



akademia

ISSN:1308-3198

Erciyes İletişim Dergisi “akademia” 2013

Cilt (Volume): 3, Sayı (Number): 2, (58-72)

Simge Kurban (Öğr. Gör.)

Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksekokulu

simgetur@gmail.com

Funda Yalım (Yrd. Doç. Dr.)

Nişantaşı Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi

funda.yalim@nisantasi.edu.tr

BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA BİR TANIMA YÖNTEMİ OLARAK “MAVİ MASA” NİN KULLANIMI: ŞİŞLİ BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Özet

Günümüzde tüm kurumların halkları (hedef kitleleri) ile karşılıklı iletişime dayalı olarak faaliyetlerini sürdürmeleri gerektiği kaçınılmaz bir gerçektir. Gerek literatürde gerekse uygulamada çoğu zaman halkla ilişkiler faaliyetleri sadece kâr amacı güden kuruluşlara yönelik olarak algılansa da günümüzde kamu kurumları da halkla ilişkiler çalışmalarına başvurumaktadırlar. Bu noktada kamu kurumları kapsamında değerlendirilen belediyeler de çağdaş, şeffaf ve katılımcı bir yönetim anlayışı gereği buldukları bölgede hizmet götürecekleri vatandaşlar için anlayış, destek ve güveni sağlamaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Bir tanıma ve tanıma süreci olan halkla ilişkilerde hedef kitlenin yakından tanınması tutumlarının, beklentilerinin ve isteklerinin bilinmesi yapılacak tanıtım faaliyetlerinde başarıyı getiren önemli etkenlerden biridir. Belediyeler günümüzde hizmet götürecekleri halkı tanıma, onların beklenti, istek ve şikayetlerini öğrenme noktasında birçok yöntemden faydalanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında zaman zaman halkın belediyelere yakınma, istek ve şikayetlerini iletme yöntemlerinden bir olan “mavi masa” uygulamaları belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri için önemli bir tanıma aracı olmaktadır. Bu makalede İstanbul’un ve aynı zamanda Türkiye’nin önemli belediyelerinden biri olan ve de çok geniş bir hizmet alanına sahip bulunan Şişli Belediyesi’ndeki “mavi masa” çalışmaları incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Belediyeler, halkla ilişkiler, mavi masa.

USE OF “HELP DESK” AS AN IDENTIFICATION METHOD IN PUBLIC RELATIONS IMPLEMENTATIONS AT MUNICIPALITIES: A CASE OF ŞİŞLİ MUNICIPALITY

Abstract

Today it is an inevitable fact that all institutions should carry on their activities depending on mutual communication with their people (their target masses). Although public relations activities are mostly perceived to be only for for-profit establishments both in literature and practice, today public institutions also apply to public relations activities. At this point, municipalities, which are considered within the scope of public institutions, also perform public relations activities to ensure understanding, support and trust for those citizens whom they serve within the region where they are located, as required by a modern, transparent and participatory administrative understanding. In public relations – a process of identification and promotion – knowing the target mass well and knowing their attitudes, expectations and requests are important factors that bring in success in the promotional activities to be carried out. Nowadays, municipalities make use of many techniques based on the citizens whom they have served and their evaluation of their requests and expectations in public relations implementations. When considered from this point of view, the “help desk”, which is a method for complaints, requests and expectations, is an essential means of identification tool for public relations activities carried out by the municipality. This paper examined the “help desk” activities at Şişli Municipality, an important municipality of Istanbul and at the same time of Turkey with a considerably extensive service area.

Key words: Municipalities, public relations, help desk.

Giriş

Kurumların çevresinde yaşanan ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal gelişmeler onları yakından etkilemektedir. Halkla ilişkiler de yaşanan bu değişimlerin neticesinde özellikle 20.yy.ın başından itibaren hem özel hem de kamu kurumlarında kendini göstermeye başlamıştır. Günümüzde hiçbir kurum faaliyet gösterdiği çevreye kapalı bir biçimde ve paydaşları ile iletişimde bulunmadan faaliyetlerini sürdüremez. Yerel yönetimler de bu gelişmelerin dışarısında değerlendirilemez. Bugün çağdaş belediyecilik anlayışının temelinde vatandaş memnuniyetini temel alan, yönetime dayalı, halkını (hedef kitlesini) tanıyan ve onlarla sürekli etkileşim halinde olan bir hizmet anlayışı bulunmaktadır. Temel görevi vatandaşlarına hizmet götürmek olan belediyelerde, vatandaşların gerek hizmet aldıkları kurumu tanımada gerekse kurumun hizmet götürmeye çalıştığı vatandaşları tanımada halkla ilişkiler çalışmalarına büyük görev düşmektedir. Bu noktada mavi masa uygulaması ile belediye yetkilileri “mavi masaya” yapılan başvurular sayesinde halkla iletişim olanağı bulmakta, onların istek, beklenti ve şikâyetlerini, memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini öğrenme kısacası onları tanıma imkanı yakalamaktadırlar.

I. Kavram Olarak Halkla İlişkiler

Çok eski çağlardan beri insanlar iletişim kurdukları diğer insanları etkilemek, ikna etmek ya da hedefleri doğrultusunda belirli bir davranışa yönlendirmek istemektedirler. Temeli iletişime dayanan halkla ilişkiler uygulamalarının bilimsel çalışmalara ve ilkelere dayanarak belirli programlar dahilinde yapılması 20.yy.da ABD’de başlamıştır. Bu dönemde ortaya çıkan bazı ekonomik ve sosyal olaylar neticesinde hem kamu kurumları hem de özel sektör halkını (hedef kitleyi) yakından tanıması gerektiğini kavramış, yönetimde başarı ve etkinliği sağlayabilmesi için hedef kitleleri ile çift yönlü iletişim kurma gerekliliğinin önemini anlamıştır. Günümüzde tüm kurumlar hedef kitlelerine kendilerini doğru anlatabilmek ve onları doğru anlayabilmek noktasında halkla ilişkiler çalışmalarına ihtiyaç duymaktadır. Literatürde ve uygulamada halkla ilişkiler çalışmalarının sıklıkla “tanıtma” yönüyle ele alındığı görülmektedir. Başarılı bir “tanıtma” için etkili bir “tanıma”nın gerektiği bugün herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Bu makalede halkla ilişkiler tanıma fonksiyonu ile ele alınacaktır.

Disiplinler arası bir alan olan halkla ilişkilerin ne olduğunu açıklamaya yönelik birçok tanım yapılmıştır. Bunlardan Asna’ya göre halkla ilişkiler; “Özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek, tutuma yön vermesi, karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabalarını kapsayan bir yöneticilik sanatıdır” (Asna, 1998, 13). Bir yönetim işlevi olarak karşımıza çıkan halkla ilişkiler, iki yönlü bir iletişim süreci olma özelliğine sahiptir. Halkla ilişkiler çalışmalarında amaç, hedef kitlede istenilen doğrultuda bir davranış değişikliği yaratabilmektir. Halkla ilişkiler; “Yönetimin izlemekte olduğu politikanın halka benimsetilmesi, çalışmaların devamlı ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması ve buna karşılık, halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün, yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması”dır. (Kocabaş ve diğerleri, 2000, 45-46). Halkla ilişkilere yönelik farklı tanımlar karşımıza çıksa da tüm tanımlarda ortak olan unsur ortada çeşitli iletişim çabaları ile etkilenmek istenen bir hedef kitlenin varlığıdır.

