



KAMU KURUMLARINDA YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMININ KURUMSAL İMAJA ETKİSİ (TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU ÖRNEĞİ)

*The Effects On The Corporate Image of Using The New Communication Technologies in
Public Institutions (The Example of Turkish Statistical Institute)*

Ahmet YATKIN¹

Fuat USTAKARA²

ÖZET

Yeni iletişim teknolojileri, bireylerin yaşamlarında olduğu kadar topluma ait kamusal alanda da işlerin çözümlerinde büyük yarar sağlamaktadır. Artık iş hızının, eskisinden daha yüksek olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Toplum, kamu sektöründen bu hıza ayak uydurmasını beklemektedir.

Veri üreten bir kamu kurumu olan Türkiye İstatistik Kurumu, yeni iletişim teknolojilerini en aktif şekilde kullanma gereksinimindedir. Buna ek olarak, vatandaşın güvenilir bilgi aldığı hissetmesi, Türkiye İstatistik Kurumu'nun kurumsal imajına bağlıdır.

Anahtar Kelimeler: Yeni İletişim Teknolojileri, Kamu Kurumları, Kurumsal İmaj, Türkiye İstatistik Kurumu

SUMMARY

The new communication technologies make good advantages to conclude procedures for public space which belongs to society as much as individual lives. It is accepted that today's work speed is higher than when it was old times. The society expect the public sector to keep up with this speed.

A public institution, Turkish Statistical Institute which procudes data needs to use the new communication technologies in the activest method. İn addition of that, a citizen's feeling about having reliable information depends upon the corporate image of Turkish Statistical Institute.

Keywords: The New Communication Technologies, Public Institutions, Corporate Image, Turkish Statistical Institute

GİRİŞ

İnsanlar, teknolojiyi özellikle yirminci yüzyıldan sonra işlerini kolaylaştırmak için kullandıklarından beri, ister kamusal olsun ister özel, tüm sektörlerde iş hızı artmıştır.

Yeni iletişim teknolojileri, insanlara zaman kullanımında büyük bir kazanım sağlamaktadırlar.

Bilgisayarlar, kayıt cihazları, faks gibi yeni iletişim/bilişim araçları, McLuhan'ın "dünyanın küçük bir köy haline dönüşmesi" ifadesini insanlara kanıtlayan en güzel örneklerdir.

Yeni iletişim teknolojileri ile, bireyler ve daha da açarsak toplumlar, günler sürecekt işleri saatlere, dakikalar sürecekt işleri de saniyelere sığdırabilmektedirler.

Bütün bu gelişmeler, Sanayi Devrimi'nden Bilişim veya Enformasyon Çağı'na dönüşmüş günümüz toplumlarının eriştikleri teknolojik gelişmişlik seviyesini gözler önüne sermektedir.

¹ Doç. Dr. Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ayatkin@firat.edu.tr

² Arş. Gör. Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, fustakara@gumushane.edu.tr

1. Teknoloji Kavramı ve Yeni İletişim Teknolojileri

Teknoloji kavramını irdelediğimizde, Fransızca "technologie" kelimesinden dilimize geçtiğini görürüz. Teknoloji, "bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri kapsayan bilgi" anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr, 19.04.2007).

Yukarıdaki ifadede insan emeğini aşan bir olgudan söz edilmektedir. Artık insanların ortaya koydukları işlerin geçmişe nazaran daha az kol gücü gerektirdiğini anlamaktayız.

Teknoloji kelimesi, yapmak, üretmek gibi anlamları içeren antik Yunanca "tekhne" kelimesine yine antik Yunanca "logos" kelimesinin eklenmesiyle oluşmuştur ve bir şeyi üretmenin, yapmanın toplumsallaşmış bilgisi anlamını taşır. Teknik ile teknoloji arasındaki fark, üretim bilgisinin toplumsallaşmasındadır (Atabek, 19.04.2007). Teknoloji denince kitlesel üretim söz konusu olmaktadır.

Bir kamu kurumu ya da bir özel müessese, personeline ihtiyaç duyulan miktarda bilgisayar temin edip internet erişimi sağlamakta ise, burada o kamu kurumuna veya şirkete bir teknolojik destek olduğu görülür.

Teknoloji kavramının beraberinde ileri teknoloji, bilişim teknolojisi kavramları da literatüre girmiştir. Bilişim teknolojisi, özellikle iletişim alanında çok yararlı olmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerine örnek olarak internet erişimi, Messenger kullanımı, uydu alıcıları verilebilir. Adı geçen iletişim araçları gibi tüm yeni teknolojik aygıtlar, "küreselleşme" kavramının gerçekliğine yirminci ve yirmi birinci yüzyıllarda delil olmaktadır.

