

## BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER VE ŞANLIURFA BELEDİYESİ

Dr. Nihat GÜLTEKİN\*  
Yrd. Doç. Dr. Abdullah ÇELİK\*\*

### Özet

*Halkla ilişkiler, kurum veya kuruluşun en üst kademe yöneticisine, belirlenecek politikalar konusunda yol gösterme ve ona kamuoyunun görüşleriyle ilgili bilgi taşıma işlevidir. Dolayısıyla halkla ilişkilerden sorumlu kişi, en üst düzey yöneticinin yakınında yer almalıdır.*

*Demokratik yönetimin gerektirdiği gibi halk, yönetim üzerinde bir denetim hakkına sahiptir. Halkın bu denetiminden dolayı, yönetim de bir hesap verme ve kendini aklama çabasıyla, yaptığı iş ve hizmetleri açıklamak durumundadır.*

*Halkla ilişkiler uygulaması açısından önemli olan hangi kitleye, hangi biçimde, ne zaman ve ne iletileceğidir. Halkla ilişkilerde oldukça sınırlı ve homojen bir kitlenin saptanması gerekir. Hedef kitle belirlendikten sonra, belediye hizmetleri halka en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur.*

*Çalışmada, halkla ilişkiler bağlamında Şanlıurfa Belediyesi'nce yaptırılan memnuniyet anketleri çözümlenmiş, halkın memnuniyeti ve beklentileri tespit edilmeye çalışılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, Belediye ve Kamu Hizmeti

### Abstract

*Public Relations is the function of guiding the top executive member of an organization or enterprise in the policies to be determined and of carrying information to him/her related to public opinion views. Therefore, the person in charge of public relations must be near the top executive.*

*As necessitated in a democratic administration, public has a right of supervision on administration. Due to this right administrations are bound to give details and justify the works and the services given in an effort to give explanations and exonerate.*

*What is important in terms of the practice of public relations is which mass, how, when and what will be communicated. It is a must in public relations that rather limited and homogenous mass be determined. Once the target mass has been determined,*

---

\* Harran Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü.

\*\* Harran Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü.

*municipality services are presented in the nearest places and with the most appropriate methods.*

*In the present study, within the context of public relations, the content questionnaires done by Şanlıurfa Municipality were analyzed and the public content and expectations were tried to be determined.*

**Keywords:** *Public Relations, Municipality, Public service*

## **Giriş**

İnsanlık tarihi kadar eski olduğu kabul edilen halkla ilişkiler uygulamalarının, sistemli ve daha işlevsel bir yapıya kavuşması 20. yüzyılda gerçekleşmiştir. Ekonomik hayattaki örgütlenme, toplumsal yapıdaki değişme ve gelişmeler ve özellikle sayıları her geçen gün artan basın yayın organları ile insanlar, yoğun bir bilgi-ileti bombardımanı ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu bağlamda, günümüz toplumunda, gerek kamusal gerek özel sektör kuruluşlarının, çevreleri ile ilişki kurmaları ve onunla etkileşmeleri için bir düzen oluşturmaları gerekmektedir.

Ulusal ve uluslararası siyasal, ekonomik ve sosyal dengelerin hızla değişmesi kurumları, çalışanlarını ve toplumu, ortaya çıkan yeni oluşumlara uyum sağlaması ve kendi kimliğini ortaya koyması için, halkla ilişkiler çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Halkla ilişkiler bu yönüyle, toplumun isteklerine kurum ve kuruluş açısından yanıt vermeye yarayan yöntemlerden biri olarak karşımıza çıkmakta ve örgütlerin vazgeçilmez bir fonksiyonu durumuna gelmektedir. Örgütle hedef kitle arasındaki iletişimi sağlayan halkla ilişkiler, alınan kararların sağlıklı uygulanabilmesi ve hedef kitleye en iyi şekilde anlatılabilmesini sağlamaktadır.

Bu çalışmada, halkla ilişkiler bağlamında Şanlıurfa Belediyesi'nce yaptırılan memnuniyet anketleri analiz edilmiş, halkın memnuniyeti ve beklentileri tespit edilmiştir.

## **1. Halkla İlişkiler**

Halkla İlişkilerin ilk olarak 1897 yılında “Amerikan Demiryolları” kitabında görüldüğü belirtilmektedir<sup>1</sup>. Halkla ilişkiler konusunda yazında pek çok tanım yapılmıştır. Bunların temelinde yatan görüş; Halkla İlişkilerin, kurum ya da kuruluş ile onun karşısındaki hedef kitle arasında karşılıklı menfaate dayalı ve sağlıklı bir diyalog tesis etmesidir<sup>2</sup>. Webster New Collegiate Sözlüğü'nde halkla ilişkiler şöyle tanımlanmıştır: “Bir işletme, dernek, kamu kuruluşu, hükümet, okul ya da benzeri organizasyonların kendisini çevreye uyumunun sağlanması ve toplumun da kendisini anlaması için, çalışanları, müşterileri, üyeleri, pay sahipleri gibi belirli halk kesimleri ya da halkın bütünüyle kurduğu tutarlı ve verimli ilişkilerin sürdürülmesi eylemidir”<sup>3</sup>. Başka bir tanımda ise halkla ilişkiler; “özel veya kamu kurum ve kuruluşların veya kamuoyu önüne çıkmış bireylerin, ilişkide olduğu veya olabileceği çevrelerin sevgi, anlayış, güven ve desteğini elde etmek ve bunu

---

<sup>1</sup> BURTON, St John III, **Public Relations as Community-Building Then and Now**, Public Relations Quarterly, Rhinebeck, Spring, 1998, s.93.

