



HALKLA İLİŞKİLERDE SOSYAL SORUMLULUK İLKESİ: KAMU KURULUŞLARI YAKLAŞIMI BAKIMINDAN KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Hasan GÜLLÜPUNAR¹

ÖZET

Kurumsal devamlılığın ve sürekli gelişimin temel dayanaklarından biri olarak kurumun toplumsal, ekolojik ve sektörel çevreye duyarlı olması gerektiği söylenebilir. Kamu kurumları kar amacı olmayan kuruluşlardır. Bu bakımdan öncelikli olarak toplumsal faydayı göz önünde bulundurarak hizmet üretirler. Ancak toplumsal fayda ilkesinin tanımlanması farklı kurumlarda farklılıklar gösterebilmektedir. Sosyal sorumluluk ilkesi, benzer hizmetlerde farklı şekillerde konumlandırılabilir. Bu bakımdan kamu kurumlarının sosyal sorumluluk ilkesiyle hareket etmesi onların meşruluklarını ve verimliliklerini daha da artırabilmektedir.

Belediyeler, beldede yer alan vatandaşın genel ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması için hizmet üreten yerinden yönetim kuruluşlarıdır. Yasalarda belirlenen görev alanına rağmen çok daha geniş kapsamda hizmet üretmekle yükümlüdürler. Çünkü, toplumsal ihtiyaçları en iyi şekilde karşılayarak toplumu geliştiremediği takdirde, belediye yönetimi toplumsal meşruiyetini kaybedebilir. Bu bakımdan belediye hizmetlerinde kamu menfaatleri öncelikli olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla toplumun sağlığı, eğitimi, kültürü ve bunların kamu yararına yürütülebilmesi için karşılıklı etkileşime dayalı bir iletişim sürecinin oluşturulması belediyelerin sosyal sorumluluk çalışmaları arasında sayılabilir.

Bu çalışmada, sosyal sorumluluk ilkesi, kamu kuruluşları açısından ele alınmış ve Konya Büyükşehir Belediyesi uygulamaları değerlendirilmiştir. Yapılan incelemede Konya Büyükşehir Belediyesi'nin eğitim, sağlık, kültür ve belediye vatandaş iletişimde karşılıklı etkileşimin sağlanması için gerekli çalışma örneklerinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Halkla İlişkiler, Sosyal Sorumluluk, Kamu Kurumu, Belediyeler.*

¹ Arş. Gör. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, hgullupunar@gmail.com

**THE SOCIAL RESPONSIBILITY PRINCIPLE IN PUBLIC RELATIONS:
IMPLEMENTATIONS OF KONYA METROPOLITAN MUNICIPALITY FROM A
PUBLIC INSTITUTIONS APPROACH**

ABSTRACT

Institutions attach importance to the social, ecological and sectoral environment as one of the bases of institutional continuity and progress. Public institutions are non-profit organizations. In this regard, Public institutions primarily serve to take the social benefit into consideration. But mostly, the principle of social benefit is defined differently by different institutions. Social Responsibility is interpreted in different forms by similar services. Therefore, public institutions that serve based on social responsibility improve their legitimacy and productivity.

Municipalities are foundations of decentralization generating the service to meet general need and desire of citizens located in town. Although, its duties are determined in law, municipalities are responsible for generating the service in a much wider scope. And, if it does not improve the community as to ideally meet the societal needs, municipality management may lose societal legitimacy. In this respect, it is primarily dealt with the public benefit in municipality service. Thereby, society health, education, culture and forming a communication process based on mutual interaction can be expressed among social responsibility fields of municipality.

This paper deals with the social responsibility concept in terms of the public institutions, in addition, practices of the Konya Metropolitan Municipality have been evaluated in relation to this approach. In this investigation, it has been concluded that there are examples of work required for health, education, culture and providing the mutual interaction among municipality-citizen in Konya Metropolitan Municipality

Keywords: *Public Relations, Social Responsibility, Public Institution, Municipalities.*

GİRİŞ

Kurum ve kuruluşların yapıları ve faaliyet alanlarının kamusal veya özel nitelik taşımasına bakmaksızın her geçen gün çevrelerine daha duyarlı hale geldikleri söylenebilir. Diğer bir anlatımla kamu kuruluşları yönetim erkinin sürekliliğini sağlamak, toplumda bütünlük ve adalet ilkesini gerçekleştirmek için çevrelerine duyarlı davranma ihtiyacı duyarken, özel işletmeler karlılıklarını kalıcı hale getirmek ve toplumsal açıdan meşrulaşmış bir marka olabilmek için çevrelerine duyarlı davranmaya başlamışlardır.

Sosyal sorumluluk ilkesinin ortaya çıkışı toplumsal alanda bir rekabetin ortaya çıkmasına bağlanabilir. Çünkü toplumdaki demokratik eğilimler, yönetim erkini toplumsal faydaya bağlı olarak değiştirirken; pazardaki haklılık oranı da çok sayıdaki firmanın toplumsal alanda daha da meşrulaşmasıyla gerçekleşmektedir.

Sosyal sorumluluk ilkesinin 1970'lerin sonu 1980'lerin başındaki toplumsal imaj sorunuyla ilgili olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Çünkü kapıları kapalı bir yönetim kabul görmemektedir. Bunun yerine kurumlar halktan gelen taleplere uymak zorunda kalmaktadırlar (Clark, 2000: 364). Toplumsal alanda hem hizmet yarışı bakımından hem de ticari bakımdan rekabetin hızla arttığı son 20 yıldan beri süre gelen bir kavram olarak, sosyal sorumluluk ilkesi ön plana çıkmıştır. Özellikle son yıllarda tüm dünya ülkelerinin gündemine giren sosyal sorumluluk ilkesine, başta BM (Birleşmiş Milletler) olmak üzere AB (Avrupa Birliği), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar tarafından büyük önem verilmektedir. Artık dünyada bir çok fon, bir şirkete yatırım yapmadan önce, o şirketin toplumsal sorumluluk konusundaki performansını değerlendirmektedir. Öyle ki; İngiltere'de kurumsal sosyal sorumluluk bakanlığı kurulmuş ve bu konuda duyarlı şirketlere yatırım yapanlara yardımcı olmak için Londra'da FT GOOD isimli ayrı bir endeks oluşturulmuştur. Ayrıca Fortune Dergisi, her yıl yaptığı en beğenilen şirketler araştırmasında, sosyal sorumluluk anlayışını ana kriterlerden biri olarak kabul etmiştir (Solmaz, 2005:117).

Dünya'daki bu gelişmelerin Türkiye'yi de yakından etkilediği söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin Dünya'ya açılması, bu değişimlerin Türkiye'de de yaşanmasına sebep olmuştur. Bu açılımlar, özel sektördeki değişimle birlikte toplumsal bilinçte ve halkın yönetime bakışında farklılıkları doğurmuştur. Buna bağlı olarak

kamu kuruluşlarında, özellikle demokratik bir yarış sonucunda yönetimi belirlenen belediyelerde, kanundan kaynaklanan görevlerle birlikte toplumda ihtiyaç duyulan bir çok alanda çalışma yapma ihtiyacı doğmuştur. Bu durumun çevresine duyarlı belediye yönetimlerinin oluşumunu sağlayarak, hakla ilişkilerin etkileşimli iletişim sürecini ön plana çıkaran bir yaklaşımı zorunlu kıldığı söylenebilir. Dolayısıyla kurumsal imajın önemli besleyicilerinden olan sosyal sorumluluğun, hedef ve kurum arasındaki simetrik ilişkileri zorunlu kılması halkla ilişkiler çalışmalarının önemini daha da artırmaktadır.

