaya ilişkin planın, sorunun ortaya çıkışından önce ya da sonra olmasındadır. Bu anlamda örgüt açısından beklenmedik bir problemle karşılaşıldığında (kriz), uygulamaya konulan halkla ilişkiler faaliyetleri reaktif yaklaşımı ifade ederken; krizin henüz oluşmadan örgüt tarafından öngörülerek önlenmesine ilişkin faaliyetler ise proaktif yaklaşımın bir parçası olarak göze çarpar.

a. Proaktif Halkla İlişkiler

Halkla ilişkilerde reaktif yaklaşımı; “örgütlerin, öngöremeyerek karşı karşıya kaldıkları problemleri çözmeye yönelik çalışmalar şeklinde tanımlamak mümkündür” (Peltekoğlu, 1998: 44). Hızlı bir biçimde değişme potansiyeline sahip olan örgüt çevresinde meydana gelen yeni durumların, çoğu zaman örgütsel açıdan ne gibi sonuçlara yol açacağını öngörmek kolay olmamaktadır. Bu nedenle örgütler açısından istenmeyen durumlarla karşılaşma olasılığının yüksek olduğunu kabul etmek gerekir. Bu gibi durumlarda sorun ya da krizin aşılması için gösterilen çabaların tümü reaktif yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Biber, 2003: 90).

Reaktif halkla ilişkiler faaliyetlerinde, örgüt açısından olumsuz sonuçlara neden olan değişikliklerle ilgilenilir. Örgütler açısından kriz olarak nitelenebilecek durumlarda uygulamaya konan faaliyetleri içeren reaktif halkla ilişkiler, karşılaşılan olumsuz durumların aşılmasında, dış etkenlere karşı bir yanıt niteliği de taşımaktadır. Proaktif halkla ilişkiler faaliyetlerinde daha çok imajın ortaya konulması, güçlendirilmesi ve dolayısıyla gelirin yükseltilmesi amaçlanırken, reaktif halkla ilişkiler faaliyetlerinde; örgütün zarar gören imajının onarılması, Pazar kaybının engellenmesi ve satışların yeniden arttırılması hedeflenmektedir (Bülbül, 2004: 71).

Halkla ilişkilerde proaktif yaklaşımı; örgütü olumsuz bir biçimde etkileyebilecek herhangi bir olay, kriz, uygulama ya da düzenlemenin henüz ortaya çıkmadan öngörülerek gerekli önlemlerin alınması olarak tanımlayabiliriz (Peltekoğlu, 1998: 44).

Proaktif halkla ilişkileri, örgütün pazarlama amaçlarının gerçekleştirilmesi için, ortaya konulan çalışmalarla örtüştürmek mümkündür. Proaktif yaklaşımda; pazarlama iletişimine ait araçlar, ürün ve hizmetlerin tanıtılması için, görüntü ve haberlerin aktarılmasında, güvenilirlik katılmasında kullanılmaktadır (Bülbül, 2004: 71). Proaktif halkla ilişkiler uygulamaları sayesinde örgütün varlığını tehlikeye düşürebilecek ve beklenmeyen bir zamanda ortaya çıkan problemlerin henüz oluşmadan engellenmesi, bu sayede örgüte zarar gelmemesi de sağlanmış olur.

Halkla ilişkilerin uygulanma süreci ve biçimi ile örgütün karşılaştığı sorunun zamanlaması arasında bir ilişkiden söz etmek mümkündür. Krizin ortaya çıkışı ile örgütün –önleme noktasında- harekete geçmesi arasındaki süreç, proaktif ve reaktif halkla ilişkiler kavramlarını ortaya çıkarmıştır. Bu anlamda halkla ilişkiler uygulamaları, örgüt ve kamuları arasındaki karşılıklı anlayış ve hoşgörüyeye dayalı uzlaşmayı sağlamak adına, süreç içerisinde ortaya çıkan olumsuz durumlara karşı planlar geliştirerek, ortaya çıkması öngörülen olumsuz durumlara karşı da önlemler almaktadır.

