

## YEREL YÖNETİŞİM VE HALKLA İLİŞKİLER: YEREL YÖNETİMLERİN TANIMA VE TANITMA YÖNTEMLERİ ÜZERİNE BİR DERLEME

Filiz TUFAN EMİNİ<sup>1</sup>

Emine SANCAK<sup>2</sup>

### Öz

Yönetişim ve yerel yönetişim kavramları, son yılların önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır. Yönetişim, çok aktörlü yönetim şeklinde tanımlanmaktadır. İdarece alınacak kararlardan etkilenen tüm paydaşların karar alma sürecine katılımı, vatandaş ile yakın ilişkiler kurulması gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla yönetişim ve yerel yönetişimin kamu kurumları ve yerel yönetimlerde başarıyla uygulanması, etkili bir halkla ilişkiler çalışmasının ürünüdür denilebilir. Bu bağlamda, kurumların tanıma ve tanıtma faaliyetlerine önem vermeleri ve bu faaliyetleri etkin bir şekilde yürütmeleri önem taşımaktadır. Vatandaş beklentilerine duyarlı olmak, genel olarak tanıma faaliyetinin kapsamına girerken, tanıtım faaliyeti ise kurumun yapısı ve faaliyetleri ile ilgili bilgi vermesini içermektedir. Bu çalışmada, yerel yönetimlerin tanıma ve tanıtım faaliyetlerini yürütürken hangi yöntemlerden yararlandıkları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Yönetişim, Yerel Yönetim, Halkla İlişkiler, Tanıma, Tanıtım

## LOCAL GOVERNANCE AND PUBLIC RELATIONS: AN ANTHOLOGY OF LOCAL GOVERNMENTS' RECOGNITION AND PROMOTION METHODS

### Abstract

Governance and local governance are among the most important arguments recently. Governance is identified as multi-actor management. Participation of the whole stakeholders into decision making process requires close relations with citizens. Accordingly, it can be said that, success of implementation of governance and local governance in public institutions and local governments is a result/product of efficient public relations activities. Within this context, it is important that, local governments should value recognition and promotion actions and perform them successfully. Sensitivity towards citizen expectations is about recognition and promotion includes providing information about structure and actions of institutions. In this study, recognition and promotion methods of local governments are examined extensively.

**Key Words:** Local Governance, Local Government, Public Relations, Recognition, Promotion

**JEL:** H760, P410, Z180

---

<sup>1</sup>Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ftemini@comu.edu.tr

<sup>2</sup>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi

## Giriş

Son yıllarda küreselleşme, ulaşım imkânlarının ve bilgi teknolojilerinin gelişimi, postmodernizm gibi etkenler ile beslenen dönüşüm ve bilgi çağının gerekleri, yönetim faaliyetine bütün paydaşların katılımının ve etkileşimin önemini artırmıştır. Bu dönüşüm, kamu yönetiminde halkla ilişkilerin önemini, bir kere daha gözler önüne sermiştir. Buna göre, kamu idareleri ve bu çalışmanın konusunu oluşturan yerel yönetimlerin, faaliyetlerini yürütürken hedef kitlelerini bu işlem ve eylemlerden haberdar etmeleri ve vatandaş isteklerine duyarlı olmaları gerekmektedir. Halkın idarenin eylem ve işlemlerinden haberdar olması, tanıtma faaliyetinin; vatandaş beklentilerinin alınması ve vatandaş eğilimleri hakkında izlenim sahibi olmak ise tanıma faaliyetinin kapsamına girmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri esasında yerel yönetim sürecini her aşamasında, doğrudan veya dolaylı olarak görülebilmektedir. Yerel yönetimler, halka ulaşmak için bir iletişim süreci tasarlamakta, vatandaşlar ile ve diğer paydaşlar olarak adlandırılan sivil toplum ve özel sektör ile iletişim sağlanmakta ve bu tasarım-planlama, halkla ilişkiler faaliyeti içerisinde yer almaktadır.

Yönetişim ve yerel yönetim kavramlarının literatüre girmesi ile tartışılan en önemli konulardan biri, kamu yönetiminin dışı kapalı, katı ve hiyerarşik yapısından kurtulması gereğidir. Bu da ancak insan odaklı faaliyetlere öncelik verilmesi ile söz konusu olabilir. Bu çalışmada yerel yönetimlerin ele alınmasının ilk nedeni, halka en yakın hizmet birimleri olan yerel yönetimlerin bu alanda başat rol oynayarak; halkla ilişkiler faaliyetlerini ciddiyle önemseyeceklerine ve yerel yönetişimi başarıyla gerçekleştireceklerine dair beklentidir. Çalışmada yerel yönetimlerin örnek alınmasının bir diğer nedeni, kentlerin büyümesi ve kentli nüfusun artmasıyla yerel yönetimlerden beklenen hizmetlerdeki çeşitlenme ve artan sorunlardır. Günümüzde yerel yönetimler, daha büyük çaplı projeler içinde olmalı ve her kesimin beklentilerine cevap verebilir nitelikte hizmet sunmayı başarmalıdır. Yerel yönetimlerin kapsayıcı hizmet sunmaları ve halktan olumlu geri bildirim almaları, yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleriyle de yakından alakalıdır. Sınırları genişleyen ve nüfusu artan bir yerleşim yerinde, halka kurum ve çalışmaları ile ilgili bilgi verilmesi ve halkın nabzının iyi tutulması hayati önem taşımaktadır.

Diğer yandan, küreselleşen dünyada sınırların saydamlaşması artık yerel yönetimleri de uluslararası bir rekabete sürüklemektedir. Yerel yönetimler sundukları hizmetlerle markalaşmakta ve bir kimlik yaratmaktadırlar. İyi bir marka yaratmak ve zihinlerde olumlu yer edinmek için kaliteli hizmet sunmak kadar, tanıma ve tanıtım faaliyetlerine de önem vermek gerekmektedir. Daha açık bir ifade ile idareler, markalaşmak adına, halka kendini iyi tanıtmalı ve halkın beklentilerini okumalıdır. Bu da ancak iyi bir halkla ilişkiler planlaması ile mümkün olabilir.

Halkla ilişkilerin yönetim açısından önemini vurgulandığı bu çalışmada, öncelikle yönetişim, yerel yönetim ve halkla ilişkiler kavramlarına yer verilecektir. Ardından, halkla ilişkiler faaliyetinin önemli iki ayağını oluşturan tanıma ve tanıtma faaliyetlerine değinilecek ve son olarak, yerel yönetimlerin tanıma ve tanıtma faaliyetlerini yürütürken hangi araçlardan yararlandığı ortaya konulacaktır.

