

**51661**

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
HALK EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**

**T.C. ZİRAAT BANKASI'NIN TARIM KESİMİNE YÖNELİK  
HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARININ YETİŞKİN EĞİTİMİ  
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ  
(HAYMANA VE POLATLI ÖRNEĞİ)**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**SALİM KOŞAR**

**ANKARA  
AĞUSTOS, 1996**

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
HALK EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**

**T.C. ZİRAAT BANKASI'NIN TARIM KESİMİNE YÖNELİK  
HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARININ YETİŞKİN EĞİTİMİ  
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ  
(HAYMANA VE POLATLI ÖRNEĞİ)**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TEZ DANIŞMANI : DOÇ. DR. FİRDEVŞ GÜNEŞ**

**SALİM KOŞAR**

**ANKARA  
AĞUSTOS, 1996**

## ÖNSÖZ

Bilginin hızla artması, kitle haberleşme araçlarının hızlı biçimde gelişmesi aynı alanda faaliyet gösteren farklı kişileri, grupları, kurumları ve kuruluşları rakiplerine göre daha üstün kılacak çalışmalarını gerçekleştirme çabasına itmiş, bu süreç içerisinde halkla ilişkiler yeni gelişen bir disiplin olarak ortaya çıkmıştır.

Halkla ilişkilerin ilk uygulamalarındaki olumlu sonuçları, farklı alanlara da halkla ilişkilerin girmesi ve yararlanması için önemli bir neden oluşturmuştur. Bu gelişmeler çerçevesinde, halkla ilişkilerden bankacılıkta da yararlanılmaya başlanmış, özellikle ticari ve ekonomik hayatta bankacılığın öneminin artmasına paralel olarak halkla ilişkilere verilen önem daha da artarak banka yönetimi içerisinde alt birim olarak yerini almıştır.

Bankanın müşteri yapısı gözönünde bulundurularak halkla ilişkiler politikası belirlenirken Ziraat Bankası diğer bankalardan farklı olarak kırsal kesimin durumuna özel önem ve yer vermektedir. Çünkü Ziraat Bankası tarım kesimine bankacılık hizmeti vermekle görevli olup ülkemiz insanının yaklaşık yarısına bu hizmeti ulaştırmak durumundadır. Bunun için de yaptığı çalışmaları sürekli olarak değerlendirmesi ve geliştirmesi gerekmektedir.

Özellikle köye ve çiftçiye dönük olarak yapılan çalışmalar çiftçinin daha iyi yaşaması, daha mutlu olması kırsal kesimin her yönüyle dünyadaki gelişmelere açık hale getirilmesi, bu kesimin yeniliklere uyumunun sağlanması için de gereklidir. Öte yandan teknolojinin gelişmesiyle küçülen dünyada çağın yeniliklerini kullanmak ve ondan yararlanmak aynı zamanda bir insanlık hakkı olarak da düşünülebilir. Yeniliklerin çiftçilere ulaştırılması ve çiftçiler tarafından yeniliğin kullanılması bu kesime hizmet götüren kurum ve kuruluşlara düşmektedir. Çünkü köylü toplumsal yapısı gereği dünyadaki yenilikleri kendi imkanları ile yakalayabilecek durumda değildir.

Bankacılık ve kredi hizmetlerinde 1980'lerden sonra ülkemizde önemli gelişmeler olmuş bu konudaki pek çok yenilikle insanımız tanışmıştır. Bu yeniliklerden, kırsal kesimin de istenildiği ölçüde yararlanması, bahsedilen hizmetlerin kırsal kesimde de tüketilmesi, yeniliğin anılan kesime tanıtılması; bu arada köyün ve çiftçinin de yakından tanınması, daha önce yapılmış çalışmaların değerlendirilmesi ile mümkündür.

Çalışmamızda bankacılık hizmetlerinden ve bankacılıktaki yeni gelişmelerden çiftçilerin ne kadar bilgisinin olduğu, varsa; bu konudaki eksiklik ve yanlışlıkların nelerden kaynaklandığı, Banka ve köylüler tarafından durumun nasıl değerlendirildiği araştırılmış ve toplanan bilgiler halkla ilişkiler ve yetişkin eğitimi açısından değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra yapılan çalışmada, halkla ilişkiler bakışıyla etkin bir yetişkin eğitimi çalışmasının nasıl yapılabileceğine ilişkin görüşler de ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın her aşamasında yakın destek ve ilgisini esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Firdevs GÜNEŞ'e, araştırma için gerekli bilgileri toplamama yardımcı olan Ziraat Bankası Genel Müdürlük personeline, Haymana ve Polatlı İlçelerinin mülki idare amirlerine ve ilgili Banka Şubelerindeki yetkilere, adigeçen köylerin halkına, bugüne kadar kişisel başarılarımdaki en büyük yardımcım annem Meliha'ya, tez yazımındaki bilgisayar hizmetlerinde yardımcı olan eşim Hülya ile tecrübe ve ilkeleriyle rehberliğini esirgemeyen Hürrem YILDIZ'a teşekkürü borç bilirim.

# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	II
TABLULARIN LİSTESİ	VII
<b>BÖLÜM I</b>	<b>1</b>
<b>GİRİŞ</b>	<b>1</b>
Problem	1
Amaç	6
Araştırmanın Önemi	7
Sınırlılıklar	7
Tanımlar	8
<b>BÖLÜM II</b>	<b>9</b>
<b>A. HALKLA İLİŞKİLER</b>	<b>9</b>
Halkla İlişkilerin Tanımları	9
Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi	11
Halkla İlişkilerin Amacı ve Süreci	16
Halkla İlişkilerin Önemi	14
Türkiye'de Halkla İlişkiler	14
Türkiye'de Bankacılık ve Halkla İlişkiler	16
Çiftçiye Yönelik Halkla İlişkiler	18
Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar	20
A. Halkın Ne Düşündüğünü Anlamak İçin Başvurulan Yöntemler (Tanıma)	21
Vatandaşların Kişisel Başvuruları	21
Örgütlenmiş Gruplarla Halkla İlişkiler	22
Kamuoyu Araştırması	22
Referandum	22
B. Kurumu Halka Tanıtmak İçin Başvurulan Yöntemler (Tanıtma)	22
Basılı Araçlar	23
Gazete	23
Dergi	23
Broşür	25



El Kitabı	25
Basın Bülteni	26
Yıllıklar	26
Yayın Araçları	27
Radyo	27
Televizyon	28
Filmler	28
Sosyal Araçlar	29
Toplantılar	29
<b>B. YETİŞKİN EĞİTİMİ</b>	<b>30</b>
Yetişkin Eğitiminin Tanımı	30
Yetişkin Eğitiminin Amacı	32
Yetişkin Eğitimi Gerekli Nedenler	33
Yetişkin Eğitimi ve Halkla İlişkiler	35
Yetişkinlerin Özellikleri	36
Yetişkin Eğitimi Yöntemleri	37
Yetişkinlerde Öğrenme	38
Kitle İletişim Araçları ve Yetişkin Eğitimi	39
Türkiye'de Yetişkin Eğitimi	40
<b>C. ZİRAAT BANKASI VE HALKLA İLİŞKİLER</b>	<b>41</b>
Türkiye'de Bankacılığın Tarihi	41
T.C. Ziraat Bankası'nın Tarihçesi ve Yasal Dayanağı	43
T.C. Ziraat Bankası'nın Bugünü	47
T.C. Ziraat Bankası'nın Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün Görevleri	48
T.C. Ziraat Bankası Ziraai Krediler Müdürlüğü ve Ziraat Mühendislerinin Görevleri	50
Türkiye'de Tarımın Durumu ve Sorunları	51
Ankara İlinin Tarımsal Durumu	55
Haymana İlçesinin Tarımsal Durumu	55
Polatlı İlçesinin Tarımsal Durumu	56
Bankacılıkta Yeni Teknoloji Kullanımı	56

<b>D. TÜRKİYE'DE YAPILAN İLGİLİ ARAŞTIRMALAR</b>	<b>58</b>
<b>BÖLÜM III</b>	<b>64</b>
<b>YÖNTEM</b>	
Evren ve Örneklem	Hata! Yer İmi tanımlanmamış.
Verilerin Toplanması	65
Verilerin İşlenmesi, Çözümü ve Yorumlanması	67
Süre ve Olanaklar	67
<b>BÖLÜM IV</b>	<b>68</b>
<b>BULGULAR VE YORUM</b>	<b>68</b>
1. Ziraat Bankası'nın Halkla İlişkiler Faaliyetleri	68
Tanıma Çalışmaları	68
Tanıtma Çalışmaları	70
Sonuç	72
2. Personel Görüşleri	73
Sonuç	101
3. Çiftçilere İlişkin Bilgiler	103
<b>SONUÇ</b>	<b>137</b>
<b>BÖLÜM V</b>	<b>139</b>
<b>ÖZET, SONUÇ VE ÖNERİLER</b>	<b>139</b>
Özet	139
Sonuçlar	144
Öneriler	145
SUMMARY	149
<b>KAYNAKÇA</b>	<b>150</b>
E K L E R	158
ZİRAAT BANKASI PERSONEL ANKETİ	160
ÇİFTÇİ GÖRÜŞME FORMU	170

<u>TABLO NO</u> .....	<u>SAYFA NO</u>
TABLO 1 PERSONELİN YAŞ DAĞILIMI .....	73
TABLO 2 PERSONELİN GÖREV YAPTIĞI YERE GÖRE DAĞILIMI .....	73
TABLO 3 PERSONELİN UNVANLARINA GÖRE DAĞILIMI .....	74
TABLO 4 BANKADA VE HALEN ÇALIŞILAN YERDEKİ GÖREV SÜRELERİ .....	75
TABLO 5 PERSONELİN ÖĞRENİM DURUMU.....	76
TABLO 6 HALKLA İLİŞKİLER KONUSUNDA EĞİTİM GÖRME DURUMU* .....	77
TABLO 7 PERSONELİN TELEVİZYON PROGRAMLARINI İZLEME SIKLIĞI.....	78
TABLO 8 PERSONELİN RADYO PROGRAMLARINI DİNLEME SIKLIĞI .....	78
TABLO 9 PERSONELİN GAZETEDE OKUDUKLARI YAZILAR VE OKUMA SIKLIĞI...79	
TABLO 10 BASILI YAYINLARIN YAYINLANMASI KONUSUNDA ÖNERİYİ GETİREN*81	
TABLO 11 YAYINI HAZIRLAMADA HİM'İN KATKISI* .....	81
TABLO 12 BASILI YAYINLARIN ÇİFTÇİYE ULAŞIMI.....	82
TABLO 13 TARIM KESİMİNE HALKLA İLİŞKİLER AMACIYLA GİDEN PERSONEL* .83	
TABLO 14 HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜNÜN YAPTIĞI ÇALIŞMALARLA İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİ.....	84
TABLO 15 BASIN DOSYASININ TUTULDUĞUNU BİLEN PERSONEL* .....	85
TABLO 16 BASIN DOSYASINDAN FAYDALANMA .....	86
TABLO 17 BANKACILIKTAKİ YENİLİKLERİN ÇİFTÇİLERE YANSIMASI.....	87
TABLO 18 PERSONELİN BANKA ÇALIŞMALARINI DEĞERLENDİRMESİ .....	89
TABLO 19 DAHA ÇOK ÖNEM VERİLMESİ GEREKEN HALKLA İLİŞKİLER ETKİNLİKLERİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI .....	90
TABLO 20 TANIMA VE TANITMA ARAÇLARINA BANKACA VERİLEN ÖNEM .....	91
TABLO 21 ÇİFTÇİLERİN EVRAKINI MUHAFAZA ETME VE BANKAYA TAM OLARAK GETİRMESİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLER* .....	92
TABLO 22 PERSONELİN, BANKANIN ÇİFTÇİ YAYINLARINI DEĞERLENDİRMESİ ...93	
TABLO 23 ÇİFTÇİYE SUNULAN HİZMETLERİN, GELİŞEN BANKACILIKLA OLAN İLGİ DERECELERİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI...94	
TABLO 24 OKUMAZ-YAZMAZLARIN ZORLANDIKLARI KONULAR.....	95

TABLO 25 OKUMAZ-YAZMAZLARA DAHA İYİ HİZMET VERMEK İÇİN ÖNEM VERİLMESİ GEREKEN ARAÇLAR HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİN DAĞILIMI	96
TABLO 26 HALKLA İLİŞKİLER KONUSUNDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	97
TABLO 27 BANKANIN HALKLA İLİŞKİLER ARAÇ VE ETKİNLİKLERİNİN HANGİSİNE DAHA ÖNEM VERMESİ GEREKTİĞİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI	98
TABLO 28 ÇİFTÇİLERLE OLAN İLİŞKİLERİ İSTENİLEN DÜZEYE ÇIKARTMAK İÇİN NELER YAPILABİLECEĞİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI	99
TABLO 29 ÇİFTÇİYE YÖNELİK HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİNİN KURULMASI HAKKINDA PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI	100
TABLO 30 ÇİFTÇİLERİN YAŞ DURUMU	103
TABLO 31 ÇİFTÇİLİKLE UĞRAŞILAN YILA GÖRE DAĞILIM	104
TABLO 32 ÇİFTÇİLERİN ÖĞRENİM DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI	105
TABLO 33 ÇİFTÇİNİN YILLIK GELİRİ	105
TABLO 34 ÇİFTÇİLERİN GAZETE OKUMA DURUMU	106
TABLO 35 GAZETEDEKİ YAZILARI OKUMA SIKLIĞI	106
TABLO 36 ÇİFTÇİLERİN TELEVİZYON-RADYO İZLEME SÜRELERİ	108
TABLO 37 RESMİ VE ÖZEL KANALLARI TERCİH DURUMU	108
TABLO 38 ÇİFTÇİLERİN RADYO PROGRAMLARINI DİNLEME SIKLIĞI	109
TABLO 39 ÇİFTÇİLERİN TELEVİZYON PROGRAMLARINI İZLEME SIKLIĞI	109
TABLO 40 ÇİFTÇİLERİN TOPRAK MÜLKİYETİ DURUMU	110
TABLO 41 TOPRAĞIN KİM TARAFINDAN İŞLENDİĞİ*	111
TABLO 42 TOPRAĞIN EKİLİP-BİÇİLEN ÜRÜNE GÖRE DAĞILIMI *	112
TABLO 43 TARIMSAL KREDİYİ KULLANMA HAKKINI ÖĞRETEN KİŞİLER*	113
TABLO 44 ALINAN TARIMSAL KREDİ SAYISI	113
TABLO 45 TARIMSAL KREDİYİ KULLANMA NEDENİNE GÖRE DAĞILIM*	114
TABLO 46 BANKANIN TARIMSAL ÜRETİM HARCAMALARININ NE KADARINA KREDİ VERDİĞİNE İLİŞKİN ÇİFTÇİ BİLGİLERİNİN DAĞILIMI	115
TABLO 47 GENEL MÜDÜRLÜK YETKİSİYLE VERİLEN KREDİLERİ BİLEN VE KULLANAN ÇİFTÇİLERİN DAĞILIMI	115

TABLO 48 GENEL MÜDÜRLÜK YETKİSİYLE KREDİ ALABİLMEK İÇİN TALEP EDİLMESİ GEREKEN EN AZ MİKTAR.....	116
TABLO 49 ZİRAAT BANKASI'NA KREDİ HARİCİ GİTME SIKLIĞI .....	117
TABLO 50 KREDİ HARİÇ ZİRAAT BANKASI'NA GİTMİYEN ÇİFTÇİLERİN GİTMEME NEDENLERİ* .....	117
TABLO 51 BASILI YAYINLARININ, İLK GÖRÜLDÜĞÜ YER* .....	118
TABLO 52 BANKACILIK HAKKINDA KÖYDE SÖZÜNE İNANILAN KİŞİLERİN DAĞILIMI* .....	120
TABLO 53 BANKAYA YAZILI MÜRACAAT EDENLER.....	121
TABLO 54 TARIMSAL KREDİ KULLANMAKLA KAZANILAN HAKLARI BİLME DURUMU.....	122
TABLO 55 BANKA REKLAMINININ GÖRÜLDÜĞÜ YAYIN ORGANLARINDAKİ BANKA REKLAMLARINA KARŞI İLGİ DERECELERİNİN DAĞILIMI .....	123
TABLO 56 ÇİFTÇİLERİN, ZİRAAT BANKASI İLE İLGİLİ YENİLİĞİ ÖĞRENDİĞİ YAYIN ARAÇLARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNE GÖRE DAĞILIMI.....	124
TABLO 57 BANKA PERSONELİNİ KENDİLERİNE YAKIN VE SAMİMİ BULMALARI	126
TABLO 58 BANKANIN SUNDUĞU HİZMETLERDEN BAZILARINI DUYMA, ÖĞRENME, VE UYGULAMA.....	127
TABLO 59 ÇİFTÇİLERİN BANKA HİZMETLERİNDE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA GÖRE DAĞILIMI * .....	129
TABLO 60 TARIMSAL KREDİYİ AMAÇ DIŞI KULLANMA .....	130
TABLO 61 TARIMSAL KREDİ İLE İLGİLİ İŞLERDE KARŞILAN SORUNLAR .....	131
TABLO 62 ÇİFTÇİLERİN TARIMSAL KREDİ İLE İLGİLİ EVRAKLARINI MUHAFAZA ETME VE BANKA'YA GÖTÜRME DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI .....	132
TABLO 63 ÇİFTÇİLERİN TARIMSAL KREDİ ÇEŞİTLERİNİ TERCİHLERİ .....	133
TABLO 64 BANKA HİZMETLERİN DAHA BAŞARILI OLABİLMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKENLERE İLİŞKİN ÇİFTÇİ GÖRÜŞLERİ* .....	134
TABLO 65 İHTİYAÇ OLMAMASI HALİNDE, TARIMSAL KREDİYİ ALMAK İSTEME	135
TABLO 66 KREDİYİ ALMAMAYI DÜŞÜNENLERİN GEREKÇELERİ.....	136

## B Ö L Ü M 1

### GİRİŞ

#### Problem

Günümüzde her alanda bilim ve teknolojinin gelişmesi; üretimi ve tüketimi artırmayı hedeflemekte bu da, etkili ve hızlı çabaların uyumlu ve devamlı olarak sürdürülmesini gerektirmektedir. Bilim ve teknolojinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan yeniliklerin halka tanıtılması ve halkın kullanımına sunulması, halkla ilişkiler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu yolla hem kurumun yaşamına devam etmesi mümkün olabilmekte, hem de malı ya da hizmeti tüketen halkın yaşam seviyesinin yükselmesi sağlanabilmektedir. Halka hizmet etmek amacıyla kurulmuş olan gerek kamu, gerekse özel kuruluşların, üretime geçmesi ya da hizmet verebilir hale gelmesi, kurumun amacına ulaşması bakımından yeterli değildir. Kurum personelinin halktan yardım görmesi, özel teşebbüsün de kârlı çalışabilmesi için halkın desteğini alması gerekmektedir. Özellikle gelişme ve demokratikleşme yolunda mesafe almış, ülkelerde halkın inanmadığı, desteklemediği konularda ilerleme sağlamanın hiç kolay olmadığı, böylesi durumlarda ters sonuçların da ortaya çıktığı düşünülerek, halka rağmen iş yapmanın, icraat gerçekleştirmenin geçmişte kaldığı unutulmamalıdır. Bunun içindir ki; kişi ve kurumlar yapacakları çalışmaları, halkın eğilimlerine, inançlarına, tercihlerine göre düzenleyerek ve halkın desteğini almak zorundadırlar.

"Amerikan Halkla İlişkiler Birliği tarafından halkla ilişkilerin 200 kadar tanımı saptanmıştır. Halkla ilişkiler konusunda hiçbir şey durağan değildir. Bu, hiç kuşkusuz tanımı için de geçerlidir" (Ertekin, 1995, s.8). Halkla ilişkilerin tanımında aşağıdaki hususları genel çerçeve olarak görmek mümkündür.

"Halkla ilişkilerde iki uç vardır. Bir tarafda bir özel ya da tüzel kişi, karşı tarafta bu kişinin ilişki kurmak isteği ya da var olan ilişkilerini geliştirmeğe çalıştığı kitle. İşte bu iki uç arasında bir akım vardır. Başlangıçta tek yönlü olan bu akım zamanla gelişerek iki yönlü olmaya başlayacak ve uçlar arasında karşılıklı olarak birşeyler gidip gelecektir. Bu akımların başlatılması, geliştirilmesi ve sürdürülmesi için bir takım çabalar gerekecektir. Tek yönlü akımın ucundaki kitleyi tanımak, o kitlenin davranışlarını, tepkilerini önceden sezebilmek, bunlara bağlı olarak akımda gerekli düzeltmeleri ve gelişmeleri yapmak, akım iki yönlü olarak işlemeğe başlayınca karşıdan gelen akımları değerlendirmek, zamanla akımların etki alanını genişletmek vs. vs. Bu çabaların içine araştırma girecektir, laboratuvar girecektir, radyo girecektir, gazete girecektir, kilometrelerce gezmek girecektir, kanunlar yönetmelikler, baskı grupları, siyasi çabalar girecektir vs. İşte bu geniş alandaki koşunun adı, iki kelime ile *Halkla İlişkiler*'dir" (Asna, 1969, s.3).

Dünyadaki halkla ilişkiler birliklerinin 08-10 Ağustos 1978'de Meksiko City'de yaptıkları kongrede ise halkla ilişkiler şöyle tanımlanmaktadır. "Halkla ilişkiler; eğilimleri araştıran ve çözümleyen, sonuçları tahmin ederek yöneticilere öneren, böylece hem kamuya hem de örgüte hizmet sunacak planlanmış etkinlikleri uygulayan bir bilim ve sanattır" (Ertekin, 1995, s. 9).

Halkla ilişkileri "insanın, derneğin, özel kuruluşun karşılıklı iş yapmak durumunda olduğu gruplarla ilişkiler kurması, varsa ilişkilerini geliştirmesi için gösterilecek çabalarıdır" (Asna, 1969,s.2) veya "bir bireyin ya da kurumun siyasetlerini hizmetlerini ve eylemlerini, bu bireyin ya da kurumun güvenine ve iyi niyetine ihtiyacı olduğu bireylerin ve grupların çıkarlarına uydurmak için girişilen sürekli bir süreçtir, ikinci olarak da tam bir anlayış ve taktir kazanmak için bu siyasetlerin hizmetlerin ve eylemlerin yorumlanmasıdır" (Orrick, 1967, s.3) şeklinde tanımlamak mümkündür.

Tanımlarda da ifade edildiği gibi, halkla ilişkiler oldukça geniş bir kavramdır. Bu kavrama halkla ilişkilerin, sadece yenilikleri duyurmaktan ibaret olmadığı, mevcut durumun halka tanıtılmış dahi olsa tekrar edilmesi, halkın bu konudaki bilgisinin yenilenmesi, halkı tanıyarak ilgi, istek ve beklentilerinin sürekli belirlenmesi ve bu çalışmalardan, kurumun faaliyetlerinde yol gösterici olarak faydalanılması; böylece karşılıklı anlayışın ve iyi niyetin geliştirilmesine yönelik çabaların da girdiği söylenebilir.

Meseleye böylesi geniş bir açıdan bakıldığında, halkla ilişkilerin örgüt için hayati önem taşıdığı, her örgütün bu süreçten daha iyi yararlanabilmek amacıyla çeşitli çalışmalar yaptığı görülmektedir. Halkla ilişkilerden en çok yararlanan örgütlerden birisi de bankalardır. Parasal konulara dayalı hizmet veren bankalarda halkla ilişkiler çalışması, öncelikle bankaya güvenin sağlanması bakımından önemlidir. Zira, müşteri kazanmak ve onlarla yakın ilişkiler kurmak için insanlara nasıl davranılacağına bilinmesi; bu konuya ağırlık ve önemin verilmesini gerektirir. Ayrıca bu konu muhasebe kadar, elektronik işlemler kadar önem taşımaktadır. Çünkü büyük paralar harcanarak yapılan yatırım çalışmalarından daha ziyade bankada müşteri ile kurulan iyi ilişkiler, müşteride bırakılan olumlu izlenimler açısından daha etkilidir. Bankada yüzyüze iletişim, personel-müşteri ilişkisi ile gerçekleştirilmektedir. Bu yüzden personel-müşteri ilişkilerine olabildiğince dikkat edilmelidir. Bu hususu Asna şöyle ifade etmektedir "halkın bankaya yaklaştırılması sonra da bankaya karşı geniş bir güven duyması sağlanmalıdır" (Asna, 1969, s.75).

Ülkemizde genel anlamda kamu ve özel kesimde halkla ilişkilerin uzun süre ihmal edildiği bilinmektedir. Bunun en önemli göstergelerinden birisi de konu ile ilgili araştırmaların yok



denecek kadar azlığıdır. Genel anlamda halkla ilişkilerin gelişmemiş olması bankaları da etkilemiştir. Bu durum, bankalarda halkla ilişkilerin uzun süre ihmal edilmesini, akademik ve yönetsel alanlarda konuya gereken önemin verilmemesine neden olmuştur. Ancak son yıllardaki toplumsal ve teknolojik konulardaki gelişmeler pek çok kurum ve kuruluşta olduğu gibi bankalarda da halkla ilişkilerin önemini gündeme getirmiştir. Halkla ilişkilerin örgüt yapısında yer almasına, halkla ilişkiler biriminin personel ve parasal giderleri için daha hassas davranılmasına çalışılmaktadır.

Ülkemiz bankacılığında önemli bir yere ve işleve sahip olan Ziraat Bankası, kuruluş amacında da belirtildiği üzere, tarım kesimiyle özel ilişkiler kurmak durumundadır. Tarım kesiminin kredilendirilmesini tek başına gerçekleştiren Banka, bu kesime hizmet verebilmek amacıyla çeşitli zorlukları aşmak için uğraşmaktadır. Şöyle ki; ülkemizde, 1990 Nüfus Sayımına göre 56 milyonluk nüfusun 23 milyonu köylerde ve kırsal alanda yaşamaktadır (DİE, 1991, s.13). Burada yaşayanların geçim kaynağı ise bilindiği üzere tarım ve hayvancılık ağırlıklı uğraşlara dayalıdır. Yine bilinmektedir ki kırsal kesimin eğitim düzeyi düşüktür. Okumaz-yazmazların sayısı buralarda daha fazladır. Bir yanda gelişen bankacılık ve teknoloji, diğer yanda hizmet götürülecek kesimin eğitim düzeyinin düşüklüğü, Ziraat Bankası için aşılması gereken bir güçlük olarak ortaya çıkmaktadır. Zira Tortop'un da belirttiği gibi;

"Halkın eğitim derecesi, halkla ilişkileri hem idare hem de halk yönünden etkilemektedir. Halkın okuma oranı-yazma oranı yüksek olan yerlerde vatandaşlar hak ve çıkarlarına daha bilinçli olarak sahip olmaktadır. Aynı zamanda idare edenlerde halka ve onların haklarına karşı daha saygılı hareket etmektedirler. Eğitim derecesinin özellikle okuma-yazma oranının yüksekliği yönetim ile halk arasında haberleşmenin niteliğini ve niceliğini artırmaktadır" (Tortop, 1975, s.32).

Buradan hareketle tarımın geliştirilmesi, modernleştirilmesi, ve tarım kesimi çalışanlarının refahını artırmaya yönelik görevleri bulunan Ziraat Bankası'nın kırsal kesimdeki eğitim düzeyi düşük kişilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarının çok boyutlu olmasının gerektiği ifade edilebilir. Anılan yöre ve kişilere götürülecek halkla ilişkiler hizmetinin çalışma yöntemi, kullanılacak araç-gereç, düzenlenecek faaliyetler açısından bazı farklılıkları içermesi beklenir. Örneğin, GÜNEŞ' in belirttiği gibi "yazılı materyaller her bölgede aynı etkiyi yapmayabilir. İdeal olanı bölgesel farklılıklara göre çeşitli tür ve düzeylerde materyal hazırlamaktır" (Güneş, 1990 s.107).

Bütün bu hassas yaklaşım ve düşünceler eğitim düzeyi düşük olanlarla halkla ilişkileri gerçekleştirmenin önündeki engelleri ortaya çıkartmaktadır. Örneğin eğitim düzeyi düşük olanların çoğunluğunun, özellikle de okuma-yazmazların tümünün yazılı iletişim kurmadıkları



bilinmektedir. Bu insanlara gazete, dergi, broşür gibi araçlarla ulaşılması mümkün olamamaktadır. Okur-yazar olanların da bir kısmının köyde yaşıyor olması bu yayımlara sürekli olarak ulaşmalarına engel olmaktadır. Buna ilave olarak eğitim düzeyi düşük olanlar, bilgilenme isteklerini yazılı belgelere dayalı olarak gerçekleştirme yerine sözlü olarak gerçekleştirmeye ağırlık vermektedirler. Yazılı iletişim kuramayan bu insanların, sözel iletişime daha fazla açık olmaları sorun yaratmaktadır. Sözlü iletişimde bazı gerçek dışı beyanların gerçekmiş gibi değerlendirilmesi ya da akılda kalıcılığının az olması gibi nedenlerle etkisinin azlığı ve kısa sürede unutulması gibi olumsuzlukların eğitim düzeyi düşük olanları zor durumda bıraktığı da bilinmektedir.

Görüldüğü gibi eğitim düzeyi düşük çiftçilere halkla ilişkiler hizmetini götürme çabasının önünde pek çok zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklar Ziraat Bankası için de sözkonusudur. Bankanın çiftçilere yönelik halkla ilişkilerdeki mevcut zorluklara ilaveten başka zorlukları da bulunmaktadır. Bu zorluklardan birisi, Bankanın bankacılıktaki son teknolojiyi kullanmaya çalışmasından kaynaklanmaktadır. Bunların başında ATM'lerin kullanılması gelmektedir. Bankanın sunduğu bu uluslararası işlem yapabilen teknolojiyenin faydalanılması, bir konuda açılan hesaptan kazanılan ekstra haklardan istifade edilebilmesi belli bir eğitim düzeyi ile mümkündür.

"Herhangi bir konuda halkla ilişkiler etkinliği araştırma ile başlar. Halkla ilişkilerin nasıl yapılacağı, kime yöneleceği, hangi araçları kullanacağı, ne tür mesajları kullanacağı araştırma ile belirlenmelidir (Kadibeşgil, 1986, s.172) Bunun için de halkla ilişkilerde kullanılan araçlar, araçların kullanım yerleri ve etkililik dereceleri hakkında da örgütün bilgi birikimine sahip olması gerekir. Çiftçilere en yararlı olabilecek yöntemleri araçları ve mesajları belirlemek için bu bilgilere ihtiyaç vardır. Dolayısıyla Bankanın bu yönde çalışmalar yapması gerekmektedir.

Her ne kadar Ziraat Bankası'nın çiftçilerle ilgili bu olumsuzlukları bir anda ve tek başına çözmesi beklenemez ise de, Ziraat Bankası'nın çiftçilere halkla ilişkiler konusunda daha çok hizmet götürmek için diğer şartların yerine gelinceye kadar beklemesi de gerekmez. Bu durumda Banka'ya düşen görev; nasıl şimdiye kadar tarıma, gelişmesi ve modernleşmesi için destek olmuşsa, katkıda bulunmuşsa, bundan sonra da devam etmek ve çiftçiye yönelik halkla ilişkiler çalışmalarını incelemek, inceleme sonucunda da mevcut durumu ve sorunları ortaya çıkartmaktır. Mevcut durumun ve sorunların ortaya çıkarılması, çiftçiye yönelik halkla ilişkilerin geliştirilmesine yönelik çalışmalar, sözkonusu yetişkinlerin özellikleri de gözönünde bulundurarak bilimsel yöntemle gerçekleştirilmelidir. Burada halkla ilişkilerin yetişkin eğitimi ile olan ilişkisi şöyle açıklanabilir. Banka halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştirirken çiftçilerin eğitim, sosyal,

kültürel durumlarını da dikkate alarak çeşitli yöntemlerle ve araçlarla Bankayı tanıtmaya çalışmaktadır. Tanıtım çalışmaları aynı zamanda eğitimde “*algın eğitim*” olarak anılan bir faaliyet alanının kapsamına girmektedir. Bilindiği gibi algın eğitim “geleneksel eğitim kurumları ile değil bütün sosyal kurumlar aracılığı ile yürütülen, herkese bilgiler veren, davranış kazandıran bir eğitimidir. Televizyon, radyo, gazete gibi kitle iletişim araçları ile ya da birey kendi kendine deneyerek, çevresindeki eş, aile, arkadaş grupları, çalışma ekipleri gibi çeşitli kişilerle diyalog kurarak bu eğitimi almaktadır (GÜNEŞ, 1996, s. 3). Bankanın hizmetlerini, yeniliklerini tanıyan çiftçi aynı zamanda, algın eğitim yoluyla bilgi sahibi olmaktadır. Bankanın halkla ilişkiler faaliyetlerinde yetişkinin özelliklerini dikkate alarak çalışmalarını gerçekleştirmesi; yetişkinin çeşitli kaynaklar vasıtasıyla doğru veya yanlış olarak Banka hakkında birtakım ön bilgilere sahip olmasını önler. Ayrıca yetişkinlerden aldığı dönütleri değerlendirerek, gerektiğinde yeni uygulamaları hayata geçirmelidir. Aynı durum yetişkin ile yüzyüze yapılan çalışmalarda da geçerlidir. Tanıma ve tanıtma çalışmalarında yetişkinin özelliklerini dikkate alarak hazırlanan bilgileri, yetişkinlere aktarmada ve onları bilgilendirmede kolaylık sağlamaktadır. Örneğin bu yıl Bankanın hangi ürüne ne kadar kredi vereceği, hangi konularda çiftçiye ne gibi kolaylıklar getireceği, mevcut uygulamalardaki değişikliklerin neler olduğu, genel bankacılık hizmetlerindeki son gelişmelerin neler olduğunun çiftçiye aktarılması, bu konularda çiftçilerin bilgilendirmesi daha kolay olmaktadır. Banka bu yolla çiftçilere bir şeyler öğretmekte, bazı konular hakkında çiftçileri bilgi sahibi yapmakta ve böylece onların eğitimine katkıda bulunmaktadır. Bu durumu bir çizgi üzerinde şöyle gösterebiliriz:

Halkla İlişkiler → Tanıma + Tanıtma → Yetişkinler (Çiftçiler) → Eğitim ← Yetişkin Eğitimi

Yukarıda da görüldüğü gibi halkla ilişkiler faaliyetlerinde ve yetişkin eğitiminde ortak nokta yetişkindir. Kapsamları, yöntemleri farklı olsa da yetişkin eğitiminin asıl konusu olan yetişkin, halkla ilişkilerin de temelde dikkate alınması ve uygulamada sürekli gözönünde bulundurulması gereken bir ögedir. Aksi takdirde; yani halkla ilişkilerin faaliyetlerinde “yetişkin eğitimi” gerektiği kadar dikkate alınmazsa, Bankanın halkla ilişkiler faaliyetleri amacına ulaşamaz, bu durumda yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin hem yetişkinlere hem de Bankaya yararlılığı azalacaktır. GÜNEŞ’in de belirttiği gibi algın eğitim hiç bir zaman örgün ve yaygın eğitimin alternatifi değildir (GÜNEŞ, 1996, s.3). O halde çiftçiye yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde yetişkin eğitimi gözönünde bulundurulmalı, yapılacak çalışmalarda farklı disiplinlerden yararlanılmalıdır. Bunlara ilave olarak bu konuda yeterli araştırmaların yapılmamış olması, yapılanların da teknolojik ve

toplumsal gelişmeler karşısında hızla güncelliğini kaybetmesi, böyle araştırmanın yapılmasını gündeme getirmiştir.

### A m a ç

Ziraat Bankasının ülkemiz tarımına yönelik hizmetleri ile tarımın gelişmesi ve modernleşmesi yönündeki katkısı bilinmektedir. Ülkemiz tarımında böylesi önemli bir yeri olan Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinin incelenmesi, inceleme sonucunda sorunların ortaya çıkartılması, çiftçiye yönelik halkla ilişkilerin geliştirilmesine yönelik önerilerin bilimsel olarak ileri sürülebilmesi ve bu hususların yetişkin eğitimi açısından değerlendirilebilmesi böyle bir çalışmanın yapılmasını gerekli kılmıştır.

Bu araştırma ile T.C. Ziraat Bankası'nın

1. Çiftçiye yönelik halkla ilişkiler çalışmaları nelerdir ?

a) Tanıma faaliyetleri nelerdir?

b) Tanıtma faaliyetleri nelerdir?

c) Tanıma ve tanıtımda kullanılan araçlar nelerdir?

2. Değişen ve gelişen bankacılık çiftçiye yönelik halkla ilişkileri nasıl etkilemektedir?

3. Ziraat Bankası'nın Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Zirai Krediler Müdürlüğü ve ilgili Banka şubelerinde çalışan personelin;

a) Kişisel özellikleri nelerdir?

b) Çiftçiye yönelik halkla ilişkiler çalışmalarının gerçekleştirilmesine ilişkin görüşleri nelerdir?

c) İlişkilerde karşılaşılan sorunlar ve çözümüne yönelik görüşleri nelerdir?

4. Ziraat Bankası ile çalışan çiftçilerin,

a) Kişisel özellikleri nelerdir?

b) Tarımsal varlıkları nelerdir?

- c) Tarımsal Kredi alma, kullanma ve ödeme konusunda karşılaştıkları sorunlar nelerdir?
- d) Bu sorunların çözümüne yönelik görüşleri nelerdir?
- e) Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinin iyileştirilmesine yönelik görüşleri nelerdir?

## **Araştırmanın Önemi**

Türkiye'de tarımsal faaliyetleri üretimden, pazarlamaya kadar her safhada kredileriyle destekleyen ve en büyük devlet bankası olan Ziraat Bankası'nın tarım kesimiyle ilişkileri özel bir önem taşımaktadır. Zira ülkemizdeki nüfusun yarıya yakını kırsal kesimde oturmakta ve tarımla uğraşmaktadır. Ayrıca kırsal kesimin eğitim düzeyinin düşüklüğü de gözönünde bulundurulursa Ziraat Bankası'ndan bu kesimin faydalanması için halkla ilişkilerin daha çok önem kazanacağı muhakkaktır. Bu nedenle Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik halkla ilişkiler çalışmalarında mevcut durumun tespiti ve yetişkin eğitimi açısından değerlendirilmesi alanın verimliliği, geliştirilmesi, varsa eksikliklerinin belirlenmesi bakımından önemlidir.

## **Sınırlılıklar**

Bu araştırma ;

1. Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik halkla ilişkiler konusunda 1990-93 yılları arasında yürüttüğü faaliyetlerle ve araştırmacı tarafından ulaşılan kaynaklarla,
2. 1993 Yılında Genel Müdürlük ve ilgili banka şubelerindeki görevli personelin görüşüyle,
3. Ankara İli Haymana ve Polatlı İlçelerine bağlı 6 (altı) köyde oturan ve Ziraat Bankasından Tarımsal Kredi kullanan çiftçilerin görüşüyle, sınırlıdır.

## Tanımlar

**Halk** : Ziraat Bankasının müşteri adı altında yasal çerçevede karşılıklı ilişkide bulunduğu, Bankanın ürettiği hizmetleri tüketen ve bankanın kendi çalışmalarını düzenlerken her aşamada ilgi, istek ve özelliklerini gözönünde bulundurmaya zorunluluğunu duyduğu kesimdir.

**Tarımsal Kredi** : Çiftçi adı altında ve belli özellikleri taşıyan müşterilere; yatırım ve işletme sermayesi unsurlarını tamamlamak, üretimi ve verimi artırmak ve iyileştirmek, bir tarımsal işletmeye sahip kılmak veya tarımsal işletmeyi genişletmek amacıyla arazi edindirmek, tarımsal ürünlerini işlemek, değerlendirmek ve tarımsal üretime girdi sağlamak, ürünlerin pazarlanmasını kolaylaştırmak amacıyla, Bankaca belli dönemde, belirlenen yasal faiziyle birlikte geri alınmak üzere verilen paradır.

**Yetkili** : Ziraat Bankası'nın Genel Müdürlük Birimlerinden Halkla İlişkiler Müdürlüğü ve Tarımsal Krediler Müdürlüğünde çalışanlar ile, Haymana ve Polatlı İlçelerindeki banka şubelerinde görevli, çiftçiyle direkt veya dolaylı ilişki içinde bulunan, banka çiftçi ilişkilerini belirlemede karara doğrudan veya dolaylı etki edebilen kişidir.

## BÖLÜM II

### A. HALKLA İLİŞKİLER

Bu kısımda halkla ilişkilerin tanımları, tarihsel gelişimi, amacı, önemi, Türkiye'de bankacılık ve halkla ilişkiler, tarım kesimine yönelik halkla ilişkiler konuları ile halkla ilişkilerde kullanılan araçlara değinilmiştir.

#### Halkla İlişkilerin Tanımları

Ekonomi, psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, felsefe ve genel kültür gibi diğer alanlarla içiçe olan "halkla ilişkiler her geçen gün yurdumuzda giderek daha çok üzerinde durulan bir uygulama ve disiplin olma yolundadır" (Ertekin, 1995, s.1).

Halkla ilişkiler değişik alanlarla olan ilişkisine bağlı olarak, çeşitli şekilde tanımlanmaktadır. Varol, halkla ilişkileri "halkla ilişkiler çok genel ve soyut olarak, bir kurumun çevresi ile iletişiminin yönetimidir" (Varol, 1990, s.8) olarak tanımlamaktadır. Asna ise halkla ilişkileri yönetim açısından değerlendirerek şöyle tanımlamıştır, "halkla ilişkiler, yönetimin felsefesini, bu felsefenin yürütülen politika ve eylemlerle örgütlenmesi, bir yönetim fonksiyonu ve karşılıklı anlayış ve iyi niyetin sağlanması için kamuoyu ile haberleşme yöntemleri sonucunda, bu felsefenin, politikanın, uygulamanın ve eylemlerin açıklanmasıdır" (Asna, 1978, s.7). Halkla ilişkileri "halkın tutumlarını değerlendiren bir bireyin ya da örgütün siyasetlerini ve usullerini halkın çıkarlarıyla birleştirebilen ve halkın anlayış ve kabulünü kazanmak için bir eylem programı yürüten faaliyet" (Orrick, 1967, s.3) olarak tanımlayan Orrick'de halk ile örgüt arasındaki çıkar ve uyumu ön planda tutmaktadır. "Uluslararası Halkla İlişkiler Derneğinin (IPRA) 1954 tarihli kongresinde kabul edilen tanım ise şöyledir: "Halkla ilişkiler bir işletmenin ya da özel veya kamusal bir kuruluşun bağlantı kurduğu veya kurabileceği kimselerin anlayış sempati ve desteğini elde etmek ve bunu devam ettirmek için yaptığı sürekli ve örgütlenmiş bir yönetim görevidir" (Varol, 1988, s. 87). DPT'nin tanımında da, yapılan çalışmaların halk tarafından onaylanması itibar görmesinin öne çıktığı görülmektedir; "özel ya da kamu kesimindeki kuruluşların ilişki kurdukları ve kuracakları grupların anlayış, sempati ve desteğini elde etmek ve sürdürmek için gerçekleştirdikleri örgütlenmiş, sürekli ve iletişime dayalı bir etkileşim süreci ve buna bağlı olarak da; ister kamu kuruluşlarında olsun ve isterse özel kesimde olsun yönetimin eylem ve işlemlerini bu gruplarla gerçekleştirme ve böylece kendiliğinden oluşan bir onay elde etme sürecidir" (DPT,

1983, s.10). Ertekin ise tanımının çerçevesini daha geniş tutarak, halkla ilişkileri "bir örgütün sunduğu hizmetin geliştirilmesi amacıyla yürütülen ve kamuoyunu etkilemeye yönelik tüm ilişki biçimlerini içeren planlı çabalar" olarak tanımlamaktadır (Ertekin, 1995, s.9).

Yukarıdaki tanımlara dayanarak halkla ilişkileri şu şekilde de açıklamak mümkündür: Kişi, kurum ve kuruluşların etkilediği ve/veya etkilendiği, içinde insan unsuru bulunan her türlü organ ile gerçekleştirilen çift yönlü ilişkilerinin bütününe halkla ilişkiler denilmektedir. Burada ifade edilen çift yönlü iletişim tanıma ve tanıtmayı içerir. Çünkü ilişki yoksa tanıma ve tanıtma yoluyla ilişki kurulur ve geliştirilir, eğer ilişki kurulmuşsa, varsa geliştirilmesi için yine aynı ögeler kullanılır. Halkla ilişkilerde tanıma ile; kuruluşun, kamunun kimler olduğunu, neler olduğunu, kamunun özelliklerinin tespiti amacıyla düzenli sistemli araştırmalarla, etkinlikler bütünü ifade edilmektedir. Halkla ilişkilerde tanıtma ile de kurumun yapısı, çalışması, ürünün hakkındaki bilgiler kamuya duyurularak kamunun ilgisini kuruma çekecek yönde bilgilendirilmesi, anlatılmak istenmektedir.

## Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Gerek insanların, gerekse örgütlerin toplumdaki konumlarını, amaçları doğrultusunda maksimum seviyede tutmaları için yaptıkları veya yapacakları faaliyetleri halka anlatma ve halktan destek görme ihtiyaçları vardır. Bu durum örgütlerin yaşaması, insanların da başarılarının devamı için gereklidir. Bahsedilen tanıma ve tanıtma çalışmalarının yapılması ise en basit anlamdaki halkla ilişkiler faaliyetidir. Her ne kadar halkla ilişkiler teknik ve akademik olarak herkes tarafından bilinmiyor da olsa; önceden beri kullanılmagelindiği söylenebilir. Şöyle ki; "peygamberlerin insanlara dinleri anlatmaları, Eski Roma'da, Yunan'da, Makedonya'da, Sofistlerin, Çiçero'ların, Kato'ların, Demosten'lerin söylev ve konferanslarıyla halkla ilişkiler çabası göstermeleri ile bağıntılıdır (Asna, 1969, s.18).

Halkla ilişkilerin çağdaş içeriği ve terimleri 19. yüzyılda henüz bilinmiyordu. Ancak bu yüzyılda "tanıtım" açısından üç olay gelişti:

1. Basınla ilişkilerin önemi kavrandı ve basın sözcüleri bu işe alındı.
2. Reklamcılık gelişti.
3. İşveren çevrelerini eleştiren gruplar sayesinde sosyal reformlara gidildi ve tanıtımında yeni yöntemler geliştirildi (Mardin, 1987, s.23).

Kaynaklar, ilk kez *halkla ilişkiler* adının 1807'de kullanıldığını belirtmektedir. Londra Halkla İlişkiler Enstitüsü Başkanı R.A. Paget-Cooke ABD'nin 3. Başkanı Jefferson'un 1807



yılında kongreye gönderdiği bir mesajda bu deyimini kullandığını kaydetmektedir. H. Verdier, New Yorklu avukat Dorman Eaton'un 1882 yılında Yale Üniversitesinde "Halkla İlişkiler ve Hukukçunun Görevleri" konulu bir konferans verdiğini ifade etmektedir (Kadıbeşgil, 1986, s.18).

19. Yüzyıla kadar ilkel yollarla geliştirilen halkla ilişkiler kurma çabaları 19. yüzyılın sonuna doğru, özellikle Amerika'da hızla örgütlenmeye başlamıştır. Jakson'un halkoyu danışmanı Amos Kendall tarafından 18. yüzyılın sonlarında başlatılan kamuoyu araştırmaları hızla geliştirilerek, hemen her alanda bilgi verecek düzeye ulaşmıştır. 1891'de ölen Phineas Barnum, özellikle tiyatro, sinema gibi eğlence dallarında halkı aydınlatmak için basından geniş ölçüde yararlanılmasında öncülük etmiştir. 1896 seçim kampanyasında Bryan-Mc Kinley Savaşı, siyasal alanda halkla ilişkilerin örgütlü bir şekilde kullanılmasının ilk örneği olmuştur. Ticaret ve sanayi alanındaki gelişmeler, aynı yıllarda halkla ilişkiler konusunun bu alanda da önem kazanmasına yol açmıştır. Örneğin ilk defa olarak 1890'da bir özel kuruluş, Ryan ve Whitney Mali Danışmanlık Firması, George Harvey adlı bir gazeteciyi, maaşlı memur olarak sadece halkla ilişkilerle uğraşması için görevlendirmiştir (Asna, 1969, s. 19).

Halkla ilişkilere yeni görüş ve teknikler getiren ve modern halkla ilişkilerin babası olarak tanınan Ivy Lee 1916 yılında John Rockefeller'in özel danışmanı olarak çalışmaya başlamıştır. Ivy Lee basın ve kamuoyu tarafından soğuk, gaddar bir sömürücü olarak tanınan John Rockefeller'in halk gözündeki soğuk görüntüsünü adeta mucizevi bir şekilde değiştirerek bu ünlü müşterisiyle birlikte kendi adını da üne kavuşturmuştur. 1929'larda da Elmo Roper, Elton Mayo gibi sosyal bilimciler örgüt içi ve dışı yönleriyle halkla ilişkileri en geniş anlamda kapsayan konuları işlemeye başlamışlardır (Çerçi, Şen, 1974, s.16-18).

Çağdaş anlamda ilk halkla ilişkiler departmanını 1889 yılında George Westinghouse, kendi elektrik şirketi içinde meydana gelen bir kriz esnasında kurulmuştur. O yıllarda Westinghouse alternatif akımı, rakibi General Elektrik şirketinin kurucusu, mucit Edison ise doğru akımı savunuyordu. İdam cezasında kullanılan elektrikli sandalyede alternatif akım kullanılıyor diyerek Westinghouse'u aşağılayan Edison'a karşılık Westinghouse basın sözcüsü olarak yetenekli bir gazeteci olan Heinrich'i işe almıştır. Bu şekilde basın ile bilgi alış verişinin önemi ortaya çıkmıştır.

Amerika Birleşik Devletlerinde 1916'da ünlü John Rockefeller JR'in danışmanı olarak göreve başlayan gazeteci Ivy Lee ilk halkla ilişkiler adamı olarak bilinir. İşçilerin iş bırakması ile ilgili olarak ortaya çıkan sorunları çözümlen Lee, daha sonra bir çok olumsuz uygulamaları yüzünden zehirli sarmaşık olarak da anılan bu gazeteci türlü eleştirilerle karşılaşmıştır. Yayımladığı bir takım kitapçıklarla halkla ilişkilerin özel kesimdeki ilk örneklerini ve ilkelerini ortaya koyan Ivy Lee, halkla ilişkileri meslek olarak yapan ilk kişi olmuştur. Lee'nin "Declaration of Principles" adıyla kamuya duyurduğu başlıca ilkeler şunlardır: Kamuoyunu görmemezlikten gelmek mümkün değildir. Kamu toplumdaki olaylardan mutlaka haberi kılınmalı, bunun için de mutlaka basınla ilişkiler sağlıklı bir biçimde yürütülmelidir. Bu tür ilişkiler nitelikli bir hizmetle desteklenmeli, böylece hizmetin geliştirilmesi de sağlanmalıdır. 1919 yılında Bernays New York'ta kendi özel iş yerini açtı. O zaman kendisi yaptığı işi, tanıtma hizmetinin yönetimi olarak adlandırdı. Çünkü "basın temsilcisi", "kamuyu aydınlatma" ve "reklam yönetimi" gibi isimler istenmeyen bir takım



anlamlara yol açabiliyordu. Bir yıl sonra Bernays, "Halkla İlişkiler Danışmanlığı" sözünü benimsedi ve "Contact" adlı bir yeni dergiyle bu yeni alanı açıklamaya çalıştı. 1923 yılında Bernays halkla ilişkiler alanındaki ilk yapıtını, Crystallizing Public Opinion (Kamu Oyunun Belirlenmesi)'ni yayımladı (Ertekin, 1995, s.4-5).

Halkla ilişkiler mesleğinin gelişimi beş devrede özetlenebilir. Bunlar; (Mardin, 1987, s.4)

1.1900-1917 : Gazetecilikte sorumsuzluk dönemi ve buna karşı oluşan savunma, tanıtma ve geniş kapsamlı reformlar süreci,

2.1917-1919 : (1.Dünya Savaşı) Devlet tahvillerinin satışını hızlandırmak amacı ile yapılan halkla ilişkiler faaliyetleri ve vatanseverliği alevlendirecek kampanyalar,

3.1919-1933 : (Kükreyen Yirmiler) Savaş döneminde halkla ilişkiler deneyimi kazananların ortaya çıkan prensipleri ürün tanıtımında kullanmaları, iktidar kavgaları ve hayır cemiyetlerine yardım toplama kampanyaları sayesinde ortaya çıkan yeni uygulama alanları,

4.1933-1945 : (Roosevelt Dönemi) Büyük kriz ve İkinci Dünya Savaşı, mesleği geliştiren ve uzmanlaşmayı sağlayan deneyimler,

5.Günümüzde : Halkla ilişkiler çalışmalarında büyük patlama ve mesleğin olgunlaşması devreleridir.

Günümüzde halkla ilişkilerin bu denli önem kazanması ve gelişmesi, sanayileşmenin gelişmesine, toplumsal bilincin ve rekabetin artmasına, medyanın gelişmesine bağlı olarak açıklanabilir.

## **Halkla İlişkilerin Amacı ve Süreci**

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneğinin Eğitim ve Araştırma Komitesi Raporuna göre, yönetim açısından halkla ilişkilerin uygulama boyutu içinde yer alan başlıca konu ve amaçlarını ise şöyle sıralamak mümkündür;

1. İnsan davranışlarını anlamaya yönelik çabalar,
2. Geleceğe yönelik eğilimlerin saptanması ve çözümlenmesi,
3. Kamuoyunun ilgili konulardaki tutum ve beklentilerine ilişkin araştırmaların yapılması ve alınabilecek önlemlere yönelik önerilerde bulunulması,
4. Örgüte yönelik yanlış anlamaların önlenmesi,
5. Karşılıklı saygı ve toplumsal sorumluluğun teşvik edilmesi,
6. Özel çıkarlarla, kamusal çıkarların uyumlu kılınması,
7. Mal ve hizmetlerin geliştirilmesine katkıda bulunulması,
8. Örgütün kurumsal kimliğinin yerleşmesinin sağlanması,
9. Demokrasinin yerleşmesine katkıda bulunulması (Işıkyakar, 1987, s.9).

Bu amaçları gerçekleştirmek için aşağıdaki kaynaklardan faydalanılmaktadır.

- Gerekli haberleri basına iletme,

- Basını izlemek ve basın dosyası tutmak,
- Bülten, kitap ve broşür yayınlamak,
- Halkın yakınmalarını izlemek,
- Meclis çalışmalarını ve kongrelerini izlemek,
- Basın toplantısı düzenlemek,
- Radyo ve televizyona özel programlar hazırlamak,
- Tören ve özel günlere basını davet etmek,
- Filmlerden yararlanmak olarak sıralanabilir (Tortop, 1975, s.11).

Yukarıdaki bilgiler özetlenecek olursa, halkla ilişkilerin, örgütün çevresiyle etkileşimindeki en önemli bilgi alış-veriş kanalını oluşturduğu söylenebilir. Bu kanaldan elde edilen bilgilerle de halkla ilişkiler süreci devamlı olarak geliştirilir.



↑ ← ← ← BESLEYİCİ YANKI (FEED BACK) ← ← ← ↓

(NOLTE, 1974, s.45)

## Halkla İlişkilerin Önemi

Ekonomi, teknoloji, eğitim ve demokrasi konularında oldukça hızlı gelişmelerin yaşandığı dünyada bu gelişmelere paralel olarak seçenekler çoğalmakta, rekabet artmakta, demokrasinin de gelişmesiyle insanlar daha bağımsız ve rahat edebileceği ortamı yakalama ve kullanabilme şansları artmaktadır.

Geçmiş dönemlere bakarak özellikle insan davranışlarındaki rahatlama ve farklılaşma artık insanların kolayca yönlendirilemeyeceği, tercihlerinin ve isteklerinin gözardı edilemeyeceği gerçeğini ortaya koymuştur. Bu aşamada halkla veya halk için iş yapanların bahsedilen hususu gözönünde bulundurarak; halkın dilek, istek, şikayet ve beklentilerini belirleme zorunluluğu doğmuştur. Halkın mevcut durumunu belirlemenin yanısıra, halka kendini anlatma zorunluluğu da gündeme gelerek çift yönlü iletişim ortaya çıkmıştır.

