

Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramının Konumu: Anlayış, Uygulama ve Karşılaştırma

*Position of Public Relations in Turkish Public Administration: Understanding,
Practice and Comparison*

Serdar Vural UYGUN*

Özet

Halkla ilişkiler, değişen devlet anlayışı ve yapısı çerçevesinde yönetenler ve yönetilenler arasında kurulması zorunlu hale gelen bir iletişim köprüsü görevini üstlenmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları sayesinde yönetim, vatandaşların beklenti ve taleplerini öğrenerek karşılayabilmekte, bunun yanı sıra onların kamu hizmet ve uygulamaları ile ilgili bilgilendirilmesini sağlamaktadır. Sorumlu devlet anlayışının hâkim olması neticesinde, kamu kurumları, faaliyetlerini anlamlı ve vatandaşa açıklanabilir biçimde, etkili ve verimli bir biçimde yürütmek durumundadırlar. Yine söz konusu anlayış çerçevesinde kurumların aktarmak istedikleri mesajlar, doğru, şeffaf ve tutarlı biçimde yorumlanarak vatandaşa ulaştırılabilmektedir. Beklentilerin doğru anlaşılması ve etkili şekilde karşılanması sayesinde de yaptığı hizmetleri vatandaş tarafından doğru algılanıp desteklenen bir kurumsal yönetim yapısı ortaya çıkabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Yönetimi, Halkla İlişkiler, Yönetişim

Abstract

Public Relations undertake the task of establishing a communication bridge between the rulers and the ruled within the frame of changing state understanding and structure. Thanks to public relations practices, management can meet citizens' expectations and demands, as well as inform them about public services and practices. As a result of the understanding of the responsible state, public institutions have to carry out their activities in a meaningful and citizen-friendly manner in an effective and productive manner. Again, within the framework of this understanding, the messages that institutions want to convey can be conveyed to the citizen by being interpreted in a correct, transparent and consistent manner. Thanks to the correct understanding of the expectations and the effective fulfillment of the expectations, a corporate governance structure can be created in which the services it carries are perceived and supported by the citizens.

Keywords: Public Administration, Public Relations, Governance

Giriş

Kamu yönetiminin varlık nedeninin topluma hizmet etmek olduğu yadsınamaz bir gerçekliktir. Kamu yönetimini meydana getiren her bir kamu kurumu da bunun için birer araç niteliğindedir. Nitekim bu kurumlar, hizmetinde oldukları ve kendilerinin varlık

* Dr.Öğr.Üyesi, Nevşehir HBV Üniversitesi, İİBF , Kamu Yönetimi Bölümü, serdarvuraluygun@nevsehir.edu.tr

nedenlerini oluşturan halka karşı duyarlı, sorumlu ve saygılı bir yönetim anlayışına sahip olmak zorundadırlar.

Günümüzde hızla gelişen bilgi teknolojilerinin sosyal bilinçlenme ve iletişimi kolaylaştırması nedeniyle, kamu kurumlarının hukuksal olarak birtakım güçlerle donatılması halkın isteklerinin karşılanması ve sorunlarının çözülmesine yetmemektedir. Ayrıca halkın desteğine dayanmayan hiçbir eylemin gerçekleşmesi ve yapılan uygulamalar için söz konusu desteği sağlamak amacıyla halkın ikna edilmesi hiç de kolay değildir. Bunların bilincinde olan yöneticiler halkı kazanma, halktan destek alma çabası içine girmektedirler (Çakmak & Kilci, 2011, s.220).

Kamu kurumları için bu kadar önemli bir konuma sahip olan halkla ilişkilerin, Türk Kamu Yönetimi'ndeki yerini belirlemek ve sorunları tespit edebilme amacı ile hazırlanan bu çalışmada, teorik olarak bu konuyla ilgili literatür taraması yapıp, konuya ilişkin yazılmış eserler incelenerek kamu kurumları için halkla ilişkilerin önemi ile kavramın ülkemizdeki konumu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu amaç doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde, halkla ilişkiler ile onunla ilgili kavramlar ele alınmış, çalışmanın ikinci bölümünde ise kamu yönetiminde halkla ilişkilerin ortaya çıkış sebepleri, kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yeri ve önemi ile uygulamalar sırasında ortaya çıkan sorunlar incelenmeye çalışılmış, son olarak da kamu kurumlarında ve özel kuruluşlarda halkla ilişkiler uygulamalarının karşılaştırılması yapılarak bu esnada da ülkemiz kamu yönetimindeki halkla ilişkiler algısının niteliğinin belirlenmesine gayret gösterilmiştir.

Halkla ilişkiler kavramı

Halkla ilişkiler, yabancı kökenli bir kavramdır. Fransızca'da "Relations Publiques", İngilizce'de ise "Public Relations" sözcüklerinin karşılığı olarak dilimize çevrilmiştir. Bu sözcüklerin baş harflerinden oluşan "PR" kısaltması, halkla ilişkiler uygulamacıları tarafından bu kavramı ifade etmek için kullanılmaktadır.

Halkla ilişkilerin tanımı

Halkla ilişkiler kavramı üzerine temel oluşturacak ve temel amaçları belirtilen bir tanım yapılamamıştır. Bu kavramın tarih içinde geçirdiği değişim, iletişim ve insan ilişkileri gibi komşu dallarla olan ilişkisi ve daha da önemlisi birçok farklı alanda uygulanabilir olmasının tek ve genel bir tanımın yapılmasına engel olduğu söylenebilir (Çakmak & Kilci, 2012, s.220). Kurumsal ya da örgütsel olarak geniş etki alanı olan bu disiplin için ifade edilen her terim ve tanım bu disiplinin farklı yönlerini ifade etmektedir (Okay, 2001, s.1).

Halkla ilişkilerle ilgili olarak yapılan başka bir tanım şöyledir: Kişi ya da kuruluşların, diğer kişi ya da kuruluşlarla bir çıkar elde etmek amacıyla ilişkiler kurmak veya var olan ilişkilerini gerçekleştirmek için gerçekleştirdiği faaliyetlerin tamamıdır (Budak, 1998, s.8).

Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği (IPRA) ise halkla ilişkiler kavramını, "Özel ya da kamu kurum ve kuruluşunun, ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptığı faaliyetlerdir" şeklinde tanımlamıştır (Mucuk, 2005, s.352).

Halkla ilişkilerin amaçları

Bir disiplin olarak halkla ilişkilerde uygun hedef kitleye, uygun araçla, uygun mesajı göndermek faaliyetin başarısı açısından son derece önemlidir. Nitekim Tortop (2003) halkla ilişkilerin temel amacının kurumun hem iç hem de dış çevresinde bulunan kuruluşlar ve/veya topluluklarla arasında iyi ortam oluşturmak olduğunu belirtmektedir (Çakmak & Kilci, 2011, s.220). Bu amacı maddeler halinde açıklamak istersek (Yurdakul, 2008, s.12);

- Gelecekteki eğilimleri çözümlenmek ve sonuçları tahmin etmek
- Kamuoyunun tutum ve beklentileri hakkında araştırma yapmak ve eylemsel öneriler hazırlamak,
- Eksiksiz ve doğru bilgilere dayanan çift yönlü iletişim akışını oluşturmak ve devamlılığını sağlamak,
- Anlaşmazlıkları ve yanlış anlamaları engellemek,
- Karşılıklı saygı ve sorumluluğu pekiştirmek,
- Özel çıkarlarla kamu çıkarları arasında uyum sağlamak,
- Çalışanlar, tedarikçiler, müşteriler ve diğer hedef kitlelerle iyi niyeti pekiştirmek,
- İşçi-işveren ilişkilerini geliştirmek,
- Ürünleri ve hizmetleri tutundurmak,
- Uzun dönemli karlılığı sağlamak,
- Kurum kimliği oluşturmak ve yansıtmaktır.