Bilgilerin papirüse, ceylan derisine işlendiği eski çağlardan günümüze kadar çok şey değişmiştir. Bilgiler, yeni iletişim teknolojileri sayesinde artık bilgisayara kaydedilip kağıda dökülebilmektedir.

Sanayi toplumuna geçişin itici gücü olan buhar makinesinin yerini, bilgi toplumuna geçişte bilişim teknolojisinin temelini oluşturan bilgisayarlar almıştır (Özçağlayan, 1998: 23). Gelişim, zaman geçtikçe hızlanmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin gördükleri çok önemli işlevlerine rağmen, ortaya çıkabilecek yeni bir toplumsal travmada ana etken olabilecekleri de göz önünde tutulmalıdır.

Dikkat çekici bir görüşe göre, iletişim ve enformasyon teknolojilerinin günümüzde ulaştıkları düzeyi anımsayarak ileri sürülebilecek en belirgin toplumsal sonuç, iletişim ve enformasyon tabanlı olgu ve süreçlerin gün geçtikçe toplumsal yapıyı daha fazla belirledikleridir. Özellikle 1960'lı yıllardan sonraki gelişmelerin, ciddi telakki edilebilecek toplumsal dönüşümlere neden olduğu görülmektedir (Atabek, 2001: 143). İletişim teknolojileri, insanlara ve toplumlara büyük yarar sağlamakla birlikte, bu unsurlar yerinde kullanılmadığında toplumsal yaşama nüfuz edebilmektedirler. Bu olumsuz durum, daha küçük yaşlardan itibaren aileden başlayan eğitim ile, - teknolojinin esiri olan değil de- teknolojiye hükmeden insanlar yetiştirme gereğini insanlığa hissettirmektedir.

2. Kamu Kurumlarında Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı

"Kamu kurumları, belli bir veya birkaç kamu hizmeti gören teşekküllerdir." Üniversiteler, bilim kurumları, meslek kuruluşları, ekonomik ve teknik hizmetler veren kurumlar, kamu kurumlarına örnek gösterilebilir (Gültekin, 2002: 24). Kamu kurumlarına daha somut olarak, Türkiye İstatistik Kurumu ve Devlet Planlama Teşkilatı örneklerini ekleyebiliriz.

Demokratik düzenle yönetilen ülkelerde kamu kurumları topluma karşı sorumlu ve saygılı bir yönetsel davranış içinde olmak; üstlendikleri görevleri başarıyla yerine getirmek için toplumun güvenini, saygısını, ilgisini ve desteğini sağlamak zorundadır (Bozdağ, 26.04.2007).

Kamu kurumları, içinde yaşanılan topluma hizmet vermeyi temel amaç edinen birimlerdir. Bu kurumlarda işlerin hızlı yürütülmesi, özel sektörde olduğu gibi en son teknolojinin kullanılmasıyla

sağlanır. Dolayısıyla devlet kuruluşlarının vatandaşla zamanında hizmet götürmesi, teknolojik araçların işlevine en uygun şekilde kullanımıyla gerçekleşir.

Teknolojik aygıtların toplumsal hizmette yararlı olması, kamu personelinin bu araçların kullanımını bilmesiyle doğru orantılıdır. Topluma hizmet etmekle mükellef personelin, özellikle iletişim teknolojilerinin kullanımını alanında eğitilmiş olması gerekmektedir.

3. Bir Kamu Kurumu Olarak Türkiye İstatistik Kurumu'nun İşlevi

Bir devletin dünya sahnesinde istikrarlı bir çizgide olabilmesi, tüm birimlerinin iyi yönetilmesi esasına dayanır.

Kamu yönetimi, Wilson'dan aktarılan bilgiye göre, hükümet etmenin uygulama ya da işletme yönü demektir. Çünkü amacı kamuya ilişkin işleri mümkün olduğu ölçüde halkın istekleri ve zevkleri doğrultusunda verimli bir şekilde ifa etmektir (Polatoğlu, 2003: 54). Yani kamu yönetiminde, hizmetlerin halk için en faydalı bir şekilde uygulanması esas olmaktadır.

Kamu yönetimi, "kamu politikalarının uygulanması süreci içinde kamu örgütlerinin yönetimi" olarak tanımlanmaktadır (Polatoğlu, 2003: 55).

Devlet yönetiminin başarılı olmasında, kurumlar arası bilgi akışının düzenli olması önemli bir paya sahiptir.