### 1. Yönetişim ve Yerel Yönetişim Kavramları

Yönetim disiplinde, mevcut yönetim pratiklerinin birçok açıdan yetersiz kalması üzerine, pratikte gelişen yeni arayışlar uygulamada etkili olmaya başlamış ve bu yeni gelişmeleri anlatmak için yönetişim kavramı ortaya çıkmıştır (Tekeli, 1996: 45). Yönetişim kavramı ilk kez 1989 yılında Dünya Bankası tarafından Afrika'nın Kalkınmasına dair bir raporda dile getirilmiştir. Bu tanıma göre yönetişim, "sağlıklı kalkınma yönetimi" ile eş anlamlıdır (Güler, 2003: 102). Bir başka tanıma göre yönetişim, yönetim ve karar alma süreçlerinin seçilmiş kesimlerce değil; sivil toplum kuruluşları (STK), odalar, meslek grupları, özel sektör kuruluşları, üniversiteler gibi çeşitli grupların katılımı ve işbirliğiyle gerçekleştirilmesi ve yöneticilerin uzlaşmacı, saydam, hesap verebilir, etkin ve sorumlu bir yönetim anlayışına sahip olması süreçlerini kapsamaktadır (Özgökçeler, 2014: 71). İyi yönetişim kavramı ise, vatandaşların güvenliğinin sağlandığı, hukukun üstünlüğünün gerçekleştiği ve yargı bağımsızlığının var olduğu hukuk devletini, kamu harcamalarının adil ve doğru bir şekilde yöneten

kamu kuruluşlarını, siyasal liderlerin eylemlerinden dolayı halka hesap verebilirliğini veya halkın onlardan hesap sorabilirliğini, bütün vatandaşların gerekli bilgiye kolayca ulaşabilirliğini, yönetimin saydamlığını ve insan haklarının asgari gereklerini içermektedir (Yüksel, 2000: 155). Literatürde iyi yönetişimin birbirini tamamlayan başlıca sekiz ilkesi bulunduğu belirtilmektedir. Bu ilkeler; şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, cevap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, etkinlik, eşitlik ve stratejik vizyondur (Özer, 2006: 79-81).

Yönetişimin Türkiye’de uygulanması, IMF ile 1999 yılında imzalanan İstikrar Programı çerçevesinde başlamıştır. 1999 yılından sonraki her iktidar, Dünya Bankası kredileri, Dünya Ticaret Örgütü tahkim mekanizmaları ve Avrupa Birliği ile uyum kriterleri aracılığıyla, devleti yönetim modeline göre yeniden yapılandıran reformlar uygulamıştır (Bayramoğlu, 2005: 24, 291). Bununla birlikte, tarihsel süreçte, çoğulcu ve katılımcı politikaların en somut biçimde gerçekleşme olanağını ve ortamını bulduğu yerel yönetimlerde dahi (Üzan, 1999: 99), halkın yönetime katılmasını sağlayan yasal ve kurumsal olanaklar, çok sektörlü ve aktif katılmayı özendirici bir nitelik göstermemiştir (Ökmen ve Görmez, 2009 :109). Sosyal yaşamın her kademesinde görülen yolsuzluklardan, eğitim sistemi bozukluğu, öğrenci sorunları, çevre kirliliği, kayıt dışı ekonomi, insan haklarının ihlaline kadar, birçok sorunun nedeni, merkezi hükümetin uzantısı niteliğinde, güçsüz yetkisiz, öz kaynaklı yerel yönetim modeline ve yurttaş katılımının olmayışına bağlanmaktadır (Ökmen ve Görmez, 2009 :109 ve Haktankaçmaz, 2004: 54). Yerel yönetim, merkezî yönetim, yerel yönetimler, özel kesim ve sivil toplumdaki oluşun “paydaşlar bütünü” olarak ifade edilmektedir (Özgökçeler, 2014: 72). Bu anlamda, yerel yönetim, klasik devlet- yerel yönetim anlayışını dönüştürerek vatandaş katılımını esas alır. Bu kapsamda yer alan Yerel Gündem 21 ve Kent Konseyi uygulamaları, yerel yönetim açısından önemlidir. Yerel Gündem 21 süreci, yerel yönetim anlayışının yeni bir “yönetim ahlakı” olarak benimsenmesini, yerel yönetimlerde şeffaflığı, hesap verebilirliği (Emrealp, 2005: 39), sivil toplumu, katılımcı demokrasiyi, çevre ve yaşam kalitesini sürdürülebilir kalkınma ile geliştirmeyi amaçlamıştır (Arar, 2002: 14). Yerel Gündem 21 süreciyle başlayan ve yerel demokratik yönetişimin temel araçlarından biri olan Kent Konseyleri, kentteki tüm “paydaşları” bir araya getirerek, tüm kenti kucaklayan bir “ortak akıl” oluşturulmasını sağlamayı amaçlayan (Karakuzulu, 2010 : 403), merkezî yönetimi, yerel yönetimleri ve sivil toplumu “ortaklık” temasında buluşturan yönetişim mekanizmalarıdır (Özgökçeler, 2014: 73).

## 2. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Tanıma ve Tanıtma

Hukuk devletinin en önemli özelliği, yönetenlerin yönetilenlere karşı sorumlu olmasıdır (Aliefendioğlu, 2001: 33). TODAİE tarafından hazırlanan MEHTAP projesinde, “Devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın temas sağlamak zorunludur” cümlesi yer almaktadır (TODAİE, 1966: 55). Projede geçen “halkla yakın temas sağlamak zorunludur” ifadesi önem arz etmektedir. Bu cümle ile bir anlamda, merkezi devlet anlayışının neden olduğu tavandan tabana yönetim yaklaşımının değiştirilmesi, yönetimde halkın da söz sahibi olması ve halkla yakın ilişkiler kurulması; 60’lı yıllardan itibaren öngörülmüştür.

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler; bir kamu kuruluşunun ilişki içinde olduğu toplumsal kesimin güven ve desteğini sağlamak amacıyla giriştiği iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluştaki toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına yönelik sürekli ve sistemli çabalar olarak ifade edilmektedir (Metin ve Altunok, 2002: 80). Kamu kurumlarında halkla ilişkiler uygulamaları, kurumsal kimlik oluşturmaya yardımcı olduğu kadar, kamuoyunun kamu kuruluşuna ilişkin eğilimlerini ölçmek ve halkta yönetime karşı olumlu tutumlar geliştirmek açısından da önemlidir (Bensghir, 2000: 112-113). Ancak Türkiye’deki yerel yönetimlerin halkla ilişkilerinin; gerek örgütlenme, gerek işlevin tanımlanması bakımından merkezi yönetimin çizdiği sınırlar dahilinde olabileceğinin kuramsal olarak kabul edilmesi gerekir (Yayınoğlu, 2005: 45).