Özetle proaktif ve reaktif halkla ilişkiler uygulamalarında; örgüt nezdinde ortaya çıkan ya da çıkma olasılığı gözlenen krizlere ilişkin çözüm yolları geliştirilerek, örgütle kamuları arasında bir uzlaşma sağlanır. Bu anlamda, reaktif ve proaktif halkla ilişkiler yaklaşımlarının da hedef kitle ve örgüt arasında karşılıklı anlayış, uyum ve uzlaşmaya dayalı ilişkileri sağlama ve sürdürme noktasında önemli bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür.

b. Proaktif Uygulamaların Jandarmanın Halkla İlişkilerine Katkısı

Halkla ilişkiler örgüt ile kamuları arasında güven, onay ve rızaya dayalı, iki yönlü iletişim faaliyetleridir. Toplumsal anlamda güvenlik ve huzurun tesisi ve devamlılığının sağlanmasıyla yükümlü bir kamu hizmeti olarak Jandarmanın da halkla ilişkiler uygulamalarından yararlandığı görülmektedir. Bu anlamda toplumla iç içe ve sürekli halkla iletişim kurmak durumunda olan bir kurum olarak Jandarmanın halkla ilişkileri büyük bir öneme sahiptir. Toplum destekli kolluk, proaktif kolluk anlayışı içinde yer alır.

Jandarma personeli, halkla iletişim ve karşılıklı işbirliğini artırdıkça suçu önlemede daha başarılı olacaktır. Suç ve suçlularla mücadelede meydana gelen olay ile yakalanan şahıs miktarından ziyade, olayların nedenlerinin bilimsel yöntemlerle araştırılıp, alınacak tedbirlere halkında

katılımının sağlanması gerekmektedir. Halk için alınacak tedbirlerin, halktan ayrı olması düşünülemez. Bundan dolayı suçu önlemeye yönelik faaliyetlere halkın da katılımı şarttır. Halkla işbirliğine dayanan, halkla ilişkilerin önemi üzerine kurulan toplum destekli kolluk hizmeti ön plâna çıkmaktadır.

Genel kolluk kuvveti olan Jandarma, emniyet ve asayiş ile kamu düzeninin korunması ve suçun önlenmesi gibi görevlerinin dışında, halkın sosyal yapısının da tamamlayıcı bir parçasıdır. Sosyal bir olgu olan suçun temel sebepleri; ekonomik, iklim, coğrafi koşullar, sosyal, siyasal ve kültürel problemlerden kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı sadece Jandarma'nın kullandığı taktik ve tekniklerle suç ve suçluların kontrol edilerek önlenmesinde başarı sağlamak mümkün değildir. Bunun için yurdun en ücra köşelerinde, karakol ve karakollardan çıkarılan devriyelerle görev yapan, halka hizmet eden Jandarma personelinin halk ile karşılıklı anlayış ve iletişim içinde bulunmaları gerekmektedir.

Jandarma personeli, halkla iletişim ve işbirliğini artırdıkça suçu önlemede daha başarılı olacaktır. Görevi ve konumu nedeniyle 24 saat süreyle görev yapan Jandarma personeli kendilerinin de içinde yaşadıkları toplumun bir parçası olduklarının bilinciyle hareket ederek, faaliyetlerinde vatandaşın güven destek ve işbirliğini sağlayıcı tutum ve davranışlar içerisinde olmalıdır. Ancak Jandarma personeli vatandaşın güven ve desteğini alabilmek için, kanun ve nizamların kendisine verdiği görevleri taviz vermeden uygulamalıdır.

Jandarma personelinin görev yaptığı bölgeyi bilgi havuzu, suç haritaları, köy bilgi dosyaları ve bölge etüdünü iyi analiz etmek suretiyle, bölgenin örf, âdet, gelenek ve göreneklerine uygun olarak kuracağı yüz yüze iletişim, Jandarmanın halkla ilişkilerinin temelini oluşturmaktadır. Kurulacak olumlu iletişim, suçun kontrol altına alınmasında ve önlenmesinde Jandarma'nın başarı katsayısını artıracaktır.