Halkla ilişkilerde hedef kitle

Halkla ilişkiler uygulamalarında belirtilen her faaliyet, belirli bir hedef kitleye ulaşmak için yapılmaktadır. O halde bu kitleyi tanımlamak gerekmektedir. Kurumlar, iletilerinin anlaşılıp, etkili olması için belirlediği hedef kitleyi bilmek, özelliklerini öğrenmek ve bunun için araştırmalar yapmakla sorumludur. Bu tür uygulamaların sonunda ise halkla ilişkiler adına kuruluşa sağlanan bir başarıdan söz edilememektedir. Hedef kitle ile ilgili olarak aşağıdaki unsurlara dikkat etmek gerekmektedir (Kocabaş, 1999, s.78-89):

- Kuruluş ilgili hedef kitlesini belirlemelidir veya seçmelidir.
- Kuruluşun hedef kitlesi; duyguları, düşünceleri, tutum ve davranışları, ilgi ve istekleri, şikayetleri, demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, sosyal, statü, medeni durum, yerleşim yeri, mesleki ve gelir durumu, eğitim ve zekâ düzeyleri...) tüm yönleriyle tanınmalıdır. Hedef kitleye iletilmesi gereken mesajlar yine hedef kitleye ters düşmeyecek içerik ve nitelikte hazırlanmalı, uygun zamanlarda ve uygun iletişim araçlarıyla ulaştırılmalıdır.
- Mesajların hedef kitleye iletilmesinden sonra hedef kitleden gelen tepkiler göz önünde bulundurulmalı ve eksik bir taraf varsa, bu boşluk doldurulmaya çalışılmalıdır.

Halkla ilişkiler literatüründe hedef kitle iki ana kategoride değerlendirilmektedir (Çakmak & Kilci, 2012, s.220). Bunlar kurum içi hedef kitle ve kurum dışı hedef kitle şeklindedir:

Kurum içi hedef kitle

Çalışanlar, ortaklar (hissedarlar) ve sendikalardan oluşmaktadır. Bu gruplar, aileleri, akrabaları ve yakınları aracılığıyla toplumda geniş bir çevre oluşturur. Onlara düzenli olarak kuruluş hakkında bilgi aktarılması, toplumda kuruluşla ilgili kalıcı bir imaj oluşturulmasına yardımcı olur.

Kurum dışı hedef kitle

Aşağıdaki şekilde belirtilebilir (Sabuncuoğlu, 2004, s.122; Ertürk, 2009, s.451):

- *Tüketiciler*, faaliyet alanının mal ve hizmet alımını yapan kitledir.
- *Bayiler*, kurumun müşteri nezdindeki temsilcileridir.
- *Tedarikçiler*, kuruluşun hizmet ve mal üretiminde ihtiyaç duydukları her türlü gereksinimi karşıladıkları işletmeler ya da örgütlenmelerdir.
- *Toplumsal çevre*, kuruluşun faaliyetlerini irdeleyen, sosyal fayda esasına göre olumlu ya da olumsuz eleştirilerini dile getiren zümredir.
- *Finans piyasası*, özellikle halka arz olunmuş kuruluşlarda ekonomik olarak gelişmeleri yakından izleyen kitledir.
- *Kamuoyu önderleri*, toplumu aydınlatan, yönlendiren, toplumda güven kazanmış kişilerdir.
- *Medya örgütleri* kuruluşla ilgili her çeşit haberi hedef kitlelere kolayca iletebilen önemli bir kuruluş dışı hedef kitledir.

Halkla ilişkiler süreci

Örgütlerde halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkin ve verimli şekilde uygulanabilmesi için çalışmaların belirli bir programa göre ve bazı aşamalardan geçerek uygulanması gerekmektedir. Halkla ilişkiler uygulamasında, izlenecek yol, dört adımdan ibarettir. Yaygın olarak kabul gören tipik bir halkla ilişkiler süreci şu adımlardan oluşur; bilgi toplama-araştırma, planlama, uygulama ve sonuçların değerlendirilmesidir (Asna, 1993, s.77-86).

Bilgi toplama ve araştırma aşaması

Bir konunun tanımlanması, boyutlarının ve nedenlerinin ortaya konulması, problemi çözmeden seçeneklerin neler olduğunun saptanması ve söz konusu problemin çözümünde nasıl bir yol izleneceğinin belirlenmesine yardımcı bilgi donanımına sahip olunması olarak tanımlanmaktadır (Tengilimoğlu, 2004, s.104). *Planlamada aşamasında*, araştırma sonucu elde edilen bilgilerden yararlanarak kuruluşça girişilecek halkla ilişkiler kampanyasının bir planı hazırlanır. Bu çalışma sırasında hedefe “ne ve nasıl” söyleneceği de belirlenir, yani haberleşme mesajları hazırlanır (Asna, 2006, s.95).

Üçüncü aşama, hazırlanan planların *uygulanmasıdır*. Çeşitli haberleşme araçlarından ve kitle iletişiminin çeşitli yollarından yararlanılarak, her bir hedef kitle için ayrı ayrı hazırlanan mesajlar program amaçları doğrultusunda yerlerine ulaştırılır. (Tengilimoğlu, 2004, s.112). Halkla ilişkiler sürecinin son aşaması ise *sonuçların değerlendirilmesidir*. Bu aşamada program hazırlık, uygulama ve sonuçlar bazında değerlendirilir. Program yürütülürken elde edilen olumlu ya da olumsuz geribildirimler doğrultusunda düzenlemeler yapılabilir. Değerlendirme aşaması mevcut programın tekrarlanması, devam ettirilmesi veya sonlandırılması hakkında yönetime önemli veriler sağlamaktadır (Çakmak ve Kilci, 2011, s.220).

Halkla ilişkiler ve yönetim

Halkla ilişkiler, çağdaş yönetim anlayışının temel ögesini meydana getirir. Günümüzde gelişmiş ülkelerde ve kurumsallaşmış tüm örgütlerde uygulandığı gibi, halkla ilişkiler bir organizasyonun bütününe ilgilendiren planlı iletişim çabalarıdır.

Kuruluşun herhangi bir bölümü düzenli bir halkla ilişkiler politikası izlerken, bir diğeri farklı bir politika izleyemez. Çünkü hedef kitlenin gözünde kurum ya da kuruluş bütün olarak algılanır. Bu nedenle, bir organizasyonun halkla ilişkiler uygulamaları kurumun tümünü kapsayacak şekilde yürütülmelidir. Bu durum beraberinde, halkla ilişkiler bölümlerinin, kurumun tümüne hitap etmesi, yani tepe yönetime en yakın şekilde örgütlenmesi gerekliliğini ortaya çıkarır. Böylece halkla ilişkilerin en temel özelliklerinden biri olan 'yönetim fonksiyonu' olgusu doğal olarak oluşur (Bahadır, 2010, s.19).

Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler

20. yüzyılda devletin sosyal devlet anlayışına yönelmesi, halkın bilinç düzeyinin yükselmesi, kamuoyunun öneminin giderek artması, halkın desteğini sağlayamayan bir yönetim ya da kararın başarılı olamayacağını anlaşıması gibi gerçekler halkla ilişkileri popüler olmaktan ziyade bir zorunluluk haline getirmiştir (Çakmak & Kilci, 2011, s.220). Kamu kurumlarında halkla ilişkilerin ortaya çıkmasının sebepleri aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Kazancı, 1982, s.74; Kazancı, 1999, s.81):

Devlet anlayışındaki değişimler

Devlet, halkın denetimini artık baskıcı devlet anlayışıyla değil çağdaş gelişmenin yarattığı teknolojileri kullanarak, ideolojik araçlara başvurarak yapmaktadır.