Halkla ilişkilerin iki önemli aracı bulunmaktadır: tanıma ve tanıtma. Yönetimin halkı tanınması, somut sorunlar karşısında çıkar kümelerinin düşündüklerini öğrenmesi halkla yönetim arasında kurulmuş olan uzlaşmayı (consensus) sürdürebilmenin gerekli koşullarından biridir. Bu nedenle de halkla

ilişkilerde tanıma işlevi, yönetilenle etkileşimde ikincil niteliği olan değil, vazgeçilmez, zorunlu bir çabadır. Hatta yönetimin yalnız tanıma işlevinin gereklerini yerine getirmek için halkla kurduğu ilişkiler vardır. (Kazancı, 1980: 60). Halkın istek, beklenti, yakınma ve eleştirilerinin öğrenilerek yapılacak çalışmaların yeniden planlanarak ele alınması, danışan yönetici birimine üstünlük sağlamakta ve aldığı kararların uygulanabilirlik şansını da olabildiğince fazlaştırmaktadır (Tarhan, 2007: 80). Bir anlamda tanıma, idareye, halkı anlatır. Halkla ilişkiler, halkın nabzını iyi ölçmeli, onların memnuniyetsizliklerini önceden sezerek ortaya çıkabilecek sorunlarda erken uyarı mekanizması işlevi görmelidir.

Kamu yönetiminde tanıtma faaliyetleri ise, halkın aydınlatılması, alınan kararların ya da gerçekleştirilecek uygulamaların hedef kitleye açıklanması olarak nitelenebilir. Ancak bu faaliyet, sadece söz konusu uygulamadan ya da kararlardan etkilenebilecek kişilerin bilgilendirilmesi ile sınırlı değildir. Aynı zamanda ilgili örgüt ya da objeye karşı bir sempatinin oluşturularak hedef kitlenin zihninde olumlu bir imaja dönüşmesinin sağlanma görevini de yerine getirmektedir (Göksel ve Yurdakul, 2010: 181). Dolayısıyla halkla ilişkiler birimleri bağlı oldukları idarenin imajını halkta olumlu yönde olacak şekilde yaratmalıdır. İdareyi iyi tanıtmalı, kapsayıcı olmalıdır.

### 3. Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Tanıma ve Tanıtma Yöntemleri

Yürüttüğü faaliyetler aracılığı ile idare-halk arasında karşılıklı ilişkiler kurmayı ve iyi niyet geliştirmeyi amaçlayan halkla ilişkiler, yerel yönetimlerde de aynı amacı güder. Yerel yönetimler açısından da yönetim anlayışının değiştiği ve yönetim kavramının önem kazandığı son yıllarda, halkla ilişkiler daha da önem kazanmıştır. Bu bağlamda yerel yönetişimin gerçekleştirilebilmesi için halkla ilişkiler faaliyetlerinin hem halk ile hem de bu paydaş kurum-kuruluşlar ile yürütülmesi gerekir. Bu başlık altında, tanıma ve tanıtma faaliyetleri çerçevesinde yerel yönetimlerin hangi yöntemleri kullanabileceğine ve bunların yerel yönetişim kavramı açısından önemine değinilecektir.

#### 3.1. Tanıtma Yöntemleri

- **Vatandaşların Kişisel Başvuruları**; Öncelikle, hak aramak amacıyla bireyin idareye başvurabilmesi ile hukuk yolları kullanarak hak aranmasının tamamen farklı olduğunu belirtmek gerekir. Siyasal sistemler ve ülkeler arasında farklılık olsa da, bireyler idareye dönük haklarını hukuk usulüne uyarak, mahkemeler nezdinde arayabilir. Elbette, bunun usulü ve esası ülkeler arasında, yapı, sistem ve kültürden kaynaklı değişim gösterebilir. Dolayısıyla hukuki yol ve yöntemler ile hak arama, bu çalışmanın dışında kalmaktadır. Bu çalışmada sözü edilen bireysel başvurular, öncelikle doğrudan idareye yapılan müracaatları içermektedir (Karkin ve Zor, 2017:28-29). Bu müracaatları mümkün kılan en iyi örneklerden biri, Bimer'dir. 2006/3 Sayılı Başbakanlık Genelgesiyle yürürlüğe giren bir Halkla İlişkiler uygulaması olan Bimer, Devlet ile vatandaş arasındaki iletişim kanallarının tümü (elektronik, mektup, faks, telefon ve şahsen) açık tutularak, vatandaşların kendileri ve kamuyla ilgili, talep, şikayet, ihbar, görüş ve önerileri ile bilgi edinme haklarına ilişkin idari makamlara yapacakları müracaatlara cevapların hızlı ve etkin bir şekilde verilmesi, iş ve işlemlerin merkezden kamu nezdinde takip ve denetimi hedeflenmiştir (www.bimer.gov.tr).

Halktan gelen taleplerin devlet tarafından BİMER gibi sistemler ile öğrenilmesi yerel yönetişim açısından önemlidir. Halkın beklenti ve önerilerinden kişisel başvuru yöntemi ile haberdar olmak dolaylı da olsa sunulan hizmetlerin beklentilere cevap verebilecek nitelikte olmasını sağlar ve bu da yerel yönetişimin temel öğelerinden katılım öğesini güçlendirir.

-**Beyaz Masa/ Mavi Masa**; İl ve ilçe belediyelerin birçoğunda beyaz masa ve mavi masa adı altındaki çözüm masalarının sıklıkla kullanıldığı ve e-talep ve e-şikayet formları ile vatandaş ve yerel yönetimler arasındaki iletişim yollarının geliştirildiği görülmektedir (Aydın ve Kiracı, 2014:40). Beyaz Masa veya Mavi Masa uygulamalarının amacı, telefon yoluyla, internet yoluyla ve ya şubelere bizzat başvuru yoluyla yapılan başvurulara geri dönüş sağlamaktır. Beyaz Masa'nın temel amacı, yurttaşların yerel yönetim birimlerine kolayca ulaşmasını sağlamaktır. Birimlerde sözleşmeli halkla ilişkiler elemanları ve sosyal hizmet çalışanları bulunmaktadır. Bu birimlerin halka dönük ve çözüm odaklı birimler olduklarını söylemek mümkündür.

**-Hemşeri Profili;** Belediyecilik açısından hedef kitle, belde sınırları içinde yaşayan bütün halktır. Seçmenler buradaki en önemli hedef kitleyi oluşturur. Hizmetin ulaştığı hemşeri kitlesi çok değişik grupları içine almaktadır. Bunlar seçmen olanlar-seçmen olmayanlar, çocuklar-gençler-yaşlılar, erkekler-kadınlar, beldenin eski oturanları-yeni gelenler olabileceği gibi mesleklerine ve siyasi düşüncelerine göre de ayrılabilir. Bu kitlelere yönelik her tür bilgi tanıma faaliyeti kapsamına girmektedir ve sık sık güncellenmelidir (Yurdakul ve diğerleri, 2011 :212).

**- Vatandaş Gruplarıyla İlişkiler (Danışma);** Yönetmel anlamda danışma; yönetimin kararlarını hazırlamak için yönetilenlerin görüşlerinin alınması olarak tanımlanmaktadır. Danışma fonksiyonu çeşitli şekillerde işletilebilmekle birlikte, genellikle toplu olarak yapılmakta ve yönetenler burada bir topluluğun veya çıkar grubunun üyesi oldukları için belirleyici rol oynamaktadırlar. Yerel düzeyde halkı tanımak, onların değerlerini, yerel hizmetlere yaklaşım ve taleplerini belirlemek açısından danışma, etkin yöntemlerden biridir ve yönetim ile yönetilenler arasında uyum sağlamaya yönelik bir çabadır. Bu amacı gerçekleştirdiği oranda danışma, yönetsel etkinliğin ve verimliliğin sağlanmasının araçlarından biri olarak yararlı olacaktır (Öner, 2001: 106).