Suç ve suçlulukla mücadelede, meydana gelen olay sayısı ile olay sonucu yakalanan suçlu sayısından ziyade, suçun işlenmesine neden olan faktörlerin bilimsel araştırmalarla tespit edilip, suçun önlenmesine yönelik alınacak yasal önlemlere, halkın katılımının ve desteğinin sağlanması gerekmektedir. Halkın desteğinin sağlanmasının yolu ise temiz bir toplum yaratabilmek için hukuka uygun alınan tedbirler ile birlikte, halkı suç ve suçlularla mücadeleye inandırmaktan geçmektedir.

Jandarmanın, halkı inandırabilmesi için, kitle iletişim araçları ile bu konuda eğitim almış personel vasıtasıyla yüz yüze iletişim kurmak suretiyle, suç ve suçlularla mücadeleye yönelik hukuka uygun alınan önlemler ile yapılan çalışmaları halka tanıtması, huzurlu bir ortam için destek ve katılımlarına ihtiyaç duyulduğu açıklanmalıdır. Ancak halk güven duyarsa kolluğun yanında yer almakta, aksi takdirde kolluk birimlerinden uzaklaşmaktadır. Ülkenin %92'sinde görev yapan Jandarma sürekli halkın gözü önündedir. Herhangi bir yerde Jandarma personelinin yapabileceği yanlış hareket tarzı kitle iletişim araçlarıyla anında tüm dünyaya yayılmakta olumsuz bir imaj sergilenmekte, halkın güven duygusu azalmakta, ülkemiz insan hakları ihlalleri konusunda zor durumda kalmaktadır (Kızılcıca, 2006).

Emniyet ve asayiş ile kamu düzenini korumakla görevli Jandarma'nın 24 saat görev yapmasına rağmen, aynı anda her yerde bulunması mümkün değildir. Halkla kurulacak karşılıklı olumlu ilişkiler sonucu, Jandarma'nın bulunmadığı yerde, halkın bulunması sağlanacaktır. Jandarma'nın zaman, zaman yaptığı faaliyetlerden halkın haberdar edilmesi, Jandarma'yı izlemesinin sağlanması halkla bütünleşmeyi geliştirecektir. Bundan dolayı Jandarma görev yaptığı bölgede halkın emniyet ve asayiş ile ilgili beklentilerini iyi tahlil etmeli, gayretlerini o yöne sevk ederek halkın güven ve desteğini almalıdır.

Jandarma karakollarından çıkartılan devriye hizmetlerinin bir kısmının, yaya devriyeler şeklinde tertip edilmesinin, suç ve suçlularla mücadele ve halkla ilişkiler açısından büyük bir önemi vardır. Yaya devriyeler, kolluk ile halk arasında iletişim kurmak için daha uygun bir zemin hazırlamaktadır. Jandarma sorumluluk bölgesinin büyük bir kısmının yerleşim alanlarının dışı olması sebebi ile yasadışı ekim alanları ve suçluların saklanabileceği yerleri tespit etmede, görevi esnasında karşılaştığı vatandaşlarla diyalog kurabilmede yaya devriyeler daha başarılı olmaktadır. Vatandaş sadece bir olay olduğunda değil, tarlasında çalışırken, gezerken, günlük yaşamlarında da kolluk görevlileri ile karşılaşmakta ve daha sıcak bir iletişim imkânı oluşmaktadır. Bu sıcak iletişim ortamı, kolluğun, suçu önlemek için ihtiyaç duyacağı bilgilere ulaşmasını kolaylaştıracaktır. Ağustos sıcağında tarlasında çalışırken, karşısında gördüğü yaya Jandarma devriyesinden mutlu olan bir vatandaşın, devriye komutanı ile karşılıklı kurduğu sıcak iletişim ve güven duymasından dolayı, köyde aranan bir şahsı ihbar etmesini örnek olarak verebiliriz.