Halkla ilişkiler alanı yukarıda sayılan gelişmelere bağlı olarak gündeme gelmiş ve toplumdaki yerini bulmuştur. Bilindiği gibi halkla ilişkiler halkı tanımak için çaba harcayan, halkın dilek, istek ve şikayetlerini öğrenmeye yönelik gayret sarfeden ve halka kurumu tanıtmak için inandırma esası üzerine temellendirilmiş çalışmalar yapan alandır. Halkla ilişkilerin önemi de iktisadi ve sosyal gelişmeler oranında artmaktadır. Gelişmiş ülkelerde oldukça fazla yararlanan halkla ilişkiler etkinliğinden gelişmekte olan ülkelerin de artık uzun süre ayrı kalacağını söylemek mümkün değildir. Zira, halkın inanmadığı, desteklemediği şeyleri, halka rağmen yapabilme devri kapanmak üzeredir. Bütün bu gelişmeler de halkla ilişkileri gerekli kılmakta, halkla ilişkilerin önemini daha da artırmaktadır.

## Türkiye'de Halkla İlişkiler

Ülkemizde halkla ilişkilerin gelişmesi şöyle gerçekleşmiştir :

Halkla ilişkilerin tanıtma ve enformasyon işlevleri, tarihin her devrinde değişik biçimlerde uygulanageldi. Göktürklerin Orhun Abideleri bunun ilk örnekleri arasındadır. Selçukluların büyük devlet adamlarından Nizamülmülk'ün Siyasetname adlı eserinin bazı bölümlerinde, yönetimin halkın durumu hakkında doğru ve yeterli bilgiye sahip olması gerekliliğine işaret edilmektedir. Aynı kitapta, yabancı ülke temsilcilerine ve elçilere gösterilecek ilginin önemi üzerinde durulmakta, bu kişilere yapılacak muamelenin temsil ettikleri ülkeye yapılmış olacağı açıklanmaktadır. Anadolu Selçukluları döneminde hükümdarların haftanın belli günlerinde zamanlarını, halkın şikayet ve isteklerini dinlemek için ayırdıkları bilinmektedir. Osmanlı döneminde bazı elçilerin sefere davet edilmeleri, devletin zaferlerinin islam ülkelerine fetihnameler ve hediyelerle duyurulması, Fatih döneminde sanatçıların yabancı ülkelerden davet edilmeleri ve iltifat görmeleri, cuma namazlarında halkla görüşme saatleri ayrılması, halkın şikayetlerinin doğrudan sadrazamlar ve diğer ileri gelenler tarafından dinlenilmesi, yönetenlerle, yönetilenler arasındaki iletişim köprülerinin atılmasına örnek olay olarak gösterilmektedir. Hatta 2. Abdülhamit döneminde yabancı basında, Türkiye lehine çıkan yazılar yayınlanması yolunda çalışmaların yapıldığını görüyoruz. Batı dünyasında etkili olabilecek siyasiler, ilim ve sanatçılar ödüllendirildi. Devletin faaliyetlerinin gereği gibi tanıtılabilmesi için 268 şehirde temsilcilikler kurulması, sözkonusu faaliyetler için ilgi çekici bir örneği oluşturmaktadır. Cumhuriyet Türkiyesinde enformasyon ve tanıtma yolunda bizzat Atatürk tarafından adımlar atılmış, yeni cumhuriyetin sesini iç ve dış dünyada duyurması için 6 Nisan 1920'de Anadolu Ajansı kurulmuş, reformların halka tanıtımı doğrudan büyük önder tarafından yapılmıştır. 4 Eylül 1919'da Sivas kongresini toplayan Atatürk, alınan kongre kararlarını halka duyurmak için İrade-i Milliye gazetesini yayınlattı (Kadıbeşgil, 1986, s.22).

"Türkiye'de halkın yönetime katılması, kendini önemli bir güç olarak kabul etmesi Cumhuriyet ile başlamıştır. Fakat öncelikle 1945'den sonra çok partili bir siyasal yöneliş, halk yığınlarının çeşitli baskı grupları halinde siyasal partileri desteklemeleri, siyasal partilerin halka yanaşmaları, onun siyasal davranışına devlet ilişkilerine, yönetime karşı istek ve dileklerine büyük bir değişiklik ve canlılık getirmiştir" (Yasa, 1970, s.83). Zira, "liberal, özgürlükçü ve çoğulcu demokratik, toplumsal (siyasal, ekonomik, ve kültürel bir bütün olarak) sistem halkla ilişkilerin temel varlık ve uygulanabilirlik koşuludur" (Varol, 1988, s.269). Türkiye'de bilimsel anlamda halkla ilişkiler çalışması, 27 Mayıs 1960'dan sonra, kurulan ya da organize edilen kamu kuruluşlarında görülmüştür. Bunların birincisi 1961'de 91 Sayılı Kanunla kurulan DPT'dir. İkincisi ise üç yıl sonra DPT ve SSYB'nin ortaklaşa olarak yaptıkları bir nüfus planlaması çalışması örgütüdür. Bu çalışmanın neticesinde Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Bahsedilen iki kuruluşta da halkla ilişkiler ünitelerine yer verilmiştir. Birincisinde planlı kalkınma fikrinin halka tanıtılması, benimsetilmesi ve desteklenmesi, ikincisinde nüfus planlaması ya da doğum kontrolü ve aile planlamasının halka tanıtılıp benimsetilmesi amaçlanmıştır. Yine, 1962 yılında yayımlanan ve MEHTAP Raporu olarak bilinen Merkezi Hükümet Teşkilat Araştırma Projesinde halkla ilişkiler konusuna da yer verilmiştir. Anılan raporda "Devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın ilişki sağlamak zorunludur" denilmekte ve devamında kamu ve özel sektörün bünyesinde halkla ilişkiler birimi kurmaları ve buralarda meslekten kişileri istihdam etmelerinin gerekliliği vurgulanmaktadır (TODAİE, 1966, s.55). Raporda Türkiye'de halkla ilişkiler ve enformasyon hizmeti gören birimlerin değişik isimler taşıdığına işaret edilmiş ve Başbakanlığa bağlı ve koordinasyonu sağlayacak merkezi bir örgütün gerekli olduğu belirtilmiştir. Bakanlık ve diğer örgütlerde halkla ilişkiler ve enformasyon birimleri kurulması halka yol gösterecek ve yardımcı olacak danışma birimlerinin bulunması veya esas görevlere ek olarak bu görevleri diğer memurların yapmaları belirtilmiştir. Raporda halkla ilişkiler ve enformasyon birimleri kuruluşun baş yöneticisine bağlı olmalı ve çalışan elemanların seçiminde özel bir titizlik gösterilmeli ve hizmet alanı ile ilgili eğitim görmüş kişiler seçilmelidir denilmektedir.

Türkiye'de halkla ilişkilerin önemi bütün kamu kuruluşlarınca anlaşılmaya başlanmış olmasına rağmen kuruluşların bu konuda uzman eleman sağlayacakları kaynaklar sınırlıdır. Halen görevli elemanların çoğu mesleki eğitim görmüş, halkla ilişkilerde uzmanlaşmış kişiler değildir (Tortop, 1975,s.22).

Türkiye'de halkla ilişkilerin bir takım özellikleri şöyle sıralanabilir:

- 1.Kamuoyunun yönetime katılma isteği zayıftır.
- 2.Kitle haberleşme araçları ile iletilen mesajın anlaşılması güçtür. İletilen mesajın, topluma kanaat önderleri aracılığı ile yayıldığı görülür.
- 3.Kamuoyu eski alışkanlıklara bağlı olduğundan her türlü yeniliği tepki ile karşılama eğilimindedir.

4.Sürekli olarak yapılan vaatlerin tutulmıyışı sonucu, kamuoyunda devlete karşı aşırı bir güvensizlik doğmuştur.

5.Görevli altbirim çalışanlarının çözümlayebileceği sorunların, birimin en üst yöneticisi tarafından çözümünü bekleme alışkanlığı geniş bir işlerlik kazanmıştır.

6.Kamu örgütleri kırtasiyeciliğe boğulmuş, araştırma olanaklarından yoksun, uyarılara kapalı, katı bir mevzuat kalıbı içerisine sıkışmış, siyasi baskılar altında ezilen bir görünüm içerisinde (Aydın, 1975, s.9)

Toplumumuzun yönetimden şikayetlerini şu noktalar etrafında özetleyebiliriz:

- 1.Kamu personelinin güteryüzlü olmaması,
- 2.Herkese eşit işlem yapılmaması,
- 3.Bugün git, yarın gel anlayışıyla işlerin savsaklanması,
- 4.Noksan bilgi verilmesi,
- 5.Anlayış ve kolaylık gösterilmemesi,
- 6.İşlemlerde aşırı kırtasiyeciliğin mevcudiyeti,
- 7.Yapılan hizmetin noksan ve kalitesiz olması,

8.İlgili kamu görevlisinin yetkisiz olması veya yetkinin mevcut olduğu hallerde ilgilinin yetkisini kullanmaktan kaçınması (Yalçındağ, 1968, s.5).

Başbakanlık Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı tarafından 1991 yılında yapılan "Kamu Kuruluşlarındaki Halkla İlişkiler Hizmetlerinin Değerlendirilmesi" başlıklı bir incelemede, halkla ilişkiler birimi bulunan 58 kuruluş ile bu görevin başka birimlerce yürütüldüğünü belirten 19 kuruluşta çalışan toplam 651 personelin % 21'inin Basın-Yayın Yüksek Okullundan, % 31,2'sinin diğer yüksek okullardan, % 1,5'inin ise iki yıllık önlisans seviyesindeki okullardan mezun oldukları anlaşılmaktadır. Görüldüğü gibi son derece farklı eğitim düzeylerinden ve kurumlarından gelen bir personel kadrosu ile karşı karşıya bulunmaktadır. Yalnızca bu saptama bile, kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler birimlerinin etkililiğinde gözönünde tutulması gereken bir durumdur (Ertekin, 1995, s.86).

Bu incelemeler ülkemizde halkla ilişkiler faaliyetinin uygulanma ve etkililiğinin önünde çeşitli sorunları ortaya çıkarmaktadır.

### **Türkiye'de Bankacılık ve Halkla İlişkiler**

Gelişme ve demokratikleşmenin bir sonucu olarak gerek insan ilişkilerinin önem kazanması, gerekse insanların seçim yapma olanaklarının çoğalması, halkla ilişkilerin önemini artırmaktadır. Diğer taraftan bankacılık sektörünün teknik olarak gelişmesi sunulan hizmetlerin çeşitlenmesini ve hızlanmasını da getirmiştir. Olumlu yönde olan bu gelişmelerden üreten ve tüketenin istenilen faydayı temin edebilmesi ise, gelişmelerin neler olduğunun ve nasıl faydalanılacağı, malı veya hizmeti tüketene en uygun ifade ile anlatılmasıyla mümkün olabilecektir. Her ne kadar yenilik ve olumlu gelişmeler zamanla hedef kitle tarafından benimsenip kullanılırsa da; yeniliğin kullanımına ve kabulüne kadar geçen süreyi en aza indirmek, bunun yanı sıra kişilerarası ilişkilerde ürün ve hizmetle ilgili yanlış bilgi aktarımı, dolayısıyla karşıt tutuma yer vermemek için örgütte halkla ilişkiler biriminin kurulması ve bu birimin etkili olarak görev yapması gerekir.

Kuruluş tarafından başarı ile yürütülen hizmetin halkla haberleşme araçlarından ve diğer yol ve yöntemlerden yararlanılarak, duyurulması gerekir. Bu yapılmadığı takdirde kişilerce, yürütülen hizmet hakkında, algılarının ve çeşitli söylentilerin etkileri altında sadece tahminlere dayanılarak yapılacak değerlendirmelerin tutarlı olamayacağı, hatta bir bakıma sadece söylenti ve dedikodudan öte geçemeyeceği ise kuşkusuzdur. Öte yandan kamu kuruluşlarıncı toplumun aydınlatılmasının, kendileri için yararlı olmasının ötesinde, bir görev anlamı da taşıdığı



unutmamak gerekir... Çünkü demokratik düzende kamu kuruluşlarının yapılan çalışmalar hakkında toplumu aydınlatması, bir tür hesap verme niteliğindedir. Bu nedenle hesap verme işinin tam yapılmaması bir bakıma toplumun demokratik denetim olanağını sınırlamak anlamına gelebilir (Yalçındağ, 1974, s.17).

Son yıllarda, günlük hayata bilgisayar teknolojisinin etkin olarak girdiği, doğrudan ve/veya dolaylı olarak pek çok sahada insanlara hizmet ettiği bu hizmetin bankacılık sektöründe daha da öne çıktığı bilinmektedir. Bankacılık sektörü bilgisayarla tanışmakla birlikte, hizmet çeşidinde de bir takım yenilikleri halka sunmaktadır. İstisnalar hariç, hemen her bankanın hizmet çeşidinin birbirine yakın olmasına rağmen, uygulamada kimi bankaların daha da aktif olduğu gözlenmektedir. Bu başarı bankadaki başka unsurlarla birlikte halkla ilişkiler biriminin etkin çalışmasıyla da yakından ilişkilidir. Zira yukarıda da ifade edildiği gibi yeniliği getirmek ve yeniliğe sahip olmak kadar bunları halka anlatabilmek de son derece önemlidir. "Halkın inanmadığı, desteklemediği şeyleri gerçekleştirmek kolay değildir. Hiç değilse böyle eylemler çeşitli güçlükler doğurmakta ya da uzun vadede ters sonuçlara tutumlara yol açmaktadır. Kamuoyunun görüş ve inançlarındaki değişimler yakından izlenmeli; kişilerin kuruluşların davranış ve tutumları, politikaları buna göre ayarlanmalıdır" (Asna, 1988, s.36).

Halkla ilişkiler yeni bir bilim dalı ve yönetim tekniği olarak 1960'lardan itibaren Türkiye'de gerek kamusal, gerek özel kesimde geniş bir uygulama alanı bulmaya başlamıştır. Kâra yönelik özel kesim, halkla ilişkileri reklam ve propaganda çalışmaları ile bir arada uygulayarak, kuruluşlarının etkinliğini artırmada yardımcı bir teknik olarak, benimsemişlerdir. Kamu kesimi ise, çok büyük kitlelerle olan ilişkilerini düzenlemek, halkın gereksinimlerine cevap vermek ve kuruluşların saygınlığını artırmak için örgüt yapılarında halkla ilişkiler birimlerine yer vermeye başlamışlardır (MPM, 1976, s.3).

Genel anlamda ülkemizde uygulama zemini bulan halkla ilişkiler kısa sürede bankacılık alanında da uygulanmaya başlanmıştır. Bankacılık sektörünün de işi gereği halkla daha yakın diyalog içinde olması, halkla ilişkilerin sektöre yararlılığının anlaşılması halkla ilişkilerin bu alanda kabul görmesini ve uygulamanın hızlı bir biçimde artarak yaygınlaşmasında önemli bir etken olmuştur. "Ülkemizdeki bankacılık alanındaki halkla ilişkiler çalışmaları gerçek anlamda 1970 yılında başlamıştır. Daha çok hediye dağıtarak mevduat toplamak amacı güden bu ilk denemeler, hediye dağıtımının yasaklanması ile zor bir döneme girmiştir. İkramiye dağıtımının yasaklanması ile reklam giderleri hızlanmış halkla ilişkilerin önemi ve etkinliği daha da artmıştır" (Doğancı, 1988, s.126).

Günümüzde bankalar halkla ilişkiler alanında çeşitli faaliyetler yapmaktadır. Faaliyetlerin önemli bir bölümü köylere yöneliktir. "Bu faaliyetler banka elemanlarının civar köylere ekipler halinde giderek çevreyle ilişki kurması, tanışması ve köylüleri şehirdeki banka şubesine davet ederek onlara bankayı ve bankacılığı tanıtmaları şeklinde cereyan etmektedir. Bankalarımızın birçoğu, köy kampanyası dediğimiz bu çalışmalarını desteklemek

için köylere uygun, anlaşılması kolay, yararlı kitaplar, broşürler, afişler, küçük ve faydalı hediyeler dağıtmaktadırlar. Köylülerle kurulan bu ilişkiler ve sonuçları, rapor halinde bir merkezde toplanıp değerlendirilmektedir. Bu çalışmalar, modern anlamda halkla ilişkiler faaliyetleri olarak nitelendirilecek mahiyettedir (Doğançalı, 1988, s.127).

Bankalar halkla ilişkiler faaliyetlerini destekleyici anlamda yazılı, sözlü, görüntülü kitle iletişim araçlarının tamamından da faydalanmakta özellikle yıldönümü kutlamalarına, açılış törenlerine ayrıca önem verdikleri görülmektedir. Kadın, genç ve çocuklara ulaşmak için dergiler yayınlanmakta, kültür sanat faaliyetleri düzenlenmektedir. Bankacılıkta halkla ilişkiler denilince akla ilk gelen müşteri-banka ilişkisi olmakla birlikte, banka içi halkla ilişkiler de aynı kavram dahilinde değerlendirilmektedir. Bankanın müşterileriyle iyi ilişki kurmasının ön şartı personelin uyum içinde verimli çalışması, kendini bankanın bir üyesi olarak hissetmesine bağlıdır. Bunu sağlamak için; banka yapısını oluşturan ögeler arası sıklaştırılmalı ve sağlamlştırılmalı, oluşturulacak ortak dil ile banka içindeki iletişim mekanizması en iyi biçimde işletilmelidir. Halkla ilişkiler biriminin etkin çalışmasıyla da sağlıklı ortamın bulunması ve güçlendirilmesi yönünde çalışmalar yapılmalıdır. Bu durum yukarıda ifade edilmeye çalışıldığı gibi banka içi halkla ilişkilerin gerçekleştirilmesine bağlıdır. Bunun yansıması, "örgütsel kültürün elverişliliği de halkla ilişkilerin varlık ve uygulanabilirliğinin bir koşuludur" (Varol, 1988, s.269)

"Örgüt yapısı içerisinde yer alan halkla ilişkiler bölümü aslında dış dünyaya açılan bir penceredir. Kuruluşun sergilediği halkla ilişkiler içerikli tüm faaliyetlere yön verir, yol gösterir. Bir halkla ilişkiler bölümünün geliştirdiği program bir bütün olarak tüm kuruluş tarafından benimsendiği ve uygulamaya konduğu sürece anlamlı ve başarılı olacaktır. En üst düzey yöneticiden, sıradan bir çalışana kadar kuruluş bünyesinde herkes halkla ilişkiler bölümünden gelecek öneri, yardım, uyarı ve uygulamalara kapılarını açık tutmalı, bunların o kuruluşun dış dünyada *saygın bir imaj* kazanmaya yönelik çalışmalarının parçalarını oluşturduğunu düşünmelidir. Bu küçük parçalar bir araya gelip bütünü oluşturdukları noktada o kuruluşun gerçek görüntüsü kamuoyuna yansımaktadır. Halkla ilişkiler bölümü, kuruluşun diğer birimleri ile kamuoyuna yansımaktadır. Halkla ilişkiler bölümü, kuruluşun diğer birimleri ile sıkı bir işbirliğinde olmalı, programlarını bu yakın ilişkilerden elde edilen deneyimlerin ışığında geliştirilmelidir. Kuruluşların dış dünya ile sürekli ilişki içinde bulunan ticaret müdürlüğü, satın alma, ihracat, vb. adlardaki bölümlerin, iç dünyada ise personel bölümünün desteği olmaksızın yapılan halkla ilişkiler faaliyetleri cılız ve etkisiz olur. Bu nedenle halkla ilişkiler görevlileri kuruluşun tüm bölümleri ile ilişkilerini süreklilik gösterecek biçimde örgütlenmelidir" (Kadıbeşgil, 1986 s.28).

Örgütteki personele ve dolayısıyla birimlere kazandırılacak halkla ilişkilerin gerekliliği inancı uygulamadaki başarının sonucunu da yakından etkileyecektir. Halkla ilişkiler örgütlenmesinin de en önemli noktalarından birinin bu husus olduğu ifade edilebilir.

## Çiftçiye Yönelik Halkla İlişkiler

Köye yönelik yapılacak çalışmalar ile götürülecek hizmetlerin başarıya ulaşması, ancak bu kesimin yakından tanınması, sosyo-ekonomik yapısının bilinmesi, bahsedilen kesimin

sorunlarına vakıf olunması halinde mümkün olabilir. Aksi taktirde yapılan çalışmaların ve götürülen hizmetlerin amacına ulaşması mümkün olamayabilir.

Tarım konusu ülkemizde iki sebepten dolayı çok önemlidir. Birincisi, tarımda çalışan nüfusun, toplam işgücüne oranının yüksek olması, ikincisi ise, birinci sebebe de bağlı olarak bu kesimin ülke ekonomisinde önemli bir yer tutmasıdır. Öyle ki; tarımın ülke ekonomisindeki payının artması veya azalması makro düzeyde yansımalarla toplumun tamamını, dolayısıyla ülke ekonomisini etkileyici özelliktedir. Ülkemizdeki işgücünün önemli kısmı olan tarımda çalışanların, halkla ilişkiler açısından tanınması ve tarım kesimine kurumun tanıtılması, oldukça önemlidir.

Yukarıda ifade edilenlerin yanısıra çiftçi olmanın, köyde yaşamının getirdiği bir takım zorluklar bulunmaktadır. Bunların başında modernleşmeye ve yeniliğe en fazla ihtiyacı olan tarım sektörünün, dolayısıyla çiftçilerin, hem taleplerini ilgili organlara iletmede, hem de kendilerine sunulacak hizmetleri uygulamaya geçirmede, oldukça zorlandıkları bilinmektedir. Sorunların çokluğu ve zorluğu yanında, çiftçilerin eğitim düzeyinin de düşük olması, çiftçilere yönelik hizmetlerde, çok çaba sarfedilmesi gerektiğinin göstergesidir. Zira eğitim halkla ilişkilerde oldukça önemlidir. Tortop'un da belirttiği gibi; "Halkın eğitim derecesi, halkla ilişkileri hem idare hem de halk açısından etkilemektedir. Halkın okuma-yazma oranı yüksek olan yerlerde vatandaşlar haklarına daha bilinçli olarak sahip çıkmaktadır. Aynı zamanda idare edenler de halka ve onların haklarına karşı daha saygılı hareket etmektedir. Eğitim derecesinin, özellikle okuma-yazma oranının yüksekliği yönetim ile halk arasında haberleşmenin niteliğini ve niceliğini artırmaktadır (Tortop, 1975, s.32). Bu zorlukların bir kısmını günümüze kadar ki; devlet-köylü ilişkileri ile açıklamak mümkündür. Kazancı'nın da belirttiği gibi; "tüm yaşantısı boyunca sadece devletten korkmuş olan köylülerin kısa sürede büyük değişiklikler geçirerek toplumsal ilişkilerde ve yapılaşmada modern toplumdan örnekler vermesi dünya pratiğine de uygun değildir. Bu anlamda çok sınırlı ilişkiler evreninden çıkan bireylerin, adına kimi kez yönetim, kimi kez devlet denilen güçle, sağlıklı ilişkiler kurması, hak araması, devletin anlam ve içeriğini doğru bir biçimde açıklaması gerçekten son derece güçtür" (Kazancı, 1982, s. 105).

Bu yapısal zorluğun aşılmasındaki görevin önemli kısmı, hizmeti götürmekle görevli veya götürmeyi amaçlayan kuruma düşmektedir. Çünkü yukarıda temel amaçları ana hatlarıyla belirtilen çiftçi kesiminin bahsedilen fasit daireyi mevcut durumları ile aşmaları mümkün gözükmemektedir. Asna'nın da belirttiği gibi;

Çiftçi doğumundan beri kapalılık özellik gösteren toplum dışına pek çıkmamaktadır. Bu haliyle de babadan gördüğü çalışma düzenini bırakması kolay değildir. Öyleyse onun yaşam görüşünü genişletmekte, evrene bakış açısını büyütmede yarar vardır. Tarım alanında girişilecek kitlesel ilişki çabası, ancak bu ortamı hazırladıktan sonra etkili olabilir. Demek ki tarımda çalışanlarla çalıştırılanlar arasındaki ilişkilerin planlanmasında, kurulacak araçların



ve metotların seçiminde bu faktörleri gözönünde bulundurmak gerekir. Bunu yapmadan, gözü kapalı olarak girişilecek kitlesel ilişki kampanyası işe yaramayabilir. Hatta bazen olumsuz tepkilere yol açabilir (Asna, 1961, s.61).

Çiftçinin yaşamının bir parçası haline gelmiş olan olumsuz çalışma ortamı, geri teknolojiyle üretime devam etme, haklarını bilememe ve kullanamama gibi birtakım istenmeyen şartları ortadan kaldırmak için başvurulacak yöntemlerden birisi de konuyu yetişkin eğitimi açısından değerlendirerek çözüm önerileri aramaktır. Zira, sorunun esaslı çözümü ancak eğitsel temele dayalı olursa daha gerçekçi ve kalıcı olabilir.

### **Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar**

Halkla ilişkileri gerçekleştirecek kurumun kamuoyu hakkında sağlıklı bilgi sahibi olması şarttır. Çünkü kamuoyu bazı hususlarda müşterek özellikte olsa dahi, gelenek, görenek, ekonomik yapı, dünya görüşü, eğitim-kültür farklılığı, etkileşimde açık olduğu kitle iletişim araçları bakımından bazı farklılıklar gösterebilir ve göstermesi de oldukça doğaldır. Burada kuruma düşen görev kamuoyunu olabildiğince yakından tanımaktır. Kamuoyunu tanımak, aynı zamanda kurumu kamuoyuna tanıtmak bilindiği gibi etkilemeye, etkileşime dayalı olup, her aşamasında etkili ve verimli olabilmesi için bahsedilen süreç içerisinde amaca yönelik olarak kullanılan araçların özelliğinin bilinmesi gerekir. "Kamuoyunun tanınması ve halkla ilişkilerde kullanılan araçların özelliklerinin bilinmesi, haberi kitleye, onun duymak istediği kanaldan iletebilmeyi sağlar" (Gökyay, 1970, s.21). İletinin başarısı da bir anlamda kullanılan sembollerin hedef kitlenin dikkatini çekmesine, onda kişilik gereksinimlerini uyandırmasına ve kullanılan haberleşme aracına bağlıdır. Örneğin sanayileşmiş toplumdaki gruplara ulaşılacak araç ile geleneksel toplum gruplarına ulaşılacak araç farklı olacaktır. Lerner, okumuşluk, oranına dayanarak farklı yapıdaki gruplara hangi araçlarla ulaşılacağı konusunda şöyle bir ayrım vermektedir:

<b>Toplum Yapısı</b>	<b>Okur-Yazarlık Oranı</b>	<b>Kullanılacak Haberleşme Sistemi</b>
Modern	% 61'den daha fazla	Kitle haberleşmesi
Geçiş halinde	% 21-60	Kitle haberleşmesi, yüzyüze
Geleneksel	% 20' nin altında	Yüzyüze

(Uysal, 1977, s.41)

Kuşkusuz halkla ilişkiler uzmanı kendi yaratıcılığını, birçok iletişim aracını bilinçli ve etkili bir biçimde kullanarak, tüm deneylerini ve duyarlılığını seferber ederek kanıtlamalıdır. Bu nedenle halkla ilişkiler uzmanı yazılı ve sözlü (elektronik) basının özelliklerini bilmeli, uygun ve birbirini tamamlayabilen seçimler yapabilmelidir. Gerçekten yazılı basın (gazeteler, dergiler) haberleri daha ayrıntılı derinliğine inerek sunar. Elektronik basına (radyo, tv) oranla, haber verme bakımından daha az süratlidir. Zamanı radyo ve televizyonla daha elverişli olarak kullanmaları,

daha kapsamlı haber vermelerine yol açmaktadır. Oysa radyo ve televizyon her eğitim düzeyindeki kişiye hitap eder, ancak yazılı basın gibi derinliğine inerek ayrıntılı haber veremezler (Tokgöz, 1981, s.6). Halkla ilişkilerde iki önemli boyut vardır. Birincisi halkı tanıma, diğeri de kurumu halka tanıtmadır. Aşağıda önce tanıma ile ilgili yöntemler ele alınarak ardından tanıma ile ilgili yöntemler verilmektedir.

### **A. Halkın Ne Düşündüğünü Anlamak İçin Başvurulan Yöntemler (Tanıma)**

Halkın çeşitli konulardaki fikir ve düşüncelerini anlamak; hem onun gereksinme ve önerilerini bilmemize hem de ona ulaşacak mesajların daha iyi düzenlenmesine olanak verir. Halkın ne düşündüğünü anlamanın yollarını, kısaca şöyle özetleyebiliriz. Çalışmanın konusu gereği başvurulacak yöntemlerin neler olduğunu araştırırken konuya yetişkin eğitimi açısından da bakmanın gerekli olduğu unutulmamalıdır. Çünkü çiftçilerin sorunlarını öğrenmenin ve çözenin aşamalarından birisi de konuya eğitsel olarak yaklaşmaktır. Sorunun Bankaya iletilmesi, bulunan çözüm önerilerinin veya çözümün çiftçiye anlatımı halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilse bile bu çerçevede yukarıda anlatılmaya çalışılanların yetişkin eğitimiyle de iç içe olduğu yadsınamaz. Bu konudaki yöntemleri dört grupta toplamak mümkündür:

#### **a. Vatandaşların Kişisel Başvuruları**

Bu konuyu Ertekin şöyle açıklamaktadır:

Yönetim mekanizmasının, toplumun örgüt hakkında ve yürütülmekte olan hizmetler üzerindeki düşünceleriyle, dilek ve yakınmalarını anlamasında yararlanabileceği araçların başında, vatandaşların kişisel başvuruları gelmektedir. Bu amacın gerçekleşmesi için şu iki noktanın gözönünde tutulması gerekir; herşeyden önce vatandaşlarda, kişisel başvurularının kamu kuruluşlarınca önemle ele alınacağı ve gereğinin yapılacağına ilişkin bir inanç yaratılmalıdır. Bu konuda tüm kamu örgütlerine görev düşmektedir. Vatandaşların kişisel başvuruları konusunda, yöneticilerin gözönünde bulundurmaları gereken ikinci nokta ise aşırı kırtasiyecilik ve başka nedenlerle vatandaşların işlerinin sürüncemede kaldığı örgütlerde, iş sahiplerinin doğrudan doğruya üst düzey yöneticilerine başvurmak gereğini duymalarıdır. Bu durumun bir çok örgütte önemli bir sorun haline geldiği, bir çok yöneticinin vatandaş başvurularıyla sürekli olarak uğraşmak zorunda kaldığı, dolayısıyla asıl yöneticilik işlevlerini yapamadıkları bilinmektedir (Ertekin, 1995, s.103).

Vatandaşların dilek, istek ve şikayetlerini basılı yayınlarda okuyucu köşelerinden yararlanarak yönetime iletmeleri de mümkündür. Sorunların neler olduğu tespit edildikten sonra yetişkinlerin bu sorunları nasıl çözebileceği hususundaki çalışmalarda, materyal hazırlamada,

yöntem geliştirme aşamasında yetişkin eğitimi alanından da yararlanılmalıdır. Zira, hazırlanan çözüm önerilerinin pratiği, yetişkinlerin eğitimi ile yakından ilgilidir.

### **b. Örgütlenmiş Gruplarla Halkla İlişkiler**

Modern toplumun ve gelişmiş demokrasinin gereği olarak ortaya çıkmış olan dernekler, sendikalar, vb. örgütlü kuruluşlar yönetimin alacağı karara direkt veya indirekt olarak katılabilir. Bu durum baskı grubu olarak kendini gösterebileceği gibi, alınacak kararın daha sağlıklı olması yönündeki çabaları da içerebilir. Yönetimin bu gruplarla birlikte alacağı kararın hem karar olarak daha sağlıklı olacağı, hem de alınan kararın uygulanabilirliğini artıracacağı söylenebilir.

"Çoğulcu toplumun bir gereği olarak yönetim; meslek kuruluşları, sendika ve dernekleri görmemezlikten gelemiz. Kamu örgütleri karar aşamasından önce, örgütlenmiş grupların öneri ve görüşlerinden yararlanabilirler. Ancak burada en önemli sorun, kamu yararı ile örgütlenmiş grupların görüşlerinin uzlaştırılmasında ortaya çıkmaktadır. Kamu hizmetlerinin halka duyurulmasında ve halkın ne düşündüğünü anlamak için de gruplarla ilişki önem taşır" (Ertekin, 1995, s.103).

### **c. Kamuoyu Araştırması**

"Önemli hizmetler hakkında karar vermeden önce toplumun konu üzerinde ne düşündüğünü anlamamanın bir başka yolu da kamuoyu araştırması yapmaktır. Yurdumuzda henüz yaygın bir biçimde kullanılmayan bu yöntem, yönetimin kamuoyunu gerçeğe oldukça yakın bir oranda öğrenmesine olanak vermektedir" (Ertekin, 1995, s.105). Yetişkinin eğitsel durumu kamuoyu araştırması yapılırken ayrıca gözönünde bulundurulmalı, eğitsel yoksunluk içinde bulunanların sorunlarını kamuya anlatmakta zorluk çektikleri unutulmamalı, çalışmalarda sorunlarını anlatamayan kitlelere de ulaşarak sorunlarının gündemde yer almasına özen gösterilmelidir.

### **d. Referandum**

Toplumsal açıdan önem taşıyan hususlarda vatandaşın isteğine uygun kararın alınabilmesi için onun oyuna başvurarak eğilimini belirleme çalışmasıdır.

## **B. Kurumu Halka Tanıtmak İçin Başvurulan Yöntemler (Tanıtma)**

Kurumu halka tanıtmak için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar, basılı araçlar, yayım araçları ve sosyal araçlar olarak üç grupta toplanabilir.

## a.Basılı Araçlar

Basılı araçlar içerisinde, gazete, dergi, broşür, el kitabı, basın bülteni, yıllıklar büyük önem taşımaktadır. Aşağıda her biri sırasıyla ele alınmaktadır. Açıklamalara geçmeden önce, basılı araçların üstün yönlerini savunan bazı görüşlere yer vermek yerinde olur.

Yazılı basın halkla ilişkiler alanında radyo ve televizyon gibi sözlü basın araçlarının yanında, yüzyılların getirdiği birikimden ötürü, sözlü basın araçlarına göre ayrıcalıklı durumunu hala korumaktadır. Bu durum ise yazılı basını sözlü basın araçlarından daha önce gelişmesi, yazılı basın kurallarının sözlü basın araçlarıncada benimsenip kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bütün bunlar bir yana, yazılı basının halkla ilişkilerle olan ilişkisi çok yakın ve derinliğindedir (Tokgöz, 1988, s.141).

Basılı araçlar yetişkin eğitimi açısından iki bakımdan önem taşımaktadır. Birincisi yetişkinlere basılı araçlar yolu ile kurumlar hakkında bilgiler aktarılmakta ikinci olarak ise eğitim düzeyi düşük olan yetişkinler bilgilendirilmektedir. Diğer taraftan basılı araçların olumsuz yönü, okumaz-yazmazlara bu yolla ulaşmanın mümkün olamayacağıdır. Konumuzla ilgili olarak özellikle çiftçilere yönelik halkla ilişkilerde bu araçların pek de yararlı olmadığını ifade etmek mümkündür.

### 1.Gazete

Halkla ilişkilerde en çok kullanılan araçlardan birisi çoğu günlük olarak yayınlanan gazetelerdir. Belli merkezlerde basılan ve civar yerleşim birimlerine dağıtımı yapılarak okuyucusuna ulaşan gazeteler içerikleri, daha doğrusu ağırlık verdikleri konular ve teknik özellikleri de gözönünde bulundurularak halkla ilişkiler açısından değerlendirilip, kamuoyuna ulaşmasında bir araç olarak kullanılmaktadır.

Halkla ilişkilerde gazeteyi etkili ve verimli olarak kullanabilmek için; halkla ilişkiler açısından kurumun, gazetenin müşterilerini tanıması gerekir. Yani tanıtma amacıyla ilan verilecek, reklam verilecek gazeteyi kimler alır?, kimler okur? gibi soruların cevabı kurumun halkla ilişkiler birimi tarafından bilinmelidir. Aksi taktirde yapılan çalışmalarla ulaşmak istenilen amaç tesadüflere bırakılmış olur. Gazetenin müşterilerinin kim olduğunu belirleyen hususların başında, gazetenin yayın politikası gelir. Bilindiği gibi siyasi, ilmi, aktüel, spor gibi konulardan birine ağırlık veren gazete aynı zamanda kimliğini de tespit etmiş demektir.

Bu durum gözönünde bulundurularak; hangi kesime kurumun nasıl tanıtılacağı belirlenecektir. Örneğin aydın kesime bilimsel ve ekonomik konuları ağırlık veren gazetelerle, belli bir siyasi gruptakilere yine onlarla aynı paralelde yayın yapan gazeteler aracılığı ile, sporla

yakından ilgilenenlere spor gazeteleri aracılığı ile, ev kadınlarına da renkli baskı yapan, yayın dili ağır olmayan magazin konularına daha çok yer veren gazetelerle ulaşmak en uygun olanıdır.

Halkla ilişkilerde gazeteden en fazla faydayı sağlamak için gözönünde bulundurulması gereken bir başka husus da halkla ilişkilerde çalışanların gazetenin hazırlanışı ve ilkeleri hakkında bilgi sahibi olmaları gereğidir. Gazeteler ertesi gün yayınlacağı bilgileri toplayıp, baskıya girerek ilk baskıyı, bölgesindeki en uzak yerleşim birimine ulaştırma çabası içindedir. Bu bakımdan sürekli zamanla yarış içindedir. Halkla ilişkiler yetkilileri bu durumu gözönünde bulundurmalı, gazetecilere zamandan tasarruf konusunda yardımcı olmalıdır. Kurumun gazeteye doğrudan göndereceği ve yayınlanmasını da isteyeceği yazı baskının hazırlığından önce gerçekleştirilmelidir. Haber mahiyetindeki yazıların da gazetede mutlaka çıkacağı şeklinde bir mecburiyet yoktur. Haberin gazetede çıkabilmesi öncelikle olayın haber mahiyetinde sunulmasına bağlıdır.

Halkla ilişkiler alanında yapılan çalışmalara bakıldığında gazetelerle olan ilişkilerde tanıtma hep ön plana çıkartılmış, tanıma ya hiç anılmamış ya da kısa ifadelerle geçirilmiştir. Aslında dikkatli bir halkla ilişkiler uzmanı, gazetede kurumla direkt veya dolaylı olarak çıkan yazılardan halkını tanıma fırsatını da bulabilir. Basın dosyası bu amaca hizmet edecek şekilde tutulmalı ve gazetelerden azami fayda sağlanmalıdır.

## **2.Dergi**

Gazetelerden daha küçük boyutta, forma hesabına dayalı olarak, en sık haftada bir defa yayınlanan dergiler, halkla ilişkilerde tanıma ve tanıtma amaçlı olarak faydalanılabilecek basılı araçlardandır.

Gazete ve gazeteciler için söylenen genel kurallar, yani; iyi ilişkiler içinde olma, kısa ve öz lü haberi ulaştırma, verilen bilgileri resim ve fotoğraflarla destekleme, haberlerde, reklamlarda hedef kitleyi gözönünde bulundurma gibi hususlar dergiler için de geçerlidir. Ancak dergiler gazetelere göre, en sık haftada bir yayınlanmaları sebebiyle zaman açısından biraz daha avantajlıdır. Ancak bu husus hiç bir zaman yavaş davranmayı ve zamanı gözardı etmeye neden olmamalıdır. Yanlış oluşan kaniya göre; dergilerde yer daha çoktur zannıyla hareket edilmemelidir. Zira dergiler oransal olarak gazetelerden daha fazla imzalı yazıları içermektedir.

Dergiler en az haftalık yayınlandığı için halk tarafından, yenisi yayınlanıncaya kadar okunmakta ve incelenmektedir. Bunun için dergilerden gelebilecek mülakat isteği iyi

değerlendirilmelidir. Dergilerde yayımlanması istenilen yazıların dikkat çekecek bir başlıkla gönderilmesine ve flaş haber içermesine özen gösterilmelidir.

Yine dergiler aracılığı ile yapılacak iyi hazırlanmış kısa sorulu anket çalışması halkla ilişkiler birimi için oldukça faydalı olacaktır. Zira, dergi aracılığı ile halkın ne kadarına ve kimlere ulaşıldığı, bunların görüş ve değerlendirmelerinin neler olduğu değerlendirilebilir. Halktan alınan dönüt anketin, dolayısıyla halkla ilişkiler biriminin başarısının belirlenmesi için de ölçü olacaktır.

"Dergilerin bir takım özellikleri, onların halkla ilişkiler uzmanlarınca tercih edilmelerine neden olur. Herşeyden önce, okuyucu dergi sayfaları üzerinde gazeteye göre daha çok durma eğilimindedir. Dergiler yüksek kalitede renkli fotoğrafları daha iyi basabilme olanağına sahiptir. Bir başka özellik de dergi tirajlarının toplumun eğitim düzeyine paralel olarak artış göstermesidir" (Ertekin, 1995, s.108).

Bu özellikleri dikkate alınarak dergilerden halkla ilişkilerde daha etkili yararlanılmalıdır.

### 3. Broşür

Yazılı basılı iletişim araçlarından broşür, diğer halkla ilişkiler araçlarını destekleyici amaçla kullanılır. Sunulan bilgilerin belli, düzenli ve anlaşılır olması broşürü etkili kılan hususlardır. Ancak broşürde yer alan standart bilgi, herhangi bir bölgede uygulama değerini düşürebilir. İdeal olanı çiftçi broşürlerini bölgesel ihtiyaca göre planlamak ve bastırmaktır. Bir ihtiyacı karşılamak için hazırlanan broşür aynı zamanda "nasıl yapılır?" sorusunun karşılığını içerir. Buna ilaveten broşür kısa, açık ve özlü ifadeler içerir.

İkinci tekil şahsı muhatap alarak hazırlanan, cümleleri kısa, paragrafları sık, bol resim ve fotoğraf içeren, samimi bir üslupla yazılmış, kağıt ve baskısı kaliteli broşürün, amacına en faydalı biçimde katkıda bulunacağı söylenebilir.

### 4. El Kitabı

Broşürler bir formadan (16 sayfadan) çok sayfa ise ve resim değil, yazıya önem verilerek kitap ağırlığı ile sunulmuşsa, el kitabı adını alır. Bunlar bazı konuların anlatımı, açıklanması için hazırlanmıştır. Her an el altında bulundurulup bilgi alınacak yardımcı kaynak niteliğindedir.

"Ayrı bir karton kapak içine alınması, sayfa düzeninin kolay okunacak şekilde hazırlanması, el kitaplarının nitelikleri içinde sayılmalıdır" (Asna, 1969, s.101).



## 5. Basın Bülteni (Bildirisi)

Basınla iyi diyalog içine girmek ve bunu devamlı kılmak halkla ilişkiler biriminin görevleri arasında sayılmaktadır. Gazeteci çoğu zaman araştırmacı kimliği ile bilgi toplar, bu yönde çaba sarfeder. Halkla ilişkiler birimi kendi alanına girdiği kadarıyla basın mensubuna yardımcı olmaya çalışır. Halkla ilişkiler birimi kurumda basın için haber niteliği taşıyabilecek olaylar hakkındaki bilgileri, gerekiyorsa diğer birimler yardımıyla yazılı metin haline getirerek sunduğu, basın bildirisi olarak basına ulaştırdığı da olur. Böylece kurum vermek istediği, basında yer almasını gerekli gördüğü yahut yayınlanmasını mahzurlu görmediği bilgileri basın aracılığı ile kamuoyuna ulaştırmış olur. Basın bildirisinin şu özellikleri taşıması gerekir :

Açık ve kısa olması, anlaşılır olması, hitap edilen kitle açısından da önemlidir. Bu anlamda teknik terimlerden kaçınılmalıdır. Basın bildirisinde resim ve dökümanlarla takviye edilmelidir. Bunların çokluğu hem ilgiyi artırır hem de gazetenin sayfa düzenlenmesinde işini büyük ölçüde kolaylaştırır. Zamanlamaya da dikkat edilerek hazırlanmış basın bülteni olumsuz yorumları kendiliğinden önleyecektir (Kazancı, 1982, s.149).

Basın bülteni hazırlanırken olayların gerçeklerden saptırılmamasına özen gösterilmelidir. Zira sadece örgütü iyi yönleri ile tanıtmayı amaçlayan bildirisinin bir süre sonra farkedilebileceğini akıldan çıkartmamak gerekir. Bu durum beraberinde örgüte güvensizliği getirebileceği gibi gazetecileri de örgütten başka kanallar yoluyla haber sızdırma çabasına sokacaktır.

Basın bildirisi verilen gazete ve dergilerde haberin çıkıp çıkmadığı takip edilmeli, çıkmadıysa sebebi, çıkan yazıda da yanlış bilgi aktaran ifadelerin olup olmadığı araştırılmalıdır.

## 6. Yıllıklar

Kurumun yıllık faaliyetlerini ana hatları ile belirli bir sıra içinde sunan, ansiklopedik anlayışla hazırlanan yayınlardır. Kurumun belirli dönemlerdeki faaliyetlerinin neler olduğunun bilinmesi başka kuruluşlar ile veya kurumun geçmiş yıllarıyla kıyas yapabilmeye imkan vermesi açısından faydalı olduğu gibi; tanıtım amaçlı olarak da faydalanılabilecek basılı araçlardandır.

Yıllıklar kurumiçi halkla ilişkiler açısından düşünüldüğünde, çalışanları güdülemek için de faydalanılabilir. Personelin işe başlama, emeklilik, düğün, ölüm vb. bilgilerinin yer aldığı yıllıklar çalışanlar üzerinde olumlu etki yapacaktır.

## b. Yayın Araçları

Sesi veya görüntüyü yahut ikisini birlikte hedef kitleye ulaştıran ve gelişmiş teknoloji kullanılan bu araçlardan halkla ilişkiler çalışmalarında da yoğun olarak faydalanılmaktadır. Her ne kadar hedef kitlenin özelliğine göre halkla ilişkilerde kullanılan araçlar farklılık göstermekte ise de, özellikle tanıtma çalışmalarında en fazla faydalanılan araçlar yayım araçlarıdır. Bunlar, radyo televizyon ve filmlerdir. <sup>Bunlar</sup> aşağıda sırasıyla incelenmektedir.

### 1. Radyo

Sesi elektronik dalgalar aracılığı ile uzaklara iletilebilme özelliğine sahip olan radyo, uzun yıllar kamuoyunu bilgilendirme, eğlendirme, haber verme işlevini başarıyla yürütmüştür. Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte radyonun etkisi azalmıştır. Radyonun oldukça küçük modellerinin üretilmesi, çalışması için çok az enerjinin yeterli olması, okumaz-yazmazların da kolaylıkla faydalanabilmesi, aynı zamanda dünya ile ani ve sürekli ilişki kurabilen bir araç olması sebebiyle, halkla ilişkilerde faydalanılan araç niteliğini korumaktadır.

Oskay, "radyodan yararlanmanın özellikle az gelişmiş ülkelerde; toplumun örgütlenme ve kişilerarası ilişkiler sisteminin değiştirilmesi ile de, insanların toplumlardaki öğrenme, iş edinme, daha iyi yaşama gibi yeni olanaklardan daha geniş ölçüde yararlanabilme ve daha geniş toplumsal ilişkiler kurabilme yeteneğine kavuşturulmasına bağlıdır" demektedir (Oskay, 1971, s.92).

Halkla ilişkiler uzmanı kuruma veya kuruluşa ait haberin, haber bülteninde yayınlanmasını istiyorsa, olayı haber niteliğine sokarak muhabire iletmelidir. Haber programında yayınlanmak üzere hazırlanan metnin kısa ve öz olması, haber bülteninde yer alması şansını artırır. Haber olarak radyo bültenine girecek basın toplantıları ve demeçlerde, belirtilmesi en önemli olan noktaların söylenmesi ve söyleneceklerin önem sırasına göre dizilmesi, basın toplantısı ya da demeci haber kalıbına sokacak olan radyo haberciliğinin işini kolaylaştıracağı gibi, haberin kısaltılması tehlikesi karşısında, asıl duyurulması gereken konuların bültekte yer alması olanağı sağlanmış olur. Bunun yanı sıra "ölü gün" olan pazar günleri ülkemizde önemli haber, diğer günlere göre daha az olduğundan, pazar günü radyo dahil diğer süreli iletişim araçlarına ulaştırılırsa, haber olarak yer alma şansı yüksek olacaktır (Asna, 1969, s.112).

Halkla ilişkilerin bağlı olduğu kuruluş hakkında, halkın ve toplumdaki diğer kuruluşların görüşlerini yansıtan konuşmalar, düşünceler halkla ilişkilerin hem tanıma, hem de tanıtma boyutunu ilgilendirmektedir. Yapılan röportajlarda kurumun aldığı övgü halkla ilişkilerin başarı göstergesi için bir ölçüttür.

Radyodan faydalanırken dikkat edilecek bir diğer konu, yayım zamanının ayarlanmasıdır. Çalışan erkekler için hazırlanan bir radyo tanıtma programının saat 15'te yayınlanması, çocuklar için hazırlanan bir programında saat 23'te, ev kadınları için hazırlanan bir programın saat 19'da



yayınlanması hedef kitleye ulaşmayı güçleştirir. O halde radyo programı için, hedef kitlenin büyük çoğunluğuna ulaşacak bir yayın saatinin seçilmesi ve bu saatte yayınlanması sağlanmalıdır. Bu da radyo yönetimi ile görüş birliğine varılmasını gerektirir.

Kitle haberleşmesi gelişmiş ülkelerde radyo yayın saatleri dinleyici kapsamı incelenerek belirlenmiştir. Çeşitli istasyonlarda çeşitli saatler için dinleyici sayısı, cetvellerle gösterilmiştir. Özellikle reklamcılar için önem taşıyan bu çetelevizyonelerde, etki derecesindeki saatler için farklı reklam ücretleri de belirtilmiş ve reklamcılara zaman seçimi için böylece kolaylık sağlanmıştır.

## 2. Televizyon

"Televizyonun kitle haberleşme araçlarına katılması ile radyonun elektronik ses olanağına, elektronik görüntü eklenmiştir. Yapılan deneyimler sonucu, televizyonun kişiyi etkilemekteki başarısı, bu aracın kullanma alanını genişletmiş, kalkınma sürecinde yararlanılması gereken önemli bir teknik durumuna getirmiştir. Televizyon ile verilen bilgi ve haberin gözle görülüp; kulakla duyulması, bu iki duyunun birlikte verilen mesaj ile karşı karşıya kalması, kişide verilenin daha iyi öğrenilmesini ve uzun süre kalmasını sağlamaktadır" (Aziz, 1979, s.30). Bunun yanı sıra; her ne kadar tartışmaya açık bir sav bile olsa televizyon aygıtının belirgin özelliği canlı yayın olgusudur. İşte bu canlılık, anımsalılık ve oradalık olgularının televizyonun anlatım biçimleri ve teknikleri üzerinde önemli etkileri vardır (Kaplan, 1982, s.46).

Aziz'in Kırsal Kesim Toplumsallaşmasında Radyo-Televizyon Araştırmasında, çeşitli duyma etmenleri içerisinde, kırsal kesimde bir tarımsal yenilik niteliği taşıyan, tarımda biyolojik savaş yöntemini duymayan, televizyon izleyenlerde %77.5 olduğu halde, bu oran izlemeyenlerde %94'e ulaşmaktadır (Aziz,1979, s.110). Araştırma sonucunda da görüldüğü gibi özellikle kırsal kesime yönelik olarak yapılacak halkla ilişkiler faaliyetlerinde televizyon kullanımı, oldukça faydalı olabilir.

## 3. Filmler

Halkla ilişkiler alanında öteki araçlar kadar olmamakla beraber kullanılan kitle iletişim araçlarından biri de filmlerdir. Özellikle sinema filmi deyimiyile tanınan konulu filmler bu konuda etkili olmakta ve öteki çeşitlere göre daha çok kullanılmaktadır. Konulu film, izleyiciyi doğal konum içinde yakalamakta ve ona farkında olmadan belirli mesajları iletir, özümlemesini sağlamaktadır.

Konulu film yanında bir başka tür de dökümanterlerdir. Bu tür filmde oyuncu bulunmaz yalnızca anlatıcı vardır. Öyküye yer verilmez asıl olan belirli bir mesajın sık ve yoğun biçimde işlenmesidir. Bu amaçla bir kurum, bir olay, bir toplumsal sorun ayrıntılı olarak ele alınıp ekrana getirilir" (Kazancı, 1982, s. 158).

Görüldüğü gibi filmler de halkla ilişkilerde önemli bir yayın aracıdır.

### **c.Sosyal Araçlar**

Halkla ilişkilerde çeşitli sosyal araçlar kullanılmaktadır. Burada en önemli olan toplantılar ele alınmıştır.

### **Toplantılar**

Kurumun mevcut durumunu, yapmış olduğu bir yeniliği kamuoyuna duyurmak ya da kamuoyunun ilgisini çekebilecek bir konu ile ilgili konuda toplantı düzenlenmesi halkla ilişkiler açısından önem taşır. Tanıma ve tanıtma amaçlı olarak düzenlenebilecek toplantılar uzman nezaretinde düzenlenmeli ve şu hususlara dikkat edilmelidir :

1-Toplantının zamanı iyi seçilmeli, önemli gün ve gecelerde; o gün ve gece ile çakışır farklı toplantılar yapılamamalıdır.

2-Toplantı halka zamanında duyurulmalı, katılma isteği duyabilecek herkese önceden kendi zamanını ayarlama fırsatı tanınmalıdır. Yapılacak toplantının amacına uygun biçimde kitle iletişim araçlarından yararlanılmalıdır.

3-Toplantı yerinin seçimine dikkat edilmelidir. Çok uzak, bilinmeyen yerlerde toplantı yapılamamalıdır.

4-Toplantı hakkındaki özet bilgiler, toplantıya katılanlara takdim edilmeli; basın mensuplarının olası yanlışlarını önlemek amacıyla, basın mensupları için ayrıca bir metin hazırlanmalı, metinde toplantı ana hatlarıyla ifade edilmelidir.

5-Toplantının münazara, seminer, konferans, açık oturumdan hangisi şeklinde düzenleneceği belli olduktan sonra, toplantı yeri bu amaca en uygun şekilde hizmet edecek ses düzeni ile donatılmalıdır.

6-Toplantının sonucunu, topluma; kitle iletişim aracı ile duyurmak hem kamu hizmeti yapmak, hem de kurum tanıtımı yapmak bakımından uygun bir davranış olacaktır (Asna, 1969, s.140).

Buraya kadar anlatılanlar kısaca özetlenecek olursa: halkla ilişkilerde tanıtma araçları olarak, basılı araçlar, yayın araçları ve sosyal araçların etkili ve verimli kullanılması halinde iyi sonuçlar alınabileceği söylenebilir.

## B. YETİŞKİN EĞİTİMİ

### Yetişkin Eğitiminin Tanımı

Yetişkin eğitimi, her ne kadar bilimsel olarak ortaya konulmuş örgütlü ve sistemli yürütülmesi 19. yy.da olmuş ise de uygulamaya başlamasının insanın varoluşuyla birlikte başladığı söylenebilir. Şöyle ki “yetişkinler kadın olsun, erkek olsun deneyimlerinden elde ettikleri bilgileri, gözlemlerini, duyduklarını birbirlerine aktararak, kuşaklararası bilginin geçmesini sağlamışlardır. Ancak, yetişkin eğitiminin sistemli hale gelmesi ve kurumlaşması oldukça yenidir. Günümüze kadar yetişkin eğitimi kavramı çok sayıda değişme geçirmiş ve bu değişmeler uygulamalara farklı farklı yansımıştır” (Güneş, 1996, s.7).

Yetişkin eğitimi, zorunlu öğrenim çağının dışına çıkmış ve asıl uğraşısı artık okula gitmek olmayan kimselerin, hayatlarının herhangi bir aşamasında duyacakları öğrenme ihtiyacını veya ilgiyi tatmin etmek üzere düzenlenen faaliyetleri ya da programları kapsar. Bu faaliyetlerin ve programların içine, mesleki eğitim dışındaki eğitim, meslek eğitimi, genel eğitim, biçimsel nitelik taşıyan ve taşımayan öğrenme türleri girdiği gibi ortak sosyal amaçlara yönelik eğitim de girer.