<sup>2</sup> ASNA, Alâeddin, **Halkla İlişkiler (Public Relations)**, Sabah Yayınları, İstanbul, 1980, s. 208–209.

<sup>3</sup> SAVAŞ, Funda, **İşletme Yönetiminde Halkla İlişkiler**, M.Ü. İletişim Fakültesi Yayını, Sayı:1, Aralık-1992, s.172.

---

sürdürmek için sürekli olarak yerine getirilmesi gereken bir yönetim işlevi”<sup>4</sup> olarak ele alınmıştır.

Halkla ilişkiler, ikna ve modern iletişim yöntemleri kullanılarak, kurum ve çevresi arasında karşılıklı anlayış ve iyi niyet oluşturmak üzere, doğru ve gerçek bilgi içeren planlı ve sistematik çabalar olarak benimsenmektedir<sup>5</sup>.

Halkla ilişkiler faaliyetinin içinde iki uç söz konusudur. Bir tarafta özel ya da kamu tüzel kişisi, karşı tarafta ise bu kişinin ilişki kurmak istediği ya da varolan ilişkilerini geliştirmeye çalıştığı kitledir. Bu kitle küçük ya da büyük bir grup, seçmenler, tüketiciler, bir kent halkı, bütün bir ulus, hatta bütün dünya ulusları olabilir.

Halkla ilişkiler, kuruluşun en üst kademe yöneticisine, çizilecek politika konusunda yol gösterme ve ona kamuoyunun görüşleriyle ilgili enformasyon taşıma işlevidir. Bu özelliğiyle kuruluş şemalarında Halkla İlişkiler Sorumlusu en üst düzey yöneticinin (Bakan, Genel Müdür, Başkan vb.) en yakınında yer alır. Halkla İlişkiler Sorumlusu, en üst yöneticinin makamına her an çıkabilen, önemli kararların alınacağı her toplantıda bulunan, üst yöneticinin her istediğinde yanında bulunan kişidir.

Halkla İlişkiler Sorumlusu, en üst yönetici adına kurumu ve onun halkla ilişkiler politikalarını temsil eder. Bu sorumlu kişi kamuoyu ile kurum arasındaki bağı kurup geliştirir ve kurum elemanlarını (en üst düzey yöneticiden, en alt kademedeki çalışana kadar), kurumun dış görüntüsünü geliştirmek için nasıl davranmaları gerektiği, nelere dikkat etmeleri gerektiği ve hedef kitlenin kurum hakkındaki izlenimleri konularında eğitir.

Sosyologlar kitlelere bir şey yaptırabilmek için yeryüzünde üç etkili yol bulunduğundan söz ederler. Bunlar; zor kullanmak, para ile satın almak ve inandırmaktır. Halkla İlişkilerin kullandığı yol üçüncü yoldur.

Öte yandan “halkla ilişkiler patronun üçüncü gözü” olduğu belirtilmektedir. Bu gözle kurumun iç ve dış çevresiyle ilişkilerinin nasıl olduğu, gelişme ve başarının artması için daha neler yapılması gerektiği konusunda bilgi verilmektedir<sup>6</sup>.

## **2. Belediyelerde Hakla İlişkiler Bölümünün Örgütlenmesi**

Halkla ilişkiler çalışmalarında örgütlenme konusu başlıca iki biçimde düşünülebilir.

1. Halkla ilişkiler çalışmaları, özel olarak çalışan halkla ilişkiler kuruluşlarından birisiyle anlaşmayla bağlanarak yürütülür.

2. Halkla ilişkiler çalışmaları örgütçe yürütülür. Örgüt bu çalışmaları kendisi yürütmeye karar verdiği durumda, örgütlenme açısından karşımıza türlü seçenekler çıkabilmektedir. Bunlar;

---

<sup>4</sup> ONAL, Güngör, **Halkla İlişkiler**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1997, s.16.

<sup>5</sup> BLACK, Sam, **Introduction Public Relation**, The Modino Pres, London, 1989, s.1.

<sup>6</sup> PASİNER, Sunuk, **Özel Sektör ve Halkla İlişkiler**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayını: 10, Ankara, 1988, s.122.

-Halkla ilişkiler görevi mevcut bölümlerden uygun birinin sorumluluğu altında yürütülür.

- Bu görev için özel bir yönetici atanabilir.

- Kurumun türlü bölümlerinin başında bulunanlardan kurulacak bir halkla ilişkiler kurulu kurulabilir.

- Bu konuda uzmanlaşmış bir halkla ilişkiler bölümü kurulabilir.

Kamu kurumlarının büyük bir çoğunluğunda halkla ilişkiler hizmetlerinin yürütülmesi amacıyla özel birimler kurulmuş, özel bir birimin bulunmadığı kurumlarda bir başka birime ya da görevliye bu hizmetlerin yürütülmesi sorumluluğu verilmiştir. Bakanlıklarda 3046 sayılı Yasası'nın bir gereği olarak "Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği" adı ile kurulurken, valiliklerde çoğunlukla "Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü" ya da "İl Basın Bürosu", belediyelerde "Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü" adlarını taşıyan birimler bulunmaktadır. Halkla ilişkiler birimlerinde kararlar genellikle ya üst makamca ya da üst yönetici ve birim yöneticisi tarafından ortaklaşa alınmaktadır. Birim yöneticilerinin tek başlarına karar almaları veya birim çalışanlarının kararlara katılması yaygın değildir<sup>7</sup>.