Suçun önlenmesindeki temel amaç, kamu düzeni ile emniyet ve asayiş sağlamaktır. Halk için yapılan suç işlenmesini önleyici faaliyetlerin,

toplumdan ayrı olması düşünülemez. Bu nedenle, suçu önleme yaklaşımları, halkın katılımını sağlamaya yönelik taktikleri öngörür.

Bu düşünceden hareketle, yeni bir kolluk anlayışı olarak ortaya çıkan, kolluk halk işbirliğine dayanan ve halkla ilişkilerin önemi üzerine kurulan Toplum Destekli Kolluk Hizmeti, karşımıza çıkmaktadır. Toplum Destekli Kolluk anlayışının temeli, Sosyal Kontrol kavramına dayanmaktadır.

Toplum Destekli Kolluk; komşu gözetimi, komşu denetimi, gibi adlarla da anılmaktadır.

Klasik kolluk, meydana gelen olaylara müdahale etmeyi hedeflemektedir. Klasik kolluk anlayışında önleyici hizmetler ikinci plândadır. Toplum destekli kolluk anlayışı, klasik kolluk anlayışının dışına çıkarak daha geniş bir alanı kapsamakta ve olayların olumsuz sosyal şartların sonucu meydana geldiğini kabul etmektedir. Olaya sebep olan olumsuz şartların ortadan kaldırılması amacıyla, vatandaşları, kamu kurumlarını, özel kuruluşları ve sivil toplum örgütlerini göreve çağırmaktadır.

Toplum destekli kollukta suçu önleyici tedbirlerin alınması esastır. Kolluğun görevinin sadece olaylara müdahaleden oluşmadığı, meydana gelen olaylara sebep olan problemlerin tespit edilerek, çözüm yollarının bulunması toplum destekli kolluğun temelini oluşturmaktadır.

Proaktif kolluk, suçla mücadelede herkesin sorumluluğu temeline dayanır. Suçu sosyal bir problem olarak algılayıp kontrolünün de sosyal yöntemlerle mümkün gören önleme stratejilerini de içinde barındırmaya uygundur. Bundan dolayı suç ve suçlulukla mücadele tek başına kolluğun işi olmaktan çıkıp, sorumluluğun diğer kurum ve kuruluşlara paylaşımını sağlar (Kızılca, 2006).

Proaktif kolluk uygulaması, insan hakları ihlalleri konusundaki kaygılar da göz önüne alınarak yapılan bir tercih olarak ortaya çıkmaktadır. Reaktif kolluk anlayışında ortada somut deliller olmadan yapılan araştırma ve soruşturmalarda masum insanların temel hak ve hürriyetlerinin ihlali söz konusu olabilmektedir.

Toplum destekli kolluk faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde, kolluk personelinin görev yaptığı toplumun örf ve âdetlerini, gelenek ve göreneklerini, sosyo-ekonomik yapısını çok iyi bir şekilde analiz ederek, her

yerleşim bölgesi için tek bir yöntem yerine farklı yöntemler kullanması gerekmektedir.

Jandarma personeli kendisine çeşitli yollardan intikal eden, her türlü olaya süratle müdahale etmeli, vatandaşın her zaman her yerde yanında olduğunu göstermeli, varlığını ve faaliyetlerini sorumluluk bölgesinde hissettirmelidir.

Jandarma personelinin suçu önlemeye yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde, halkın güven ve sempatisini kazanmak için halkın istekleri doğrultusunda, olumlu tutum ve davranışlar sergilemesi gerekmektedir. Bu tutum ve davranışlar;

- Halkın dilek, istek ve şikâyetleri dinlenmeli, bunun için gerekiyorsa vatandaşlarla sohbet toplantıları düzenlenmeli,

- Şikâyet, ziyaret gibi gelişlerde, emniyet tedbirleri alınarak, halkın girişi kolaylaştırılmalı,

- Olaylara masa başında değil, olay yerine gidilerek müdahale edilmeli, mevcut yetkiler kullanılarak olaylar en kısa sürede çözümlenmeli,