Bu çalışmada, kurumsal bir yapı olarak yönetim kadrosu seçimle işbaşına gelen belediyelerin daha geniş halk kitleleri tarafından destek bulabilmesi açısından kanunda zorunlu olarak belirtilen görevlerinin yanında sosyal sorumluluk çalışmalarına vermeleri gereken önem üzerinde durulmuştur. Çalışmada, sosyal sorumluluk kavramı ve sosyal sorumluluk ilkeleri üzerinde yapılan teorik incelemeden sonra Konya Büyükşehir Belediyesi'nin bu kapsamda gerçekleştirdiği bazı örnekler değerlendirilmiştir.

I. HALKLA İLİŞKİLER STRATEJİSİ OLARAK SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Sosyal sorumluluğun toplumların değerlerine bağlı olarak farklı tanımları yapılabilir. Ancak temelde, toplumsal faydanın daha ön planda tutulduğu bir yaklaşım tarzıdır denilebilir. Diğer bir anlatımla, sosyal sorumluluk ilkesi, bir kurumun ekonomik ve yasal şartlara, iş etiğine, işletme içi ve dışındaki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikasının izlenmesine ve toplumdaki bireylerin mutlu ve memnun edilmesine ilişkin bir kabuldür (Özüpek, 2005: 12)

Kurumların kendi çıkarları dışında toplumun varlığını kabul ederek, temel görevleri dışında toplumsal sorunlarla da ilgilenmesi, atacağı adımların doğuracağı sonuçları önceden düşünmesi sorumlu kurum davranışının temelini oluşturmaktadır (Peltekoğlu, 1998: 133- 134).

Sosyal sorumluluk ilkesine bağlı olarak hareket eden bir kurum, kendi çıkarları dışında toplumsal alanda önemli bir yere sahip bazı değerlerin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu davranış tarzı ile kurumlar şu fonksiyonları gerçekleştirebilirler (Eren, 1997:109-107):

- Kötümser, moral, motivasyon ve verimliliği düşük bir toplum yerine; aktif, iyimser, çalışmayı seven, morali, motivasyonu ve verimliliği yüksek bir toplum,
- Sınıflararası farklılıkların belirgin olduğu, düşmanlıkların ve gerilimlerin arttığı bir toplum yerine; sınıflararası farkların azaldığı, gerilim ve düşmanlıkların törpülediği insani değerlere ve eşitliğe yönelmiş bir toplum,
- Politik, Sosyal, ekonomik ve dini tüm kurumlarda danışmalı çoğulcu yaklaşım ve yönetim anlayışının egemen olduğu bir toplum,
- Verimlilik ve yüksek çalışma sonucu oluşan üretim artışının sağlandığı daha yüksek hayat seviyesine sahip olan bir toplum,
- Toplumsal kültürün hem mistik ve hem de materyalistik biçimde yorumlanarak ikisinin dengelendiği mutluluk anlayışına duyulan inançla çalışan bir toplum.

Bu fonksiyonlardan kurumların sosyal sorumluluk ilkesine bağlı kalmakla toplumsal bir gelişime öncü oldukları gibi, hakla ilişkiler uygulama alanı açısından daha verimli bir toplumsal yapının oluşmasına da katkı sağlayabilecekleri anlamı çıkarılabilir. Diğer bir ifadeyle, bu kurumların simetrik bir ilişki çerçevesinde daha fazla girdi sağlayabilmesi için, tepkisini ifade edebilen kişilikler ve buna bağlı olarak doğru bilginin daha kolay yayıldığı açık yönetim anlayışını zorunlu kılan bir toplumsal yapı oluşabilir.

Kurumun genel hakla ilişkiler politikası ve herhangi bir sosyal sorumluluk kampanyasındaki temel esasların birbirinin aynısı olduğu söylenebilir. Bir sosyal sorumluluk kampanya sürecinde şu esaslar üzerinde durulabilir (Aktaran Solmaz, 2005:121-122):

- Dürüstlük: kampanya süresince uygulamanın gerçekleştirildiği toplumsal yapı göz önünde bulundurularak, o toplumun etik standartlarına uyumlu davranmak.
- Şeffaflık: taraflar arasında iyi niyetin sağlanmasıdır. Sosyal sorumluluk kampanyalarında kurum kar amacı gütmeyen bir eylemde bulunmasına rağmen, kampanya çerçevesinde sorumluluk hissettiği bir karşı taraftan söz edilebilir. Bu bakımdan kampanyanın başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için hedef kitleye karşı bütün yönetsel ve diğer süreçlerle ilgili bir açıklığın sağlanması gerekir.
- Samimiyet: ilgili hedef kitle ile daha derin ve etkileşime dayalı bir iletişimin kurulması sağlanmalıdır.

- Ortaklık: kampanya süresince ödül ve riskin dengeli olarak paylaşılması gerekir.
- Karşılıklı Saygı: Kampanyada belirlenen hedef kitleye gerçek değerini vermek gerekir. Kurumun çıkarları uğruna hedef kitle gözardı edilmemelidir.
- Karşılıklı Fayda: Kurum sosyal sorumluluk ilkesi kapsamında doğrudan faydaya yönelik bir eylemde bulunmasa bile dolaylı olarak çıkar sağlama amacındadır. Bu uzun süreçle oluşturulabilecek bir imajla ilintili olabilir. Bu nedenle kurumsal faydanın yanında, hatta kurumsal faydanın kalıcılığının sağlanması için güven unsuru çerçevesinde karşı tarafın faydası da sağlanmalıdır.

Bu unsurlar halkla ilişkiler bağlamında özetlenecek olursa: kampanyalarda etkileşime dayalı bir iletişim sürecinden bahsedilebilir. Diğer bir ifadeyle, simetrik bir ilişkinin gerçekleştirilmek istendiği halkla ilişkiler iletişim biçimi, sosyal sorumluluk çalışmalarında etkin olarak kullanılabilir.

Halkla ilişkilerde sosyal sorumluluk ilkesinin stratejik öneme sahip olduğu; kurumların ilişkili olduğu toplumsal yapıların beklentilerine cevap verme şekillerinde ortaya konabilir. Bu bakımdan, kurumlar hedeflerinin beklentilerini sosyal sorumluluk çerçevesinde gerçekleştirebilmek için bazı stratejik davranışlarda bulunabilirler. Simmons'ın ifadesiyle bu stratejiler aktif olmayan strateji, tepkisel strateji, proaktif strateji ve etkileşimli stratejidir (Dalyan-Gökbek, 2005: 39-41).

Genellikle kurumsal yapılar, çevresinden herhangi bir baskı, direnç yada eleştiri geldiğinde kendisini bu yönde bir değişime sokma ihtiyacı duymaktadırlar. Bu durumda, aktif olmayan bir stratejiden bahsedilebilir. Buna karşın kurum tepkisel strateji olarak ifade edilen bir davranışa da geçebilir. Bu durumda ise, çok güçlü bir baskı olmadığı takdirde kurumda değişim gösterme yönünde bir eğilim olmayabilir.

Halkla ilişkiler iletişim süreçleri açısından daha uygun bir yaklaşım tarzı olan proaktif strateji ve etkileşimli stratejide ise kurum kendisini çevresine uyumlu hale getirmektedir. Proaktif strateji, toplumun beklentilerini ciddi bir ihtiyaç veya sorun olarak ortaya çıkmadan tespit ettiği için kurumun beklenmedik bir durumla karşılaşmasını önleyebildiği gibi; değişim açısından kurumu uyumlaştırma sürecinde toplumdan kuruma önemli bir girdiyi de sağlayabilmektedir. Etkileşimli stratejide de, temel halkla ilişkiler politikası olarak

belirlenebilecek hedef kitlenin beklentisi ile kurumun performansı arasındaki ayrılıklar ortadan kaldırılabilen ve amaçlanan uyumlaştırma sağlanabilmektedir. Bu bakımdan kurumlar halkla ilişkiler çalışmalarında sosyal sorumluluk ilkelerini gerçekleştirme eğiliminde olmaktadır.