Halkla ilişkiler günümüzde örgütlerin yaşadıkları toplumun içinde ilişki kurdukları farklı katmanlarla, bu ilişkilerini düzenlemede büyük önem kazanmıştır. Ancak, bu ilişkilerin düzenlenmesi uzun dönemli planlara göre olabilir. Bu durumda belediyeler konunun önemini kavramalı ve toplumun değişik kesimleriyle sürdürülecek ilişkileri, bu konuda uzmanlaşmış kişilerden oluşan örgütler yardımıyla, düzenli ve planlı bir biçimde yürütmelidirler.

Büyük örgütlerde ve belediyelerde, politikaları belirleyen üst düzey yöneticiler, küçük bir grubu oluştururlar. Halkla ilişkiler uzmanı, bu yöneticileri iyi tanımalı ve onların güvenini kazanmalıdır. Yöneticinin durumunu analiz edebilmek için, halkla ilişkiler uzmanı iyi bir karakter aktörü olmalıdır. Yönetim halkla ilişkiler aktivitelerinden haberdar olmalı ve onlara destek vermelidir. Dolayısıyla yeteri derecede bilgilendirilmeye ihtiyaçları vardır<sup>8</sup>.

### 3. Belediyelerde Halkla İlişkiler Politikaları

Politikalar, yöneticilere karar vermelerinde rehberlik eden bir ilke ve ilkeler dizisidir. Bu ilkeler, yöneticilere alacakları kararlarda ve yapacakları faaliyetlerde yol gösterir ve belirlenmiş amaçlar için genel bir plan oluştururlar<sup>9</sup>.

Örgüt bünyesinde yer alan her bölümün politikası bir veya daha fazla hedef kitle ile iyi ilişkiler oluşturacak şekilde düzenlenmektedir. Belediyelerde farklı yönetim alanlarında, farklı politikalar geliştirilmektedir. Örneğin; yönetim politikaları, personel politikaları, maliye politikaları, finansman politikaları, üretim (hizmet) politikaları,

---

<sup>7</sup> ACAR, Muhittin, **Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması**, Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü, Ocak-1994, s.73.

<sup>8</sup> LESLEY, Philip, **Public Relations Handbook**, Prentice Hall Inc., April-1959, s.243-245.

<sup>9</sup> DİNÇER, Ömer; **İşletme Yönetimi**, Beta Yayınları, İstanbul, 1996, s.237.

---

pazarlama politikaları, satın alma politikaları, ihale politikaları, özelleştirme politikaları, sosyal yardım politikaları, ar-ge politikaları ve çevre politikaları.

Halkla ilişkiler kamu çıkarlarına karşı duyarlı, dürüst ve etik ilkelerine bağlı olarak, kurumunun uygulamalarını ve stratejilerini belirlemiş bir üst düzey yönetici ile başlamaktadır. Halkla ilişkiler biriminin görevi ise, bu ilke ve stratejilerin, kurumun çevresi tarafından anlaşılmasını, desteklenmesini sağlamak ve gerekiyorsa olumsuz görüş ve tavırlara karşı kurum veya kuruluşunu korumaktır<sup>10</sup>.

Belediyelerde halkla ilişkiler mekanizması da, belediye hizmetlerinin sunulmasında ve bu hizmetlerin değerlendirilebilmesinde, geri bildirim (*feedback*) mekanizmalarının işletilmesi ve hizmet sunumundaki isabetliliği artırmaktadır. Bu açıdan belediyelerin halkla ilişkilere özel önem vermesi gerekmektedir. Bunun için de yine bu konuda ayrı politikalar oluşturmalıdır. Bunlar;

- Tanıtım politikaları,
- Bilinçlendirme politikaları,
- Yayın politikaları,
- Kültürel etkinlik politikaları,
- Halkın demografik yapısına göre belirlenen politikalar<sup>11</sup>.

Örgütün etkisi ve boyutları genişledikçe, hedef kitle ile kurulacak ilişkiler daha da önem kazanmakta ve aynı oranda karmaşıklaşmaktadır. Örgüt yapılarının ve faaliyetlerinin büyümesi ve karmaşıklaşması, halkın örgütü anlamasını güçleştirmekte ve iki taraf arasında bir kopukluk meydana gelmesine neden olmaktadır.

Örgüt ile hedef kitle arasındaki iletişim kopukluğu, genellikle örgüt politikalarından kaynaklanmaktadır. Çünkü, iki taraf arasındaki iletişimi sağlamak örgütün görevidir. Başarılı yöneticiler, iki taraf arasında daha etkili ve verimli bilgi akışını sağlamak için, halkla ilişkilerin önemini fark eden ve uygulayan yöneticilerdir.