Devletin yönetiminde söz sahibi olanların (iktidarın), kamu kaynaklarını bilimsel veriler ışığında değerlendirmesi ve planlı-programlı çalışmalar yürütmesi gerekmektedir. Bu aşamanın gerçekleşmesinde sayısal veriler, önemli bir rol oynamaktadır. Devlet kurumlarına istatistik bilgileri sağlayan bir kurum, yaşadığımız çağda zaruri görünmektedir.

İstatistik, "verileri derleme, bölümlendirme, çizelgeler ve çizelgelerle özetleme, olasılık kuramı yardımıyla deney tasarımı ve gözlem ilkelerini saptama, örneklem bilgilerinin anlamlılığını inceleme, yorumlama ve genelleme yöntemlerini veren bilim" şeklinde ifade edilmektedir (İnal ve diğerleri, 1983: 59).

Demokratik bir ülkede, halkın seçimiyle iktidara gelen hükümetin yaptığı işlerin doğru olup olmadığını anlamının bir yolu da, sayısal verileri yorumlamaktır. Türkiye demokratik bir ülke olduğuna göre, devlet yönetiminin ne kadar başarılı uygulandığı konusunda istatistiksel bilgiler sunan bir kurum, halka doğru bilgi verebilmelidir. İşte kamu yönetiminin işlerliğinin ne boyutta olduğunu Türkiye'de kamuoyuna veri bazında ileten kurum, Türkiye İstatistik Kurumu'dur.

Çağımızda bir devletin iyi bir şekilde yönetilmesi, ancak güvenilir bilgi sistemleri ile mümkündür. Güvenilir istatistiklere duyulan ihtiyaç, ulusal ve uluslararası platformda sadece üst yönetim kademeleri ve kamu kurumlarınca değil, aynı zamanda özel sektör ve araştırmacılar tarafından da her geçen gün daha fazla hissedilmektedir (Demir, 2004: III). İstatistiksel bilgiler, ülkedeki tüm iş kollarının çalışma sistemlerini belirlemelerine yardımcı olmalıdır. Ama verilerin doğru olması, burada en önemli faktördür.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun tarihçesine bakıldığında Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarından itibaren değişik isimler altında faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu, 1926 yılında "Merkezi İstatistik Dairesi" adı ile kurulmuştur. 1962 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulması kararı ile birlikte 53 Sayılı Kanunla kurumda, "Devlet İstatistik Enstitüsü" adı altında yeni bir organizasyon kurulmuştur. 2005 yılında 5429 Sayılı Türkiye İstatistik Kanunu ile "Türkiye İstatistik Kurumu" adını almıştır. Türkiye İstatistik Kurumu; İstatistik Konseyi ve Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı'ndan meydana gelmektedir (www.tuik.gov.tr, 01.05.2007). Ayrıca Türkiye İstatistik Kurumu, Başbakanlığa bağlıdır ve merkeze bağlı yirmi altı Bölge Müdürlüğü bulunmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu, tüm kamu kurumlarının ve ülke insanının ihtiyaç duyduğu tüm alanlarda, araştırmalar sonucunda elde edilen verileri kamuoyuna sunma işlevini görmektedir.

Tüketici Fiyatları Endeksi, İşgücü İstatistikleri, Yıllık Sanayi Malları Üretim İstatistikleri, Yoksulluk Analizleri, Bilişim Teknolojileri Kullanımı, Turizm İstatistikleri bunlardan sadece birkaçı olmaktadır.

Devlet İstatistik Enstitüsü (Türkiye İstatistik Kurumu), her yıl yayımladığı "Türkiye İstatistik Yıllığı" ile ülkemizin toplumsal, ekonomik ve kültürel yapısında beliren değişim ve gelişmelerin, rakamlarla görüntüsünü geniş bir perspektif içinde ortaya koymaktadır. 1927 yılından beri, her yıl yayımlanmakta olan "Türkiye İstatistik Yıllığı"nın veri kaynağını, Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (Türkiye İstatistik Kurumu) sayım, anket, araştırmaları ile çeşitli kamu ve özel kurum ve kuruluşların ürettikleri istatistikler oluşturmaktadır (Demir, 2003: V).

İstatistiksel verileri devlet adına yapan kurum olan Türkiye İstatistik Kurumu, iki temel işlevi yerine getirmektedir:

Birincisi ve en önemlisi, devletin ilgili kurum ve kuruluşlarına veri sağlamaktır. Örnek verecek olursak, Türkiye'deki doktor ve hemşire sayısını Türkiye İstatistik Kurumu'ndan isteyecek olan Sağlık Bakanlığı yetkilileri, bu sayıya göre bir planlama yapabilecektir. Kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasıla, hükümetin istihdam konusunda atacağı adımları belirleyecektir. Örnekleri çoğaltmak mümkündür.