Sosyal sorumluluk ilkesine bağlı olarak gerçekleştirilebilecek çalışma alanlarını Grunig ve Hunt şu şekilde ifade etmiştir (Peltekoğlu, 1998: 137-138):

- Ekoloji ve Çevre: Mevcut kirliliğin temizlenmesi ve kirliliği önlemek için yöntemlerin geliştirilmesi. Gürültü kontrolü, endüstrinin dengeli dağılımı, kullanılan alanın kontrolü, atıklarının yeniden kullanımı,
- Tüketici: Reklamlarda ve işletmenin tüm faaliyetlerinde dürüstlük, ürün ve hizmet garantisi, kalite ve kontrolün sağlanması,
- Toplumsal gereksinimi sağlık konusunda desteklemek, toplumsal yapıda işletmenin rolünü azaltmak ve toplumsal problemlerle ilgilenmek,
- Hükümet İlişkileri: Lobi faaliyetlerinin sınırlandırılması, işletmenin politik faaliyetlerinin kontrolü, yeni düzenlemelerin genişletilmesi, uluslararası faaliyetlerin sınırlandırılması,
- Maddi Destek: Sanat faaliyetlerine maddi katkıda bulunmak, eğitimi desteklemek ve yardım derneklerine katkıda bulunmak.
- Çalışanlarla İlişkiler: Sağlık ve güvenlik koşullarının iyileştirilmesi, kreş imkanı sağlanması, çalışanların haklarının artırılması, güvenceli emeklilik şartlarının oluşturulması, düşük ücretle iş göçünün önlenmesi,
- Ortaklarla İlişki: Çeşitli grupların temsilcisi olan ortak üyelere yönetici olma imkanlarının tanınması, yeterli düzeyde mali duyurum yapılması, sosyal sorunların ve çevreyi etkileyen faaliyetlerin duyurulması,
- Ekonomik Faaliyetler: Holdingleşmenin ve tröstleşmenin kontrol edilmesi ve patent kullanımının sınırlandırılması

Diğer bir yaklaşımla modern zamanın kurumları açısından yeni sorumluluklar şu şekilde ifade edilebilir (Sabuncuoğlu, 1998: 14-15):

- Ürünün yeterli miktarda ve kalitede sunulması ve bu bağlamda yapılacak reklamlarda kuşku yerine gerçek bilgilere yer verilmesi,

- Temiz ve sağlıklı bir çevre, toplumun ödün vermeyeceği bir konu olduğu için atıklarıyla çevreyi kirliletmeyen, gürültü kirliliğine yol açmayan, ürettikleri ile topluma zarar vermeyen bir kurumsal yapının oluşturulması,
- Kurumdaki iş görenlerin bir araç değil; amaç olarak görülmesi ve bu durumun daha da genişletilerek toplum kurumun değil, kurumun toplum hizmetinde olmasının sağlanması,
- Devlete karşı yükümlülüklerin yerine getirilmesi
- Toplumun eğitsel, sanatsal ve kültürel gelişimine işletmelerin ilgisiz kalmaması,

Yukarıda ifade edilen sosyal sorumluluk ilkeleri bakımından belediyeler sosyal yükümlülükleri nedeniyle topluma hizmet üretmenin dışında, denetleyici bir fonksiyonu da üstlenmektedirler. Bu nedenle kendi sosyal sorumluluk alanlarının dışında diğer bazı kurumların sosyal sorumluluk çalışmaları açısından da yönlendirici olabilirler. Örneğin çevresel bir sorun olarak gündeme taşıyacakları hava kirliliğini önlemek için bazı yaptırımlarda bulunabileceği gibi; işletmelerin bu alanda toplumsal faydayı göze alan bir duyarlılığa ulaşmasını da sağlayabilirler.

A. Sosyal Sorumluluk İlkesinin Kaynağı

Sosyal sorumluluk ilkesinin anlamı toplumdan topluma, işletmeden işletmeye, hatta kişiden kişiye değişebilmektedir (Özüpek, 2005: 13). Ancak kurumsal açıdan sosyal sorumluluk ilkesiyle hareket edilmesi istendiğinde, sosyal sorumluluğun iki temel uygulama alanından bahsedilebilir. İlkinde, kurumsal felaketselere cevap olarak kurumlar tarafından yürütülen faaliyetlerden; ikincisinde ise, kurumların toplumdaki öncelikli ekonomik işlevlerinin dışındaki gönüllü ve kar amacı gütmüyor görünen ancak yine de ekonomik faydalar sağlayabilen faaliyetlerden bahsedilebilir (L'Etang, 2002: 156). Diğer bir anlatımla, kurum ve kuruluşların sosyal sorumluluk ilkesi doğrultusunda hareket etmesi iki şekilde gerçekleştirilebileceği söylenebilir. Kurum faaliyet alanından dolayı bazı kriz durumlarıyla karşılaşabilir. Bu sorunlu dönemin atlantılabilmesi için kurumun imajının zedelenmemesi, iyileştirme olmasa bile varolan imaj açısından daha da kötüye gidilmemesi için faaliyetlerde bulunulabilir. Buna karşın kurumsal işleyişlerde ve kurumun çevresinde kendi varlığı açısından herhangi bir sorun olmasa

da; bazı sorumluluklar kurum tarafından üstlenilebilir. Bu bakımdan ya reaktif halkla ilişkiler ya da proaktif halkla ilişkiler bakış açısıyla kurumun kendisinin doğrudan görevi olmasa da, bazı sorumlulukları üstlenmesi gerekebilir.

1. Doğrudan Fayda Sağlayıcı Sorumluluk İlkesi

Kurum faaliyetlerinden doğan bir zarar ortaya çıktığında, bu zararın bertaraf edilmesi ve meydana gelen kurumsal imaj sorununun değiştirilmesi için bir takım faaliyetler gerçekleştirilebilir.

Cutlip ve arkadaşları halkla ilişkilerin temel hedef kitle ötesinde hayli geniş bir alanda etkiye sahip olduğunu belirtmektedirler. Bu bakımdan halkla ilişkilerde sosyal sorumluluk ilkesi toplumda farklı bakış açılarının seslendirilmesini sağlamakta, yanlış bilginin yerini doğru bilginin almasına katkıda bulunmakta, uyumun uyumsuzluğun yerine geçmesini sağlamakta, kamu onayının gerekliliklerini vurgulayarak kurumsal yönetimleri geliştirmekte ve toplumsal sistemin ihtiyaçlarını belirlemektedir (L'Etang, 2002: 172).

Halkla ilişkiler ile ilgili yapılan birçok tanımda: kurumdan hedef kitleye, hedeften kuruma bilgi akışının sağlandığı iki yönlü bir iletişim sürecinden bahsedilmektedir. Bu işleyişte, doğru bilginin sağlanması yukarıda da ifade edildiği gibi sosyal sorumluluk olarak değerlendirilebilir. Kurumlar özellikle etkinliklerinden doğan bir kriz durumuyla karşılaştıklarında, topluma doğru bilgi aktarımında buldukları zaman, hem toplumsal ortamda oluşabilecek huzursuzlukları hem de kurumun rakiplerinden gelebilecek yönlendirici mesajları ortadan kaldıracaklardır. Diğer bir ifadeyle reaktif bir iletişim süreci olarak değerlendirilebilecek bu programda olayların örtbas edilmesi isteğinin aksine, doğru bilginin aktarımı ile yanlış bilginin doğuracağı süpekülatif durumun önlenmesi amaçlanmaktadır (Peltekoğlu, 1998: 50).