"Kitle eğitimi, yetişkin eğitimi, yığın eğitimi, toplum eğitimi, temel eğitim, sosyal eğitim, yaygın eğitim ve benzeri adlar altında girilen yetişkin eğitimi yetişkinlere ve okul dışındakilere yönelmiş düzenli, dizgeli ve örgütlü bir eğitim çabasıdır”(Geray, 1978, s.1).

Yetişkin eğitimi etkinliğinin hedef kitlesinde eğitim, yaş, cinsiyet, zeka açısından birbirinden oldukça farklı her meslekten, her kültürden kişiler bulunur. Yetişkin eğitimi çalışmalarının en önemli özelliği örgün eğitime devam eden, örgün eğitimi tamamlayan ya da terk edenlerle hiç başlamamış olanların bilgi, beceri, yetenek, davranış ve hareketlerini geliştirmeyi, değiştirmeyi veya bunlara yenilerini kazandırmayı amaçlıyor olmasıdır.

Herhangi bir eğitsel çalışmanın yetişkin eğitimi sayılması için aşağıdaki koşulların gerçekleşmesi gereklidir (Geray, 1978, s.2)

1. Eğitimin, işi okula gitmek olmayan fakat toplumda sorumluluk yüklenmiş ya da yüklenmeye elverişli olan yetişkinlere ya da okul öncesi veya zorunlu okul çağındakilere okul dışında yönelmiş olması,
- 2.Yeteneklerini, hareketlerini, davranışlarını geliştirmek amacıyla bir öğrenci-öğretici, daha doğrusu katılımcı-eğitici ilişkisinin kurulması,
- 3.Bu ilişkinin rastlantıya bırakılmaması, düzenli, tasarlı biçimde olması gerekir.

Yetişkin eğitimi tanımlarından bazıları şunlardır :

"Yetişkin eğitimi, insanlara yapmak istediklerini yapabilmeleri için eğitim yoluyla yardım etmek demektir. Yetişkin eğitiminin en gereklisi, insanlara geçimin temel sorunlarını çözümlenmekte yardım edendir" (Dickerman, 1956, s.17). "Yetişkin eğitimi yurttaşların çalışma gücünü artırmak, yaşam seviyelerini yükseltmek, milli ve insani meziyetlerini geliştirmek amacıyla okul eğitimi dışında ve yanında yapılan eğitim ve öğretim çalışmalarıdır" (MEB, 1962). "Örgün eğitim sistemini tamamlamış veya herhangi bir kademesinden çıkmış veya bu sisteme hiç girmemiş fertlerin temel eğitim ve mesleki bilgi ve beceri kazanmalarını veya yeteneklerini geliştirmelerini sağlamak üzere verilen kısa süreli eğitimi kapsamına alır" (DPT, 1973, s.775). "Birey ve toplumların çalışma gücünü artırmak, yaşayış ve seviyelerini yükseltmek, ulusal ve çağdaş değer yargılarını geliştirmek üzere örgün eğitimin dışında ve onun tamamlayıcısı olarak yapılan planlı, programlı, sistemli ve sürekli bir eğitimidir" (MEB, 1972).

Milli Eğitim Temel Kanununda yetişkin eğitimi "örgün eğitimin yanında veya dışında düzenlenen eğitim faaliyetlerinin tümünü kapsar" (MEB, 1973) denilmektedir. Yetişkin eğitimi terimleri sözlüğünde ise şöyle tanımlanmaktadır: "Resmi ya da özel kuruluşlarca yetişkinlere türlü alanlarda bilgi kazandırmak ve anlayışlarını geliştirmek amacıyla düzenlenip yürütülen planlı eğitim etkinlikleri; yetişkin yurttaşların çalışma güçlerini arttırmak, yaşayış düzeylerini yükseltmek, ulusal ve insancıl değerlerini geliştirmek amacıyla okul eğitimi dışında ya da yanında yapılan eğitim ve öğretim çalışmalarına verilen ad" (UNESCO, 1985, s.187). Yetişkin eğitimi konusunda en çok kabul gören tanım ise "çocukluk çağından itibaren başlayan, eğitiminin ilk dönemini tamamlamış kimselerin ihtiyaçlarına göre ayarlanmış olan ve bu gibi kimselerin öğrenmelerine imkan sağlamak üzere planlanan düzenli ve devamlı iletişim sürecidir" (UNESCO, 1985, s.65).

Tanımların sürekli birbirini tamamlar nitelikte olduğu, bireyin yaşamına temel oluşturucu ifadelerin yer aldığı, eğitimin işlevsel olmasına ve yararlılık ilkesi üzerine oturduğu, yetişkin eğitiminin bireylerin ilgi, istek ve ihtiyaçlarına dönük olduğu, gönüllülük ilkesiyle katılımın sağlandığı amaçlı, sistemli, planlı çalışmalar olduğu ifade edilebilir.

Son olarak ülkemizin geri kalmışlığını ve ülke içindeki eşitsizlikleri gidermek için, toplumsal ve yapısal değişikliği sağlamak için, örgün eğitimle kişiye kazandırılanları geliştirmek, kazandırılmayanları yahut eksiklikleri tamamlamak için yetişkin nüfusun hızla eğitilmesinin gerekliliği vardır.

## Yetişkin Eğitiminin Amacı

Yetişkin eğitiminin amacı bilim ve teknolojinin hızla geliştiği, toplumsal değişmelerin yaşandığı günümüzde bireylerin örgün eğitime girip-girmediğine yahut örgün eğitime devam edip-etmediğine bakılmaksızın ona ilgi, istek, ihtiyaç ve becerileri doğrultusunda eğitim imkanı sağlayarak anlayış davranış, bilgi ve beceri değişikliği kazanmasını sağlamaktır.

Yetişkin eğitiminin amacını genel ve özel amaç olarak iki kısımda incelemek, ele almak da mümkündür. Yukarıdaki tanım genel amaç tanımına uygundur. Özel amaç ise MEB tarafından şöyle ifade edilmektedir: (MEB, 1973, s.18).

1. Atatürk ilke ve inkılapları ile cumhuriyetin esaslarını ve Türk Milletinin değerlerini yurttaşlara benimsetmek,
2. Özgür düşünce gücüne sahip, insan haklarına saygılı, topluma karşı sorumluluk duyan yaratıcı kişiler yetiştirmek,
3. Yurttaşların ilgi, istek ve ihtiyaçları doğrultusunda meslek sahibi olmalarını sağlamak,
4. Okuma-yazma öğretmek, sağlık kuralları hakkında alışkanlıklar kazandırmak,
5. Gelişmiş bir kişilik ve karakterin sahip olması gereken bedeni, zihni ve ahlaki duyguları kazandırmak,
6. Milli ve evrensel kültür değerlerini kazandırmak,
7. Dil, anlatım, düşünce ve estetik duygularını ve zevklerini geliştirmek,
8. Boş zamanları değerlendirmek,
9. Toplumsal dayanışma ve sorun çözme becerisini kazandırmak,
10. Yaratıcılık ve girişimcilik gücü kazandırmak.

Yukarıda sayılı yetişkin eğitimi etkinlikleri ülkemizde farklı kurum ve kuruluşlarca gerçekleştirilmektedir. Bazı kuruluşların görevi sadece bu amaca yönelik olarak hizmet vermek iken kimi kuruluşlarda kendi amaçlarına ulaşmak için yetişkin eğitimi etkinliğinden bir araç olarak yararlanmaktadır. Burada yetişkin eğitiminin amaç ve araç olarak değerlendirilmesi sözkonusudur.

Ziraat Bankası'nın çiftçilere yönelik olarak yapmış olduğu çalışmaların bir kısmını yetişkin eğitimi olarak değerlendirmek mümkündür. Zira çiftçilere kazandırılacak bir takım bilgi ve beceriler Bankanın amacına ulaşmasını kolaylaştıracak; hem Bankanın hem de çiftçinin yararına olan çalışmalardır. Örneğin tarımsal kredi kullanma ve geri ödeme için hazırlanan

broşürler ile kredi alan çiftçilere görüşmelerde aktarılan yeni bilgileri bu çerçevede değerlendirmek mümkündür. Geray'ın da belirttiği gibi;

"Ziraat Bankası yetişkin eğitimini araç olarak kullanan bir örgüttür. Bu çalışmalar özellikle ve öncelikle Tarım Kredi Kooperatiflerine üye olan köylülere yönelmektedir. Ziraat Bankasının bu alandaki eğitsel çalışmaları, Tarım Kredi Kooperatifleri Birliği ile ortaklaşa yürütülmektedir. Ziraat Bankasının 1964 Nisanından başlamak üzere üç aylık bir kooperatifçilik dergisi yayınlamaktadır. Banka, kooperatifçiliğe ilişkin çeşitli filmleri fuarlarda, panayırarda halka göstermektedir. Kooperatiflerin kimisinde kurulan okuma odalarında Yetişkin eğitimi Merkezleriyle işbirliği yapılarak okuma-yazma kursları açılmaktadır. Kitapluklara çeşitli yayınlar yollanmaktadır. Çalışmaların en önemlisi, açılan el sanatları kurslarıdır. Bu kursları başarı ile bitirenlere kooperatif kredi açarak gerekli araç ve gereçlerin alımında yardımcı olmaktadır. Ziraat Bankasının güdüm ve denetimindeki Tarım Kredi Kooperatifi görevlileri için yetiştirme, olgunlaştırma, bölge kursları açarak mesleki eğitimlerini sağlamaktadır. Bu amaçla Ankara'da bir site kurulmuştur (Geray, 1978, s.336)

### Yetişkin Eğitimi Gerektiren Nedenler

Günümüzde bilim ve teknoloji hızla ilerlemekte, toplumların yapısı hızla değişmektedir. Buna bağlı olarak birey değişen ortama uyum sağlayabilmek için zorlanmakta, sürekli olarak yeni ve farklı davranışlara ihtiyaç duymaktadır. Sürekli ve hızlı değişmelerin gerektirdiği eğitim ihtiyaçlarının, sadece örgün eğitim kurumları yoluyla karşılanamayacağını, başta kalkınmış ülkeler olmak üzere tüm dünya ülkeleri kabul etmekte ve bu boşluğu doldurmak için yetişkin eğitimi çalışmalarına ağırlık verilmektedir (Güneş, 1988, s.1).

Dinamik bir yetişkin eğitimi hizmeti kişilerin olduğu kadar toplumların hızlı değişimin etkilerini uyum sağlayabilmeleri için gereklidir. Öte yandan yetişkinler kendi hayatlarını etkileyen dış güçler ile genellikle içinde yaşadıkları topluluk hakkında çeşitli hareket tarzları içinden en isabetli olanı ayırt edip seçecek kadar bilgi sahibi değillerse, onlardan kişisel olarak yapıcı bir rol oynamaları beklenemez. Ekonomik büyüme bilimsel teknik ve yönetimle ilgili becerilerin her düzeyde sanayi ve tarım alanındaki üretime sürekli olarak uygulanması ile sağlanır; bu ise ancak yetişkin eğitimi genişletmek ve onun verimini artırmakla elde edilebilir (Lowe, 1985, s.3)

Ülkemiz açısından durum değerlendirildiğinde gelişmiş ülkelerdeki yetişkin eğitimi ihtiyacını gerektiren nedenlerden biraz farklı olarak eğitimde fırsat eşitsizliğinin daha ön planda olduğu ifade edilebilir. Çünkü kadın-erkek, doğu-batı, zengin-yoksul, kır-kent arasında görülen eğitimde fırsat eşitsizliği toplum yaşamını olumsuz ve derinden etkilemekte toplumda dengesizlik ve uyuşmazlıklara neden olmaktadır. Buna karşın "toplum yaşamı görelide olsa denge uyumun egemen durumda bulunması ile olanaklıdır; toplum yaşamındaki değişmeler hep yeni koşullara uygun yeni denge ve uyumluluk durumunu arama anlamını taşır; dengesizliğin ve uyumsuzluğun egemen olduğu bir toplum yaşamı düşünülemez" (Ozankaya, 1982, s.307) "Bazen yoksunluk içinde olanlar siyasi istikrarı tehlikeye düşürecek kadar mutsuz ve huzursuz hale gelebilirler" (Lowe, 1985, s.64).

Ülkemiz kaynaklarının sınırlı olduğu, fırsat eşitsizliğinin de anayasal güvence altında olmasına karşın her kesime aynı ölçüde sunulamayışı eğitimi örgün eğitim dışına taşımaya



mecbur bırakmaktadır. Özellikle örgün eğitim dışındakilere yetişkin eğitimi fırsat eşitliğinin kısmen dahi olsa sağlanabilmesi için gereklidir.

Kırsal kesimde yaşayanların eğitim açısından kentte yaşayanlara göre daha çok yoksunluk içinde buldukları gözönüne alındığında yetişkin eğitimi özellikle bu kesim açısından önemli bir çıkış yolu olarak gözükmektedir. Araştırma konusunu oluşturan çiftçiler de kırsal kesimde yaşamakta ve onların da genel anlamda belirtilen sorunları bulunmaktadır. Bahsedilen fırsat eşitliği sorununun çözümüne yönelik her gelişmenin onları da olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir.

Yukarıda sayılan sebeplerin yanısıra aşağıda maddeler halinde sıralanan hizmetlerin sunulabilmesi için de yetişkin eğitimi gereklidir (Kılıç, 1981, s.14)

- 1.Okuma-yazma öğretimi ve temel eğitim
- 2.Genel kültür kazandırma
- 3.Öğretim kurumlarına hazırlama
- 4.Demokrasi eğitimi
- 5.Aile yönetimi
- 6.Mesleki yetişkin eğitimi
- 7.Yetişkin eğitimi kültür programları
- 8.Güzel sanatlar eğitimi
- 9.Sosyal hizmetler eğitimi
- 10.Toplum eğitimi

Geray'da yetişkin eğitiminin toplumdaki görevlerini şu dört noktada kümelendirmektedir: (Geray, 1978, s.21).

- 1.Eğitim, düzenin sürekliliğini sağlayıcı ekinsel birikimi, yeni kuşaklara aktarır.
- 2.Eğitim, toplumun evrimiyle tutarlı toplumsal değişmeyi gerçekleştirip halka yeni ekinsel değerleri, öğeleri yayar, benimsetir.
- 3.Eğitim, bilimsel bulgulara dayalı bilgileri yeni kuşaklara aktarır.
- 4.Eğitim, etkin bireyin üretimde yararlanacağı becerileri aktarır.
- 5.Eğitim, fırsat eşitliği sağlar.

Geri kalmış ülkelerde, eğitimin yukarıdakilerin dışında önemli bir görevi daha vardır. Bu da geri kalmışlık kısır döngüsünü kırabilmek için gerekli koşulları yaratmaya yöneliktir. Bu arada

yetişkin eğitiminde hedefe ulaşabilmek için güdüleme ve harekete geçirme konularında çaba sarfetmenin gerekli olduğu unutulmamalıdır. GÜNEŞ'in "bireyin iç ve dış uyarcıların etkisiyle harekete hazır hale gelecek bir davranışta bulunması" (GÜNEŞ, 1996, s.106) olarak tanımladığı güdünün; yetişkinin eğitime katılması, ihtiyacına yönelik faaliyetlere iştirak etmesi için gerekli olduğu ifade edilmektedir. Farklı teorilerle ifade edilen güdü genel olarak öğrenme ve katılma güdülere olarak iki ana başlık altında toplanmaktadır. Yetişkin eğitimi ve çalışmanın konusu gereği Bankanın çiftçilere yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde; güdünün eğitimle, katılımı, başarı ve başarısızlıkla yakından ilgili olduğu unutulmamalı çalışmalarda gözönünde bulundurulmalıdır.

### Yetişkin Eğitimi ve Halkla İlişkiler

Yetişkin eğitiminin amacı tanımı da belirtildiği üzere "örgün eğitim sistemine hiç girmemiş ya da herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademedен çıkmış fertlere gerekli bilgi ve davranışları kazandırmak için örgün eğitimin yanında veya dışında onların ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerini sağlayıcı nitelikte çeşitli süre ve düzeylerde hayat boyu yapılan eğitim-öğretim-rehberlik ve uygulama faaliyetlerini gerçekleştirmektir" (MEGSB, 1985, s.13) Yetişkin eğitimi faaliyetlerinin yöneldiği kesim ülke halkının tamamıdır. Böylesi geniş bir kesime hizmet verme gerekliliği beraberinde bir takım ek çabaları da gerekli kılmaktadır.

Yapılacak yetişkin eğitimi çalışmaları ile bu çalışmalara ışık tutacak bir takım ön hazırlıkların yapılması ihtiyaçların ortaya çıkartılması, programın ve amacının belirlenmesi için izlenecek yolun tespiti ve yapılacak değerlendirmelerin sağlıklı şekilde yürütülebilmesi halkla yakın bir diyalog içerisinde olmayı gerektirmektedir. Bunu başarı ile gerçekleştirebilmek için de halkla ilişkilerden yararlanmak gerekir. Yalçındağ'ın da belirttiği gibi;

"Kuruluşun yürüttüğü hizmetlere ilişkin olarak halkın beklentileri, görüş, dilek ve yakınmalarının iyi işleyen halkla ilişkiler programları aracılığı ile kuruluşa akması, salt iletişim süreci olmanın ötesinde bir anlam ve içerik kazanmak zorundadır. Kuruluşa yansıyan tüm bilgiler yönetim süreci içinde özümşenip, bunlara karşı halkın istek ve beklentileri doğrultusunda bir örgütsel tavır gerçekleştirmek, halkı duymaya dinlemeye ilişkin etkin halkla ilişkiler programları uygulamak için yararlanılmalıdır" (Yalçındağ, 1987, s.59).

Yetişkin eğitiminde halkla ilişkileri daha da önemli kılan bir husus olarak yetişkin eğitime gereksinim duyan kesimin ülkemiz uygulamalarında genelde eğitim, ekonomik, kültürel vb. alanlarla, beden ve zihin açısından yoksunluklar içinde bulunmasıdır. Bu kesimi oluşturan insanların sorunlarını kendi çabaları ile aşmaları oldukça zordur, hatta mümkün olmadığı dahi iddia edilebilir. Bu anlamda kendi ihtiyaçlarını ilgili kurum ve kuruluşlara ileterek çözümüne yönelik uğraş

vermelerini çoğu zaman beklemek bile ihtimal dışıdır. İşte bu aşamada yetişkin eğitimi hizmetini verecek kuruluşun uygun veri toplama ve ihtiyaç belirleme çalışmalarını yapması gerekir. Bunu gerçekleştirirken halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlardan yararlanabilir. Bu konu halkla ilişkiler bölümünde, halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlar başlığı altında ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

## Yetişkinlerin Özellikleri

Yetişkin eğitimi aracılığıyla yetişkine verilecek eğitimin amacına ulaşabilmesi istenen başarının sağlanabilmesi için en önemli unsurlardan birisi de yetişkinin özelliğine uygun eğitim vermektir. Yetişkine verilecek eğitimin nasıl olacağını kararlaştırmak için de yetişkinin özelliklerinin bilinmesi gerekir. Zira yetişkine eğitim ortamında çocuk muamelesi yapmak sözkonusu değildir.

Yetişkinin eğitimine etki eden bazı hususları şöylece özetleyebiliriz : (Geray, 1978, s.21)

Yetişkin fizyolojik olarak çocuklara göre gerilemiştir. Güç ve enerji kaybı ile karşı karşıyadır. Yavaş yavaş gelen bu kaybın pek de farkında değildir. Özellikle 40'lı yaşlardan sonra görmede ciddi sorunlar yaşayabilir. İtme yeteneği yaş ilerledikçe azalır ve ısıya uyum sağlamada yetişkin zorluk çeker. Öğrenme hızı 20-25 yaşında en yüksek seviyede iken 40'lı yaşlardan itibaren yılda yüzde bir civarında azalır. Bundan dolayı yetişkinin örgün eğitim çağındaki öğrenci gibi öğrenmesi beklenemez.

Yetişkinini eğitime güdülemek için somut, yetişkinin amacına yönelik, hemen kullanabileceği bilgileri içeren yetişkin eğitimi etkinliklerinin düzenlenmesi gerekir. Yetişkinini, çocuk gibi yıllar sonra kullanacağı bilgilerle donatmak için eğitim kurumuna çekmek hemen hemen mümkün değildir. Yetişkin eğitimi açısından önemli olan nokta yetişkinini öğrenmeye yönelten güdülerin öğretici tarafından anlaşılması, bilinmesidir. Bu durum öğrenmeyi kolaylaştırır, verimini artırır.

Yetişkinin katılacağı eğitim etkinliği yetişkinin ilgisini çekebilmelidir. Yaş ilerledikçe ilgi alanı daralmaktadır. Yetişkinin ilgi alanının; mesleğini ilerletecek, meslek kazandıracak, eksikliğini duyduğu konulardaki merakını giderecek, toplumsal rollerini yerine getirmede yardımcı olacak, yaparak öğrenmesini sağlayacak konulara yöneldiği bilinmektedir.

Yetişkin belli sosyal birikimi olan, tecrübesi, yaşı, mesleği, saygınlığı, aile çevresi gibi unsurlara bağlı olarak geliştirdiği belli bir davranış biçimini kazanmış bireydir. Bu özelliklerin yetişkin eğitimi etkinliğinde bilinmesi ve buna göre davranılması, özellikle güvensizlik duygusu içindeki yetişkinlere yardımcı olunması gerekmektedir.

Yaşı ilerlemiş yetişkinlere geçim sıkıntısının, ölüm korkusunun ve başkalarına muhtaç olmanın korku verdiği; aile çevresi ve arkadaşlığın, maddi rahatlığın, inanç ve ibadetin mutluluk verdiği yetişkin eğitimi düzenleyicisi ve öğreticisinin unutmaması gereken hususlar olduğu bilinmelidir (Kılıç, 1981, s.21)

Bu özelliklerin bilinmesi yetişkin eğitiminin başarısını ve yararlılığını artıracaktır. Ayrıca yetişkin eğitimi düzenleyicisi yetişkinin belli yaş dönemlerinde hangi özellikler gösterdiğini bilmek suretiyle, bir sonraki yaş dönemine hazırlanması için de gerekli eğitimi almasına yardımcı olabilir.

## Yetişkin Eğitimi Yöntemleri

Yetişkin eğitiminde yetişkin her ne kadar öğrenici durumunda ise de örgün eğitime devam eden bir öğrenciden yaş ve fizik olarak farklılaşması, toplumda belli bir sorumluluk ve statü sahibi olması, yetişkine daha farklı öğretim yöntemleriyle yaklaşmayı gerektirmektedir.

Yetişkin öğreneceği bilgiyi hemen kullanmak ister, öğretileni olduğu gibi değil kendi akıl süzgecinden geçirerek, eleştirerek alır, öğrenme için ayırdığı zamana önem verir, kendisine çocuk gibi davranılmamasını ister, onun içindir ki yetişkin eğitimi yöntemleri;

- 1.Yetişkine yönelik ve onun yaşadığı çevreye uygun olmalı,
- 2.Yetişkinin öğrenmeyi öğrenmesine yardım etmeli,
- 3.Grup yöntemlerini ağırlıklı olarak kullanmalıdır (GÜNEŞ, 1996, s.122).

Bu amaçla kullanılan yöntemlerden bazıları şunlardır : Anlatım yöntemi, soru-cevap yöntemi, problem çözme yöntemi, gösteri (demonstrasyon) yöntemi, gezi-gözlem yöntemi, grup tartışması yöntemi, bireysel öğretim yöntemi.

Öğreticinin anlatıp, yetişkinin dinlediği en eski yöntem olan anlatım yönteminde yetişkin pasiftir. Karşılıklı soru-cevaba dayanan soru-cevap yönteminde öğreticinin soru sorma tekniğini ve zamanı kullanmayı iyi bilmesi gerekir. Problem çözme yönteminde, yetişkine sorun çözme becerisi kazandırılmaya çalışılır. Yetişkinin anlama, öğrenme ve uygulamasına hız kazandıran gösteri yönteminde yetişkinin öğrenme hızı zorlanmaz ise oldukça yararlıdır. Gezi-gözlem yöntemiyle, yetişkinin farklı ortamları görerek bilgi sahibi olması sağlanır. Grup tartışması yönteminde, yetişkin bir konu ya da sorun üzerinde konuşarak, fikrini söyleyerek katılır. Bireysel öğretim yönteminde yetişkinle öğretmen / öğretici, materyal yalnızdır, karşı karşıyadır. “Ancak, toplumsal soyutlanmanın hızla arttığı ve yetişkinin yalnızlık çektiği bir ortamda bu yöntemlere fazla başvurulmamalı, grup yöntemleri tercih edilmelidir” (GÜNEŞ, 1996, s.126). Yetişkin

eğitiminde önemli olan husus, öğreticinin yetişkin eğitimi yöntemlerini, yetişkini ve öğretilecek konuyu iyi bilmesinde saklıdır.

## Yetişkinlerde Öğrenme

Yetişkinlerde öğrenme yeteneği ve özellikleri çocuklarla ortak ilkelere bağlı ise de, öğrenme etkinliği çocuklardan ve gençlerden farklıdır. Yapılan araştırmalar, yaşlı kimselerin ihtiyarlık dönemine yaklaştıkça daha önce edindikleri bilgileri değil yeni bilgileri öğrenme kolaylığını kayb ettiklerini göstermektedir (Başaran, 1966, s.24-71).

Yetişkinler anlamsız ve gereksiz buldukları konuları öğrenmekte güçlük çekerler. Ani anımsamalarda çocukları geçerlerse de, onlardan daha çok unuturlar. Maksatlı ve yanlış buldukları bilgileri öğrenseler bile zamanla anımsamakta güçlük çekerler. Denilebilir ki yetişkinlerle çocuklar ve gençler arasındaki öğrenme farkı yeteneklerden ziyade, ilgilerin zamanla farklılaşmasından meydana gelir. Bu demektir ki; yetişkinler daha çok ilgi duydukları konuları kolaylıkla öğrenir ve anımsarlar (Sidney, 1975, s.21).

Yetişkinlerde öğrenme şu aşamalardan geçerek gerçekleşir : (Geray, 1978, s.29) Önce yetişkinin yapılacak yetişkin eğitiminin farkında olması, bu etkinliklerle ilgilenmesi gerekir. İlgilendiği etkinliğin kendi açısından değerlendirmesini ve hesaplamasını yapar, neticeyi kendi açısından karara bağlamak için kararını verir ve uygular. Katılma konusunda kararını etkileyenler; kitle iletişim araçları, kamusal kuruluşlar, ticari kuruluşlarla, komşu ve arkadaşlar olarak ifade edilebilir.

Yetişkinlerde öğrenme konusunda gözönünde bulundurulacak önemli bir husus onların öğrenme hızında düşüş olduğudur. Buna bağlı olarak öğrenme çocuklara ve gençlere göre daha uzun zamanda gerçekleşir. Buna karşın yetişkinlerin öğrenme konusunda aceleci olmaları, bir konuyu hemen öğrenme ve uygulama istekleri onların bir başka özelliğidir. Yetişkinlere eğitim verenin bütün bu hususları dikkate alarak yetişkin eğitimi etkinliğini yönlendirmesi gerekir.

Yukarıda yetişkinlerin öğrenme özelliği olarak ifade edilen hususlar genelde olumsuz gibi gözükmemekte ise de bunların hiç birisi yetişkinin öğrenemeyeceği anlamına gelmez. Önemli olan yetişkinine öğrenme için biraz daha çok zaman tanımak, eğitimi onun ilgi, istek ve özellikleri yönünde şekillendirmek ve eğitimin her aşamasını onun özelliğine ve ihtiyacına uygun biçimde düzenlemektir. Bunun için de yetişkinlere yönelik öğretim yöntem ve tekniklerini, öğrenme ilkelerini bilmek gerekir.

## Kitle İletişim Araçları ve Yetişkin Eğitimi

İçinde bulunduğumuz yüzyılda ve yüzyılımızın özellikle son yıllarında teknolojinin her alanındaki gelişmelerinden kitle iletişim araçları da nasibini alarak, günlük hayatı kolaylaştırma, haber verme, toplumsal gelişim ve değişime katkıda bulunma gibi konularda insanlığa hizmet ederek; günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Yazılı, basılı, sesli, görüntülü, sesli-görüntülü araçlar olarak genellenen araçlar ve bu araçları kullanma başlı-başına bir amaç olmayıp hedef kitlede değiştirilmek istenen amaçlara hizmet edici bir araç olarak yararlanılmaktadır. Bu arada unutulmaması gereken bir husus kitle iletişim araçlarının etkinliğinin toplumsal yapıya, eğitim düzeyine, toplumun örgütlülüğüne ve kitle iletişim araçlarını kullanan, bununla yetişkin eğitimi yapmaya çalışanların bu konudaki becerilerine bağlı olduğudur. Yoksa kitle iletişim araçları vasıtasıyla herşeyi yapabilmeyi, becerebilmeyi ummak hayalcilik olur. "Kitle iletişimi yoluyla bireylerin farkında olmadan yenilikleri öğrenmesi sağlanabilir. Bu araçlar dizgeli bir biçimde kullanılarak halka yeni beceri ve beğeniler de öğretebilir. Öğretim süreci yüzyüze ilişkileri de gerektirdiğinden, kitle iletişim araçlarından tek başına öğretmen olarak yararlanılması sınırlıdır. Sözkonusu araçlar öğretmene yardımcı ve öğrenmeyi hızlandırıcı araçlar olarak kullanılmalıdır (Geray, 1978, s.95).

Yetişkinlerin genelde örgün eğitim dışına çıktığı, eğitime amaçlı, planlı, programlı bir zaman ayırmadığı da düşünülürse yetişkine görsel ve işitsel olarak mekan zorluğu çekmeden ulaşabilmenin yetişkin eğitimi açısından ne kadar önemli olduğunu anlamak daha kolay olur. Kitle iletişim araçlarının bu özelliğindedir ki; "kitle iletişim araçlarından eğitimde bu arada özellikle yetişkin eğitiminde yararlanmak özellikle gelişmiş ülkelerde olağan duruma gelmiştir. Önceleri yazılı basın kanalı, radyonun bulunuşu ile radyo kanalı, sinema ve film tekniğinin gelişmesi ile sinema kanalı, son teknik buluş olarak kabul edilen televizyonun kamu yararına sunuluşundan sonra da televizyon, eğitimde, yetişkin eğitiminde geniş olarak kullanılmaya başlanmıştır (Aziz, 1975, s.27).

Kitle iletişim araçlarının hangilerinden nerede ve nasıl yararlanılacağı bir uzmanlık ve araştırma konusudur. Bunun için hedef kitlenin ve yararlanılacak kitle iletişim araçlarının özelliklerinin iyi bilinmesi yararlılığı artıracaktır. Uygun araçların kullanımı konusu oldukça önemlidir. Zira "gereksinimlerden herhangi birini gidermekte, sözkonusu eğitsel araçlarda, hemen hemen hiçbiri tek başına etkili olamaz. Bu araçlardan herhangi biri, önemli bir sorunun çözümünde kullanıldığında, bunun çoğu kez öbür eğitsel kaynak ve deneyimlerle birlikte kullanıldığı görülmektedir" (Geray, 1978, s.100)



Kitle iletişim araçlarının eğitimdeki yeri ve önemi kabul edilmekle birlikte ne derece etkili olduğu sorusu tam anlamıyla açıklık kazanmamıştır. Kitle iletişim araçlarıyla yapılan eğitimin içeriği, yöntemi, sunumu, yetişkine zorlandığı hususlarda yardım edicilerin bulunması ve sık sık dönüt alınıp, değerlendirilip, yeni bilgiler ışığında kitle iletişim aracını geliştirmenin en doğru yol olduğu ve kitle iletişim aracının etkililiğini artıracığı söylenebilir.

## **Türkiye’de Yetişkin Eğitimi**

Ülkemizde yetişkin eğitimi çalışmaları cumhuriyetin kurulduğu yıllardan başlamak üzere artarak devam etmiştir. İlk yıllarda cumhuriyetin temellerini sağlama almak ve halkın yeni rejimi kabulünü kolaylaştırmak için yapılan çalışmalar zamanla mesleki-teknik, sosyo-kültürel alanlara kaymıştır.

Yetişkin eğitiminin ilk uygulamalarına Millet Mektepleri ile 1928 yılında başlanmıştır. Atatürk’ün önderliğinde açılan Millet Mekteplerinden 1.5 milyon kişi okur-yazarlık belgesi almıştır. 1932-1947 yılları arasında Halkevleri uygulamaları halkın kültürünü müşterek kılma ve cumhuriyet ilkelerinin kökleştirilmesini amaçlamıştır.

Askeri dönemlerde okuma-yazma üzerine yoğunlaşan yetişkin eğitimi çalışmaları, günümüzde yeni teknolojiyi yakalamak ve yaygınlaştırmak dahil olmak üzere pek çok alanı kapsamaktadır. Sonraki yıllarda Akşam Okulları, Olgunlaşma Enstitüleri, Halk Eğitim Merkezleri, Akşam Liseleri, Halk Eğitimi Genel Müdürlüğü, Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü, Yaygın Eğitim Enstitüsü, Çıraklık Eğitim Merkezi, Yetişkinler Teknik Eğitim Merkezi gibi kuruluşlar yetişkin eğitime hizmet vermiştir, kimisi de halen hizmet vermeye devam etmiştir.

Bu kuruluşlardan özellikle devlet tarafından açılmış olan; Akşam Ticaret Lisesi, Akşam Lisesi, Pratik Kız Sanat Okulu gibi okulları yetişkin örgün eğitimi; belediye, sendika ve diğer sivil toplum örgütlerinin açtığı kursları ve yaptığı hizmetleri yaygın yetişkin eğitimi; medya ve sosyal önderler tarafından yapılan yetişkin eğitimi çalışmalarını da algın yetişkin eğitimi çalışmaları olarak değerlendirmek mümkündür.

Örgün yetişkin eğitimi programları Milli Eğitim Bakanlığınca belirlenmekte ve uygulanmaktadır. “Yaygın yetişkin programı tamamlama, mesleki-teknik ve sosyo-kültürel program olmak üzere üç grupta toplanmaktadır”(Güneş, 1996, s.102). Algın yetişkin eğitiminde ise medya ve sosyal önderlerden yararlanılmaktadır.

Buraya kadar yetişkin eğitimi ile ilgili genel hususlar verilmiştir.

## C. ZİRAAT BANKASI VE HALKLA İLİŞKİLER

Türkiye'de bankacılığın tarihi, T.C. Ziraat Bankası'nın tarihçesi ve yasal dayanağı, Ziraat Bankası'nın bugünü, Ziraat Bankası Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün görevleri ve Ziraat Bankası Zirai Krediler Müdürlüğü ile Bankada görevli ziraat mühendislerinin görevleri, Türkiye'de tarımın önemi ve sorunları, Ankara İli ve araştırmaya giren ilçelerin tarımsal varlığı ile bankacılıkta yeni teknoloji kullanımına bu kısımda yer verilmektedir.

### Türkiye'de Bankacılığın Tarihi

Tanzimat öncesine kadar Osmanlı İmparatorluğunda sarraflık ve tefecilik gibi işler müslüman olmayanların uzmanlaştığı alanlardı. Bu dönemlerde ilkin Galata Sarrafları, sonra Galata Bankerleri olarak bilinen bir grup, Osmanlı Sarayı ve hazinesi ile sıkı ilişkileri nedeniyle sivrilmişti. Bu bankerler devlete ödünç para bulmak, senet alıp satmak, altın ve gümüş paraları birbirleriyle değiştirmek, başkalarının paralarını gelir yaratacak biçimde işletmek, mülklerini de yönetmek gibi işler yaparlardı.

Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk banka iki banker tarafından kuruldu. 1847'de kurulan Banque de Constantinople 1852'de iflas etti. 1856'da Bank-ı Osmani kuruldu. İngiliz sermayedarlarınca kurulan bu banka, Fransızların 1863'te sermayesine katılmasıyla Bank-ı Osmani-i Şahane (Osmanlı Bankası), banknot çıkarma yetkisine sahip kılınmış ve bu yetkisi cumhuriyet döneminde T.C. Merkez Bankası faaliyete geçinceye dek sürmüştür.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde ulusal bankacılık hareketleri 19. yy. sonunda başlamış ve bu dönemde genelde tek şubeli bankalar kurulmuştur. 1863'de tarımsal kredi vermek üzere kurulmuş olan Memleket Sandıkları'nın yerine 1888'de kurulmuş olan Ziraat Bankası, İslam ve Ticaret Bankası (1913), Manisa Bağcılar Bankası (1917), İtibari Milli Bankası (1916) sayılabilir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında (1924) 17 yabancı banka, aynı yıl bağımsız şirket olan Ziraat Bankası İtibar-i Milli Bankası ve çoğu önemsiz büyüklükte 16 Türk Bankası daha vardı (Oyal,

1983, s.101). O yıllarda ulusal ekonominin kurulabilmesi için ulusal bankacılığın gelişmesi gerektiği düşüncesi egemen olmuş, İş Bankası, Emlak Kredi Bankası ve Merkez Bankası kurulmuştur.

Devlet bankalarının kurulduğu yıllar 1932-45 yıllarına rastlar. Bu dönemde Sümerbank (1933), İller Bankası (1933), Etibank (1935), Denizcilik (1938), Halk Bankası (1938) kurulmuştur. Tek parti dönemine rastlayan bu dönemde özel yasayla kurulmuş banka sayısı artmış, eskiden kurulan yerel bankaların büyük bölümü kapanmış, yabancı bankaların faaliyetleri azalmıştır.

Çok partili dönemle birlikte özel kesim canlanmış ve özel ulusal bankalar kurulmuştur. Yapı Kredi Bankası, Garanti Bankası ve Akbank gibi. Kamu bankacılığı alanında da önemli gelişmeler olmuş, Devlet Deniz Yolları ve Limanlar İşletmesi Umum Müdürlükleri yeniden düzenlenmiş ve Denizcilik Bankası adıyla yeni bir statü kazanmıştır. Daha önceleri de mevduat toplayabilmekle birlikte kredi açamayan Etibank ile kredilendirme yetkisini kendine bağlı girişimler için kullanabilen Sümerbank şubeler açarak yeni hizmet alanlarına yönelmişlerdir (Yasa, 1980, s.470).

Planlı dönemde yatırım ve kalkınma bankaları, 80'li yıllarda da dışa açılmayla birlikte yabancı banka sayılarında artma gözlenmiştir (B. Larousse, 1992, s.1297).

Ülkemizde Faaliyet Gösteren Bankaların Dağılımı Şöyledir :

1. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası		1
2. Ulusal Ticaret Bankaları		37
A. Kamusal Sermayeli Bankalar	6	
B. Özel Sermayeli Bankalar	31	
3. Diğer Ticaret Bankaları		20
A. Türkiye'de Kurulmuş Bankalar	9	
B. Türkiye'de Şube Açan Bankalar	11	
4. Kalkınma ve Yatırım Bankaları		12
A. Kamusal Sermayeli Bankalar	3	
B. Özel Sermayeli Bankalar	9	
a) Ulusal Sermayeli Bankalar	6	
b) Yabancı Sermayeli Bankalar	3	
<b>TOPLAM</b>		<b>70</b>

TBB, 1992, s.5.

### Bankaların Yurtiçi Şube Sayıları

Yıllar	Kamusal Ticaret Bankaları	Özel Ticaret Bankaları	Yabancı Ticaret Bankaları	Kalkınma ve Yatırım Bankaları	TOPLAM	Yıllık Değişme
1988	2945	3450	106	12	6513	110
1989	2964	3491	106	14	6575	62
1990	2967	3443	113	17	6540	-35
1991	3019	3313	113	17	6462	-78
1992	3001	3077	109	19	6206	-256

TBB, 1992, s.6.

### T.C. Ziraat Bankası'nın Tarihçesi ve Yasal Dayanağı

Ülkemizde bankacılık Osmanlı İmparatorluğu döneminde "yabancı bankacılık" şeklinde başlamış ve bu bankalarında yalnızca ticari alanda faaliyet göstermeleri üzerine 19. yüzyılın sonlarında tarımda finansman sorunu ciddi boyutlara ulaşmıştır. Bu sorunu çözmek ve tarımda çalışanların kredi gereksinimlerini karşılamak amacıyla, büyük devlet adamı, dönemin Niş Valisi Mithat Paşa 1863 yılında Pirot Kasabasında bugünkü Ziraat Bankasının çekirdeğini ve Ulusal Bankacılığımızın başlangıcını oluşturacak olan "Memleket Sandıkları"nı kurmuştur.

"Bankanın tarihini dört ayrı dönemde incelemek mümkündür : (Hazar, 1996, s.83)

1.1863- 1888 : Memleket Sandıkları ve Menafi Sandıkları.

2.1888- 1924 : Resmi devlet müessesesi olarak faaliyet gösterilen dönem.

3.1924- 1937 : Anonim şirket olarak faaliyet gösterilen dönem.

4.1937'den günümüze : Özerk İktisadi Devlet Teşekkülü olarak faaliyet gösterilen dönem.

Bu sandıklar hızlı bir gelişme potansiyeline sahip olmasına karşın, sermaye azlığı nedeniyle zaman içinde çalışamaz hale gelmiştir. Devamlı sermaye akışını sağlamak amacıyla 1883 yılında Aşar Vergisinin %10 oranında artırılmasıyla oluşan Menafi Hisseleri Memleket Sandıklarına aktarılarak, bu sandıklara Menafi Sandıkları adı verilmiştir. Ancak tarımsal alanda giderek artan kredi sıkıntısının yeni bir kuruluşla giderilmesi kararlaştırılmış, Menafi

Sandıklarının 250 kadar olduğu 1888 yılında Ziraat Bankası kurularak sandıkların 2.000.000 Osmanlı Altını olan sermayesi bankaya devredilmiştir.

Cumhuriyetin ilânından sonra 1924 yılında, Ziraat Bankası bir devlet kuruluşu kimliğinden çıkartılarak ekonomiye canlılık getirmek amacıyla anonim şirket haline getirilmiştir. Ancak Bankanın hukuki yapısındaki özellikler zamanla daha açık olarak kendini hissettirmeye başlamış ve Ziraat Bankası'na yeni bir kişilik kazandırma zorunluluğu doğurmuştur. Hükümetçe yapılan incelemelerden sonra 1937 yılında 3202 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası Kanunu ile Banka özerk bir devlet kuruluşu haline dönüştürülmüş buna göre T.C. Ziraat Bankası, tüzel kişiliği olan, faaliyetlerinde özerk ve sorumluluğu sermayesiyle sınırlı bir İktisadi Devlet Teşekkülü'dür. Kuruluş amacı esas olarak tarım kesimine finansal destek sağlamak ve her türlü bankacılık işlemlerini yapmak olarak belirlenmiştir.

#### CARİ ÜRETİCİ FİYATLARIYLA G.S.M.H. (MİLYON TL.)

YILLAR	G.S.M.H.	TARIM	%	SANAYİ	%	HİZMETLER	%
1963	66.801.4	24.095.0	36.1	11.976.5	17.9	30.729.9	46.0
1965	76.726.3	23.569.6	30.8	15.338.8	20.0	27.727.9	49.2
1970	147.776.1	38.887.5	26.3	30.503.4	20.6	78.385.2	53.1
1975	535.771.0	137.283.0	25.6	108.620.3	20.3	289.867.7	54.1
1980	3.435.153	928.159.6	20.9	1.098.246.7	24.8	2.408.746.7	54.3
1985	27.796.757.3	4.806.096.5	17.3	8.583.356.1	30.9	14.407.304.6	51.8
1989	287.254.232.9	45.794.529.6	15.9	86.802.158.2	30.2	154.657.545.1	53.9

KAYNAK : DİE

Tabloda da görüldüğü gibi tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş konusunda ülkemizin gösterdiği kararlılık ve bu kararlılık çerçevesinde alınan neticeler; çalışan kesimin zaman içinde tarım sektöründen sanayi ve hizmetler sektörüne doğru kayma gösterdiğiidir. Buna paralel biçimde şehirleşme olgusu ön plana çıkmış, köyden şehire göç artarak devam etmiştir. Bu durum beraberinde toplumsal kurum ve kuruluşların yapı ve işlevlerini gözden geçirerek, gerekiyorsa yeniden yapılanmalarını zorunlu kılmıştır.

**İSTİHDAMIN SEKTÖREL DAĞILIMI (15 + YAŞ)**

YILLAR	TARIM	%	SANAYİ	%	HİZMETLER	%
1963	9.853.3	76.8	1.124.9	8.8	1.851.1	14.4
1965	9.767.7	74.9	1.196.6	9.2	2.083.2	15.9
1970	9.606.0	70.2	1.379.0	10.2	2.679.4	19.6
1975	9.563.0	65.1	1.691.0	11.5	3.442.3	23.4
1980	9.520.0	65.2	1.770.8	11.6	3.940.5	25.9
1985	9.390.0	58.9	2.052.5	12.9	4.512.6	28.2
1989	9.300.0	55.1	2.392.2	14.2	5.174.5	30.7

DPT : 1992

Bankacılık konusunda yapının gözden geçirilmesi gereği yukarıdaki hususların yanısıra özellikle 24 Ocak Kararları adıyla bilinen 1980'deki ekonomik kararlardan sonra zorunluluk arzemiştir.

Tarım sektöründe çalışanların azalması ve buna bağılı olarak köylünün şehire göç etmesi, köy/şehir oranındaki farklılaşma; tarımda yeni teknolojilerin uygulanabilmesi için finansal destek gerekliliğı tarımda çalışanların tabloda görüldüğü gibi GSMH'dan aldığı payın azalması ve çiftçilerin ekonomik şartlarının bozulması, duruma devletin bankası aracılığı ile müdahale etmesini yahut gelişmelere direkt veya dolaylı etki yapmasını gerekli kılmıştır.

Bahsedilen hususlar gözönünde bulundurularak Ziraat Bankası'nın Ana Statüsü 1984'te yeniden belirlenmiştir. Yeni statüde Bankanın amacı "08.06.1984 Tarih ve 233 Sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine tabii olarak ve söz konusu kanun hükmünde kararname ve 70 Sayılı Bankalar Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümleri çerçevesinde faaliyette bulunmak üzere Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası adı altında tescil olunan İktisadi Devlet Teşekkülünün hukuki bünye, amaç ve faaliyet konuları, organları ve teşkilat yapısı, bağılı ortaklıklar ve iştirakleri ve bunlar arasındaki ilişkiler ve diğere hususları düzenlemektir" şeklinde belirlenmiştir (R.G. 1984, s.10).

İlgili statüde bankanın amaç ve faaliyet konuları ise; "esas olarak tarım kesimine finansal destek sağlamak ve diğere her türlü bankacılık işlemlerini yapmak amacıyla teşkil olunan T.C. Ziraat Bankası'nın faaliyet konuları aşağıda gösterilmiştir" denilerek şu şekilde sıralanmıştır:



1-Tarımsal ürünlerin (bitkisel, hayvansal üretim, ormancılık ve su ürünleri dahil) üretilmesine, işlenmesine, değerlendirilmesine, pazarlanmasına tarıma dayalı sanayi ile tarıma girdi sağlayan tarımsal sanayiye dönük her türlü girişimlerin kalkınma planı ilkelerine göre üretimde bulunması, oluşması ve gelişmesi ile ilgili finansman desteği sağlamak, kaynak yaratmak ve gerekli kredileri düzenlemek, izlemek ve bu amaçların elde edilmesini sağlayacak ortaklıkları kurmak ve kurulacak ortaklıklara ve yapılmış ve yapılacak teşebbüslere gereği halinde katılmak,

2-Ekonomik gereklere uygun olarak verimlilik ve karlılık ilkeleri doğrultusunda, ulusal ekonomi ile uyum içinde sermaye birikimine yardım etmek ve bu suretle daha fazla yatırım kaynağı yaratmak üzere tarım sektörünün kalkınma bankacılığı görevini de üstlenmek,

3-Banka kaynaklarının kalkınma planı ve yıllık programlarının hedeflerine uygun olarak kullanılmasını ve selektif kredi politikasının etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamak amacıyla sektör bankası olarak çalışmak,

4-Halkın geçici ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile, alınan menkul karşılığında tespit edilecek kredi hadleri ile borçlunun şahsen sorumlu olmayıp, sorumluluğunun merhunla sınırlı olacağı, Bankalar Kanununda belirtilen "Hesap Durumu Belgesi" aranmayacak krediler açmak,

5-Her türlü kredi, bankacılık, sigorta acenteliği ve borsa işlemleri yapmak (R.G. 1984, s.11).

Tarımsal Kredi kullanımını içeren hususlar Ana Statüde belirtilmiş olmakla birlikte T.C. Ziraat Bankası Tarımsal Krediler Yönetmeliği olarak, -Ana Statüdeki metin üzerinde bazı çalışmalar yapılarak- 1986'da yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelikte Tarımsal Kredilerin amacı; "Krediler Yüksek Kurulu Kararı çerçevesinde ülke içinde veya dışında pazarlama kabiliyeti bulunan tarımsal ürünlerin üretilmesi ile bu ürünlerin işlenmesi, değerlendirilmesi, pazarlanması, tarıma dayalı sanayinin oluşması, üretimde bulunması ve gelişmesi ile tarımsal üretim için gerekli girdilerin verilmesidir.

Tarımsal Kredilerin verilmesinde amaç;

- a) Yatırım ve işletme sermayesi unsurlarını tamamlamak,
  - b) Üretimi ve verimi artırmak ve iyileştirmek,
  - c) Bir tarımsal işletmeye sahip kılmak veya tarımsal işletmeyi genişletecek arazi edindirmek,
  - d) Tarımsal ürünleri işlemek, değerlendirmek ve tarımsal üretime girdi sağlamak,
  - e) Ürünlerin pazarlanmasını kolaylaştırmak ve artırmak" olarak belirlenmiştir
- Yine aynı yönetmelikte Tarımsal Kredilerin çeşitleri ile kullanımına esas olan hükümler belirlenmiştir (R.G. 1984, s.14).

Kısaca Ziraat Bankası, ülkenin en küçük yerleşim birimine kadar yayılmış bulunan bankacılık ağı ve gelişmiş uluslararası bağlantılarıyla çağdaş bankacılık hizmetini halka vermeye ve devletçe verilen pek çok görevi de yerine getirmeye devam etmektedir.

## T.C. Ziraat Bankası'nın Bugünü

"Bankanın amaçlarını yürütmek ve şubelerini yönlendirmek üzere 39 Genel Müdürlük birimi vardır. Banka şubeleri buldukları yer itibarıyla yurtiçi, yurtdışı şubeleri olarak ayrılmaktadır. Son durum itibarıyla Bankanın 1247 yurtiçi, 4 adet K.K.T.C. üç adet yurtdışı şubesi vardır" (Z.B. 1994, s.42 - 50)

Bankada 1985 yılından itibaren şubeler otomasyona geçirilmeye başlanmış, ve Bankanın tüm birim ve şubelerinde bilgisayar ağının yaygınlaştırılması yönündeki çabalar hızlandırılmıştır. Şubat 1994 itibarıyla 1239 şube, 57 büro, 50 özel işlem merkezi, tüm Genel Müdürlük Birimleri ile Bankanın diğer hizmet birimlerinde olmak üzere toplam 1418 birim işlemlerini bilgisayarla yapmakta olup bunlardan 1007 adedi on-line bağlantılı olarak hizmet vermektedir. Bankada 1450 adet ana bellek, 18005 adet ekran, 824 ATM faal durumdadır. Şubat 1994 itibarıyla Banka mudilerine 1.570.000 bankkart vermiştir. 1994 yılı itibarıyla Bankada 20327 lise, 6710 yüksek okul, 218 lisans ve doktora mezunu olmak üzere toplam 37420'dir. Bunun 11349'u bayan, 26071'i erkek personeldir. (Z.B. 1994, s.53-62)

Banka çiftçilere yönelik olarak düşünülen Başakkart uygulamasını başlatmış ve bunu 500 bankasında uygulamaya geçirmiştir. Ziraat Bankası 1992 itibarıyla tarım sektörüne 34 zirai kredi çeşidiyle toplam 47,5 trilyon TL tahsis etmiştir. Bu rakam bankanın toplam kredi hacminin % 87'sine tekabül etmektedir.

Banka Amerika ve Avrupa'dan sonra Bağımsız Devletler Topluluğunda da (Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Türkmenistan, Rusya) şube ve temsilcilikler açmıştır. Hizmet ağının böylesi geniş olması, bankaya Dünyada En Yaygın Türk Bankası" unvanını da kazandırmıştır.

"Bankacılık Okulu" adı altında bankacılık sektörüne yetişmiş eleman kazandırmayı amaçlayan bir okul faaliyetine devam etmektedir. Bankacılıkta gelişmiş bilgisayar teknolojisi uygulayan Ziraat Bankası uluslararası bankacılık, kurumsal bankacılık ve perakende bankacılık alanlarında faaliyetlerini sürdürmektedir. Bunlara ilave olarak fatura tahsilatından, sosyal güvenlik kurumlarının maaşlarının ödemesine kadar çok farklı alanlarda da bankacılık hizmetleri vermektedir.

Bankanın çalışmaları yurt içi ve yurt dışında sürekli takip edilmekte ve değerlendirilmektedir. Son olarak Euromoney, The Banker gibi uluslararası kuruluşlar bankanın uluslararası düzeyde gerçekleşen başarısını onaylamışlardır.

## **T.C. Ziraat Bankası'nın Halkla İlişkiler Müdürlüğünün Görevleri**

Bankanın halkla ilişkiler çalışmalarını yürütmekle görevli Halka İlişkiler Müdürlüğünün çalışma esas ve usulleri Halkla İlişkiler Müdürlüğü Görev Yönetmeliği ile belirlenmiştir. Yönetmelikte tanıma ve tanıtmanın nasıl yapılacağı bu çalışmalarda kullanılacak araç-gereçlerin neler olacağı belirtilmiş; örgüt yapısı içinde halkla ilişkilerin yeri üzerinde de ayrıca durulmuştur.

Yönetmelik genel anlamda halkla ilişkiler faaliyetlerini tanıtmaya ağırlıklı olarak ele almakta ise de araştırma faaliyetlerine de önem vermektedir. İç ve dış tanıtmanın hedef ve stratejisini tespit etmek maksadıyla her türlü çağdaş araç ve gereçten yararlanarak kamuoyu araştırmaları yapmak, yaptırmak, kamuoyunun istek ve düşüncelerini izlemek, bu istek ve düşüncelere uygun olarak usül ve formaliteleri kamuoyunun ihtiyacına göre yeniden düzenleyebilme yetkisi Halkla İlişkiler Müdürlüğü'ne verilmiştir.

Tanımda amaca uygun biçimde yazılı, sözlü, görsel-işitsel araçlar ile piyasadaki profesyonel kuruluşlardan yararlanılacağı, yaptırılacak araştırma sonuçlarının kamuoyuna duyurulacağı, tanıma çalışmaları kapsamında mudi ve müşteri şikayetleriyle isteklerini izlemek amacıyla kitlelere gidilerek görüşüleceği, bu anlamda alan araştırması yapılacağı belirtilmektedir. Yukarıdaki hususlara ilâve olarak sağlıklı ve hızlı bir bilgi akımı ve birikimi sağlamak amacıyla "Temel Bilgiler Arşivi" kurulacağı belirtilmekte; tanıma faaliyetleri, tanıtma ile ilişkilendirilerek, bu çalışmalar yürütülürken, kamuoyunun Bankaya olan güvenini artırma ve Bankaya yönelik olumlu görüntü yaratma çabalarıyla eşgüdümlü olarak ele alınacağı vurgulanmaktadır.

Serbest piyasa ekonomisi şartları içinde faaliyet gösteren Bankanın, bankacılık sektöründeki yerini muhafaza etmek ve başarısını yükseltebilmek için reklam ve propagandaya da ağırlık verilmekte, hatta çalışmaların yarısından çoğu bu amaca yönelik olarak yürütülmektedir.