19. yüzyılda meydana gelen siyasal akımların liberal düzen ve sistemlere karşı yeni bir görüş oluşturması ve Bu görüş ve düşüncelerin kapitalist sistemin savunduğu sistem ve ilkelere farklı oluşu ve bunun toplumun alt sınıflarından destek görmesi, kapitalist sistem savunucularını endişeye düşürmüştür. Bundan dolayı bu sistemin yanlış ve geçersiz olduğunu halk nazarında göstermek için büyük bir ideolojik savaş ve kampanya açmak zorunda kalmışlardır (Çakmak & Kilci, 2011, s.220).

Halkın, devletinden gelişen dünya şartlarına ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak, kendini hoşnut edecek hizmetler talep etmeye başlaması ile devlet, halkı memnun etmede zorlanmaya başlamış ve sistemi işletmekte güçlükler meydana gelmiştir (Metin & Altunok, 2002, s.81). Devlet halkın isteklerini kendi istek ve ihtiyaçları ile aynı yöne yönlendirmeye çalışırken diğer taraftan da kendine karşı ters yönlü istekleri azaltmaya ve bertaraf etmenin çarelerini aramaya başlamıştır. Bunun çaresi de halk ile iyi bir ilişki içine girmekle yani halkla ilişkiler uygulamasında görülmüştür.

Devlet böylesi bir durumda meşruiyetini toplumsal devlet anlayışının gereklerini yerine getirerek sağlamaktadır. Halkla ilişkiler uygulaması araçlarından olan kitle iletişim araçlarının devletin ideolojik çabasında özel bir yeri vardır. Halkla ilişkiler uygulamasıyla ideolojik eylemler aynı araçları kullanmaktadır.

Devlet faaliyetlerinde halkın desteğinin hissedilmesi

Devlet için toplumun tüm kesimlerinin oylarını öğrenmek, kararlarını toplumsal uzlaşmayı bozmayacak hatta toplumdan destek sağlayacak biçimde oluşturmak hem idari bir görev hem de toplumsal bir zorunluluktur (Çakmak & Kilci, 2011, s.220). Toplumun isteklerinin idarece öğrenilmesi ve çevreden toplanacak bilgilerin, idarece değerlendirildikten sonra eyleme dönüştürülmesi gereği halkla ilişkilerde idari etkinliği arttırmayı, halktan destek sağlamayı gerektirmiştir

Halkın inanç ve desteğine dayanılarak yapılan işlerin çoğunlukla başarılı sonuçlar verdiği herkesçe bilinen bir gerçektir (Asna, 2006, s.3-4). Yapmış olduğu faaliyetlerden dolayı çevre ile değişik biçimlerde ilişki kurarak halktan destek sağlamaya yönelik yöntemler bütünü olarak devlette de halkla ilişkiler uygulaması karşımıza çıkmaktadır.

Devletin fonksiyonlarının artması sonucu ortaya çıkan olumsuzlukları giderme

Teknolojik gelişmenin yanında, modern yaşamın gerektirdiği şaşırtıcı çeşitlilik ve uzmanlaşma devlet eylemlerinin artmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda da kamu yönetiminde ortaya çıkan yapısal değişiklikler yönetimin karmaşıklaşmasına neden olmuştur. Geleneksel devlet görevlilerine ek olarak yeni görev şekilleri oluşturulmuş ve bunun doğal neticesi olarak da yönetim nitelik ve nicelik yönünden gelişme sürecine girmiştir

Bu sebeplerden dolayı vatandaşa devletin eylem ve işlemleri ile birbiri arasındaki bağlantıyı kurmak, birimlerin yapılarını, işleyişlerini açıklamak ve anlatmak olanaksız hale gelmiştir. Vatandaşla devlet arasında bir uzaklaşma ortaya çıkmıştır. Kısaca devlet ile vatandaş ilişkisinin sürdürülmesi güçleşmiştir (Çakmak & Kilci, 2011, s.220).

Böyle bir durumun ortaya çıkması halkla ilişkiler uygulamasını da beraberinde getirmiştir. Devlet bu güçlükleri planlı ve programlı olarak sürekli çözmeye yönelik çabalar sarf etmeye başlamıştır. Bu çabada amaç, yönetimi yapı ve işlevleriyle birlikte tanıtmak ve halkla devlet arasındaki güçlükleri ortadan kaldırmaktır. Faaliyetlerin düzenlenmesi içinde halkla ilişkiler uygulamasından faydalanma yoluna gidilmiştir. Günümüzde bu faydalanma her geçen gün artarak devam etmektedir.

Kamu yönetimi için halkla ilişkilerin anlamı

Kurumlar, kendilerini doğuran ihtiyacı karşıladıkları ve mevcut ilişkilere ayak uydurabildikleri sürece varlıklarını sürdürebilirler. Demokratik ülkelerde kamu kurumlarındaki yetkili organların seçilmesiyle halkın görevi bitmemektedir. Kamu kurumlarında ilişkilerin demokratikleşmesiyle, halk alınan kararlara katılma, görüşlerini bildirme ve olup bitenden haberdar edilme hakkını kazanmış olur. Yine bu ilişkilerin bir sonucu olarak kamu kurumları izlediği politikayı halka açıklamak, bu politikayı benimsetmek, halkın kamu hizmetlerine karşı gösterdiği tepkiyi dikkate almak zorundadır.

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler; “Bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluşta da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sistemli ve sürekli çabalar” (Yalçındağ, 1987, s.57).

Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin önemi ve amaçları

Demokratik ve modern toplumlarda halk devletten ve onun kurumlarından çeşitli yönleriyle faydalanmaktadır. Devletin ve kurumların ana görevi halkın taleplerini yerine getirmek, halka hizmet etmektir. Halkla ilişkilerin ana amacı, kurumlar ile halk arasında anlaşmayı sağlamak ve bunu devam ettirmektir. Günümüzde karmaşık bir yapı olan toplumsal doku içerisinde bu amacı yüz yüze ve doğrudan doğruya gerçekleştirmek oldukça zor görünmektedir. Bu nedenle kitle iletişim ve diğer araçlardan faydalanarak bu amacın etkin ve verimli bir şekilde gerçekleşmesi, kamu yönetiminde oldukça büyük bir önem arz etmektedir.

Kamu yönetimini başarıya ulaştıracak unsurların başında, kurumun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güvenini ve desteğini kazanmak gelmektedir. Bunun dışında kamu yönetiminde halkla ilişkilerin pek çok amacı vardır. Bu amaçlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Yalçındağ, 1996, s.10):

- Kamuoyunu aydınlatmak, örgütün izlediği politikayı halka benimsetmek,
- Halkta yönetime karşı daha olumlu tutumlar oluşturmak,
- Yönetimle olan ilişkilerde halkın işini kolaylaştırmak,
- Alınacak kararların daha yerinde olmasını sağlayacak bilgileri halktan elde etmek,
- Yasaklar üzerinde aydınlatıcı bilgiler vermek ve vatandaşların yasalara uymasını sağlamak,
- Hizmetlerin götürülmesinde halkla iş birliğini sağlamak,
- Mevzuattaki aksaklıkların saptanmasında ve giderilmesinde halkın dilek, fikir ve sorunlarından faydalanabilmek.