Halkla ilişkilerde iki yönlülük, temelde yönetimin hedef kitlelerin istek ve şikâyetlerini öğrenmek amacıyla giriştiği çalışmalarla sağlanır. Yönetimin halkı (hedef kitleyi) tanıması, somut sorunlar karşısında düşündüklerini öğrenmesi, halkla yönetim arasında kurulmuş olan uzlaşmayı sürdürebilmenin gerekli koşullarından biridir. Hedef kitleyi tanımaya yönelik kamuoyu araştırmaları, anketler, pazarlama araştırmaları, toplantılar, şirket kayıtları, özel araştırma şirketlerinden faydalanma, basını izleme ve yüz yüze ilişkiler gibi birçok yöntem bulunmaktadır (Göksel ve Yurdakul, 2002, 164). Yönetilenle yüz yüze görüşme, yönetime sadece önceki eylem ve kararların halkın(hedef kitle) tepkilerini öğrenme olanağı vermez. Bu ilişkiden gelecekteki yönetsel davranışının ne olması gerektiği konusunda da ipuçları elde edilebilir. Yönetimin

geleceğe yönelik olması ne denli önemli ise, halktan(hedef kitle) gelecek önerilerin değeri de o denli büyüktür. Tanıma işlevi bir yönüyle yönetimin geleceğe yönelik olarak eylem ve işlemlerine yön verebilmesi için yönetime fırsat ve ipuçları vermektedir (Kazancı, 2002, 139). Tanıma ve tanıtma sürecini içeren ve bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkiler uygulamalarında tüm kurumlar farklı yöntemler kullanmaktadır. Yöntem ne olursa olsun amaç, etkilenmek istenen hedef kitle ve kurum arasında iletişimi arttırmak, işbirliğini güçlendiren olumlu bir atmosfer yaratmak, yanlış anlamaları engellemek ve güveni oluşturmaktır.

II. Belediyelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarında Başlıca Tanıma Yöntemleri

Hizmet götürdüğü halk ile çok yakın iletişim içerisinde olması gereken belediyeler, halkla ilişkiler uygulamalarına ihtiyacın en fazla olduğu kurumların başında gelmektedir. Günümüzde belediyelerin hizmet alanlarının genişlemesi ve belediyeçilik anlayışının değişmesi sonucunda etkili ve verimli bir hizmet için halkı çok iyi tanıyarak onlarla birlikte hareket etme gerekliliği tüm kesimler tarafından kabul edilen bir gerçektir. Günümüz belediyeçilik anlayışının temelinde, şeffaf ve açık bir biçimde çalışmalarını yürüten, çift yönlü iletişimi temel alan, halkın kararlara katılımını destekleyen bir hizmet anlayışı bulunmaktadır. Böyle bir hizmet anlayışının temel amacı, belediye hizmetlerinin hedefinde olan halkın memnuniyetinin sağlanmasıdır.

Tümüyle bir halkla ilişkiler konusu olan belediyeçilikte, belediyeler kent halkının seçimi ile harekete geçen, halkın yakın denetim ve gözetiminde hizmet veren ve hizmetleri sürekli eleştirilen bir örgüttür (Ertekin, 1995b, 9). ‘Beşikten- mezara’ kadar yürütülen bu hizmetler, halkın günlük hayatında önemli bir yere sahiptir (Eryılmaz, 1997, 8). Hızlı kentleşme ve nüfus artışı nedeniyle altyapı, ulaşım gibi fiziksel ihtiyaçların artmasının yanı sıra kentlerde yaşanan ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerin neticesinde yeni birtakım sorunlar ortaya çıkmıştır. Bunlar; çocuk, yaşlı ve özürülülerin bakımı, yoğun kentleşmenin getirdiği stres ve yalnızlık duygusunun ortaya çıkması gibi sosyal sorunlardır. Bu sıkıntılar belediyeler için yeni hizmet alanlarını ortaya çıkarmıştır. Bu ihtiyaçlar halkın yerel yönetimlerden talep ve beklentilerini nicelik ve nitelik yönünden arttırmıştır (Sezgin, 2007,107). Belediyeler halkla ilişkiler programlarını hazırlarken, buldukları beldede yaşayanlarla ilgili farklı bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar. Etkili ve verimli bir hizmet için, belediyeler hizmet sınırları dahilinde yaşayanların demografik bilgilerinin yanı sıra, günümüzün modern yaşamında bireylerin ihtiyaç duydukları ve talep ettikleri farklı hizmetlere yönelik çalışmaların içeriğinin de ne olabileceği konusunda bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar.

Belediyelerde halkla ilişkilerin temel işlevi hizmetlerin yorumunu kolaylaştırmak, hizmetler konusunda halkla bilgi alışverişini sağlamaktır. Bunun yanı sıra var olan hizmetlerin alınması sırasında karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri ile birlikte bilgileri hizmet sürecine aktararak belediyenin halkın isteklerinin tespitine yardım eder (Sezgin, 2007,111). Belediyelerde halkla ilişkilerin başlıca işlevleri şunlardır (Yatkin, 2007, 46-48):

- Belediyeyi ve hizmetlerini tanıtma
- Halkı tanıma, beklentilerini öğrenme ve bu beklentilere yönelik hizmet verme
- Halkın belediye hakkında yanlış imaj edinmesini önleme
- Halkın belediye hizmetlerine ve kararlara katılımını sağlama
- Belediye hizmetlerinde etkililiği ve verimliliği arttırma
- Halkın yasalara uyması ve hizmetlere gönüllü katılmasını sağlama

Halkla ilişkiler çalışmaları ile belediyeler yaptıkları işleri halka tanıtmakta, onların destek ve güvenini kazanmaya çalışmaktadır. Yaşadıkları bölgede kendilerine yönelik yapılan hizmetler konusunda yeteri derecede bilgilendirilmeyen halkın, belediyenin yaptıklarına destek vermesi, güven duyması ve demokratik bir hak olan kararlara katılması güç görünmektedir. Burada halkla ilişkilerin çift yönlü olma özelliği ortaya çıkmaktadır. Beklentilere yönelik hizmet verebilme ve yapılan çalışmaların başarıya ulaşması için halkın istek ve ihtiyaçlarının çok iyi tespit edilmesi gerekmektedir. Dolayısı ile bu da bizi halkla ilişkilerin tanıma fonksiyonunun etkin kullanımının önemine götürmektedir. Kurum ve halkı arasında düzenli işleyen bir iletişim mekanizması

olmazsa, halkın kurum hakkında yanlış imaj edinme olasılığı artmaktadır. Bu yanlış imaj belediye hizmetleri, belediye başkanı, belediye çalışmaları gibi birçok konudan kaynaklanabilmektedir. Oluşabilecek olumsuz bir imajın yok edilmesi ya da imajın güçlendirilmesi gene güçlü bir tanıma aşaması ile elde edilen bilgiler doğrultusunda yapılan tanıtım faaliyetlerinden geçmektedir. Zira belediye ve hizmetleri hakkında olumsuz bir görüş ve tutum var ise bunu yok etmenin etkili yolu halkla güçlü bir iletişim mekanizmasının kurularak halkın sıkıntı ve beklentilerinin öğrenilmesi ve çalışmaların ona göre yürütülmesidir.