Bankanın gerek yurt içinde gerekse yurt dışında her türlü çağdaş araç ve gereçten yararlanarak tanıtımını yapmaya yönelik faaliyetleri arasında basın duyuruları, reklam filmleri ve panoları, afiş, bülten, broşür, vb.lerinin hazırlanması, iç ve dış tanıtımın hedeflerini ve stratejisini saptamak amacıyla kamuoyu araştırmaları yapmak ya da yaptırmak yoluyla kamuoyunun istek ve düşüncelerini izleyip değerlendirmek Halkla İlişkiler Müdürlüğünün gerçekleştirdiği çalışmalar arasındadır.

Bankacılık sektörü ile ilgili haberlerin ve yararlı teknik bilgilerin yer aldığı "Ziraat Bankası Dergisi" ile ilköğrenim çağındaki çocuklara yönelik "Başak Çocuk Dergisinin" basım ve dağıtımını da Halkla İlişkiler Müdürlüğü yürütmektedir. Bankanın kültür ve sanat politikasına uygun kültür yayınlarına ilaveten Bankanın temel faaliyet konusunun muhatabı olan çiftçileri bilgilendirmek amacıyla da çeşitli yayınlar hazırlanarak dağıtımı yapılmaktadır. Türk resim sanatının gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla Türk ressamlarının eserleri satın alınarak zengin bir koleksiyon oluşturulmuştur. Ayrıca Halkla İlişkiler Müdürlüğünün öncülüğüyle açılan, bankacılıkla ilgili eserlerin bulunduğu bir de müze mevcuttur. Son olarak da arşivlerdeki Osmanlıca evrakın derleme ve çevrilmesine yönelik çalışmalar başlatılmıştır. (Z.B. 1994, s.75). "Halkla İlişkiler Müdürlüğünün katkılarıyla önceki yıllarda T.C.Z.B. Bülteni, NOT ve T.C.Z.B. KOOPERATİF dergileri yayınlanmıştır" (Z.B. 1994, s.77).

Ana okuyucu kitlesini Banka personelinin oluşturduğu T.C.Z.B. Dergisi 1991 yılından beri aylık olarak basılmakta ve dağıtılmaktadır. Tirajı 10.000'dir. İlköğretim çağındaki çocuklara Bankayı tanıtmak, onların zihinsel ve kültürel gelişmelerine katkıda bulunmak amacıyla aylık olarak Başak Çocuk Dergisi yayımlanmaktadır. 400.000 adet basılan derginin 375.000 adedi yurtiçinde, 25.000 adedi yurtdışında olmak üzere şubelerce dağıtılmaktadır (Z.B. 1991, s.7).

Banka sanat, kültür, spor alanında yarışma düzenleyerek hem bu alana ilgi çekmek hem de bankayı kamuoyuna benimsetme çabalarını yürütmektedir. Kültür, sanat çalışmaları çerçevesinde Banka müze ve resim koleksiyonu da oluşturmuştur. Ayrıca aylık dergi ile Bankanın faaliyet alanına uygun kitap yayımı da sürmektedir.

Bankanın basınla yakın ve samimi ilişki içinde bulunmasına özel önem verilmekte, basın mensuplarının Bankaya ilgisinin çekilmesine ve onlarla uyumlu, iletişim kurulmasına çalışılmaktadır.

Halkla İlişkiler Müdürlüğünde personel eğitimine özel önem verilmekte, personelin bilgi ve becerisini yükseltmek için Eğitim ve Organizasyon Müdürlüğü ile koordineli olarak çalışılmakta, yurt içinde ve yurt dışında eğitim programı ve seminerleri düzenlenmektedir.

Halkla İlişkiler Müdürlüğü genel müdür yardımcısına bağlı olarak faaliyetlerini yürütmekte olup; müdür, 2. müdür, müdür yardımcısı ile sanat danışmanı, başuzman, ressam, grafikerden oluşan teknik kadroyla hizmet vermektedir.

## **T.C. Ziraat Bankası Ziraai Krediler Müdürlüğü ve Ziraat Mühendislerinin Görevleri**

Zirai Krediler Müdürlüğünün çalışma esas ve usulleri ile bu birimde çalışanların görev, unvan, yetki ve sorumlulukları yönetmelikle düzenlenmiştir.

Yönetmeliğe göre Zirai Krediler Müdürlüğünün görevleri; Banka politikasına uygun olarak yürütülen veya yürütülecek çalışmalara, yurt dışından veya Banka kaynaklarından sağlanan yatırım kredilerini vermek, Tarım Bakanlığı ile koordineli çalışmalar yapmak, verilen kredilerin tahsilini temin etmek, Bankanın yıllık programının Müdürlüğü ilgilendiren kısmını hazırlamak, tarımsal kredi plasmanlarını belirlenen esasa göre şubelere dağıtmak ve kredi kullanımı konusundaki genel kuralları şubelere bildirmek, plasmanların karşılanması ve kullanılması için önlem almak ve izlemek, açılan kredilerin amacına uygun olarak kullanılıp kullanılmadığını izlemek, yurt içindeki ve yurt dışındaki tarımsal yayınları izlemek, istatistikî çalışmalar yapmak olarak belirlenmiştir.

Yönetmelikte halkla ilişkiler konusuna özellikle değinilerek, tarımsal krediler konusunda çeşitli vasıtalarla tanıtım faaliyetlerinde bulunulacak ve bu konuda Halkla İlişkiler Müdürlüğü ile işbirliği içinde çalışmalar yürütülecektir denilmektedir. Eğitim konusu yönetmelikte sadece personel eğitimi olarak düşünülmekte ve "Personelin konuyla ilgili yurt içinde ve dışında eğitimini sağlayacak tedbirler alınacaktır" ifadesine yer verilmektedir.

Bu çalışmaların Zirai Krediler Müdürlüğünden sorumlu genel müdür yardımcısına bağlı olarak Zirai Krediler Müdürünce yürütüleceği ifadesi de yönetmelikte yer almaktadır.

Bankanın çiftçiye yönelik olarak düzenlediği ve yürüttüğü çalışmaların önemli bir kısmını gerçekleştirmekle görevli "ziraat mühendislerinin" çalışma esasları, unvan, görev, yetki ve sorumlulukları "Teknik Eleman Yönetmeliğinde" belirtilmiştir. Adıgeçen yönetmelikte teknisyenlerin durumuna da açıklık getirilmiştir.

Örgüt yapısı merkez şube ve diğer şubeler olarak ayrılmış; merkez şubelerde müdür, bir teknik müdür yardımcısı, bir başmühendis ve yeteri kadar ziraat mühendisi ve teknisyeninin bulundurulması uygun görülmüştür. Tarımsal kredi veren her şubede de ziraat mühendisi veya teknisyeninin bulundurulması ilke olarak kabul edilmiştir. Şubelerde ziraat mühendisi veya teknisyeni bulunmadığı hallerde "mülhaken idare" olarak ifade edilen ve bir başka şubeden ziraat mühendisi veya teknisyeninin geçici olarak görevlendirileceği belirtilmiştir.

Ziraat mühendisi ve teknisyenlerinin görevleri; teknik görüş belirtmek, kredinin kullanılabilmesi, izlenmesi, ürün bütçesi ve yatırım modelleri hazırlamaktır. Bu çalışmalara bağlı olarak istatistiki bilgileri derlemek de görevleri arasında mütalaa edilmektedir.

Bulgular kısmında da açıklanacağı gibi ziraat mühendisi ve teknisyenlerinin her ne kadar çiftçiye eğitim ve halkla ilişkiler konusunda bilgi vermeleri zorunlu değilse de -buna imkanda yoktur. Zira, bir şube 50-60 köye hizmet vermektedir.- kredi talebi aşamasındaki çiftçiye hem mevcut uygulamalardan çiftçinin bilmediklerini hem de bankacılıktaki yenilikleri aktarmaktadırlar.

## **Türkiye'de Tarımın Durumu ve Sorunları**

Ülkemizin ilerlemesi ve gelişmesi için yapılacak çalışmalarda isabetli kararların alınabilmesi öncelikle sorunlarının doğru tespit edilip, verilerin ortaya konulması, teşhisin bu verilere dayalı olarak doğru bir şekilde yapılmasıyla mümkün olabilir. Aksi takdirde TOR'un yayım çalışmalarıyla ilgili olarak belirttiği;

"Yayım çalışmalarında hep metot ABD'den alınmıştır. Oysa ABD ile Türkiye'nin toplumsal yapıları birbirinden tamamen farklıdır. Türk toplumuna tamamen yabancı olan bu sistemin aynısı alınarak uygulandığı için yani adapte edilemediğinden dolayı yayım çalışmalarının uygulanması esnasındaki bilgiler çiftçilerin ilgisini çekmekten oldukça uzak kalmaktadır" görüşü diğer konularda da tekrarlanır. Böylesi bir yol izlenerek de başarıya ulaşılması oldukça zor, hatta mümkün değildir. (Tor, 1985, s. 62).

Gelişmekte olan ülkeler grubuna dahil olan Türkiye'de çalışan sivil işgücünün halen % 50'si tarımla uğraşmaktadır (DİE, 1990,). Buna bağlı olarak tarım çalışanları ekonomik konularda daha uzun yıllar makro düzeyde belirleyici etkilerini sürdüreceklerdir. Zira, tarım sektörünün ulusal gelire katkısı ve dışsatım içindeki payı zaman içinde oransal olarak azalsa da, bu görevleri devam edecektir.



**İHRACATIN SEKTÖREL DAĞILIMI (MİLYON \$)**

YILLAR	GENEL TOPLAM	TARIM	%	MADEN- CİLİK	%	SANAYİ	%
1963	368	284	77.2	11	3.0	73	19.8
1965	464	352	75.9	21	4.5	91	19.6
1970	588	443	75.3	45	7.7	100	17.0
1975	1.401	793	56.6	106	7.5	503	35.9
1980	2.910	1.672	57.4	191	6.6	1.047	36.0
1985	7.958	1.719	21.6	244	3.1	5.995	75.3
1990	12.959	2.388	18.4	332	2.6	10.240	79.0

KAYNAK : DİE

Tarıma dayalı ihracaat tabloda da görüldüğü gibi ülkemiz ekonomisinde önemli bir yere sahiptir Buna karşın çalışan nüfusun yarısının istihdam edildiği tarım kesiminin aylık gelir ortalaması 971.246 TL iken bu oran ticaretle uğraşanlarda 3.438.746 TL, ilmi ve teknik elemanlar grubunda aylık 3.329.425 TL olarak gerçekleşmektedir (DİE, 1991, s.260). Bu rakamlar tarımla uğraşanların diğer meslek gruplarına bakarak ekonomik açıdan daha zor durumda oldukları söylenebilir. Ayrıca zaman içerisinde bankaların tarıma verdiği kredilerin toplam krediler içerisindeki payı tabloda da görüldüğü gibi azalmıştır.

**Cari Fiyatlarla GSMH'da Sektör Payları (%)**

YIL	TARIM	SANAYİ	HİZMETLER
1980	23.9	20.9	55.2
1981	22.6	22.6	54.8
1982	21.1	23.6	55.3
1983	19.7	23.0	57.3
1984	20.0	22.0	58.0
1985	18.7	22.3	59.0
1986	19.1	25.9	55.0
1987	17.3	26.3	56.4
1988	16.6	27.9	55.5
1989	16.3	27.4	56.3
1990	17.2	26.2	56.6

(DİE : 1993)

DİE, Nisan 1990 Hane Halkı İşgücü Anketi sonuçlarına göre, 1990 yılında istihdam edilen (15 + yaş grubu) nüfusun (18.887.371 kişi) yarısı olan 9.532.408 kişiden sadece 397.247'si kentlerde, buna karşılık 9.135.161 kişisi (% 96'sı) kırsal kesimdedir. Bununla beraber tarımda istihdam edilen nüfusun 5.975.371'i ücretsiz aile işçisidir. Bunların çoğunluğunu (%73) kadınlar oluşturmaktadır. Bu kişilerin de ekonomik açıdan verimli oldukları söylenemez.

Tarımın 1980 yılından itibaren oransal paydaki azalması artmış, 1980 yılında % 62.5 olan tarımın istihdam payı 1991 yılında % 49.9'lara kadar, (DİE, 1991, s.76). Bu verilere dayanarak sosyal bakımdan kırsal yapının sürekli olarak hizmetinin karşılanması ve hizmetin yapıya uygun biçimde götürülmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. gerilemiş bulunmaktadır. Tarımın toplam istihdam içindeki payı Avrupa Topluluğunda ortalama % 8, Amerika Birleşik Devletlerinde % 3, Japonya'da % 8.3'tür.

Ülkemiz nüfusunun %41'i köylerde yaşamaktadır (DİE, 1991 s.48). Köyde yaşayan ve genellikle tarımla uğraşan işgücünün 1985 itibarıyla toplamı 12 milyondur. Anılan kesimin 8 milyonu, yani tarım kesimi işgücünün %67'si okumaz-yazmazdır (DİE, 1991).

Ülkemizin 77.8 milyon hektar olan toprak varlığının 28.5 milyon hektarını "işlenen araziler" oluşturmaktadır. Ayrıca 24.2 milyon hektar çayır - mera alanı bulunmakta, geriye kalan alanlar ise yerleşim alanları, diğer araziler ve su yüzeyleri olarak ayrılmaktadır.

#### TARIM ARAZİLERİNİN PARÇALANMA DURUMU

PARÇA SAYISI	1952		1980	
	İŞLETME SAYISI (1000 ADET)	SAYIMI DAĞILIM %	İŞLETME SAYISI (1000 ADET)	SAYIMI DAĞILIM %
1	125	5.5	337	9.5
2-3	515	22.6	933	26.2
4-5	525	23.1	797	22.4
6-9	596	26.2	791	22.2
10 +	513	22.6	701	19.7

KAYNAK : Türkiye Ziraat Odaları Birliği Zirai ve İktisadi Raporu (1988-89)

Tablodan da görüldüğü gibi ülkemizdeki tarım işletmeleri genellikle çok parçalıdır. İşletme başına düşen parsel sayısı her iki sayımda da 6'yı aşmamaktadır. Ancak bir parçalı araziye sahip işletmeler ile 2-3 parçalıya sahip işletmelerin zaman içinde arttığı göze çarpmakla beraber işletmelerin beşte birinin 10'dan daha çok parçalı arazi üzerinde faaliyetlerini sürdürdükleri görülmektedir.

"Ülkemizdeki -1990 yılı itibarıyla- tarım işletmelerinin % 62,1'i (1-50 dekar) küçük işletmelerden, % 31,8'i (51-200 dekar) orta büyüklükteki işletmelerden, % 6,1'i (201 ve yukarısı) büyük işletmelerden oluşmaktadır" (Örs, 1992, s.23).

Ülkemizde tarım sektörü modern üretim araçları ile donatılmamış olduğundan iklim etkisiyle meydana gelen üretim dalgalanmaları önlenememekte; bu sektörden geçimini sağlayan kesimin gelir ve yaşam düzeyi yükseltilememekte; diğer sektörlerin gelişebilmesi için sermaye birikimi ve satın alma gücü artırılamamaktadır (TZOB, 1972 s.59). Ayrıca ülkemizde birim alandan elde edilen ürün verimi de oldukça düşüktür.

#### TÜRKİYE VE AVRUPA TOPLULUĞU ÜLKELERİNDE VERİMLİLİK (100 KG/HA).

<i>Ürün</i>	<i>Türkiye</i>	<i>Avrupa Topluluğu (1993)</i>
Buğday	17.8	46.1
Mercimek	10.0	20.0
Şekerpancarı	354.4	534.4
Tütün	10.2	17.0
Pamuk	8.6	16.3

Özkaya, 1990, s.10.

Yukarıda da ifade edildiği gibi tarım kesiminin sorunu çok boyutludur. Burada devlete düşen görev, ülkemize ait tarım sorunlarında doğru verilerden yola çıkarak, olumlu ve etkili politikalar oluşturmak, tarımsal gelişme için gerekli altyapıyı yaratmak ve korumaktır (Daniel, 1988, s.1).

Bahsedilen sorunların aşılması için konu aynı zamanda yetişkin eğitimi açısından da ele alınarak tarım kesiminin bilgi, beceri ve davranışını etkileyerek kalkınmasına dolayısıyla ülke kalkınmasına katkıda bulunacak yetişkin eğitimi faaliyetinin gerçekleştirilmesinde ön şart, tarım kesimiyle halkla ilişkilerin geliştirilmesidir.

## Ankara İlinin Tarımsal Durumu

Ankara İlinin tüm arazi varlığı 3.097.714 hektardır. Bu arazinin 1.837.625 hektarı tarıma elverişli, 792.595 hektarı çayır-mera, 328.952 hektarı orman, 138.644 hektarı işe yaramayan arazidir (100. Yılda Tarım Ankara Teknik Ziraat Müdürlüğü Ank : 1981 s.1). Tarıma elverişli arazinin 816.309 hektarında tahıl tarımı, 81.038 hektarında bakliyat, 16.282 hektarında sınai bitkileri, 42.600 hektarında yem bitkileri, 6.189 hektarında bağ, 19.850 hektarında meyve, 24.396 hektarında sebze tarımı yapılmakta olup geri kalan tarıma elverişli arazi de nadasa bırakılmaktadır (DİE, 1993 s.71).

Ankara'da üretilen tarla bitkilerinin %75.89'u buğday, %21.72'si arpadan oluşmaktadır. 1989 Yılı itibarıyla buğday üretimi 809.698 ton, arpa üretimi de 279.511 ton olarak gerçekleşmiştir (DİE,1993 s.79).

### Haymana İlçesinin Tarımsal Durumu

Ankara'ya 59 km uzaklıkta, 1990 Genel Nüfus Sayımına göre 55.527 nüfusu olan; 2976 km<sup>2</sup> alana kurulu, merkez bucağı dışında iki bucağı, 79 köyü bulunan ve Ankara'nın güneybatısında yer alan ilçenin şehir merkezi nüfusu 9.144'dür (1990) (B. Larousse s.5135). Hane sayısı 9.557 olan ilçede (köyler dahil), 8.460 aile tarımla uğraşmaktadır. Geçimini tarımdan sağlayan çiftçi sayısı 37.420'dir. İlçenin toplam arazisi 297.600 hektar olup, ekilip-biçilen arazi 232.174 hektardır. Kullanılmayan arazi ise 64.076 hektardır. Tarıma elverişli arazinin dağılımı şöyledir : Tabii çayır 850 hektar, orman (meşelik) 500 hektar, kıraç arazi 178.074 hektar, taban arazi 49.300 hektar, sulu arazi 4.800 hektardır. Arazinin kullanım durumuna göre dağılımı; tarla arazisi 182.590 hektar, bağ 6 hektar, meyvelik 128 hektar, sebzelik 121 hektardır. 1993 yılı itibarıyla ekimi yapılan arazinin ürüne göre dağılımı ve ilçede elde edilen ürün miktarları şöyledir:

ÜRÜN ADI	EKİLEN ARAZİ (hektar)	ELDE EDİLEN ÜRÜN (ton)
Buğday	146.500	293.000
Arpa	26.000	50.400
Yulaf	700	1.400
Nohut	150	120
Yeşil Mercimek	2.500	1.500
Şekerpancarı	9.900	33.500
Kimyon	5.500	3.300
Ayçiçeği	100	80
Yonca	150	450

Haymana Tarım İlçe Müdürlüğü, 1994.

Haymana İlçesinde 27.145 büyükbaş, 163.950 küçükbaş hayvan bulunmaktadır. İlçede 8.460 çiftçi ailesinin 232.174 hektarlık araziyi ekip-biçtiği düşünülürse; çiftçi ailesi başına ortalama 27.4 hektar arazi düştüğü görülür. Toplam arazinin %63'ünde buğday, % 11'inde arpa üretimi yapılmaktadır. Çiftçi ailesi başına ortalama 3.2 büyükbaş hayvan ile, 19.3 küçükbaş hayvan düştüğü gözönünde bulundurulduğunda, Geray'ın sınıflamasına göre Haymana'lı çiftçilerin orta gelirli çiftçi ailesi grubundan olduğu söylenebilir.

### **Polatlı İlçesinin Tarımsal Durumu**

"Ankara'nın 76 km. güneybatısında, 3789 km<sup>2</sup> alana kurulu olan, 1990 sayımına göre 99.965 nüfuslu ilçedir. Merkez bucağı dışında iki bucağı ve 51 köyü vardır. Polatlı'nın şehir merkezi nüfusu 60.158'dir (1990)" (B. Larousse s.9449).

Polatlı İlçesindeki 11.126 çiftçi ailesinde 29.200 kişi çiftçi olarak geçimini topraktan sağlamaktadır -29.200 kişi fiilen çiftçilik yapan birey sayısıdır. Bu rakama çiftçi ailesindeki yaşlı ve çocuklar dahil değildir.- Toplam arazinin 2.465.000 dekarında ekim-dikim yapılmaktadır.

Ekilen arazinin 1.700.000 dekarında buğday, 300.000 dekarında arpa, 93.000 dekarında şekerpancari, 40.000 dekarında soğan, 50.000 dekarında kimyon, 70.000 dekarında kavun-karpuz üretimi yapılmaktadır. 1993 hasat dönemi sonu itibariyle (kesinleşmemiş rakamlar) 425.000 ton buğday, 75.000 ton arpa, 465.000 ton şekerpancari, 20.000 ton soğan, 2.500 ton kimyon, 175.000 ton kavun, karpuz üretimi yapılmıştır.

Polatlı İlçesinin hayvansal varlığı da; 21.900 büyükbaş, 167.000 küçükbaş hayvandır (Polatlı 1994).

### **Bankacılıkta Yeni Teknoloji Kullanımı**

Hayatı kolaylaştırma çabaları içinde, dünya hızlı bir biçimde yeniliklerle tanışmakta ve bu yenilikler de artarak devam etmektedir. Daha kısa sürede, daha çok işi, daha az maliyetle ve daha iyi yapabilmeyi esas alan sürede, daha çok işi daha az maliyetle ve daha iyi yapabilmeyi esas alan teknoloji gelişimi endüstrinin bütün dallarında uygulama alanı bulmuştur.

"Şehirleşme, sanayileşme ve ekonomideki gelişmelere de sıkı sıkıya bağlılık gösteren bankacılıktaki işlem artışı, bankaların şube sayısını artırmış, daha çok personel istihdamını gerektirmiştir. Büyüme beraberinde eşgüdüm ve denetim sorununu da getirdiğinden; yukarıda anılmış olan sorunları aşmak için kullanılabilecek olan bankacılıkta bilgisayar kullanımı gündeme gelmiştir. İlk defa 1960 yılında bankalara merkezi bir rasyonalizasyon

"Elektronik işlem olarak da bilinen bu yenilik; maliyetlerin düşürülmesi, bilgi toplumu taleplerinin karşılanması, teknolojik rekabet üstünlüğünün kazanılması, stratejik ve taktik seviyede etkin karar verilebilmesi gibi amaçlar gözönünde bulundurularak, günün teknolojik olanaklarının bankacılık faaliyetleri için uygulanması, geliştirilmesi, bu amaçlar sonunda elde edilen ürün ve hizmetlerdir" (Akpınar, 1993, s.1).

Bilgisayar kullanımının ve gelişiminin en hızlı olduğu bankacılık sektöründeki bilgisayar kullanımını ve bilgi işlemin evrimini genel hatları ile iki aşamada değerlendirmek mümkündür:

**Bilgi İşlemin İlk Evresi (1965-1975)** .- Bu evre genel olarak banka faaliyetlerinin olağanüstü büyümesi sonucu, patlayıcı bir genişleme gösteren tekdüze bankacılık işlemlerinin bilgisayara bağlanması özelliğini taşır. Bu dönemde bilgisayar kullanımı, çalışanların sayısında büyük bir artış olmaksızın, epeyce çoğalan banka işlemlerinin üstesinden gelmeye yaramıştır. Bu aşamada bilgisayar, mevduat toplamını bulmada, faizleri hesaplamada, istatistiki bilgilerin elde etmede yeni ve hızlı bir teknik niteliğinde olmuştur. İşlerin çabuk yapılması yanında, kalite ve güvenilirlik de sağlanarak, bir takım işlemin değişik biçimde düzenlenmesi yolu açılmıştır.

**Bilgi İşlemin İkinci Evresi (1975'den günümüze)** .- Uzaktan bilgilenimli (erişimli) diye nitelenen bu evre, tersine köklü bir biçimde merkezden uzaklaşmayı da birlikte getirerek, fonksiyonlarda sapmaya neden olma özelliği taşır. Bu dönemin birinci alt evresinde dağıtım tipi bilgisayar, çok sayıdaki operasyonun büsbütün değişik bir biçimde yürütülmesini sağlamıştır. Aynı dönemin ikinci alt evresi, bir bakıma daha şimdiden başlamış olan olgunlaşma sürecini, gelecekte tamamlayacaktır. Söz konusu evre insanların banka hizmetlerini kendilerinin yapması (self-servis) evresidir. Bu evre işlerin otomatik gişelere doğru kaymasını ve müşterilerin emrine ya da evlerine terminallerin bağlanmasını içerir (Eyrenci, 1986, s.137).

Buraya kadar, halkla ilişkilerin yöntemleri, araçları, yetişkin eğitimi, Ziraat Bankası hakkında genel bilgilere ve Ankara İlinin tarımsal varlığına ilişkin genel bilgiler verilmiştir.



## D. TÜRKİYE'DE YAPILAN İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu alt bölümde araştırmayla ilgili 1984 yılından bu yana Türkiye'de yapılmış belli başlı araştırmaların bulguları kısaca özetlenmiştir. İlgili araştırmalara bulgular ve yorum bölümünde de yer yer değinilecektir.

**"Halkla İlişkilerde İletişimin Önemi ve Kitle İletişim Araçlarının Rolü"** konulu araştırma .- Bu araştırma ile Durgun; insan üzerinde kitle iletişim araçlarının önemli bir etkisi bulunduğunu belirterek, aynı haberin farklı kitle iletişim araçlarıyla verilmesinde farklı etki yaptığını; kitle iletişim araçlarının gelişmesinin bilgi alış-verişinde yoğunluğu ve hızlılığı getirdiğini, bu özelliği ile de vazgeçilmezlik niteliği kazandığı; halkla ilişkilerinde bir iletişim faaliyeti olduğunu, temelinde iletişimin yattığını; halkla ilişkiler faaliyetlerini kişilerin kitle iletişim araçları ile etkileşimlerini dikkate alarak yürütmenin önemli olduğunu, zira etkili ve verimli çalışmanın bunu gerektirdiğini vurgulamaktadır.

Bunun yanısıra Durgun, günümüzde halkla ilişkilerin yanlış anlaşılmakta olduğunu, tek taraflı ve ikna üzerine kurulmuş olarak hizmet sunmakta olduğunu ve bu durumun yanlış olduğu sonucuna ulaşmaktadır (Durgun, 1985, s.141).

**"Tarımsal Yayın Hizmetleri ve Türkiye'de Tarihi Gelişimi ve Yayın Örgütleri"** konulu araştırma .- Baydar tarafından 1984 yılında yüksek lisans tez çalışması olarak yapılan bu araştırmada sonucunda şu sonuçlara ulaşılmıştır: Türkiye'de uygulanan atadan kalma tarımsal üretim yöntemi ve doğa koşullarına sıkı sıkıya bağımlılık yolu terk edilmeli, çağdaş tarım teknolojisi uygulamaya konulmalı, bu amaçla çiftçi eğitilmeli, eğitici yayınlar yoluyla bilgilendirilmeli, eğitici yayın hizmeti yapan kuruluşlar da çalışmalarını koordineli yaparak, hem kaynak israfı önlenmeli, hem de bilgilerdeki dağınıklık ve kopukluk giderilmeli; bunun yanısıra çiftçi de sadece gelen hizmetlerle yetinmemeli, örgütlü biçimde kamu ile organik bağ kurmalı ve bu bağı güçlendirmelidir denilmektedir (Baydar, 1984, s.73).

**"Türkiye'de Trafik Sorunu ve Halkla İlişkiler"** araştırması .-Bozkurt 1984 yılında yapmış olduğu çalışmasında; ülke sorunlarının hemen hepsinin çözümünde yabancı ülkelerin örnek alındığını ve bunların önemli kısmının da, toplumsal yapılarımızın farklılığı nedeniyle istenilen sonuca ulaşamadığını; trafik sorunu ve halkla ilişkiler sorununun en doğru çözümü için Türk toplum yapısının gereksinimlerinin, örf adet yapısının araştırılması gerektiğini belirterek önerilerin bu araştırmalar ve gerçekler üzerine temellendirilerek uygulamaya geçirilmesi sonucuna ulaşılmaktadır.

Bunun yanısıra, yöneten ve yönetilenler arasındaki ilişkilerin, insan ilişkilerine gereken önemi vererek yeniden düzenlenmesi gerektiğini; özellikle bir takım müracaat birimlerinin göstermelik olmaktan kurtarılarak gerçek kimliğine kavuşturulması hususunda çaba göstermek gerekliliğini belirtmektedir (Bozkurt, 1984, s.163).

**"Belediyelerde Halkla İlişkiler"** araştırması .-Bu çalışmanın sonucunda Seriyeye; belediyelerde halkla ilişkiler biriminin yönetsel yapıda gerçek yerini alamadığını, buna bağlı olarak işlevlerini yerine getiremediğini; bunun için halkla ilişkiler biriminin örgüt içindeki konumunu, görev ve yetkilerini çağdaş yönetim ilkelerine göre belirlemek gerektiğini belirtmektedir. Halkla ilişkiler biriminde nitelikli eleman çalıştırılması gerektiğini vurgulayarak halkla ilişkilerde çalışacak personel için ölçüt belirlemenin gerekli olduğunu; istihdam edilen nitelikli personele yetki ve olanak tanınmasının gerekliliği sonucuna ulaşmaktadır.

Ayrıca halkın yönetsel kararlara katılımını sağlayarak, soru sorma ve cevap alma hakkını kullanmasına yardımcı olunarak halkla ilişkilerin daha anlamlı hale getirilmesi gerektiğini ifade etmektedir (Seriye, 1988, s.134).

**"Bankacılıkta Halkla İlişkiler"** araştırması .-Özel, 1986 yılında yapmış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında; kuruluşların amaçlarını gerçekleştirmekte halkla ilişkilerin önemini anlamaya başladıklarını, halkın güven, sempati ve saygısını devam ettirebilmek için halkla ilişkiler çalışmalarının planlı ve örgütlü olmasının gerektiğini belirtmektedir.

Özel, "Bankacılıkta Halkla İlişkiler" uygulamasında karşılaşılan sorunları şöyle sıralamaktadır:

1. Halkla ilişkiler çalışmalarında "karşılıklık" ilkesine yeterince yer verilmeden , tek taraflı ve reklam ağırlıklı olarak sürdürülmektedir.

2.Yapılan çalışmaların sonucu değerlendirilmemekte, amaca yönelik bilgi toplama konusuna yeterince ağırlık verilmemektedir.

3.Yöneticiler halkla ilişkiler konusunda geleneksel tutumlarını sürdürmektedir. Bu anlayış içinde halkla ilişkilerin yeterli araç-gereçten yoksun bırakılması sorunu devam etmekte olup, birim olarak ihmal edilmektedir.

4.Halkla ilişkilerde çalışan elemanların önemli bir kısmı alanla ilgili öğrenim görmemiştir. Bu sebeple halkla ilişkiler birimleri etkin uygulama yapacak kadrodan mahrumdur.

Çalışmada bankacılığın tamamen insan ilişkilerine bağlı bir sektör olduğu, yapılan teknik harcamalarla müşteri nazarında kazanılan prestijin, bir personelin yanlış tutumu nedeniyle alt-üst olacağı vurgulanmakta ve bankacılıktaki halkla ilişkiler sorunlarının aşılabilmesi için şu görüşlere yer verilmektedir:

1.Banka personeline halkla ilişkiler konusunda hizmetçi eğitim verilmeli,

2.Halkla ilişkiler konusunda araştırmalara önem verilmeli, yapılacak çalışmalar bu araştırmalara temellendirilmeli,

3.Halkla ilişkilerde uzman personel sayısı yeterli düzeye getirilmeli,

4.Halkla ilişkiler birimleri yeterli teknik donanıma kavuşturulmalıdır (Özel, 1986, s.137).

**"Kurum-Cevre İletişiminde Basın ve Halkla İlişkiler (BELKO Örneği)"** konulu araştırma.-. Sancar, 1993 yılında yaptığı çalışmasında şu sonuçlara ulaşmıştır :

Kurumlar ne kadar güçlü ve geniş bir kamuya sahip olurlarsa olsunlar, genellikle kuruluş aşamasında iştgal konuları içinde yer alan mal ve hizmetlerinin üretimlerinin örgütlenmesini; halkla ilişkilerin vb. etkinliklerinin gerçekleştirilmesinden daha fazla önemsemektedir. Bu durum BELKO Limited Şirketi için de geçerlidir.

BELKO'nun basında son yıllarda adını olumlu biçimde daha fazla duyurabilmesinin en önemli sebeplerinden biri olarak "Halkla ilişkiler etkinliklerinin kurumdaki çalışmalar içinde belli bir sisteme oturmasıyla bilinçli olarak ve uzmanlaşmış birimler tarafından yürütölmeye başlanmış olunmasındandır" denilmektedir (Sancar, 1993, s.129).

**"Halkla İlişkilerin Amaçları (Örgütsel Amaçlar İçinde Halkla İlişkilerin Amaçlarının Yeri, Önemi ve Sınıflandırılması)"** konulu araştırma.- Güz tarafından yapılan çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır :

Örgütün amacı varoluş sebebidir, amaçlarının açık ve objektif olarak belirlenmesi gruplararası çatışmayı azaltır, verimliliği ve etkililiği olumlu yönde etkiler; halkla ilişkilerin amaçlarının da aynı esaslar dahilinde açık olarak belirlenmesi, işbölümü, görev tanımı gibi işgörenden ne beklenildiğinin açıkça ortaya konulmasının önemine değinilerek; iyi tespit edilmiş halkla ilişkiler amaçlarının, halkla ilişkiler yöneticilerine yol gösterici olacağını ve karar almada istikrar unsuru olacağı ifade edilmektedir.

Ayrıca halkla ilişkiler biriminde çalışacak personelin alanda eğitim görmüş olmasının gerekliliğine ve kurumda halkla ilişkiler biriminin önemine değinilerek; halkla ilişkilerin amacının hedef kitleye, sektörlere ve performans alanlarına göre farklılık gösterebileceği ifade edilmektedir (Güz, 1992, s.138).

**"Halkla İlişkilerin Verimliliğe Etkisi ve Tarım Kredi Kooperatifleri"** konulu çalışma.- Çetin'in çalışmasında halkla ilişkilerin kuruluşun varlığına temel teşkil etmekte olduğu ve ona canlılık kazandırdığı, çünkü halkla ilişkilerin kuruluşun etkili bir biçimde yönetilmesine

yardım eden bir yönetim aracı olduğu ifade edilmektedir. Halkla ilişkilerin kuruluşun amacına ulaşabilmesi için de gerekli olduğu, bunun yanısıra halkla ilişkilerin bir boyutu olan görüşme konusuna da değinilerek, olumlu sosyal ilişki geliştirmede görüşmenin üstün yönlerine yer verilmektedir.

Ayrıca, günümüzdeki hızlı ve sürekli gelişmelere ayak uydurabilmek için, inançlar dışında herşeyi değiştirmeye önceden hazırlıklı olmak gerektiği; buna halkla ilişkilerin de dahil olduğu belirtilmektedir (Çetin, 1987, s.123).

**"Halkla İlişkiler ve T.C. Emekli Sandığı Uygulaması"** konulu araştırma.- Yeğenoğlu 1982 yılında hazırlamış olduğu tez çalışmasında; şu sonuçlara ulaşmıştır. Halkla ilişkiler biriminin örgüt içindeki yeri ve görevleri tam olarak saptanmadan hizmete sokulmakta, çoğu zaman beraberinde eksik örgütlenmenin de bulunması sebebiyle amacından farklılaştığı hatta saptırıldığına şahit olunduğunu ifade etmektedir. Bu sebeple halkla ilişkiler biriminin yönetim yapısında vazgeçilmezlik niteliğine henüz kavuşamadığını vurgulamaktadır.

Halkla ilişkiler biriminin çalışmaları ile ilgili olarak; amaç ve sistem bütünleşmesinin sağlanamadığı, halkla ilişkiler faaliyetlerinin çoğu zaman tek yönlü olarak yürütüldüğü ve araştırmaya, bilimselliğe yeterli önemin verilmediği, rutin görevleri yerine getirmekle yetinildiğini belirtmektedir.

Halkla ilişkiler birimindeki bu aksamaların ve yanlışların aşılabilmesi için alanda öğrenim görmüş elemanın istihdam edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Yeğenoğlu, 1982, s.82).

**"Hastanelerde Halkla İlişkiler (Manisa Alan Araştırması)"** konulu çalışma.- Çalışmasının sonuç bölümünde Tüfekçi şu sonuçlara ulaşmıştır : Hastane yönetimi halkla ilişkiler faaliyetlerini hastane personelinin bireysel beceri ve iyi niyetine bıraktığından, sık sık hastalardan bu konuyla ilgili olarak yakınmalar geldiğini, buna rağmen hastane yönetimlerinin halkla ilişkilere yeterince önem vermediğini belirtmektedir.

Hastanelerde sürekli insanlarla, üstelik hasta insanlarla etkileşim içinde bulunulduğundan, halkla ilişkiler ayrı bir önem kazanmaktadır. Bunun içindir ki; hastane personeline genel olarak halkla ilişkiler eğitimi verilmeli, bu alandaki noksanlıklar giderilmelidir. Ayrıca halkla ilişkiler konusuna yönetim yapısında birim olarak yer verilmelidir (Tüfekçi, 1987, s.84).

**"Maliye Örgütlerinde Halkla İlişkiler (Bolu Örneği)"** konulu çalışma.- Çakmak, 1987 yılında hazırladığı tez çalışmasında; Bakanlık merkez örgütünde halkla ilişkiler çalışmalarını yürüten birimin, örgütlenişi, personel durumu, hedef kitlelerle etkili bağlar kurup geliştiremediği; buna da bağlı olarak il düzeyinde halkla ilişkiler faaliyetini yürüten birimlerin kurulamadığı, dolayısıyla halkla ilişkiler faaliyetinin değişik birimler tarafından yerine getirilen, araştırmaya dayanmayan, plansız, programsız ve oldukça yetersiz bir faaliyet olduğu; modeli, politikası, eşgüdümü, yetki ve sorumluluğu belli olmayan halkla ilişkiler etkililiğinin de sağlıklı biçimde halkla ilişki kurup bunu sürdürmediğini belirtmektedir.

Yukarıdaki duruma yönetimdeki merkeziyetçi anlayışın neden olduğu görüşü savunulmaktadır. Şöyle ki; "merkeziyetçi yapı özellikle halkla ilişkiler konusunda işakımını yavaşlatıcı ve aksatıcı olmaktadır" denilmektedir.

Sık sık mali konuların da değiştiğini vurgulayarak halkın bilgi ihtiyacının da o oranda artış gösterdiği, halkla ilişkiler birimi olmadığından, halkın yetkililerle yüzyüze görüşmek ihtiyacı duyduğu, bu durumda da yetkililerin zaman kaybına uğradığı belirtilmektedir (Çakmak, 1987, s.105).

**"Belediyelerde Basın ve Halkla İlişkiler Hizmeti"** konulu çalışma.- Akdur, 1987 yılında yaptığı tez çalışmasında; belediye yönetimlerinin seçime dayalı olarak oluştuğu bundan dolayı halkla ilişkiler çalışmalarının belediyelerde daha da çok önem kazandığı görüşüne yer verilmektedir. Seçmenlere, oldukça farklı yapıdaki topluluklara hizmet götürebilmenin ve onları memnun edebilmenin ciddi araştırma ve gözlemlerle mümkün olduğu, bununda halkla ilişkiler birimince yapılabileceği, bunun ön şartlarından en önemlisinin de örgüt yapısında halkla ilişkiler birimine yer verilmesi, halkla ilişkiler biriminin alanının sınırlarının çizilmesi ve birimde çalışacak yeterli eğitim ve nitelikte elemana sahip olunmasının gerekliliği ifade edilmektedir (Akdur, 1987, s.97).

**"Tarım Hizmetlerinde Tarım Kesiminin Yeniden Düzenlenmesi"** konulu çalışma.- Nalbant, araştırmasının tarım kesiminin dağınık bir yapıda olduğuna, tarım kesimine hizmet götürmenin zor olduğuna fakat tarım hizmet ve faaliyetlerinin niteliği gereği çiftçinin çalıştığı yere götürmesinde zorunluluk bulunduğunu belirtmektedir. Bunun en önemli sebeplerini de, çiftçinin eğitim düzeyinin düşüklüğü, kooperatifleşmenin yetersiz oluşu, dolayısıyla talep edici bir çiftçi tablosunun bulunmayışı olarak belirtmektedir (Nalbant, 1982, s.62).

Görüldüğü gibi tüm bu çalışmalarda halkla ilişkilerin önem kazandığı ancak halkla ilişkilerin yeterince anlaşılmadığı, halkla ilişkiler faaliyetinin etkili olabilmesinin çalışmaların planlı, programlı, düzenli yürütülmesine bağlı olduğu, bunu yürütmek için de, halkla ilişkiler biriminin kurulmasına ihtiyaç duyulduğu, kurulacak birimlerin yeterli araç ve personelle donatılmasının ve personelin halkla ilişkiler alanında eğitim görmüş olmasına dikkat edilmesinin gerekli olduğu, tarım kesimine halkla ilişkiler hizmeti götürmenin önünde ciddi sorunların bulunduğu belirtilmektedir.





## BÖLÜM III

### YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, verilerin toplanması, verilerin işlenmesi, çözümü ve yorumlanmasına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Amaç kısmında da belirtildiği gibi Araştırma Modeli Ziraat Bankasının merkez ve taşra teşkilatı ile örneklem dahilindeki köylerde gerçekleştirilen bir alan araştırmasıdır.

Araştırmaya esas olan alan araştırmasının tarama modeli yoluyla Ziraat Bankası'nın Merkez (Halkla İlişkiler Müdürlüğü ve Zirai Krediler Müdürlüğü) ile taşra (Haymana ve Polatlı ilçelerindeki şube müdürlüklerinden) teşkilatından bilgi toplanmış, kesitsel tarama modeli ile de 1993 yılında adigeçen köylerde çiftçilik yapan ve Ziraat Bankası'ndan Tarımsal Kredi alan çiftçilerin Banka-çiftçi ilişkilerinde varolan durum ve olması gerekenlere ilişkin görüşleri alınmıştır.

#### Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamına giren evren Banka personeli ile çiftçiler olmak üzere iki kısımdan oluşmuştur. Personele ilişkin evreni 1993 yılında Ziraat Bankası Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Zirai Krediler Müdürlüğü, Haymana ve Polatlı şubelerindeki görevli olan ve araştırma ile ilgili personel oluşturmuştur. Personele ilişkin evrenin tamamı araştırmaya dahil edildiğinden ayrıca örneklem alınmasına ihtiyaç duyulmamıştır. Personele ilişkin evren ve örneklem Ziraat Bankası'nda 1993 yılında Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde çalışan 19, Zirai Krediler Müdürlüğü'nde çalışan 13, Banka Şubelerindeki 8 idareci ve personel olmak üzere toplam 40 (kırk) kişiden oluşmuştur.

Çiftçiye yönelik evren ve örneklem ise şu aşamalardan sonra belirlenmiştir :

1. Önce Ziraat Bankası'nda görevli ziraat mühendisleri ve kredi konusunda bilgi ve tecrübe sahibi personelle görüşülerek bilgi toplanmıştır. Kredinin alımı, kullanımını ve geri ödemesi ile çiftçinin bu aşamada Banka ile olan ilişkilerinin neler olduğu tespit edilmiştir. Kredi kullanma konusunda Banka kayıtları hakkında yetkililerden bilgi alınmıştır. Yapılan incelemelerde Ankara ve ilçelerindeki çiftçilerin daha çok Tarımsal Kredi kullandığı ortaya çıkmıştır. Söz konusu kredinin arazi benzerliği olan Haymana ve Polatlı'da yaygın kullanılan çiftçi kredisi olduğu belirlenmiştir.

2. Ardından, Polatlı ve Haymana ilçelerinin toprak yapılarının benzerliğini, en sık kullanılan kredi türü olduğu belirlenen Tarımsal Kredinin doğruluğunu ve iki ilçedeki mevcut durumu yerinde görmek amacıyla çeşitli ziyaretler yapılmıştır. Bu ziyaretlerde ilgili ilçelerin

Banka şubelerindeki idari ve teknik personel ile İlçe Tarım Müdürlükleriyle görüşülerek çiftçi ile olan ilişkileri ve kredi durumu hakkında ek bilgiler alınmıştır.

3. İlçelere yapılan ziyaretler sırasında köylere gidilmiş çiftçilerle görüşülmüştür. Görüşmelerde özellikle köylüleri, ilçeyi daha yakından tanıyan kişilerle ve muhtarlarla görüşülmeye özen gösterilmiştir. Bu arada köylerin sosyo-kültürel yapılarına dikkat edilmiş, örnekleme alınacak köylerin fiziki benzerliğinin yanısıra, tarımsal üretim deseni ve sosyo-kültürel yapılarının da ortak özellikleri yansıtıyor olmasına dikkat edilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda her iki ilçeden 10'ar (onar) köy belirlenmiştir.

4. Sonuç olarak Haymana ve Polatlı ilçelerinde son beş yılda en çok Tarımsal Kredi kullanan, benzer fiziki özelliklere, tarımsal üretim desenine ve sosyo-kültürel yapıya sahip 10'ar (onar) köye ve burada yaşayan çiftçiler araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Sözkonusu evrendeki bireylerin tümüne ulaşmanın güçlüğü ve köylerin birbirinden uzak olması, ulaşımın çok zaman alması gibi nedenlerle örneklem alınmasına gerek duyulmuş ve kura yöntemi ile her iki ilçeden üçer köy belirlenmiştir. Sözkonusu köyler Haymana ilçesine bağlı İkizce, Oyaca ve Dereköy , Polatlı ilçesine bağlı Temelli, Poyraz, Gedikli köyleridir. Bu köylerde yaşayan ve Tarımsal Kredi kullanan 96 (doksanalı) çiftçi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

### **Verilerin Toplanması**

Araştırmanın, bu alanda yapılan ilk çalışmalar arasında yer alması ve bankacılıkla, kırsal kesim arasındaki halkla ilişkiler durumunu ortaya çıkarma çabası taşıyor olması, öncelikle literatür çalışmasını gerektirdiğinden ulaşılabilen ilgili materyaller toplanarak incelenmiş ve gerekli bilgiler alınmıştır.

Bunun yanısıra araştırmayı ilgilendiren bankacılıkla ilgili bilgileri toplamak için yazılı belgelere başvurulmuştur. Bankanın Türkiye'nin ilk bankaları arasında yer alması sebebiyle geçmişte yayınladığı pek çok yazılı materyalden, konuyla olan ilgi dereceleri gözönünde bulundurularak faydalanılmaya çalışılmıştır.

Ayrıca Banka personeli ile sık sık görüşmeler yapılmış bu görüşmeler tez sonuna kadar devam ettirilmiştir. Sözkonusu görüşmeler daha çok Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Zirai Krediler Müdürlüğü ve İlçe Şube Müdürlüklerinde çalışan personelle gerçekleştirilmiştir.

Araştırmacı Ankara ilçelerine ait tarımsal bilgileri en sağlıklı biçimde öğrenmek için Ankara İl Tarım Müdürlüğünden bilgi alma yoluna gitmiş ve yetkililerle görüşmelerde bulunmuştur. Tarımsal yapı benzerliği konusunda ise Haymana ve Polatlı İlçe Tarım Müdürlükleri ile çeşitli görüşmeler yapılmıştır.

Köylere ilişkin örneklem aldıktan sonra Bankanın ilgili ilçelerdeki şube müdürleri ile görüşülüp, şube müdürlerinden Tarımsal Kredi verilen bu köyler hakkındaki genel görüşleri alınmıştır. Köylerde görev yapan veteriner, sağlık memuru ve öğretmen görüşlerine de başvurulmuştur.

Örneklem alınan köylerin muhtarları ve bazı çiftçileri ile öngörüşmeler yapılarak, tarıma ve Ziraat Bankası'na ilişkin sorunlarının neler olduğu hakkında bilgiler edinilmiştir. Bu bilgilere dayalı olarak çiftçiye yönelik bilgi toplama aracı geliştirilmiştir.

Bankanın ilgili personeli ile de yapılan öngörüşmelerde mevcut durum ve sorunlar hakkında alınan bilgiler ve çiftçi bilgileri; uzman görüşleri ve literatür bilgileri ile birlikte düşünülerek tez danışmanının da önerileri doğrultusunda anket sorularının hazırlanmasında değerlendirilmiştir. Bu çalışmaların sonunda Banka personeline ve çiftçilere uygulanması düşünülen iki bilgi toplama aracı hazırlanmıştır.

Hazırlanan anket formları alanda öndenemeye tabii tutularak öndeneme sonuçlarına göre yeniden ele alınıp geliştirilmiş ve son şekli verilmiştir. "Personel Anketi" Bankanın ilgili birimlerine 1994 yılı Ocak, Mart ayları arasında uygulanarak tamamlanmıştır. "Çiftçi Anketi" ise 1993 yılı yazı ve sonbaharında her köye ayrı ayrı gidilerek uygulanmıştır. Zahmetli bir çalışma olan köye gidip anket uygulama çalışması yaklaşık üç ayda tamamlanabilmiştir. Köylerde çiftçilerle yapılan görüşmelerde en doğru bilgiyi alabilmek için bire-bir görüşme tercih edilmiştir. Çiftçilerin anket okuma ve işaretlemeye sorunları olabileceği düşünülerek zaman zaman anket sorusu çiftçiye okunup, sorunun anlaşılmasının tam olabilmesi için gerekiyorsa soru tekniğine uygun ek açıklamalarda da bulunulmuştur.

Personel anketinde; personelin farklı birimlerde çalışıyor olması ve hepsinin görevinin aynı olmaması sebebiyle bazı sorular ortak sorulmuştur. Araştırmacı bu durumu gözönünde bulundurarak bu soruları yalnızca kimlerin cevaplayacağını anket üzerinde belirtmiştir. Geliştirilen personel ve çiftçi anketleri kendi aralarında üçer ana bölümden oluşmuştur :

1 Birinci bölümler araştırmaya katılan personelin kişisel özelliklerini; çiftçilerin kişisel özellikleri ile birlikte tarımsal varlıklarının neler olduğunu belirlemeye yöneliktir.

2.İkinci bölümde Banka-çiftçi ilişkilerinin mevcut durumu ile Banka ile çiftçi arasındaki sorunların neler olduğuna yönelik bilgileri toplamayı amaçlayan sorular yer almıştır.

3.Üçüncü bölümde ise Banka-çiftçi ilişkilerindeki mevcut sorunlar ile Banka-çiftçi ilişkilerinin daha da iyileştirilmesine yönelik personel ve çiftçi görüşlerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Anketlerde kapalı, açık ve dereceli olmak üzere üç tür soru şekli kullanılmıştır.

Araştırma için gerekli izinlerin alımı Sosyal Bilimler Enstitüsü aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. İlgili makamlardan izin isteğini belirtir dilekçe Enstitüye yazılmış, 20.05.1993 tarih ve 4767 sayılı yazı ile de Enstitü izni gerekli makamlardan almıştır.

### **Verilerin İşlenmesi, Çözümü ve Yorumlanması**

Araştırmacı Banka personeli ve çiftçilerden toplanan bilgilerin dökümünü bizzat yapmıştır. Açık uçlu olarak sorulardan alınan cevaplar gruplandırılmış ve anket döküm formuna bu gruplandırmaya uygun biçimde kodlanarak işlenmiştir. Dereceli sorulara ise "hiç" 1, "az" 2, "oldukça" 3, "çok" 4, "çok fazla" 5 olmak üzere 1 ile 5 arasında değerler verilerek alınan cevaplar ağırlıklı ortalama ile çalışmaya uygun hale getirilmiştir.

Anket verilerinin dökümü yapıldıktan sonra verilerin tamamının sayı ve yüzdeleri alınmış genel bir değerlendirme yapılmış ilk değerlendirme sonrası uygun verilerin ağırlıklı ortalamaları alınmıştır.

Elde edilen bulguların tamamı, araştırmanın başında belirlenen amaçlara uygun olarak yorumlanmıştır.

### **Süre ve Olanaklar**

Araştırmaya Ekim 1992 tarihinde başlanmıştır. Hazırlanan araştırma önerisi Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne kabulünden sonra çalışmalara başlanmıştır.

Araştırmacı, tez çalışmasının her aşamasını kendisi gerçekleştirmiş, tezin her türlü giderini kendisi karşılamış, çalışmaların yazımını da bizzat yapmıştır.

## BÖLÜM IV

### BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmanın bulguları ve bu bulgulara ait yorumlar yer almaktadır. Önce Ziraat Bankası'nın halkla ilişkiler faaliyetleri verilmiş ardından Banka personeli ve çiftçilere ilişkin bulguların herbiri kendi içinde üçer kısımda incelenmeye çalışılmıştır. Birinci kısımlarda kimlik bilgileri, ikinci kısımlarda Banka-çiftçi ilişkilerindeki mevcut durum, üçüncü kısımlarda da Banka-çiftçi ilişkilerinin daha iyi olabilmesi için ankete katılanların görüşleri ve bu görüşlere dayanarak oluşturulan tablolar yer almaktadır.

#### 1. ZİRAAT BANKASI'NIN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

Bu altbölümde Ziraat Bankası'nın halkla ilişkiler faaliyetlerine yer verilmekte; Bankanın tanıma ve tanıma çalışmalarının neler olduğu ve bu çalışmaları gerçekleştirirken Bankanın kullandığı araçların nelerden oluştuğuna dair bilgiler yer almaktadır.

Bu faaliyetlere ve faaliyetlerde kullanılan araçlara aşağıda kısaca değinilmekle birlikte, personelin konuya ilişkin anket sorularına verdikleri cevaplarda, - personel bilgileri altbölümünde daha geniş olarak yer verilmektedir.

#### 1. TANIMA ÇALIŞMALARI

Halkla İlişkiler, tanımında da bahsedildiği gibi tanıma ve tanıma boyutları olan çift yönlü bir kavramdır. Bunların hiç birisi tek başına yeterli ve verimli olamamaktadır. Birlikte uygulanması ise başarı için zorunludur. Zira tanıma ve tanıma çalışmaları birbirini besleyen ve destekleyen konulardır.

Tanım çalışmaları ile kamuya iletişim kurulmakta, Bankanın müşterilerinin kimlerden oluştuğu, farklı kanal ve kaynaklardan gelen bilgilerle gerçekleştirilmektedir. Şöyle ki; tanıma çalışmalarının özellikle araştırmaya dayalı çalışmalar olması, buna karşın Bankaca yeterince araştırma yapılmıyor olmasından kaynaklanan boşluk diğer yollardan toplanan bilgilerle giderilmeye çalışılmaktadır.

Banka çiftçileri tanıma çalışmalarına örgütlü halkla ilişkiler faaliyetleri arasında oldukça az yer vermekle birlikte; yapılan tanıma faaliyetlerinin bir kısmını şu şekilde ifade etmek mümkündür. Anket aracılığı ile bilgi toplama, basın dosyası tutma, toplantı ve özelliklerinin neler

olduğu, bunların isteklerinin ve beklentilerinin nelerden oluğu, uygulamaya yönelik görüş ve değerlendirmelerinin neler olduğu yeni bankacılık hizmetlerinden hangisini ne oranda kullandıkları, varsa sorunlarının nelerden oluğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu yolla Bankadan halka doğru akan tek taraflı bilgi akışına çift yönlülük kazandırılması amaçlanmaktadır.

Banka, kimi zaman planlı, programlı, kimi zaman da seminerlerde, muhtelif toplantılarda şube müdürlerinden, (kurum içi koordinasyon); bunun yanısıra sesli ve görüntülü yayınlardan da bilgi toplayarak, ilgili kurum ve kuruluşlarla koordineli çalışılarak tanıma amaçlı bilgiler toplanmaktadır.