2. Dolaylı Olarak Fayda Sağlayıcı Sorumluluk İlkesi

İşletmeler açık bir sistemi temsil ederler. Dış çevreyle karşılıklı bağlar kurarlar, ondan etkilenir ve bir ölçüde çevreyi etkilerler. Kurumlar girdilerini çevreden sağlar ve çıktılarını çevreye sunarlar. Kurumların başarısı sadece kendi içindeki alt sistemlerde kurulan uyumlu ilişkilere bağlı değildir. Aynı zamanda çevreyi oluşturan diğer sistemlerle işletme sistemleri

arasında uyumlu, sürekli ve düzenli ilişkilerin kurulmasını gerekli kılar (Sabuncuoğlu, 1998: 13).

Halkla ilişkiler, yalnızca bilgi verme amacıyla yürütülen bir faaliyet değil, yönetim halk ilişkisini iyileştirmeye yönelik iletişim temelinde yükselen bir etkileşim çalışması olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle, yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma çabası değil, eylem ve işlemleri yönetilenlerle etkileşerek gerçekleştirmek ve kendiliğinden oluşan bir onay elde etmektir. Kamu yönetimindeki uygulama amacı ise çevreyi aydınlatmanın yanında yöneticilerin örgütsel davranışlarını ve yönetsel işlemlerini değiştirmeye itmek ve bu konuda yol göstermektedir (Kazancı, 2004: 64). Dolayısıyla bu sürecin uzun süreli bir iletişimi gerekli kıldığı vurgulanabilir.

Kurumların gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk çalışmaları genel itibariyle uzun süreli ve sürekli bir etkinlik halini aldığında, dolaylı bir faydanın gözetildiği söylenebilir. Yapılan etkinlik doğrudan kurumsal bir ihtiyacın ötesinde çevresel bir duyarlılıkla yapılmış olsa da, kurum açısından uzun süreçte önemli katkılar sağlayabilmektedir. Özellikle, ilgili kurumun toplumsal alanda olumlu bir imaja sahip olması büyük ölçüde bu çalışmalara bağlanabilir.

Kurumların görevi sadece mal ve hizmet üretmek değildir. Ekonomik ve yönetsel amaçlarını gerçekleştirirken çalışanlarına, müşterilerine, ortaklarına, rakiplerine, tedarikçilerine ve içinde yaşadıkları topluma karşı yerine getirmeleri gereken sosyal sorumlulukları vardır. Bu sorumluluklarını yerine getiren kurumlar toplumda kabul görmekte ve değerlerini artırmaktadırlar (Nalbant, 2005:193). Bu nedenle kurumların toplum içinde meydana gelebilecek değişmelere uyum sağlaması ve sosyal sorumluluk bilinciyle faaliyette bulunması uzun süreli ve gelişen bir kurumsal varlığı sağlayabilir (İşverenoğlu, 2001: 59). Çünkü sosyal sorumluluk faaliyeti bir kurumun çevresiyle yaptığı uzun vadeli işlerdir (Okay, 2002: 626).

Sosyal sorumluluk ilkesiyle hareket eden bir kurumun sağlayabileceği en önemli faydalardan birinin toplumda olumlu bir imaj oluşturmak olduğu söylenebilir. Bu durum ise, kuruma hizmet verdiği alan bakımından kar veya başka değerler açısından fayda sağlamaktadır. Diğer bir anlatımla, ya kurumun ürettiği ürünlere olan talep ya da kamusal bir hizmet birimi olarak yönetimin meşruluğu artmaktadır. Bu nedenle sosyal bilincin arttığı günümüzde güçlü,

uzun vadeli ve etkili bir kurum imajı oluşturmak için sosyal sorumluluk anlayışına sahip bir kurum olmak gerekmektedir (Özüpek, 2005: 190).

B. Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Uygulanmasında Önemli Unsurlar

Kurumlar sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürütürken ya doğrudan sosyal faaliyet alanıyla ilgili etkinlikte bulunabilir ya da herhangi bir sivil toplum kuruluşu vb. tarafından gerçekleştirilen etkinliğe katkı sağlayabilirler.

Sosyal sorumluluk çalışmalarında ister doğrudan, isterse herhangi bir kurumun çalışmalarına katkı sağlansın, her iki durumda da kurumun etkin olabilme açısından ele alması gereken bazı unsurlar vardır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir (Solmaz, 2005: 120-121):

- Alanı tanımlama,
- Doğru çıkış noktasını belirleme
- Kreatif brifing hazırlanması,
- Doğru ortağı seçme,
- Kampanya sırasında ortaya çıkabilecek her türlü ödülü ve karşılaşılabilecek riski tartma,
- Ortaklığı kurma,
- Ortaklık mesajını ifadelendirme,
- Özen gösterme,
- Kampanyayı tamamlamak,
- Sonuçları takip ederek kumuoyuna duyurmak

Diğer bir yaklaşımla sosyal sorumluluk kampanyasının uygulanmasında şu unsurlar göz önünde bulundurulabilir (Tatari, 2003: 7):

Bilinçlenme: kurumların, faaliyet gösterdikleri çevreyi ve yerel toplumu iyi veya kötü nasıl etkilediklerinin bilincinde olmaları gerekir.

Politika: Kurumlar sosyal ve çevresel sorunlara karşı sorumluluklarını yansıtacak geniş hedefler ve kısıtlar belirlemeli ve bu yönde kendi davranışlarını yönlendirmelidirler.

Yönetim Sistemleri: Politikaların uygulanması ve risklerin etkin yönetimi için süreç ve yapılar oluşturulmalıdır.

Performans ve İzleme: Kurumlar sosyal ve çevresel performanslarını, politikalarıyla getirdikleri amaçlar ve hedefler doğrultusunda devamlı geliştirmeli ve bu sahadaki başarılarını izlemelidirler.

Raporlama: Kurumlar, etkileri, politikaları, yönetim sistemleri ve performansları ile ilgili değerlendirmelerinin sosyal ve çevresel konuları dikkate alarak iletişimini yapmalıdırlar.

Danışmanlık: Kurumlar kurum aktiviteleri ve etkileri konularında önemli hedef kitlelerine danışmalıdırlar. Bunlar ortaklar veya çalışma alanından birinci derecede etkilenebilecekler olabilir. Bu gruplarla yapılacak görüşmelerle girdi sağlanabilir.

Bu unsurların bir anlamda halkla ilişkiler süreçleri olarak ifade edilen araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarının daha da açılmış hali olduğu söylenebilir. Her hangi bir çalışma yapılmadan önce en önemli unsur olarak alanın tanımlanması gerekir. Diğer bir ifadeyle, kurum gerçekleştireceği sosyal sorumluluk çalışması ile kendi varlığından doğan sosyal görevlerinin uyuşup uyuşmadığını anlayabilmelidir. Bu bakımdan iyi bir araştırma sürecinden sonra diğer unsurlara geçilebilir.