Vatandaş memnuniyetini arttırmanın yollarından biri de kararlara katılımın sağlanmasıdır. Katılım, hizmet götürülen bir bölgede halkın isteklerinin öğrenilmesi ve zamanında cevap verilmesinin bir yöntemi olarak sunulmaktadır (Duman ve Yüksel, 2008, 44). Kararlara katılım, şeffaf ve halka dönük belediyecilik anlayışında halkın en doğal demokratik haklarından biridir. Kararlara katılımın etkin bir şekilde sağlanması, demokratik hak ve yükümlülüklerini bilen, bilgi seviyesi yüksek, bilinçli vatandaşlar sayesinde yürütülebilir. Böyle bir halk kitlesinin oluşabilmesi de gene belediyenin halka yönelik olarak yapacağı bilgilendirme faaliyetleri ve kuracağı etkili iletişim mekanizmaları ile mümkün olmaktadır. Halkın kararlara katılımı, aynı zamanda belediyenin halkı tanımada ve tanıtım için gerekli bilgileri öğrenmesinde yüz yüze iletişimin yaşandığı etkili bir araçtır. Yapılan tüm halkla ilişkiler çalışmaları temel görevi halka hizmet götürmek olan belediyelerde etkiliği ve verimliliği arttırmaktadır. Bunlar arttığı zaman halkın belediye hakkındaki imajı olumlu yönde gelişmekte, yapılan çalışmalara destek ve güven çoğalmakta, halkın kendilerini ilgilendiren konularda kararlara katılımı gönüllü olarak artmaktadır. Belediye ve halkın sürekli iletişim halinde birlikte çalışması hizmetlerdeki başarıyı, verimliliği ve vatandaş memnuniyetini çoğaltmaktadır.

Belediyeler halkın gereksinimlerinin, beklenti ve isteklerinin ne olduğunu ondan öğrenmek ve ondan aldıkları bilgilere göre hizmet politikalarını ve uygulamalarını halkın isteklerine, gereksinimlerine uyarlamak zorundadırlar (Akçakaya, 1999, 79). Belediyelerde halkla ilişkiler çalışmalarında tanımaya yönelik kullanılan yöntemler ile belediyelerin elde edeceği başlıca bilgiler şunlardır (Yalçındağ, 1996, 103-107):

- Halkın esas tercihleri ve öncelikleri
- Kentin hepsinin veya bir bölümünün (semt, mahalle) aileleri veya kendileri için talep ettikleri, bekledikleri ihtiyacı olan hizmetler
- Belediyenin sağladığı hizmetler ve fırsatlar hakkında halkın sahip olduğu bilgi veya bu konulardaki bilgisizlik
- Belediyenin verdiği hizmetin özelliği(kalitesi) hakkında halkın düşünceleri
- Hizmetlerden yararlanan halkın pozitif ya da negatif tecrübeleri
- Belediye hizmetlerinin halka sağladığı faydalar veya çıkardığı sorunlar
- Belediyenin halkta oluşturduğu imaj
- Halkın belediye tarafından daha iyi ya da farklı yapılmasını istediği hizmetler

Tanım yöntemleri ile elde edilen bu bilgiler, yapılacak çalışmaların da belkemiğini oluşturmaktadır. Doğru bilgi, verilen hizmetin kalitesini dolayısıyla halkın memnuniyetini arttırmaktadır. Günümüzün modern yönetim anlayışının temelinde yöneten ve yönetilenin birbirini çok iyi tanması ve aralarında işbirliği ve uyumun olması yatmaktadır. Bu anlayış belediyeler için de geçerlidir. Belediyenin halkından destek görmesi, halka kendini çok iyi tanıması ve onu iyi tanımada başarılı olmaktadır. Belediye ve halk arasındaki köprü halkla ilişkiler çalışmaları sayesinde olmaktadır. Bu noktada başarılı halkla ilişkiler çalışmalarının temelinde, muhatap olunan halkın istek ve beklentilerinin çok iyi bilinmesi ve halkın her yönüyle çok iyi tanınması yatmaktadır. Dolayısıyla belediyelerin halkı tanımada kullandığı yöntemler ile elde edeceği bilgiler yapılacak halkla ilişkiler faaliyetlerinde ve belediyenin hizmet alanlarında önemli bir rehber olmaktadır.

Belediyeler halkı tanıma noktasında birçok yöntemden faydalanmaktadır. Bunlardan başlıcaları şöyledir:

- A. ‘Danışma’ yoluyla tanıma:** Yönetim ile yönetilen arasında uyum sağlayabilmek amacıyla yapılacak bir çalışma ya da alınacak bir karar için halkın ne düşündüğünü öğrenmektir. Danışma yönetimin yanlış yapmasını engelleyebilmenin yanı sıra kararın uygulanmasından sonra ortaya bir tepki çıkacaksa bunu karşılamanın yollarını da gösterebilmektedir. (Kazancı, 2002,128).
- Kamusal Anketler: Belediyelerde halkı tanımada kullanılan önemli yöntemlerden biridir ve kullanım amaçlarına göre üçe ayrılmaktadır. Bunlar (Kazancı, 2002, 128-129):
 - Her yurttaşta, diğer yurttaşların oy ve tutumlarının ne olduğu konusunda bilgi vermek için kamuoyu araştırmaları yapılır.
 - Kamuoyu araştırmaları bir yandan ülkenin siyasal ya da toplumsal liderlerini, yöneticilerini halkla bir yandan da herhangi bir toplumsal örgütün önderlerini bu örgütün üyeleri ile sıkı ilişki içerisinde tutabilmek için uygulanır.
 - Kamuoyu araştırmaları, yönetimin çözmesi gereken sorunların gerçek niteliklerini ortaya koymakta, halk gözünde sorunun nasıl anlaşıldığı ve neler yapılması gerektiği konusunda önbilgi verici araç olmaktadır.
 - Temsilcilere Danışma: Yönetim değişik halk kümelerinin kendi içlerinden seçerek ya da atama yoluyla görevlendirdikleri kişilerle karşı karşıya gelmektedir. Danışma kamu yönetimini belirli bir yönde gerçekleştireceği eylem ve işlemlerin çoğunluğun yararı ile ne denli uyusur olduğunu doğrulamaya yarayan bir uygulamadır (Kazancı, 2002,131). Çeşitli meslek kuruluşları, sendikalar, dernekler günümüzde farklı kesimleri temsil eden örgütlenmiş gruplardır. Bu gruplarla kurulan ilişkiler belediyelerin bu örgütlerin konularına giren kararları almadan önce onların düşünce, beklenti ve tavsiyelerini öğrenmek ve onları tanımak amaçlı kullandıkları önemli yöntemler arasındadır (Yalçındağ, 1996, 88).
 - Referandum: Belirli konular üzerinde kamuoyunun gerçek eğilimini saptamanın yollarından biri referanduma başvurmadır. Birtakım önemli konular için örneğin yerel yönetim biriminin statüsü ile ilgili kararların alınması, vergilerin arttırılması gibi konularla ilgili kararların alınmasında uygulanabilmektedir (Ertekin, 1995a,105).
- B. “Basını izleme” yoluyla tanıma:** Basını izleme yerel yönetimler için halkı anlama, yorumlama açısından önemli halkla ilişkiler araçlarından biridir. Belediyeler yerel halkın belediye hizmetleri konusundaki yaklaşımlarının belirlenmesi hususunda ulusal yayınların yanı sıra yerel basın kuruluşlarını da izleyerek kamuoyunun eğilimlerini saptamaya çalışırlar. Yerel medya o kentte yaşayan değişik insan gruplarının sözcülüğünü yaparak halkın istek, beklenti ve şikayetlerini yönetime iletmeye çalışmaktadır (Kuş, 2008, 85).
- C. “Halkı dinleme toplantıları” yoluyla tanıma:** “Halk Konseyi”, “Kent Kurultayı”, “Kent Halk Meclisi” gibi isimlerle anılan bu toplantılar, halkla yüz yüze etkileşim imkânının bulunduğu, halkı tanımaya ve onların görüşlerini öğrenmeye yönelik etkinliklerdir (Mustafa, 2008, 128).
- D. “Halkın istek, şikâyet ve beklentilerini öğrenme” yoluyla tanıma:** Belediyeye yakınmada bulunan halkın sağladığı veriler, sadece talepte bulunan vatandaşın tatmininin sağlanması ile kalmamakta aynı zamanda belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarının stratejilerinin belirlenmesinde ve de çalışmaların muhatabı olan halkın tanınmasında önemli veriler olmaktadır (Güllüpunar, 2009, 178). Günümüzde modern belediyeçilik anlayışında halkın bir çok yakınma yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemlerden başlıcaları şunlardır:

- Açık Kapı: Konya Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı bünyesinde 2001 yılında kurulan Açık Kapı, 2003 yılı itibari ile Alo 181 numaralı hat, yüz yüze görüşme yöntemi, faks ve internet aracılığı ile halkın belediyeye olan yakınmalarını dinlemektedir. Çeşitli yollarla vatandaşın dile getirdiği yakınmalar belediye içi otomasyon ağı aracılığı ile diğer birimlere aktarılmaktadır. Günün her saatinde ilgili birim personeli, internet üzerinden sayfasına girerek kendisi ile ilgili görevi yerine getirme imkânına sahiptir. Belediyecilikte etkin hizmet üretiminin temel kriteri olan halkın isteklerinin çalışmalarına yön vermesi için geniş bir bilgi merkezinin oluşturulması gerekmektedir. Burada alınan taleplerin günlük olarak yapılan bir kamuoyu araştırması gibi yeni veriler sağladığı düşünülmektedir. Belirli zaman aralıkları ile yapılan raporlarla hizmet dağılımındaki eksikliklerin görülmesi amaçlanmaktadır (Güllüpnar, 2009, 156-159).
- BİMER: Başbakanlık İletişim Merkezi kısa adı BİMER olan sistem, Bilgi ve İletişim Teknolojileri kullanılarak Başbakanlık tarafından hayata geçirilen bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. 2006/3 sayılı Başbakanlık genelgesi ile yurttaşların yönetime ilişkin şikayet, talep, görüş ve önerilerinin işleme alınıp değerlendirilmesi, sonuçlandırılması ve ilgisine hızla cevap verilmesi önemine vurgu yapılarak kamu kurum ve kuruluşlarının halkla ilişkiler uygulamalarına yeni bazı düzenlemelerin yapılması gerekliliğinden hareketle oluşturulan sistem sayesinde, vatandaş ile devlet arasındaki iletişim kanallarının tümü açık tutularak müracaatların her zaman ve her yerden yapılabilmesi, ilgili müracaatlara cevapların da hızlı, etkin ve daha ekonomik bir şekilde verebilmesine imkan sağlamıştır (Tarhan, 2011,164). BİMER vatandaşın devletle iletişim kurmasını sağlayan bir köprü görevini görmektedir. BİMER'e telefon (Alo 150), şahsen başvuru, faks, internet sayfasındaki form, mektup veya e-posta yolu ile ulaşmak mümkündür (<http://www.bimer.nedir.com/erişim:05/01/2013>). BİMER uygulaması kapsamında kaymakamlık, valilik ve bakanlıkların tümünde "Halkla İlişkiler Mürakat Büroları" kurulmuştur. "Alo150" hattını cevaplamak sadece valiliklerdeki çağrı merkezlerinde bulunmaktadır. "Alo150" numarası herhangi bir ilden arandığında o ilin valiliğindeki halkla ilişkiler görevlisi telefonu açar ve arayan vatandaşın kişisel bilgilerini ve müracatın konusunu ve detaylarını kaydeder. Kayıt altına alınan bu mürakat valilikteki yetkili tarafından Kaymakamlık, İl Müdürlüğü veya Bölge Müdürlüğü'ne sistem üzerinden gönderilir. Mürakat ilgili birim aracılığı ile cevaplandırılır, vatandaşa cevap verilir ve cevaba ilişkin detaylar sisteme kaydedilir (<http://www.bimerapplication.basbakanlik.gov.tr/Forms/pgMain.aspx/erişim:05/01/2013>).



Kaynak: <http://www.bimerapplication.basbakanlik.gov.tr/Forms/pgMain.aspx/erişim05/01/2013>

Tablo1: BİMER'e Yapılan Başvurular (Temmuz 2011)

Başvuru Biçimi	Başvuru Sayısı
Şahsen başvurular	302
İnternet yolu ile başvurular	41.763
Yazılı (posta) ile gelen başvurular	3.808
Telefon yolu ile gelen başvurular	2.381
Elektronik posta yolu ile gelen başvurular	7.878
Faks yolu ile gelen başvurular	68
Bilgi Edinme Başvuruları	1.096
Genel Toplam	57.296

Kaynak: <http://www.basbakanlik.gov.tr/Temmuz 2011 Faaliyet Raporu/> erişim:05/01/2013

Tablo 2: BİMER'e Yapılan Başvuruların Kurumlara Göre Dağılımı (Temmuz 2011)

Kurum	İşlem Sayısı
Başbakanlıkta Yapılan İşlem Sayısı	53.514
Bakanlıklarda Yapılan İşlem Sayısı	25.712
Valiliklerde Yapılan İşlem Sayısı	22.714
Belediyelerde Yapılan İşlem Sayısı	1.861
Genel Toplam	103.801

Kaynak: <http://basbakanlik.gov.tr/Temmuz 2011 Faaliyet Raporu/> erişim:05/01/2013

- Beyaz Masa: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Beyaz Masa uygulaması 1994 yılında belediye başkanlığı danışmanlığına bağlı bir birim olarak faaliyete başlamıştır. 2005 yılı itibari ile Büyükşehir Belediyesi Halkla ilişkiler Daire Başkanlığına bağlı bir birim olarak faaliyet göstermektedir (Güllüpunar, 2009, 164-165). Beyaz Masa hizmeti ile İstanbul'da 7/24 saat hizmet anlayışına göre kuruma ulaşan tüm istek, şikayet ve memnuniyetler değerlendirilerek çözüme ulaştırılmaktadır. Beyaz masa; beyaz masa

ön büro, Alo 153 Çağrı merkezi, beyaz masa çözüm ekibi olmak üzere 3 birim halinde faaliyetlerini yürütmektedir (http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/BilgiHizmetleri/Yayinlar/FaaliyetRaporlari/Documents/2011/iBB_FAALiYETRAPORU_2011/erişim:05/01/2013).