İkincisi, bireylerin ya da şirketlerin herhangi bir konu hakkında veri bazında bilgilendirilmesidir.

Bu iki önemli işlevin -özellikle kamu kurumlarının plan-programlama yapması açısından önemli- düzgün ifa edilmesi, doğru ve zamanında veri elde edilmesine bağlıdır.

3.1. Türkiye İstatistik Kurumu'nda Birimler Arası İletişim

İletişim, toplumsal yaşamı olanaklı kılan bir unsurdur. Yani iletişim, toplumsal yaşamın temelidir. İletişim olmadan insan toplumu da olmazdı. Tüm insan etkinlikleri, iletişimle sürdürülüp değiştirilir (Zıllıoğlu, 2003: 13). İnsanlar ve toplumlar, iletişim kurarak mevcudiyetlerini sürdürürler.

İletişim, insanları birbirine bağlayan ve onların toplumsal bir grup halinde, denge ve ahenk içerisinde anlaşmalarını sağlayan bir etkileşim faaliyetidir (Yatkin, 2006: 1). Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere, insanlar arasındaki tüm ilişkilerde iletişim kurulması kaçınılmazdır.

Bir iş yapmak üzere bir araya gelen insanlar, yukarıda değinilen toplumsal yaşamın olmazsa olmaz unsuru olan "iletişim"i kendi aralarında en etkin şekilde kullanmak zorundadırlar.

Kamu adına iş yapmak üzere teşkilatlanmış örgütlerde insanlar arası ilişkiler, grup etkinliği ve başarısı bakımından önem taşımaktadır.

Örgüt, "ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin oluşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat" anlamına gelir (www.tdk.gov.tr, 02.05.2007). Örgüt, yapılacak faaliyetin bir ortaklık içermesini sağlamaktadır. Burada bir "takım ruhu" geliştirmekten söz edilebilir. Örgütler, ancak işbirliği ile verimli iş çıkarabilirler.

Tanımdan çıkarılan bilgileri doğrulayan bir kaynağa göre, örgütlerin başarıyı yakalayabilmeleri için bireylerin iletişim ve işbirliği içinde olmaları şarttır. Örgütlerin varlıklarını sürdürmeleri çalışanlar arasındaki uyum ile mümkündür (Toros, 11.05.2007). Özellikle özel sektör için geçerli bu kural, aslında kamuoyunun kamu kurumlarından beklentisini de içerir.

Örgütsel iletişim, örgütte olan, örgütle ilgili ve örgütün yaptığı iletişimidir (Erdoğan, 2002: 268). Örgütsel iletişimi, örgüt içi ve örgütün dış çevresiyle yaptığı iletişim olarak ikiye ayırmak mümkündür.

Örgüt içinde görevli kişilerin önceden tanımlanmış birtakım rollere girerek, hiyerarşik bir düzen içinde bu rollerinin gereğini yaparak iletişimde bulunmaları örgüt içi iletişime girmektedir

(Kırbaş, 11.05.2007). Bunu Türkiye İstatistik Kurumu'na indirgeyerek örnek verirsek, Bölge Müdürü, kurumdaki tüm personelin amiri; grup sorumlusu, birimindeki uzman yardımcılarının, anketörlerin amiridir.

Örgütün dış çevresiyle yaptığı iletişim konuyla bağlantılı olmadığından bu hususa değinilmeyecektir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun örgüt içi iletişimini ikiye ayırmak mümkündür:

- 1) Merkez Teşkilatı ile Bölge Müdürlükleri arasındaki iletişim
- 2) Bölge Müdürlüklerinin kendi birimleri arasındaki iletişim