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamalarında ortaya çıkan sorunlar

Halkla ilişkilerin etkinliği ve başarısı yönetim ile halk arasında ortak bir anlayışın gerçekleşmesine bağlıdır. Yönetim ile halk arasında ortak anlayışın sağlanması ise bilgilerin somut olmasına ve yönetimin anlatmak istediklerinin, yönetimin söylemek istediği biçimde anlaşılmasına bağlıdır. Ayrıca halkın yönetime katılımı ve alınan kararların uygulanmasında halk katılımı gereklidir. Yönetime katılma sayesinde halk, düşünce/görüş bildirme ve oy kullanma yolları ile kararların isabetli olmasını ve verimli amaçlara yönelmesini sağlayacaktır (Tortop, 2003, s.116).

Ülkemizde kamuoyunun, bireysel ya da örgütlü-örgütsüz birey grupları olarak birçok nedenlerle, kamu yönetiminden yakınmakta olduğu bilinen bir gerçektir. Halkın gözünde kamu yönetiminin ağır işleyen, yüksek maliyet yapısıyla çalışan yine de istenen hizmetleri veremeyen, kalabalık görevlilerden oluşan, giderek karmaşıklaşan ve ulaşılması zorlaşmakta olan bir yapıda olduğu belirtilmektedir (Metin & Altunok, 2002, s.81). Bu yapıda görev alanların vurdumduymazlığı, sorumsuz hatta saygısız davranışları, işlemlerdeki bürokratik sorunları ve tüm bunlar nedeniyle ortaya çıkan aracılık, kayırmacılık, rüşvet gibi kötü uygulamalar, vatandaşların nerede ise çözüm bulunmasından umudunu kestiği kimi sorunlar olarak, yönetimin kamuoyundaki görüntüsünü sürekli bozan etkenleri oluşturmaktadır. Kamu kurumları ile halk arasında birçok sorunun güncelliğini koruduğu bilinmektedir (Aksoy, 2006, s.38).

Bu sorunların genel olarak aşağıda belirtilen altı tane konu başlığı içerisinde incelenebileceği değerlendirilmektedir:

Halkın kamu kurumlarının çalışmalarından habersiz oluşu

Ülkemizde kamu yöneticileri geleneksel olarak kamu yönetiminde ortaya çıkan bütün bilgileri gizli tutma eğilimindedir. Kamuoyunun bilgilendirilmesi konusunda çok sayıda kısıtlayıcı düzenleme ve bilginin saklanması yönünde yaygın bir anlayış olması, bu eğilimi arttırmaktadır. Şeffaflığın olmadığı yerde gizlilik ve kapalılık hakim olmakta; bilgi, belge ve diğer veriler vatandaşlara hiç ve/veya yeterince açıklanmamaktadır. Bunun sonucunda ise halk kamu kurumlarının çalışmalarından habersiz olmaktadır (Kuzey, 2004, s.67-68).

Kişiler ulaşmak istedikleri bilgilere okuyarak, araştırarak, gözlem yaparak veya kendi aklıyla çözümler yaparak, hipotezler kurarak ve analizler yaparak ulaşabilirler. Ancak kamu kurumlarının elinde bulunan bilgilere sözü edilen yöntemlerle ulaşmak çoğu zaman mümkün olamamaktadır. Yaşamlarının hemen her alanında idari işlem ve eylemlerle karşılaşan bireyler kendilerini bu derece etkileyen müdahalelere karşı haklarını savunabilmek için bu işlemlerin nasıl ve ne şekilde yapıldığını bilme ihtiyacı duymakta ve ilgili kararların nasıl alındığı konusunda bilgilendirme talepleri artmaktadır (Adalı, 2004, s.11).

Bununla birlikte devletin sosyal ve ekonomik hayata artan müdahalesi, yönetimdeki yozlaşma, eğitim düzeyi ve teknolojik gelişmelerle birlikte demokratik değerlerin gelişimi ve teknolojik ilerlemeler, haberleşmeyi, bilgiye ulaşmayı, düşünce açıklama ve yayma imkanlarını alışılmış sınırların ve kalıpların ötesine taşımıştır. Yönetimde açıklık ilkesinin benimsenmesiyle birlikte bütün bu gelişmeler, kamu yönetimini, sahip olduğu bilgi ve belgeleri yönetilenlerle paylaşmaya sevk etmiş ve bu paylaşım temel bir hak olarak, bilgi edinme hakkı şeklinde kabul görmüştür (Hız, 2004, s.38).

Bilgi edinme; idarenin kararları, eylem ve işlemleri ile ilgili herhangi bir açıklamayı beklemeden, belge ve bilgilerin elde edilebilmesi durumudur. Bilgi edinme hak ve özgürlüğü ise, idarenin tek yanlı iradesiyle hukuk düzeninde yapacağı değişiklikler hakkında ilgililerin, işlemin mahiyeti ve sonuçları hakkında bilgi alabilmelerini sağlayan hak ve özgürlüktür. Bilgi edinme hakkı ayrıca, bilginin seçilmesini ve idari keyfiliği önlemek ve demokratik yollarla “hesap sorabilmeyi sağlamak” için, demokratik bilgi edinme hakkının tanındığı bir rejim olarak değerlendirilebilir (Yıldırım, 1998, s.227).

Yönetilenlere bilgi edinme hakkının tanınması ile ilgililer kendilerine yönelen idari işlemlerle ilgili bilgi edinme imkânı bulmakta, hukuka uygun olmadığı düşünülen bir işlem söz konusu olduğunda da işleme karşı gereken başvurularda bulunabilmektedir. Bu durum dolaylı da olsa yönetimin denetimini mümkün kılarak gizliliğin ortadan kalkmasına ve idareye karşı olan güvenin kazanılmasına imkân sağlayacaktır. Her şeyden önce hukuk devletin temeli olan yasallık ilkesi gerçekleşmekte, böylece çıkarlar korunarak kamu yararına daha kolay ulaşılabilir. Bu hak sayesinde örgütlenmemiş bireyler de kamusal yaşama katılabilmekte ve gerçek sivil toplum düzenine ulaşabilmektedir (Özay, 2004, s.4).

Kamu kurumlarının halkın isteklerinden habersiz oluşu

Kamu kurumları, halkla ilişkiler uygulamasında halkın hizmetinde kendisini bir araç olarak görmemektedir. Bunun sonucu olarak, kamu kurumlarında halkın istek ve gereksinimleri yeterince önemsenmemektedir. Halk ise kendi taleplerini çeşitli vasıtalarla yönetime duyurmaya çalışmaktadır. Yine halk, kabul etmektedir ki kamu kurumları bu isteklerden haberdardır. Yönetim bu isteklere cevap vermemiş, onları gerektiği gibi

değerlendirmemiştir. Halk, kamu kurumlarının keyfi hareket ettiğine, isteklerinin çözümlenmesi için çaba harcanmadığına inanmaktadır (Tortop, 2003, s.102).

Halkla ilişkiler uygulamasında halkın istek ve şikâyetlerini öğrenme, yönetimin halkı etkilemesi için en uygun yöntemdir. Fakat ülkemizde kamu kurumlarının halkla ilişkiler birimleri, halkın tepkileri konusunda yönetime bilgi verme görevini ihmal etmektedir. (Önal, 2000, s.84).

Kamu kurumlarında halkla ilişkilerin öneminin yeterince anlaşılabilmesi

Kamu kurumlarında halkla ilişkiler konusunun anlamı ve dayandığı temel düşünce genel itibariyle tam olarak anlaşılabilmiştir. Bunun sonucu olarak da halkla ilişkiler küçümsenmiş ve örgüt için halkın taşıdığı değer hep görmezlikten gelinmiştir. Kamu kurumlarının yöneticilerinin “lafta halkla ilişkilere” duyarlı olmaları uygulamada ise “kulak arkası” etmeleri halkla ilişkilere verilen değeri ortaya koymaktadır. Yöneticilerin halkla yakın ilişki içine girmekten kaçınmaları, halkın istek ve beklentilerini duymazlıktan gelmeleri halkla ilişkiler uygulanmasını engelleyen önemli bir faktördür. Yöneticilerin böyle davranmasının sebepleri ise halkla ilişkilere inanmaması ve bunun için harcanan emek ve paranın da israf olduğu görüşünün yaygın olmasıdır (Bozdağ, 2013).