Bu arada Bankanın materyal hazırlamada yetişkin eğitimini de gözönünde bulundurması gerektiği unutulmamalıdır. Zira Bankanın yapacağı tanıma çalışmalarında elde edeceği bilgilerin, özellikle direkt yetişkinden toplayacağı bilgilerin, yetişkin eğitimiyle de ilgili olduğu unutulmamalıdır. Yetişkinin sorununun boyutu hangi ölçüde olursa olsun, sıkıntısını, yahut içinde bulunduğu durumu aktarabilmesi onun eğitimiyle yakından ilişkilidir. Anket soruları, diğer bilgi toplama araçları bu hususa dikkat edilerek hazırlanmalıdır.

***Bankanın tanıma faaliyetleri şunlardır ;***

a. **Anket aracılığı ile bilgi toplama** .- Banka, yeni bankacılık hizmetleri ile tarımdaki sorunların ve mevcut durumun Bankayı ilgilendiren kısmını belirlemek amacıyla kimi zaman Tarımsal Kredi veren Banka şubeleri yetkililerine ve teknik personeline kimi zaman da çiftçilere anket uygulamakta çıkan sonuç ilgili birimlerce değerlendirilerek yeni çalışmalara yön verici ve yol gösterici olarak kullanılmaktadır.

b. **Basın dosyası tutma** .- Bankayı ve çiftçilerin Banka ile olan ilişkilerini içeren ve yazılı basında çıkan bilgiler toplanıp tasnif edilmektedir. Basın dosyası yoluyla Banka daha objektif bilgi toplayabilmekte ve bunları çalışmalarında kullanmaktadır. Tanıma çalışmalarında daha etkili kullanılması gereken basın dosyasından yeterince istifade edildiğini söylemek zordur. Zira Halkla İlişiler Müdürlüğü personelinin dahi bir kısmı basın dosyasının tutulmakta olduğunu bilmemektedir.

c. **Kurumiçi koordinasyon** .- Farklı birimlerinde çalışan ve çiftçilerle direkt veya dolaylı iletişime giren Banka personeliyle muhtelif görüşmeler yaparak, bunların çiftçilerden elde ettiği bilgiler, çiftçilerin varsa sorunlarının nelerden oluğu tespit edilmeye çalışılmaktadır. Yine bu tür görüşmelerde kurumiçi koordinasyonun da gerçekleştirilmesine özen gösterilmektedir. Halkla İlişiler Müdürlüğü'nün çiftçiler hakkında en çok kullandığı bilgi edinme yollarından birisini bu tür görüşmeler oluşturmaktadır. Kişilerin olayın içinden gelmesi onların konuya vakıf olmalarını sağlayacağı gibi tek taraflı bakışı ve düşünüşü de yansıtaçağı söylenebilir. Bu durum gözönünde



bulundurulacak özellikle yeni politika belirleme ve hizmet üretmede tek başına yeterli görülmemelidir.

**d. Sesli ve görüntülü yayınlardan bilgi toplama** .- Bilindiği üzere çiftçiye hizmet götüren pek çok kurum ve kuruluş vardır. İletişim teknolojisinin gelişmesi ile birlikte çiftçiden ve köy hayatından bahseden veya çiftçiye hizmet götüren kuruluşların işbirliği ile hazırlanan bazı görsel ve işitsel yayınlar da hazırlanmaktadır. Banka düzenli olmamakla birlikte bu tür yayınları da takip ederek ve değerlendirerek çiftçileri tanıma faaliyetinin bir kısmını gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Burada şunu da belirtmek gerekir ki; öğrenim düzeyi yüksek ve kitle iletişim araçlarına oldukça açık olan Banka personelinin izlediği veya dinlediği bir yayındaki çiftçi ile ilgili hususun tamamını veya bir kısmını iş hayatında da kullanacağı söylenebilir. Bu da nitelikli ve eğitilmiş personelin Banka'ya tanıma çalışmalarındaki olumlu bir katkısı olarak belirtilebilir.

**e. Kurumdışı koordinasyon** .- Çiftçiye hizmet sunan Banka haricinde başka resmi ve özel kurumların olduğu bilinmektedir. Bunların bir kısmının zaten birlikte ve koordineli çalışması yasal zorunluluktur. Bu kurum ve kuruluşlarla, tanıma çalışmalarına yardımcı olacak pek çok konuda bilgi alışverişinde bulunulmakta, kimi sorunların çözümüne yönelik ortak çalışmalar yapılmaktadır. Birlikte çalışılan veya biraraya geldiğinde yapılan görüşmelerde bir kurumun belirlediği, tespit ettiği hususlar Banka tarafından gerektiğinde kullanılmak üzere tanıma çalışmaları içinde örgüt belleğine alınmaktadır. Bu husus çiftçiyi farklı açılardan tanıma imkanı da sağlamaktadır.

## 2. TANITMA ÇALIŞMALARI

Banka tanıtma çalışmalarına, tanıma çalışmalarına verdiği önemden daha fazlasını vermekte, çabalarını daha çok bu yönde yoğunlaştırmaktadır. Bu da serbest piyasa şartları ve rekabete dayalı bir ortamda hizmet verme çabasından kaynaklanmaktadır. Tanıtma çalışmalarının önemli bir kısmı da direkt çiftçilere yönelik olmaktadır.

Tanıtım çalışmaları aynı zamanda yetişkini bilgilendirmeye yöneliktir. Bilginin hedef kitle tarafından algılanması ise önemli ölçüde hedef kitlenin sahip olduğu eğitimle ilgilidir. Banka da çiftçiye yönelik olarak gerçekleştireceği halkla ilişkiler çalışmalarında çiftçinin eğitim durumunu dikkate almak ve bu hususa dikkat ederek materyal hazırlamak durumundadır.

Banka tanıtma çalışmalarında bu alandaki mevcut araçların tamamından yararlanmaktadır. Bunlar, araştırmanın personel görüşleri kısmında ayrıntılı olarak belirtmekle

birlikte, bu kısımda da kısaca değinilecektir. Bankanın tanıtımda kullandığı araçlar şunlardır: Yazılı araçlar, yayın araçları, toplantı ve sergiler aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır.

a. **Yazılı araçlar** .- Bankanın tanıtımda yoğun olarak kullandığı araçların başında gelmektedir. Günlük gazeteler, haftalık, aylık dergiler aracılığı ile kamuoyuna ulaşmakta, Banka bunlarla birlikte broşürü de fazlaca kullanmaktadır.

Banka çiftçilere yönelik halkla ilişkiler etkinliklerinde ağırlığı broşüre kaydırarak bu yolla çiftçilerin gazete ve dergiye ulaşmadaki fiziki ve maddi zorluğu aşmayı amaçlamıştır. Ayrıca broşürdeki ifadenin akıcılığı ve resimlerin bolca kullanılıyor olması özelliğinden de azami derecede faydalanılmak istenmekle birlikte bir takım teknik eksiklerden ve yetersizliklerden dolayı istenilen seviyeye ulaşamadığını belirtmek mümkündür. Bu konuda en ciddi sıkıntı broşür dilinin, çiftçilerce yeterince anlaşılmadığının çiftçiler tarafından belirtilmesidir.

b. **Yayın araçları** .- Teknolojinin gelişmesine ve bu araçların göze ve kulağa hitap edecek özellikleri kazanması sebebiyle en sık kullanılan araçlar grubunu oluşturmaktadır. Önceleri radyo ile başlayan ve televizyon ile devam eden; pek çok üstünlükleri bünyesinde toplayan yayım araçları Bankanın tanıtımında sıkça kullanılmaktadır. Son yıllarda özel kanalların da ülkemizde yaygınlaşması, yayım araçlarının fiziki uzaklığı bertaraf edici özelliği ve okumaz-yazmazlar üzerinde diğer araçlara nazaran daha etkili olan bu gruptaki araçlardan Banka sıkça yararlanmaktadır. Yeniliklerin duyurulması gelişmeler hakkında halkın haberdar edilmesi gibi durumlarda öncelikli tercih sebebi olmaktadır.

Banka radyo ve televizyon için özel programlar hazırlamak, röportajlar yapmak, bir yayını desteklemek, finanse etmek gibi farklı yararlılıklarda da bulunmaktadır.

c. **Toplantılar** .- Bankaca özellikle çiftçilere yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetler arasında toplantı da yer almaktadır. Genel Müdürlükçe de planlı-programlı olarak organize edilen ve şubeler tarafından da sıkça yapılan bu etkinlik çiftçilerle yüzyüze olması, etkileşimin sözel olması sebebiyle sıkça başvurulan tanıtım çalışmalarından birisidir. Bankada ya da köydeki çiftçi ziyaretlerinde yeni çalışmaların tanıtımı ve çiftçileri ilgilendiren konularda bilgilendirici olarak yararlanılmaktadır.

## S o n u ç

Ziraat Bankası Halkla İlişkiler Müdürlüğü halkla ilişkiler faaliyetini gerçekleştirmek için, halkla ilişkileri gerçekleştirmek amacıyla kullanılan araçların tamamından faydalanmaktadır.

Halkla İlişkiler Müdürlüğünce gerçekleştirilen tanıma faaliyetlerinde şu araçlardan yararlanılmaktadır : Anket aracılığı ile bilgi toplama, basın dosyası tutma, kurum içi ve kurum dışı koordinasyon, sesli ve görüntülü yayınlardan bilgi toplama.

Tanıma amaçlı faaliyetler Banka tarafından daha çok gerçekleştirilmekte, Banka halkla ilişkiler faaliyetinin bu boyutuna daha çok ağırlık vermektedir. Tanıtma faaliyetlerinde şu araçlardan yararlanılmaktadır : Yazılı araçlar, yayım araçları, toplantılar. Yazılı araçlardan broşür ve afişe, yayım araçlarından da televizyona daha çok ağırlık verilmektedir. Kanaat olarak ifade edilmesi ise, bu araç ve yöntemlerin hangisinin ne zaman kullanılacağına ilişkin Banka tarafından ciddi bir araştırmanın olmayışıdır. Burada Bankanın materyal hazırlamada ve halkla ilişkiler çerçevesinde konuya yetişkin eğitimi açısından yaklaştığını ifade etmek zordur.

Bankanın çiftçilere yönelik olarak gerçekleştireceği halkla ilişkiler çalışmalarının daha etkili ve verimli olabilmesi için çiftçilerin ekonomik, sosyal, toplumsal ve eğitsel yoksunluk içinde buldukları dikkate alınarak halk eğitimi destekli olarak yapılacak düzenlemeler ve bunun neticesinde geliştirilmiş haliyle gerçekleştirilecek yetişkin eğitimi destekli halkla ilişkiler etkinliğinin daha başarılı olacağı ifade edilebilir. Yetişkin eğitiminden özellikle çiftçilere yönelik materyal hazırlama konusunda yararlanmanın faydalı olacağı söylenebilir.

Bankaca gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerine, araştırmanın "personel bilgileri" kısmında da ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

## 2. PERSONEL GÖRÜŞLERİ

Bu altbölümde personele ilişkin kimlik bilgileri, personelin çiftçi ile olan mevcut duruma ilişkin görüşleri ile personelin Banka-çiftçi ilişkileri ve bu konuya ilişkin değerlendirmeleri ve önerileri yer almaktadır.

### 1. PERSONELE İLİŞKİN KİMLİK BİLGİLERİ

Bu alt bölümde personelin çalıştığı bölüm farkı gözetilmeksizin tamamına sorulan yaş, eğitim, süresi, unvanı, öğrenim düzeyine ilişkin elde edilen bilgilere yer verilmiştir.

#### **Personelin Yaş Durumu :**

Araştırmaya giren personelin yaşlarına göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

TABLO 1  
PERSONELİN YAŞ DAĞILIMI

Yaş	f	%
20-27	8	20.0
28-35	10	25.0
36-43	11	27,5
44-51	8	20.0
52-(+)	3	7,5
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Banka personelinin yaş grupları dağılımına bakıldığında yığılma %52,5 ile 28-43 yaş arasında görülmektedir. Görüşmeler esnasında da gözlemlendiği gibi 44 yaş ve yukarısı personel daha çok idareci olarak görev yapmaktadır. Bunu da Bankanın idarecilikte kıdeme önem verdiği, genel olarak da Banka personelinin orta yaş grubundaki kimselerden oluştuğu şeklinde yorumlamak mümkündür.

#### **Personelin Görev Yaptığı Yer :**

Araştırmaya katılan personelin Banka'da görev yaptıkları yere göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**TABLO 2**  
**PERSONELİN GÖREV YAPTIĞI YERE GÖRE DAĞILIMI**

Görev Yeri	f	%
Halkla İlişkiler Müdürlüğü	19	47,5
Zirai Krediler Müdürlüğü	16	40,0
Banka Şubesi	5	12,5
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi Bankanın Halkla İlişkiler Müdürlüğünde çalışan ondokuz (19) idareci ve teknik personele; Zirai Krediler Müdürlüğünde çalışan onaltı (16) idareci ve teknik personele; ilgili banka şubelerindeki tüm idareci personele ulaşılmıştır. Buna göre personel anketine cevap verenlerin %47,5'i Halkla İlişkiler Müdürlüğünde, %40'ı Zirai Krediler Müdürlüğünde, %12,5'i de banka şubesinde görevli personeldir.

**Personelin Unvan Durumu :**

Araştırmaya katılan personelin unvanlarına ve görev yaptıkları yere göre dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**TABLO 3**  
**PERSONELİN UNVANLARINA GÖRE DAĞILIMI**

Unvan	f	%
Halkla İlişkiler Müdürlüğünde Yönetici	2	5,0
Halkla İlişkiler Müdürlüğünde Uzman	11	27,5
Halkla İlişkiler Müdürlüğünde Teknik Personel	6	15,0
Zirai Krediler Müdürlüğünde Yönetici	6	15,0
Zirai Krediler Müdürlüğünde Mühendis	7	17,5
Banka Şubesinde Yönetici	4	10,0
Banka Şubesinde Mühendis	4	10,0
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi personelin %5'i Halkla İlişkiler Müdürlüğünde yönetici, %27,5'i Halkla İlişkiler Müdürlüğünde uzman, %15'i Halkla İlişkiler Müdürlüğünde teknik personel, %15'i Zirai Krediler Müdürlüğünde mühendis, %10'u banka şubesinde yönetici, %10'u banka şubesinde mühendistir. Her biri çiftçiye yönelik halkla ilişkiler alanında önemli görevlere sahiptir.

### **Bankada ve Halen Çalışılan Yerdeki Görev Süreleri :**

Bankacılıktaki teknoloji ne kadar gelişmiş olursa olsun insan unsurunun tamamen devre dışı kalması söz konusu değildir. Çünkü Bankanın bugünkü başarıya ulaşması çalışanlarının başarıları ve gayretleri ile mümkün olmuştur. Bunun yanısıra örgüt olarak düşünüldüğünde de Bankanın personele ihtiyacı vardır ve "personel örgütün temel ögesidir" (Başaran, 1982, s.141). Örgütün zenginlik kaynağı olarak görülen nitelikli personelin bankada çalışma süresi onun hem bankaya bağlılığını, hem de işinde uzmanlaşarak daha da başarılı olmasını sağlayıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir. Özellikle halkla ilişkiler açısından başarı artar.

TABLO 4

#### **BANKADA VE HALEN ÇALIŞILAN YERDEKİ GÖREV SÜRELERİ**

<b>Çalışma Yeri ve Süresi</b>	<b>1-5 Yıl</b>	<b>6-10</b>	<b>11-15</b>	<b>16-20</b>	<b>21 ve daha fazla</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Kaç Yıldır Ziraat Bankasında Çalışıyorsunuz?</b>	9 %22,5	6 %15	12 %30	9 %22,5	4 %10	40 %100
<b>Şu Anda Bulduğunuz Birimde/Bankada Kaç Yıldır Çalışıyorsunuz?</b>	21 %52,5	8 %20	6 %15	5 %12,5		40 %100

Personele sorulan Banka'da ve şu anda çalıştığınız birimde ne kadar zamandır çalışıyorsunuz sorusunun cevapları tablo 6'da verilmiştir. Buna göre personelin %30'u 11-15 yıl, %22.5'i 16-20 yıl, %22.5 1-5 yıl, %15'i 6-10 yıl, %10'u 21 yıl ve daha fazla süredir Bankada çalıştığını ifade etmiştir.

Yine tabloya göre Banka personelinin şu andaki çalıştığı yerde görev yapma süresi yarından fazlasında 1-5 yıldır. Bunu %20 ile 6-10 yıl, %15 ile 11-15 yıldır çalışıyorum cevapları izlemektedir.

Yukarıdaki verilere göre personelinin yarından fazlasının 11 yıl ve daha uzun zamandır Banka'da çalışmakta olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan personelin %52.5'i 1-5 yıldır halkla ilişkiler biriminde çalıştığını belirtmiştir. Bu bilgilere dayanarak personelin çoğunun uzun süredir Banka'da görev yaptığı ancak yarısının 1-5 yıldır söz konusu birimde çalıştığı görülmektedir. Çiftçiye yönelik halkla ilişkiler açısından, bu durum bazı sıkıntılara yol açabilir. Özellikle halkla ilişkiler biriminin başarısı, birimde çalışan personelin uzmanlığına sıkı sıkıya bağlıdır. Personelin şu anda çalıştığı yer, görev yapma süresi, aynı zamanda onun birimini yakından tanıması, uzmanlık alanının derinliğine ilerlemesi ve başarısının da artması ile paralellik gösterir. Ama kısa



zamanda personel hareketliliğinin gerçekleştirilmesi bazı olumsuzluklara neden olabilir. Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde çalışan personelin burada uzun süreli görev yapmasına imkan tanınmalı, personelin bu sürede elde edeceği bilgi birikimlerinden azami fayda sağlanarak bankanın halkla ilişkiler faaliyetlerine sağlam bir zemin hazırlanmalıdır.

### **Personelin Öğrenim Durumu :**

Araştırmaya katılan Banka personelinin örgün eğitim durumu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

TABLO 5

#### PERSONELİN ÖĞRENİM DURUMU

Öğrenim Durumu	f	%
Lise	9	22,5
Yüksekokul, Fakülte	31	77,5
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi Banka personelinin %22,5'i lise, %77,5'i yüksek okul, fakülte mezunudur. Bu durum hizmet sektöründeki bir kurum için oldukça avantajlı bir tablodur. Zira öğrenim durumunun yüksek olması personelin kendisini yetiştirme, işe uyumu çabuklaştırma, iş verimini yükseltme konularında olumlu etkiye sahiptir.

### **Halkla İlişkiler Personelinin Halkla İlişkiler Konusunda Eğitim Görmesi :**

Halkla ilişkiler birimine gereken canlılığı verecek, onu örgütün öteki birimleri arasında saygın bir düzeye yükseltecek ve kökleşmiş yönetsel işlevlerle ilişkisini kuracak olan personel ögesidir. Yönetsel evrenin giderek karmaşıklaşması sonucunda işleve göre gruplandırma ve en doğru personeli seçerek, en uygun işlerde görevlendirme önem kazanmıştır. Bir takım örgütsel birimler, yönetsel bir faaliyetin belli bir yönü ile (planlanılma, denetim, hukuk danışmanlığı gibi) ilgilenirken, halkla ilişkiler birimi ise birçok birimi ilgilendiren işlerle ya da olağanüstü bir durumla karşı karşıya kalabilir. Halkla ilişkiler biriminin tek bir amaca ya da ayrı bir niteliğe sahip olmasının altında böyle bir zorluk da vardır (Ertekin, 1995, s.63).

Bankanın hedef kitesinin önemli bir kısmı çiftçilerden oluşmaktadır. Yapılacak çalışmaların hemen hepsinde bu kesimin özelliklerinin gözönünde bulundurulma zorunluluğu vardır. Tanıma ve tanıtma amaçlı yapılacak çalışmaların haricinde, bankaya gelen çiftçi ile, müşteri-bankacı ilişkilerinde de kullanılmak üzere personelin halkla ilişkiler bilgisi ile donanık

olması gerekir. Gürgen'in de araştırmasında belirttiği gibi "çiftçi ile muhatap olan personelin, çiftçiyi etkileyip, onda güven duygusu yaratması, onu kendisine bağlayabilmesi için insan duygularını konu eden psikoloji ve halkla ilişkiler derslerini almış olmasının yararı büyüktür" (Gürgen, 1990, s.89). Bu durum bir soru olarak sorulmuş alınan cevaplar aşağıdaki tabloya aktarılmıştır.

TABLO 6

## HALKLA İLİŞKİLER KONUSUNDA EĞİTİM GÖRME DURUMU\*

Eğitim Görülen Yer	Evet	Hayır	TOPLAM
Üniversitenin Halkla İlişkiler Bölümünü Bitirdim.	8 %42.11	11 %57.89	19 %100
Bankanın Halkla İlişkiler Bölümünde Göreve Başlamadan Önce Halkla İlişkiler Konusunda Kurs Gördüm.	3 %16	16 %84	19 %100
Bankanın Halkla İlişkiler Bölümünde Göreve Devam Ederken Halkla İlişkiler Konusunda Hizmetiçi Eğitim Kursuna Devam Ettim.	9 %47,5	10 %52.5	19 %100
Halkla İlişkiler Konusunda Kendi İmkanlarımla Özel Kursa Gittim.		19 %100	19 %100

\*Bu soru yalnızca HİM personeline sorulmuştur.

Ziraat Bankası Halkla İlişkiler Müdürlüğü personelinin %42.11'i üniversitenin halkla ilişkiler bölümünü bitirdiğini ifade etmektedir. Personelin %16'sı Bankada göreve başlamadan önce, %47.5'u göreve devam ederken, halkla ilişkiler konusunda eğitim gördüğünü ifade etmektedir.

Tabloda da görüldüğü gibi personelin bir kısmı halkla ilişkiler ile ilgili eğitim görmüş ise de özellikle örgün eğitim görmüş olanların yüzdesi oldukça düşüktür. Zira Bankanın ülkemiz tarım kesimine karşı oldukça büyük sorumluluğu ve görevleri bulunmakta, bunu halkla ilişkiler temelinde yerine getirebilmesi ise Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde bu alanda yetişmiş elemanların istihdam edilmesiyle mümkündür. Bunun yanısıra halkla ilişkiler biriminde hizmet verecek personel için belli bir ölçüt geliştirmek ve bunu uygulamak gerekmektedir.

**Personelin Televizyon ve Radyo Programlarını İzlemesi / Dinlemesi :**

Eğitim, kültür, yaş ve diğer sosyo-ekonomik farklılıklara sahip kesimlere yayın yapan radyo ve televizyonun herkes tarafından aynı seviyede izlenmesi/dinlenmesi ve

izleyenlerin/dinleyenlerin aynı programlarda müşterek kalmasını beklemek sözkonusu değildir. Fakat belli bir değerlendirme yapmak ve bir yargıya ulaşılablmesini temin amacıyla radyo/televizyon programlarını haber, aktüel haber, dini yayınlar, eğlence programları, spor vb. başlıklar altında birleştirerek bilgi toplamak ve buna göre de değerlendirme yapmak mümkündür.

Personelin radyo programlarını dinleme ve televizyon programlarını izleme sıklıkları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

TABLO 7

## PERSONELİN TELEVİZYON PROGRAMLARINI İZLEME SIKLIĞI

Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama	Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama
Haberler	4.12	Sanat, kültür ve sohbet prog.	2.80
Aktüel haber	3.30	Banka yayınları	2.02
Sinema	3.27	Gençlik prog.	2.25
Dizi film	2.10	Kadın programları	1.55
Arkası yarım	1.30	Spor	3.00
Eğlence prog.	3.25	Yarışmalar	2.75
Belgesel	2.13	Reklam	2.85

TABLO 8

## PERSONELİN RADYO PROGRAMLARINI DİNLEME SIKLIĞI

Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama	Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama
Haberler	3.85	Banka yayınları	2.68
Eğlence prog.	3.53	Spor	2.13
Dini yayınlar	1.90	Yarışmalar	1.58
Sanat, kültür ve sohbet prog.	3.13	Reklam	1.70
Gençlik programları	1.93	Eğitici prog.	2.95

Tablodaki ağırlıklı ortalamalardan da görüleceği gibi personel radyo ve televizyondan en çok haber izlemek/dinlemek ve eğlence amaçlı olarak faydalanmaktadır. Televizyonda haber izlemenin ağırlıklı ortalaması 4.12, "çok" radyoda haber dinlemenin ağırlıklı ortalaması ise 3.85'dir. Bunu televizyon yayınlarında; ağırlıklı ortalaması 3.3 "oldukça" ile aktüel haber, 3.27 ile sinema, 3.25 ile eğlence programları izlemektedir. Televizyonda yayınlanan Banka yayınları ise 2.02 ağırlıklı ortalama ile "az" izlenen yayınlar arasında yer almaktadır. Radyodan dinlenen

eğlence programlarının ağırlıklı ortalaması 3.53 "çok", sohbet programları 3.13 "oldukça" olarak yer almaktadır.

Bu duruma bakarak personelin kitle iletişim araçları yoluyla elde ettiği bilgileri halkla ilişkilerde de kullanacağı, sorunların tesbiti ve çözümüne yönelik yeni fikirler üretebileceği söylenebilir. Bu durumun tersi kitle iletişim araçlarına kapalıdır ki, öylesi bir durum durağanlığın ve gerilemenin başlangıcıdır. Halkla ilişkiler konusu da oldukça dinamik olmayı gerektiren ve güncelliği yakalamayı mecbur kılan bir disiplin olduğundan bu alanda faaliyet gösterenlerin kitle iletişim araçlarına açık olması gerekir. Personelin radyo ve televizyon yayınlarına ilişkin cevaplarına bakıldığında da en çok haberleri takip etmenin yanısıra Banka yayınlarını da takip ettikleri görülmektedir.

### **Personelin Gazetede Okudukları Yazılar ve Okuma Sıklıkları :**

Banka personelinin gazete okuyup-okumadığı, okuyor ise gazetede hangi yazıları, hangi sıklıkta okuduğunu öğrenmek amacıyla sorulan soruya verilen cevap aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 9

#### **PERSONELİN GAZETEDE OKUDUKLARI YAZILAR VE YAZILARI OKUMA SIKLIĞI**

<b>Yazı Adı</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>	<b>Yazı Adı</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Köşe yazıları	4.08	Reklamlar	2.70
Ana başlıklar	4.75	Spor	3.23
Ekonomi	4.20	Günlük olaylar	4.50
Sanat haberleri	3.73	Magazin türü yazılar	3.08

Tabloda da görüldüğü gibi personel gazetede ana başlıkları ve günlük olayları hergün okumakta ve takip etmektedir. Bunların ağırlıklı ortalaması 4.75 ve 4.5 ile "hergün" cevabına karşılık gelmektedir. Ağırlıklı ortalamaların ortalaması 3.78 "haftada 3-4 gün" cevabına karşılık gelmektedir. Bu tabloya dayalı olarak personelin günlük olayları takip ettiğini, gazetenin sağlayacağı kişisel gelişimlerden halkla ilişkileri geliştirmede personelin faydalanma sürecinde olduğunu, bu durumun işe de olumlu yansıtacağını söylemek mümkündür.

Tablonun tamamına bakılarak değerlendirme yapıldığında görüldüğü üzere personel yazılı iletişime açık bir durum sergilemektedir. Gazete yoluyla çiftçiler hakkındaki bilgilere ulaşan bir halkla ilişkiler personeli ya da bankacı bu durumu kendi çalışma sahası içinde en iyi biçimde

değerlendirmeye çalışacaktır. Bununla birlikte günlük olayları takip ederek yapılan çalışmalar güncelliği yakalamayı ve başarıyı artırmaya olumlu yönde katkı sağlayacaktır.

Buraya kadar personele ilişkin bulgular özetlenirse; personelin genellikle orta yaş ve üzerinde olduğu, çoğunun yüksek okul mezunu olduğu, bir kısmının halkla ilişkiler konusunda öğrenim görmediği; radyo, televizyon ve gazete gibi kitle iletişim araçlarından yararlandıkları söylenebilir.

## **2. PERSONELİN MEVCUT DURUMA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ**

Bu kısımda araştırmanın ikinci alt bölümünü oluşturan Banka-çiftçi ilişkilerindeki mevcut durumu tespit amacıyla, personele sorulan sorulara alınan cevaplara ait bulgular yer almaktadır.

### **Çiftçiye Yönelik Yazılı Materyal Hazırlamada Halkla İlişkiler**

#### **Müdürlüğünün Katkısı :**

Bankanın çiftçiye yönelik yazılı materyal hazırlamada, yayımlamada öneriyi kimin getirdiği ve HİM'in (Halkla İlişkiler Müdürlüğü) yazılı materyale hangi alanlarda katkı yaptığı sorularak aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

Bankanın yapısı ve hizmet verilen kesimin genişliği, bir işin, görevin yapılabilmesi için kimi zaman bir kaç müdürlük arasında koordineli çalışmayı gerektirmektedir. Özellikle bankacılık hizmetinin yanısıra, kimi uygulamaların devlet politikasının da gereği olarak görülen çiftçiye yönelik hizmetlerin gerçekleştirilmesinde Bankanın farklı birimleri koordineli çalışmaktadır. Çiftçiye yönelik halkla ilişkiler hizmetleri arasında sayılan ve sıkça faydalanılan yazılı materyallerin hazırlanması, basımı, hedef kitleye ulaştırılması aşamasında Halkla İlişkiler Müdürlüğü ile ilgili diğer müdürlüklerin koordineli olarak çalışması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Zira konunun, tarım, bankacılık, hedef kitlenin sosyo-kültürel durumu gibi gözönünde bulundurulacak farklı boyutları vardır.

**TABLO 10**  
**BASILY YAYINLARIN YAYINLANMASI KONUSUNDA ÖNERİYİ GETİREN\***

<b>Öneriyi Getiren Birim</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Yayını Yapmak İsteyen Birim	16	84
Halkla İlişkiler Müdürlüğü	3	16
<b>TOPLAM</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

\*Bu soru yalnızca HİM personeline sorulmuştur.

Tabloda da görüldüğü gibi personelin %84'ü basılı yayınların hazırlanması için önerilerin yayını yapmak isteyen birimlerden geldiğini belirtmektedir. Bu durumu, Bankanın diğer birimlerinin, Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün itici gücü olarak da değerlendirmek mümkündür. Personelin %16'sı da yayını hazırlamak için Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün kendiliğinden harekete geçtiğini belirtmektedir. Bu soruya bağlı olarak sorulan, Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün yayına hangi konuda katkıda bulunduğu sorusuna ise, personelin %21'i baştan sona kadar Halkla İlişkiler Müdürlüğü katkıda bulunur cevabını vermiştir. Personelin tamamı baskının Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün bilgisi dahilinde ve katkısı ile gerçekleştirildiğini, metin yazımına Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nce katkıda bulunulduğunu ifade eden personelin oranı ise %58'dir.

İki soruya verilen cevaplar dikkatle incelendiğinde Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün Bankanın diğer birimleri ile sürekli koordineli olması, bunun yanı sıra da Banka'daki diğer gelişme ve rutin işleri takip edecek ve değerlendirecek aktif bir yapıya sahip olmasının gerekli olduğu ifade edilebilir.

**TABLO 11**  
**YAYINI HAZIRLAMADA HİM'İN KATKISI\***

<b>Yayına Katkı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Dili	11	58
Düzenlenmesi	8	42
Basımı	19	100
Baştan Sona	4	21

\*Cevaplar birden çöktür. Bu soru yalnızca HİM personeline sorulmuştur.



**Bankaca Hazırlanan Çiftçi Yayınlarının Çiftçilere Nasıl Ulaştırıldığına İlişkin Personel Görüşleri :**

Verimliliğin, kalkınmanın, tanıma ve tanıtmanın gereği olarak görülen ve bu amaçla hazırlanan basılı yayınların, hedef kitleye en doğru ve hızlı biçimde ulaştırılması en az hazırlanması kadar önemlidir. Zira ne kadar iyi hazırlanırsa hazırlansın, iyi bir dağıtım ağıyla hedefine ulaşmayan yayının istenilen etkiyi yapamayacağı açıktır. Basılı yayınları çiftçiye ulaştırmak, çiftçiye yenilik ve gelişmelerden bu yolla haberdar etmek aynı zamanda çiftçinin Banka'ya ilgisini daha da artırmak için takip edilebilecek bir yöntem olarak da görülebilir.

Bankaca hazırlanmış basılı yayınların çiftçiye nasıl ulaştırıldığı personele sorularak aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

TABLO 12

**BASILY YAYINLARIN ÇİFTÇİYE ULAŞIMI**

Yayının Dağıtımı	f	%
Banka Şubelerine Gönderiliyor	30	75
Köye Giden Banka Personeli Dağıtıyor	10	25
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi yayınların çiftçiye ulaştırılması için özel bir çaba harcanmamaktadır. Personelin %75'i yayınların banka şubesine gönderilip oradan çiftçilere ulaştırıldığını, %25'i de köye giden personelin yayını dağıttığını ifade etmektedir.

Oysa pek çok harcama ve fedakarlıkla hazırlanan yayınların dağıtımının daha da düzenli ve diğer dağıtım seçeneklerinin de değerlendirilerek yapılması araştırmacı tarafından uygun mütalâa edilmektedir. Çünkü bilinmektedir ki; çiftçinin banka şubesinin olduğu yerleşim birimine ulaşması istenilen sıklıkta olamamaktadır. Bunun nedeni, çiftçinin tarlasındaki ve köyündeki uğraşlar olabildiği gibi, ülkemiz coğrafyası ve ikliminden kaynaklanan zorluklar -kışın yolların kapanması gibi-, ulaşımın ekonomik boyutu ve zaman sıkıntısı gibi açmazlar çiftçiye yönelik hizmetlerin önemli bir kısmının, köye götürülmesi veya ulaştırılmasını zorunlu kılmaktadır. Bankanın basılı materyalinin dağıtımına bu açıdan bakıldığında, posta yoluyla köylere materyal ulaştırma seçeneği değerlendirmeye tabii tutulmalı, imkanlar bu yönde zorlanmalıdır. Durum yetişkin eğitimi açısından da değerlendirildiğinde; yoksunluk içinde bulunanlara ulaşma ve hizmet götürme zorunluluğunun hizmeti veren kuruma ait olduğu görülür.

### **Tarım Kesimine Tanıma ve Tanıtma Amacıyla Giden Personel :**

Bankanın hedef kitleleri arasında önemli bir yere sahip olan tarım kesimine daha iyi hizmet götürülmesi, dolayısıyla Bankanın daha iyi tanıtılıp karşılıklı ilişkilerin iyileştirilerek çiftçilere istenilen nitelikli hizmetin verilmesi, çiftçinin sorunlarının bilinmesi, o kesimin yakından tanınması ile mümkündür. Zira hedef kitlenin gereksinmelerine cevap vermeyen çabalar içinde olmak hedef kitleye yarar sağlamadığı gibi, çalışmayı yapanlar için de zaman ve kaynak israfından başka bir şey değildir.

Yetişkin eğitiminde ihtiyaç saptama yöntemleri için de benzer şeyleri ifade etmek mümkündür. Şöyle ki; hedef kitlenin mevcut durumunun saptanması, ihtiyaçların belirlenmesi, önerilerin ortaya konulması, uygulama ve değerlendirme. Kuşkusuz bütün bu çalışmaları bilimsel esaslara uygun araştırma ve ihtiyaç belirleme yöntemleri içinde gerçekleştirmek.

Bankanın tarım kesimine hizmet götürme politika ve uğraşlarını belirleyen tek birim, her ne kadar yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü değilse de, tarım kesimine götürülecek hizmetlerin tanıtım aşamasında karar sürecine katılan bir birimdir. Bunun içindir ki; Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün de bu kesime yönelik araştırma yaparak araştırmaya dayalı bilgi sahibi olması beklenir.

Bu amaçla yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeline sorulan tanıma ve tanıtma amaçlı olarak tarım kesimine gittiniz mi? sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi tablolastırılmıştır.

**TABLO 13**

#### **TARIM KESİMİNE HALKLA İLİŞKİLER AMACIYLA GİDEN PERSONEL\***

<b>Gitme Sıklığı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Hiç	12	63
1-5	6	32
Cevap Vermedi	1	5
<b>TOPLAM</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

\*Bu soru yalnızca HİM personeline sorulmuştur.

Tabloda da görüldüğü gibi personelin %63'ü tanıma ve tanıtma amaçlı olarak tarım kesimine gitmemiş, %32'si de 1-5 kez arası tanıma ve tanıtma amaçlı olarak tarım kesimine gitmiştir.

Bu durumu Halkla İlişkiler Müdürlüğünün en kısa zamanda tarım kesimine araştırma ve inceleme amaçlı çalışmalar yaparak telafi etmesi gereken bir durum olarak değerlendirebiliriz. Hem halkla ilişkiler hem de yetişkin eğitimi açısından, mevcudun yerinde görülmesi suretiyle yapılacak çalışmaların daha sağlıklı olacağını ifade etmek mümkündür. Zira daha önce de belirtildiği gibi yapılacak çalışmaların belli araştırmalarla temellendirilmiş olması başarıyı olumlu yönde etkileyecektir. Aksi takdirde sadece diğer birimlerin bilgisine ve basın dosyasına dayalı etkinlik düzenlemek yanıltıcı olabilir.

### **Halkla İlişkiler Müdürlüğünün Yaptığı İşlere İlişkin Personel Görüşleri :**

Personelin çalıştığı birimi nasıl değerlendirdiğine ilişkin görüşlerini almak için aşağıdaki sorular sorularak alınan cevaplar tabloleştirilmiştir.

TABLO 14

#### **HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜNÜN YAPTIĞI ÇALIŞMALARLA İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİ**

<b>Yapılan Çalışmalar</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Basılı yayın hazırlama (Dergi, broşür vs.)	4.00
Radyo ve tv. yayını hazırlama	2.95
Sergiler düzenleme	3.05
Gezi ve toplantıları organize etme	2.38
Reklam çalışmaları yapma	3.95
Araştırma-inceleme çalışmaları yapma	2.68

Tabloda da görüldüğü gibi personel 4.0 "çok" ağırlıklı ortalama ile Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde dergi, broşür gibi yazılı materyal hazırlandığını, 3.95 ağırlıklı ortalama ile reklam çalışmaları yapıldığını belirtmektedir. Personel 2.68 ağırlıklı ortalama ile araştırma-inceleme çalışmaları, 2.95 ağırlıklı ortalama ile radyo ve televizyon yayını hazırlandığını ifade etmektedir. Tabloya bakarak araştırma ve inceleme çalışmalarının az yapıldığını söylemek mümkündür. Bu rakamlara bakarak, Bankanın araştırma-inceleme çalışmalarına daha çok önem vermesi gerektiği ifade edilebilir. Gezi ve toplantıları organize etmek şikkına verilen cevapların (2.38) "az" da toplanması Halkla İlişkiler Müdürlüğünün güçlü bir biçimde koordinasyon yapması gerekliliğini ve bu konuda daha aktif olmak için daha çok çaba sarfetmesi gerekmektedir şeklinde yorumlanabilir.

Yazılı materyal ve görsel işitsel yayınların hazırlanması, eğitsel amaçlı olarak yararlanılmak kaydıyla yetişkin eğitimi açısından yararlıdır. Ancak, hazırlanacak materyallerin gerekli araştırma ve incelemelerle tespit edilen eksiklikleri tamamlamak üzere hedef kitlenin ihtiyacına uygun olması gerekir.

### **Basın Dosyasının Tutulduğunu Bilen Personel :**

Basın dosyası, kurumu direkt yahut dolaylı olarak ilgilendiren basında çıkan haberlerin, her an ulaşılabilecek ve faydalanılabilecek muntazamlıkta tasnif ve arşiv edildiği belgelerdir. Basın dosyası, kurumun aynı zamanda basındaki aynası gibi değerlendirilebilir. Çünkü basın dosyası müspet ya da menfi olayların kamuoyu yankısını en açık şekilde belgeleyen yazılı materyal özelliğindedir. Kurum, basın dosyası tutmak ve bundan faydalanmakla geçmişteki uygulamaların kamuoyundaki yankısını değerlendirip, benzer yeni uygulamaların kamuoyundaki muhtemel tepkilerini tahmin edebilir, basında kurum hakkında çıkan haberlerden gerçeği yansıtmayanlara karşı gerekli tedbirleri alabilir.

Araştırmaya katılan personelden sadece Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeline basın dosyası tutulup tutulmadığı konusundaki bilgisi sorulmuştur. Bu sorunun sadece Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeline sorulmasının nedeni, basın dosyasının yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde tutuluyor olmasındandır. Soruya alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 15

#### **BASIN DOSYASININ TUTULDUĞUNU BİLEN PERSONEL\***

<b>Bilme Durumu</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Evet	14	74
Hayır	2	10
Cevap Vermedi	3	16
<b>TOPLAM</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

\*Bu soru yalnızca HİM personeline sorulmuştur.

Tabloda da görüldüğü gibi personelin %74'ü basın dosyasının tutulduğunu bildiğini, %10'u basın dosyasının tutulduğunu bilmediğini belirtmiştir. Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde çalıştığı halde Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün basın dosyasını tutup tutmadığını bilmeyenlerin olması düşündürücüdür. Zira personelin etkili ve verimli çalışarak birimini azami faydayı sağlaması çevresinde olup bitenin farkında olması ile de yakından ilgilidir.

Basın dosyasının tutulduğunu bilen 14 personele basın dosyasından ne ölçüde faydalandığına ilişkin sorular sorulmuş, alınan cevaplar tablolaştırılmıştır.

TABLO 16  
BASIN DOSYASINDAN FAYDALANMA

Faydalanılan Konu	Ağırlıklı Ortalama
Kredi Limitinin Belirlenmesi	2.00
Geri Ödeme Süresinin Belirlenmesi	1.78
Tanıtma Araçlarının Geliştirilmesi	2.14
Tanıtma Araçlarının Geliştirilmesi	2.14
Kurum Dışı Koordinasyonun Geliştirilmesi	2.78
Kurum İçi Koordinasyonun Geliştirilmesi	2.64
Materyal Dağıtım Ağının Geliştirilmesi	2.07
Kredi Verilmesi ve Geri Ödemesinin Değerlendirilmesi	2.50
<b>Ortalamaların Ortalaması</b>	<b>2.25</b>

Tabloda da görüldüğü gibi basın dosyasından faydalanılan konuların başında 2.78 ağırlıklı ortalama "oldukça" ile kurum dışı koordinasyonu geliştirme gelmektedir. Bunu 2.64 ile tanıtma araçlarının geliştirilmesi cevabı takip etmektedir. Basın dosyasından çok az faydalanılan konular olarak da 1.78 ağırlıklı ortalama ile geri ödeme sürelerinin belirlenmesi, 2.14 ağırlıklı ortalama ile tanıtma ve tanıtma araçlarının geliştirilmesi gelmektedir.

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi Banka basın dosyası tutmakta ve basın dosyasından faydalanmaktadır. Ama basın dosyasından beklenen azami faydayı sağlamak için Banka tarafından bugünkünden daha çok çaba sarfedilmesi gerekmektedir.

Durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirilecek olursa; çiftçilerin sorunlarını basına iletmede yoksunluk içinde buldukları, en azından basında gündemi oluşturacak kadar etkili ve örgütlü olmadıkları, çiftçilere ait sorunları ve gerçek tespitleri basın aracılığı ile yürütmeye çalışmanın yetersiz kalacağı ifade edilebilir.

### **Çiftçilere Yönelik Hizmetlere, Bankacılıktaki Yeniliklerin Yansıması:**

Bankacılıktaki hızlı gelişmeler kimi hizmetlerde kökten yenilik, kimi alanlarda da kısmen kolaylık şeklinde göstermektedir. Bunun yanısıra yeniliği kullanmak ve uygulamak, operatör ve hizmeti talep eden müşteri tarafından da kimi konularda teknik olarak asgari şartların gerekliliğini mecburi kılar.

Bu anlamda; bankacılıktaki gelişmelerin çiftçiyle ilgili olan hizmetlere ne ölçüde yansıdığı personele sorularak cevaplandırılması istenmiş, alınan cevaplar tablolaştırılmıştır.

TABLO 17

## BANKACILIKTAKİ YENİLİKLERİN ÇİFTÇİLERE YANSIMASI

Yenilikler/Gelişmeler	Ağırlıklı Ortalama
Evrakın kontrolü konusunda işlemler hızlandı	3.53
Kredinin çiftçiye ödenmesi konusunda işlemler hızlandı	3.38
Evrakın muhafazası konusunda işlemler hızlandı	3.20
Kredinin bankaya geri ödenmesi konusunda işlemler hızlandı	3.18
Kredi talebi aşamasındaki hizmet hızlandı	3.13
Kredi talebindeki ipotek işlemleri hızlandı	3.03
<b>Ortalamaların Ortalaması</b>	<b>3.21</b>

Tabloda da görüldüğü gibi bankacılıktaki yeniliklerin evrakın kontrolüne yansımalarının ağırlıklı ortalaması 3.53 "çok", kredinin Banka'ya geri ödenmesine olumlu yansımalarının ağırlıklı ortalaması 3.18 "oldukça" dır. Bunu 3.20 ağırlıklı ortalama ile evrakların muhafazasına bankacılıktaki yeniliklerin yansımaları şıkki izlemektedir. Bankacılıktaki yeniliklerin işlemlere özellikle çiftçilere yönelik işlemlere olumlu olarak yansımalarının ağırlıklı ortalamalarının ortalaması 3.21'dir. Bu durumu; bankacılıktaki gelişmelere Ziraat Bankası personelinin de uyum sağladığı, yenilikleri iş ve işlemlerde uyguladığı şeklinde ifade etmek mümkündür. Fakat ortalamasının 3.21'de olması bunun 5 seviyelerine yükseltilmesi için daha çok çaba sarfedilmesinin gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

Yeniliklerden çiftçilerin daha fazla yararlanmasını sağlamak amacıyla bankacılıktaki yenilikleri çiftçilere yetişkin eğitimi yaklaşımı ile sunmak daha doğru olacaktır. Çiftçilere yenilikleri anlatmakla görevli yetişkin eğitimi formasyonuna sahip personel Banka'ya gelen çiftçiye veya köye giderek köydeki çiftçiye bilgi aktarırken, onların eğitim seviyelerini, uygulama becerilerini, yeniliklere açıklık ve uygulama isteklerini daha yakından tanıyacağından yeniliğin tanıtımı ve uygulamaya geçirilmesi daha başarılı olacaktır. Aynı şey yazılı, görsel, işitsel materyal hazırlama için de geçerlidir. Zira GÜNEŞ' in belirttiği gibi "yazılı materyaller her bölgede aynı etkiyi yapmayabilir. İdeal olanı bölgesel farklılıklara göre çeşitli tür ve düzeylerde materyal hazırlamaktır" (Güneş, 1990 s. 107).



Bu kısımda Ziraat Bankası personelinin Banka-çiftçi ilişkilerindeki mevcut durumu tespit amacıyla sorulan sorulara ait bulgu ve yorumlara tablo 10-17 arasında yer verilmiştir.

Mevcut uygulamaya göre, Banka'da basılı yayınların yayınlanması konusunda öneriyi, yayını yapmak isteyen birimin getirdiği, Halkla İlişkiler Müdürlüğünün bu yayınların basımına, diline ve düzenlenmesine ilişkin katkılarda bulunduğu, basılı yayınların çiftçiye ulaşımı için geçerli bir dağıtım uygulamasının olmadığı, personelin çiftçileri yakından tanımak amacıyla çiftçileri yerinde ziyaret etmediği, Halkla İlişkiler Müdürlüğünün daha çok basılı yayın hazırlamak ve reklam çalışmalarına ağırlık vererek faaliyet gösterdiği, buna karşılık yeterli araştırma ve inceleme faaliyeti gerçekleştiremediği, basın dosyasından çok az yararlandığı bankacılıktaki girişimlerin çiftçilere de olumlu olarak yansıdığı belirlenmiştir.

### **3. PERSONEL DEĞERLENDİRMELERİ VE ÖNERİLERİ**

Bu altbölümde personelin, Banka-çiftçi ilişkilerinin daha iyi olabilmesi için nelerin yapılması, nelere dikkat edilmesi ve mevcut durumu değerlendirmesine ilişkin görüşlerine yer verilmektedir.

#### **Personelin Banka Çalışmalarını Değerlendirmesi :**

Banka çalışmalarının daha sağlıklı ve verimli olarak yapılabilmesinin önemli şartlarından birisi de, önceki çalışmaların değerlendirilmesinin yapılması; bu değerlendirmelerden ve bankacılıktaki yeniliklerden de faydalanılarak halkla ilişkilerde yeni politikalar üretmek ve/veya mevcudu geliştirmektir.

Araştırmalar yapılırken ve değerlendirilirken bilimsel esaslar asıl olmak üzere; Bozkurt'un da belirttiği gibi "halkla ilişkiler sorunlarının çözümü için toplum yapısının gereksinmelerinin araştırılması gerekir. Ancak bu şekilde gerçekler üzerine temellendirilmiş çalışmalar uygulamaya geçirildiğinde başarılı olunabilir" (Bozkurt, 1984, s.162).

Bu amaçla personele kimi konularda Bankanın araştırmaya yönelik çalışmalarının nasıl olduğu sorulmuş, alınan cevaplar aşağıda tablolandırılmıştır.

TABLO 18  
PERSONELİN BANKA ÇALIŞMALARINI DEĞERLENDİRMESİ

Çalışma Konusu	Ağırlıklı Ortalama
<i>Hedef kitlenin tanınması için araştırma yapılıyor</i>	2.10
<i>Bankaca yayınlanmış yazılı yayınlar konusunda araştırma yapılıyor</i>	2.30
<i>Bankanın radyo-tv aracılığıyla yaptığı yayınlarla ilgili araştırma yapılıyor</i>	2.65
<i>Banka halkla ilişkiler ve tarım kesimine yönelik yaptığı çalışmaları banka bünyesindeki ilgili birimlerle görüşüp değerlendiriyor</i>	3.67
<i>Halkla ilişkiler çalışmaları belirlenirken çiftçilerden gelen istekler gözönünde bulunduruluyor</i>	2.02
<i>Hazırlanan materyaller ilgili yerlere ulaştırılabilir</i>	2.87
<i>Tarımsal Krediler konusunda yapılması gereken çalışmalar zamanında gerçekleştirilebilir</i>	3.07
<i>Banka halkla ilişkiler ve tarım kesimine yönelik yaptığı çalışmaları - üniversite, dernek, vakıf, oda vb. - kuruluşlarla görüşüp değerlendiriyor</i>	3.02

Tabloda da görüldüğü gibi araştırmaya yönelik sorulara verilen cevapların ağırlıklı ortalaması 2.35'dir. "Hedef kitlenin tanınması için araştırma yapılıyor mu?" sorusuna verilen cevapların ağırlıklı ortalaması 2.1, "Bankaca yayınlanmış yazılı materyaller hakkında araştırma yapılıyor mu?" sorusuna personelin verdiği cevaplar 2.3'e "az" seçeneğine karşılık gelmektedir. Koordinasyon konusunda sorulan soruya alınan cevapların ağırlıklı ortalaması 3'tün üzerinde çıkmaktadır. Bu duruma bakarak; personele göre, Banka içinde tarım kesimine hizmet konusunda koordinasyondan kaynaklanan ciddi bir sıkıntının olmadığı söylenebilir. Bankanın halkla ilişkiler çalışmaları belirlenirken çiftçilerden gelen istek gözönünde bulunduruluyor mu? sorusuna personelin verdiği cevapların ağırlıklı ortalaması 2.02'dir. Ortalamaya bakarak Bankanın bu konu üzerine daha çok eğilmesi gerektiği söylenebilir. Zira çiftçiler Bankanın müşterileri arasında önemli bir yere ve konuma sahiptir. Durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; yetişkinin "... öğretilenlerle kendi tecrübeleri arasında bir ilişki kuramıyorsa (ya da yoksa) ve öğrenmenin kendine yakın bir gelecekte fayda getireceğini ummuyorsa öğrenmeyi hoşnutsuzluk içinde reddeder" (Lowe, 1985, s.21) özelliğinden hareketle çiftçi, Banka'ya ve çalışmalarına karşı ilgisiz kalacak veya ilgisini azaltacaktır denilebilir. Personelin hazırlanan materyallerin ilgili yerlere ulaştırılmasıyla ilgili soruya verdiği cevapların ağırlıklı ortalaması 2.87'dir. Bu soruyla yayınların çiftçiye ulaşımı hakkındaki soru arasında bağ kurulduğunda; çiftçiye yönelik dağıtım ağının geliştirilmesi gerektiği söylenebilir.

**Halkla İlişkiler Araçlarına ve Etkinliklerinin Hangisine Daha Çok Önem Verilmesi Gerektiğine İlişkin Personel Görüşleri :**

Halkla İlişkiler etkinliklerinin hangisinden nerede-nasıl yararlanılacağı, nasıl kullanılacağı ve kullanılması ilişkin esasları hedef kitleye göre belirlemek esastır. Dolayısıyla çiftçilere yönelik halkla ilişkilerde, halkla ilişkiler etkinliklerinin hangisinden ne ölçüde yararlanılması gerektiği personele sorulmuş alınan cevaplar tablolaştırılmıştır.

TABLO 19

**DAHA ÇOK ÖNEM VERİLMESİ GEREKEN HALKLA İLİŞKİLER ETKİNLİKLERİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI**

<b>Etkinlik</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Reklam çalışmaları yapma	4.70
Araştırma ve inceleme çalışmaları yapma	4.38
Basılı yayın hazırlama	4.15
Sesli görüntülü yayını hazırlama	3.90
Gezi ve toplantıları organize etme	3.70
Sergiler düzenleme	3.68

Tabloda da gibi 4.70 ağırlıklı ortalama "çok fazla" ile personele göre, en çok önem verilmesi gereken husus reklam çalışmaları yapmaktır. Bunu 4.38 ağırlıklı ortalama "çok" ile cevabı ile araştırma ve inceleme çalışmaları yapma seçeneği izlemektedir. Bunları ağırlıklı ortalamaların sıralamasına göre sırayla basılı yayın hazırlama, sesli görüntülü yayın hazırlama, gezi ve toplantıları organize etme, sergiler düzenleme seçenekleri izlemektedir.

Tabloda ortaya çıkan durumu şu şekilde değerlendirmek mümkündür. Personel araştırma yapılmasını, bu araştırmaya dayalı olarak tanıtım çalışmalarına geçilmesini uygun görmektedir. Önemli olan da budur. Ertekin'in de belirttiği gibi "halkla ilişkilerde araştırmaya daha çok önem vermek mesleğin gelişimi için kaçınılmazdır. Halkla ilişkiler görevlisi, örgüte veya yöneticiye, kamuyu araştırmaya dayalı olarak yorumlayabilmelidir. Bilimsel yöntem kullanma burada önem taşımaktadır. Çünkü, güvenilir bilgi çevreyle daha sağlıklı ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi için gereklidir" (Ertekin, 1995, s.83).

**Tanıtma ve Tanıtma Araçlarına Bankaca Verilen Önem Hakkında  
Personel Görüşleri :**

Halkla ilişkilerde kullanılan araçlara Banka tarafından ne kadar önem verildiğini belirlemek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır :

TABLO 20

**TANITMA VE TANITMA ARAÇLARINA BANKACA VERİLEN ÖNEM**

Araç	Ağırlıklı Ortalama	Araç	Ağırlıklı Ortalama
Gazete	4.25	Kitap	3.06
Broşür	4.23	Seminer	3.03
Televizyon	4.05	Konferans	2.59
Afiş	3.76	Basın konferansı	2.56
Dergi	3.75	Yıldönümü	2.44
Açılış	3.61	Sergi	2.42
Radyo	3.58	Fuar	2.36

Tabloda da görüldüğü gibi Bankanın en çok önem verdiği ve kullandığı halkla ilişkiler araçlarının ilk ikisi yazılı araçlardır. Gazete ve broşür gibi televizyon da ağırlıklı ortalaması 4'ün üzerinde olan ve halkla ilişkilerde "çok" kullanılan araçlardandır. Afiş, dergi, açılış merasimi, radyo ağırlıklı ortalaması 3.50'nin üzerinde olan ve Bankaca kullanılan araçlardandır. Tanıtma ve tanıtımda yıldönümü, sergi ve fuar personel tarafından "az" kullanılan halkla ilişkiler araçları olarak belirtilmektedir.

Bu bilgiler ışığında genel olarak Bankanın halkla ilişkiler çalışmalarında kullandığı halkla ilişkiler araçlarının çiftçiler için de geçerli olduğu söylenebilir. Ancak kullanılan araçların kullanılış biçimi, yöntemi, içeriği ve sunumu gibi diğer özellikler aracın etkililiğini belirleyecektir.