- Yasalar eşit uygulanmalı, yetkiler kötüye kullanılmamalı,

- Tarafsızlık her zaman muhafaza edilmeli, bu konuda şüpheye yer verilmemelidir,

- İlköğretim, lise ve üniversitelerde Jandarmayı ve faaliyetlerini tanıtıcı konferanslar verilmeli,

- Öğretim kurumlarında bulunan öğrencilere, uyuşturucu maddeler, terör örgütleri ile fuhuşla mücadele olayları hakkında konferanslar verilmeli,

- Jandarmanın yapmış olduğu başarılı operasyon ve faaliyetler hakkında, halka bilgi verilmeli,

- Jandarmanın 24 saat görevli ve halkın yanında olduğunu gösteren, Jandarma ve halkla beraber çekilmiş fotoğraflı tanıtım afişleri bastırılmalı,

- “Aracı kullanma alışkanlığı” sistemli bir şekilde ortadan kaldırılarak, tüm vatandaşların çekinmeden karakollara gelmesi sağlanmalı,

- Vatandaşlara hitap tarzında kaba olunmamalı, güler yüzlü ve vatandaşa değer verildiği hissettirilmeli,
- Bölgede kötü şöhret yapmış kişilerle samimî ilişkiler kurulmamalı,
- Vatandaşlar gereksiz yere yorulmadan, işlemler tamamlanmalı,
- Vatandaşlardan görev dışında hiçbir şey talep edilmemeli,
- Vatandaşların karakollarda beklerken oturabileceği uygun yerler ayarlanmalı,
- Vatandaşlara her konuda yol gösterilmeli, yardımcı olunmalı,
- Halkı rahatsız edecek, uygun olmayan tedbirler alınmamalı,
- Bölgede bulunan şehit, gazi ve tüm asker aileleri ile yakından ilgilenilmelidir.

Jandarma personeli görevi esnasında halka karşı insancıl, güler yüzlü, müşfik, nazik ve tarafsız davranış ile profesyonel görev anlayışı içerisinde karşılıklı güven ortamı tesis ederek, halkın güvenini kazanmayı amaç edinmelidir (Kızılca, 2006).

Jandarmanın, sahip olduğu yetkileri kullanırken yürüttüğü eylem ve işlemlere dair hedef kitlesi olan halka kendini anlatması gerekmektedir. Halk üzerinde sahip olduğu yetki ve bu yetkiden doğan sorumlulukları yerine getirirken Jandarmanın, halkla sürekli bir diyalog ve iletişim halinde olması gerekmektedir. Bu diyalog ve iletişim sayesinde, yürüttüğü eylem ve işlemlerin meşruiyetini ve devamlılığını sağlamaya yönelik olumlu adımlar atmaktadır.

SONUÇ

Çalışmanın birinci bölümünde, genel olarak Jandarma hizmetinin tanımı, özellikleri ve çeşitli unsurları; Türkiye’de Jandarmanın görevleri gibi tanımlamalarla konuya genel bir giriş yapılmıştır.

“Halkla İlişkilerde Farklı Yaklaşımlar” başlığını taşıyan çalışmanın ikinci bölümünde, farklı tarihî ve kültürel dönemlerde ve farklı koşullarda ortaya çıkan modeller etrafında halkla ilişkilerin gelişim çizgisi incelenmiştir. Bu

bölümde ayrıca, halkla ilişkiler çalışmaları açısından önemli bir yere ve öneme sahip olan çevre ve örgüt ilişkisi bağlamında halkla ilişkiler modelleri ele alınmıştır. Örgüt/çevre ilişkisi bağlamında, halkla ilişkilerin ele alınması Jandarmanın halkla ilişkiler faaliyetlerinin anlaşılmasında ve değerlendirilmesinde önemli bir yere sahiptir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümü Proaktif Yaklaşım ve Jandarmanın Halkla İlişkileri başlığını taşımaktadır. Bu başlık altında, araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirmeden oluşan halkla ilişkiler süreci ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin örgüt ve kamuları arasındaki ilişki üzerindeki olumlu katkıları üzerine çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu bağlamda Jandarmanın toplumdaki rolü ve önemi; Jandarma hizmetlerinin özellikleri ve toplumsal anlamda ortaya koyduğu faydalar irdelenmiştir.