Kurum içi halkla ilişkilerin sağlanabilmesi

Kurum içi halkla ilişkiler, kurumunda çalışanlara teşkilatın amacı ve politikası hakkında bilgi verir. Böylece her bölüm kendisi ile tüm teşkilat arasındaki ilişkileri anlama olanağına sahip olduğu gibi, teşkilatta her çalışanın teşkilatın veriminin ve fonksiyonunun bilincine varması sağlanmış olur. Bunun yanında kurum içi halkla ilişkiler, teşkilatın birimleri arasında koordinasyonun sağlanmasında da büyük rol oynar.

Günümüzde bilişim teknolojileri çok farklı biçimlerde uygulanarak bize sınırsız bir etki ve gelişme olanağı sunmaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin değişen çehresi nedeniyle çevresi de her geçen gün genişlemekte ve böylesi geniş bir çevreye hızlı ve etkin bilgi aktarımının sağlanmasında da internet, en yoğun tercih edilen araçlardan biri olmaktadır. Gerek kurum içinde gerekse kurum dışında bu fonksiyonların gerçekleştirilmesinde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Halkla ilişkiler birimleri, tanıma ve tanıtma fonksiyonlarını yerine getirirken bu teknolojilerin sunduğu olanakları değerlendirmektedir. Bu olanaklar, “web sitesi oluşturmak; intranet, telekonferans vb. sistemleri kullanmak; iletişim/tartışma forumları oluşturmak; e-anketler ve e-mülakatlar düzenlemek; elektronik posta hizmetinden faydalanmak, e-reklamlar, e-magazinler, e-gazeteler yayınlamak; çevrimiçi televizyon ve radyo yayınları yapmak” şeklinde sıralanabilir (Çakmak & Kilci, 2011, s.220).

Örgütlenme ve personel sorunu

Kamu örgütlerinde halkla ilişkiler biriminin örgütlenme problemi bulunmaktadır. Kamu örgütlerinde vatandaşla ilişkiler bölümünün örgütlenme biçimi, halkla ilişkilerin değerlendirme, planlama, uygulama ve araştırma adımlarını uygulamaya koyabilecek yapıda değildir. Kamu örgütlerinde halkla ilişkiler faaliyetleri uyum ve eşgüdüm anlayışı dışında yürütülmektedir. Bu konudaki ciddi sıkıntıların başında, bütün kamu örgütlerinde konu ile ilgili danışmanlık yapabilecek, halkla ilişkilere ilişkin yurt içindeki ve dışındaki gelişmeleri ve buna bağlı olarak yeni anlayış ve teknolojilerden yararlanma fırsatlarını

ilgili kurumlara duyuracak merkezi düzeyde örgütsel modele duyulan gereksinim gelmektedir (Bozdağ, 2013).

Halkla ilişkiler uygulaması için halkla ilişkiler birimi kurmak da yetmemektedir. Halkla ilişkiler birimine gereken canlılığı verecek, onu kurumun öteki birimleri arasında saygın bir düzeye yükseltecek ve kökleşmiş yönetsel işlevlerle ilişkisini kuracak olan personele ihtiyaç vardır (Metin & Altunok, 2002, s.81). Bunların kurumu çok iyi bir şekilde tanınması, alınan kararlardan ve yürütülen tüm etkinliklerden de zamanında bilgi sahibi olması gerekir. Ayrıca birimin basında kamu yönetimi ve halkla ilişkiler konusunda yetişmiş, kurumun çalışma alanını çok iyi bilen bir yönetici bulunmalıdır.

Halkla ilişkiler birimlerinin görevlerini etkin bir şekilde yerine getirebilmesi için görevin gereklerine uygun ve yetişmiş insan gücü sorunu çözümlenmelidir (Bozdağ, 2013).

Halkın yanlış kamu kurumlarına müracaat etmesi

Yanlış müracaat halkın herhangi bir idari sorununu çözmek amacıyla, o konuda yetki ve sorumluluğu bulunmayan yöneticilerle karşı karşıya gelmesi durumudur. Devletin kurumlarında etkin bir halkla ilişkiler uygulaması halkın anayasal hakkına kavuşmasını sağlamaktadır.

Halkın yanlış yerlere müracaat etmesi ve bir sonuç alamaması bir başka sonucu doğurmaktadır. O da aracı kullanmadır. Aracı kullanma bazen halkın normal isini yaptırması için de başvurduğu yöntemlerdendir (Metin & Altunok, 2002, s.81). Aracı olarak kullanılanlar da genelde siyasetçilerdir. Siyasi partiler, toplumu ilgilendiren ortak konuları yansıtmakta önemli ve faydalı kuruluşlardır. Fakat ülkemizde bu fonksiyonun kişisel amaçlara yöneltilmesi yani politikacıların araçları ile iş sahiplerinin müracaatlarının izleyicisi haline gelmesi yönetim ile halk arasında olumsuz ilişkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Yalçındağ, 1987, s.87).

Türkiye’de Kamu Kurumları ve Özel Kuruluşların Halkla İlişkiler Faaliyeti Bakımından Karşılaştırılması

Kamu yönetiminde ve özel sektörde faaliyetlerin gerçekleşmesinde hedef kitle yönelimli bir işleyiş önem kazanmıştır. Sürekli olarak varlığını korumak isteyen her kurum hitap ettiği kesimin desteğini almak zorundadır. Halkla ilişkilerin genel yapısını oluşturan nitelikler hem kamu kurumlarında hem de özel kuruluşlarda vazgeçilmez öneme sahiptir.

Yönetim, ister kamu yönetimi olsun, ister özel işletme yönetimi olsun kurumunu ve kurumunun faaliyetlerini çevreye tanıtmak için halkla ilişkileri kullanmak zorundadır. Fakat uygulamada bu iki alanda yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinde birtakım farklılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır.

Kamu ve özel sektörün halkla ilişkiler faaliyetlerinin karşılaştırılması aşağıda belirtilen alanlarda yapılabilir (Metin & Altunok, 2002, s.81):

Örgütlenme

Halkla ilişkiler açısından örgüt ve örgütlenme konusunda ilk olarak ana kurumun örgütlenmesi incelenmelidir. Çünkü ana kurum hedeflerin ve politikaların asıl

belirlendiği yerdir. Alt kurumlar veya birimler ise ana kurumdan sonra gelir. Bu durum, kamu kurumlarında genellikle bakanlık şeklinde bir örgütlenme çatısı altında oluşur ve sonra alt birimlere dağılım gösterir. Örgütün yapılanma şekli ve örgütte katılıma verilen değer özellikle kurum içi halkla ilişkiler açısından son derece önemlidir. Kurum içi ilişkilerin formel veya enformel olma özelliklerini belirleyen bu yapılanmaya bağlı olarak ortaya çıkan bürokrasi etkeninin de hesaba katılması gerekir (Sabuncuoğlu, 2001, s.5).