Halkla ilişkiler uygulaması açısından önemli olan hangi kitleye, hangi biçimde, ne zaman ulaşılabileceği ve ne iletileceğidir. Halkla ilişkilerde oldukça sınırlı ve türdeş (homojen) bir kitlenin saptanması gerekmektedir. Hedef kitle saptandıktan sonra belediye tarafından, halkın isteklerinin öğrenilmesi ve toplanacak bilgilerin değerlendirilerek, uygulamaya geçirilmesi zorunluluğu, halkla ilişkileri yönetsel etkinliği artırmak amacıyla da kullanmayı gerektirmiştir. Burada yönetimin amacı, halkın dileklerini öğrenerek, bu dilekleri yönetsel gereklerle bağdaştırabilmektir<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> PROUT, Charles H., **Organization and Function of the Corporate Public Relations Department**, The Hand Book of Public Relations and Communications, Mc-Graw Hill Book Company, USA, 1991, s.728.

<sup>11</sup> YILDIRIM, Selahattin; **Yerel Yönetim ve Demokrasi**, (II. Baskı) IULA EMME Toplu Konut Yayınları, İstanbul, 1994.

<sup>12</sup> ÖZTÜRK, Meltem, **Kamu Yönetiminde ve Belediyelerde Halkla İlişkiler**, M.Ü. İletişim Fakültesi Yayını, S:1, Aralık-1992, s.189.

Belediyelerde halkla ilişkiler, ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği iki yönlü iletişime dayalıdır. Bu yönler kamuoyunda kurumun, kurumda da toplumun istediği yönde değişikliklerin gelişmesidir. Böylece belediye ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli etkinlikler meydana gelir.

Demokratik yönetimin gerektirdiği gibi halk, yönetim üzerinde bir denetim hakkına sahiptir. Halkın bu denetiminden dolayı, yönetim de bir hesap verme ve kendini aklama çabasıyla, yaptığı iş ve hizmetleri açıklamak durumundadır. Halkın yakınmalarına ve eleştirilerine karşı, yönetimin yaptığı iş ve hizmetleri açıklaması safhası, ancak gerçek anlamda halkla ilişkiler uygulamalarıyla ve uygulamaların kapsamında yer alan iki yönlü iletişimle mümkün olacaktır. Dolayısıyla, halkla ilişkiler konusunu yalnız iletişim tekniklerini kullanma süreci olarak algılamak, eksik ve yanıltıcı bir yaklaşım olur.

Toplumun diğer konularında olduğu gibi, belediyelerin de ihtiyaç sonucunda, bir fonksiyon olarak ortaya çıkan halkla ilişkilerde, uygulamada üç aşamadan geçmek zorunludur. Bunlar “dikkat çekmek”, “inanç veya güven vermek” ile “anlayışı sağlamak” tır. Bu aşamadan sonra ulaşılabilecek amaç, halka bir tutum benimsemeleri veya belli bir hareket tarzını izlemeleri gerektiği konusunda ikna etmeleridir. Bunu başarmak için ise örgüt yönetiminin halkla ilişkiler açısından şu soruları cevaplaması gerekir<sup>13</sup>;

- Yönetimin vermek istediği mesaj nedir?
- Bu mesaj kime verilecektir?
- Nasıl verilecektir?
- Bunun amacı nedir?

Bu soruların cevapları iyi verilebilirse, belediyenin niteliği ve amaçlar bütünüyle anlaşılabilir, bu anlayış başkalarına aktarılabilir ve etkilerini görüp, değerlendirme mümkün olacaktır.

## 4. Araştırma

### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

5393 sayılı Belediye Yasası'na göre belediye, belde sakinlerinin belediye hizmetleriyle ilgili görüş ve düşüncelerini tespit etmek amacıyla kamuoyu yoklaması ve araştırması yapabilir (m.15). Kamuoyu yoklaması çerçevesinde belediye yönetimince “Memnuniyet Araştırması” anketleri yapılmaktadır. Memnuniyet araştırması, belediyenin tüm paydaşların beklentilerini belirleyip, stratejileri ve hedeflerini ona göre tasarlamasına yardımcı olan bir geri bildirim çalışmasıdır.

Memnuniyet Araştırması'nda “temsili” örneklem yöntemi kullanılmış olup, anketler SPSS istatistik programıyla bilgisayar ortamında değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada, 2004'te 1076, 2005'te ise 2242 kişi (denek) anket çalışmasına katılmıştır. Memnuniyet Araştırması anket uygulamasını yapmak için, Şanlıurfa beş

---

<sup>13</sup> AŞKUN, İnal Cem, **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Organizasyon ve Halkla İlişkiler Merkezi (ORHİM)'nde Sunulan Yayınlanmamış Tebliğ, İstanbul, 1989.