Tablo 3: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Beyaz Masa Başvuru Verileri (2011 itibari ile)

Başvuru Biçimi	Başvuru Sayısı
Sözlü başvuru	481.313
İnternet, e-posta	71.839
Alo153 çağrı merkezi	63.223
İletişim noktaları	6.449
Diğer	4.508
Bürolara şahsen	4.010
1530 SMS	580
Faks	227
Posta	2
Twitter	2
Beyaz masa hizmet birimleri	590
Genel Toplam	632.743

Kaynak:http://www.ibb.gov.tr/faaliyet_raporu/erişim:05/01/2013

- Mavi Masa: Halkın belediye hizmetlerinden beklentilerini, verilen hizmetlerdeki şikayetlerini, önerilerini ve takdirlerini kolayca iletebilmesi, bunların işlem görmesi, geri bildirimde bulunulması, kayda girmesi amacıyla kurulan ve halkla belediye arasında bir köprü işlevi gören mavi masa (<http://www.tepebasi.bel.tr/mavimasa/erişim:05/01/2013>), Ankara Büyükşehir Belediyesi olmak üzere bugün bir çok belediyede kullanılmaktadır. Mavi Masa'nın başlıca hizmet amaçları şunlardır (<http://www.ankara-bel.gov.tr/alo-153-mavi-masa/erişim:05/01/2013>):

- Zaman kaybını önlemek
- Kaliteli ve iyi hizmete erişimi kolaylaştırmak
- Vatandaşın yönetimle kaynaşmasını sağlamak
- Katılımı arttırmak ve iletişimi güçlendirmek
- Kurum içi denetim sağlamak
- Hizmet eşgüdümü sağlamak
- Birimler arası koordinasyonu sağlamak

Halkla ilişkilerin görevi yalnızca kuruluşun kendi konuları, başarıları ve yaptıklarını anlatmakla sınırlanmaz. Halkla ilişkilerin en önemli kısımlarından biri de halkı anlamak, tanımak ve iyi bir biçimde dinlemektir. Belediyelerin ortak nitelikteki kamu hizmetlerinin nerede ve niçin yapılması gerektiğini rasyonel biçimde saptayabilmesi için 'dinleme' mekanizmasının oluşturulması gerekmektedir. Günümüzde çoğu belediyelerde görülen 'şikayet ve çözüm' masası örnekleri halkın geri bildirimini toplamak ve değerlendirmek üzere geliştirilmiştir (Yayınoglu, 2007,190). Daha önceleri halkı tanıma, beklenti ve isteklerini öğrenme noktasında faydalanılan yüz yüze iletişim tekniğinin yanına günümüzde gelişen bilgi iletişim teknolojileri sayesinde birçok yöntem eklenmiştir. Bugün modern belediyeçilik anlayışında şahsen başvuruların yanı sıra, telefon, faks, posta, internet, çağrı merkezi, sosyal medya uygulamaları gibi birçok yöntemden faydalanılmaktadır.

III. Şişli Belediyesi'ndeki 'Mavi Masa' Çalışmaları

Bu bölümün hazırlanmasında Şişli Belediyesi "Mavi Masa" yetkilileri ile görüşme sonucu elde edilen bilgilerden ve de Mavi Masa Birimi'nin 2010, 2011, 2012 yılları değerlendirme raporlarından faydalanılmıştır.

Şişli Belediyesi’nde halkla ilişkiler çalışmaları Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü bünyesinde 2000 yılında kurulan Mavi Masa, müdürlüğe bağlı üç birimden birisidir. Diğer birimler arasında Basın Bürosu ve Foto-Film Servisi yer almaktadır.

Şişli Belediyesi’nde “halkın istek, şikâyet ve beklentilerini öğrenme” amacıyla hizmet veren Mavi Masa Birimi’nde, bir yetkili ismin gözetiminde toplam dört kişi çalışmaktadır. “Mavi Masa” belediyenin giriş katında, ayrı bir bölme olarak yurttaşlara hizmet vermektedir.

Mavi Masa’nın örgütsel yapılanması incelendiğinde Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nün bir alt birimi olarak konumlandırıldığı göze çarpmaktadır. Bu örgütsel yapılanma diğer yerel yönetim örneklerindeki gibidir. Örgütsel şemaya bakıldığında gelen istek ve şikâyetleri kontrol eden herhangi bir denetçi bulunmamaktadır. Müdürlük içerisinde bir alt birim olan Mavi Masa, bir şefin gözetiminde ve 4 birim çalışanı şeklinde örgütlenmiştir.

Şişli Belediyesi
Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Organizasyon Şeması



Mavi Masa, telefon hattı, e-mail hattı, faks aracılığıyla ve şahsen görüşmelerle vatandaşın taleplerini alma imkânına sahiptir. Vatandaş kent merkezi içerisinde 0212 288 75 76 numaralı telefon hattından birime ulaşabilmektedir. Telefon ile arandığında vatandaş, telesekreterin yönlendirmesi sonucu 8’i tuşlayarak Mavi Masa’ya doğrudan bağlanabilmektedir. İnternet aracılığıyla ise hem belediyenin internet sitesinden hem de birime özel e-mail adresinden başvuruda bulunulabilmektedir. Mesai saatlerinde Mavi Masa personeline bir telefon aracılığıyla ulaşılırken, mesai saatleri dışında Danışma Masası’nda bulunan güvenlik görevlilerine ulaşılabilir.

Mavi Masa, vatandaşın dilek, şikâyet, önerilerini dile getirdiği ilk merci olarak adlandırılabilir. Belediyenin işleyişi hakkında hiçbir bilgisi olmayan vatandaş ilk olarak ‘Mavi Masa’ya başvurmuştur. Birim çalışanları vatandaşın gerekli prosedürler hakkında bilgilendirerek, hem onları aydınlatmakta, hem de vatandaşın zamanını iyi kullanmasına yardımcı olmaya çalışmaktadır. Belediye ve vatandaş arasında kurulan iletişim köprüsünün ilk aşaması olarak karşımıza çıkan Mavi Masa uygulaması ile Şişli Belediyesi, halkla ilişkiler faaliyetlerini çeşitli yöntemler aracılığıyla vatandaşlara iletirken bir yandan da hedef kitlesinin beklentilerinin, istek ve şikâyetlerinin kuruma aktarılmasını sağlayarak iki yönlü ve etkileşimli bir iletişim sürecini yürütmektedir. Halktan gelen istek, öneri ve talepler doğrultusunda belediye hizmetlerinin etkinliğinin artırılması ve örgütsel verimliliğin sağlanması belediyenin çalışmalarında öncelikli hedefleri oluşturmaktadır.

Toplumun istekleri ile örgütün isteklerinin birleştirilmesini sağlayacak tanıma ve anlama yöntemi olarak konumlandırılan Mavi Masa, herhangi bir sorunu veya isteği olan, kentte meydana gelen birtakım hizmet aksaklıklarında belediyeye bilgi vermek isteyen vatandaşın belediyeye rahatlıkla ulaşabilmesi ve sorununun çözüme kavuşturulup kavuşturulmadığı hakkında bilgi alabilmesi amacıyla kurulmuştur. Bu yönüyle yönetimle halk arasında bağ kurulmasında ilk kademeyi oluşturan Mavi Masa, halkın düşünce ve fikirlerini öğrenme çalışmasında belediyenin genel halkla ilişkiler uygulamalarına destek verici bir görev üstlenmektedir.

Şişli Belediyesi’nin halkla ilişkiler çalışmalarında önemli birimlerden biri olan Mavi Masa’nın görevleri arasında;

- Birimler arası koordinasyonu sağlamak,
- Belediyenin hizmetlerinden yararlanan kişi ve kuruluşların dilek ve şikâyetlerini almak ve belediyenin hizmetleri hakkında vatandaşları bilgilendirmek,
- Vatandaşlardan gelen (telefon, e-mail, faks, şahsen ve basın yoluyla başvuruları) ilgili birimlere yönlendirmek ve başvuru sahiplerini bilgilendirmek,
- Şişli ilçe sınırlarında yeni taşınan yurttaşlara Şişli Belediyesi ve Başkanı Mustafa Sarıgül adına “Hoş Geldiniz”, ilçe sınırlarından ayrılanlara “Güle Güle”, yeni evlenen çiftlere “Mutluluklar Dileriz”, yakınlarını kaybedenlere ise Foto Film Servisi ile koordineli olarak hazırlanan taziye mesajı göndermek,
- Ani gelişen durumlarda (depresyon, felaket, vs.) kriz masası olarak hizmet vermek gibi başlıca kapsamlar yer almaktadır.(Şişli Belediyesi Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 2012 Faaliyet Raporu)

Birimler arası koordinasyon sağlama aşamasında vatandaşın gelen istek ve şikâyetlerin ilgili birimlere iletilmesi sağlanmakta, istek ve şikâyetlerle ilgili süreç takibi yapılmakta ve istek/şikâyet, vb. durumların çözüme kavuşturulması neticesinde vatandaşın gerekli bilgi akışını sağlamak amacıyla dönüş yapılmaktadır. Mavi Masa, birimler arası koordinasyon sağlarken istek/şikâyet ve taleplerin hızlı bir şekilde yanıtlanması/çözümlemesi için kurum içi denetleme işlevini de yerine getirmektedir. Vatandaşın anında cevap verilebilmesi, yanıtların birimlerden hızlı bir şekilde gelmesine bağlıdır. Mavi Masa belediye içindeki diğer birimlerin daha aktif, daha hızlı ve sonuç odaklı çalışmasına da olanak sağlamaktadır.