**Kredi İle İlgili Evrakın Çiftçiler Tarafından Muhafaza Edilmesi ve  
Banka'ya Zamanında Getirilmesine İlişkin Banka İdarecilerinin Görüşleri :**

Çiftçiye yönelik olan hizmetlerin, çiftçiye götürülmesinde karşılaşılan sorunların asıl nedenlerinden birisi de eğitim noksanlığı ile açıklanmaktadır. Bu durum kimi zaman kazanılmış bir hakkın talep edilememesi şeklinde olduğu gibi, kimi zamanda sorumluluğun yerine getirilememesi şeklinde kendini göstermektedir.

Çiftçilerin Banka ile ilişkilerinin esasını teşkil eden kredi alma ve geri ödeme ile bu işlemleri gerçekleştirirken gerekli olan evrakın düzenli olarak tanzimi ve Banka'ya sunumu, yahut eksiklerin sayısı ve önemi bir anlamda çiftçiye yapılacak yardımın nedenini ve seviyesini belirleme açısından önemlidir. Bunun için evrakın çiftçi tarafından muhafazası ve Banka'ya tam olarak getirilip getirilmediği Banka idarecilerine de sorularak alınan cevaplar tablolştırılmıştır.

TABLO 21

**ÇİFTÇİLERİN EVRAKINI MUHAFAZA ETME VE BANKAYA TAM OLARAK  
GETİRMESİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLER\***

Evrak Tamamlama ve Muhafaza Etme	Ağırlıklı Ortalama
Çiftçiler kredi ile ilgili evrakını tam olarak ve zamanında getirir mi?	2.29
Çiftçiler kredi ile ilgili evrakını muhafaza eder mi?	3.78

\*Bu soru yalnızca Banka şubelerindeki idareci personele sorulmuştur.

Tabloda da görüldüğü gibi 2.29 ağırlıklı ortalama ile Banka müdürleri çiftçilerin evrakını Bankaya tam olarak ve zamanında hepsinin getirmediğini belirtmektedir. Evrak Banka'ya gelip eksiklikler görüldükten sonra çiftçiler eksik evrakını tamamlamaktadır. Evrakın muhafazasında ise ciddi aksaklıklar görülmektedir. Çiftçilerin cevabı da bu durumu doğrulamaktadır. Banka müdürleri, çiftçilerin evrakının "çok - çoğunu" (3.78) tam olarak muhafaza ettiğini belirtmektedir.

Yukarıdaki bilgiler birlikte düşünüldüğünde çiftçilerin evrak tamamlama ve muhafaza etme konusunda sorunları olduğu ortaya çıkmaktadır. Evrakın eksikliği hem Bankayı hem de çiftçiye ilgilendirdiğinden, çiftçilerin bu konuda daha dikkatli olması, Bankanın da iş ve işlemlerinde kırtasiyeciliği en aza indirerek bu konuda çiftçiye yardımcı olması gerektiği söylenebilir. Burada görüldüğü gibi Bankanın Halkla İlişkiler Müdürlüğü yaptığı araştırmaların neticesini ilgili birimlerle bir araya gelerek sorunun çözümüne yönelik öneriler üretmeli ve bu çözüm önerilerinin uygulamaya geçirilmesi için gereken çalışmalar koordineli yapılmalıdır. Sorunun çözümü için yapılacak çalışmalarda sadece Banka içi görüşmelerle yetinilmeyip, basın dosyasından faydalanılmalı ve çiftçiye hizmet veren diğer hizmet birimleri ile görüşülmelidir. Bu bilgiler ayrıca halkla ilişkiler boyutuna eklenecek, yetişkin eğitimi etkinliğine ışık tutması bakımından da önemlidir. Çünkü, yukarıdaki bilgiler aynı zamanda yapılması düşünülen yetişkin eğitimi etkinliğinin de içeriğini belirleyici özelliindedir.

**Personelin Bankanın Çiftçi Yayınlarını Değerlendirmesine İlişkin Görüşleri :**

Personele, Bankanın çiftçi yayınlarını nasıl değerlendirdiğine ilişkin görüşleri sorularak aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

TABLO 22

**PERSONELİN, BANKANIN ÇİFTÇİ YAYINLARINI DEĞERLENDİRMESİ**

Seçenek	Ağırlıklı Ortalama
Dili	2.68
Yayının içeriği	2.81
Resimlenmesi	3.55
Fotoğrafları	3.90
Baskı kalitesi	4.58

Tabloda da görüldüğü gibi personel, çiftçiye yönelik basılı yayınların baskı kalitesini "çok iyi" (4.58), yayınların resimlenmesini ve fotoğraflanmasını "iyi" olarak değerlendirmektedir

Personelin yayınların dilini ve içeriğini "orta" kalite olarak değerlendirmektedir. Tablodan da farkedilebileceği gibi Banka yayınlarında "orta" olarak değerlendiren iki husus, yayının dili ve içeriğidir. Bu durumu Bankanın teknik olarak baskıya yönelik konularda yeterli olduğu, fakat çiftçiye yönelik yayın hazırlamada personel unsuruna sıkı sıkıya bağlı konularda biraz daha çaba sarfetmesinin gerekli olduğu söylenebilir. Zaten çiftçiler de Banka yayınları konusunda, yayının dilinin ve içeriğinin yeterince başarılı olmadığını belirtmiştir. Personelin bu soruya verdiği cevaplarla çiftçinin benzer soruya verdiği cevaplar arasında benzerlik ve uyum söz konusudur.

Bankanın hazırlamış olduğu materyallerin her bakımdan nitelikli olması, çiftçinin ilgisini çekecek biçimde sunulması gerekir. Zira, bu yolla iletilen bilgiler ve yeniliklerin çiftçiler tarafından öğrenilmesi ve ihtiyacı hissedilen hizmetler olarak Bankadan talep edilmesi sözkonusu olacaktır. Yetişkin eğitiminden ise yapılacak eğitimin yöntemini ve uygulamasının nasıl olacağını belirlemede faydalanmak sözkonusudur.

**Çiftçiye Sunulan Hizmetlerin Gelişen Bankacılıkla Olan İlgili Derecelerine İlişkin Personel Görüşleri :**

"Banka sektörü şu anda elektronik bilgi-işlem makinalarının en yaygın olduğu ekonomik alan niteliğindedir. Ayrıca hemen hemen hiç bir alanda, bilgi-işlem üzerinde mukayese edilebilen



böyle uzun bir deneyim de mevcut değildir" (Eyrenci, 1986, s.110). Genel anlamda yukarıda açıklanan gelişmelerin çiftçilere yansıyan ve çiftçiler tarafından kullanılan bazı yönleri vardır.

Personele çiftçilere sunulan hizmetlerin hangilerinin ne ölçüde, bankacılıktaki gelişmelere bağlılığı sorulmuş, alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 23

ÇİFTÇİYE SUNULAN HİZMETLERİN, GELİŞEN BANKACILIKLA OLAN İLGİ DERECELERİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

Yenilik/Gelişme	Ağırlıklı Ortalama
Hayat Sigortası	3.93
Başakkart	3.93
Tarımsal Kredi Sigortası	3.48
İkraz bütçesi	3.40
Ürün bütçesi	3.40
<b>Ortalamaların Ortalaması</b>	<b>3.62</b>

Tabloda da görüldüğü gibi ağırlıklı ortalamaların ortalaması 3.62 "çok", yani yukarıda sayılan yenilik ve gelişmeler bankacılıktaki yeni teknolojiye sıkı sıkıya bağlılık göstermektedir.

Hayat Sigortası ile Başakkart'ın ağırlıklı ortalamaları 3.93 ile ilk iki sırada yer almakta, bunu 3.48 ile Tarımsal Kredi Sigortası ve 3.40 ile ürün bütçesi ve ikraz bütçesi izlemektedir. Sıralamada da farkedileceği gibi Hayat Sigortası ile ATM'lerde kullanılan Başakkart ve tarımsal kredi alan çiftçilerin otomatik olarak sigortalanması; bunların bilgisayar aracılığı ile hızlı, çabuk ve hatasız olarak yapılıyor olması personel tarafından bankacılıktaki gelişme ile çiftçiye verilen hizmet arasında en yakın ilişkili seçenekler olarak değerlendirilmiştir. Yukarıdaki cevapları bankacılıktaki gelişmelerin ve Ziraat Bankası'nın bu alandaki mevcut teknolojisinin çiftçilere sunulan hizmetlere de olumlu olarak yansıdığı şeklinde ifade etmek mümkündür. Bankacılıktaki yeniliklerden ve gelişmelerden çiftçilerin bu denli yüksek oranda (3.62) faydalanıyor olması aynı zamanda Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün de başarısı olarak değerlendirilebilir. Zira Banka yayınlarının incelenmesinde de görüldüğü gibi Banka, dolayısıyla Halkla İlişkiler Müdürlüğü çeşitli halkla ilişkiler araçları ile çiftçilere bankacılıktaki gelişme ve yenilikleri tanıtmış ve halende tanıtmaya yönelik faaliyetlerine devam etmektedir.

Yetişkin eğitiminin bir boyutunun da yenilikleri halka tanıtmak ve yeniliğin uygulamaya geçmesine katkıda bulunmak olduğu düşünülürse Bankanın çiftçilere yönelik olarak

gerçekleştireceği halkla ilişkiler etkinliklerinin önemli bir kısmının yetişkin eğitimi ile iç içe olduğu görülecektir.

### **Okumaz-Yazmazların Zorlandıkları Konular Hakkındaki Personel Görüşleri :**

Personelin okumaz-yazmazların zorlandıkları konular hakkındaki görüşlerine göre dağılımı şöyledir:

TABLO 24

#### OKUMAZ-YAZMAZLARIN ZORLANDIKLARI KONULAR

Seçenek	Ağırlıklı Ortalama
Form doldurma	4.18
Bireysel girişimcilik	3.70
İpotek işlemleri	3.38
Tarımsal Krediyi Bankadan alma	3.33
Tarımsal Krediyi talep etme	3.13
Tarımsal Krediyi kullanma	2.68
Tarımsal Krediyi geri ödeme	2.50
Radyodan faydalanma	1.75
Tv'den faydalanma	1.68

Personel değerlendirmesine göre; tabloda da görüldüğü gibi okumaz-yazmazlık çiftçiye en çok form doldurma aşamasında zorda bırakmaktadır. Personelin bu soruya verdiği cevapların ağırlıklı ortalaması 4.18'dir. Bunu "çok" cevabının verildiği 3.70 ile ağırlıklı ortalama bireysel girişimcilik şıkkı izlemektedir. Okumaz-yazmazlığa bağlı olarak ipotek işlemlerini yapmakta (3.38), Tarımsal Krediyi Bankadan almada (3.33) ve kullanmada (2.68) "oldukça" zorlandığını belirtmektedir.

Bu tabloya bakarak Bankanın, çiftçinin form ve forma dayalı işlemlerini asgariye indirmesinin faydalı olacağı, genel anlamda da çiftçinin bireysel girişimciliğine yardımcı olacak tedbirlerin çiftçiye hizmet götüren kurum ve kuruluşlarca alınmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Ayrıca okumaz-yazmaz çiftçinin radyo ve televizyondan yararlanmada daha az sorununun olduğu çiftçiye yönelik tanıtıcı yayınlarda radyo ve televizyonu kullanmanın en doğru karar olacağı söylenebilir. Görüldüğü gibi okumaz-yazmazlara yönelik olarak halkla ilişkiler

konusunda yapılacak çalışmalarda Halkla İlişkiler Müdürlüğü'ne düşen görev önce hedef kitleyi tanımak daha sonra faaliyetleri gerçekleştirmektir.

### **Personelin Okuma-Yazma Bilmeyenlere Daha İyi Hizmet Verilmesi İçin Önem Verilmesi Gereken Araçlar Hakkındaki Görüşleri :**

Daha önce de bahsedildiği gibi hedef kitlenin eğitim düzeyi, yapılacak olan halkla ilişkiler etkinliğinin de ölçüsünü ve halkla ilişkiler araçlarının ne/neler olacağını belirleyici olması bakımından önemlidir.

Okumaz-yazmazlara yönelik olarak hazırlanacak halkla ilişkiler materyallerinin bol resimli, sesli, sesli/görüntülü gibi özelliklere sahip olarak, okumaya dayalı bir çabayı fazlaca gerektirmemesi gerekir.

Bu durumun personel tarafından nasıl değerlendirildiği öğrenmek için sorulan "okumaz-yazmazlara daha iyi hizmet vermek için aşağıdaki araçlara Banka ne derece önem vermelidir ?" sorusuna alınan cevaplar tablolştırılmıştır.

TABLO 25

#### **OKUMAZ-YAZMAZLARA DAHA İYİ HİZMET VERMEK İÇİN ÖNEM VERİLMESİ GEREKEN ARAÇLAR HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİN DAĞILIMI**

<b>Yayın Aracı</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Televizyon	4.88
Radyo	4.75
Afiş	4.18
Broşür	3.43

Personel okumaz-yazmazlara yönelik yapılacak halkla ilişkiler etkinliklerinden okuma ve yazmaya dayalı olmayan sesli/görüntülü araçlara "çok fazla" önem verilmesi gerektiği görüşündedir. Radyo ve televizyona önem verilmeli seçeneklerinin ağırlıklı ortalamalarının ortalaması da "çok fazla" seçeneğine karşılık gelen 4.81'dir.

Tabloda ortaya çıkan broşür ve afiş kullanımının okumaz-yazmazlarda da etkili olabileceği cevabı, ilgi çekicidir. Bu cevapların ağırlıklı ortalaması 3.81'dir ki; bu da "çok" seçeneğine karşılık gelmektedir. Cevapların tümü birlikte düşünüldüğünde Bankanın çiftçiye

yönelik araçlarda, özellikle tanıtma araçlarında radyo ve televizyonu tercih etmesi gerektiği söylenebilir.

### **Halkla İlişkilerde Karşılaşılan Sorunlara İlişkin Personel Görüşleri :**

Banka personelinin önemli bir kısmı halka ilişkiler personeli olmamakla birlikte bankacı-müşteri ilişkisi çerçevesinde halkla ilişkiler uygulamasının içindedir. Personelin bu konuda karşılaştığı sorunları belirlemek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolştırılmıştır.

TABLO 26

#### **HALKLA İLİŞKİLER KONUSUNDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR**

<b>Sorun</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Çiftçinin eğitim düzeyi	4.03
Köylere ulaşım	3.87
Nitelikli halkla ilişkiler personeli sıkıntısı	3.61
Yazılı materyal dağıtımı	3.09
Kurumdışı koordinasyon	3.04
Kurum içi koordinasyon	2.63
Bankanın örgüt yapısı (ast-üst ilişkileri)	2.20
Tanıtma ve tanıtma araçlarının finansmanı	1.65

Tabloda da görüldüğü gibi personel çiftçilere yönelik olarak gerçekleştirilen halkla ilişkiler çalışmalarında en önemli sorun olarak "çiftçilerin eğitim düzeyi"ni belirtmektedir (4.03-çok). Bunu 3.87 (çok) ağırlıklı ortalama ile köylere ulaşım, 3.61 ile halkla ilişkiler konusundaki nitelikli personel sıkıntısı izlemektedir. Yazılı materyal dağıtım ağı 3.09 ile "oldukça" sorun olarak değerlendirilmektedir. Personelden elde edilen bilgilere göre kurum içi ve dışı koordinasyon konusunda da sorun olmakla birlikte, Banka en az sorunu tanıtma ve tanıtma çalışmalarının finansmanı konusunda yaşamaktadır.

Yukarıda belirtilen sorunlar halkla ilişkiler çalışmalarına ışık tutacak önemli bulgulardır. Bu bulgulara dayanarak; bundan sonraki halkla ilişkiler çalışmalarında çiftçinin eğitim düzeyini daha çok gözönünde bulundurmanın gerekli olduğu, köylere ulaşımın sıkıntısı düşünülerek iletişimde daha çok elektronik iletişim araçlarından faydalanmanın uygun olacağı, personel konusundaki değerlendirmelere bakarak Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde istihdam edilecek personelde bazı yeterliklerin aranması, diğer birimlerde istihdam edilecek personeli halkla ilişkiler

konusunda bilgilendirmenin uygun olacağı, yazılı materyal dağıtım ağının geliştirilmesinin gerekli olduğu ifade edilebilir.

**Bankanın Halkla İlişkiler Araç ve Etkinliklerinin Hangisine Daha Çok Önem Vermesi Gerektiğine İlişkin Personel Görüşleri :**

Örgütün amaçları doğrultusunda sağlıklı çalışabilmesi için, örgütte sağlıklı kararların verilmesi, uygulanması ve dönütün en iyi biçimde değerlendirilmesi ve yorumlanması ile mümkündür. Bunun için karar aşamasında katılımcıların doğru seçilmesi gerekir. Zira kimi zaman tek kişinin aldığı kararın yanlış olma ihtimali kadar, gereğinden fazla ve ilgisizlerin katıldığı bir karar alma sürecinin de başarılı olamayacağı söylenebilir. Bursalıoğlu'nun da belirttiği gibi<sup>4</sup> karar sürecinin tamam olabilmesi, örgütün yapı ve işleyiş özelliklerinin dengeli bir biçimde bir araya getirilmesi ile olanaklıdır<sup>4</sup> (Bursalıoğlu, 1987, s.125).

Bu amaçla personele genel anlamda Bankanın halkla ilişkiler araç ve etkinliklerinden hangisine ne kadar önem vermesi gerektiği sorulmuş, alınan cevaplar aşağıda tabloleştirilmiştir.

TABLO 27

**BANKANIN HALKLA İLİŞKİLER ARAÇ VE ETKİNLİKLERİNİN HANGİSİNE DAHA ÇOK ÖNEM VERMESİ GEREKTİĞİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI**

Etkinlik	Ağırlıklı Ortalama	Etkinlik	Ağırlıklı Ortalama
Açılış	3.23	Afiş	4.23
Basın konferansı	3.17	Broşür	4.68
Fuar	3.33	Kitap	3.78
Radio ile tanıtım	3.80	Gazete	4.48
Sergi	3.08	Konferans	3.90
TV ile tanıtım	4.70	Dergi	4.28
Yıldönümü	3.00	Seminer	3.15

Tabloda da görüldüğü gibi personel televizyonun (4.70) ve broşürün (4.68) "çok fazla"; başta yazılı materyaller olmak üzere diğer araçların halkla ilişkileri gerçekleştirme aracı olarak, genelde "çok" kullanmasının uygun ve gerekli gördüklerini belirtmişlerdir.

Personele göre halkla ilişkilerde "oldukça" kullanılması uygun olabilecek etkinlikler sergi (3.08), fuar (3.33), açılış (3.23), basın konferansı (3.17) ve yıldönümü (3.00) etkinlikleridir.

Tablonun tamamı düşünülerek değerlendirme yapıldığında, cevapların "oldukça" ve "çok fazla" seçeneklerinde yığılmasından, personelin halkla ilişkilerin öneminin bilincinde olduğu, cevapların önemli bir kısmının yazılı materyallerde yığılmasını ise kırsal kesimin ve eğitim düzeyi düşük olanların materyal hazırlanırken pek düşünülmediği şeklinde değerlendirmek mümkündür. Bu durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde olumsuz bir durumdur. Zira eğitim durumlarının sonucu olarak radyo ve televizyondan dahi çok az yararlanmakta iken; çiftçilere, bir kısmının hiç bilmediği bir yolla -yazılı materyallerle ulaşmaya çalışmak zaman ve kaynak israfından öteye geçmeyecektir.

### **Bankanın Halkla İlişkiler Etkinliklerini, İstenilen Düzeye Çıkartmak İçin Neler Yapabileceğine İlişkin Personel Görüşleri :**

Çiftçi ile özel bir müşteri-banka yakınlığı olan bir kurumun, çiftçilerle olan ilişkilerini en iyi biçimde yürütmesi, bu hususa diğer bankalardan daha çok dikkat etmesi gerekmektedir. Yapılacak çalışmaların neler olacağı, mevcut uygulamalardan nelerin değiştirilip, geliştirileceği ise durum değerlendirmesi yapılarak saptanabilir. Bu amaçla, personele mevcut halkla ilişkiler düzeyinin daha iyi seviyeye çıkartılması için nelerin yapılabileceğine ilişkin soru sorulup, alınan cevaplar aşağıda tablolştırılmıştır.

TABLO 28

#### **ÇİFTÇİLERLE OLAN İLİŞKİLERİ İSTENİLEN DÜZEYE ÇIKARTMAK İÇİN NELER YAPILABİLECEĞİNE İLİŞKİN PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI**

Görüş	f	%
Çiftçinin Eğitim Düzeyi Düşük Olduğundan Şu Anda Yapılandan Fazlası Yapılamaz	21	52,5
Değişik Materyal ve Teknikler Gerekir	17	42,5
Bu Sorunun Cevabı Üst Makamca Verilebilir	2	5
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Çiftçinin eğitim düzeyinin düşük olması sebebiyle şu anda gerçekleştirilen düzeyden daha fazlası yapılamaz cevabını verenlerin oranı %52,5'dir. Yukarıdaki soruya yetişkin eğitimi açısından bakıldığında, eğitim faktöründen yararlanarak olumlu anlamda pek çok şeyin yapılabileceğini ifade etmek mümkündür. Personelin verdiği cevapda sonucun % 52.5 gibi şu anda gerçekleştirilen düzeyden daha fazlası yapılamaz şeklinde çıkması, personelin soruyu değerlendirirken, eğitimle pek çok olumsuzluğu aşmanın mümkün olduğu gerçeğini gözönünde bulundurmadığı ifade edilebilir. Bu seçeneği %42,5 ile değişik materyal ve teknikler gerekir cevabını verenler takip etmektedir. Personelin %5'i de bu sorunun cevabının ancak üst



makamlarca verilebileceğini belirterek karar konusunda kendini karar vermekten ve düşüncesini belirtmekten çekimsiz tutmaktadır. Bu soruya alınan cevaplar özetlenecek olursa; personel, çiftçilerle olan ilişkilerin daha iyiye götürülmesinde çiftçinin eğitim düzeyinin düşüklüğünü ciddi bir tıkanıklık olarak değerlendirdiği söylenebilir. Bu sorunu çözecek yeni önerilerin getirilmesi ve uygulanması gerekir. Zira Bankanın çiftçilerle daha iyi ilişkiler kurmak için çiftçilerin eğitim düzeyinin yükselmesini, ülkede bir takım değişme ve gelişmelerin gerçekleşmesini beklemesi gerekmez. Dinamik ve verimli bir halkla ilişkiler biriminden beklenen her değişik durumda geçerli olabilecek yeni faaliyetlerin belirlenmesi ve uygulamaya konulmasıdır.

### **Çiftçiye Yönelik Halkla İlişkiler Biriminin Kurulması Hakkında Personel Görüşleri :**

Personele, Halkla İlişkiler Müdürlüğünün kuruluş, çalışma, v.b. esaslarını belirleyen hususlarda, çiftçi yararı düşünülerek, bazı değişikliklerin yapılıp yapılamayacağı sorulmuş, alınan cevaplar tablolaştırılmıştır.

TABLO 29

#### **ÇİFTÇİYE YÖNELİK HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİNİN KURULMASI HAKKINDA PERSONEL GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI**

<b>Görüş</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Kurulmalı	23	57,5
Kurulmamalı	13	32,5
Karar Vermek Bizi Aşar	2	5.0
Cevap Vermedi	2	5.0
<b>TOPLAM</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi personelin %57,5'i çiftçiye yönelik halkla ilişkiler biriminin, mevcut Halkla İlişkiler Müdürlüğü bünyesinde kurulmasının uygun olacağını belirtmektedir. Zira, çiftçi kesimi gibi eğitim düzeyi düşük ve bu çalışmanın çeşitli kısımlarında da anıldığı üzere çiftçinin bazı zor durumlarını aşmak için bu konu üzerinde çalışmasını yoğunlaştıracak birimin kurulması uygun mütalâa edilmektedir. Verilen cevaplar yetişkin eğitimi açısından da değerlendirildiğinde olumludur. Zira, hedef kitleyi daha yakından ve daha iyi analiz edebilmek ve neticesinde götürülecek hizmet kalitesini artırmak açısından uzmanlaşmayı da beraberinde getireceği için alt birim oluşturma çalışması yararlı olacaktır. Personelin %32,5'i ayrı birim kurulmamalı derken, sadece %5'i karar vermenin kendilerini aşacağını belirtmiştir. Bu soru Bankanın Halkla İlişkileri istenilen düzeye çıkartmak için neler yapılabileceği personele

solulduğunda da personelin %5'i karar vermenin kendilerini aşacağını belirtmişti. Bu bilgiler ACAR'ın Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırmasının bulgularıyla da uyumludur. Sözkonusu çalışmada "...kamunun halkla ilişkiler birimlerinin alt birimlere ayrılmasının yaygın olmadığı, halkla ilişkiler birimlerinin yalnızca % 19'unun alt birimlere sahip olduğu, tüm kamu kuruluşları içinde ancak 22 birimin birden fazla alt birimi olduğu belirtilerek; öneri olarak da özetle, Türk Kamu Yönetiminin çağdaş, demokratik gelişmelere ve kamu hizmetlerinde hız, etkinlik ve verimlilik sağlama amaçlarına cevap veren bir anlayış, örgütlenme ve işleyişe kavuşturulması gerekir denilmektedir" (Acar, 1994, s.73-79).

### S o n u ç

Bu alt bölümde Ziraat Bankası personeline; kimlik bilgileri, Banka-çiftçi ilişkilerindeki mevcut durum, Banka-çiftçi ilişkilerinin daha iyi olabilmesi için neler yapılması gerektiğine ilişkin sorulardan oluşan anketin uygulanması neticesinde elde edilen bulgulara tablo 1-29 arasında yer verilmiştir.

Tablolar incelendiğinde personelin eğitim düzeyi açısından halkla ilişkiler konusunda Banka adına olumlu çalışmalar yapabilecek düzeyde olduğu, ancak personelin halkla ilişkiler konusunda yeterli öğrenim görmediği, göreve başladıktan sonra da halkla ilişkiler konusunda yeterince hizmetiçi eğitimden geçmediği görülmektedir. Bu durumun iyileştirilmesi ve geliştirilmesi için öncelikle halkla ilişkiler personeli ve müşteri ile yüzyüze ilişki kuran önbüro hizmeti veren personel olmak üzere tüm personelin halkla ilişkiler konusunda hizmetiçi eğitimden geçirilmesinin uygun olacağı ifade edilebilir.

Banka personelinin genel olarak Bankadan ve Bankanın çalışma şartlarından memnun olduğu, Halkla İlişkiler Müdürlüğünün çalışmalarının ağırlıklı kısmını tanıtma çalışmalarının oluşturduğu, başka müdürlüklerle koordineli yapılan çalışmalara belirli oranlarda katkıda bulunduğu, basılı yayınların çiftçiye ulaşımı için Banka şubelerinden faydalandığı, basın dosyasının tutulduğu ancak basın dosyasından yeterince faydalanılmadığı, gelişen bankacılığın çiftçilere de olumlu olarak yansıdığı, bu durumun halkla ilişkileri de etkilediği ancak çiftçilerin eğitim düzeyi düşük olduğu için yeni bankacılık hizmetlerinden yeterince faydalanamadığı ifade edilmektedir.

Banka çiftçilere yönelik konularda halkla ilişkileri her ne kadar belirli bir seviyeye getirmiş ise de halen bu konuda bazı eksikliklerin ve sorunların bulunduğu; bunlardan birkaçının hedef kitlenin tanınması için yeterli araştırma yapılmaması, çiftçi isteklerinin çalışma politikaları

belirlenirken yeterince gözönünde bulundurulmuyor olması şeklinde sıralamak mümkündür. Gerek bu hususta, gerekse çiftçilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarında yetişkin eğitiminden yararlanmanın başarıyı olumlu yönde etkileyeceğini ifade etmek mümkündür.

Okumaz-yazmazlığın Banka-müşteri ilişkilerinde ciddi sıkıntıların kaynağını teşkil ettiği, okumaz-yazmaz çiftçilerin özellikle yazılı iletişim konusunda sorunlarının bulunduğu bunların başında form doldurma ve bireysel girişimciliğin geldiği, eğitim düzeyi düşük çiftçilere radyo ve televizyonla ulaşmanın en doğru karar olacağı, zamana ve duruma göre diğer kitle iletişim araçlarının da kullanılabilmesi, Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde çiftçiye yönelik halkla ilişkiler biriminin kurulmasının gerekli olduğu personel tarafından çözüm önerisi olarak belirtilmektedir.



### 3. ÇİFTÇİLERE İLİŞKİN BİLGİLER

Bu alt bölümde çiftçilere ilişkin kimlik bilgileri, Banka-çiftçi ilişkilerinin mevcut durumu ile Banka-çiftçi ilişkilerinin daha da iyi olabilmesine yönelik çiftçi görüş ve önerileri yer almaktadır.

#### 1. ÇİFTÇİLERE İLİŞKİN KİMLİK BİLGİLERİ

Bu alt bölümde çiftçilerin yaş, çiftçilikle uğraşılan yıl, eğitim, öğrenim durumu, yıllık kazancı, kitle haberleşme araçlarına açıklıkları ile çiftçilerin yaşadıkları yere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

##### Çiftçilerin Yaş Durumu :

Araştırmaya katılan çiftçilere yaşları sorulmuş, alınan cevaplar aşağıda tablolatırılmıştır.

TABLO 30

##### ÇİFTÇİLERİN YAŞ DURUMU

Yaş	f	%
20-29	5	5,21
30-39	22	22,92
40-49	23	23,96
50-59	31	32,29
60-69	13	13,54
70 ve daha fazla	2	2,08
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi 40 yaş üzeri çiftçilerin oranı tüm çiftçilerin %71,88'ini teşkil etmektedir. Bu durumu çiftçilikle uğraşanların genelde 40 yaşın üzerinde olduğu, son yıllarda çiftçiliğin pek rağbet görmediği şeklinde değerlendirmek mümkündür. Yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde ise, çiftçilerin yaşlarının ilerlemiş olmasının, ileri yaştaki insanların özellikle fiziki gerileme içinde buldukları ve öğrenmelerinde güçlükler getirdiği unutulmamalıdır.

### **Çiftçilikle Uğraşılan Yıl :**

Araştırmaya katılan çiftçilerin, kaç yıldır çiftçilikle uğraştıklarına ilişkin soruya vermiş oldukları cevap aşağıda tabloleştirilmiştir.

TABLO 31

#### **ÇİFTÇİLİKLE UĞRAŞILAN YILA GÖRE DAĞILIM**

Yıl	f	%
1-5	2	2,08
6-10	10	10,42
11-15	11	11,46
16-20	28	29,17
21 ve daha fazla	45	46,88
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi araştırmaya katılan çiftçilerin %46,88'i 21 ve daha fazla yıldır çiftçilikle uğraşmaktadır. Bunu %29,17 ile 16-20 yıldır çiftçilikle uğraşanlar takip etmekte, en az yüzde ise %2,08 ile 1-5 yıldır cevabını verenler de çıkmaktadır. Çiftçilikle uğraşılan yıllardaki dağılımın, yıl dilimi azaldıkça azalması bir başka ifadeyle yeni neslin çiftçiliği bir meslek olarak daha az seçmesi ileriki sorularda da değinileceği üzere, toprağın parçalanmış olması, çiftçiliğin gelirinin düşük olması nedeniyle ve de çiftçilik dışı mesleklerin daha cazip olmasına bağlı olarak açıklanabilir.

### **Çiftçilerin Öğrenim Durumu :**

Eğitim düzeyi kırsal toplumların sosyal ve ekonomik kalkınmalarında ve örgütlenmelerinde önemli bir öge olarak kabul edilmektedir. Yetişkin eğitiminde ve halkla ilişkilerde de eğitim düzeyi yapılacak çalışmanın yöntemini belirleme açısından oldukça önemlidir.

Kırsal kesimin toplum yapısının şehirlere kıyasla daha kapalı olması, kapalılık özellikleri (tutuculuk, yeniliğe yatkın olmama, eğitim ve kültür düzeyinin düşüklüğü) göstermesi; kırsal kesime götürülecek halkla ilişkiler hizmetlerinin bu yapıya uygun biçimde düşünülmesi ve gerçekleştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Araştırmaya katılan Haymana ve Polatlı İlçelerinin köylerindeki çiftçilerin örgün eğitim düzeyi aşağıdaki tablodaki gibidir.

TABLO 32

## ÇİFTÇİLERİN ÖĞRENİM DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

Öğrenim Durumu	f	%
Okur-yazar değil	16	16,66
Okur-yazar ama ilkokulu bitirmemiş	19	19,80
İlkokul mezunu	44	45,83
Ortaokul mezunu	15	15,63
Lise mezunu	2	2,08
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin % 16,66'sı okumaz-yazmazdır. İlkokulu bitirenler ile ilkokulu bitirmemiş ama okur-yazar olanlar deneklerin % 65,83'ünü oluşturmaktadır.

Eğitim düzeyinin düşüklüğü genelde, yaşantılarını olumsuz olarak etkilediği gibi; Banka ile olan ilişkilerinde de azı sorunların esasını teşkil etmektedir. Şöyleki; okur-yazarlık ve eğitim düzeyinin düşük olması Banka'yı çiftçiye yönelik halkla ilişkiler araçlarının seçiminde daha dar imkanlarla faaliyet gerçekleştirmeye zorlanmaktadır. Her ne kadar halkla ilişkilerde kullanılan araçlar sadece yazılı materyaller değilse de diğer halkla ilişkiler araçlarının, basılı araçların yerini tam anlamıyla dolduracağı da söylenemez. Buna ilaveten belli bir eğitim düzeyine erişmemiş bireyin sesli ve sessiz görüntülü araçlardaki anlatımdan da yeterli faydalayı sağlaması zordur. Yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde ise açıkça eğitim açısından yoksunluk içinde olan bir grup olarak tanımlanabilir.

**Çiftçilerin Yıllık Geliri :**

Ekilip-biçilen bu ürünlerden masraflar çıktıktan sonra çiftçinin yıllık kazancı 1993 itibariyle tablo 38'de gösterilmiştir.

TABLO 33

## ÇİFTÇİNİN YILLIK GELİRİ

Yıllık Gelir/Milyon	f	%
21-30	18	18.75
31-40	21	21.88
41-50	21	21.88
51-60	12	12.5
61-70	9	9.38
71-80	7	7.29
80 +	8	8.33
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin yıllık kazancı 31-50 milyon arasında yığılmaktadır. Kazancı bu dilime rastlayan çiftçilerin oranı % 43.76'dır. Yıllık kazancı 80 milyonun üzerine



çıkan çiftçilerin oranı ise %8.33'tür. Tablonun tamamı değerlendirildiğinde çiftçilerin önemli kısmının alt ve orta gelir düzeyinde olduğu söylenebilir.

### **Çiftçilerin Gazete Okuma Durumu :**

"Halkla ilişkiler faaliyetlerini kişilerin kitle iletişim araçları ile etkileşimlerini dikkate alarak yürütmek gerekir. Zira etkili ve verimli çalışma bunu gerektirir"(Durgun, 1982, s.141).

Halkla ilişkiler çalışmasının tanıtım aşamasının yazılı gerçekleştirilen kısmına esas teşkil için yazılı materyallere çiftçinin açık olup-olmadıklarının bilinmesi gerekir. Bu amaçla çiftçilere gazete okuyup-okumadıkları, okuduğunu belirtenlere de gazetede hangi tür yazıları ne sıklıkta okudukları sorularak alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

**TABLO 34**

### **ÇİFTÇİLERİN GAZETE OKUMA DURUMU**

<b>Okuma Durumu</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Okurum	33	34,37
Okumam	63	65,63
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %65,63'ü gazete okumamaktadır. Bu durumu, gazete dağıtım ağının köye kadar ulaşamaması ve ekonomik nedenlere bağlı olarak gazete alamamanın yanısıra, önemli ölçüde de çiftçilerin okur-yazarlığının işlevsel olmadığı savına bağlı olarak açıklamak mümkündür.

Gazete okuduğunu belirten çiftçilere, gazetede hangi tür yazıları ne kadar sıklıkta okudukları sorulduğunda aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

**TABLO 35**

### **GAZETEDEKİ YAZILARI OKUMA SIKLIĞI**

<b>Okunulan Yazı</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Günlük olaylar	3.27
Spor	3.21
Ana başlıklar	2.94
Magazin türü yazılar	2.12
Ekonomi	2.09
Köşe yazıları	1.67
Sanat haberleri	1.00

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçiler gazete okudukları zaman; ağırlıklı ortalamasına göre en çok günlük olayları (3.27) ve spor sayfasını okumaktadır. Bunları 2.94 ile ana başlıklar, 2.12 ile magazin türü yazılar izlemektedir.

Gazetenin en az okunan bölümü ise 1.67 ile köşe yazıları, 1.00 ile sanat haberleri gelmektedir. İki tabloya dayalı olarak çiftçilerimizin yeterince gazete okumadığı, gazete okuduğunu belirtenlerin de gazeteden yeterli faydayı sağladığının ciddi tartışma konusu olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu tabloya bakarak Bankanın çiftçiye yönelik tanıtım faaliyetlerinde gazete ile hedef kitleye ulaşımının sağlıklı ve ekonomik bir yol olmadığı söylenebilir.

Aslında ekonomik ve sosyal gelişme için az gelişmiş ülkelerin kültürel bir değişimle gelişkin bir kültür kazanmaları gereği ne denli açık bir gerçek ise, kültürün bir başına değişmeyeceği; her kültürün toplumdaki ekonomik ve sosyal yapı özelliklerinin bir haklılaştırılması olduğu; yokluk içindeki bireylerin, yaşadıkları geri toplum yapısından kurtulmadan, ileri bir kültür düzeyine çıkarılamayacakları; bunun zor, yararsız ve hatta insanın varolan koşullara uyumlanmasını sağlayan psikolojik dengesini sarsıcı bir etkisi olacağı da o denli açıktır (Oskay, 1971, s.61).

### **Çiftçilerin Radyo Dinleme ve Televizyon İzleme Süreleri :**

Radyo ucuz olduğu kadar hızlı ve yaygın bir kitle iletişim aracıdır. Eğitim ve kültür alanındaki etkileri ve siyasal kullanımı ile ilgiyi sürekli üzerinde tutmuştur. Radyo yayınlarıyla çok büyük kitlelere ulaşma olasılığı, radyoyu halkla ilişkilerde kullanılacak çok önemli bir araç haline getirmektedir. Bunlar halkla ilişkiler uzmanınca gözönünde bulundurularak radyo ile ilgili olarak yapılmış genel, özel konu ve programlara özgülenmiş geri bildirim saptamalı ve bundan yararlanılmalıdır (Ertekin, 1995, s.109-110).

Çiftçiler de köylerinde dünyaya açılan pencere olarak en fazla radyo ve televizyondan faydalanmakta günün belli bir süresinde radyo dinlemekte ve televizyon izlemektedir. Bazı değerlendirmeleri yapabilmek için çiftçilere bir günde ne kadar süre ile radyo dinledikleri ve televizyon izledikleri sorularak aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

TABLO 36

## ÇİFTÇİLERİN TELEVİZYON-RADYO İZLEME SÜRELERİ

Yayın Aracı	Hiç izlemem / dinlemem	Günde 1-3 saat	Günde 4-6 saat	Günde 7-9 saat	9 saat ve daha fazla
Televizyon izleme	--	82 %85.42	11 %11,46	3 %3,125	--
Radio dinleme	--	52 %54.17	22 %22,916	16 %16,66	6 %6,25

Buna göre çiftçilerin % 85.42'si günde 1-3 saat televizyon izlemekte, % 54.17'si, günde 1-3 saat arası radyo dinlemektedir. Günde 4-6 saat televizyon izleyen çiftçilerin oranı % 11,46 iken, aynı süre radyo dinleyenlerin oranı % 22,916'dır. Çiftçilerin % 6,25'i de günde 9 saat ve daha fazla radyo dinlediğini ifade etmektedir. Tabloda da görüldüğü gibi araştırma bölgesindeki çiftçiler radyo ve televizyon yayınlarına açıklık göstermekte günün belli dilimini bu yayınları izlemek için ayırmaktadır. Bu durum, Banka açısından halkla ilişkiler konusunda yapılacak faaliyetlerde gözönünde bulundurulması gereken bir husustur. Yetişkin eğitimi açısından ise, radyo ve televizyon izleme sürelerini ve saatlerini, program tercihlerini yetişkin eğitimi amaçlı yayınlarla çiftçiye ulaştırarak, çiftçi eğitimine yönelik çabaların gerçekleştirilmesi amacıyla yararlanılabilir.

**Çiftçilerin TRT ve Özel Kanalları Tercih Durumu :**

Ülkemizdeki radyo ve televizyon yayıncılığının devlet tekeline çıkmasıyla birlikte oluşan özel kanallar kamunun nabzını daha kolay yakalamak ve onun ihtiyacına derhal cevap vererek kamuya hizmet etmek gayretinde gözükmektedir. Özel kanalların hem yeni olması hem de TRT gibi çok özel dengeleri koruma sıkıntısından uzak bulunması sebebiyle yayının net olarak ulaştığı yerlerde daha çok izlenmektedir. Bu durum aşağıdaki tabloda da görülmektedir.

TABLO 37

## RESMİ VE ÖZEL KANALLARI TERCİH DURUMU

Kurum	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla	TOPLAM
TRT	--	82 %85.42	11 %11,46	3 %3,13	--	96 %100
Özel Kanallar	--	44 %45.83	36 %37,5	6 %6,25	10 %10,42	96 %100

Tabloda da görüldüğü gibi, çiftçilerin %85.42'si TRT'yi az izlerim, %45.83'ü özel kanalları az izlerim cevabını vermiştir. Soruya "oldukça" izlerim cevabını verenler TRT için %11.46, özel kanallar için %37.5'tir. Görüldüğü gibi özel kanallar daha çok tercih edilmektedir.

Bu durumu; çiftçiye ulaşmak için yayınlanacak reklam, belgesel, haber program vs. konularında özel kanalları tercih etmenin daha uygun olacağı şeklinde yorumlamak mümkündür.

### **Çiftçilerin Televizyon ve Radyo Programlarını İzleme Sıklığı :**

Televizyonla ilgili soruların sonucusu, çiftçilerin televizyonda hangi yayınları izlemekte olduklarını öğrenmeye yöneliktir. Bu amaçla sorulan televizyonda hangi yayınları ne kadar sıklıkta izlersiniz sorusuna verilen cevaplar aşağıda tablolştırılmıştır.

TABLO 38

#### **ÇİFTÇİLERİN RADYO PROGRAMLARINI DİNLEME SIKLIĞI**

Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama	Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama
Haberler	3.75	Banka yayınları	2.31
Eğlence prog.	3.73	Sanat kültür ve sohbet prog.	2.16
Spor	3.42	Eğitici programlar	2.14
Dini yayınlar	3.09	Yarışmalar	2.08
Reklam	2.03		

TABLO 39

#### **ÇİFTÇİLERİN TELEVİZYON PROGRAMLARINI İZLEME SIKLIĞI**

Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama	Yayın Adı	Ağırlıklı Ortalama
Haberler	3.87	Sanat, kültür ve sohbet prog.	1.82
Eğlence prog.	3.55	Yarışmalar	3.15
Dini Yayınlar	3.26	Banka yayınları	1.52
Sinema	2.88	Gençlik prog.	2.21
Dizi film	2.63	Kadın programları	1.55
Arkası yarın	2.31	Spor	3.63
Belgesel	2.03	Reklam	2.85

Tabloda da görüldüğü (oldukça ve çok cevaplarının toplamı olarak değerlendirildiğinde); haberler televizyonda 3.87, radyoda 3.75 ağırlıklı ortalama ile en çok izlenen yayın olma özelliğindedir. Yüzdenin bu şekilde yüksek çıkmasında çiftçi deneklerin tamamına yakınının erkek olması ve erkeklerin de haberleri daha çok izliyor olmasının etkisi olduğu söylenebilir. Aziz'in yaptığı araştırmada da görüldüğü gibi "erkeklerin haberleri izleme yüzdesi bayanların haber izleme oranlarının yaklaşık iki katıdır" (Aziz, 1975, s.99). Bu durumu, çiftçiye ulaşmak için yapılacak tanıtım çalışmalarının haber öncesinde, haber arasında yahut haberlerin sonrasında sunmanın doğru olacağı şeklinde ifade etmek mümkündür. Yine Aziz'in çalışmasında belirttiği gibi "kitle haberleşme araçları içerisinde televizyon %71,7 oranında eğitimde en etkin haberleşme aracı olarak ilk sırada yer almaktadır" (Aziz, 1975, s.218).

Radyoda dinlenen diğer yayınlardan bazılarını ise şu şekilde sıralanmak mümkündür : Eğlence programları (3.73), dini yayınlar (3.09), eğitici programlar (2.14). Çiftçilerin televizyonda izlediği yayınlardan bazıları ise şöyledir: Spor programları (3.63), eğlence programları (3.55), dini yayınlar (3.26), Banka yayınları (1.52) dir. Tablonun tamamı birlikte değerlendirildiğinde; çiftçilerin haberlerden sonra en çok izlediği yayınların başında eğlence, spor, dini yayınlar gelmektedir. Bu programların öncesi, sonrası ve arasında yayınlanacak tanıtım çalışmaları çiftçiye ulaşmak için en uygun zaman olacaktır.

Özet olarak çiftçilerin genelde yaşlı, eğitim düzeyi düşük ve okur-yazar oranı az olan çiftçilerin, yıllık kazançlarının da düşük olduğu, gazeteyi çok az okuduğu buna karşın radyo dinlemek ve televizyon izlemek için önemli bir zaman ayrıldığı, radyo, televizyon yayınlarında özel kanalları daha çok tercih ettiği elde edilen bulgular arasındadır.

## 2.ÇİFTÇİ, TOPRAK VE BANKA İLİŞKİSİ

Bu alt bölümde çiftçinin tarımsal varlığı ve bunu elde ediş şekli, Tarımsal Kredi alma sayısı, Banka ve bankacılık hakkındaki bazı konulara ilişkin bilgileri ve sorunları yer almaktadır.

### Çiftçilerin Toprak Mülkiyet Durumu :

Geliri tarıma dayalı olanların yaşamlarında toprağın ayrı bir yeri ve önemi vardır. "Toprağın olması yahut topraksız olunuşu köylü ailesinin hayat standartını, ekonomi ve sosyal durumunu belirleyici unsurlardandır. Ekilip-biçilen toprak miktarı köylünün sınıf yapısını, güç ve etkileme düzeyini ve kırsal toplumların sosyal düzenini etkilemektedir"(Doğancalı, 1983, s.112).

Araştırmaya katılan köylülere toprak büyüklükleri sorularak elde edilen bulgular aşağıda tabloleştirilmiştir.

TABLO 40

### ÇİFTÇİLERİN TOPRAK MÜLKİYETİ DURUMU

Dönüm	f	%
30 ve daha az	9	9,38
31-40	11	11,46
41-50	25	26,04
51-60	26	27,08
61-70	14	14,58
71 ve daha fazla	11	11,46
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin önemli bir kısmının (%46,88'i) toprağı 50 dönüm ve daha azdır. Bunu %27,08 ile toprağı 51-60 dönüm arası olanlar izlemektedir. Toprak büyüklüğünü 61-70 dönüm arası olduğunu belirtenler %14,58, 71 dönüm ve daha fazla toprağı olanlar da %11,46'dır. Az toprak, yeni teknoloji ile buluşturulamıyor ise -incelediğimiz köylerde öyledir- az ürün, az ürün de az kazanç demektir. Bu durumda pek çok sorunun kaynağını oluşturan nedenlerin başında gelmektedir.

### **Toprağın Kim Tarafından İşlendiği :**

Ülkemiz kırsal kesim işletmeciliğinde görülen bir olguda sahip olunan toprağın başkalarınca işletilmesi; bu amaçla toprağın kiraya, yarıya verilmesi, yahut marabacı düzenine bırakılmasıdır. Bu durum çiftçinin toprağının çok olması, toprak sahibi çiftçinin sağlığının çiftçilik yapamayacak durumda olması veya yarı feodal yapının kısmen de olsa devamı gibi sebeplerle açıklanabilir.

TABLO 41

#### TOPRAĞIN KİM TARAFINDAN İŞLENDİĞİ\*

Toprağı İşleyen	f	%
Kendim	80	83,33
Kiracı (İcar)	15	15,63
Ortak	16	16,67
Çocuklarım	28	29,17

\* Cevaplar birden çoktur.

Araştırmaya katılan çiftçilere toprağını kimin işlediği sorularak aşağıdaki cevaplar alınmıştır. Çiftçilerin % 83,33'ü toprağını kendisi işlemekte, % 15,63'ü kiraya vermekte, % 16,67'si toprağını ortakçıya vermekte, % 29,17'si de geniş aile yapısı içinde çocukları ve torunları ile birlikte işlemektedir.

### **Ekilip Biçilen Ürünler :**

Araştırmaya katılan çiftçilere topraklarına ne tür ürünleri ekip-biçtikleri sorularak alınan cevaplar aşağıda tablolandırılmıştır.



TABLO 42

## TOPRAĞIN EKİLİP-BİÇİLEN ÜRÜNE GÖRE DAĞILIMI \*

Ürün	f	%
Buğday	96	100,00
Arpa	79	82,29
Kavun-karpuz	66	68,75
Kimyon	51	53,13
Şekerpancarı	44	45,83
Nohut	33	34,38
Mısır	27	28,13

\* Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin tamamı buğday, %82,29'u arpa, %68,75'i kavun ve karpuz, %53,13'ü kimyon, %45,83'ü şekerpancarı ekip-biçmektedir. Bu cevaplar çiftçi gelirleriyle birlikte düşünüldüğünde; çiftçi gelirinin düşük olmasının önemli bir sebebinin toprağın küçüklüğünün yanı sıra geleneksel ürünlerin ekilip-biçiliyor olmasından kaynaklandığı anlaşılır. Yine bu soruyla bağlantılı olarak; sulu tarıma henüz geçilemediği düşünülürse ürünün suya bağımlılığı, doğa şartlarına sıkı sıkıya bağlılık göstermesi; ekilen ürünün geleneksel ürünler olmasına neden olmaktadır. Bu durumda Banka'dan beklenen tarıma hizmet veren diğer kuruluşlar ve çiftçilerle işbirliği içine girerek bu fasit dairenin aşılmasına katkıda bulunulmasıdır. Gerekli altyapı oluşturulduktan sonra uygulamalı anlatımla çiftçilere yeniliğin götürülmesi mümkündür. Böylesi bir durumda halkla ilişkilerin tanıtma boyutuna, yetişkin eğitimi yöntem ve teknikleri de eklenerek, tarıma hizmet veren diğer kuruluşlarla işbirliği içinde çiftçilere yenilikleri öğretmek mümkün olabilirdi. Bugüne kadar araştırma bölgesindeki çiftçilere yönelik Banka tarafından organize bir eğitim çalışmasına girilmeden yeniliğin öğrenilmesinin tesadüflere bırakılmış olması, yetişkin eğitimi açısından bakıldığında, bu konuda bir eksiklik olduğu ifade edilebilir.

### **Çiftçinin Tarımsal Krediyi Alma Hakkını Öğrendiği Kişiler :**

Çiftçilerin kimi zaman hakkını kimi zaman da bazı yükümlülüklerini bilemediği yapılan görüşmelerde belirlenmiştir. Yine görüşmelerde belirlenen bir husus da çiftçilerin genel olarak bilgi kaynağının yazılı olmayan bilgi kaynakları olduğu gözlenmiştir. Çiftçilerin Bankaca kendilerine verilen krediyi nereden ya da kimden öğrendiklerine ilişkin durumu belirlemek için sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tabloleştirilmiştir.

TABLO 43

## TARIMSAL KREDİYİ KULLANMA HAKKINI ÖĞRETEN KİŞİLER\*

Bilgi Kaynağı	f	%
Kredi almak hakkımdı, bunu biliyordum	47	48,96
Eş-dost tavsiyesiyle	49	51,04
Ziraat Bankası personeli yol gösterdi	34	35,42
Babadan kalan krediye devam ettim	26	27,08

\* Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %48,96'sı krediyi almanın hakkı olduğunu bildiğini belirtmektedir. Çiftçilerin çoğu bu durumu çocukluklarından beri çiftçilikle uğraştıkları için ve kredinin tarımsal yaşamda en çok konuşulan konulardan biri olması nedeniyle bildiğini belirtmiştir. Bunu %51,04 ile eş-dost tavsiyesi, %35,42 ile Banka personelinin yardımcı olması, %27,08'i ise miras kalan tarlanın kredisini kullanmaya devam ettiğini belirtmiştir.

Özetlenecek olursa; Banka personeli çiftçiyi bilgilendirmekte, ona yol göstermektedir. Çiftçinin bilgiyi öğrenme yollarının esasını da sözlü iletişim kanalları oluşturmaktadır.

### Çiftçilerin Tarımsal Kredi Alma Sayıları :

Çiftçilerle gerçekleştirilen anket çalışması neticesinde, ankete cevap veren çiftçilerin Tarımsal Kredi alma sayıları aşağıda gösterilmiştir.

TABLO 44

## ALINAN TARIMSAL KREDİ SAYISI

Alma Sayısı	f	%
7-9	18	18,75
10-12	29	30,21
13(+)	49	51,04
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %51,04'ü 13 ve daha fazla, %30,21'i 10-12 kez, %30,21'i de 7-9 arası kredi aldığını ifade etmektedir. Bu durumu çiftçilerin yarıdan fazlasının Banka ile uzun zamandır Banka-müşteri ilişkisi içindedir şeklinde yorumlamak mümkündür.

### **Tarımsal Krediyi Kullanma Nedeni :**

Çiftçiler pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de devlet politikasının gereği olarak farklı nedenlerden dolayı muhtelif kredilerle desteklenmekte, kimi zamanda teşvik edilmektedir. Araştırma kapsamına giren çiftçilere neden "Tarımsal Kredi" kullandıkları sorularak aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

TABLO 45

#### TARIMSAL KREDİYİ KULLANMA NEDENİNE GÖRE DAĞILIM\*

Neden	f	%
Param yetersiz	54	56.25
Herkes alıyor	38	39.58
Faizi düşük	16	16.67
Önceden beri alıyorum	22	22.92
Amaç dışı kullanabiliyorum	20	20.83

\* Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %56,25'i ekonomik zorluklar dolayısıyla Tarımsal Kredi aldığını, %39,58'i etrafındaki diğer çiftçiler aldığı için, %16,67'si faizin düşüklüğü nedeniyle, %22,92'si önceden beri aldığından, bir nevi alışkanlık olduğunu belirterek, %20,83'ü alınan krediyi amaç dışı kullanabildiği için aldığını belirtmiştir. Oysa etkili bir halkla ilişkiler çalışması ile çiftçi bilinçlendirilmeli, kredinin amacı doğrultusunda kullanıldığında en çok faydayı sağlayacağı anlatılmalıdır. Burada da görüldüğü gibi bankacılığın para boyutunu çözüme kavuşturmak tek başına yeterli değildir. Paranın nasıl ve ne şekilde verimli kullanılacağını çiftçiye anlatılması, yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; çiftçilerin aldıkları kredinin, onlara en faydalı olacağı alanlar dışında da kullanacak davranışlar içinde bulunmaları, Bankanın kredinin en yararlı kullanımının çiftçilere anlatımı ve uygulamaya geçirilmesi konusunda tam anlamıyla başarılı olamadığı şeklinde ifade etmek mümkündür.

### **Bankanın Tarımsal Üretim Harcamalarının Ne Kadarına Kredi Verdiği :**

Çiftçilere, Bankanın tarımsal harcamaların ne kadarına kredi verdiği sorulup alınan cevaplar tablo 45'de gösterilmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi alınan cevaplardan sadece %25'i yani Bankanın özkaynak kredisi aradığı seçeneği doğrudur. Diğer cevaplar her ne kadar çok azına, yarıdan azına tekabül etse de göreceli kavramlardır.