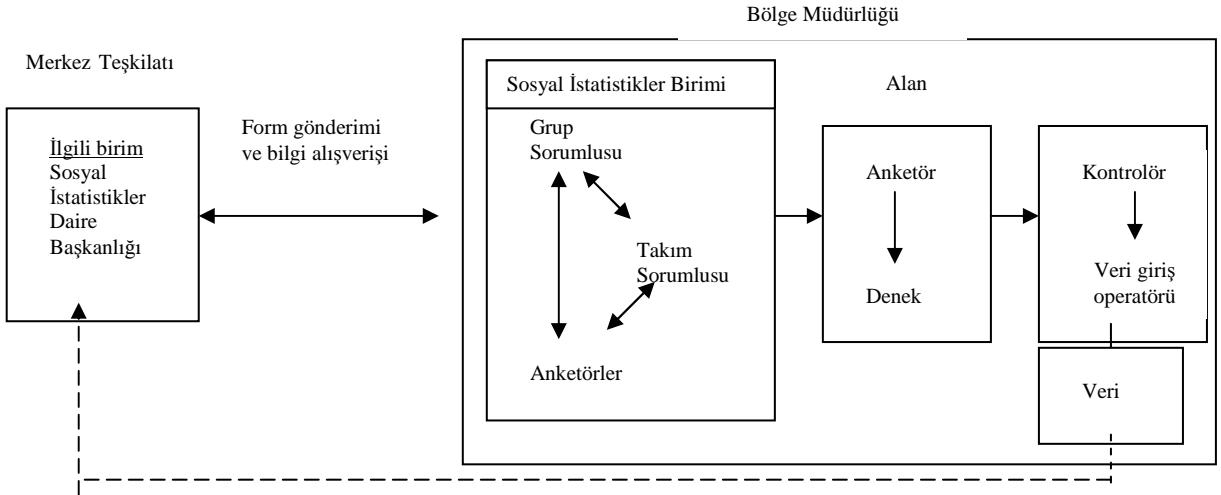
Bunlardan birincisinde, herhangi bir alanda veri elde etmek üzere bir anket çalışmasının gerçekleştirilmesi için Merkez Teşkilatı ile tüm Bölge Müdürlükleri arasında bir iletişim süreci başlatılır.

Eğer yapılacak iş, rutin, her zaman yapılan bir iş ise, Merkez Teşkilatından Bölge Müdürlüklerine gerekli doküman, yeter sayıda anket formu gönderilir. Bölge Müdürlüklerinde birimin anketörleri tarafından alan uygulamasına geçilir. Anket formları kontrolör tarafından incelenir ve veri giriş operatörüne bilgilerin (verilerin) girilmesi üzere ulaştırılır. Veriler, web kanalıyla Merkez Teşkilatının ilgili birimine iletilir.

Veri "gözlemler ve görüşmeler sonucu olarak toplanan sayılar ve ölçmeler" şeklinde ifade edilmektedir (Köklü, 2002: 141). İşte Türkiye İstatistik Kurumu'nun tüm personeli, bu tanımın en objektif şekilde yerine getirilmesi amacıyla görevlendirilmiştir.

Hanehalkı gelir ve tüketim harcamaları, işgücü, fiyat gibi standart uygulamalar yukarıda ifade edilen rutin işlerdir. Bunlar, sürekli araştırılan alanlardır.

Standart hale getirilen bu uygulamalar, aşağıda bir örnek birim verilerek iletişim çizelgesi ile açıklanacaktır:



Şekil 1. Rutin Veri Elde Etme İşlemi İçin İletişim Süreci

Yukarıdaki örnek model, Ankara'daki Merkez Teşkilatına bağlı Sosyal İstatistikler Daire Başkanlığı'nın, Bölge Müdürlüklerine form gönderme işlemiyle başlar. Bölge Müdürlüğündeki Sosyal İstatistikler birimindeki grup sorumlusu, kendisine bağlı uzman yardımcısı ve anketörler ile birlikte alan uygulaması sürecini başlatacak bir toplantı yapar. Anketörler, alan uygulamasına geçer ve alandaki görevini bitirdikten sonra formların kontrolünü ilk önce kendisi yapar. Anketörler, formları kontrolöre teslim ederler ve kontrolör formları inceler. Eğer formda düzeltilmesi gereken bir hata var ise, anketör veya kontrolör, telefon vasıtasıyla örneklemden denekten bu hususta bilgi alır veya anketör, alana tekrar döner. Kontrolör, tamamen doğru olan verileri içeren anket formunu

veri giriş operatörüne teslim eder. Veri giriş operatörü bilgisayardaki hazır programa bilgileri, veri olmak üzere işler. Bu veriler, web kanalıyla Merkez Teşkilatına gönderilir. Tüm bölgelerin ortalaması alınarak Türkiye'deki genel durum ve iller bazındaki sonuçlar, hem yazılı kaynaklara hem de Türkiye İstatistik Kurumu'nun internet sitesine kaydedilir.

Rutin yapılan birçok alan araştırmasında, anket formunun yerini PC tabletlerdeki hazır programlar almıştır. Örneğin hanehalkı gelir ve tüketim harcamaları, işgücü, yaşam memnuniyeti, sağlık gibi araştırmalarda anketörler, bilgileri hazır bilgisayar programlarına alandayken işlerler. Kontrolör gerekli incelemeyi yaptıktan sonra, grup sorumlusu, Merkez Teşkilatına tüm verileri web aracılığıyla gönderir.