Belediyenin hizmetleri hakkında vatandaşları bilgilendirme görevi ise, istek, şikâyet ve beklentilere konu olan hususlar ile ilgili olarak vatandaşın doğru bilgi aktarma ve vatandaşın belediye ile ilgili yakınmalarını, beklentilerini doğru mercilere yönlendirme şeklinde yerine getirilmektedir.

Mavi Masa, sadece şikâyet, istek ve beklentilerin dile getirildiği bir şikâyet hattı/başvuru noktası/danışma merkezi mekanizması olarak çalışmamakta; aynı zamanda vatandaşın doğru bilgilendirildiği, belediyenin hizmetleri hakkında bilgi sahibi olduğu çift yönlü bir iletişim mekanizması görevi de görmektedir. Bu çift yönlü iletişim yönetimi, halkın belediye kararlarına katılımı aşamasında da devreye girmektedir. Belediyeye bağlı Kent Konseyi’nin yönetim

işlevini doğru ve etkili bir şekilde yerine getirmesi sürecinde, vatandaşın gelen istek/talepler doğrudan Mavi Masa’ya iletilmektedir.

Birim bünyesinde ayrıca, halkı tanıma aşamasında ilçe sınırlarına yeni taşınanlar, yeni evlenenler, hayatını kaybedenlerle ilgili veriler toplanarak çeşitli halkla ilişkiler uygulamalarında bu verilerden yararlanılmaktadır. Elde edilen demografik veriler ışığında belde halkına yönelik halkla ilişkiler çalışmaları yerine getirilmektedir. Vatandaşın tanımaya yönelik verilerin elde edilmesi, oluşabilecek yanlış anlaşılmalara karşı önceden hazırlanan bir proaktif iletişim yönetimine de katkı sağlamaktadır. Vatandaşın hangi konularda, nereye, ne zaman ve nasıl başvurması gerektiğine dair yol gösterici bir mekanizma olan Mavi Masa, bu işleviyle başvuru sahiplerinin işlerini kolaylaştırırken, yanlış ve eksik başvurulardan doğabilecek emek ve zaman kaybının da önüne geçmektedir. Proaktif iletişim yönetimi ile yakınmaların önlenmesi sağlanmakta, sorun çıkabilecek durumlar ortadan kaldırılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Güllüpunar’ın da belirttiği gibi; halkın ihtiyaçlarını belirlemek, neyin yapılmadığında sorunların ortaya çıkabileceğini tespit etmek, belediye içerisinde görev tanımları ve dağılımları nedeniyle ortaya çıkabilecek halkla bütünleşme sorunlarını tespit etmek gibi birçok konuda proaktif halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması yönetime destek olmaktadır (Güllüpunar, 2009, 91). Bu işlevi de Mavi Masa yerine getirmektedir.

Mavi Masa, halkın belediye hakkında yanlış imaj edinmesini önleme aşamasında da belediyenin halkla ilişkiler çalışmalarına destek vermektedir. Halkla ilişkiler çalışmalarının temel fonksiyonlarından biri olan kuruma dönük olumlu imaj yaratma, Mavi Masa’nın çalışmaları kapsamında vatandaşın kuruma karşı olumlu bir imaja sahip olması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Vatandaşın belediyenin çalışmaları, uygulamaları, kurumsal yapısı hakkında yeterli bilgi sahibi olmaması, belediye hakkında yanlış düşüncelere, olumsuz imaja yol açabileceği için bu noktada Mavi Masa eksik bilgilendirmenin önüne geçebilecek ve vatandaşın yönetimle ilgili yeterli bilgi sahibi olmasını sağlayacak bir unsur olarak hizmet vermektedir. Böylece vatandaş yönetim hakkında daha yeterli bilgiye sahip olmakta ve oluşabilecek olumsuz imajın önüne geçilebilmektedir.

“Mavi Masa”, görevlerini yerine getirme aşamasında belediye içerisinde belirli birimlerle ya da kurum dışı örgütlerle daha etkili ve koordineli bir şekilde çalışma içerisine girebilmektedir. Örneğin; Şişli’ye taşınan kişilerle ilgili bilgileri Şişli İlçe Nüfus Müdürlüğü ve semt muhtarlıklarından alarak Araştırma Geliştirme Birimi ile birlikte “Hoş Geldiniz” ve “Güle Güle” mektupları hazırlamaktadır. Yeni evlenen çiftlere ait bilgileri ise Şişli Belediyesi’ne bağlı Nikâh Dairelerinden edinmektedir. Evde hayatını kaybeden yurttaşların bilgilerini Şişli Belediyesi Sağlık Müdürlüğü tespit ettiğinden, taziye mesajları için Sağlık Müdürlüğü ile koordineli olarak çalışmaktadır. Hayatını kaybeden yurttaşların fotoğraflarını çerçevelettiren Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’ne bağlı Foto-Film Servisi, bu fotoğrafları, Mavi Masa Birimi tarafından hazırlanan taziye mesajı ile birlikte ölen yurttaşların yakınlarına göndermektedir. Burada birim, belediye hizmetlerinde etkililiği ve verimliliği arttırırken, aynı zamanda halkın esas tercihleri ve öncelikleri hakkında bilgi sahibi olmakta, halk hakkında demografik bilgiler toplayarak hedef kitlelerini tanıma çalışmasını da yürütmektedir.

Tanıma işlevi gören Mavi Masa, bir yanıyla da belediyenin yürüteceği halkla ilişkiler çalışmalarını tanıtmaya yönelik için gerekli altyapı zemini oluşturmaktadır. Şu ana kadar belediye bünyesinde hayata geçirilen “Emekliler Evi”, “Alzheimer Gündüz Bakım Evi”, “Evlilik Okulu” gibi projeler, Mavi Masa’nın elde ettiği demografik bilgiler ve birime gelen istek/talepler sonucu oluşturulmuştur. Bu yanıyla Mavi Masa, belediyenin halkla ilişkiler işlevlerini gerçekleştirme aşamasında halkı tanıma yöntemi olarak yararlanılan önemli bir mekanizma görevini üstlenmektedir.

Belediyeye gelerek dilekçe yazmak isteyen, ama dilekçe yazma konusunda bilgisi olmayan vatandaşa, Mavi Masa Birimi çalışanları dilekçe hazırlama konusunda da yardım etmektedirler. Bunun yanı sıra belediyeyi ziyaret eden vatandaş, danışma ve belediye ile ilgili

yasal prosedürler konusunda da “Mavi Masa” dan destek almaktadır. Bu uygulama ile halkın başvurularında onlara rehberlik eden bir danışma merkezi görevi gören Mavi Masa, vatandaşın işini kolaylaştıran bir mekanizma görevini de görmektedir.