Halkla ilişkilerde proaktif yaklaşım, örgüt açısından sorun ya da krize yol açabilecek problemlerin ortaya çıkmadan öngörülmesi ve önlenmesine dayanmaktadır. Bir kolluk hizmeti olarak Jandarma toplumsal huzurun ve güvenin sağlanması adına bir takım faaliyetlerde bulunurken aynı zamanda, toplumla iç içe olmakta, onunla sürekli bir iletişim halinde olmak durumundadır. Bu nedenle Jandarma hizmeti dahilinde proaktif yaklaşımın ve dolayısıyla halkla ilişkilerdeki proaktif uygulamaların olumlu katkıları sağlayacağı düşünülmektedir.

SONNOT

¹ Çalışmanın bu bölümünden itibaren *kamu* ve *hedef kitle* kavramları yer yer aynı anlamda kullanılacaktır. Kamu kavramı ile kastedilen; belli bir konu ya da sorun hakkında bilgi ya da görüşe sahip kişilerin oluşturduğu grup ya da gruplardır. Toplumsal yaşam içerisinde de ortaya çıkan çeşitli problemlerle ilgili tüm bireylerin görüş sahibi olması beklenemez. Dolayısıyla farklı konular ve sorunlar, farklı kamuların oluşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle de halkla ilişkilerdeki halk kavramıyla, tek parça bir bütünden ziyade, çeşitli kamuların oluşturduğu parçalı bir bütün kastedilmektedir (Kapani, 1998: 146).

KAYNAKÇA

Akman, N. (1991). **Yönetimde İç Güvenlik ve Jandarma**. Genel Kurmay Basımevi, Ankara.

Asna, A. (1986). **Public Relations (Temel Bilgiler)**. Der Yayınları, İstanbul.

Biber, A. (2003). **Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar**. Nobel Yayın-Dağıtım, Ankara.

Biber, A.(2004). **Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve**. Vadi Yayınları, Ankara.

Bülbül, A.R. (2004) **Halkla İlişkiler**. 2. Basım, Nobel Yayınları, Ankara.

Çamdereli, M. (2000). **Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler**. Çizgi Kitabevi Yayınları, Ankara.

Eğdemir, A. (1972). **Açıklamalı Jandarma Mevzuatı**. *Jandarma Dergisi*, , Sayı 52, Ankara. s. 12.

Ertekin, Y. (1986). **Halkla İlişkiler**. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, Ankara.

Flieger, H. ve Sohl, B. (1991). **Public Relations als Profession**. Verlag für die Deutsche Wirtschaftsbiographien, Wiesbaden.

Grunig,J.E. (2005). **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**. Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.

Kapani, M. (1998) **Politika Bilimine Giriş**. Bilgi Yayınevi, İstanbul.

Karadeniz, M. (2010). **Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Rolü ve Önemi**. Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Kızılca, Ü. (2006). **Suç ve Suçlulukla Mücadelede Halkla İlişkilerin Önemi**. Ankara.

Okay, A. ve Okay, A. (2005). **Halkla İlişkiler (Kavram, Strateji ve Uygulamaları)**. Der Yayınları, İstanbul.

Okçabol, D. (1938). **Meslek Tarihi**. Polis Enstitüsü Yayınları, Ankara.

Peltekoğlu, F. B. (1998). **Halkla İlişkiler Nedir**. Beta Basım Yayım, İstanbul.

Tortop, N. (1993). **Halkla İlişkiler**. Yargı Yayınları, Ankara.

Yalman, A. (2000). **Jandarma ve Demokrasi Konulu Kolokyumun Düşündürdükleri**. *Jandarma Dergisi*, Eğitim ve Okullar Daire Başkanlığı Yayını, Ankara, s.5.