**- Halk Kurultayları;** Halk kurultayları, halkı yerel hizmetler konusunda bilgilendirmek için oluşturulmaktadır. Bu kurultaylarda, her kesimden insanın katılımına önem verilmekte, halk bu kurultaylarda istek ve dileklerini yönetime aktarma imkanına sahip olmaktadır (Yıldırım, 2014: 82). Ancak bu etkinliklerin amacına ulaşmasında yerel halkın belirli bir kentlilik bilincine sahip olması, sorumluluk duygusuyla çevresine sahip çıkmasının da gerekli olduğunun altı çizilmelidir (İnan, 1998: 129).

**- Halk Günleri;** Belediyelerin hemen tümünde belediye başkanları “halk günleri” adını verdikleri toplantılar düzenlemektedir. Bu toplantıların yapılmasındaki amaç, halkın belediye başkanları başta olmak üzere kent yöneticileriyle yüz yüze görüşmelerinin sağlanması ve halkın sorunlarını, isteklerini ve beklentilerini doğrudan başkana iletmesidir. Vatandaşların istediği her an başkanla görüşme fırsatının olmaması ve bunun ötesinde başkanla görüşmek için randevu almaktaki zorluklar bu tür günler düzenlenmesinin önemini artırmaktadır (Yıldırım, 2014: 82).

**- Proje Demokrasisi;** Yönetişim kavramının Türkiye’de yerel yönetimler düzeyinde uygulanma biçimlerinden biri de yerel yönetimlerin uygulamalarına ve projelerine halkın yabancılaşmasını önlemek, vatandaşların kendilerini ilgilendiren gelişmelerde söz sahibi olabilmelerini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen “Proje Demokrasisi” kavramıdır. Proje demokrasisi kentlinin özellikle büyük çaplı projelerin her aşamasına katılımlarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bilgilendirme ve ilgilendirme, geniş katılımlı toplantılar, kitle iletişim araçları aracılığıyla sağlanabileceği gibi topluluk temsilcilerinin proje ortak kurullarına doğrudan katılımı şeklinde de olabilir (Köymen, 2003, Yıldırım, 2014: 82-83 ve Haktankaçmaz, 2004: 54).

**-Semt Danışma Meclisleri (SEDAM);** Semt Danışma Meclisleri, demokrasi sorumluluğunun ve kentlilik bilincinin artırılması amacıyla oluşturulmuş, katılımcı mekanizmalardır. SEDAM ilk olarak, 1994 yılında Bursa Büyükşehir Belediyesi tarafından uygulanmaya başlanmış, aktif ve başarılı çalışan bir kent konseyi için zemin hazırlamıştır. O dönemde SEDAM benzeri yapıların farklı belediyelerde katılımcılık uygulamaları şeklinde oluşturulduğunu da belirtmek gerekir. Urla Belediyesi tarafından 1994 yılında temelleri atılan Urla Kent Senatosu ve Aliğa Belediyesi tarafından oluşturulan Aliğa Kent Parlamentosu, bu yapılara örnek gösterilebilir (Ülkü,1997: 121-124). SEDAM ve benzeri bu katılımcı yapılar daha sonra diğer belediyelere de yayılmıştır. SEDAM’lar, uygulamada belediyelerin mahalle bürosu gibi çalışmış; çok işlevli birimler olarak etkinlikte bulunmuşlardır. SEDAM’lar; çocuk sağlığı, aile ekonomisi, konut planlama, hijyen, yabancı dil ve engelli eğitimi gibi konularda faaliyet göstermişlerdir. Bu birimlerin halkın belediyelerle iletişiminin sağlanmasında büyük önem taşıdıkları söylenebilir. SEDAM’ın örgütlenmesinde, kent belediyesi basın ve halkla ilişkiler müdürlüğü, SEDAM danışmanları ve mahalle muhtarları yer alır. Gerçekleştirilen projelerde çeşitli kuruluşların yardım ve katkıları alınmıştır. Sistemin ilk basamağını muhtarlıklar oluşturmakta, muhtarlardan gelen bilgi ve şikâyetler, basın ve halkla ilişkiler müdürlüğüne aktarılmaktadır (Çukurçayır’dan aktaran Yılmaz, 2013: 208).

**-Dilekçe;** Anayasal bir hak olan dilekçe hakkı, vatandaşın istek ve taleplerini siyasal ve yönetsel karar organlarına iletmede kullanabileceği anayasal haklardandır. Vatandaş, dilekçe hakkıyla çıkarlarını yönetim karşısında savunur (Önder, 2013: 318). Yerel yönetimler açısından bakıldığında, halk gerçekleşmesini istediği istekleri dilekçe yoluyla açıkça dile getirebilme şansına sahip olmuş, yerel yönetimler ise halkın beklentilerini öğrenmiş olur. Bu anlamda yerel yönetim ve tanıma için önemli bir araç olarak görülebilir.

**-Kamuoyu Araştırması;** Danışmanın özel bir türünü oluşturan bu araştırmalar kamu kuruluşunun kendi halkla ilişkiler birimi aracılığı ile yapılabilir ya da başka kuruluşlarca yapılmış araştırmalardan yararlanılabilir. Ancak sonuç hep aynıdır. Kamu yönetiminin bilgisinin yetersiz olduğu bir alanda karar verilmeden önce yönetimin değerlendirilmesine ışık tutacak bilgiler, kamuoyu araştırması ile elde edilebilir. Burda önemli olan, uygulanan araştırma, anket, görüşme yöntemlerinin tutarlı, yansız ve gerçekleri yansıtacak şekilde olmasıdır (Yalçındağ, 1986: 154).

**-Referandum;** Referandum, yerel yönetimlere katılım olanaklarını çok büyük ölçüde genişleten bir uygulamadır. Ayrıca yurttaş sorumluluğu konusunda genel seçimlerde oy kullanmanın ötesinde yurttaşın önüne seçim yapabileceği, tercih yapabileceği yeni bir alan açmak açısından son derece önemlidir. Referandum, yurttaşlarla tartışma için uygun bir kamusal forum fonksiyonuna sahiptir ve çok tartışmalı ya da üzerinde anlaşılmasında çok güçlük çekilen konuların daha kolay gündeme getirilebilmesi ve çözülmesinde de önemli bir katılım mekanizmasıdır (Köymen, 2003). Nitekim Avrupa Konseyi'nin 1992'de kabul ettiği Avrupa Kentsel Şartı, "yerel seçilmiş temsilciler, yalnızca genel bir yetkiye sahip olduklarından, özel bir sorun ve politika söz konusu olduğunda referanduma başvurmak durumundadır" ilkesini benimsemiştir (Önder, 2013: 317).