Kişisel yardım, destek için belediyeye müracaat eden vatandaşın sorunlarını dinleme, yasal düzenlemeler ile ilgili bilgi verme ve ilgili kurumlara yönlendirme gibi işlere de bakan “Mavi Masa”, bu işleviyle “dinleme mekanizması” görevini yerine getirerek, belediyeye ait diğer müdürlüklerin üzerindeki yükü hafifleten bir “süzgeç” görevi görmektedir. Belediye çalışanları ya da yakınlarının kan bağına ihtiyacı olması gibi durumlarda belediye içerisinde anons yaparak birimlerde çalışanları bilgilendiren “Mavi Masa”, emlak ve çevre vergisi dönemlerinde de vatandaşın işlerinin en kısa zamanda çözüme kavuşturulması amacıyla Gelirler Müdürlüğü’ne de destek vermektedir.

Acil durumlarda (doğal afet, vb.) bir Kriz Masası olarak hizmet veren “Mavi Masa”, son olarak 23 Ekim 2011 Pazar günü Van’da meydana gelen deprem sonrası anında devreye girerek Şişli’den gelen yardımların koordine edilmesinde büyük rol oynamıştır. Yardım talepleri ile ilgili olarak bilgi almak isteyen vatandaşa yardımcı olmuş, İstanbul’un çeşitli ilçelerinde ikamet eden vatandaşlar tarafından Şişli Belediyesi’ne ulaştırılan yardımların ilgili mercilere teslim edilmesinde bizzat görev almıştır.

Mavi Masa’nın iş akışı, telefon, e-mail, faks, yüz yüze görüşme şeklinde yürütülmektedir. Vatandaşın gelen dilek ve şikâyetler, birimler arası iletişim akışının sağlanması ve bilgilere hızlı ve güvenli bir biçimde erişimin sağlanması amacıyla 2009 yılında oluşturulmuş süreç bazlı KEYOP(Kent Yönetim Organizasyon Platformu) yazılım program içerisinde sisteme kaydedilmektedir.

Mavi Masa’ya gelen başvurularla ilgili işlem aşamaları şu şekilde sıralanabilir:

- Vatandaşlardan gelen başvuru, yetkili tarafından kayıt altına alınır,
- Başvuru KEYOP programına aktarılır ve gelen başvuru incelenir,
- Başvuru başlığı çerçevesince ilgili birimlerle veya kurumlara irtibata geçilir,
- Çözüm için gerekli süreç başlatılır,
- Çözüm aşamalarında başvuru sahibine ön bilgi verilir,
- Şikâyet çözümlendikten sonra onay makamına gönderilir,
- Yetkili merci başvuruyu onayladıktan sonra başvuru sahibinden onay alınarak evrak kapatılır.

Mavi Masa Birimi’ne gelen istek, şikâyet ve beklentiler, ilgili birimlere iletilerek birimler arası eşgüdüm sağlanmaktadır. Çeşitli yollarla vatandaş tarafından yapılan başvurular, KEYOP adı altında otomasyon ağı aracılığıyla diğer birimlere aktarılmaktadır. Talepleri alan birim sorumlularının sonuçlandırdıkları çözümleri başka hiçbir aracı olmadan bu sisteme girmeleri, Mavi Masa personelinin bu cevapları görmesini sağlamaktadır. Mavi Masa çalışanları, bu cevaplar ışığında vatandaşları telefonla arayarak bilgilendirmektedir. KEYOP otomasyon sisteminin diğer önemli bir özelliği de, belediyenin yaptığı ve yapacağı günlük programlarının bütün personel tarafından görülmesidir. Vatandaş, internet yoluyla bildirimlerini e-posta aracılığıyla ya da belediyenin www.sislibelediyesi.com portalından başvuru formu doldurarak Mavi Masa’ya iletebilmektedir.

The screenshot shows the 'Şikayet' (Complaint) form on the Şişli Belediyesi e-Belediye website. The form is divided into several sections:

- Genel Bilgiler (General Information):** Includes fields for 'Şikayet No' (Complaint No), 'Referans No' (Reference No), 'Tarih Saat' (Date/Time), and 'Tarih' (Date).
- Bildirim (Reporting):** Includes fields for 'Paydaş/Sicil' (Stakeholder/Registry), 'Adı' (Name), 'Soyadı' (Surname), and 'Baba Adı' (Father's Name).
- Konu (Subject):** A dropdown menu for 'Bildirim Türü' (Reporting Type) and a text area for 'Şikayet Özeti' (Complaint Summary).
- İletişim, Geri Dönüş Bilgileri (Communication, Feedback Information):** Includes fields for 'Ev Telefonu' (Home Phone), 'İş Telefonu' (Work Phone), 'Elektronik Posta' (Electronic Mail), 'Çap Telefonu' (Fax), and 'Faks' (Fax).
- Adres Bilgileri (Address Information):** Includes fields for 'İlçe' (District), 'Mahalle' (Neighborhood), 'Sokak' (Street), 'Bina Adı' (Building Name), 'Kapı / Daire' (Door / Apartment), 'Site Adı' (Site Name), 'Pafta' (Map Sheet), 'Ada' (Parcel), and 'Parsel' (Parcel).

Kaynak: <http://www.sisli.bel.tr/DIGIKENTEBELEDIYE/faces/page/basvuru.jsp?menu=yes/erişim:02/01/2013>

Tablo 4: Şişli Belediyesi Mavi Masa'ya Yapılan Başvurular (2010, 2011, 2012)

BİLDİRİM BİÇİMİ	2010	2011	2012
Telefon	582	695	620
İnternet	101	391	2003
Faks	0	0	1
Yüzyüze	53	56	199
BİMER aracılığıyla	-	-	354
GENEL TOPLAM	736	1142	3177

Kaynak: Şişli Belediyesi Mavi Masa Birimi 2010, 2011, 2012 Değerlendirme Raporu

Şişli Belediyesi'nin Mavi Masa birimine bir yakınma mekanizması çerçevesince baktığımızda, 2010 yılı içerisinde toplam 736 başvuru yapıldığı görülmektedir. Bu başvuruların 582 adeti telefon, bilgi edinme ve e-posta başvuruları dahil 101 adeti internet yoluyla, 53 adeti ile yüz yüze görüşme şeklindedir.

2010 ve 2011 yılları içerisinde gelen istek/şikâyetlerin çoğunluğunun telefon aracılığıyla olması dikkat çekerken, 2012 yılı içerisinde çoğunluğu internet aracılığıyla gelen başvurular oluşturmaktadır. İnternet üzerinden yapılan başvuruların, telefon aracılığıyla yapılan başvuruların üç katından fazla olduğu görülmektedir. İnternet aracılığıyla yapılan başvurulardaki artışın başlıca nedenleri arasında; teknolojinin hayatımıza daha fazla entegre olması ve Mavi Masa'nın KEYOP otomasyon ağını daha sistematik ve verimli bir şekilde kullanmaya başlayarak arşivleme yapması gelmektedir.

Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) aracılığıyla gelen istek/şikâyetler incelendiğinde; 2012 yılında toplam 354 adet olduğu görülmektedir. BİMER ile ilgili 2012 yılından öncesine ait kayıtlar bilgisayar ortamında kaydedilmediği için, geçmiş yıllara ait net bir rakam çıkartılamamaktadır. Bu sisteme veriler, 2012 yılından beri düzenli bir şekilde girilmeye başlanmıştır.