Bürokrasinin varlığı kamu kurum ve kuruluşları kadar özel sektör kuruluşları açısından da söz konusudur. Özel sektör açısından bürokrasinin katılık derecesine bakıldığında olumsuz etkilerinin daha az olduğu görülmektedir. Özellikle son 15-20 yıl içinde ağırlığını hissettiren yeni yönetsel yaklaşımlar (Toplam Kalite Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Stratejik Yönetim vs.) örgüt şemalarını katılıma daha çok olanak verecek şekilde düzenlemişlerdir. Bu özelliği nedeniyle aşırı merkezîyetçilikten, aşırı kuralcılıktan kurtulmaya çalışan, esnekliği temel alan yönelimler ön plandadır. (Bozkurt, 1998, s.206).

Örgütlenme konusunda ele alınması gereken diğer bir nokta da kurumda halkla ilişkiler birimlerinin örgütlenmesidir. Halkla ilişkiler birimlerinin görünümüne bakıldığında kamuda ve özel sektörde farklı uygulamalarla karşılaşılır. Kamu kurumlarında genellikle halkla ilişkilere donuk birimler kurulduğu bilinmektedir. Bu birimler özel bir ünite şeklinde düzenlenerek örgüt şemasındaki yerlerini almışlardır. Danışman kişi ve kuruluşlardan yararlanma çok yaygın değildir. (Metin, 2002, s.79-99).

Halkla ilişkiler biriminin örgütlenmesi konusunda bu birimin ne derece önemsendiği ve etkin bir şekilde işletilip işletilemediği de göz önünde tutulması gereken bir diğer noktadır. Yöneticinin hiyerarşik sıralamada tepe noktada yer almasından ve aynı zamanda sicil amirliği sıfatını da taşımasından dolayı astların katılımı yeteri kadar olmamaktadır. Ancak ülkemizde (özellikle bazı belediyelerde olduğu gibi) kurumsallaşmaya dönük, personele gerekli bilgilendirmeyi ve önemsenmeyi kabul ettiren beyaz masa, mavi masa, ön bilgi birimi gibi halkla ilişkiler uygulamalarını görmek de mümkündür (Tellioglu, 2000, s.122).

Halkla ilişkiler örgütlenmesinde kuruluşun verdiği hizmete, büyüklüğüne, personel sayısına, amaç ve iletişim politikasına, beklenti ve imkanlarına bağlı olarak değişik görünümler ortaya çıkabilmektedir. Önemli olan amaca en çok hizmet edecek, en etkin olacak ideal modeli geliştirip uygulama yoluna gitmektir.

Mevzuat

Mevzuat hem kamuda hem özel sektörde hedef kitle açısından etkin bir yere sahiptir. Aşırı mevzuat kurallarına boğulmuş hizmetler vatandaşları bıktırmakta, bu durum kamu yönetiminde halkla ilişkilerin en alt uygulayıcıları olan memurlar ile vatandaşları karşı karşıya getirmektedir. Vatandaşların bu hizmeti başka yerden almak gibi bir olanakları da yoktur. Bu sorunları çözmek amacıyla da aracı kurumu ortaya çıkarmakta, rüşvet, yolsuzluk ve yozlaşmalara zemin hazırlanmaktadır.

Kamu kurumlarının başında bulunan yöneticilere büyük bir görev düşmektedir. Bu görev, sadece mevzuat çerçevesinde yönetime yaklaşmak yerine, değişimi sağlamak, şeffaflığı ve katılımı sağlayarak yönetsel faaliyetleri sürdürmektir.

Taraflar ve hedef kitle

Kamu yönetiminde iç hedef kitle, bürokrasi ve siyasi otorite, dış hedef kitle ise kamu hizmetinden yararlananlardır (Metin, 2002, s.91). Kamu hizmetini kamuda çalışan personel yürütür. Kamu personeli, özellikle de memurlar, halkla yüz yüze, doğrudan ilişki içindedir. Her kamu görevlisi kendi görevini yerine getirirken, aynı zamanda halkla ilişkiler faaliyetine destek verir (İnan, 1999, s.139). Hedef kitle konusunda belirtilmesi gereken önemli bir konu, kitlelerin bilinçlenme düzeyidir. Kitle iletişim araçlarındaki büyük değişim ve gelişim, bireyleri eskisine oranla çok daha bilinçli konuma getirmektedir. (Berth, 1998, s.57).

Kullanılan yöntemler

Halkla ilişkiler iletişim araç ve araçları ile faaliyetlerini yürüten bir yönetim fonksiyonudur. Yapılan uygulamalarda, özellikle büyük şirketlerin yeni bir ürün veya model hakkında müşterilerinin görüşlerini öğrenmek için ciddi araştırmalar yaptıkları veya yaptırdıkları görülmektedir. Kamu yönetiminde ise, halkla ilişkiler birimlerinin ancak %18'inin yürüttükleri hizmete ilişkin anket ve kamuoyu araştırmaları yaptıkları, bunun ise yetersiz olduğu ortaya koyulmaktadır (Acar, 1994, s. 59).

Kamu kurumlarında bürokrasi ağına takılan, formalitelere boğulan pek çok hizmet internet ağına aktararak daha hızlı, daha ucuz olarak verilebilir. Bu görüş doğrultusunda Türkiye'de bütün kamu kurumlarını bilgisayar ağı ile birbirine bağlama amacıyla gerçekleştirilen Kamu-Net Projesi ile ülkedeki kamu ve özel tüm elektronik iletişim hizmetlerinin altyapısını gerçekleştirmeye yönelik Enformasyon Altyapısı Master Projesi, devlet ve bazı özel kuruluşların katkılarıyla TÜBİTAK ve Ulaştırma, Haberleşme ve Denizcilik Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde hazırlanmıştır (Şenol, 2008, s.3). Türkiye'de bilgi akışını elektronikleştirme çalışmaları kapsamında Türkiye, e-devlet olma yolunda çeşitli girişimlerde bulunmuş ve bunlardan bazılarını başarıyla uygulayabilmiştir. Günümüzde bu konuda önemli bir gelişme ve uygulama durumuna sahip olan ülkemizde, süreç içinde önemli sayılabilecek bazı oluşumlar şöyle sıralanabilir (Ulaştırma, Haberleşme ve Denizcilik Bakanlığı, 2010):

- Dünya Bankası (1993): Türkiye, Bilişim ve Ekonomik Modernizasyon
- Ulaştırma Bakanlığı-TUBİTAK (1999): TUENA, Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı
- DTM (1998-2002): E-Ticaret Koordinasyon Kurulu
- Başbakanlık (1998-2002): KAMU-NET, Türkiye Bilişim Şurası (Mayıs 2002)
- Başbakanlık (2001-2003): E-Türkiye Girişimi
- DPT-BTD (2003): E-Dönüşüm Türkiye Projesi

Finansman

Hem kamu kurumlarında hem de firmalarda bulunan halkla ilişkiler birimlerinin faaliyetlerini yürütmeleri için ekonomik kaynağa ihtiyaçları vardır. Bu kaynak faaliyetin niteliğine göre farklı rakamlara ulaşabilmektedir. Genel olarak halkla ilişkiler faaliyetleri, pahalı faaliyetler olarak nitelendirilmektedir.

Büyük firmalar sık sık özel halkla ilişkiler kuruluşlarıyla çalışmakta ya da onlardan danışmanlık hizmeti satın almaktadırlar. Kamu yönetiminde bu tür danışmanlık veya özel halkla ilişkiler şirketlerinden yararlanma çok yaygın değildir. Bu yüzden kurum, halkla ilişkiler çalışmasını kendi personeli ve kendi kaynaklarıyla yürütmektedir. Kamu

kesiminde halkla ilişkilere daha az para harcanmaktadır. Çünkü kamu yönetiminde halkla ilişkilerin asıl getirisi maddi değil sosyaldır. Yani halkın güven ve desteğini kazanmakla, toplumsal faydayla ilgili bir durum söz konusudur (Kazancı, 1999, s.253).