**-Tanıma Aracı Olarak İnternet;** Belediyelerin internet teknolojisini kullanarak hedef gruplarını tanımaya yönelik yöntemleri belediyeye erişimi sağlayacak telefon ile fax numaraları ve e-mail adresleri, başkana mesaj, istek ve şikayet hattı, bilgi edinme ve anketler şeklinde sıralanabilir (Tarhan, 2007: 81 ).

### 3.2.Tanıma Yöntemleri

**-Bilgi Edinme Hakkı Kanunu;** Bilgi Edinme Hakkı Kanunu'na dayanak olarak bilgi talep eden halka cevap verilmesi, bir tanıma faaliyetidir. Halkın bu yöndeki başvurusu ise yönetimi tanıma amaçlıdır. Yerel yönetimler aynı zamanda yönetimin bilgi verme ödevi kapsamında, yeni çıkan yasalar veya düzenlemeler ile ilgili bilgilendirme yapmaktadırlar.

**-Kurum Gazeteleri;** Kurum ve kuruluşların belli aralıklarla çıkardığı gazeteler, hem kurum çalışanlarına hem de vatandaşlara, hedefe kitlelere yönelik gerçekleştirilen önemli bir halkla ilişkiler etkinliğidir. Kurum gazeteleri, kurumla ilgili bilgilerin aktarıldığı, vatandaşlarla yapılan söyleşilerin ve ilgili kimi bilgilerin verildiği veya bazı konularda bilgilendirici, açıklayıcı yazıların yer aldığı yazılı bir iletişim aracıdır (Zeybek, 2005: 68).

**-Basın Bildirileri;** Kişilerin, grupların ve örgütlerin çalışmalarından basını haberdar etmek için kullandıkları araçlardan birisi olan basın bildirileri genellikle periyodik olmayan haberlerin iletilmesinde kullanılırlar. Belli bir konu hakkında örgütün veya firmanın tepkisi, bir atılım, bir bayi toplantısı veya yıldönümü gibi olaylar gazetelere basın bildirileri ile duyurulur (Göksel ve Yurdakul, 2010: 278).

**-Basın Bültenleri;** Zeybek'e (2005:69) göre bülten, gazete gibi belli aralıklarla çıkarılan ancak gazeteden daha küçük kapsamlı kurum içi çalışanlara ve vatandaşlara yönelik basılı iletişim araçlarından biridir. Basın bültenleri, kuruluşların, örgütlerin basına belirli periyodlarla gönderdikleri bilgileri içeren duyurulardır. Günümüzde pek çok kuruluş basın için haftalık ya da aylık bültenler düzenleyerek o dönem içerisinde kendi bünyelerinden kaynaklanan rutin haberleri basına duyurma yöntemlerini benimsemişlerdir. Bu tür periyodik bültenlerin haber verme işlevinin yanı sıra, basının o kuruluşa karşı duyduğu ilgi ve sempatiyi artırıcı bir rol oynadığı da gözlemlenmiştir (Göksel ve Yurdakul, 2010: 279).

**-Basın Toplantıları;** Medyayla ilişkiler bağlamında halkla ilişkilerin etkin bir araç olarak kullanıldığı basın toplantıları, kurum, kuruluş ya da kişinin bulunduğu herhangi bir kriz anında ya da gerçekleştirilmesi düşünülen, gerçekleşen herhangi bir etkinlikle veya değişen kurum siyasetleri ile ilgili olarak, kamuoyunu ve basını bilgilendirmek amacıyla gerçekleştirilen çift yönlü iletişimidir (Zeybek, 2005: 64).

**-Broşürler / Katlanıklıklar / Kitapçıklar/ Insertler;** Broşürlerde amaç kuruluşla ilgili bilgileri hedef kitleye iletmektir. Düzenlenecek panel, kongre, konferans, seminerler veya herhangi bir hizmet hakkında halkı aydınlatıcı bilgi vermek amacıyla kullanılan bir araçtır (Göksel ve Yurdakul, 2010: 299). Katlanıklar, kurum ve kuruluşların, hizmet ya da etkinliklerini duyurmak amacıyla oluşturdukları kimi zaman resimli kimi zaman resimsiz, kısa ve öz bilgilerin yer aldığı belirli zamanlarda güncellenen malzemelerdir. Kitapçıklar, katlanıklardan biraz daha büyük resimlerden çok yazıya dayalı, tanıtım amaçlı basılı araçlardır. Bu araçlar özellikle kurum dışı hedef kitleye yönelik olup çok sayıda kişiye ulaşması amaçlanmaktadır (Zeybek, 2005: 71). Insertler ise, dergi ve gazetelerin içine konulan küçük bilgilendirici broşürler, kitapçıklardır (Göksel ve Yurdakul, 2010: 299).

**-Afişler-Posterler / Panolar;** Genellikle tanıtım ve bilgi amaçlı kullanılan, afişler, panolar, halkla ilişkiler açısından kullanılan önemli araçlardır (Zeybek, 2005: 70). Halkla ilişkiler amaçlı olarak kullanılan afişler ve posterler, diğer kitle iletişim araçları ile yapılan duyuruları tamamlayıcı nitelikte özellik taşımaktadırlar (Göksel ve Yurdakul, 2010: 301).

**-Konferans / Panel / Seminerler;** Önceden yeri, tarihi belirlenerek planlanan ve hazırlanan konferans, panel, seminer gibi halkla ilişkiler etkinliklerinde verici, kitle olarak tanımlayabileceğimiz birbirinden değişik demografik özelliklere sahip bir gruba aynı anda ulaşma arzusu içindedirler. Bu etkinlikler, genelde bilgilendirici, açıklayıcı, eğitici iletişim olarak tanımlanabilir. Bu araçlar kurum içi çalışanlara uygulanabileceği gibi kurum dışında da uygulanabilir araçlardır (Zeybek, 2005: 65).

**-Sergi / Yarışmalar;** Yarışmalar, bilimsel konularda veya sanat, spor ve beceri geliştirme gibi geniş ölçüde kamuoyunun ilgisini çeken konularda düzenlenen, kamunun ilgi, güven ve sempatisini kazanmada kullanılabilecek önemli bir halkla ilişkiler etkinliğidir (Göksel ve Yurdakul, 2010: 326). Sergiler, kurum ve kuruluşların toplumsal sorumlulukları benimsemeleri, kültür ve sanata destek vermeleri, çeşitli sergiler düzenlemelerini gündeme getirmektedir (Zeybek 2005: 68). Yerel yönetimlerin sergiler yoluyla, hedef kitleye bazı mesajlar vermesi, belirli alanlarda faaliyet gösteren sivil toplum örgütlerinin desteğini sağlamak bakımından mümkündür. Yerel yönetimler ya sergileri bizzat kendileri organize ederek ve ya sergi alanlarını isteyenlere tahsis ederek bu faaliyetleri yürütebilirler (Gölönü, 2000: 131)

**-Festivaller;** Halkla ilişkiler açısından tanıtma amaçlı kullanılabilen bir başka aktivite türü de festivallerdir. Ulusal ve hatta uluslararası düzeyde hazırlanabilecek olan festivaller geniş bir kitlenin ilgisinin bir kent veya bölgeye çekilmesi açısından yararlıdır (Göksel ve Yurdakul, 2010: 346) Festivalleri gerçekleştiren kamu kurumlarının başında yerel yönetimlerin geldiği söylenebilir (Zeybek, 2005: 66).