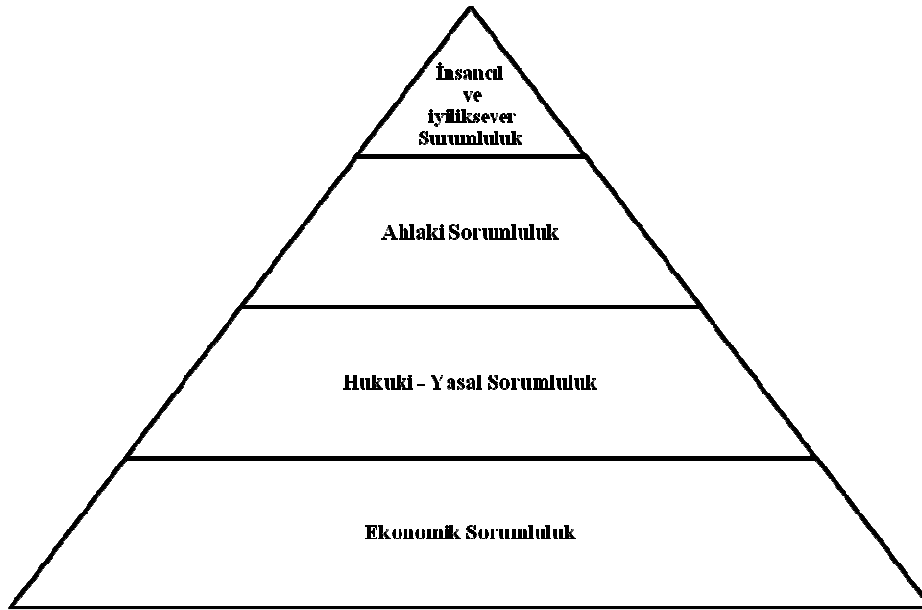
Kampanyada etkili bir sürecin işletilebilmesi için doğru çıkış noktasının belirlenmesi, diğer bir anlatımla, toplumsal sorunun en iyi şekilde nasıl ortadan kaldırılabileceği veya bu yönde katkı sağlanabileceği düşünülerek çalışma yöntemi ve şeklinin belirlenmesi gerekir. Bu belirleme ile birlikte kampanya sürecinde ortaya çıkabilecek her türlü olumlu ve olumsuz durumları da göze alarak iyi bir planlamanın yapılması gerekir. Planlama karşılaşılabilecek olumsuzlukları ve bu durumdaki yeni hareket planlarını öngörecektir şekilde olmalıdır. Daha sonrasında ise, planlama aşamasında belirlenen ölçekler etrafında uygulama gerçekleştirilmeli ve değerlendirmesi yapılarak bu gelişmelerden kamuoyunun haberdar olması sağlanmalıdır.

C. Belediyelerde Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk kavramının daha çok özel işletmeler açısından değerlendirildiği söylenebilir. Şekil 1'de görülen kurumsal sosyal sorumluluk piramidi açısından bakıldığında kamu kurumlarının da, bu ilke açısından özel işletmeler kadar duyarlı olması gerektiği ifade edilebilir. Piramidin en alt ve en geniş kısmında karlılığı esas alan ekonomik sorumluluk, ikinci üst kısımda doğrular ve yanlışlar konusunda toplumun anlaşmaya vardığı yasalara uygunluğu

ifade eden hukuki sorumluluk, üçüncü üst kısımda kötülükten kaçınarak doğru, adil ve adaletli olanı yapma yükümlülüğünü ifade eden ahlaki sorumluluk ve en üst katman olan dördüncü kısımda ise toplumsal yaşam kalitesini geliştirmeyi, toplumsal kaynaklara katkıda bulunmayı ve iyi bir vatandaş olmayı gerekli kılan insancıl sorumluluk yer almaktadır.

Özellikle, yönetim kadroları seçimle belirlenen kamu kuruluşlarından olan belediyelerin halk tarafından destek görmeleri açısından bu piramitte belirtilen ilkelere uygunluk göstermeleri önemli yararlar sağlayabilir. Ekonomik olmak: yapılan hizmetlerde kaynakların israfını önleyici bir ilke olarak gerçekleştirirken; hukuki olmak toplumsal açıdan kaosa ve belirsizliğe neden olucu hizmetlerden kaçınmayı, ahlaki olmak her vatandaş için adil davranmayı, insancıl olmak ise toplumsal faydayı daha öne çıkaran hizmetler üretmeyi sağlayabilir. Bu bakımdan belediyeler bütün çalışmalarında sosyal sorumluluk ilkesine bağlı olarak hareket etme konusunda zorunluluk hissetme durumundadırlar. Çünkü yasalarda belediyelere yüklenen görevler açısından sosyal sorumluluk ilkesinin bu kurumların varlık sebebi olduğu söylenebilir.



Şekil 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pramidi.

Kaynak: CARROLL, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, s. 42.

Bir yerleşim biriminin farklı bölgelerinde sosyal veya fiziki standartlaşmanın sağlanması gerekir. Bu bakımdan belediyeler gerek fiziksel mekanda gerçekleştirdikleri çalışmalarla ve gerekse sosyal alanda yaptıkları faaliyetlerle toplumsal dengenin sağlanması açısından önemli kuruluşlar olarak ortaya çıkabilir.

Dünyanın pek çok bölgesinde olduğu gibi; Türkiye de, küreselleşme olgusundan etkilenmektedir. Dolayısıyla, özellikle fiziksel anlamda şehirlerin birbirlerinden farklarının kalmadığı söylenebilir. En batıdaki bir şehirden en doğudakine kadar hemen - hemen bütün şehirlerde yapı tarzlarının aynı, caddeler ve sokakların birbirinin taklidi haline geldiği gözlenebilmektedir. Fiziksel mekanda meydana gelen bu durumun sosyal ve kültürel alanı da etkilediği ifade edilebilir. Bu bakımdan belediyeler, çağın gerekli kıldığı modern hizmetleri yerleşim birimlerine sunarken bölgelerine has özellikleri de gözönünde bulundurmalarıdır. Çünkü kentlerin ekonomik ve sosyal gelişiminde kendilerine has bir kimliği evrensel gelişmelerle uyumlu hale getirmeleri durumunda, toplumsal başarıda sürekliliğin sağlanması açısından motive edici unsurları da kazanabilecekleri söylenebilir.

Belediyeler temel altyapı hizmetlerinden başlayarak toplum sağlığı, çevresel kaynakların israf edilmemesi gibi bir çok alanda sosyal sorumluluğa sahip olmalı ve bu yönde hareket etmelidir. Bununla birlikte, ülke yönetimi açısından belediyelerin beklide en önemli toplumsal görevi demokrasinin gelişimi açısından eğitim rolünü üstlenmesi olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla, demokratik ve katılımcı bir belediye yönetim anlayışı, diğer temellendirmelerle ele alınabilecek sosyal sorumluluk gerekçelerini de yerine getirebilir.

Belediyeler, halkın gereksinimlerinin yerinden çözülebilmesi için oluşturulmuş özerk kuruluşlardır. Bu nedenle demokrasinin bir toplumda hakim olması bakımından temel görevler üstlenmişlerdir. Çünkü, demokratik yönetimin varlığı ve derecesi, yönetilenin alınan kararlardaki etki derecesine bağlanabilir. Belediyeler demokratikliğini ne oranda artırabilirse, yönetime katılım da o derece yüksek olabilir. Bu bakımdan bir ülkede halkın yönetime ne ölçüde katıldığını gösteren en belirleyici unsurun, o ülkede uygulanan yerel yönetim işleyişi olduğu kabul edilebilir (Zengin, 1999: 123).

Tocqueville yerel yönetimleri siyasal eğitim aracı olarak görmüş ve demokrasinin temel ögesi olarak saymıştır. Tocqueville, merkeziyetçi yönetimlerin statükocu olduğunu, toplumu

ilerletme yeteneklerinin olmadığını ve bir çeşit uyuşukluk hali olduğunu belirterek; yerel yönetimlerin neden daha etkin ve gelişmeci bir yönetim türü olduğu konusu üzerinde durmuş ve yurttaşların özgürlüklerini ve bu özgürlüklerin kullanımını yerel alanda öğrenerek yerel ortak çıkarlarda bütünleşebildiklerini, buna bağlı olarak da, ülkenin baskı rejiminden uzaklaşabildiklerini ifade etmiştir (Tocqueville, 1994: 63).