Tablo 5: Şişli Belediyesi Mavi Masa'ya Yapılan Başvuruların Konu ve Yıllara Göre Dağılımı

ŞİKAYET KONUSU	2010	2011	2012
Aydınlatma	112		99
Kaldırım	51		
Moloz Alımı	51		
İşgal		68	93
Çöp		55	
İnşaat		51	
Temizlik			67
Diğer	112	488	647
TOPLAM	736	1142	2843

Kaynak: Şişli Belediyesi Mavi Masa Birimi 2010, 2011, 2012 Değerlendirme Raporu

3 yıllık veriler derlendiğinde; en çok şikâyet alan birimlerin başında Fen İşleri, Zabıta ve Temizlik İşleri Müdürlüğü'nün gelmekte olduğu görülmektedir. Bunun başlıca sebepleri; belediye hizmetlerinin doğrudan vatandaşa yansıdığı alanların bu müdürlüklere bağlı olması, bu birimlerin dışarıda belediyeyi temsil etmesi ve belediyenin görünen yüzünün bu müdürlüklerin olmasıdır. Diğer kısmında yer alan başvurular ise istek/talepleri içermekte ve birbirinden farklı konuları kapsamaktadır.

Şişli Belediyesi, Mavi Masa uygulamasından çok çeşitli olarak faydalanmaktadır. Birim, istek/beklenti ve şikâyetlerin iletildiği, vatandaşların memnuniyeti/memnuniyetsizliği hakkında bilgi toplanan bir şikâyet merkezi gibi çalışırken; bir yanıyla da vatandaşa doğru bilginin ulaştırıldığı bir danışma merkezi işlevi de görmektedir. Mavi Masa uygulamasının bölgedeki halka ulaşmada etkin bir mekanizma olarak kullanılması, demografik verilerin toplanmasına ve bu veriler ışığında çalışmalar yapılmasına da olanak sağlamaktadır.

Bir tanıma yöntemi olarak Mavi Masa, Şişli Belediyesi'nin hedef kitlesi ile etkili iletişimini sağlamakta, bölgesindeki vatandaşlar hakkında belediyeye önemli veriler sağlamaktadır. Bu da belediyenin vereceği hizmetleri, halkın istek ve beklentilerine göre şekillendirmesine, bunun sonucunda da halkın hizmet aldığı belediyeden memnun kalmasına katkıda bulunmaktadır.

IV. Sonuç

Belediyenin yaptığı çalışmaların muhatabı olan vatandaşların bizzat kendilerini ilgilendiren konularda kendilerinden görüş alınmasının sağlanması, belediyenin hizmetleri ile ilgili olarak düşüncelerini ifade edebilmeleri ve kararlara katılabilmeleri ancak belediye ve halk arasında başarı ile işleyen bir iletişim sürecinin kurulması ile sağlanabilmektedir. Günümüzde tüm kurumlar çalışmalarında kendilerinden etkilenen kitlelerin desteğini almak ve onların güvenini sağlamak zorundadırlar. Bu açıdan değerlendirildiği zaman halkının (hedef kitlesinin) yanında olmayan bir kurum çalışmalarında başarılı olamaz. Başarı ancak hedef kitlenin iyi tanınması ve onlarla sürekli etkileşim halinde olunması ile mümkündür. Temel görevi vatandaşlarına hizmet götürmek olan belediyeler, hem hizmet götürdüğü vatandaşı tanımak, hem de belediyeden hizmet alan vatandaşa kurumu tanıtmak zorundadır. Dolayısıyla belediyecilikte halkla ilişkiler çalışmalarına büyük görev düşmektedir.

Çalışmanın ana konusunu oluşturan “Mavi Masa”, Şişli Belediyesi'nin yapacağı faaliyetlerde halkı tanıma amacı ile kullandığı önemli yöntemlerden biridir. Vatandaşın istek, beklenti ve şikâyetlerinin öğrenildiği birim, belediye binasına giren vatandaşın ilk karşılandığı yerlerden biri olması hususu ile de kurum imajının oluşturulmasında önemli bir unsur olmaktadır. Şişli Belediyesi, vatandaş ile etkili bir iletişim noktasında hizmet götürdüğü bölgedeki vatandaşların sorunlarını anlatabildiği, dilek ve şikâyetlerini iletebildiği bir birim olan “Mavi Masa” çalışmasına oldukça önem vermektedir. Bu uygulama ile belediye, birime yapılan başvurular sayesinde halkla iletişim olanağı bulmakta ve yapacakları çalışmalarda kullanacakları bilgilere erişebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akçakaya M.(1999). Belediyelerde Halkla İlişkiler. *Sayıştay Dergisi*. Sayı:34.
- Asna A.(1998), *Public Relations-Temel Bilgiler*. İstanbul: Der Yayınları(2.bs).
- Duman T. ve Yüksel F.(2008). Belediyelerde Vatandaş Memnuniyetinin Ölçümü: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt:17, Sayı:1, 43-57.
- Ertekin Y.(1995a).Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Sorunu. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt:4, Sayı:5, 3-11.
- Ertekin Y. (1995b). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Yayınları (TODAİE). No:259
- Eryılmaz B (1997). Yerel Yönetimin Yeniden Yapılandırılması, İstanbul: Birleşik Yayıncılık.
- Göksel A.B., Yurdakul N .B (2002). *Temel Halkla İlişkiler Bilgileri* İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Güllüpunar H (2009), *Halkın Yakınma Yöntemleri (Belediyelerde Halkla İlişkiler)*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Kazancı M. (2002). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kocabaş F. ve Elden M. ve Yurdakul N. (2000). *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. (2. bs.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kuş A (2008), *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler; Kocaeli Büyükşehir Belediyesinin Yerel Basına Yansımaları*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Sezgin M (2007), *Türkiye’deki Belediyelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Model Önerisi*,Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Tarhan A.(2011). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve E-Devlet*, Konya:Palet Yayınları.
- Yalçındağ S.(1996), *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Yayınları (TODAİE).
- Yatkın A (2007), Yerel Yönetimlerde Hizmet Verimliliğinin Arttırılmasında Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi: Elazığ Belediyesi Örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt 16, Sayı:2, 45-66.
- Yayınoğlu P (2007).Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler-Belediyeler Açısından Bir Değerlendirme, İstanbul: Birsen Yayınevi.
- Başbakanlık İletişim Merkezi Temmuz 2011 Faaliyet Raporu, [http:// basbakanlik. gov. Tr/ Temmuz 2011 Faaliyet Raporu/](http://basbakanlik.gov.tr/temmuz2011faaliyetraporu/) erişim:05/01/2013.
- Büyükşehir Belediyesi 2011 Faaliyet Raporu, [http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/BilgiHizmetleri/ Yayinlar/ FaaliyetRaporlari/documents/ 2011 / iBB_ FAALiYETRAPORU2011_ PDF/ ibb_ faaliyetraporu2011.pdf.](http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/BilgiHizmetleri/Yayinlar/FaaliyetRaporlari/documents/2011/iBB_FAALiYETRAPORU2011_PDF/ibb_faaliyetraporu2011.pdf) / erişim:05/01/2013.
- [http:// www. tepebasi. bel. tr/ mavimasa/](http://www.tepebasi.bel.tr/mavimasa/) erişim:05/01/2013.
- <http://www.ankara-bel.gov.tr/alo-153-mavi-masa/erişim:05/01/2013>
- <http://www.bimer.nedir.com/erişim:05/01/2013>.
- [http://www.sisli.bel.tr/DIGIKENTEBELELDIYE/faces/page/basvuru.jsp?menu=yes/ erişim:02/01/2013\)](http://www.sisli.bel.tr/DIGIKENTEBELELDIYE/faces/page/basvuru.jsp?menu=yes/erişim:02/01/2013)