TABLO 46

**BANKANIN TARIMSAL ÜRETİM HARCAMALARININ NE KADARINA KREDİ  
VERDİĞİNE İLİŞKİN ÇİFTÇİ BİLGİLERİNİN DAĞILIMI**

Oran	f	%
Yarıdan azına	11	11.46
Çok azına	41	42.71
Özkaynak katkısı arar	24	25.0
Bilmiyor	20	20.83
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Yukarıdaki durumu çiftçinin kredi konusunda yeterince bilgisinin olmadığı şeklinde değerlendirmek mümkündür. Oysa çiftçi en çok Ziraat Bankası ile Banka-müşteri ilişkisi içine girmektedir. Bunun doğal sonucu olarak da çiftçinin kendini de ilgilendiren Banka'yla ilgili hususları, şartları bilmesi gerekir. Fakat tabloda görüldüğü gibi çiftçi bu bilgiye sahip değildir. Bu durumu aynı zamanda Banka'nın kredi konusunda yeterli tanıtma çalışmaları yapmadığı, çiftçileri bilgilendirmekte pek başarılı olamadığı şeklinde de değerlendirmek mümkündür. Yapılan tanıtma çalışmalarıyla istenen amaca ulaşamamış olunması, yetişkin eğitiminin yöntem ve tekniklerinin yeterince gözönünde bulundurulmayışından da kaynaklandığı belirtilebilir. Zira, amaç halka faydalı olan bilgileri en iyi şekilde anlatmak ve başarıya ulaşmak ise herhangi bir disiplinin sınırları son çizgi olarak görülmeyip, amaca uygun diğer alanlardan, disiplinlerden de yararlanılmalıdır. Bu açıdan bakıldığında Bankanın bu konuda başarılı olduğunu söylemek zordur.

**Genel Müdürlük Yetkisiyle Verilen Kredileri Bilen ve Kullananlar :**

Çiftçilerin kendilerine Bankaca tanınan hakları bilip-bilmedikleri ve tanınan hakları bilenlerin bundan ne ölçüde faydalandıklarını belirlemek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 47

**GENEL MÜDÜRLÜK YETKİSİYLE VERİLEN KREDİLERİ BİLEN VE KULLANAN  
ÇİFTÇİLERİN DAĞILIMI**

	Kullandım	Kullanmadım	TOPLAM
Biliyorum	6 %6.25	21 %21.88	27 %28.13
Bilmiyorum		69 %71.88	69 %71.88
<b>TOPLAM</b>	<b>6</b>	<b>90</b>	<b>%100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerden sadece %6.25'i "Genel Müdürlük Yetkisiyle Verilen Krediyi" bildiğini ve kullandığını belirtmiştir. Bildiğini fakat kullanmadığını belirtenlerin oranı %21.88'dir. Bilmiyorum cevabını verenlerin oranı ise %71.88'dir. Bu durumu çiftçilerin kendilerine tanınan hakdan yeterince bilgi sahibi olmadıkları şeklinde değerlendirmek mümkündür. Ayrıca tablodaki durumun Bankadaki Genel Müdürlük yetkilisiyle verilen krediyi çiftçilere tanıtmada istenilen başarıya ulaşmadığı şeklinde de değerlendirmek mümkündür. Özellikle büyük girişimler için kullanılan bu kredi türünün çiftçilere tanıtılması aynı zamanda çiftçiye haklarından birisini öğretme, çiftçiyi bilinçlendirme çabası olarak da düşünülebilir

**Genel Müdürlük Yetkisiyle Kredi Kullanabilmek İçin Talep Edilmesi Gereken En Az Miktarı Bilen Çiftçiler :**

Çiftçilerin haklarını bilme durumlarını belirlemek için sorulan sorulardan birisi de "Genel Müdürlük Yetkisiyle Kredi kullanmak için en az ne kadarlık kredi talep etmek gerekir" sorusudur. Anketin gerçekleştirildiği günlerde 250 milyon ve üzeri olan bu rakamı bilen çiftçi sayısı, daha önceki soruya; Genel Müdürlük Yetkisiyle Kredi kullanıldığını biliyorum cevabını veren 27 çiftçiye sorulmuş, 27 çiftçiden de 8'i doğru cevap olan 250 milyon ve üzeri cevabını belirtmiştir. Alınan cevaplar tablo 48'de gösterilmiştir.

TABLO 48

**GENEL MÜDÜRLÜK YETKİSİYLE KREDİ ALABİLMEK İÇİN TALEP EDİLMESİ GEREKEN EN AZ MİKTAR**

Miktar/Milyon TL	f	%
50	11	40
200	8	30
250 (+)	8	30
<b>TOPLAM</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

Tabloda doğru cevabı veren 8 çiftçi sadece bu soruya cevap verenler arasında %27.58'i, tüm çiftçiler arasında %8,33'lük oldukça düşük bir orana karşılık gelmektedir.

Bu sorunun cevabında da görüleceği üzere çiftçi kendine tanınan sorumluluklarından bazılarını bilmediği gibi, haklarının, olanaklarının da bir kısmının farkında değildir. Oysa bu durumun etkili bir halkla ilişkiler çalışması ile aşılması mümkündür. Özellikle bu tür kredide miktarın yüksekliği geri ödeme için önemli bir çekince oluşturmaktadır. Tarımsal kredileri amacı dışında kullanarak, geri ödemede zorluğa düşen çiftçinin Genel Müdürlük Yetkisindeki Kredi'de

de benzer tutumunu sergilemesi halinde, çok daha zor duruma düşeceği hesaba katılarak tanıtma, çalışmaların da bilinçlendirmeye de ağırlık verilmesi ihmal edilmemelidir.

### **Çiftçilerin Ziraat Bankası'na Kredi Çekme ve Geri Ödeme Dışında Gitme Sıklığı :**

Çiftçilerin önemli bir kısmı Tarımsal Kredi alma ve geri ödeme nedeniyle Ziraat Bankası ile Banka-müşteri ilişkisi içerisinde. Bu durumun Banka açısından daha da önemli yanı çiftçiye diğer bankacılık hizmetlerini de sunarak çiftçilere olan hizmet sunumunu genişletmek, kâra yönelik diğer hizmetleri de vermektir. Bunun önşartı da çiftçinin Banka'ya kredi alıp-ödeme dışında gelmesidir. Bu durumu belirlemek için çiftçilere sorulan soruların cevabı aşağıda tablolatırılmıştır.

TABLO 49

#### ZİRAAT BANKASI'NA KREDİ HARİCİ GİTME SIKLIĞI

Gitme Sıklığı	f	%
Çok Fazla	6	6.25
Çok	17	17.71
Oldukça	21	21.88
Az	20	20.83
Hiç	32	33.33
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %6,25'i Banka'ya sık sık, %17.71'i bazen, %21,88' az, %20.83'ü çok az, %33,3'ü de hiç gitmediğini ifade etmektedir. Çiftçilerden Banka'ya hiç gitmiyorum cevabını veren %33,3'lük kısmına yöneltilen "neden" sorusuna verilen cevaplar ise aşağıda belirtilmiştir.

TABLO 50

#### KREDİ HARİÇ ZİRAAT BANKASI'NA GİTMEYEN ÇİFTÇİLERİN GİTMEME NEDENLERİ\*

Neden	f	%
Diğer bankacılık hizmetlerini başka bankadan alıyorum	23	71.87
İşim olmuyor	9	28.12
İşlemler karmaşık	6	18.75
Çok bekletiliyoruz	4	12.5
Banka ilgisiz davranıyor	17	53.12

\* Cevaplar birden çoktur.



Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerden %71,87'si diğer bankacılık hizmetlerini başka bankadan aldığını, %53,12'si Bankanın kendilerine ilgisiz davrandığını, %18,75'i Banka'da işlemlerin karmaşık olduğunu, %28,12'si Banka'da işinin olmadığını, %12,5'i Banka'da çok bekletilmekten şikayetçi oldukları için Ziraat Bankası'na kredi alma ve geri ödeme dışında gitmediklerini ifade etmişlerdir.

Bankaya hiç gitmiyorum cevabını verenlerin gitmeme gerekçesi olarak "işim olmuyor" diyenlerin %28,12'lik dilimi hariç, diğer cevap verenlerin sorunları ayrıntılı olarak belirlenmeli ve çözüm önerileri getirilmelidir. Zira Banka'ya muhtelif zamanlarda gelip-giden bir müşteriye Bankanın diğer hizmetlerini anlatmak onlarla diyalog kurmak hiç Banka'ya uğramayan birisiyle iletişim kurmaktan daha kolay ve başarılı olacaktır.

### **Banka Yayınlarının Çiftçi Tarafından İlk Görüldüğü Yer :**

Banka tarafından dikkat çekmek, güven kazanmak, bilgi vermek amacıyla hazırlanmış olan yazılı materyallerin çiftçilere nasıl ulaştırıldığı, çiftçilerce nasıl değerlendirildiğine ilişkin sorulan soruya, çiftçiler tarafından verilen cevaplar aşağıda tablolastırılmıştır.

TABLO 51

#### **BASILY YAYINLARININ, İLK GÖRÜLDÜĞÜ YER\***

Yayının Görüldüğü Yer	f	%
Bankada görürüm	52	54,17
İlgilenmiyorum	41	42,71
Köye gelen banka personeli getirir	28	29,17
Görmedim	3	3,13

\* Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %54,17'si yayını Banka şubesinde gördüğünü, %42,71'i ilgilenmediğini, %29,17'si de köye gelen Banka personelinin getirdiğini belirtmektedir. Burada da görüldüğü gibi basılı yayın aracılığı ile çiftçiye ulaşmak oldukça zor ve verimsizdir. Tabii ki bununla "çiftçiye yönelik basılı yayınlar yapılmasın" denilmek istenmemektedir. Ama iki hususa dikkat çekmek gerekir. İlki; okur-yazarlık oranının düşüklüğü basılı yayından faydalanmayı azaltmaktadır, buna bağlı olarak basılı yayına ilgi az olmaktadır. İkinci husus ise Bankanın basılı yayın dağıtım ağını geliştirmesi gerekliliğidir. Zira pek çok zahmetle hazırlanan

yayınlar çiftçiye istenilen ölçüde ulaşmamakta, basılı araçlar aracılığı ile halkla ilişkilerden istenilen fayda sağlanamamaktadır. Eğer basılı araçlarla daha etkin halkla ilişkiler etkinliği gerçekleştirilmek isteniyorsa yazılı materyaller ve bunların çiftçiye ulaşımı hususu Bankaca tekrar gözden geçirilmelidir. Bu durumda başarıyı artırmak için çiftçiye, yoksunluk içinde bulunanlara hizmet veren kuruluşlarla işbirliği yapılmalı onların bilgi ve tecrübelerinden yararlanılmalıdır. En doğru tercihlerden birisi de yetişkin eğitimi veren kuruluşlarla işbirliği yapmak olacaktır. Zira Lowe'un da belirttiği gibi, "eğitsel faktörlerle diğer faktörlerin birbirlerine bağlı oluşu, ihtiyacın belirlenmesi ve karşılanması sürecinde eğitim kurumları ile öteki sosyal hizmet kurumları arasında işbirliği gerektirir" (Lowe, 1985, s.53). Bankanın çalışmaları bu anlamda değerlendirildiğinde, yetersiz olduğu söylenebilir.

Yayının Banka dışında çiftçiye ulaşımının yeterli olmadığı söylenebilir. Benzer sorunun Banka personeline sorulmuş olanının -basılı materyallerin çiftçiye nasıl ulaştırıldığına ilişkin soru-cevabı ile çiftçiye sorulan sorunun cevabı karşılaştırıldığında da görülecektir ki; -Banka personelinin %75'i dağıtımın sadece Banka şubesine gönderilerek yapıldığını belirtmektedir-dağıtım konusunun yeniden ele alınıp geliştirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Zira hazırlanmış olan materyallerin hedefine ulaşamaması, yahut yeterince ulaştırılmıyor olması yapılan çalışmaların boşa gitmesi anlamına gelir. Bunu önlemek için hazırlanan materyalleri köye kadar ulaştıracak bir ağ kurulmalı, bu yönde çabalar artırılmalıdır. Çünkü "dağınık bir yapıda olan ve ihtiyaçları için yeterince girişimden mahrum olan çiftçilere hizmetin götürülmesi zorunluluğu vardır" (Nalbant, 1982, s.62).

### **Köyde En Çok Sözü Geçen :**

Tüm toplumlarda; toplum için değer taşıyan bazı özelliklere (toprak, eğitim, dinsel güç gibi) sahip bireylerin diğerlerine oranla daha çok söz sahibi oldukları görülür. Bu özelliklere sahip olan, olmayan veya az sahip olanlar birbirlerini toplum içinde bir sıralamaya tabii tutarlar. Bu sıralamaların toplumun sosyal sistemi içinde belirgin bir duruma gelmesiyle toplumda sosyal sınıflar oluşur (Doğancı, 1983, s.74).

Araştırmaya katılan çiftçilere, bankacılıkla ilgili konularda köyde kimin sözüne daha çok inandığı sorularak elde edilen bilgiler aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 52

## BANKACILIK HAKKINDA KÖYDE SÖZÜNE İNANILAN KİŞİLERİN DAĞILIMI\*

İnanılan Kişi	f	%
Muhtar	52	54.17
Kredi kullananlar	41	42.71
Öğretmen	39	40.63
İmam	34	35.42

\* Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %54.17'si muhtarın bankacılık ve kredi ile ilgili konularda sözüne inandığını belirtmiştir. Bu durum kırsal kesimle ilgili olarak yapılan diğer araştırmaların hemen hepsindeki bulgularla aynı doğrultudadır. Zaten Banka da köye yönelik yenilikleri ve rutin çalışmaların çoğunu zamanı geldiğinde muhtar aracılığı ile duyurmakta; köye giderek hizmet verilmesi durumunda da muhtarla görüşülmektedir. Bunu %42.71 ile bizzat kredi kullananlar takip etmektedir. Bu durumu köylünün uygulamaya, tecrübeye önem verdiği şeklinde yorumlamak mümkündür. Muhtarın ve Banka'dan kredi kullananların köyde bu denli etkili olması, halkla ilişkiler açısından da değerlendirilmesi gereken bir husustur. Banka özellikle muhtar aracılığı ile daha etkili halkla ilişkiler etkinliğini gerçekleştirme yollarını aramalıdır. Burada muhtarın hem idareci kimliğinden hem de çiftçinin sözel iletişime açıklığı gözönünde bulundurulurken yeni yöntemler geliştirilmelidir.

Özellikle kırsal kesimde yeniliklerin öğrenilmesinde, yaygınlaştırılmasında ve örgütlenmesinde ön plana çıkan yerel önderler yetişkin eğitimi açısından da önemlidir. Banka araştırma kapsamındaki yerel önderlerle iyi ilişkiler içindedir. Yeniliklerin çiftiye aktarılmasında, sorunların çözümünde yerel önderlerden yararlanılmaktadır. Yerel önderlerle ilgili çalışmalar yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde "Banka-Yerel Önder" ilişkileri iyi olarak nitelenebilir.

**Banka Hizmetleri Hakkında, Bankaya Yazılı Müracaat Edenler :**

Çiftçilerin yazılı iletişim konusunda Banka ile ilişkilerini değerlendirebilmek amacıyla, sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

**TABLO 53**  
**BANKAYA YAZILI MÜRACAAT EDENLER**

Hizmet Türü	Evet	Hayır
Sigortacılık hizmetleri	7 %7.29	89 %91.67
Borç ertelenmesi	40 %41.67	92 %95.83
Ziraat Bankası Tüketici Kredisi	4 %4.17	92 %95.83
Başakkart	4 %4.17	92 %95.83
Ziraat Altın	13 %13.54	83 %86.46
Makinadan para çekme	1 %1.04	95 %98.96

Tabloda da görüldüğü gibi borç ertelemesinde %41,67'si Banka ile yazılı iletişime girdiğini, %7,29'u sigortacılık hizmetleri, %4,17'si Tüketici Kredisi, %4,17'si Başakkart, %1,04'ü ATM (makineden para çekme) konusunda Banka'ya yazılı olarak müracaat ettiğini belirtmiştir. Aslında yukarıdaki rakamlardan "evet" cevabı veren çiftçiler zaten ilgili hizmeti almak için yazılı müracaat etmemesi sözkonusu değildir. Asıl çarpıcı olan husus "hayır" cevabını verenlerin yüzde olarak ortalamalarının yüksek olmasıdır. Bu tabloya bakarak çiftçilerin Banka ile ilişkilerinde yeterli yazılı iletişime girmediği söylenebilir. Çiftçilerle yazılı iletişimi artırmak için Banka halkla ilişkiler araçlarından faydalanarak çeşitli çalışmalar yapabilir. Bunun için Halkla İlişkiler Müdürlüğü bilgilendirme çabaları ile çiftçiye yönelik faaliyetler gerçekleştirebileceği gibi, aynı zamanda Banka içerisinde kırtasiyeciliğin azaltılmasına yönelik girişimlerde de bulunabilir.

Bankanın herhangi bir konuda yeniliği getirmesi, hizmeti üretmesi tek başına yeterli değildir. Uygulamanın hayata geçirilmesinin kullanıcılar tarafından bilinmesi ve kabul edilmesi ile mümkün olabilir. Yetişkin eğitimi açısından bakıldığında ise hizmetin bir eksikliği

giderici tümleyici olması gerekir. Bankanın sayılan hizmetlerine yeterli ilginin gösterilmeyişi, yetişkin eğitimi ile birlikte değerlendirildiğinde; hizmetlerin çiftçinin ihtiyacına yönelik olmadığı ya da çiftçiye yeterince anlatılamamış olduğu şeklinde yorumlanabilir.

### **Tarımsal Kredi Kullanmakla Kazandıkları Hakları Bilme Durumları**

:

Banka son yıllarda geliştirdiği bir takım yeni uygulamalarda Tarımsal Kredi Kullanan çiftçiye bir dizi hakları ücretsiz sağlamıştır. Çiftçilere bu konu ile ilgili olarak sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 54

#### **TARIMSAL KREDİ KULLANMAKLA KAZANILAN HAKLARI BİLME DURUMU**

<b>Kazanılan Haklar</b>	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>TOPLAM</b>
Tarımsal ürünlerinizin sigortalandığını biliyor musunuz?	52 %54.17	44 %45.83	96 %100
Kredi kullananların Zorunlu Hayat Sigortasıyla sigortalandığını biliyor musunuz?	27 %28.13	69 %71.88	96 %100

Tabloda da görüldüğü gibi, çiftçilerden %54,17'si tarım ürünlerinin sigortalandığını, %28,13'ü çiftçinin kendisinin zorunlu hayat sigortası ile sigortalandığını bilmektedir. Burada dikkat çeken husus, çiftçinin mahsulü ile ilgili hususa daha çok dikkat göstermesidir.

Bilindiği üzere yetişkin eğitiminin ana görevlerinden biri de değişmeye, yeniliğe uyum sağlamadır. Tabloya bakarak Bankanın uygulamaya koyduğu yenilikleri çiftçilere yeterince anlatamamış, çiftçileri bu konuda yeterince bilgilendirememiş olduğu ifade edilebilir. Banka çalışmaları yetişkin eğitimi -değişmeye uyum sağlama anlamında - açısından değerlendirildiğinde yetersiz olarak ifade edilebilir.

### **Çiftçilerin, Banka Reklamını Gördükleri Yayın Organları ve Bu Yayın Organlarındaki Banka Reklamları Hakkındaki Görüşleri :**

Bankanın halkla ilişkilerinin bir bölümünü oluşturan tanıtma çabalarının çiftçiler tarafından hangi yayın organlarında görüldüğü ve ilgilenildiği sorularak alınan cevaplar tablolaştırılmıştır.

TABLO 55

**BANKA REKLAMINININ GÖRÜLDÜĞÜ YAYIN ORGANLARINDAKİ BANKA REKLAMLARINA KARŞI İLGİ DERECELERİNİN DAĞILIMI**

Yayın Organı	Ağırlıklı Ortalama
Televizyon	3.16
Radyo	2.69
Gazete	2.04
Afiş	2.04
Broşür	1.80
Dergi	1.11

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin Banka reklamı ile olan ilgisi "az" ve "oldukça" düzeyinde kalmaktadır.

Reklamın yayınlandığı basın araçlarından, televizyon 3.16 (oldukça) ağırlıklı ortalama ile en çok ilgi toplayan yayın aracı olarak değerlendirilmektedir. Araştırmaya katılan çiftçilerin 2.69 (oldukça) ağırlıklı ortalama ile radyo, 2.04 ağırlıklı ortalama ile gazetede Banka reklamı ile ilgilendiğini ifade etmiştir. Tablodanda farkedebileceği gibi az ve oldukça seçeneği üzerinde yığılma olması, çiftçilerin Bankayı kulaktan dolma haberlerle yahut köy önderlerinin Bankayı tanıttıkları haliyle tanımaktadırlar şeklindeki yorumumuzu güçlendirmektedir. Bu tabloya bakarak çiftçilere ulaşılacak en uygun tanıtım aracının televizyon ve radyo olduğu, yazılı materyallerin bu aşamada yeterince faydalı olamayacağı ifade edilebilir. O halde Banka'nın çiftçilere yönelik çalışmalarında televizyonu ve radyoyu tercih etmesi en ekonomik ve doğru karar olacaktır. Zira sesli ve görüntülü araçlardan faydalanma çiftçi açısından daha kolay olduğu gibi, daha öncede değinildiği üzere çiftçinin basılı yayınlara ulaşma ve bunlardan yararlanmada önemli sorunları bulunmaktadır.

Yetişkinin öğrenme aşamaları farkında olma ve ilgilenme ile başlar. Tabloya bakarak Bankanın tanıtım çalışmalarıyla çiftçinin pek de ilgilendiği söylenemez. Neticede, buna bağlı olarak; Bankaya karşı yeterli ilgiyi sağlanamamaktadır. Bankanın, yayınları aracılığı ile çiftçinin ilgisini çekmeye yönelik çalışmaları yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde yeterli olduğu söylenemez. Çünkü farkında olma, ilgilenme, hesaplama, deneme ve uygulama aşamalarından geçerek gerçekleşen yetişkinin öğrenme aşamalarının ilk ikisi baştan yetersiz kalmaktadır.



**Çiftçilerin, Ziraat Bankası ile İlgili Yeniliği Öğrendiği Yayın Araçlarına İlişkin Görüşleri :**

Tablo 56'da da görüldüğü gibi çiftçiler Bankanın reklamlarına pek ilgi göstermemektedir. Bu durum çiftçinin kendisinden kaynaklanabileceği gibi, reklam ve/veya tanıtım çalışmalarının hazırlanmasında da bazı aksamalar ve yanlışlıklar yapıyor olabilir. Bu durumu açıklığa kavuşturmak için çiftçilere, Bankanın reklamını gördükleri yayın araçları hakkındaki görüşleri sorularak alınan cevaplar aşağıda tablolştırılmıştır.

TABLO 56  
ÇİFTÇİLERİN, ZİRAAT BANKASI İLE İLGİLİ YENİLİĞİ ÖĞRENDİĞİ YAYIN  
ARAÇLARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNE GÖRE DAĞILIMI

Anlama/Araç	TV	Radyo	Gazete	Dergi	Broşür	Afiş
Hiç ilgilenmem	13 %13.54	20 %20.83	66 %68.75	84 %87.5	38 %39.58	29 %30.21
Resimlerini anlayamıyorum	---	---	87 %90.62	---	56 %58.33	43 %44.78
Yayımdan öğrendiğim bilgi hakkında araştırdım	16 %16.67	---	11 %11.46	---	---	16 %16.67
Bankaya gider sorarım	2 %2.08	---	3 %3.13	---	---	7 %7.29
Uygulaması mümkün olmayan şeylerden bahsediyor	91 %94.78	93 %96.88	91 %94.79	---	83 %86.46	78 %81.25
Dilini anlayamıyorum	16 %16.68	19 %19.79	48 %50.0	12 %12.5	78 %81.25	64 %66.67

\*Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçiler, ciddi bir biçimde reklam ve tanıtım araçlarına kapalılık özelliği göstermektedir. Daha önceki tablodaki durumun benzeri burada da sözkonusudur. Yani hiç ilgilenmiyorum cevabını verenlerin oranı oldukça yüksektir. Çiftçilerin yayın araçları hakkındaki görüşlerinden "yayın aracının resimlerini anlayamıyorum" şikkına cevap verenlerin %90,62'si gazetede, %58,33'ü broşürdeki, %44,78'i afişteki resimleri yeterince anlayamadıklarını; "dilini anlayamıyorum" şikkına cevap verenlerin %16,68'i televizyondaki, %19,79'u radyodaki, %50'si gazetede, %81,25'i broşürdeki, %66,67'si afişteki tanıtım programlarının dilini anlayamadığını ifade etmiştir. Bunun yanısıra çiftçilerin %94,78'i televizyondaki, %96,88'i radyodaki, %94,79'u gazetede, %86,46'sı broşürdeki, %81,25'i

afişlerdeki Banka tanıtım çalışmalarının uygulanması mümkün olmayan şeylerden bahsettiğini ifade etmişlerdir. Duyduğu, öğrendiği bilgi hakkında araştırma yaptığını belirtenlerin bu yayını duyduğu öğrendiği yayın araçları %16.67 ile televizyon ve afiştir. Bunu %11,46 ile gazete izlemektedir.

Tablo genel olarak değerlendirildiğinde çiftçinin, Bankanın yayın ve tanıtım çalışmalarında ifade ettiklerinin bir kısmına karşı güvensizlik ve gerçek dışılık şeklinde değerlendirmesi sözkonusudur.

Bunu görüşü yayının dilini ve resimlerini anlayamıyorum seçeneği takip etmektedir ki, burada karşılaşılan sıkıntı yine eğitim noktasına dayanmaktadır.

Yayın araçlarına etkililik açısından bakıldığında televizyon ve afişin diğerlerine göre daha etkili olduğu söylenebilir. Banka çiftçiye yönelik basılı yayınları iki açıdan tekrar ele almalıdır. Birincisi çiftçi eğitim düzeyi düşük olduğundan basılı yayınlardan yeterince faydalanamamaktadır; bu haliyle basılı yayınlarla çiftçiye yönelik halkla ilişkiler faaliyeti gerçekleştirmek ekonomik değildir. İkinci husus ise basılı yayınların muhteviyatının gözden geçirilmesi hususudur. Zira, zaten yeterli eğitimden yoksun bir kitleye, içeriği karışık bir yazılı materyal sunulursa sonucun halkla ilişkiler açısından hiç de istenilen şekilde gerçekleşmeyeceği söylenebilir.

Burada dikkat edilecek bir başka husus daha vardır ki; o da Banka'nın bazı konulardaki ifadelerini çiftçilerin gerçek dışı olarak değerlendirmesi meselesidir. Bu şekilde çiftçi değerlendirmelerine özel bir önem verilmeli, yapılan incelemeler sonucu çiftçi yanılıyor ise gerçek, çiftçiye anlayabileceği bir ifadeyle anlatılmalıdır. Zira halkla ilişkiler biriminin bu faaliyetleri gerçekleştirmesinin önemli bir amacı da müşteri nazarında Banka'ya olumlu imaj kazanmasını sağlamaktır. Bundan dolayı da, zor kazanılan imajın kolay sarsılmasını önleyici tedbirler alınmalıdır.

Yukarıdaki bilgiler yetişkin eğitimi açısından değerlendirilmeden önce şu sorunun cevabı açıklık kazanmalıdır. Çiftçi nasıl bir bilgi aktarımı ister? bir başka ifade ile yetişkin nasıl bir eğitim ister? Çiftçi öncelikle bilginin sorununa yönelik olmasını, mevcut bilgi, görgü ve tecrübeleriyle çok çelişmemesini, sorununu çözebilecek olmasını ve zevk alabileceği nitelikte bir eğitim olmasını ister. Oysa tabloda da görüldüğü gibi, eğitim düzeyi düşük çiftçi; yukarıdaki bilgilerle de uyumlu olarak yazılı bilgilerle çok az ilgilenmektedir. İlgilendiği kadarının önemli bir

kısının da dilini anlayamamaktadır. Banka çalışmaları bu anlamda yetişkin eğitimi açısından değerlendirilecek olursa; başarılı kabul edilemez.

Bankanın çeşitli yayınlarının çifti tarafından çoğunlukla "uygulanması mümkün olmayan şeylerden bahsediyor" şeklinde değerlendirilmesi, özellikle çiftçinin Banka hakkında yeni bilgileri ve uygulamaları öğrenmesini olumsuz olarak etkileyecektir. Bu durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; çiftçiyi Bankadaki gelişme ve değişimleri öğrenmede güdü eksikliği içine iteceği söylenebilir.

### **Banka Personelini Kendisine Yakın ve Samimi Bulma Durumu :**

Bankanın herhangi bir kademesinde görevli personel, çiftçiyle muhataplığı süresince sadece bankacı-müşteri ilişkisi kurmakla kalmaz, Bankanın çiftçi nazarındaki itibarını etkileyen bir sorumluluğun da sahibi durumundadır. Bunun için gerek köyde, gerek bankada çiftçi ile güven ortamı içinde düzenli ve sağlam ilişkiler kurulması gerekir.

Çiftçiye, banka personelini -bankada ve köye gelen- kendilerine yakın ve samimi bulma dereceleri sorularak şu cevaplar alınmış ve alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 57

#### **BANKA PERSONELİNİ KENDİLERİNE YAKIN VE SAMİMİ BULMALARI**

<b>Yakınlık ve Samimiyet</b>	<b>Ağırlıklı Ortalama</b>
Köye gelen Ziraat Bankası personelini kendime yakın ve samimi buluyorum	2.95
Bankada çiftçiyle ilgilenen Ziraat Bankası personelini kendime yakın ve samimi buluyorum	2.46

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçi köye gelen Banka personelini kendisine daha yakın ve samimi bulmaktadır. Çiftçilerin bu soruya verdiği cevapların ağırlıklı ortalaması 2.95 olup "oldukça" seçeneğine karşılık gelmektedir. Çiftçilere bu soruyla bağlantılı olarak sorulan "Bankadaki personeli kendinize ne derece yakın ve samimi buluyorsunuz" sorusuna alınan cevabın ağırlıklı ortalaması 2.46 olup "az" seçeneğine karşılık gelmektedir.

"İnsanlarla olan karşılaşmalarımızda, onların kişiliği hakkında bazı fikirler ediniriz. Bu fikirlerin değişik şartlar altında yeni fikirlerle nasıl değiştiğini görmek çok hayret vericidir. Bunun gibi, bankaya gelen müşteriler de bankanın kişiliğini belleklerini yazarlar. Bu tesir kısmen bankanın toplumdaki ilânları ve reklamları ile ilgilidir. Bazı ilânlarda banka, teşkilatın güvenini

belirtir. Müşterinin bankayı tanınması için başlıca yol, banka personeli ile hergünkü karşılaşmada edindiği intibaldır" (Yavuz, 1972, s.55). Bu durumu daha olumlu seviyeye çıkartmak için personel halkla ilişkiler konusunda çeşitli hizmet içi etkinliklerle bilinçlendirmeli ve bunun uygulamaya geçmesi takip edilmelidir. Zira yüzyüze etkileşim, hemen hemen diğer tüm tanıtma çalışmalarından daha etkilidir.

Durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde tabloda "az" ve "oldukça"ya tekabül eden bulguları istenilen ilişki düzeyini gösterdiği şeklinde değerlendirmek mümkün değildir. Zira Bankanın çiftçi ile ilişkilerinin daha iyi olması gerekir. Yetişkin eğitimi boyutuyla birlikte düşünüldüğünde; personelin çiftçiyle, ilişkilerini daha yakın ve sıcak tutarak çiftçiye daha çok yardımcı olması ve yenilikleri aktarırken de her türlü bankacılık işlemleri esnasında aradaki "ilişki arkadaş, meslektaş ilişkisi seviyesinde olmalıdır" (Geray, 1978, s.28).

### **Banka Hizmetlerinden Bazılarını Duyma, Öğrenme ve Uygulama :**

Çiftçilere Banka çeşitli yayın araçları ile Bankayı ve hizmetlerini tanıtmasının yanısıra, çiftçi Bankanın tanıtım araçları dışında başka yollarla da Bankayı tanımaktadır (muhtar, arkadaş gibi). Tanıtmanın başarısı, hedef kitleyi etkileyebilme, halkı bankaya çekme, ona yenilikleri öğretmek bu hizmetleri kullanmasını sağlayabilme ile ölçülebilir. Çiftçilere Bankanın bazı hizmetleri sorularak Bankanın yeniliklerini ne derece bildikleri, öğrendikleri ve uyguladıkları sorulmuştur.

TABLO 58

### **BANKANIN SUNDUĞU HİZMETLERDEN BAZILARINI DUYMA, ÖĞRENME, VE UYGULAMA**

Hizmet Türü	Duydum	Öğrendim	Uyguladım	TOPLAM
Ziraat Bankası	62	21	13	96
Tüketici Kredisi	%64.58	%21.88	%13.54	%100
Faiz Hadleri	56	25	15	96
	%58.33	%26.04	%15.63	%100
Ziraat Altın	61	19	14	96
	%63.54	%19.79	%14.58	%100
Fon hizmetleri	89	7	---	96
	%92.71	%7.29		%100
Makinadan para çekme	73	12	11	96
	%76.04	%12.5	%11.46	%100
Başakkart	69	18	9	96
	%71.88	%18.75	%9.38	%100
Zirai Mücadele Kredisi	82	9	5	96
	%85.42	%9.38	%5.21	%100
Arıcılık Kredisi	86	5	5	96
	%89.58	%5.21	%5.21	%100

Tabloda da görülebileceği gibi Banka hizmetlerini duyma oranı %75.0'dir. Banka hizmetini öğrenme %26.04 ile en fazla Banka faizleri, en az %5.21 ile arıcılık kredisidir. Uygulama ise en fazla %15,63 ile faizdir. Bunu %14,58 ile Ziraat Altın izlemektedir.

Tabloya genel olarak bakıldığında, çiftçinin Banka hizmetlerini genelde duyduğunu ama duyduklarının çok az kısmını öğrendiği ortaya çıkmaktadır. Uygulamanın az olmasının sebebi başka nedenlerde aranabileceği gibi, halkla ilişkiler çalışmalarının yeniden gözden geçirilmesini de gerektirmektedir. Zira, Banka halkla ilişkiler araçlarından bazılarını kullanarak tanıtma yapmakta ve bu tanıtma bir aşamaya kadar da faydalı ve gerekli olmaktadır. Ama gelinen belli bir seviyeden ileriye geçiş konusunda tıkanma, gelinen noktayı aşamama veya başka bir şekilde de adlandırılacak bu zorluk hem Banka açısından, hem de çiftçi açısından olumsuzlukların kaynağını oluşturmaktadır. İşte bu durgunluğu aşmak için bankacılıktaki yenilikleri duyurduklarını uygulamaya kadar götürmek ve duymayanlara da hem duyurmak hem de uygulamak amacıyla hizmet türlerinin sunumundaki aksamalar araştırılarak hem banka içi hem de çiftçilere yönelik yeni tanıtma ve bilgilendirme çabalarına girilmelidir. Zira Halkla İlişkiler Müdürlüğünün duyurma ve öğretmedeki başarılarının önemli bir kısmının uygulamalara da yansması mümkündür.

Durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; daha öncede bahsedildiği üzere, çiftçinin bir yeniliği uygulaması için farkında olması, ilgilenmesi, hesaplaması, denemesi, ve uygulama aşamalarından geçmesi gerekir. Uygulama aşamasına çabuk gelmesi ise çiftçinin hangi öğrenme aşamasında olduğunun bilinmesiyle mümkündür. Bankanın araştırma ile durum tespiti için yeterli çaba içinde olmaması, bu duruma yeterince ağırlık vermemesi yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde eksiklik olarak nitelenebilir.

### **Çiftçilerin Banka Hizmetlerinde Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Görüşleri :**

Kamu hizmetlerinin örgütlenme ve işleyişinde, halkın kararlara katılımını artıracak, kamu hizmetlerinin ve kamu kurumlarının, kamuoyu ve hizmetten yararlananlar tarafından daha etkin denetimini, karar ve uygulamalarda açıklığı sağlayacak yasal ve kurumsal düzenlemeler gerçekleştirilmelidir. Bu meyanda; genel olarak yürütülen mevzuatı sadeleştirme ve işlemciliğin azaltılması çalışmaların yanı sıra, halkın kamu kurumları ile en çok ilişkide bulunduğu hizmet alanlarında beyanı esas alan, sade, kolay anlaşılır ve iş sahiplerinin başvurularının hızlı bir şekilde sonuçlandırılmasını sağlayan bir mevzuat yapısı oluşturulmalıdır (Acar, 1994, s.79).

Çiftçilere Banka hizmetlerinde karşılaştıkları sorunların-kredi konusunda diğer bankacılık hizmetlerinde genel olarak- neler olduğu sorularak alınan cevaplar aşağıda tabloleştirilmiştir.

TABLO 59  
ÇİFTÇİLERİN BANKA HİZMETLERİNDE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA GÖRE DAĞILIMI \*

İstek	Kredi Konusunda	Diğer Bankacılık Hizmetleri Konusunda
Banka hizmeti köyde vermeli	89 %91.71	8 %8.33
Banka bizi daha çok bilgilendirmeli	91 %94.79	17 %17.71
Bankaca söylenenler kağıt üzerinde kalıyor	81 %84.38	72 %75.0
Bankada işlemler karmaşık	52 %54.17	28 %29.17
Bankada işlemler uzun sürüyor	26 %27.08	20 %20.83
Bankada çalışan personel ilgisiz kalıyor	18 %18.75	24 %25.0
Banka; parayı ödemesi gereken zamanda ödemiyor	82 %85.42	28 %29.17

\*Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %92,71'i kredi konusundaki Banka hizmetinin köyde verilmesini istemektedir. Bundan daha fazla bir oranı oluşturan %94,79'u ise kredi konusunda, özellikle diğer tarım ve hayvancılık kredileri konusunda bilgilendirilmek istemektedir. %84,38'i ise Banka tarafından ilân ve reklamlarda söylenen ve yazılanların kağıt üzerinde kaldığını belirtmektedir. Önemli bir sorun da kredi konusunda Bankanın ödemeleri zamanında yapmadığı şeklindedir. Çiftçilerin %85,42'si bu durumdan şikayetçi gözükmektedir. Diğer bankacılık hizmetleri konusunda dikkati çeken önemli bir husus %75.0 ile Bankanın reklam ve tanıtımında bahsettiği, belirttiği konuların yazı üzerinde kalmasıdır. Özetlenecek olursa, çiftçi banka hizmetleri konusunda bilgi eksikliğini kabul etmekte, kredi hizmetlerinin her bakımdan daha da kolaylaştırılmasını istemektedir.



Yukarıda anılan sorunların çözümüne yönelik daha sağlıklı bilgilere yetişkin eğitiminin grupla çalışma tekniklerinden yararlanarak ulaşmak mümkündür. Bunları genel olarak sempozyum, forum, grup tartışması, konferans ve seminer olarak sıralamak mümkündür. Bankanın çiftçi ile ilgili olarak direkt bu konudaki çalışmalarına araştırma esnasında rastlanamamasını, yetişkin eğitimi açısından yapılacak bir değerlendirmede eksiklik olarak değerlendirmek mümkündür.

### **Çiftçilerin Tarımsal Krediyi Amaç Dışı Kullanma Durumları :**

Çiftçilerin ekonomik sıkıntı içinde bulunması, eline geçen parayı kimi zaman amaç dışında kullanmasına neden olmaktadır. Çiftçiye verilen Tarımsal Kredinin de kimi çiftçiler tarafından amacı dışında da kullanıldığını bilinmektedir. Bu durumu belirlemek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tabloleştirilmiştir.

TABLO 60

#### TARIMSAL KREDİYİ AMAÇ DIŞI KULLANMA

Kullanım Sebebi	Ağırlıklı Ortalama
Başka borç kapatma	3.96
İnşaat	3.39
Hastalık	3.33
Düğün	3.07

Bulguların ağırlıklı ortalamalarından da görüldüğü gibi çiftçilerin önemli bir kısmı krediyi amacı dışında kullanmaktadır. Amaç dışı kredi kullanımında "çok" seçeneğine karşılık gelen 2.96 ağırlıklı ortalama ile başka borç kapatma ilk sırayı yer almaktadır. Bunu "oldukça" ifadeleri ile inşaat, ve düğün izlemektedir. Banka çiftçilere yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde bilgilendirmeye de ağırlık vererek tarımsal kredinin asıl faydasının amacı doğrultusunda kullanıldığında olacağı gerçeği çiftçilere anlatmalıdır. Zira amaç dışı kullanımda çiftçi geri ödemede, Banka'da tahsilde güçlük çekmekte çift taraflı bir sıkıntı yaşanmaktadır. Yukarıdaki bilgilere bakarak çiftçinin şimdiye kadar bu konuda yeterince bilgilendirilmediği söylenebilir.

Çiftçilere anlatılan kredinin amacı doğrultusunda kullanılmasına ilişkin bilgilerin, çiftçilerde davranış değişikliğine yol açmaması yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde "Banka bu konuda yeterince başarılı değil" şeklinde ifade edilebilir.

**Çiftçilerin Tarımsal Kredi İle İlgili İşlerde Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Görüşleri :**

Çiftçilerin Tarımsal Kredilerin alımı, kullanımı ve geri ödemesinde ne gibi zorluklarla karşılaştıklarını belirlemek için sorulmuş olunan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 61

**TARIMSAL KREDİ İLE İLGİLİ İŞLERDE KARŞILAN SORUNLAR**

Sorun	Ağırlıklı Ortalama
Geri ödeme	3.71
Ödemelerde zaman ayarlama	3.71
İpotek kefil işlemleri	3.32
İhtiyacımız olan krediyi yazdırma	3.27
Krediyi alma	3.25
Evrakları muhafaza etme	2.64

Tabloda da görüldüğü gibi yapılan değerlendirmede en önemli sorun 3.71 ağırlıklı ortalama (çok) ile krediyi alma ve ödemedeki zamanı ayarlamadır. Bu durumun bütün çiftçinin aynı anda müracaat etmesi dolayısıyla olan bir yığılmadan kaynaklandığı söylenebilir. Çiftçiler diğer hususlarda da "oldukça" zorlandıklarını ifade etmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde diğer benzer soruların cevaplarında da belirtildiği gibi çiftçilerin kredi konusunda; dolayısıyla Banka işlemlerinde ciddi sorunları bulunmaktadır. Bu durumun daha önce de değinildiği üzere çiftçinin eğitim düzeyinin düşüklüğü ile bağlantısının kurulması mümkündür.

Burada halkla ilişkiler birimine düşen görev eğitim düzeyi düşük olanların bu konuda daha çok bilgilendirilmesi için nelerin yapılabileceğinin araştırılması ve araştırma sonucunda ortaya çıkacak bulgulara dayalı olarak yeni bilgilendirme ve tanıtma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

**Çiftçilerin Tarımsal Kredi İle İlgili Evrakın1 Muhafaza Etme ve Bankaya Götürme Durumlarına İlişkin Görüşleri :**

Çiftçilerden ve Banka personelinden alınan cevaplardan elde edilen çıkarıma göre Tarımsal Kredi konusunda bir takım sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunlardan birisi de özellikle eğitim düzeyi düşük çiftçilerin yazılı belgeleri tanzimi ve muhafazasıdır. Bu amaçla çiftçilere

sorulan "evrakınızı Bankaya zamanında ve tam olarak götürür müsünüz?" sorusu ile "evraklarınızı muhafaza edermisiniz?" sorusuna alınan cevaplar aşağıda tablolaştırılmıştır.

TABLO 62

**ÇİFTÇİLERİN TARIMSAL KREDİ İLE İLGİLİ EVRAKINI MUHAFAZA ETME VE BANKA'YA GÖTÜRME DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI**

Muhafaza Etme/Bankaya Götürme	Ağırlıklı Ortalama
Kredi ile ilgili evrakınızı tam olarak ve zamanında götürür müsünüz?	2.39
Kredi ile ilgili evrakınızı muhafaza eder misiniz?	3.18

Tabloda da görüldüğü üzere çiftçiler kredi almak için Bankaya gittiklerinde evrakında muhakkak eksiklik çıktığını, dolayısıyla evrakın tamamını Banka'ya götürmediğini, eksik olanları daha sonra tamamladığını belirtmektedir. 2.39'u kredi almak için "az" evrak tanzim etmeden Banka'ya gittiğini evrakın neler olduğunu öğrendikten sonra evrak düzenlediğini belirtmektedir.

Evrak muhafazası konusunda çiftçiler (3.18 - oldukça) evrak muhafaza etmekte hassas davrandığını belirtmektedir.

Bulgulara bakarak çiftçilerin önemli bir kısmının evrak tanzimi ve muhafazasında üzerine düşeni yapmadığı söylenebilir. Çiftçiler bankacılık işlemleri hakkında bilgilendirilmeli, kırtasiyecilik azaltılmalı, bu konuda çiftçiye hizmet veren diğer kuruluşlarla işbirliğine gidilmelidir.

Tablo yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; çiftçilere yönelik olarak gerçekleştirilecek bir halkla ilişkiler programında yetişkin eğitimi tekniklerinden de yararlanarak evrak muhafaza etme ve Bankaya belge götürerek iş yapmanın önemi ve getireceği kolaylıklar alt konu başlığı olarak incelenebilir, öğretilebilir. Bu konuda Bankadan yetişkin eğitimi içerikli çalışmalar yapması beklenir.

**Çiftçilerin Tarımsal Krediyi Tercihlerine İlişkin Tutumları :**

Banka gelişen şartlara ve devletin tarım politikasına uygun yeni seçenekler geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bunlardan birisi ürün bütçesi olup; yerel düzeydeki maliyet esas alınarak ürün maliyetinin yaklaşık %60-70'ine karşılık gelmekte, diğeri ise ikraz bütçesidir. İkraz bütçesi ise ülke geneline göre belirlenmekte ve adıgeçen ürünün ülke genelindeki maliyet ortalaması esas alınarak çiftçiye kredi ödemesi yapılmaktadır.

TABLO 63

## ÇİFTÇİLERİN TARIMSAL KREDİ ÇEŞİTLERİNİ TERCİHLERİ

Tercih	f	%
Bilgin Yok	31	32.29
İkraz Birimi Uygun	13	13.54
Ürün Bütçesi Uygun	8	8.33
Farketmiyor	44	45.83
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Çiftçilere ikraz ve ürün bütçelerinden hangisinin kendileri için daha uygun olduğu sorulduğunda çiftçilerin %45,83'ü farklı kredilerin fazlaca birşey farketmediğini, %32,29'u bilgisinin olmadığını %13,54'ü ikraz bütçesinin, %8,33'ü ürün bütçesinin kendileri için daha uygun olduğunu belirtmiştir. Bu tablodan da çiftçilerin kredi konusunda yeterince bilgilerinin olmadığını söylemek mümkündür.

Bu kısımda çiftçilerden anket sonucu elde edilen toprak ve Banka ile olan ilişkileri mevcut durum ve sorunlarına ilişkin görüşleri hakkındaki bulgularına tablo 40-43 arasında yer verilmiştir.

Söz konusu tablolar incelendiğinde, kredi almanın köylerde yerleşmiş bir uygulama olduğu fakat kredi limiti türleri hakkında çiftçilerin yeterli bilgilerinin olmadığı, kredi almanın en önemli gerekçesini maddi yetersizliğin teşkil ettiği, alınan kredinin amacı dışında da kullanıldığı, özellikle Banka şubesindeki personelin ilgi ve davranışından yeterince memnun olmayan çiftçinin Tarımsal Kredi harici diğer bankacılık hizmetlerini başka bankalardan aldığı, Bankanın sunduğu Tarımsal Kredi uygulaması dışında diğer bankacılık hizmetlerini duyduğunu fakat çok azını uyguladığı, Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik ve genel anlamdaki tanıtım çalışmalarının çiftçiye yeterince ulaşmadığı, ulaşanlarla da çiftçinin yeterince ilgilenmediği, bu yayınlardaki bilgiler yerine çiftçinin daha çok köydeki muhtar ve kredi kullananlara inandığı, Banka ile yazılı iletişime girmediği, Bankanın çiftçiye yönelik yayınlarından çiftçiler üzerinde özel kanalların ve radyo, televizyonun daha etkili olduğu, bankacılık hizmetlerinin verilmesinden bürokrasiye kadar çiftçinin Banka ile ilişkilerinde sorunların olduğu görülmektedir.

Buraya kadar elde edilen bulgulardan çiftçilere yönelik halkla ilişkileri gerçekleştirmedi Bankanın yeterince başarılı olmadığı, çiftçilerin kredi ve bankacılık hizmetleri konusunda önemli ölçüde eksik kimi zamanda yanlış bilgilerinin bulunduğunu, hak ve sorumluluklarından bazılarını bilmediğini söylemek mümkündür.

Durum yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; çiftçinin yeniliğe uyum sağlaması ve yeniliği öğrenmesi anlamında Bankanın daha çok çaba sarfetmesi gerektiği söylenebilir. Daha önce de değinilen kimi konularda ortaya konulan yeniliğe uyum sağlama çalışmalarında Banka yerel önderlerden daha etkili olarak yararlanabilir. Ayrıca yetişkin eğitiminin özellikleri ve çiftçinin eğitim düzeyi de gözönünde bulundurularak ve materyal hazırlama tekniğine uygun olarak hazırlanacak materyallerin yararlı olacağı söylenebilir.

### 3. ÇİFTÇİ DEĞERLENDİRMELERİ

Çiftçilerin pek de memnun olmadıkları ama yürütmeye devam ettikleri çiftçilik mesleğini çocuklarının da seçip-seçmemesi, tarım kesimine daha iyi Bankacılık hizmetlerinin sunulabilmesine yönelik çiftçi görüşleri ile ihtiyaç olmaması durumunda Tarımsal Krediyeye karşı tutumlarının ne olacağına ilişkin bilgilere bu alt bölümde yer verilecektir.

#### **Çiftçilerin Bankanın Sunduğu Hizmetlerin Daha Başarılı Olabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Görüşleri :**

Bankanın hizmetlerini kendi bünyesinde teknolojik olarak geliştirmesinin yanısıra bunu halkın kullanımına en iyi biçimde sunma zorunluluğu da vardır. Bu durum ayrıca Bankanın yaşaması için de gereklidir. Halka sunulacak hizmetlerin kolaylıkla benimsenmesi ve tanıtmayı yapan kuruluşça gösterilen çabaların boşa gitmemesi için hedef kitlenin görüş ve önerilerinin neler olduğunun da bilinmesi yararlı olacaktır. Bu amaçla çiftçilere sorulan soruya alınan cevaplar aşağıda tablolştırılmıştır.

TABLO 64

#### **BANKA HİZMETLERİN DAHA BAŞARILI OLABİLMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKENLERE İLİŞKİN ÇİFTÇİ GÖRÜŞLERİ\***

Yapılması Gereken	f	%
Sözlü Tanıtıma Ağırlık Verilmeli	83	86,46
Anlatılanlar Basitleştirilmeli	71	73,96
Hizmet Köyde Uygulamalı Anlatılmalı	63	65,63
Bürokrasi Azaltılmalı	61	63,54
Yazılı Tanıtıma Ağırlık Verilmeli	24	25,00

\*Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %73,96'sı Bankaca sunulan hizmetlerin daha da basitleştirilmesini istemektedir. Mülâkatlarda da araştırmacı tarafından gözlemlendiği üzere, çiftçiler reklamlarda Bankanın gerek yeni, gerekse diğer hizmetlerinin son derece basit anlatıldığını oysa uygulamaya geçildiğinde oldukça zorlandıklarını belirtmektedir. Buna bağlı olarak aynı soruda bulunan seçeneklerden bürokrasi azaltılmalı şikkını çiftçilerin %63,541'i gerekli görmüştür. Ayrıca çiftçilerin %65,63'ü hizmetin mümkün olduğu kadar köyde verilmesinin uygun olacağını belirtmektedir. Aslında hizmetin tamamının köyde istenilemeyeceğini çiftçiler de kabul etmektedir. Ama Bankanın özellikle krediye yönelik hizmetlerinin köye getirilmesinin yine de kendileri açısından çok daha iyi olacağını belirtmektedir. Bu bulgu Nalbant'ın tez çalışmasının sonucuyla da uyumludur. Nalbant'ta çalışmasında, tarım kesiminin dağınık bir yapıda olduğunu, tarım kesimine hizmet götürmenin zor olduğunu fakat tarıma hizmet ve faaliyetlerinin niteliği gereği çiftçinin çalıştığı yere götürmesinde zorunluluk bulunduğunu belirtmektedir (Nalbant, 1982, s.62).

Tanıtımın yazılı ve sözlü olmasının durumuna göre yapılan tercihte de, sözlü tanıtıma ağırlık verilmeli cevabını verenlerin oranı %86,46'sı yazılı tanıtıma ağırlık verilmeli cevabını verenlerin oranı %25'dir. Aradaki büyük farktan da görüleceği gibi çiftçiye yönelik halkla ilişkiler hizmetlerinin büyük kısmı sözlü olmalıdır.

### **İhtiyaç Olmaması Halinde Krediyi Almak İsteyip-İstememe Durumu :**

Daha önceki tablolardaki rakamlarda da görüldüğü gibi çiftçi ekonomik sıkıntı içinde bulunduğunu ifade etmektedir. En önemli gerekçelerinden birisi olan ekonomik sıkıntılarının kısmen ya da tamamen ortadan kalkması halinde kredi konusundaki tutumlarının ne olacağı sorulduğunda çiftçilerden aşağıdaki cevaplar alınmıştır.

TABLO 65

#### **İHTİYAÇ OLMAMASI HALİNDE, TARIMSAL KREDİYİ ALMAK İSTEME**

<b>Alma Durumu</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Alırım	58	60.42
Almam	38	39.58
<b>TOPLAM</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Tabloda da görüldüğü gibi çiftçilerin %60,42'si kredi almaya devam edeceğini, %39,58'i ise krediyi almayacağını ifade etmektedir. Almak istemeyen 38 çiftçiye neden kredi almak istemeyecekleri sorulduğunda alınan cevaplar tablo 66'da görülmektedir.



TABLO 66

## KREDİYİ ALMAMAYI DÜŞÜNENLERİN GEREKÇELERİ

Gerekçe	f	%
Faiz yüksek	27	71.05
Faiz haram	32	84.21
Geri ödemede zorlanıyorum	34	89.47

\* Cevaplar birden çoktur.

Tabloda da görüldüğü gibi tarımsal krediyi almak istememe gerekçesi olarak maddi dengeler ve dini duygular öne çıkmaktadır.

İhtiyacım olmasa kredi almam cevabını veren çiftçilerin %89,47'si geri ödemede zorlandığını, %84,21'i faiz alıp-vermenin haram olduğunu, %71,05'i de faiz oranlarının yüksekliğini gerekçe göstermektedir.

Çiftçilerin %60,42'si ekonomik sıkıntıları olmasa dahi bugünkü şartlar da kredi verildiğinde alacaklarını ifade ettiklerine göre çiftçilerin %60,42'si kredi şartlarını uygun mütalâa etmektedir denilebilir.

Sonuç olarak çiftçiler mesleklerindeki önemli olumsuzluklardan ve bunların da bir türlü giderilememiş olmasından dolayı çiftçilik uğraşından memnun gözükmemektedir. Bankanın halkla ilişkiler çalışması ile ilgili olan ve Banka'ya halkla ilişkiler çalışmalarında yol gösterici olarak değerlendirilebilecek önerileri ise; halkla ilişkilerde sözel iletişime ağırlık verilmesi hizmetin olabildiğince köyde verilmesi, ifadelerin her konuda, daha yalın hale getirilmesi, bürokrasinin azaltılması ve basitleştirilmesidir. Buna ilave olarak çiftçilerin Bankadan tarımsal ihtiyaçlarını karşılayacak ortamın kaybolması halinde Bankadan derhal uzaklaştığı düşünülerek; Halkla İlişkiler Müdürlüğünün geleceğe yönelik politikalar oluşturması bu arada mevcut sorunlarda üzerine düşen görevi bir an önce yapmak için harekete geçmesi gerekmektedir.

Genel olarak her örgütün kaynaklarını daha etkin ve verimli olarak kullanabilmesi, kendini yenilemesi ve geliştirmesi için yaptığı çalışmalarını belli aralıklarla değerlendirmesi gerekir.

Yapılan etkinlik ve ulaşılan sonuç ile ulaşılmaması istenen hedef arasındaki farkın sebeplerini de tespiti yardımcı olacak değerlendirme; örgütün yaşaması için de örgüt faaliyetleri arasında yer alması gereken bir etkinliktir.