Tocqueville'nin en önemli vurgusu belediyelerin demokratikleşme sürecinde eğitici bir rol üstlenmesidir. Bu süreç sonunda demokratikleşmenin sağlanabileceği ve buna bağlı olarak ileri ve refah düzeyi yüksek bir toplumun oluşturulabileceği dile getirilmektedir. Çünkü halkın isteklerinin genel yönetimde temsil edilerek baskı rejiminden uzaklaşılması, ekonomik ve sosyal anlamda toplumsal gelişmenin temel belirleyicisi olarak kabul edilebilir.

Belediyeler sosyal sorumluluk bakımından demokratik eğitim görevini yerine getirirken aldıkları kararlarda ve gerçekleştirdikleri çalışmalarda şu niteliklere sahip olmalıdırlar (TODAİE, 1992: 3):

- Yürütülebilir Karar Alma Yetkisi: belediyeler, yerel topluluklara temsil edici organlar aracılığıyla yerel hizmetler üzerinde uygulanabilir nitelikte kararlar oluşturma ve kendi kendilerini tercihleri yönünde özgürce yönetme olanağı verilmelidirler.
- Halk Katılımı: Katılım süreci yollarının açık olmasını ve işlerlik kazanmasını sağlamaktadır. Yerel yönetim kuruluşlarının kararlarını etkileme olanağını yerel halka veren katılım süreci, halk denetiminin etkinliğini de artırarak, yerel demokrasiye gerçek niteliğini kazandırmaktadır.
- Yönetmel Saydamlık: Yerel toplulukça oluşturulan ve varlıklı bir topluluğa hizmet etmek olan yerel yönetimlerin planları, programları ve uygulama kararları üzerinde yerel halkın bilgi edinme hakkının olması gerekir. Yönetmel saydamlık sağlandığında yerel halk yerel yönetimlerde meydana gelen gelişmelerden düzenli biçimde haberdar olacak ve kendi sesini bu kuruluşlara duyurma olanağına kavuşacaktır.

Kısaca ifade etmek gerekirse belediyeler sosyal sorumluluk ilkesine göre hareket etmek için öncelikli olarak demokratik eğitim rolünü sahiplenebilir. Demokratikleşme sürecinde topluma ve bireye kazandırılacak katkılar dolaylı olarak kentsel kültürün korunmasını, dengeli sosyal yapının oluşmasını ve fiziksel mekanlarda oluşacak tahribatın önlenmesini sağlayabilir.

Çünkü toplumsal ihtiyaçların aynı toplum içerisinde farklı gruplar tarafından belirlendiği bir yönetsel süreçte, farklılıkların korunması ve toplumsal beklentilere bağlı bir ilerlemenin oluşması sağlanabilir. Bu bakımdan belediyeler çeşitli toplumsal duyarlılıklar için gerçekleştirdikleri kampanyalarla birlikte demokrasinin gelişimindeki eğitim fonksiyonunu da yerine getirmelidir.

II. SOSYAL SORUMLULUK İLKESİ BAKIMINDAN KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

A. Açık Kapı

Belediyelerin demokratik eğitim fonksiyonu açısından üzerinde durulabilecek çalışmalardan biri olarak Açık Kapı uygulaması ele alınabilir. Diğer bir anlatımla sosyal sorumluluk açısından çalışmalara yön vermede bir araç olarak görülebilir.

Konya Büyükşehir Belediyesi'nde Açık kapı olarak ifade edilen birim, halkın istek ve şikayetleri açısından diğer belediye birimleriyle iletişim kurulmasını sağlamaktadır. Bu süreç bir bilgi alışverişi sağlamanın ötesinde toplumun yönetime katılımını sağlayan bir yol olarak değerlendirilebilir.

Büyükşehir Belediyesi binasında bulunan Açık kapı birimi halk görüşme bürosu ve web sayfasında bulunan Açık Kapı Mesaj Hattı aracılığı ile vatandaşlar belediyeye istek ve şikayetlerini iletmektedirler. Bu süreçte kullanılan önemli bir iletişim aracı da Alo 181 olarak ifade edilen kısa telefon hattıdır.

Yapılan istek ve şikayet verilerine bakıldığında 2006 yılında çeşitli konuları içeren toplam 9147 başvuru yapılmıştır. Bu başvurular doğrudan bireysel bir ihtiyaçtan kaynaklanabildiği gibi toplumsal bir ihtiyaca da cevap verecek nitelikte olabilmektedir. Dolayısıyla bu birimin belediyenin sosyal sorumluluk ilkesiyle hareket ettiğinin bir kanıtı olarak toplumsal nitelikli konulardaki başvuru biçimleri örnek gösterilebilir. Bu yönüyle Açık Kapı'nın sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden belediye yönetimin bu yöndeki amacına ulaşabilmesi için bir araç olduğu söylenebilir.

Açık Kapı uygulamasının hem toplumsal konulardaki duyarlılığı artırıcı rolü hem de halkın tepkisini rahatlıkla dile getirebilmesi açısından oynadığı rolün gereği olarak Konya Büyükşehir Belediyesi'nin sosyal sorumluluk hareket planında önemli bir yere sahip olduğu ifade edilebilir. Yönetilenler bu iletişim kanalı aracılığı ile, yönetimin yapıp-etmelerine boyun eğen değil; aynı zamanda bu yapıp-etmelerini etkileyen bir konuma sahip olabilmektedir. Bu süreçte dikkat edilmesi gereken önemli hususun ise, elde edilen girdilerin bu birimin etkinliği açısından doğru ve objektif olarak değerlendirilmesi olduğu söylenebilir.

Açık Kapı'ya gelen başvurulardan çevresel duyarlılığa örnek olarak aşağıda verilen başvuru mesajı gösterilebilir. Burada başvuru sahibinin kimlik bilgileri verilmemiş sadece mesaj içeriği verilmiştir. Ayrıca bu mesaj konusu ile ilgili olarak çok sayıda başvurunun yapıldığı belirtilmiştir.

“Adı :.....

Soyadı :.....

Mail Adresi :.....

Telefonu :.....

Tarih : 14.07.2006 - 09:48:27

IP Adresi :

Konu : SAYIN BAŞKAN KONU İLE İLGİLİ BİR AÇIKLAMA BEKLİYORUM SİZDEN

- TUZ GÖLÜ -

Aşağıdaki bilgiler maalesef doğru...

Sonra ' Türkiye neden kanserden kırılıyor..' diye soruyoruz..!? Tuz Gölü, Van Gölü'nden sonra ülkemizdeki ikinci büyük gölüdür...

Uzunluğu 80 km olan Tuz Gölü'nün genişliği 48 kilometreyi bulur... Geniş bir alanı kapsamına karşılık çok sığ bir göldür... Dünyanın en

tuzlu göllerinden biridir... Litresinde 329 gram gibi çok yüksek oranda tuz ihtiva etmektedir...

Gölün bu özelliğini değerlendirerek tuz elde etmek amacıyla kıyılarında çok sayıda tuzla kurulmuştur... Bu tuzlalardan elde edilen tuz,

Türkiye'nin gereksinimi olan tuzun büyük bölümünü karşılamaktadır... Türkiye'nin oldukça kurak bir yerinde yer alması nedeni ile bu sığ bölgelerde çok yoğun bir şekilde buharlaşma görülür... Doğu

kısımındaki körfez dışında tümüyle kuruyan gölün tabanında, kalınlığı yer-yer 30 cm.' i bulan mevsimlik bir tuz katmanı oluşmaktadır... Tuz Gölü'nün en derin yeri sadece 2 m.'dir. Öteki kesimlerin derinliği sadece santimetrelerle ölçülebilmektedir...