Yeni bir araştırma alanı söz konusu olduğunda ise, bu yeni alan uygulamasının nasıl olacağına ilişkin Ankara'daki Merkez Teşkilatının araştırmayla yükümlü birimi, gerekli tüm bilgileri video konferans aracılığıyla tüm Bölge Müdürlüklerine bir feedback ortamını sağlayacak şekilde iletir. Bu iletişim sürecini aşağıdaki şekilde görmek mümkündür:



Şekil: 2. Yeni Bir Alan Araştırmasında Video Konferans Kanalıyla Bilgi İletilmesi ve Konuya İlişkin Soru Alınması

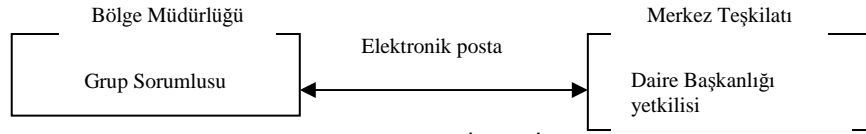
Şekilde yine Merkez Teşkilatına bağlı bir birim olan Sosyal İstatistikler Daire Başkanlığı'nın yeni bir faaliyeti üzerine gelişen birimler arası bir iletişim süreci aktarılmıştır. Örnekler, diğer tüm birimler (fiyat ekibi, bütçe ekibi vb.) için de geçerlidir. Merkez teşkilatı, video konferansın belirlendiği zaman diliminde, Bölge Müdürlüklerindeki Sosyal İstatistikler birimleri dahilindeki personele eğitim verir.

Örneğin 2006 yılında ilk kez yapılmış olan sağlık araştırmasında, yeni bir bilgisayar programının nasıl kullanılacağı detaylı olarak video konferans yöntemiyle anlatılmıştır. Bölge Müdürlüklerindeki birimler, Ankara'daki yetkililere tam olarak anlayamadıkları noktaları iletmiş ve yönelttikleri sorulara istedikleri cevapları alabilmişlerdir.

Video konferans ile yapılan eğitimde, dijital alıcı ve verici kullanımına dikkat etmek gereklidir. Ses ve görüntünün iletişimde "kaynak" olan birimler tarafından kullanılması ve diğer birimlerin o sırada iletişimde "gürültü" denilen araya girme hatasına düşmemesi, kurulan iletişimin başarısı açısından önem taşımaktadır.

Video konferans yöntemiyle Merkez teşkilatına bağlı ilgili birim, birkaç saat süren bir eğitim ile 26 Bölge Müdürlüğüne birden ulaşabilmektedir. Bu, yeni iletişim teknolojilerinin etkin kullanımı açısından önemli bir işlev demektir.

Bu yeni araştırma için eğitim verildikten sonra, Merkez Teşkilatının ilgili birimi, hazır programı Bölge Müdürlüğündeki grup sorumlusuna gönderir. Grup sorumlusu ve takım sorumlusu, tüm anketörlerin PC tabletlerine bu programları yükler. Anketör, ilk önce programı kullanımda deneme çalışması yapar. Anketör, bilgisayara yeni yüklenen programın kullanımına ilişkin takıldığı noktalarda kontrolöre ulaşır. Kontrolörün de halledemeyeceği bir mesele olursa, grup sorumlusu devreye girer. Grup sorumlusu da, problemi çözemezse, Türkiye İstatistik Kurumu'nun kendisine sağlamış olduğu e-posta adresi kanalıyla Merkez Teşkilatı'ndaki ilgili birim yetkililerinden biri ile temasa geçer. Bunu aşağıdaki gibi göstermek konuya açıklık kazandırır:



Şekil 3: Probleme İlişkin İletişim Süreci

Şekilde anlatılmak istendiği gibi, programla ilgili (programdaki anlaşılmayan sorular, verilecek cevapların kaydedilememesi gibi sorunlar) herhangi bir çözüm üretilememesi durumunda, derhal Merkez Teşkilatındaki yetkililerle bağlantıya geçilir. Telefonla ulaşılamaması durumunda, en etkili yöntem, araya aracı personel koymadan elektronik posta ile problemin içeriğini iletmeştir. Böylece o anda Merkez Teşkilatındaki yetkilinin o sırada kurumda bulunmaması, en fazla bir günlük bir bekleme gerektirecektir. Problemin yazılı iletilmesi, çözüm üretecek olan Merkez Teşkilatındaki ilgili Daire Başkanlığı yetkilisinin sorunu anlamasına yardımcı olacaktır. Elektronik ortamda saklı iletiler, unutmama, tam olarak anlamama gibi pürüzleri gidermektedir.