bölgeye ayrılmıştır. **1. Bölge;** Akpınar, Ertuğrul Gazi, Esentepe, Hamidiye, İmam Bakır, Karşıyaka, Osman Gazi, Refahiye, Selahaddin Eyyubi, Sırrın, Ulubatlı, Veysel Karani, Yenişehir ve Yeşildirek Mahalleleri. **2. Bölge;** Atatürk, Bahçelievler, Bamyasuyu, Beykapusu, Bıçakçı, Camikebir, Cengiztopel, Çarşılar, Göl, Gümüş Kuşak, Hekimdede, Hızmalı, İpekyol, Kadioğlu, Kamberiye, Kendirci, Kurtuluş, Mimar Sinan, Paşabağı, Pınarbaşı, Sancaktar, Sultan Fatih, Şairnabi, Şair Şevket, Şehitlik, Tepe, Türkmeydanı, Yeni ve Yusu Mahalleleri. **3. Bölge;** Ahmet Yesevi, Akabe, Akşemsettin, Bağlarbaşı, Buhara, Dedeosman, Devteşti, Dirteklî, Halepli Bahçe, Karakoyunlu, Mance, Süleymaniye, Yakubiye ve Yavuz Sultan Selim Mahalleleri. **4. Bölge;** Eyyubiye, Eyyüpkent, Eyyüpnebi, Hacı Bayram, Hayat el Harrani, Muradiye, Onikiler, Osmanlı, Selçuklu, Şih Maksut ve Topdağı. **5. Bölge;** Harran Üniversitesi Osmanbey, Eyyubiye, Yenişehir Kampüsleri, Milli Eğitim Müdürlüğü, Tarım İl Müdürlüğü, DSİ, Valilik ve Köy Hizmetleri.

## 4.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

### 4.2.1. Verilen Taahhütlerin Yerine Getirilmesi

Toplumun tüm örgütlenme biçimleri insanın mutlu ve refah içinde yaşamasını sağlamaya çalışmaktadırlar. Belediyenin ve diğer kamu kurum ve kuruluşların varlık nedenleri, insana hizmet etmektir. Temel ilke bu olunca kamu kurum ve kuruluşlarının ve kamu görevlilerinin insana ve topluma karşı hizmet üretirken bu konularının bilinci içinde hareket eden, insana değer veren onu ön planda tutan bir tutum ve davranış içinde olmak zorundadırlar<sup>14</sup>.

**Çizelge 1: Verilen Taahhütlerin ve İşlerin Zamanında Yerine Getirilmesi,**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	118	11,0	141	6,3
Zayıf	223	20,7	591	26,4
Orta	504	46,8	820	36,6
Güçlü	162	15,1	582	26,0
Çok Güçlü	27	2,5	65	2,9
Toplam	1034	96,1	2199	98,1
Cevap Vermeyen	42	3,9	43	1,9
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

Belediye hizmetleri vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur. Hizmet sunumunda özür, yaşlı, düşük ve dar gelirli durumuna uygun yöntemler uygulanır. Ayrıca hizmetlerin yerine getirilmesinde öncelik sırası, belediyenin mali durumu ve hizmetin ivediliği dikkate alınarak belirlenir. Belediye tarafından vatandaşlara verilen taahhütlerin ve işlerin zamanında yerine getirilmesi ile ilgili halkın tutumu “orta” şeklindedir. Bununla birlikte “çok zayıf” ve “orta” yargılarında azalma olmuş; “güçlü” ve “çok güçlü” yargılarında ise, artış meydana gelmiştir (Çizelge: 1).

<sup>14</sup> YALÇINDAĞ, Selçuk, **Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler**, TODAİE Yayını, Ankara, 1996, s. 43.

#### 4.2.2. İstek ve Sorunlara Tatmin Edici Açıklamalar

Belediye hakkında kentlilerin genel yargısını yansıtan bilgilerin başında, hemşehriler işleri için belediyeye başvurduklarında, başvuru sonunda ortaya çıkan sonuçtan memnun olup olmadığı veya başvuranların beklentileri doğrultusunda tatmin edici cevap verilip verilmediğine bakılmaktadır. Halkın istek ve sorunlarına belediye yönetiminin açıklamalarının tatmin edici bulunup bulunmadığı noktasında, 2004 ile 2005 yılı karşılaştırıldığında ters bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu konuda vatandaşlar belediyeyi genel olarak her iki yılda da “orta” görmektedirler (Çizelge: 2). “zayıf” ile “güçlü” arasında ise, bir çelişki söz konusudur. Çünkü her iki yargıda artış görülmektedir. “Zayıf” artmış ise, “güçlü”nün düşmesi gerekirdi. Anket sonuçları bunu göstermemektedir. Durum böyle olmakla beraber, Türkiye Ekonomik Sosyal Etütler Vakfı'nın (TESEV) 'Vatandaşın Bilgi Edinme Hakkı' Projesi Kapsamında yaptığı araştırmada “Vatandaşın sorusuna zamanında ve tatminkâr cevap verme oranında, iller arasında en başarılı belediye, %100'lük oranla Şanlıurfa Belediyesi olmuştur<sup>15</sup>.

#### Çizelge 2: İstek ve Sorularınızla İlgili Tatmin Edici Açıklamaların Yapılması

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	136	12,6	167	7,4
Zayıf	223	20,7	512	22,8
Orta	479	44,5	849	37,9
Güçlü	149	13,8	568	25,3
Çok Güçlü	39	3,6	75	3,3
Toplam	1026	95,4	2171	96,8
Cevap Vermeyen	50	4,6	71	3,2
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

#### 4.2.3. Yerine Getirilecek İşin Takibi

Belediye, imar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır (5393 sayılı Belediye Yasası, m. 15). Ayrıca, büyük şehir belediyeleri ile nüfusu 50.000'i geçen belediyeler kadınlar ve çocuklar için koruma evleri açar.