Göle dökülen en önemli akarsular? Peçenekozu Deresi" ile "Melendiz Çayı"dır. Coğrafya bilgileri aynen

böyle diyor. Coğrafya bilgilerine girmemiş acı gerçek ise şudur: Tuz gölüne dökülen en büyük akarsu Konya' nın şehir kanalizasyonudur. Çumra yönüne verilen kanalizasyon bu doğrultu üzerinden maalesef herhangi bir arıtmaya tabi tutulmadan doğrudan Tuz Gölü'ne akıtılmaktadır... Bir milyonu geçen şehir nüfusunun sanayi artıklarını da taşıyan şehir kanalizasyonu bizlere iyotlu ya da iyotsuz tuz olarak geri dönmektedir... Bu faciaya dur demek ve tuzun kokmasına fırsat vermemek için her sorumlu vatandaşın üzerine düşen görevi yerine getirmesi gerekmektedir"

Yukarıdaki mesaja konu olan sorunla ilgili olarak 2009 yılı itibariyle Konya Atık Su Arıtma Tesisleri faaliyete geçirilmiştir. Bu sorunun çözümünde, farklı çok sayıdaki etken devreye girmiş olabilir. Ancak vatandaşların çevre kirliliğinin önlenmesi açısından duyarlılık göstermesi ve bu konunun çözümü için belediye yönetimine baskı yapması gibi nedenlerle Açık Kapı biriminin vatandaşların çevre duyarlılığının gelişmesine katkı sağladığı söylenebilir.

B. KOMEK (Konya Meslek Edindirme Kursları)

KOMEK, farklı alanları temsil eden branşlarda açtığı kurslarla üretime katkı sağlamak için çeşitli meslek dallarına kalifiye eleman yetiştirmek, toplumun özellikle bayan kesiminde sosyalleşmeyi sağlayarak kentsel yaşam alanına uyum sağlanmasını ve katkıda bulunulmasını gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur.

Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı'na bağlı olarak faaliyet gösteren KOMEK yılda yaklaşık 10 bin öğrenciye çeşitli branşlarda eğitim vermektedir. KOMEK'te Yaklaşık 80 branşta ve Konya'nın değişik semtlerindeki merkezlerde mesleki eğitim verilmektedir.

Sosyal sorumluluk bakımından değerlendirildiğinde, ücretsiz olarak verilen bu kurslarla ekonomik hayata nitelikli elemanlar yetiştirildiği gibi; toplumun eğitim düzeyinin yükselmesine de katkı sağlanmaktadır. İngilizce, Arapça, Farsça, Diksiyon, Tiyatro gibi branşlara katılan öğrenciler çoğunluk itibari ile üniversite öğrencisi olması, üniversite eğitim sürecine bir katkı olarak değerlendirilebilir. Ayrıca sürekli göç alan bir şehir olma özelliği nedeniyle farklı yaşayış biçimlerine sahip bireylerin etkileşime girmesi de sağlanmaktadır. Öğrenciler farklı yaşayış biçimleriyle karşılaşmakta ve ortak değer olarak kentsel yaşam bakımından kendisini sosyalleştirebilmektedir.

C. Kadın Konuk Evi Projesi

Konya’da çeşitli sebeplerle ailesinden dışlanmış veya ailesini kaybetmiş yoksul bayanlar için bir sığınma evinin olmaması nedeniyle kadın konuk evi projesi başlatılmış ve 2008 yılında tamamlanarak Sosyal Hizmetler Çocuk Esirgeme Kurumu’na devredilmiştir. Kadın konuk evi projesi, toplumda dezavantajlı grup olarak ifade edilen kadınların desteklenmesini sağlamakta ve toplumda giderek artan dışlanmış kadın olgusunun farklı toplumsal sorunlara neden olmasını önleme amacına hizmet etmektedir.

Proje kadınların barınma ihtiyacının ötesinde onların eğitimini ve meslek kazanmasını da amaçlamaktadır. Bu bakımdan inşa edilen kadın konuk evinde 54 adet suit oda, oturma ve sohbet odaları, iş eğitimi odaları, psikolojik danışmanlık birimleri, revir, spor tesisleri, çocuk oyun alanları, gezinti ve oturma alanları bulunmaktadır.

D. Evde Bakım Hizmeti

Toplumsal sağlığın geliştirilmesi bakımından yoksul, korunmaya muhtaç insanların toplumla bütünleşmesi düşüncesiyle bu hizmet verilmektedir.

Bu uygulamanın amaçları şu şekilde belirlenmiştir:

- Konya genelinde yaşayan özellikle sosyal güvencesi olmayan özürlü, yaşlı, hasta ve bakıma muhtaç insanların tespit edilmesi, tedavilerinin yapılıp ihtiyaçlarının giderilmesi,
- Dünya Sağlık Örgütü’nün “Sağlıklı Kentler Projesinde” Konya’nın yer alabilmesi,
- Konya Merkezinde bulunan yaklaşık 200 bin hanede hasta, özürlü, yaşlı ve bakıma muhtaç bireyin tespit edilmesi, sağlık hizmetine ihtiyaç duyan hastaların evde ya da hastanede muayenelerinin sağlanması, sosyal güvencesi olmayan yoksul insanların tedavi masraflarının karşılanması ve Konya’nın sağlık haritasının oluşturulması.

Evde bakım hizmeti açısından temel hedef kitle, sosyo-ekonomik bakımdan yoksul, sağlık sorunları olan ve bakıma muhtaç olan yaşlılar, özürlüler, çocuklar ve kadınlar şeklinde belirlenmiştir. Bu kapsamda görev alan personel içerisinde doktor, hemşire, sosyal çalışmacı, halkla ilişkiler uzmanı ve ihtiyaç sahiplerinin belirlenmesinde yer alan tespit ekipleri bulunmaktadır.

Yapılan tespitler sonrasında sağlık hizmeti verilmesi gerektiği düşünülen bireyler evlerinde veya gerekli ise hastanede tedaviye alınmaktadırlar. Bu süreç, yalnızca sağlık açısından gerçekleştirilen tedaviyi değil; aynı zamanda sosyal ve psikolojik yönden çeşitli destek çalışmalarını da içermektedir.

Sağlık bakımından:

- Periyodik olarak doktor ve hemşire tarafından kendi evinde hastanın kontrolü yapılmaktadır.
- Sağlık merkezine gelen hastanın tedavisi yapılmaktadır.
- Reçeteli enjeksiyon yapımı, tansiyon ölçümü, serum takılması, sonda takılması, pansuman yapılması, ilaç kullanımının takip edilmesi, diyet danışmanlığı gibi hemşirelik hizmetleri verilmektedir.
- Her ayın son haftası hasta yoğunluğu olan bir bölgede sağlık taraması yapılmaktadır.

Rehberlik ve danışmanlık bakımından:

- Psikoloji ve sosyal hizmet uzmanı tarafından hastaların psikolojik, sosyal ve ekonomik sorunları tespit edilmekte, değerlendirilmekte ve hastalar bilgilendirilerek çözüm yönünde girişimde bulunulmaktadır.

Refakat ve danışmanlık hizmetleri bakımından:

- Psiko-sosyal sorunlar için bilgilendirme ve yönlendirme yapılmakta,
- Ev ziyaretleri gerçekleştirilmekte,
- Hastanın kitap, gazete gibi ihtiyaçları giderilmekte,
- Uygun hastalar gezintiye çıkarılmakta,
- PTT, elektrik ve su gibi faturaların takibi yapılmakta,
- Hastanın günlük alışverişine yardımcı olunmakta

Sosyal ve kültürel bakımdan:

- Bireylerin hastalıklarıyla ilgili uzmanlar ile hastalar çeşitli toplantılarla bir araya getirilmekte,
- Hastaların tanışmasını sağlayan toplantılar düzenlenmekte,
- Hasta ve yakınlarına il merkezinde ve çevre illerde çeşitli geziler düzenlenmekte,

- Hasta ve yakınlarının boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla el sanatları vb. alanlarda eğitimleri sağlanmakta,
- Özel günlerde hastalara kutlama mesajları gönderilmekte ve özel ziyaretlerde bulunulmaktadır.