**-Kentsel Logolar;** kentsel logolar, kentlerin tanımlanmasını, betimlenmesini ve kent kültürünün algılanmasını kolaylaştıran öncül marka kimliği öğeleridir. Bir kamusal iletişim aracı olarak kenti ve kentsel yönetimi betimleyen kentsel logolar, yönetim ve etkin toplumsal iletişim gibi çağdaş yönelimler doğrultusunda, yerelin, yapılan hizmetlerden haberdar edilmesi işlevinin yerine getirilmesinde temel bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Kentsel logolar ya da kent logoları bir anlamda kentlerin ve kent yönetimlerinin kartvizitlerdir, aynı zamanda hedef kitlenin arzu ettiği kalite ve güvenilirlik sözünü veren güven işaretleridir (Çamdereli vd., 2006: 235 ve 238).

**-Faaliyet raporları;** 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 56. Maddesine göre (www.mevzuat.gov.tr), "Belediye başkanı, 5018 sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanununun 41 inci maddesinin dördüncü fıkrasında belirtilen biçimde; stratejik plân ve performans programına göre yürütülen faaliyetleri, belirlenmiş performans ölçütlerine göre hedef ve gerçekleştirme durumu ile meydana gelen

sapmaların nedenlerini ve belediye borçlarının durumunu açıklayan faaliyet raporunu hazırlar. Faaliyet raporunda, bağlı kuruluş ve işletmeler ile belediye ortaklıklarına ilişkin söz konusu bilgi ve değerlendirmelere de yer verilir. Faaliyet raporu nisan ayı toplantısında belediye başkanı tarafından meclise sunulur. Raporun bir örneği İçişleri Bakanlığına gönderilir ve kamuoyuna da açıklanır.” Bu bağlamda faaliyet raporları, belediyelerin gerçekleştirmek istediği faaliyetleri ne ölçüde gerçekleştirdiğini ve mali açıdan ne durumda olduğu açıklayan raporlardır. Kapsamlı, açıklayıcı ve mümkün olduğunca şeffaf olmalıdırlar.

**-Tanıtma Aracı Olarak İnternet;** Yerel yönetimlerin internet aracılığıyla yürütebileceği tanıtma faaliyetleri şöyle sıralanabilir (Tarhan, 2007: 82):

a. Belediye yönetimine ilişkin tanıtım: Belediyede görev yapan kişilerin -başta başkanlık ve alt birimler olmak üzere- genel anlamda fotoğraf, özgeçmiş ve buldukları birimler hakkında kısa bilgilerin sunulmasını içermektedir.

b. Yapılan hizmetlerin duyurulması: Belediye tarafından vatandaşa yönelik gerçekleştirilen hizmetler ile yapılacak faaliyetlerinin halkın katılımını sağlamak amacıyla yer, gün ve saat ayrıntılarıyla aktarılmasını kapsayan tanıtma yöntemidir.

c. Sosyal ve kültürel etkinlikler hakkında verilen bilgiler: Belediyenin ilgili birimlerince gerçekleştirilen ve sosyal belediyecilik kapsamında yürütülen çalışmalar ile kültürel etkinlikler konusunda halkın bilgilendirildiği tanıtma yöntemidir.

d. Belediye Meclisi kararları: Belediyenin seçimle belirlenen ve farklı parti temsilcilerinin de yer aldığı üyelerin yapılacak faaliyetler konusunda aldığı kararların aktarılarak halkın haberdar edildiği bir tanıtma yöntemidir.

e. Belediye bünyesindeki müdürlüklerin işleviyle ilgili tanıtımlar ve erişim olanakları (teşkilat şeması, tel, fax, e-mail): Belediyeden herhangi bir sorununun çözümü için başvuran vatandaşın hangi birimden hangi bilgiyi alabileceği ve bu birimlere hangi iletişim araçlarıyla nasıl ulaşabileceğine ilişkin bilgilerin sunulduğu tanıtma yöntemidir.

f. Belediye ile ilgili kurumsal haberler: Belediyenin kendi içindeki özellikle kurumsal yapısı, kimliği ve buna yönelik çalışmalarıyla birlikte çalışanlarıyla ilgili aktivite ile gelişmelerin aktarıldığı tanıtma yöntemidir.

g. Belediyenin bulunduğu il ve kültürel ya da turistik değerleriyle ilgili temel bilgiler: Belediyenin hizmet verdiği ilgili ilin ya da yörenin kültürel ve turistik değerleriyle ilgili tanıtımın yapıldığı bir anlamda da genel olarak il ve ülke tanıtımına hizmet eden bir tanıtma yöntemidir.

h. Başkan: Belediye Başkanının özgeçmiş, iletişim bilgileri, başkanın çeşitli etkinliklerde halkla birlikte çekilen fotoğraflarının yer aldığı tanıtma amacı taşıyan bir yöntem olarak değerlendirilebilir.

**-E-Belediyecilik;** Sürekli gelişen bilişim teknolojileri, yerel yönetimlerin çok yönlü hizmet verme gereksinimleri doğrultusunda yeni ufuklar açmakta ve problemlere uygun çözümler sunabilmektedir. Bunların başında belediyelerin tanıtım, ilke ve hizmetlerini elektronik ortama yansıttıkları “e-belediye” kavramı gelmektedir. E-Belediye; kente ilişkin verilerin güncel teknolojiye dayalı bilişim teknolojileri destekli çalışmalarla yönetilerek bu verilerden kent ve toplum yararına çeşitli bilgiler üretilmesi ve etkin bir biçimde vatandaşın hizmetine sunulmasıdır (Henden ve Henden, 2005: 52).

**-Radyo ve Televizyondan Yararlanma;** Radyo ve televizyon, sahip olduğu avantajlar nedeniyle halkla ilişkiler stratejilerinde belirleyici bir işleve sahiptir. Halkla ilişkilerin “medyayla ilişkiler” biçiminde algılanıp uygulandığı yerel yönetimler, radyo ve televizyondan önemli ölçüde yararlanma yoluna gitmektedirler. Yöredeki medya ortamının çeşitliliği halkla ilişkiler uygulamalarının biçim ve etki alanını belirlemektedir. Yerel yönetimlerin halkla ilişkiler uygulamalarında radyo ve televizyondan yararlanma biçimleri; basın bülteni hazırlama, basın toplantısı düzenleme, basın gezileri yapma, röportaj verme, ilan yayınlama ve sponsor olma şeklinde gerçekleşmektedir (Atik ve Taşcıoğlu, 2009: 159 ve 167).