<sup>15</sup> <http://www.sanlıurfa.bel.tr/28.12.2006>



Belediye başkanı ve belediye meclis üyeleri seçim öncesi, işleri önceliklerine göre seçim bildiremelerine koyarlar. Seçim sonrası halk belediyeye başvurarak temizlik, alt yapı veya diğer konularda hizmetin görülmesini talep edebilir. Belediye yönetimi de daha önce verdiği sözü yerine getirebilmelidir. Bu durumda halk arasında “sözüne sadık” bir başkan olarak algılanır.

Herhangi bir konuda verilen sözün yerine getirilmesi, yerine getirecek işin takibi güzel bir davranıştır. Buna göre Şanlıurfa halkı, belediye yönetimini genel olarak “orta” görmektedir. Bununla birlikte “güçlü” yargısında yüzde yüze yakın bir artışla olumlu bir bakış söz konusudur. “Güçlü” yargısı 2004 % 16.5 iken; 2005’te % 30.6’ya yükselmiştir (Çizelge: 3).

**Çizelge 3: Yerine Getirilecek İşin Takibi**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	102	9,5	108	4,8
Zayıf	240	22,3	434	19,4
Orta	461	42,8	893	39,8
Güçlü	178	16,5	689	30,7
Çok Güçlü	35	3,3	71	3,2
Toplam	1016	94,4	2195	97,9
Cevap Vermeyen	60	5,6	47	2,1
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

#### 4.2.4. Güler Yüz ve İlgı

Belediyeler, yönetim alanında meydana gelen çağdaş ve demokratik gelişmelere ve hizmetlerin hızlı, etkin, verimli ve adil bir şekilde sağlanması için halkla ilişkiler bölümlerini yeni bir örgütlenmeye tabi tutmaları gerekir. Böylece belediye-halk ilişkilerinin doğru işleyişinde daha tayin edici bir rol üstlenmesi sağlanacaktır. Halkla ilişkiler bölümünde çalışan personel güler yüzlü ve gelen vatandaşlara ilgi göstermek zorundadır. Çünkü bu birim, iki yönlü bilgi alışverişine dayanmaktadır. Belediye yönetimi hem kamuoyundan etkilenmekte, hem de kamuoyunu etkilemektedir. Belediyede çalışan personel güler yüzlü mü? Veya gelen vatandaşlara ilgi gösteriyor mu? Bu soruların yanıtı 2005 yılı itibariyle “çok zayıf” % 6,4, “zayıf”, %18,5, “orta” % 35,0, “güçlü” % 33,3 ve “çok güçlü” % 4,4’tür (Çizelge: 4). Görüldüğü gibi, belediye personeli halkın gözünde “orta” ve “güçlü” değerlere sahiptir.

**Çizelge 4: Güler Yüz ve İlgisi**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	147	13,7	144	6,4
Zayıf	279	25,9	415	18,5
Orta	350	32,5	785	35,0
Güçlü	193	17,9	746	33,3
Çok Güçlü	46	4,3	99	4,4
Toplam	1015	94,3	2189	97,6
Cevap Vermeyen	61	5,7	53	2,4
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

#### 4.2.5. Bilgi ve Tecrübe

Öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada “Bir örgütte (kamu ve özel) çalışanları belirlenen örgüt amaçlarını gerçekleştirebilmek için aldığınız eğitimle ‘insanı tanıma ve yöneltme’ konularında yeteri kadar yetiştirdiğiniz fikrine katılıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin % 69’u yetişmediklerini vurgulamışlardır<sup>16</sup>. Belediye meclis üyeleri ve belediye başkanları seçildikten sonra bir mesleki eğitime tabi tutulmadan doğrudan göreve başlamaktadırlar.

Belediye yönetimi farklı nitelikler gerektirir. Gerek belediye meclis üyeleri gerekse belediye başkanlarının bu konuda yeterli mesleki bilgi ve deneyime sahip olmadıkları belirtilmektedir. Halkın beklentileri için belediye başkanı için gerekli niteliklerden biri de deneyim ve eğitilmiş olmasıdır. Şanlıurfa halkına göre, belediye yönetiminin belediyecilik bilgisi ve tecrübesi “orta”dır (Çizelge: 5). Bir yıl içinde belediye yönetiminin bilgi ve tecrübe edindiği vurgulanmaktaysa da yeterli düzeye ulaştığını söylemek daha erkendir.

<sup>16</sup> PEKER, Ömer, **Yönetici Eğitimi**, TODAİE Yayını, II. Baskı, Ankara, 1994, s.106.

**Çizelge 5: Bilgi Ve Tecrübe**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	95	8,8	108	4,8
Zayıf	224	20,8	434	19,4
Orta	498	46,3	893	39,8
Güçlü	156	14,5	689	30,7
Çok Güçlü	40	3,7	71	3,2
Toplam	1013	94,1	2195	97,9
Cevap Vermeyen	63	5,9	47	2,1
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

**4.2.6. Güvenirlilik**

Belediye ile kent halkı arasında bir güvenin tesis edilmesi gerekir. Bunun için belediye yönetimi ile kentliler arasında sevgi ve güven bağlarının oluşturulması, belediye için halkın desteğinin sağlanması, belediye ile kentliler arasında ve kentlilerin kendi aralarında yabancılaşma sorununun yaşanmaması, belediyelerde halkla ilişkiler çalışmalarının temel amaçlarını oluşturmaktadır. Böyle çalışan bir belediye, belediye hizmetine partizanlığı sokmayacağı gibi, belediye başkanı da sadece belli bir siyasal düşüncenin başkanı değil tüm kitlelerin başkanı konumunda olacaktır. Böylece kentte toplumsal barışa katkı sağlamış olacaktır.