Ekonomik destek bakımından:

- Yoksul hasta ve yakınlarına gıda, yakacak ve giyecek yardımı yapılmaktadır.

Ayrıca gerektiği durumlarda hastaların evlerinin genel temizliği, çamaşırlarının yıkanması ve ütülenmesi, vücut temizliği gibi hizmetler de “evde bakım hizmeti” kapsamında verilmektedir.

E. Mesnevi’nin Farklı Dillerde Yayınlanması Projesi

Konya ulusal ve uluslararası alanda Mevlana ile özdeşleşmiş bir kimliğe sahiptir. 2007 yılının UNESCO tarafından Mevlana Yılı ilan edilmesi, Konya’nın tanıtımında önemli bir avantaj sağlamıştır. Bu nedenle, Mevlana’nın Dünyaca bilinen eserinin farklı dillerde yayınlanmasıyla hem Mevlana felsefesinin hem de Konya’nın tanıtımı amaçlanmıştır.

Yerel halkın manevi duyguları açısından önemli bir yere sahip olan Mevlana’nın Mesnevi isimli eseri yirmidört ayrı dile çevirisi yapılarak yayınlanmıştır.

2006 yılında orijinal dili Farsça, Türkçe, İngilizce, Almanca, İtalyanca, Fransızca ve Urduca dillerinde Mesnevi’nin yayını gerçekleştirilmiştir.

2007 yılı içerisinde ise; Arapça, Arnavutça, Rusça, Türkmençe, Kazakça, Tacikçe, İspanyolca, İsveççe, Boşnakça, Japonca, Yunanca, Malayca, Hintçe, Çince, Korece, Flemenkçe ve Azeri Türkçesi gibi dillerde yayını yapılmıştır.

Dünya üzerinde yaygın olarak konuşulan dillere çevirisi yapılan Mesnevi, ilgili dillerde Web üzerinden yayınlanarak, Dünya’nın dört bir tarafında yaşayan insanların bu esere ulaşılması olanağı da sağlanmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Toplumlarda bilgi ve bilinç düzeyi arttıkça kurumların görevleri de farklılaşmaktadır. Temel görev alanlarının dışında yeni sorumluluklar taşımak zorunda kalmaktadırlar. Özel bir

kurum karlılığını artırarak varlığını güvence altına almak ve sürekliliğini sağlamak için, sadece ürün ya da hizmetiyle ilgili sunum yapmanın ötesinde sosyal alanla ilgili hizmet üretme veya mevcut sosyal alanın gelişimi için katkıda bulunma görevini kendinde görürken; kamu kurumları da özellikle demokratik ortamlarda yönetsel sürekliliklerini devam ettirebilmek için bu sorumlulukları taşımak zorunda kalmaktadırlar.

Özellikle kamu kurumları gününbirlik ihtiyaçlar için çeşitli sosyal çözüm projeleri ortaya koyabilecekleri gibi; toplumsal açıdan uzun süreli bir meşruiyet kazanabilmek için toplumsal gelişime öncü olacak hizmetlerde bulunmalıdırlar.

Belediyelerin yasalarda temel görevleri belirtilmiştir. Genel itibariyle bunların, kentsel yerleşim alanlarının insanca yaşanabilir bir ortama kavuşturulması olduğu söylenebilir. Yasalarda sosyal alanlarla ilgili çalışmaların yapılabilmesiyle ilgili düzenlemeler yapılmış, ancak bunun şekli ve içeriği açısından fiziksel alan hizmetlerinde olduğu gibi bir kesinlik sözkonusu değildir. Bu nedenle belediyelerin sosyal sorumlulukla hareket eden bir yönetsel bakışa sahip olması, sosyal alanda hayata geçireceği hizmetlerinin niteliğini de doğrudan etkilemektedir. Bu bakımdan yönetim tarafından toplumsal eğitim ve demokratik bakışın geliştirilmesi önemli bir ilerleme göstergesi olarak algılandığında, sosyal sorumluluk bilincinin daha ileri düzeyde gerçekleştirilebileceği söylenebilir. Ayrıca hizmetlerin sağlanmasında doğal kaynakların israf edilmeden kullanılması, gelecek nesiller için bir sosyal sorumluluk olarak düşünülebilir. Dolayısıyla belediyeler, bir yandan yerel yönetim hizmetlerini yürütürken bir yandan da toplumun ihtiyaçlarından doğan sosyal projelere öncü olmak durumundadırlar.

Çalışmada Konya Büyükşehir Belediyesi'nin sosyal sorumluluk alanı ile ilgili faaliyetleri değerlendirilmiştir. Yapılan incelemede, sosyal sorumluluk faaliyet alanları arasında sayılabilecek halkın bilgilendirilmesi ve sosyal kontrol için yönetimin kendi kendini denetleyici iletişim imkanlarını sağlaması, kültür, sağlık ve eğitim faaliyetleri gibi konulardaki çalışma örnekleri Konya Büyükşehir Belediyesi uygulamaları arasında görülmüştür.

KAYNAKÇA

CARROL, Archie B. (1991). "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders", **Business Horizons**, 34 (4), 39-48.

- CLARK, Cynthia E. (2000). “Differences Between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis” , **Public Reletion Review**, 26 (3), 363-380.
- DALYAN, Figen ve Gökbel, Serpil A. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: İMKB’de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Karlılıkları Arasındaki İlişki, A.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 39-41s.
- EREN, Erol. (1997). İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikaları, Der Kitabevi, İstanbul, 109-107s.
- İŞVERENOĞLU, Gülsün. (2001). “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik”, **Yönetim ve Ekonomi**, 8(2), 56-67.
- KAZANCI, Metin. (2004). Kamu ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, 5. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara, 64s.
- Konya Büyükşehir Belediyesi 2006 Yılı Faaliyet Raporu.
- L’ETANG, Jacquie. (2000). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Halkla İlişkiler Etiği”, **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, (Der. L’Etang ve M. Pieczka), (Çev. G. Işık ve Diğerleri), Vadi Yayınları, Ankara, 156 ve 172s.
- NALBANT, Z. Eser. (2005). “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, **Yönetim ve Ekonomi**, 12(1), 195-201.
- OKAY, Ayla ve Okay, Aydemir. (2002). *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Der Yayınları, İstanbul, 626s.
- ÖZÜPEK, M. Nejat. (2005). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk, Tablet Yayınları, Konya, 12-13-190s.
- PELTEKOĞLU, Filiz B. (1998). Halkla İlişkiler Nedir, 1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 50-133-137s.
- SABUNCUOĞLU, Zeyyad. (1998). İşletmelerde Halkla İlişkiler, 4. Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa, 13-14s.
- SOLMAZ, Başak. (2005). “İşletmelerin Değişen Konumuyla Gelişen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Turkcell’in Desteklediği “Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları” Projesinin Genel Bir Değerlendirmesi”, **Selçuk İletişim Dergisi**, S. 1, 116-125.

- TATARİ, Begüm. (2003). Şirketlerin Toplumsal İlişkisinde Yükselen Değer: *Kurumsal Sorumluluk*, İzmir Ticaret Odası, İzmir, 7s.
- TODAİE. (1992). KAYA, Yerel Yönetimler Araştırma Grubu, Ankara, 3s.
- ZENGİN, Eyup. (1999). “Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım”, **Türk İdare Dergisi**, S.422, s.111-132.