- **Tanıtma ve Tanıtma Aracı Olarak Sosyal Medya;** Hem tanıma hem de tanıtma yöntemleri arasında yer alan sosyal medya, diyaloga dayalı, iki-yönlü iletişime izin veren yapısıyla halkla ilişkilerin iki-yönlü simetrik modeline en yakın kitle iletişim araçlarını sunmakta ve insanların düşünce, görüş ve ilişkilerini internet üzerinden paylaştıkları bir ortam sunmaktadır. Sosyal medya haber bültenleri, tanıtma faaliyeti kapsamına girmektedir. Sosyal medya haber bülteni, geleneksel haber bülteninin sosyal medyaya göre düzenlenmiş halidir. Sosyal medyaya yönelik kullanılacak hem tanıma hem de tanıtma faaliyetlerini içeren araçlar blog, mikro-blog, sosyal ağ ve forum uygulamaları olarak sıralanmaktadır. Kurumlar kendi özel amaçlarına yönelik olarak bu tür uygulamaları oluşturabilmekte, bunları internet sitelerindeki bağlantılar ile gösterebilmektedirler. Son olarak, forum blog ve mikro blogların takibi ve eleştirilerin yanıtlanması, tanıma faaliyeti içerisinde ele alınmaktadır (Yağmurlu, 2011: 5-13). Sosyal Medya, özellikle belediyelerin sosyal medya hesapları aracılığıyla duyurularında bulunması, halk tarafından gelen mesajlara cevap vermesi gibi olanaklar sağlar ve bu da etkileşimli yönetim açısından önemli bir yerde durur. Twitter ve Facebook bu araçların başında gelmektedir. Belediyeler bu uygulamalar ile bir hesap oluşturarak halkla ilişkiler faaliyetlerini bu platformdan yürütmektedirler. Kamuoyu oluşturmak artık bu mecralarda daha kolay olabilmektedir. İlgililere ulaşmak, hizmet duyurmak ve halkın katılımı sağlamak amacıyla sosyal medya kullanmak hem halk açısından hem de yerel yönetimler açısından daha kolay bir iletişim yöntemidir.

### **Değerlendirme ve Sonuç**

Son yılların en çok tartışılan kavramı olan yerel yönetişimin halkla ilişkiler ile güçlü bir bağı bulunmaktadır. Yerel yönetişim çok paydaşlı yönetim anlayışına vurgu yapmaktadır. Halkla ilişkiler, paydaşlar arası ilişkilerin düzenlenmesinde ve iyi niyetle yürütülmesinde çok önemli bir noktada yer almaktadır. Daha açık bir ifade ile yerel yönetişim gereği, sivil toplum- yerel yönetimler, özel sektör- yerel yönetimler, halk- yerel yönetimler arasında ikili ilişkiler kurulması gerekmektedir, halkla ilişkiler ise bu ilişkileri düzenleyen önemli bir teoridir.

Halkla ilişkiler araçları olan tanıma ve tanıtım, doğrudan veya dolaylı yoldan, yerel yönetişime katkıda bulunmaktadır. Gerek halkla gerekse diğer paydaşlarla iyi ilişkiler geliştirerek onların katılımını ve bilgilendirilmelerini sağlamak, yerel yönetişim sürecinin başarısını etkilemektedir. Ancak, kamu kurumlarında yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin halkta olumlu imaj yaratmak amaçlı olduğu ve çoğunlukla tanıtma çalışmalarına yöneldiği göze çarpmaktadır. Yönetişim süreci, bu tek taraflı anlayışı değiştirerek olguyu iki yönlü algılamamız gerektiğini hatırlatmıştır. Yönetişim gereği, faaliyetlerin; idare- halk, sivil toplum kuruluşları-idare, idare-basın, idare-çalışanlar gibi paydaşlara ulaşarak ve iyi ilişkilerde bulunabilmek amacıyla gerekli halkla ilişkiler araçları kullanılarak yürütülmesi gerekmektedir. Dolayısıyla yerel yönetişim süreci, sadece tanıtma ile yetinilmemesi, aynı zamanda tanıma faaliyetine de önem verilmesi gerektiğinin altını çizmektedir.

Yerel yönetimlerin varlık nedenleri ve meşruiyetleri, direk halkın oyuna bağlı olduğu için, rasyonel anlamda, (halkın desteğini sağlamak amacıyla) tanıma faaliyetini yürütme olanak ve olasılıklarının, diğer kamu kurumlarına kıyasla daha gelişmiş olduğu ifade edilmektedir. Yerel halk, işlem ve eylemleri hakkında bilgi sahibi olduğu ve kendisini önemseydiğini bildiği bir idareye daha fazla sempati duymaktadır. Bu nedenle yerel yönetimler, mümkün olduğunca hem halkın nabzını yoklayarak aldığı geri bildirimlere göre mal ve hizmet üretme, hem de halkın duyarlılıklarını sürekli takip etme olanaklarını geliştirmişlerdir. Bu açıdan, vatandaşların kişisel başvuruları ve bunların değerlendirilerek cevaplandırılması, yerel yönetişim açısından önem arz etmektedir. Bu yöntemde halk, yerel yönetim birimlerine öneri, istek ve şikayetlerini kişisel başvuru yöntemiyle iletebilir. Söz konusu iletişim, halkın sunulan hizmetlere veya yerel yönetimlerin işlem ve eylemlerine katılımına; dolayısıyla katılımcılık ilkesinin uygulanmasına katkıda bulunur. Yerel yönetim birimleri ise bu başvurular ile halkın beklentilerinin yönünü teşhis edebilir veya ortaya çıkabilecek herhangi bir sorunu önceden öngörebilir. Bu durumda da cevap verebilirlik ilkesi hayat bulur. Her iki durumda da yerel yönetim birimleri, halkla iyi ilişkiler geliştirmiş olur. Vatandaşların kişisel başvuruları kadar SEDAM, kent konseyleri, halk kurultayları, halk günleri gibi danışma yöntemleri ve şikayet hatları, beyaz masa/mavi masa gibi uygulamalar, düzenlenen çeşitli etkinlikler, internet, web siteleri, yerel-

ulusal medya ve sosyal medya da halkı tanımak ve/veya halka idareyi tanıtmak amacıyla kullanılan önemli araçlardır.

Sonuç olarak, yerel yönetim sürecinin başarısı, halkla ilişkiler araçları ve faaliyetlerinin etkinliği ile doğrudan bağlantılıdır. Bir yerel idare ne kadar etkin ve verimli halkla ilişkiler faaliyeti yürütüyorsa, yerel yönetimi o kadar iyi hayata geçirmektedir denilebilir. Dolayısıyla halkla ilişkiler ve halkla ilişkiler çalışmaları özelinde tanıma ve tanıtmaya faaliyetleri, kamu yönetimi ve yerel yönetimler açısından önemli bir yere sahiptir. Özellikle yerel yönetimlerde etkin ve verimli bir yönetim tarzının inşası ve sürekliliğinin sağlanması için, halkın nabzı iyi tutulmalı ve halkla iyi ilişkiler geliştirilmelidir.