Denetim

Denetim, önceden belirlenen amaçlara ne kadar ulaşıldığının belirli ölçüt/ölçütlerle saptanmasıdır. Bir işletmede denetleme yöntemleri; hiyerarşik denetim, kontrolörlük birimince yürütülen denetim ve kurmay denetim şeklinde ifade edilebilir. Müşteriler ve medya tarafından yürütülen gizli/dolaylı denetim ve devlet organlarıncaya yürütülen denetimler de bu denetim türlerine eklenebilir (Tosun, 1992, s.291).

Kamu yönetiminde ombudsman denetimi, yönetimin haksız işlemlerine karşı halkı koruyan bir araçtır. Ombudsman kamu yönetimi birimlerine halk adına hesap sorabilmektedir. Yönetim ve halk arasında aracı bir kurum görevi gören ombudsman, yönetimin halka karşı açık davranmasında da önemli bir rol oynar. Kamu yönetiminde halkla ilişkiler açısından belki de en önemli denetim şekli, asıl hedef, kitlenin yani halkın denetimidir. Seçim, referandum gibi yöntemlerle halk, yönetimin faaliyetlerini denetleme fırsatını yakalar (Metin, 2002, s.97).

Özel sektör, çoğunlukla kendi bünyesi dışından denetlenme yöntemlerini tercih etmektedir. Bunlardan halkla ilişkilerle ilgili olanlarından biri, bağımsız denetim şirketi veya danışmanlık şirketlerinden, denetim konusunda uzmanlaşmış olanından hizmet satın almaktır. Uzman kuruluşun görevlileri hem etkililik hem de verimlilik açısından denetimlerini yaparak hazırlanan raporu örgüt yönetimine sunar. Bu raporda eksik ve yanlışlar yanında tavsiye ve stratejiler de yer alabilir. Ayrıca örgütün meslek kuruluşlarıncaya denetimi de önemli bir denetim türüdür. Ülkemizde bulunan halkla ilişkilerle ilgili Halkla İlişkiler Derneği gibi derneklerin ve uluslararası faaliyette bulunan IPRA (Uluslararası Halkla İlişkiler Örgütü, CERP (Avrupa Halkla İlişkiler Konfederasyonu) gibi örgütlerin denetimi de mümkündür.

Bir diğer denetim türü de kalite ve standartlarla ilgili kuruluşların yaptığı denetimdir. Günümüzde halkla ilişkiler kuruluşları için kalite standartları büyük önem kazanmıştır. Halkla ilişkiler kuruluşlarıyla ilgili kalite belgesi ise ISO 9004-2'dir. Kalite sistemi kuruluşun kalite hedeflerini ve bu hedeflere ulaşmasını garanti altına alacak politikayı saptadığı için ulusal ve uluslararası kalite örgütleri ve bunların denetimi önemli bir yere sahiptir.

Sonuç ve Öneriler

Siyasal, ekonomik ve toplumsal koşullardaki değişimler ve gelişmeler, toplumun eğitim düzeyinin yükselmesi, bireylerin bilgi ve bilinç düzeyinin artması, sosyo-kültürel kalkınmanın giderek toplumun her kademesine daha etkin ve geniş olarak ulaşması sebebiyle gittikçe bilinçlenen halk, artık kendisine verilen hizmetleri sorgulayabilmekte ve en iyi hizmeti almaya çalışmaktadır. Halk geçmişe oranla yönetimi daha fazla tanımayı, hakkında daha fazla bilgi elde etmeyi, yönetime katılmayı ve temsil edilmeyi istemektedir. Halkın, yönetimi denetlemesi ve yönetime her düzeyde katılımı, yönetilenlerin kendilerini ya da toplumun tümünü ilgilendiren politika ve işlemler konusunda bilgi edinmesi günümüzde artık bir "hak" olarak algılanmaktadır. Kamu kurumlarının demokratik ve etkin yönetim birimleri olarak işlevlerini yerine getirebilmesi

halkla ilişkiler çalışmalarının yürütülmesini zorunlu kılmaktadır (Metin ve Altunok, 2002, s.81).

Kamu kurumlarında halk, kendi sorunlarının çözümüne ilişkin ilgili ve yetkili organları bulmakta güçlüklerle karşılaşmaktadır. Bunun önemli bir nedeni, kurumlardaki halkla ilişkiler biriminin yetersizliğidir. Bununla birlikte etkin bir halkla ilişkiler biriminin olmaması sonucu, halk kurum içinde başvuracağı ilgili birim konusunda bilgi yetersizliğinden dolayı çoğu zaman yanlış birime başvurmaktadır. Müracaat edeceği ilgili birimi bulduğu zaman da her şey bitmemektedir. Bu defa da karşısına birçok ayrıntı ve formaliteleri olan yazılı kurallar (kanun, tüzük, yönetmelik) çıkmaktadır. Bu yazılı kuralların çoğu, toplum ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Sonuçta bütün bu durumlar, kurumun halkla olan ilişkilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun önüne geçebilmek için kurum-halk ilişkisini düzenleyen yazılı kurallar sadeleştirilmeli ve günün koşullarına göre düzenlenmelidir. Ayrıca etkin bir halkla ilişkiler uygulamasının parçalarından birisi olan karşılama(başvuru-danışma) ünitelerinin beklenen seviyede hizmet vermesi sağlanmalıdır.

Kamu kurumları ile halk arasındaki ilişkilerin iyileştirilmesi, başta kamu kurum yöneticileri olmak üzere tüm çalışanların görevidir. Ancak halkla ilişkiler faaliyetinin planlı ve düzenli bir biçimde gerçekleştirilmesi, bu faaliyetten beklenen olumlu sonuçların sağlanması, halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütecek bir örgütlenmeden geçer. Bu noktada kurumlarda böyle birimlerin kurulması için mevcut kanunlarda gerekli düzenlemeler yapıp, halkla ilişkiler örgütlenmesi yasal zorunluluk haline getirilmelidir. Halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik bir yönetmelik hazırlanarak halkla ilişkiler biriminin görev ve yetki tanımlaması yapılmalıdır.

Kurum içi çalışmalarda, çalışanlara ilişkin süreçlerin takip edilmesine, kurumların iç müşterileri olan çalışanların istek ve beklentilerinin belirlenmesine, performanslarının ölçülmesine, yönetim sürecinde alınacak çeşitli kararlara çalışanların katılımlarının sağlanmasına, şubelere ve alt kuruluşlara ilişkin bilgilerin elde edilmesine ilişkin süreçlerde kurumlar iç müşterilerini tanımak için yeni iletişim teknolojilerinden faydalanmalıdır. Kurum içinde oluşturulan ağ sistemleri ile çalışanlara yönelik çeşitli anketlerin ve araştırmaların düzenlenmesi mümkündür. Oluşturulan ağ sistemleri ile kurum içi iletişimin daha hızlı olması sağlanarak, birimlere ve çalışanlara ilişkin değişikliklerin anında takip edilebilmesi, birim yöneticileri arasında bilgi alışverişinin kolaylıkla yapılabilmesi, insan kaynakları birimlerinin gelişmeleri hızlı bir şekilde takip edebilmesi sağlanmalıdır. Halkla ilişkiler birimlerinin örgüt şemasındaki yeri doğrudan en üst yöneticiyle irtibat halinde bulunacak şekilde olmalıdır (Metin & Altunok, 2002, s.81).