**Çizelge 6: Güvenirlilik**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	82	7,6	112	5,0
Zayıf	187	17,4	251	11,2
Orta	496	46,1	767	34,2
Güçlü	185	17,2	852	38,0
Çok Güçlü	69	6,4	142	6,3
Toplam	1019	94,7	2124	94,7
Cevap Vermeyen	57	5,3	118	5,3
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

Memnuniyet Araştırması'nda görüldüğü gibi belediye yönetimi ile kentliler arasında bir güven tesis edildiği görülmektedir. Belediyenin “güçlü” yanı 2004 yılında, % 17,2 iken, 2005 yılında yüzde yüzün üzerinde bir güven tesis edilmiştir (% 38,0) (Çizelge: 6).

#### 4.2.7. Dürüstlük

Dürüstlük, yalan söylememek, hakkaniyete uymak, menfaate değil vicdana dayanan ve kişinin çevresine güven vermesini sağlayan bir niteliktir. Ülkemizde gerek parlamenterler gerek yerel siyasetçilerin seçim öncesinde halka verdikleri sözlerin başında, kamu hizmetlerinin görülmesinde “partizanlık yapılmayacağını, kendi siyasal partilerinin temsilcisi değil tüm ulusun/kentin temsilcisi olacağını” vurgulanmaktadırlar. Daha önce yapılan bir araştırmada halk belediye başkanı için gerekli liderlik niteliklerini çokluk sırasına göre, dürüstlük, halka yakınlık, halkın sorunlarını ve isteklerini dikkate almak, yaratıcılık, deneyim ve ahlakı bütün olmak şeklinde sıralanmaktadır<sup>17</sup>. Şanlıurfa halkının belediye yönetimine bakışı, dürüstlükte “güçlü” olduğu yönündedir. 2004 ve 2005 verileri ışığında dürüst olmama yargılarının silindiği; “orta” ve “güçlü” olduğu görülmektedir (Çizelge: 7). Ancak “orta” yargısının hala fazla olduğu ve dürüstlikle ilgili yeni stratejiler izlenmesi gerektiği görülmektedir.

#### Çizelge 7: Dürüstlük

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	79	7,3	102	4,5
Zayıf	161	15,0	265	11,8
Orta	502	46,7	783	34,9
Güçlü	204	19,0	862	38,4
Çok Güçlü	71	6,6	143	6,4
Toplam	1017	94,5	2155	96,1
Cevap Vermeyen	59	5,5	87	3,9
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

<sup>17</sup> YALÇINDAĞ, a.g.k., s. 96.

#### 4.2.8. Tarafsızlık

1982 Anayasası'nın 10. maddesinde belirtildiği gibi, "herkes dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin, kanun önünde eşittir. Hiçbir kişiye, aileye, zümreye veya sınıfa imtiyaz tanınmaz. Devlet organları ve idare makamları bütün işlemlerinde kanun önünde eşitlik ilkesine uygun olarak hareket etmek zorundadır." Belediye başkanı ve belediye meclis üyeleri, genellikle, bir siyasi partinin adayı olarak seçime girerler. Seçimi kazandıktan sonra artık bir siyasi partinin temsilcisi değil, tüm kentin temsilcisi olarak hareket etmesi gerekmektedir. Böylece kentliler arasında ayrımcılık yapan bir belediyenin karşılaşılabileceği sorunlarla karşılaşmayacaktır. Şanlıurfa Belediyesi'nin kentlilere hizmet sunarken tarafsız davranıp davranmadığı ile ilgili halkın tutumu belediyenin 2004 yılına göre 2005 yılında daha tarafsız hizmet sunduğu ve hizmetlerde "partizanlık" yapılmadığı anlaşılmaktadır. Buna göre, 2004 yılında belediye hizmet sunarken, "güçlü" % 16,4 iken, bu oran 2005'te % 34,1'e çıkmıştır. Aynı şekilde "çok zayıf" ve "zayıf"ta da bir düşüş söz konusudur (Çizelge: 8).

**Çizelge 8: Tarafsızlık**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	143	13,3	155	6,9
Zayıf	218	20,3	311	13,9
Orta	409	38,0	827	36,9
Güçlü	176	16,4	765	34,1
Çok Güçlü	69	6,4	117	5,2
Toplam	1015	94,3	2175	97,0
Cevap Vermeyen	61	5,7	67	3,0
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

#### 4.2.9. Önemli Günleri İzleme

Belediye, belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisidir. 5393 sayılı Belediye Yasası, başka yasalarla başka bir kamu kurum ve kuruluşuna verilmeyen mahallî müşterek nitelikteki bütün işleri ya kendisi yapar ya da yaptırır. Belediye, evlenmeden defin işlerine kadar kente hizmet sunmaktadır. Hizmet sunumunda etkinliğin sağlanması gerekmektedir. Bunun için vatandaşın işi belediyeye düştüğü zaman belediye yönetimi ya o hizmeti hemen yapar veya başka bir güne randevu verebilir. Belediyenin verdiği randevuya sadık kalması gerekir. Aynı şekilde gerek ulusal gerekse yerel bazda önemli günler mevcuttur. Şanlıurfa Belediyesi bu konuda

sunduğu hizmette ilgili kent halkı ne düşünüyor? Kent halkı belediye yönetiminin “randevu ve önemli günleri izleme” ile ilgili tutumu, 2004 yılında “orta”, 2005 yılında “orta” olmakla birlikte “güçlü” yargısında da önemli artış görülmektedir (Çizelge :9).