Grup sorumlusu ile Merkez Teşkilatındaki muhatabı, sanal konuşma programları aracılığıyla da anımsal ve sesli bir iletişim sürecine girebilirler. Nitekim bu yol, Türkiye İstatistik Kurumu'nda etkin şekilde uygulanmaktadır.

3. 2. Kurumsal İmajın Türkiye İstatistik Kurumu İçin Önemi

İmaj kavramı, günümüzde sıklıkla kullanılan bir kelimedir. Bu kavram, en çok da özel şirketler söz konusu olunca dile getirilir. Ama demokratik bir ülkede günümüz toplumları, kamu kurum ve kuruluşlarının da imajını açıkça bir kamuoyu oluşturarak ifade etmektedir.

İmaj, “gerçekliğin yaklaşık olarak bir görsel sunumu olup, fiziksel (bir fotoğraf ya da resimde olduğu gibi) veya hayali (edebiyat ve müzikte olduğu gibi) olabilir” (Emir, 2003: 33).

Yukarıda ifade edildiği üzere imaj kavramı, bir algılamayı çağrıştırmaktadır. Bu algılamının olumlu ya da olumsuz olması, “o nesne, kişi, grup, şirket veya kurum nasıl bir izlenim bırakmaktadır?” sorusuna cevap olabilir. Burada kurumsal imaja kısaca değinmekte fayda görülebilir.

Kurumun imajı, hedef kitleyi oluşturan çeşitli insanların hafızalarına yerleşen düşüncelerdir. Bireylerin kurumlar hakkında görüp duydukları veya doğrudan kurumla iletişim sağladıklarında kendilerinde oluşan düşüncelerin görüntüsü kurum imajını doğurmaktadır (Yatkın, 2006: 19).

Kurumsal halkla ilişkilerin amacı, kurumun imajının korunması, geliştirilmesi, topluma güven veren güçlü bir kurum imajının gerçekleştirilmesidir (Paksoy, 1999: 44). Bu da, oldukça güçlü bir iletişim çalışmasını gerekli kılmaktadır.

Kamu kurumlarının güvenilirliği, şeffaflığı her demokratik toplumda olduğu gibi, bizim toplumumuzda da vatandaş tarafından istenen, arzu edilen bir kurumsal imajdır. Tüm kamu kurum ve kuruluşlarının, toplumun kendilerinden beklentilerini karşılayabildikleri ölçüde başarılı oldukları düşünülebilir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nda Merkez Teşkilatı'ndaki kurumun başkanından Bölge Müdürlüklerindeki alan uygulamasında görevli olan anketöre kadar tüm personel, kurumsal imajın nasıl yansıtacağına etki etmektedir.

Kurumsal imajda, Bölge Müdürlerinin yöneticilik kabiliyetleri de önem taşımaktadır. Kuruma yetenekli, özellikle teknolojik aygıtların kullanımında başarılı olabilecek personel kazandırmada en büyük sorumluluk Bölge Müdürlerine aittir.

Performans ölçülmesi ve yönetimi, kamu kurumlarının ve kamu adına hareket eden kişilerin sorumluluğu ve yöneticilerin daha iyi ve kaliteli hizmet üretip sunmaları için önem taşımaktadır (Çevik, 2004: 251). Her türlü konuda personelin geliştirilmesi, bir kurum için kurumsal imajın en olumlu şekilde yansıtmasına neden olacaktır.

SONUÇ

Yirmi birinci yüzyıl toplumlarının eriştiği teknolojik gelişmeler, insanların bilgiyi en etkin şekilde kullanmalarına fırsat tanımıştır.

Avrasya'da her bakımdan en etkili konumda olan Türkiye'nin, kendisine yol haritası çizmesi açısından doğru, yansız veri elde etmesi kaçınılmaz görünmektedir. Çünkü ancak kamu yönetimini düzgün planlayabilen ülkeler, diğerlerine göre bir adım önde olabilirler.

Türkiye'de kamu yönetimi için belirleyici bilgilerin alındığı devlet kurumu, Türkiye İstatistik Kurumu'dur. Bu kurumun her bir personeli, çağımızın tüm yeniliklerine, özellikle de teknolojik aygıtların etkin kullanımına açık olmalıdır ki, hedef belirlemede kullanılacak veriler hızlı üretilsinsin.