**KAYNAKÇA**

- Aliefendioğlu, Y. (2001). "Hukuk-Hukukun Üstünlüğü-Hukuk Devleti", *Ankara Barosu Dergisi*, Sayı:2: 29-68.
- Arar, A. (2002). "Yerel Gündem 21" , *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 6: 14-22.
- Atik, A. ve Taşçıoğlu, R. (2009). "Radyo ve Televizyonun Yerel Yönetimlerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İletişim Yöntem ve Aracı Olarak Kullanımı: Erzurum Belediyeleri Örneği", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10): 159–170.
- Aydın, İ. S. ve Kiracı, A (2014). "Belediyelerin Hizmet Sunumunda E-Belediyecilik Kriterleri: Kocaeli İli ve Bazı İlçelerinden Bir Örnek", *İktisadi Yenilik Dergisi*, 2(1): 32-43.
- Bayramoğlu, S. (2005). *Yönetişim Zihniyeti: Türkiye 'de Üst Kurullar ve Siyasal İktidarın Dönüşümü*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bensghir, T. K. (2000) "Halkla İlişkilerde Etkileşimli İletişim", *Amme İdaresi Dergisi*, 33(1): 112-131.
- Çamdereli, M., Varlı M., Varlı, Z. ve Gürer, M. (2006). "Kentsel Kimlik Göstergesi Olarak Kent Logoları", 2. *Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu: 21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler Sorunlar ve Çözümler Bildiriler Kitabı*, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli 26-27 Nisan 2006: 235-280.
- Emrealp, S. (2005) "*Türkiye Yerel Gündem 21 Programı: Yerel Gündem 21 Uygulamalarına Yönelik Kolaylaştırıcı Bilgiler El Kitabı*", 2.Basım, Birmat Matbaası, İstanbul.
- Göksel, A. B. ve Yurdakul, N. B. (2010) "*Temel Halkla İlişkiler Bilgileri*", Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir.
- Gölönü, S. (2000). "Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler Ve Toplumsal Beklentiler", *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3: 125-134.
- Güler, B. A. (2009). "Yönetişim: Tüm İktidar Sermayeye", *Praksis Dergisi*, 9: 93-116.
- Haktankaçmaz, M. İ. (2004). "Türk Kamu Yönetiminde Yönetişimin Uygulanabilirliği", *Amme İdaresi Dergisi*, 37(1): 45 – 62.
- Henden, H. B. ve Henden, R. (2005) "Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve E-Belediyecilik", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14): 48-66.
- <https://www.bimer.gov.tr/bimer-hakkında>
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>
- İnan, A. (1998). "Mahalli İdareler Kanun Taslağına Göre Demokratik Kitle Örgütlerinin Yerel Yönetimlere Demokratik Katılımı", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 7(2): 128-132.
- Karakuzulu, Z. (2010). "Sürdürülebilir Kentler ve Kasabalar, Yerel Gündem 21 ve Bursa Örneği", *TUCAUM VI. Coğrafya Sempozyumu: TUCAUM VI. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Ankara: 397-406.
- Karkın, N ve Zor, A. (2017). "Vatandaş - İdare Etkileşimi Bağlamında Bilgi Edinme Hakkı: BİMER Örneği ve İdarede İnovasyon", *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5(1): 25-44.
- Kazancı, M. (1980). *Halkla İlişkiler*, A.Ü.SBF Yayınları, Ankara.
- Köymen, A. (2003). "Yerel Yönetimler ve Demokrasi", <http://www.mimarlarodasiansankara.org/index.php?Did=635>, (Erişim tarihi: 25.01.2018).
- Metin, H. ve Altınok, M. (2002). "Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3: 79-99.

- Ökmen, M. ve Görmez, K. (2009). "Türkiye’de Yerel Gündem 21 ve Yerel Yönetişim Uygulamaları", *Yerel Yönetimlerin Güncel Sorunları* (Ed. K. Görmez ve M. Ökmen), Beta Yayını, İstanbul.
- Önder, Ö. (2013). "Yerelleşme ve Yerel Demokrasinin Güçlendirilmesi Bağlamında Yerel Katılım", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(18):.311-326.
- Öner, Ş. (2001). "Belediyelerde Yönetime Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2): 100-114.
- Özer, M. A. (2006). "Yönetişim Üzerine Notlar", *Sayıştay Dergisi*, 63: 59-89.
- Özgökçeler, S. (2014). "Yerel Kalkınmada Etkin Bir Kavram: "Yerel Yönetişim" [Bursa Kent Konseyi Örneği]" *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(1): 67-82.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2001). *8. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Yerel Yönetimler Özel İhtisas Komisyonu Raporu*.
- Tarhan, A. (2007). "Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz" *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(4): 75-95.
- Tekeli, İ. (1996). "Yönetim Kavramı Yanısıra Yönetişim Kavramının Gelişmesinin Nedenleri Üzerine", *Sosyal Demokrat Değişim Siyasi ve Kültürel Dergi*, 3: 45-54.
- TODAİE (1966). *Merkezî Hükümet Teşkilâtı Kuruluş ve Görevleri, Merkezî Hükümet Teşkilâtı Araştırma Projesi Yönetim Kurulu Raporu*, TODAİE Yayınları, İkinci Baskı, Ankara.
- Ülkü, H. (1997). "Örnek Olaylarla Belediyecilik: Aliğa Kent Parlamentosu", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 6(4): 121-124.
- Üzan, N. (1999). "Belediyeler ve Yerel Gündem 21", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 8(2): 96-101.
- Yalçındağ, S. (1986). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", *Amme İdaresi Dergisi*, 19: 131-156.
- Yağmurlu, A. (2011). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1): 5-15.
- Yayınoğlu, P. E. (2005). "Yerel Yönetim Kuruluşlarında Halkla İlişkiler İşlevi ve Yeni Yaklaşımlar", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(4): 41-52
- Yıldırım, A. (2014). "Türkiye’de Yerel Yönetişimin Uygulanabilirliği ve Yerel Gündem 21 Örneği Üzerinden Bir İnceleme", *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1): 74-96.
- Yılmaz, M. (2013). *Kamu Yönetiminde Katılım: Türkiye’de Yerel Düzeyde Uygulama Örnekleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Yurdakul, N. B., Dinçer, M. K. ve Gül, C. (2011). "Belediyelerde Halkla İlişkiler Yönetimi: İzmir İli Belediyelerine Yönelik Bir Araştırma", *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(2): 198-229.
- Yüksel, M. (2000). "Yönetişim(Governance) Kavramı Üzerine", *Ankara Barosu Dergisi*, 3: 145-160.
- Zeybek, I. (2005). *Yönetişimde Halkla İlişkilerin Yeri ve Kullandığı Teknikler*, Arıkan Basım, İstanbul.