Ülkemiz açısından kamu kurumlarında etkin halkla ilişkiler uygulamasını engelleyen faktörlerden biri personel ve kadro sorunudur. Kamu kurumlarında halkla ilişkiler uygulaması genellikle uzmanlığa dayalı bir hizmet olarak görülmemektedir. Halkla ilişkiler birimlerinde çalışanların bu konuda uzmanlık eğitimi görmüş kişiler olması gerekir

Kamu kurumlarında halkla ilişkiler biriminin başında bulunan kişi, buldukları kuruluşun görev alanlarına giren konularda yetkili kişi olarak, kamuoyunu bilgilendirmeli, bunu sağlamak için de kamu kuruluşlarında, belirli hiyerarşik kademede bulunan yöneticilere ilgili oldukları görev alanıyla ilgili konularda kamuoyunu

bilgilendirmede fırsat tanınmalıdır. Bu maksatla, hizmetin özellikleri dikkate alınarak konu ile ilgili gereken yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

Ülkemizde son dönemde iç denetmenlik, kamu denetçiliği gibi kavramların uygulama bazında ortaya konulması, e-devlet altyapısına yapılan yatırımlar, merkezi kurumlar ve yerel yönetimlerin ve yöneticilerin şeffaflık ve kendini tanıtıcı uygulamalara teknolojiyi kullanarak (internette sosyal medya sitelerine katılım, kamu spotları yayınlama vb.) gittikçe ağırlık vermeye başlaması, oldukça önemli gelişmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetlerine çok daha fazla önem verilmelidir. Nitekim yönetimlerin, halkın hizmetinde oldukları düşüncesinden hareketle, topluma ucuz, etkin ve verimli hizmetler götürmenin yanı sıra kendini, faaliyetlerini halka tam olarak anlatabildiği sürece toplum üzerinde olumlu izlenim bırakabileceği, halkın güven ve desteğini sağlayarak koruyabileceği unutulmamalıdır.

Kaynaklar

- Acar, M. (1994). *Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması*, DPT, Ankara.
- Adalı, N. (2004). Bilgi Edinme Hakkı, *Yüksek Lisans Tezi*, Kırıkkale Ü.SBE
- Aksoy, Necdet (2006). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler ve Teknoloji Kullanımı, *Türk İdare Dergisi*, Yıl:78, Sayı:452, s.54-59.
- Asna, A (1993). *Public Relations (Temel Bilgiler)*, İstanbul.
- Asna, A. (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*, Pozitif Yay., İstanbul.
- Askun, İ.C.(1989). Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler. *A.Ü.İ.İ.B.Fak. Dergisi* 8 (2).
- Bahadır, Ö. (2010). *Hastanelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yay., İstanbul.
- Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Bengsir, T. K. (2000). Halkla İlişkilerde Etkileşimli İletişim. *Amme İdaresi Dergisi* 33, 111.
- Berth, K. (1998). *Halkla İlişkiler Eğitimi Evrimi ve Küreselleşmenin Etkisi*, Rota Yayınları, İstanbul.
- Bozdağ, İ. (2004). *Türkiye'de Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler*, [www.halklaileskiler.com.tr/ yazi.php?id=3](http://www.halklaileskiler.com.tr/yazi.php?id=3) (Erisim Tarihi:29.04.2013).
- Bozkurt, Ö. (1998). *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, TODAİE, Ankara.
- Budak, G. (1995). *Halkla İlişkiler*, Beta Basım Yayın, İstanbul
- Budak, G. (1998). *Halkla İlişkiler Davranışsal Bir Yaklaşım*, İzmir.
- Büyük L. (1986). Cilt 10, s.6269.
- Çakmak, A.F.; Kilci, S. (2012); Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yeri Ve Önemi, *Kamu- İş Dergisi*, 11(4).
- Çamdereli, M. (2000). *Halkla İlişkiler*, Çizgi Kitapevi, Konya.

- Devlet Memurları Kanunu (1993). T.C. Başbakanlık Devlet Personel Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Eken, M. (2005). Gizlilik Geleneğinden Şeffaf Yönetime Doğru, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt. 38, Sayı.1, s.113-130
- Ergun, T. (2004). *Kamu Yönetimi: Kuram, Siyasa, Uygulama*, TODAİE Yay., Ankara
- Ertekin, Y. (2000). *Halkla İlişkiler*, 4.Baskı, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Gordon, J.C. (1997). Interpreting Definitions of Public Relations: Self Assessment and a Symbolic Interactionism-Based Alternative, *Public Relations Review*, 23(1), s.57-66.
- Göksel, A. B. (1994). *Halkla İlişkiler*, Ege Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Gürgen, H. (2006). *Halkla İlişkiler*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Güz, N. (2002). *Etkili İletişim Terimleri*, İnkılâp Yay., İstanbul.
- Hız, Y. (2004). *Bilgi Edinme ve Dilekçe Hakkı*, Seçkin Yayınları, Ankara.
- İnan, K. (1999). *Devlet İdaresi*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Kazancı, M. (1999). *Halkla İlişkiler*, Turhan Kitapevi, Ankara.
- Kocabaş, F. (1999). *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*, İletişim Yay., İstanbul.
- Kuzey, P. (2004). Avrupa Kamu Yönetimi İlkeleri Sigma Raporları: No:27, *Maliye Dergisi*, Sayı:147, s.57-70
- Metin, H., Altunok, M. (2002). Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler, *Kocaeli Üniversitesi SBE Dergisi*, 3(1,) s.79- 99
- Mucuk, İ. (2005). *Modern İşletmecilik*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Okay, A. (2001). *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Der Yayınları, İstanbul.
- Önal, G. (2000). *Halkla İlişkiler*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Ozankaya, Ö. (1995). *Temel Toplum Bilim Terimleri Sözlüğü*, Cem Yayınevi, İstanbul.
- Özay, İ. (2004). *Gün Işığında Yönetim*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Öztekin, A. (2002). Katılımcı Kamu Yönetimi, *İ.Ü. SBE Fak. Dergisi*, c.26, s.129-143
- Sabuncuoğlu, Z. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Aktüel Yayınları, İstanbul.
- Schmith, G. M. (2001). *Demokrasi Kuramlarına Giriş*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Şenol, M. (2008). *Türkiye’de Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler*, Uzman Der, S.2, s.3
- Tellioglu, C. (2000). *Halkla İlişkiler Pratiği El Kitabı*, Timaş Yayınları, İstanbul.

- Tengilimoğlu, D. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Seçkin Yay., Ankara.
- Tortop, N. (2003). *Halkla İlişkiler*, 8.Baskı, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Tosun, K. (1992). *İşletme Yönetimi*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Ulaştırma, Haberleşme ve Denizcilik Bakanlığı (2007). *Ulaşımından İletişime Kalkınan Türkiye:2003-2007*.(http://www.kugm.gov.tr/BLSM_WIYS/UBAK/tr/yayinlar/20090612_171031_204_1_64.pdf: Erişim T.: 03.05.2017).
- Ulaştırma, Haberleşme ve Denizcilik Bakanlığı (2010). E-Devlet, (<http://hgm.ubak.gov.tr/hb/menucalismalar/mevcut-calismalar/edevlet>, Er.:03.05.2017).
- Uysal, B. (1998). *Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler*, TODAİE, Ankara.
- Yalçındağ, S. (1987). *Kamu Sektöründe Halkla İlişkiler Uygulamaları*, Halkla İlişkiler Sempozyumu, TODAİE, Ankara.
- Yalçındağ, S. (1996). *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler*, TODAİE No:275, Ankara.
- Yıldırım, R. (1998). *İdare Hukuku Açısından Bilgi Edinme Hak ve Özgürlüğü*, T.C.Başbakanlık İdari Usul Kanunu Hazırlığı Uluslar Arası Sempozyumu Bildirileri, s.227- 238, Ankara
- Yurdakul, N. (2008). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri*, Nobel Yay., Ankara.