**Çizelge 9: Randevu ve Önemli Günler İzleme**

	2004 YILI		2005 YILI	
	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Çok Zayıf	125	11,6	80	3,6
Zayıf	191	17,8	218	9,7
Orta	412	38,3	757	33,8
Güçlü	190	17,7	724	32,3
Çok Güçlü	39	3,6	151	6,7
Toplam	957	88,9	1930	86,1
Cevap Vermeyen	119	11,1	312	13,9
Toplam	1076	100,0	2242	100,0

### **Sonuç**

Günümüzde artan rekabet, sosyal bilinçlenme ve bunun bir sonucu olarak toplumun ve çevrenin korunmasına yönelik baskı gruplarının oluşması, iletişim teknolojisinin hızlı gelişmesi gibi faktörlerin etkisiyle, kişi veya örgütler halkla ilişkiler çalışmalarına daha fazla gereksinim duymaya başlamışlardır. Hedef kitlenin tatmin edilmesi ve kamuoyu yaratmak gibi iki önemli amacın gerçekleşmesini hedefleyen halkla ilişkiler, örgütün daha etkin ve verimli olabilmesi için, yöneticinin yararlanabileceği en etkin araçlardan biri olarak değerlendirilmelidir. Halkla ilişkilerin yönetim alanında önemli bir işlevi yerine getirdiği yadsınmaz. Örgüt ile hedef kitle (halk) arasında iletişimi sağlamak için, yönetimin en büyük yardımcısı “halkla ilişkiler”dir. Halkla ilişkiler sayesinde, örgütün faaliyetleri hakkında halkın bilgilendirilmesi, görüşlerinin alınması ve bu görüşler doğrultusunda faaliyetlerin tekrar düzenlenmesi sağlanır. Herhangi bir yönetici (özel veya kamu), bir parti lideri veya bir genel müdür halkla ilişkilerin ne olduğunu ve halkla iki yönlü iletişimin nasıl kurulacağını bilmesi gerekmektedir. Yöneticilerin bu bilgilerle donanmalarıyla, gelecekteki sosyal düzenin işleyişi güven altına alınabilecektir. Genel bir değerlendirmeye; Şanlıurfa Belediyesince halkın görüşüne başvuru bütünü konularında, genellikle “zayıf” ve “orta” yargılarından “güçlü” yargısına doğru önemli bir kayma olduğu görülmektedir. Bu da, Şanlıurfa Belediyesi’nin halkla ilişkiler politikalarının ve uygulamalarının halk (kamuoyu) tarafından olumlu algılandığını göstermekle beraber; halkın bu tutumunun “güçlü”de tutunabilmesi ve “çok güçlü”ye doğru kayması için, belediye yönetiminin halkla ilişkilere daha fazla ağırlık vermesi, yeni ve farklı politika ve uygulamalarla halkın karşısına çıkması gerektiğini göstermektedir.

---

## Kaynakça

- ACAR, Muhittin, **Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması**, Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü, Ocak-1994.
- ASNA, Alâeddin, **Halkla İlişkiler (Public Relations)**, Sabah Yayınları, İstanbul, 1980.
- AŞKUN, İnal Cem, **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Organizasyon ve Halkla İlişkiler Merkezi (ORHİM)'nde Sunulan Yayınlanmamış Tebliğ, İstanbul, 1989.
- BLACK, Sam, **Introduction Public Relation**, the Modino Pres, London, 1989.
- BURTON, St John III, **Public Relations as Community-Building Then and Now**, *Public Relations Quarterly*, Rhinebeck, Spring, 1998.
- DİNÇER, Ömer; **İşletme Yönetimi**, Beta Yayınları, İstanbul, 1996.  
<http://www.sanliurfa.bel.tr/28.12.2006>
- LESLEY, Philip, **Public Relations Handbook**, Prentice Hall Inc, April-1959.
- ONAL, Güngör, **Halkla İlişkiler**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1997.
- ÖZTÜRK, Meltem, **Kamu Yönetiminde ve Belediyelerde Halkla İlişkiler**, M.Ü. İletişim Fakültesi Yayını, S:1, Aralık-1992.
- PASİNER, Sunuk, **Özel Sektör ve Halkla İlişkiler**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayını: 10, Ankara, 1988.
- PEKER, Ömer, **Yönetici Eğitimi**, TODAİE Yayını, II. Baskı, Ankara, 1994.
- PROUT, Charles H., **Organization and Function of the Corporate Public Relations Department**, The Hand Book of Public Relations and Communications, Mc-Graw Hill Book Company, USA, 1991.
- SAVAŞ, Funda, **İşletme Yönetiminde Halkla İlişkiler**, M.Ü. İletişim Fakültesi Yayını, Sayı:1, Aralık-1992.
- YALÇINDAĞ, Selçuk, **Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler**, TODAİE Yayını, Ankara, 1996.
- YILDIRIM, Selahattin; **Yerel Yönetim ve Demokrasi**, (II. Baskı) IULA EMME Toplu Konut Yayınları, İstanbul, 1994.