İçinde bulunduğumuz çağın, "hız çağı" olduğunu düşünmek yanıltıcı olmayacaktır. Bundan kasıt, bilginin tam zamanında kullanılabilmesidir.

Bir devlet kuruluşu, Ankara'daki merkezi teşkilatından Anadolu'nun diğer illerindeki taşra teşkilatına kamu işlerinin yürütülmesinde direktiflerini artık daha hızlı aktarabilmektedir.

Bir holding, İstanbul'daki genel yönetim binasından Bursa'daki fabrikasına talimatlarını anında bildirme imkanına sahiptir.

Ülkemiz insanı, kamu kurum ve kuruluşlarındaki icraatların gerçekliğini yansıtan bir tablo beklemektedir. Yani toplumu yanıltılmayacak, iktidar tarafından yönlendirilip değiştirilmeyen, Türkiye'nin ekonomik ve sosyal durumunu yansıtan bir "veri bankası" oluşturulması, toplumun bilgi edinme hakkı çerçevesinde düşünülmelidir.

Türkiye İstatistik Kurumu, 2007 yılında yaptığı "İkamete Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi" çalışmasında, Türkiye'de her bakımdan önemli bir altyapı teşkil edecek olan bir uygulama gerçekleştirmiştir. Aslında geç bile kaldığı düşünülebilir. Bu tür çalışmaların, Türkiye'nin kalkınmasında önemli faktörler olacağı öngörülebilir. Verilerin, devletin tüm kurum ve kuruluşlarının yararlanabileceği elektronik ortamda hazır bulunması, bir gelişmişlik göstergesidir.

Sonuç olarak; kamu kurumlarının yeni iletişim teknolojilerini etkin ve hızlı kullanımı, hem kamuoyunun devletin kurumlarına güvenini arttıracak, hem de devletin atacağı adımları zamanlamaya uygun olarak uygulamasına imkan verecektir. Kamu adına iş gören her kurumun yönetimi, toplumsal sorumluluk çerçevesinde, yeni bilişim/iletişim teknolojilerinin kullanımını aktif kılmalıdır.

KAYNAKÇA

ATABEK, Ümit (2001) **İletişim Ve Teknoloji**, Seçkin Yayınları, Ankara

ATABEK, Ümit (2001) Yeni İletişim Teknolojileri, <http://www.bianet.org/diger/egitim1312.htm>, 19.04.2007

BOZDAĞ, İbrahim (2007) Türkiye'de Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler, <http://www.halklailiskiler.com.tr/detay.asp?id=3>, 26.04.2007

ÇEVİK, Hasan Hüseyin (2004) **Türkiye'de Kamu Yönetimi Sorunları**, Seçkin Yayıncılık, Ankara

DEMİR, Ömer (2003) **Türkiye İstatistik Yıllığı 2002**, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara

DEMİR, Ömer (2004) **Türkiye İstatistik Yıllığı 2003**, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara

EMİR, İsmet Yazıcı (2003) **Kitle İletişiminde İmaj**, İm Yayın Tasarım, İstanbul

ERDOĞAN, İrfan (2002) **İletişimi Anlamak**, Erk Yayınevi, Ankara

GÜLTEKİN, Sadettin (2002) **Kamu Yönetimi**, Akademi Yayınevi, Rize

İNAL, Ceyhan; Esensoy Ömer; (1983) **İstatistik Terimleri Sözlüğü**, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara

KIRBAŞ, İsmail (2007) İletişim türleri, <http://www.kirbas.com/?id=273>, 11.05.2007

KÖKLÜ, Nilgün (2002) **Sosyal Bilimler İçin Açıklamalı İstatistik Terimleri Sözlüğü**, Nobel Yayınları, Ankara

ÖZÇAĞLAYAN, Mehmet (1998) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul

PAKSOY, Arzu Çekirge (1999) **Türkiye'deki Halkla İlişkiler Uygulamaları**, Rota Yayınları, İstanbul

POLATOĞLU, Aykut (2003) **Kamu Yönetimi Genel İlkeler ve Türkiye Uygulaması**, ODTÜ Yayıncılık, Ankara

TOROS, Nihal (2007) Örgüt İçi İletişimde Sosyodramanın Rolü, <http://www.halklailiskiler.com.tr/detay.asp?id=2440>, 11.05.2007

YATKIN, Ahmet (2006) **Halkla İlişkiler Ve İletişim**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara

ZILLIOĞLU, Merih (2003) **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, İstanbul

www.tdk.gov.tr (2007) www.tuik.gov.tr (2007) <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=tarihce>, 01.05.2007