Bu çalışma yetişkin eğitimi açısından da değerlendirildiğinde, "çiftçi değerlendirmeleri" Banka tarafından dikkate alınması gereken bir husus olarak ifade edilebilir. Zira bu çalışma anket tekniğiyle gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulguların yorumlanmasıyla oluşturulmuştur.

Çiftçi değerlendirmelerinin Bankaca dikkate alınması yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; çiftçiye götürülen hizmetin yenilenmesi, geliştirilmesi kaynak israfının önlenmesi bakımından önemlidir. Bunun yanısıra çiftçi-Banka ilişkilerini olumlu olarak etkileyeceği, Banka uygulamalarını öğrenmeyi güdüleyeceği, çiftçinin Bankaya ilgisini artıracığı söylenebilir.

### S o n u ç

Bu alt bölümde çiftçilere ilişkin kimlik bilgilerine, Banka-çiftçi ilişkilerindeki mevcut duruma, sorunlara ve çiftçiler tarafından sorun olarak belirtilen hususlara yine çiftçiler tarafından getirilen önerilere tablo 30-66 arasında değinilmiştir.

Çiftçilerin genel olarak eğitim düzeyinin düşük, uzun zamandır tarımla uğraşmakta olduğu, ailedeki birey sayısının çok, gelir düzeyinin düşük ve toprağının gittikçe azalmakta olduğu belirlenmiştir. Bunun yanısıra çiftçilerin geleneksel ürünleri ekip biçmeye devam ettiği, Banka hakkındaki bilgilerin tamamı sayılabilecek kısmını sözel iletişim kanalıyla muhtardan ve yakın çevresindeki kişilerden aldığı ve tarımsal kredi kullananların yazılı iletişime kapalılık gösterdiği, ayrıca Banka' nın basılı yayınların da çiftçilere ulaşmadığı, Banka ile en çok tarımsal kredi konusunda münasebetlerinin olmasına karşın bu hususta da yeterli bilgilerinin bulunmadığı, ayrıca tarımsal kredi için verilen kredinin amacı dışında da kullandığı, neticede geri ödeme zorluğu çekildiği, bunun yanısıra geri ödemede, zaman ayarlama, ipotek işlemlerinde, kredi miktarının belirlenmesinde de sorunlarının olduğu, Banka personeli ile ilişkilerinin istenildiği şekilde kurulamamış olması başat etmen olmak üzere diğer bankacılık hizmetlerini başka bankalardan aldığı, tanıtım amaçlı çalışmalardan en çok radyo ve televizyondaki yayınlardan etkilendiği yukarıda belirtilen sorunlardan dolayı çiftçilik mesleğinden memnun olmadığı; çiftçi-banka ilişkilerin daha iyi duruma getirilmesi için sözel tanıtıma ağırlık verilmesinin, her konuda daha yalın ve sade uygulamalara ve anlatımlara geçilmesinin gerekli olduğu, mümkün olduğu ölçüde bankacılık hizmetinin köye kaydırılmasının olumlu sonuçlar doğuracağı fikri çiftçiler tarafından ileri sürülmektedir.

Bu bilgilere dayalı olarak Bankanın halkla ilişkiler çalışmalarını sözel iletişime kaydırması gerektiği, maddi olumsuzluklar içinde bulunan çiftçinin para harcayarak bazı bilgi ve

Bu bilgilere dayalı olarak Bankanın halkla ilişkiler çalışmalarını sözel iletişime kaydırması gerektiği, maddi olumsuzluklar içinde bulunan çiftçinin para harcayarak bazı bilgi ve tanıtım araçlarına ulaşmasının zayıf ihtimal olduğu düşünülerek halkla ilişkiler hizmetinin çiftçiye kolay ulaşabilir olması için birtakım yeni uygulamalara geçilmesinin gerekli olduğu, çiftçinin en çok radyo ve televizyona açık olduğu gerçeğinden yola çıkarak, halkla ilişkilerin tanıtım çalışmalarında bu araçlara daha çok ağırlık verilmesi gerektiği, tarımsal kredinin amacı dışında kullanımını önleyecek yeni çalışmaların hızlı bir biçimde başlaması gerektiği, personel çiftçi münasebetlerinin istenilen ölçüde olmaması gözönünde bulundurularak personeli halkla ilişkiler konusunda bilgilendirmek gerektiği, çiftçilerin diğer banka hizmetlerinden faydalanması için bu hizmetlerin tanıtımına ağırlık verilmesi gerektiği, çiftçilerin banka ve bankacılık hizmetleri konusundaki görüşleri de dikkate alınarak iş ve işlemlerin basitleştirilmesi için gerekli girişimlerin başlatılması ve bu konuda yetişkin eğitiminde de yararlanılması gerektiği ifade edilebilir.



## BÖLÜM V

### ÖZET, SONUÇ VE ÖNERİLER

#### Özet

Türkiye nüfusunun yarıya yakını kırsal kesimde yaşamakta ve kırsal kesimde yaşayanların tamamına yakını denilebilecek kısmı da tarımla uğraşmaktadır. Kırsal kesimde bulunan ve tarımdan geçimini sağlayan bu insanların eğitim ve sosyo-kültürel gelişmişlikten şehirlere göre daha az faydalanma, ekonomik sıkıntılar, göç vb. gibi ciddi sıkıntıları bulunmaktadır. Özellikle eğitim konusundaki yetersizlikleri onların, bu sıkıntılarını aşmalarını güçleştirmektedir.

Devlet, tarım kesimindeki bu sıkıntıları aşmak için yeni politikalar oluşturmakta ve uygulamaktadır. Devlet politikasının tarıma yönelik uygulamalarından birisi de tarımı devlet bankası aracılığı ile desteklemek ve kredilendirmektir. Destekleme ve kredilendirmenin tamamı T.C. Ziraat Bankası aracılığı ile yapılmaktadır. Bu uygulamanın neticesinde de Banka kırsal kesimle, dolayısıyla çiftçilerle yakın bir Banka-müşteri ilişkisine girmekte; dünyada uygulanan en gelişmiş bankacılık teknolojisi ile çalışan Ziraat Bankası bütün imkanlarını kullanarak çiftçilere hizmet vermeye çalışmaktadır.

Bankanın kullandığı teknolojinin gelişmiş olması ve Banka'ya, devletin tarım politikasının bir kısmının uygulama talimatının verilmiş olması ile bütün mesele halledilmiş olunmamaktadır. Zira Bankanın üzerine düşeni yapabilmesinin ön şartlarından birisi de çiftçinin sorumluluklarını bilmesi ve yerine getirmesi, aksayan durum varsa bunların da tespit edilerek çözüme kavuşturulmasıdır. Bu amaçla yapılabilecek pek çok çalışmadan birisi de sorunlara yetişkin eğitimi açısından yaklaşarak, değerlendirmeler yapmak, öneriler getirmektir.

Bankanın bütün müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek ve ilişkilerini geliştirmek amacıyla kurulmuş olan halkla ilişkiler birimi müdürlük olarak örgütlenmiş olup çeşitli halkla ilişkiler araçları ile Bankanın halkla ilişkiler politikasını uygulama ve gerçekleştirme çabasıdır. Halkla İlişkiler Müdürlüğünün yaptığı halkla ilişkiler çalışmalarından bir kısmı sadece çiftçilere yöneliktir.

Tarım kesimine yönelik halkla ilişkiler araçlarının hazırlanması ve dağıtımı Ziraii Krediler Müdürlüğü ve banka şubelerinin koordineli çalışması ile gerçekleştirilmektedir. Tarım kesiminin Banka ile ilişkilerine esas teşkil edecek en önemli dönütler de yine bu birimler aracılığı ile toplanmaktadır.

Bankanın çiftçilere daha iyi hizmet vermek gayreti önünde bir takım sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunların bazıları Bankadan, bazıları da çiftçilerden kaynaklanmaktadır. Fakat bu sorunların arasında yer aldığını söylemenin yanlış olabileceği bir açmaz daha vardır ki son derece ilginçtir. Gelişmiş bankacılık teknolojisi. Bu konu araştırmanın merkezindeki en önemli hususlardan birisidir. Zira bir yanda Bankanın yoğun gayret ve fedakarlıkları ile kavuşulan bilgisayara dayalı ileri teknoloji, diğer yandan da bu teknoloji ile hizmet verilecek çiftçi kesimidir. Buradaki sıkıntının kaynağını teşkil eden husus, gelişmiş teknolojiden faydalanmanın onu kullanmanın asgari bir eğitim düzeyine sahip olmayı gerektirmesidir. Kırsal kesimdeki yetişkinlerin yarısından fazlası okumaz-yazmaz, ya da işlevsel okumaz-yazmazdır. Yani okuma-yazma becerilerini günlük yaşamında etkili kullanamamaktadır. Bu durum dikkate alınarak mesele gözden geçirildiğinde; gelişmiş teknolojiyi terk etmenin düşünülemeyeceğine göre, çiftçileri gelişmiş teknolojiden azami derecede faydalandırmak için nelerin yapılabileceğinin araştırılmasına ihtiyaç vardır.

Bu aşamada yetişkin eğitiminden yararlanmanın mümkün olabileceği ifade edilebilir. Şöyleki ; yetişkin eğitiminin asıl amaçlarından birisi de değişmeye uyum sağlamadır. Yetişkin eğitiminin bu amacından yola çıkarak çiftçilerin bireysel ve toplumsal gelişmelerine katkıda bulunmak ile yeniliğe uyum sağlamaları için halkla ilişkiler etkinliklerinde yetişkin eğitiminden yararlanmak mümkündür.

Ziraat Bankasının ülkemiz tarımına yönelik hizmetleri ile tarımın gelişmesi ve modernleşmesi yönündeki katkısı bilinmektedir. Ülkemiz tarımında böylesi önemli bir yeri olan Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik halkla ilişkiler çalışmalarının incelenmesi, inceleme sonucunda sorunların ortaya çıkartılması, çiftçiye yönelik halkla ilişkilerin geliştirilmesine yönelik önerilerin bilimsel olarak ileri sürülebilmesi ve bu hususların halk eğitimi açısından değerlendirilebilmesi böyle bir çalışmanın yapılmasını gerekli kılmıştır.

Çiftçileri gelişmiş banka teknolojisi ile buluşturmak ve ondan daha çok faydalandırabilmek ilkesi doğrultusunda; Ziraat Bankasından Tarımsal Kredi olarak en azından bu yolla Banka ve gelişmiş bankacılıkla tanışmış olan Ankara ili Haymana ve Polatlı ilçelerinin çiftçilerinden; alan araştırması, kesitsel tarama modeli ile bilgiler toplanmıştır. Yine çiftçilere hizmet veren ve "Tarımsal Kredi" konusuyla ilgisi bulunan Ziraat Bankası Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Zirai Krediler Müdürlüğü ve ilgili banka şubelerinin yetkililerinden konuya ilişkin bilgiler anket yoluyla toplanmıştır.

Araştırmada çiftçilerin evreninden örneklem alınmış, personel evreni aynı zamanda örneklem olarak kabul edilmiştir.

Araştırmanın problem ve amacına uygun olarak hazırlanan anketler öndeneme sonrası geliştirilerek şu sorulara cevap aramak için kullanılmıştır:

Çiftçi ve personelin bireysel özellikleri, çiftçi-Banka ilişkilerindeki mevcut durum ve olması gereken duruma ilişkin görüşler nelerdir?

Anket uygulaması yoluyla 96 çiftçi ve 40 banka personelinden bilgi toplanarak anket uygulama aşaması tamamlanmıştır. Çiftçilerin anketi doldurmakta zorlanacağı tahmin edildiğinden herbiri ile görüşülmüş, anketteki sorular sorulmuş, gerektiğinde ek açıklamalar yapılmış alınan bilgiler ankette uygun yere işaretlenmiştir.

Elde edilen verilerin dökümü ve işlenmesi elde yapılmıştır.

**a. Personel görüşlerinden elde edilen sonuçlar :**

Banka personeli ve çiftçilerden elde edilen bulguları şöylece özetlemek mümkündür:

1. Banka eğitim seviyesi yüksek ve nitelikli personel yapısına sahiptir. Halkla İlişkiler Müdürlüğü haricindeki personelden halkla ilişkiler alanında öğretim ya da eğitim gördüğünü belirten personel bulunmamaktadır.

2. Örgüt içinde demokratik bir yapıda çalıştığını belirten personel kitle iletişim araçlarının tamamına açık olup kitle iletişim araçlarının içeriğinde de seçicilik göstermektedir.

3. Bankanın halkla ilişkiler faaliyetlerini daha çok tanıtma amaçlı olarak hazırlayıp sunduğunu, çiftçiye yönelik olarak hazırlanan materyallerin dağıtımını için özel bir çaba sarfedilmediğini belirtmektedir.

4. Halkla ilişkiler konusunda nitelikli personel ve koordinasyonun yanısıra, köylere ulaşım ile çiftçilerin eğitim düzeyinin en önemli sorunlar arasında yer aldığı saptanmıştır. Yapılan halkla ilişkiler çalışmalarında yetişkin eğitimi disiplininin, bu alanın yöntem ve tekniklerinden yararlanılmadığı anlaşılmıştır.

5. Gelişen bankacılığın çiftçi hizmetlerine de olumlu olarak yansıdığını fakat çiftçinin başta eğitim yetersizliği olmak üzere bazı sebeplerden dolayı bu hizmetlerden yeterince faydalanamadığı belirtilmektedir. Çiftçinin eğitim yetersizliği, özellikle okumaz-yazmazlığın kredi konusunda ciddi sorunlarla karşılaşmalarına neden olduğu personel tarafından ifade edilmektedir. Bunun içinde çiftçilere yönelik tanıtım amaçlı halkla ilişkiler faaliyetlerinde yazılı materyallerden kaçınıp, bunların yerine radyo ve televizyonun daha çok tercih edilmesi gerektiği görüşü belirtilmiştir.



6. Banka-çiftçi ilişkilerinde çiftçilerin özellikle evrak ve geri ödeme konusunda bazı sorumluluklarını yerine getirmedikleri belirtilmiştir.

7. Basın dosyası tutmakta olan Bankanın bu dosyadan çeşitli konularda faydalandığını ama faydanın daha da artırılmasının mümkün olabileceği fikri savunulmaktadır.

8. Personel çiftçilere Bankanın gerekli yakınlık ve ilgiyi gösterdiğini buna rağmen ortaya çıkan sorunların çiftçilerin eğitim yetersizliği esas olan kimi olumsuzluklardan kaynaklandığını belirterek, Halkla İlişkiler Müdürlüğü içinde çiftçilere yönelik hizmet üretecek alt birimin kurulmasının faydalı olacağı belirtilmektedir.

**b. Çiftçi görüşlerinden elde edilen sonuçlar :**

9. Çiftçilerin tamamına yakını 21 yıl ve daha fazla zamandır çiftçilikle uğraşmakta olup 40-60 yaş arasında olanlar çoğunluktadır.

10. Öğrenim durumu oldukça düşük olup, ilkokuldan sonraki öğrenime çok az çiftçi devam etmiştir.

12. Geçim sıkıntısı esas sebep olmak üzere çiftçiler ikinci iş yapmak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle kimi çiftçiler köyden ayrılmak ya da en yakın daha büyük yerleşim biriminde başka işle uğraşmayı tercih etmektedir. Bu haliyle çiftçilerin yetişkin eğitimini gerektiren toplumsal, ekonomik, sosyal ve eğitsel yoksunluk içinde oldukları belirtilebilir.

13. Bir çiftçi ailesine 40-70 dönüm arasında arazi düşmekte, bu arazinin çok az kısmında sulu tarım yapılmaktadır. Bu arazilerin de önemli bir kısmı miras yoluyla aileye intikal etmiştir.

14. Araştırma bölgesindeki çiftçiler tarlasını genelde kendi ekip-biçmekte olup, buğday, arpa, kavun, karpuz ve kimyon yetiştirmektedir. Bu ürünlerden de 1993 yılı itibariyle masraflar çıktıktan sonra yıllık ortalama 40 milyon lira civarında kazanmaktadır.

15. Çiftçilerde okur-yazarlık oranının düşük olması esas neden olmak üzere yazılı materyal ve yazılı kitle iletişim araçlarına kapalılık özelliği gözlenmektedir. Okur-yazar olanların önemli bir kısmının okuma-yazmalarının işlevsel olmaması neticesinde yazılı materyallerdeki ifadeleri, yeterince anlayamadıklarını belirtmişlerdir.

16. Radyo ve televizyon haber alma ve eğlence amaçlı olarak kullanılmakta, bu iletişim araçlarına çiftçilerin hem daha açık hem de daha çok zaman ayırdıkları saptanmıştır. Resmi ve özel kanal tercihinde özel kanalların önemli ölçüde daha çok tercih edildiği gözle çarpılmaktadır.

17. Araştırmaya katılan çiftçilerin yarısından fazlası Tarımsal Krediyi 13 ve daha fazla kullanmıştır. Zaten Banka ile olan ilişkilerinin esasını da Tarımsal Kredi alma ve geri ödeme teşkil etmektedir. Özellikle maddi yetersizliğe bağlı olan kredi kullanma ihtiyacının bir başka nedeni de pek çok çiftçinin bu krediyi kullanıyor olması yani içinde bulunduğu toplumla birlikte hareket etmedir. Bu sebepten olacak ki, çiftçilerin sadece çok azı Bankanın Tarımsal Kredi ile ilgili şartlarını bilmektedir. Bu durum Genel Müdürlük Yetkisiyle Kredi kullanmada daha da açıkça belli olmaktadır. Söz konusu bulgulardan da anlaşıldığı gibi çiftçi kendi açısından önemli olan bazı haklarını dahi bilmemektedir. Bütün bu nedenlere bağlı olarak çiftçilere yönelik halkla ilişkiler etkinliklerinin yetişkin eğitimi destekli olmasının yararlı olacağı söylenebilir.

18. Çiftçilerin üçte birinin çeşitli nedenlerden dolayı Bankaya kredi çekme ve geri ödeme dışında gitmediği belirlenmiştir. Bahsedilen orana dahil çiftçilerden, bankacılık hizmeti alanlar başka bankaları tercih etmektedir.

19. Banka yayımları çiftçiler tarafından en çok Bankada görülmekte fakat fazlaca ilgilenilmemektedir. Banka ile ilgili konularda muhtar, sözüne en çok güvenilen kişidir.

20. Çiftçiler Banka ile olan ilişkilerinde yazılı iletişimi çok az kullanmakta, Bankanın yazılı materyallerindeki tanıtımına ve diğer haberleriyle az ilgilenmekte, buna karşın radyo ve televizyonda yayınlanan Banka haberlerine daha çok ilgi göstermektedir.

21. Çiftçiler Bankanın bazı hizmetlerini köyde vermesini, Bankanın kendilerini daha çok bilgilendirmesini, işlemlerin sadeleştirilmesini, ödeme ve geri ödemenin iyileştirilmesini, ipotek ve kefil işlemlerinin kolaylaştırılmasını istemektedir.

22. Tarımsal Kredi alan çiftçilerin yarısından fazlası kimi zaman maddi yetersizlikler nedeniyle bu krediyi amacı dışında kullandıklarını belirtmişlerdir.

23. Çiftçilerin yarısından fazlası ihtiyaçları olmasa dahi Tarımsal Kredi verildikçe almaya devam edeceklerini zira Tarımsal Krediyeye uygulanan faiz oranının piyasadaki faizlerden daha düşük bulduklarını ifade etmişlerdir.

## S o n u ç l a r

Araştırmadan çıkarılabilecek sonuçları şu şekilde ifade etmek mümkündür:

1. Tarım kesimine yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetler genelde halkla ilişkiler faaliyetinin tanıtma boyutunda kalmakta olup yapılan çalışmalar basılı yayın ve radyo, televizyon aracılığı ile hedef kitleye ulaştırılmaktadır. Yetişkin eğitiminden yararlanılmamaktadır.

2. Özellikle tanıtım amaçlı çalışmalardan yazılı materyallerin çiftçilere ulaşımında ve çiftçilerin bu kaynaklardan yararlanabilmelerinde ciddi sorunlar vardır.

3. Çiftçilerin yazılı materyallerden yeterince yararlanamıyor olmasının en önemli sebeplerinin başında çiftçinin eğitim düzeyinin düşüklüğü ve Bankanın bu durumu yeterince gözönüne alarak materyal hazırlama ve dağıtım aşım geliştirememiş olması gelmektedir. Bu da göstermektedir ki; çalışmalar yeterli araştırmalarla önceden planlanıp, temellendirilmektedir.

4. Bankanın tanıma çalışmalarına yeterince ağırlık vermediği; dolayısıyla çiftçinin eğitimi, ekonomik durumu, gelenek ve görenekleri hakkında yeterli araştırma yapılmadan faaliyetlerin devam ettirildiği anlaşılmaktadır. Bu durum hem kaynak israfı, hem de başarısızlığın kaynağını teşkil etmektedir.

5. Türkiye'nin genel sorunlarından birisi olan nitelikli eleman yetersizliği Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde de kendini göstermektedir. Bu durum çiftçilerin ve Banka personelinin verdiği çeşitli cevaplardan da anlaşılmaktadır. Bankanın hedef kitesinin özelliğinden dolayı sadece halkla ilişkiler uzmanı değil, aynı zamanda yetişkin eğitimi uzmanına da ihtiyacı olduğu ifade edilebilir.

6. Banka personeli ile çiftçilerin arasındaki ilişki istenildiği ölçüde yakın ve samimi değildir. Bu sebebe de bağlı olarak çiftçilerin önemli bir kısmının kredi hariç diğer bankacılık hizmetlerini başka bankalardan almakta olduğu belirlenmiştir.

7. Halkla İlişkiler Müdürlüğü haricindeki personele halkla ilişkiler eğitimi verilmediğinden, personelin halkla ilişkiler konusunda yaptıklarının tamamına yakını bireysel tecrübe ve gayretlerle sınırlı kalmaktadır.

8. Çiftçilere yönelik halkla ilişkileri gerçekleştirmek konusunda yoğunlaşacak ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü bünyesinde yer alacak ayrı bir birim kurulması personel tarafından uygun görülmektedir.

9. Çiftçilerin kendilerine sunulan hizmetlerin çoğunu bilmediği ve kullanmadığı gibi gelişen bankacılıktan da istenildiği ölçüde yararlanamadığı belirlenmiştir.

10. Çiftçilerin önemli bir kısmının eğitim düzeyi oldukça düşük olup yazılı iletişime kapalıdır. Bu durum Banka-çiftçi ilişkilerine de yansımakta; yeniliklerden haberdar olmama, yeniliğe kapalılık ve yenilikleri kullanmama, sorumluluklarının farkında olmama şeklinde kendini göstermektedir.

11. Televizyon çiftçilerin en çok kullandığı ve etkilendiği kitle iletişim aracıdır. Televizyondan özellikle haber alma ve eğlence amaçlı olarak yararlanılmaktadır. Kanal tercihinde ise özel kanalların resmi kanallara göre farkedilir bir üstünlüğü saptanmıştır. Radyo ve televizyondan yetişkin eğitimi amaçlı olarak yararlanıldığına dair bir bulgu saptanamamıştır.

12. Çiftçinin Banka ve bankacılık hakkındaki öğrendiklerinin tamamına yakını sözel iletişim kanalıyla öğrenmekte olup bunda da muhtar en önemli kaynak kişi durumundadır. Banka çalışmalarında yerel önderlerden yararlanılmaktadır.

13. Banka-çiftçi ilişkileri sağlam bir araştırma ile temellendirilip, desteklenmediğinden; çiftçilerin de yeterli eğitim görmemiş olması sebebiyle Banka-çiftçi ilişkileri istenilen düzeyde değildir.

## Öneriler

Bankanın, çiftçilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarında daha başarılı olabilmesi; bu amaçla tanıma ve tanıtmada kullanılan araçların doğru seçimi ve etkili kullanımı, çiftçilerle gerçekleştirilecek halkla ilişkilerde kullanılacak yöntem ve tekniklerin belirlenmesi ve geliştirilmesi amacıyla yetişkin eğitiminden de yararlanma prensibi gözönünde bulundurularak aşağıdaki öneriler getirilebilir.

1. Çiftçilere bankacılık hizmetleri götürmeden önce, onların yetişkin eğitimini gerektiren toplumsal, ekonomik, sosyal ve eğitsel yoksunluk içinde oldukları da gözönünde bulundurularak çiftçileri tanımaya yönelik araştırmalar yapılarak çalışmalarda bu araştırmalardan yararlanılmalıdır. Zira, çiftçilerle ve genelde kamuyla sağlıklı ilişkiler kurulabilmesi için güvenilir bilgilere ihtiyaç vardır.

2. Çiftçilere götürülen halkla ilişkiler ve diğer bankacılık faaliyetleri sürekli izlenmeli, sonuçlar değerlendirilmeli diğer çalışmalar buna göre planlanmalıdır.

3. Çiftçilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarında, özellikle eğitim düzeyi düşük olanlarda, yüzyüze ve sözel iletişime ağırlık verilmelidir.

4. Çiftçiye yönelik tanıtma çalışmalarında kullanılacak halkla ilişkiler araçlarında radyo ve televizyon tercih edilmelidir. Zira çiftçiler yazılı iletişime kapalılık gösterdiği gibi yazılı materyale ulaşma, eğitim sorunu vb. gibi sebeplerle yazılı materyallerden yeterince yararlanamamaktadır.

5. Radyo ve televizyonları izleme.dinleme tercihinde çiftçiler özel kanalları daha çok tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Radyo ve televizyondaki kanal tercihi ile izlenen programların neler olduğu tanıtma çalışmalarında gözönünde bulundurulmalıdır.

6. Çiftçilerin genelde orta yaş ve üzerinde olması, yetişkin eğitimi açısından değerlendirildiğinde; orta yaş ve üzerindeki bireylerin öğrenmede ve fiziki çabada gerileme içinde olduğu gözönünde bulundurularak çiftçilerin öğrenme güçlüğü çekebilecekleri unutulmamalı, yapılacak halkla ilişkiler etkinliklerinde bu husus dikkate alınmalıdır.

7. Bankanın Ana Statüsünde yer alan yeniliği çiftçilere öğretmek, çiftçilerin eğitilmesi hususu bugüne kadar genelde tesadüflere ve bireysel gayretlere bırakılmıştır. Banka konuya yetişkin eğitimi açısından yaklaşarak daha organize ve eğitim içerikli çalışmalara yönelmelidir.

8. Çiftçiye yönelik tanıtma çalışmalarında basılı yayın olarak daha çok broşür ve afiş tercih edilmelidir. Okumaz - yazmazlara yönelik olarak hazırlanacak halkla ilişkiler materyallerinin bol resimli, sesli, sesli / görüntülü olması, okumaya dayalı bir çabayı gerektirmemesi gerekir. Çiftçiye sunulan tanıtma içerikli her türlü yayının düzenli, birbirini tamamlayıcı, bütünlüleyici olmasına özen gösterilmelidir.

9. Banka tarafından yayınlanan yazılı materyallerin içeriği ve dili geliştirilmelidir. Tanıtma ve tanıtma amaçlı araçlardan yararlanırken, durum yetişkin eğitimi açısından da değerlendirilerek karar verilmesi başarıyı olumlu yönde etkileyecektir. Zira, çiftçilerin içinde buldukları durum, onlara sadece bilgi vermeyi değil, uygulamayı da öğretici nitelikte olmalıdır. Bu nedenle etkinliklere yetişkin eğitimi boyutu da eklenmeli, yetişkin eğitiminin yöntem ve tekniklerinden yararlanılmalıdır.

10. Basılı materyalin dağıtımında posta yoluyla köylere materyal ulaştırma seçeneği değerlendirmeye tabii tutulmalı, imkanlar bu yönde zorlanmalıdır. Duruma yetişkin eğitimi

açısından bakıldığında da yoksunluk içinde bulunanlara ulaşma ve hizmet götürme zorunluluğu hizmeti veren kuruma aittir.

11. Çiftçiye götürülecek yeni bankacılık hizmetleri çiftçi yaşamı gözönünde bulundurularak değerlendirilmeli, çiftçinin kullanamayacağı ya da çiftçiye çok lüks gelen hizmetler yerine, anlaşılması ve kullanılması daha kolay hizmetler tercih edilmelidir. Dolayısıyla, götürülen hizmetin bir ihtiyaca yönelik olmasına ve ihtiyaca cevap verecek özellikte olmasına dikkat edilmelidir.

12. Çiftçiye hizmet götürmede basın yoluyla elde edilen bilgilerle yetinilmemelidir. Zira, çiftçilerin sorunlarını basına iletmeye yoksunluk içinde buldukları, gündem oluşturacak kadar etkili ve örgütlü olmadıkları unutulmamalıdır.

13. Çiftçiye, Banka tarafından götürülen hizmet ile çiftçinin mevcut bilgisi, hizmeti kullanabilirliği, hizmetten yararlanabilirliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Çiftçi hizmeti kullanamayacaksa, faydasına inanmıyorsa olumsuz olan bu durumu düzeltmek için yetişkin eğitiminden bu konuda yararlanılmalıdır.

14. Çiftçiler Banka tarafından yapılan tanıtım çalışmalarında kimi zaman yanıltıcı, aldatıcı ifadelerin yer aldığını belirtmektedir. Banka bundan sonra yapacağı çalışmalarda bu konuda daha dikkatli davranmalı, çiftçilerin bazı konuları yanlış anlayabileceği düşünülerek tanıtımda kullanılan ifadeler özenle seçilmeli, yetersiz kalman tanıtım çalışmalarında veya yanlış anlaşılabilir hususlarda personel tarafından çiftçiye yüzyüze iletişim kurularak açıklamalarda bulunulmalıdır.

15. Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde istihdam edilecek teknik ve uzman personelin bu alanda yetişmiş kişilerden seçilmesine dikkat edilmelidir. Konunun yetişkin eğitimi boyutu da çalışmada izah edildiği gibi önemli olup, özellikle çiftçilere verilecek hizmetlerde yararlanılmak üzere halkla ilişkiler biriminde yetişkin eğitimi uzmanları da bulundurulmalı, üniversitelerle bu konuyla ilgili olarak işbirliği içinde olunmalıdır.

16. Banka çiftçilere yönelik olarak gerçekleştireceği tanıtım faaliyetlerinde; yetişkin eğitiminin de halkla ilişkilerdekine benzer yeniliği halka tanıtmak, yeniliğin uygulamaya geçirilmesine katkıda bulunmak, kullanılmasını sağlamaya yardımcı olmak gibi aynı amaca yönelik çabaları bulunduğunu dikkate alarak yetişkin eğitiminden de yararlanmalıdır.

17. Banka şubelerinde müşteri ile yüzyüze ilişkide bulunan personel halkla ilişkiler konusunda hizmetiçi eğitime tabii tutulmalı, personelin hizmetiçinde kazandığı bilgi ve becerilerini uygulamaya geçirip geçiremediği takip edilmelidir.



18. Bankanın Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde görevli personelin köye tanıma ve tanıtma amaçlı olarak yeterince gitmediği belirlenmiştir. Çiftçiyi yerinde görerek tanıma ve araştırma çalışmalarına ağırlık verilmelidir.

19. Evrakın eksikliği hem Bankayı hem de çiftçiyi ilgilendirdiğinden, çiftçilerin bu konuda daha dikkatli olması, Bankanın da iş ve işlemlerinde kırtasiyeciliği en aza indirerek bu konuda çiftçiye daha çok yardımcı olması gerektiği söylenebilir. Zira halkla ilişkiler çalışmalarına esas teşkil edecek faaliyetleri hedef kitlelerin ihtiyaçları belirleyecektir. Burada Bankanın Halkla İlişkiler Müdürlüğü ilgili birimlerle bir araya gelerek sorunun çözümüne yönelik öneriler üretmeli ve bu çözüm önerilerin uygulamaya geçirilmesi için gereken çalışmaları yapmalıdır. Sorunun çözümü için yapılacak çalışmalarda sadece Banka içi görüşmelerle yetinilmeyip, basın dosyası ve çiftçiye hizmet veren diğer hizmet birimleri ile görüşmeye özen gösterilmelidir.

20. Çiftçilerin bir kısmı Tarımsal Kredi'yi kimi zaman amacı dışında da kullandığını belirtmiştir. Bu durumun özellikle çiftçileri geri ödemede zorda bıraktığı düşünülerek ve sorunun Bankayı da güç duruma soktuğu hatırlanarak, Tarımsal Kredi'nin amacı doğrultusunda kullanılması için çiftçiler bilinçlendirici yönde çalışmalar başlatılmalıdır. Çiftçiye parayı vermekle birlikte, paranın en doğru nasıl kullanılacağı ve değerlendirileceği yetişkin eğitiminin tümleyici eğitim özelliklerinden yararlanılarak anlatılmalıdır.

21. Çiftçi Bankaca sunulan bazı haklarının da farkında değildir. Bunun için Bankanın yetişkin eğitimi kaynaklı bir etkinlik olan "bilinçlendirme" eğitimi yapması uygun olacaktır.

22. Çiftçi Bankanın yeni hizmetlerini yeterince bilmemekte ve takip etmemektedir. Tanıtma amaçlı yapılacak halkla ilişkiler çalışmalarında, yetişkin eğitiminin "yeniliğe uyum" boyutundan yararlanmak Bankanın bu konudaki başarısını olumlu yönde etkileyecektir.

23. Bankanın çeşitli yayınlarının çiftçi tarafından çoğunlukla "uygulanması mümkün olmayan şeylerden bahsediyor" şeklinde değerlendirilmesi, özellikle çiftçinin Banka hakkında yeni bilgileri ve uygulamaları öğrenmesini olumsuz olarak etkileyecektir. Bu durumun çiftçiyi Bankadaki gelişme ve değişimleri öğrenmede güdü eksikliği içine iteceği söylenebilir. Söz konusu durumu olumlu yöne çekecek girişimler derhal başlatılmalıdır.

24. Banka hizmetlerini duyma, öğrenme, uygulama aşamalarındaki kopukluğu gidermeye yönelik çalışmanın esasını teşkil edecek; çiftçilerde öğrenme aşamalarını belirleyici araştırmalar yapılmalıdır.

25. Çiftçi değerlendirmelerinin Bankaca dikkate alınması çiftçiye götürülen hizmetlerin yenilenmesi, geliştirilmesi kaynak israfının önlenmesi bakımından önemlidir. Böylesi bir yaklaşımın yukarıdaki faydaların yanısıra çiftçi-Banka ilişkilerini olumlu olarak etkileyeceği, Banka uygulamalarını öğrenmeyi güdüleyeceği, çiftçinin Bankaya ilgisini artırmaya yönelik katkıları olacağı söylenebilir.

26. Banka çiftçilerin sözel iletişime daha açık olmasını ve muhtarın köyde bankacılık konusunda sözüne en çok güvenilir kişi olmasını halkla ilişkiler açısından en iyi biçimde değerlendirilmeli bu amaçla yeni politikalar geliştirilmelidir.



"The Evaluation of the Studies of Public Relations Toward Agricultural Population in Scope of Adult Education of T.C. Ziraat Bank (Haymana and Polatlı Samples)" Master Thesis

### SUMMARY

Approximately the half of the population of Turkey lives in rural areas and deal with agriculture. The government take & apply some precautions to provide better standards of living to the people who live in rural areas. Some part of this precautions which are related to agriculture and banking is tried to be performed by Ziraat Bank as a government bank.

What are the public relation activities of the bank toward the farmers? What are the problems and solution proposals about this issue? How can this studies can be evaluated in scope of adult education? For this purpose, the public relation activities of the bank is reviewed generally, the actions of public relations toward farmers are determined and evaluated in scope of adult education.

We can list the findings as the followings. The education level of the bank personnel is high. But, they are not trained enough about public relations issue. Bank uses brochures & posters for advertising their purposes a lot and uses often television and radio. But, enough research was not performed about public relation activities and adult education was not used in these studies. It was observed that improvement of the relations with farmers needs foundation of a sub-department which can perform public relations toward farmers.

Farmers are generally primary school graduates, has not enough soil, has no interest toward textual materials, use radio and television as an entertainment and information purposes, watch and listen private television and radio stations much more, use the verbal communication channel and explain that they know a little information about the banking facilities provided to them. Farmers also say that banks do not behave them closely and sincerely. They can not deal with publications of bank reaches them a little. They desire that Banks' publications should easily reach them and when publication is prepared the properties of the target population should be taken in consideration carefully. They say that they go to bank to take credit and give back payment and want that bank should simplify the procedures, to make better the back payment.

It was proposed that bank should give base to the studies of public relations by researches with the usage of adult education that will benefit to the public relations toward farmers when taking into consideration of poverty of them.

## KAYNAKÇA

- Abadan, Nermin. Modern Toplumlarda Halkla Mnasebet. TODAİ Yay. Ankara : 1964.
- Acar, Muhittin. Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler DPT Yay. No : 2337 Ankara : 1994.
- Ağın, Ali. Yetişkinlerin rgn Mesleki Eğitimi (Ankara rneği) Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, A..S.B.E. Ankara:1988.
- Akdur, Süheyl. Belediyelerde Basın ve Halkla İlişkiler, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi TODAİ, İzmir : 1987.
- Akın, Hatice. Tarım sal Kredi Politikaları. DPT Ankara : 1986.
- Akpınar, Haldun. Daha Hızlı, Daha Güçlü, Daha Yüksek, Türkiye Bankalar Birliği Yay. No : 172 Ankara : 1993.
- Alemdar, Korkmaz. Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, Ankara : 1988.
- , -----, "Tarih ve İletişim" İletişim, A.İ.T.İ.A. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yay. No . 2 Ankara : 1981.
- Asna, Alaaddin. Halkla İlişkiler, Bankalar Birliği Yay. Ankara : 1978.
- , -----, Halkla İlişkiler, TODAİ Yay. Sevinç Matbaası. Ankara: 1969.
- , -----, Bankacılar İçin Halkla ilişkiler Bilgisi, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Ens. Yay. No : 221 Ankara : 1988.
- , -----, Halkla İlişkilerin Türkiye'de Benimsenmesi, Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, ABYO-TODAİ Yay. Ankara : 1988.
- Aydın, Vedat. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler M.P.M. Yay. Ankara:1970
- Ayhan, Serap. Ankara'daki Yetişkin eğitimi Merkezlerinde Açılan Kurslara Katılanların Demografik zellikleri, Katılmalarını Güdüleyen Etmenler ve Programa İlişkin Görüşleri Yayımlanmamış Doktora Tezi, A..S.B.E. Ankara:1988.
- Aziz, Aysel . Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim, İLAD Yay. No:3 Ankara:1990.
- , -----, Radio ve Televizyonla Eğitim, AEF Yay. No:2 Ankara:1982.
- , -----, Kırsal Kesim Toplumsallaşmasında Radio ve Televizyon Basılmamış Doçentlik Tezi, AÜSBE, Ankara : 1979.
- BANKSİS. Banka ve Hizmet Sektöründe Yeni Teknolojinin Doğurduğu Sorunlar ve Ele Alınması Gereken nlemler. BANKSİS Yay. No : 23 İstanbul:1986 .

- Başaran, İ. Ethem Eğitim Psikolojisi, MEB Öğretmeni İşbaşında Yetiştirme Bürosu Yay. Ankara: 1966
- Baydar, Hüsnü. Tarımsal Yayım Hizmetlerinin Türkiye'de Tarihi Gelişimi ve Yayın Örgütleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, TODAİ Ankara : 1984.
- Bozkurt, Aycan. Türkiye'de Trafik Sorunu ve Halkla İlişkiler, TODAİ Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara : 1984.
- Büyük Larousse. Sözlük ve Ansiklopedisi, İstanbul : 1992.
- Cüceloğlu, Doğan. İnsan İnsana, Altın Kitaplar, Ankara : 1979.
- Çadırcı, Suat. Halkla İlişkiler, Güven Matbaası Ankara : 1977.
- Çakmak, Yusuf. Maliye Örgütlerinde Halkla İlişkiler, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Today, Ankara : 1987.
- Çeliker, Meral. Eğitim Örgütlerinde İletişim, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Çetin, Muharrem. Halkla İlişkilerin Verimliliğe Etkisi Ve Tarım Kredi Kooperatifleri Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, GÜSBE, Ankara : 1987.
- Daloğlu, Cüneyt. Banka İşletmelerinde Ast-Üst İlişkileri Nasıl Olmalıdır? Türkiye Bankalar Birliği Ankara Eğitim Merkezi Ankara : 1972
- Daniel, Benor- Harrison- Michael, Baxter Q. Tarımsal Yayım, Eğitim ve Ziyaret Sistemi, Çev. Mehmet Küçükkurt E.Ü. Ziraat Fakültesi Yay. İzmir : 1988.
- Dickerman, Watson. Türkiye'de Yetişkin eğitimi Hakkında Rapor Maarif Vekaleti VI. Milli Eğitim Şurası Dökümanları Ankara:1956
- DİE Tarımsal Yapı ve Üretim, 1990 Ankara : 1993.
- Tarımsal Üretim Değeri 1989, Ankara : 1993.
- Temel Ekonomik Göstergeler Ankara : 1988.
- Türkiye İstatistik Cep Yıllığı, DİE Matbaası, Ankara.1991.
- Doğancı, Kemal. Bankacılıkta Halkla İlişkiler Uygulamaları, Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, AÜBYYO-TODAİ Yay. Ankara : 1988.
- DPT Yeni Strateji ve Kalkınma Planı 3. BYKP Ankara:1973
- DPT Tanıtmaya ve Kamuoyunu Aydınlatmaya V. B.Y.K.P. Ö.İ.K. Raporu Ankara 1983
- Durgun, Şenol. H.İ. de İletişimin Önemi ve Kitle İletişim Araçlarının Rolü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, GÜSBE, Ankara : 1989.

- Edik, Yılmaz. Federal Almanya'daki Tarımsal Kooperatifler, Pazar Ekincileri İstihsal , AÜEBF Yay. No:73 Ankara:1978.
- Ertekin, Yücel. Halkla İlişkiler Geliştirilmiş 3. Baskı TODAİ Yay. No : 259 Ankara : 1995.
- Geray, Cevat. Kooperatifleri Yay. No : 1 Mars Matbaası Ankara : 1970.
- Göksel, Ahmet. Bülent. Halkla İlişkiler İzmir : 1990.
- Gökyay, Birten. Endüstride Halkla İlişkiler (Panel-Tartışma) MPM Yay. No:75 Ankara:1970
- Günay, Kadir. Tarımı Destekleme Politikası ve Finansmanı, İşletme ve Finans Dünyası, Şubat'93 İstanbul :1993.
- Güneş, Firdevs. Basın Yoluyla Yetişkin eğitimi. MÜFEBD Sayı:2 İstanbul :1990.
- .----- . Halk Eğitimcilerin Yetiştirilmesi ve İstihdamı Yayınlanmamış Doktora Tezi, A.Ü.S.B.E. Ankara:1988.
- .----- . Yetişkin Eğitimi (Halk Eğitimi) Ocak Yay. Ankara:1996.
- Gürkan, Ömer. Tarımsal ve Sınai Gelişme Önünde Blokaj Etkisi Yararatan Faktörlerin Türkiye'nin Geleceği Açısından Önemi, İşletme ve Finans Dünyası, Şubat'93 İstanbul : 1993.
- Güz, Hanife. Halkla İlişkilerin Amaçları (Örgütsel Amaçlar İçinde Halkla İlişkilerin Amaçlarının Yeri, Önemi ve Sınıflandırılması), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, GÜSBE, Ankara : 1992.Haymana Tarım İlçe Müdürlüğü.
- Haymana Tarım İlçe Müdürlüğü Brifing Notları, Ankara : 1994.
- Hazar, Nurettin. T.C.Z.B. 1863-1983, Fon Matbaası Ankara:1986.
- Hekimgil, M. Emin. Halkla İlişkiler (Reklam ve Propaganda) Ankara : 1968.
- İşkyakar, A. Fikret. Halkla İlişkiler IPRA Raporu Açıköğretim Fak. Yay. Eskişehir:1987.
- İloğlu, Asım Süreyya. İsviçre'de Zirai Kredi Kooperatifleri. 2. Baskı Ziraat Bankası Yay. Ankara : 1961.
- .----- . Memleketimizde Teşkilatlı Zirai Kredi, Ziraat Bankası Yay. Ankara : 1968.
- İlter, Sıtkı Şahap. Ziraat Bankasının Dünü Bugünü. Baynur Matbaası Ankara : 1967.
- İrs, Nurettin. Tarımsal Destekleme Politikası TCZB Zirai Krediler Müdürlüğü (Uzmanlık Tezi) Ankara:1992.
- Kadıbeşgil, Salim. Halkla İlişkilerde Temel İlkeler İzmir:1986.



- Kaplan, Yusuf. Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon, Alternatif Üniversite, Ağaç Yayıncılık, İstanbul : 1992.
- Karasar, Niyazi. Bilimsel Araştırma Yöntemi. Kavramlar Ankara:1986.
- , -----, Araştırmalarda Rapor Hazırlama. Beşinci Basım. Ankara: 1991.
- Kayacan, İsa. Genel Olarak Kamu Kuruluşlarında ve Orman Bakanlığında Basın ve Halkla İlişkiler. Orman Bakanlığı Yay. Ankara : 1980.
- , -----, Orman Bakanlığı ve Basınla İlgili İncelemeler. Ece Yay. İKA Dizisi : 62 Ankara : 1980.
- Kazancı, Metin. Halkla İlişkiler. Olgaç Matbaası. Ankara:1982.
- Kaya, Abdullah. Avrupa Topluluğunun Tarım Politikası ve Türkiye Tarımı TCZB Krediler Müdürlüğü (Uzmanlık Tezi) Ankara:1992.
- Kılıç, Eşref. Yetişkin eğitiminde Kuram ve Uygulama TODAİE Ankara:1981.
- Lowe, John. Dünyada Yetişkin Eğitime Toplu Bakış UNESCO Türkiye Milli Komisyonu (Çev. Turhan Oğuzkan) Ankara:1985.
- Mardin, Betül. Halkla İlişkilerin Amerika'da Gelişimi ve Avrupa'ya Girişi. Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, AÜBYYO-TODAİ Yay. Ankara : 1988.
- M.E.B. Yetişkin eğitimi Yıllığı 1960-70 Ankara:1973
- M.E.B. Milli Eğitim Reformu Çalışma Grubu Raporu, Çoğaltma, Ankara:1972.
- M.E.B. Milli Eğitim Temel Kanunu Resmi Gazete 14574, Ankara:1973.
- M.E.B. Yetişkin eğitimi Raporu MEB VI Milli Eğitim Şurası, Ankara:1962.
- M.E.G.S.B. Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü Çalışmaları , Ankara 1985.
- Mevci, Aslan. Televizyonun Tarımcı Teknik Elemanların Eğitimine Etkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi A.Ü.S.B.E Ankara : 1986.
- M.P.M. Endüstride Halkla İlişkiler Panel, tartışma M.P.M. Yay. No : 75 Ankara : 1970.
- , Halkla İlişkiler Semineri M.P.M. Yay. No : 106 Ankara : 1982.
- , Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler M.P.M. Yay. No : 100 Ankara : 1970.
- , Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri M.P.M. Yay. No : 199 Ankara : 1976.
- Mihçioğlu, Cemal. Halkla İlişkiler Semineri. M.P.M. Yay. No : 106 Ankara : 1971.

- . Kamusal İlişkiler. Ankara : 1987.
- . Kamusal İlişkiler Nedir? (MPM Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Yay. No:199) Ankara : 1976.
- Nalbant, Hicri. Tarım Hizmetlerinde Tarım Kesiminin Yeniden Düzenlenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, TODAİ, Ankara : 1983.
- NOLTE, L.W. Fundamentals of Public Relations, (New York:Pergamon Press, 1974.
- Orrick, James. Halkla İlişkiler Ders Notları. Çev. Oğuz Onaray. AÜSBFBYYO Yay. No:1 Ankara:1967.
- Oskay, Ünsal. 19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. Ankara : 1982.
- . Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon. AÜBYYO Yay. No : 2 Ankara :1971.
- Özel, Nuran Bankacılıkta Halkla İlişkiler. TODAİ Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara : 1986.
- Ozankaya, Özer. Toplumbilimine Giriş AÜSBF Yay. Ankara:1982.
- Özgüven, İ. Ethem. Görüşme İlke ve Teknikleri 2.Baskı. Ankara : 1992
- Özkaya Tayfun ve Diğerleri. Tarımsal Araştırmalar Uygulamaya Yansıyor mu? TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Yayın Organı Sayı : 35 Ankara : 1990.
- Özkök, Ertuğrul. İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü. Tan Yayınları 1.Baskı
- Polatlı Tarım İlçe Müdürlüğü.Polatlı İlçe Tarım Müdürlüğü Brifing Notları. Ankara :
- Resmi Gazete. 09.11.1984 Sayı : 18570
- . 26.09.1993 Sayı : 19233
- Sancar, Yasemin. Kurum-Çevre İletişiminde Basın ve Halkla İlişkiler (BELKO Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi AÜSBE, Ankara : 1993.
- Sakabaş, Güven. Toptancı Bankacılık Türkiye Uygulaması ve Tarım Finansmanı TCZB Zirai Krediler Müdürlüğü (Uzmanlık Tezi) Ankara:1992.
- Sidney, L. P. Robinson, Psikoloji ve Yeni Eğitim, (Çev. Hasan TAN,) Öğretmen Kitapları :73, Pressy, Francis, İstanbul:1975.
- Şen, Semra-Şen, Semra- Halkla İlişkiler DPT. Yay. Ankara:1974.
- Şenocak, Cemalettin. Yayın ve Haberleşme. Güzel Sanatlar Matbaası Ankara : 1967

Seriye,	Sezen.	<u>Belediyelerde Halkla İlişkiler</u> . TODAİ Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara : 1988
Tarım Kredi .	Kooperatifleri	<u>Tarım Kredi Kooperatiflerinde Atatürk İle 50 Yıl</u> . Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği Genel Müdürlüğü Yay. No : 18 Ankara . 1986.
Tekin,	Meral.	<u>Örgün Yetişkin Eğitim Programlarına Katılmaya Güdüleyen Etmenler ve Yetişkinlerin Katılmada Karşılaştıkları Güçlükler</u> Yayınlanmamış Doktora Tezi, A.Ü.S.B.E. Ankara:1988.
TODAİ.		<u>İdarenin Yeniden Düzenlenmesi "İlkeler ve Öneriler"</u> , TODAİ Yay. Ankara : .
-----		<u>İdarenin Yeniden Düzenlenmesi İlkeler ve Öneriler</u> (Merkezi Hükümet Teşkilatı Projesi Yönetim Kurulu Raporu), Ankara : 1966.
Toğaç,	Ahmet.	<u>Türk Köyünde Modernleşme Eğilimleri</u> . Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara :1982.
Tokgöz,	Oya.	<u>Gazetecilik-Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi</u> , Halkla İlişkiler Sempozyumu-87 AÜBYYO-TODAİ Yay. Ankara . 1988.
Tokgöz,	Oya.	<u>Temel Gazetecilik</u> , SBF Yayını, Ankara 1981.
Tolan,	Barlas.	<u>Toplum Bilimlerine Giriş</u> . Ankara : 1985.
Toprak,	Meral.	<u>Bankacılık Sektöründe Bilgisayar Kullanımı</u> M.P.M. Yay. No : 452 Ankara : 1991.
Tor,	Hacer.	<u>Türkiye'de Tarımsal Yayın Eğitiminin Yetişkin eğitimi Açısından Değerlendirilmesi</u> . Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
Tortop,	Nuri.	<u>Halkla İlişkiler</u> . TODAİ Yay. Sevinç Matbaası. Ankara:1975
Tunaşar,	Seyhun.	<u>Halkla İlişkiler</u> (Teksir).
Tuncer,	Haydar Oğuz.	<u>Tarımın Türkiye Ekonomisine Katkısı</u> TOBB yay. Ankara : 1990.
Tüfekçi,	Nurettin.	<u>Hastanelerde Halkla İlişkiler</u> , Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, TODAİ, Ankara : 1987.
Türk Belediyecilik	Derneği	<u>Mahalli İdarelerde Halkla İlişkiler</u> Türk Belediyecilik Derneği Yay. Ankara:1968
Türkiye Bankalar .	Birliği.	<u>Bankacılıkta Ödeme Sistemlerinin Otomasyonu Elektronik Fon Transfer Sistemleri</u> , Türkiye Bankalar Birliği Yayını Ankara :1990.
Türkiye Ziraat	Odaları Birliği.	Türkiye Ziraat Odaları Birliği. <u>Türk Tarımının Sorunları ve Çözüm Yolları</u> . Ankara : 1972.

- TÜSİAD. 1994 Yılına Girerken Türkiye Ekonomisi Tüsiad Yay. İstanbul : Ocak-1994.
- UNESCO, Yetişkin Eğitimi Terimleri Sözlüğü (Çev. Ferhan OĞUZKAN) Ankara : 1985
- Uysal, Birkan. Halkla İlişkiler Ders Notları TODAİE Ankara:1977.
- Ünlü, Tahsin. T.C. Ziraat Bankasının Memur-Müşteri İlişkileri, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Varol, Bülent. Tarımsal Yayım Eğitiminin Uygulama ve Benimsenme Sorunları, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara : 1991.
- Varol, Muharrem. Halkla İlişkilerde Toplumbilimsel Bir Yaklaşım (A.Ü.B.Y.Y.O. Yıllık) Ankara:1988.
- , Türkiye'de Halkla İlişkilere Bakış (İki Toplantının Ardından -Yıllık-) Ankara Üniversitesinin Kuruluşunun 40. Yılına Armağan A.Ü.B.Y.Y.O. Ankara:1987.
- , PR Etkinlikleri, Kuruluşun Verimliliği ve Örgütsel Başarıyı Yakalamasını Kolaylaştırır Anahtar Dergisi Kalkınmada Verimlilik MPM Aylık Yayın Yıl:2 Sayı:20 Ankara:1990.
- , Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş A.Ü. İletişim Fakültesi Yay. No:2 Ankara:1993.
- , Siyaset ve Halkla İlişkiler (Bir Başlangıç) Ankara:1994.
- , Örgüt Kültürü ve Verimlilik Verimlilik Dergisi 1989/1 MPM Yay. Ankara:1988.
- , Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi AÜSBF Yay. C.XLIV, Ankara:1989
- , Yönetim ve İletişim AÜBYYO Yıllık 1989-1990 (N. Abadan UNAT'a Armağan) AÜBYYO Yay. Ankara:1991.
- Vural, Selahattin. Ankara Maltepe Halk Eğitim Merkezinde Sanayi Eğitimi Kurslarına Devam Eden Yetişkinlerin Özellikleri ve Eğitim İhtiyaçları İle Kursları Algılama Üzerinde Bir Çalışma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, AÜSBE, Ankara : 1987.
- Yalçındağ, Selçuk. Yönetim-Halk İlişkileri TODAİE, Ankara:1974.
- Yasa, İbrahim. 25 Yıl Sonra Hasanoğlan Köyü (Karşılaştırmalı Bir Toplumbilimsel Araştırma), AÜSBF.Yay. No : 270 Ankara Üniversitesi Basımevi : 1969.
- , -----, Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Temel Sorunları TODAİE, Ankara:1970.

- Yaşa, Memduh. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ekonomisi Akbank Kültür Yay. İstanbul:1980.
- Yavuz, Necati. Bankacılıkta Halkla İlişkiler. Emlak ve Kredi Bankası Yay. No:6 Ankara:1972.
- Yeğenoğlu, Feridun. Halkla İlişkiler ve Emekli Sandığı Uygulaması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, TODAİ, Ankara : 1982.
- Yurdakul, Ülker. Emniyet Hizmetlerinde Halkla İlişkiler, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, TODAİ, Ankara : 1983.
- Ziraat Bankası. Ziraat Bankası Nizamnamesi. Hilal Matbaası İstanbul : 1961.
- , T.C. Ziraat Bankası Genel Müdürlüğü 100 Yıllık Bir Teşkilat Ziraat Bankası Yay. Ankara : 1975.
- , Ziraat Bankası Dergisi. Haziran.1991. Ankara:1991.
- , Ziraat Bankası Dergisi. Mayıs.1991. Ankara:1991.
- , Ziraat Bankası Dergisi. Ocak.1991. Ankara:1991.
- , Ziraat Bankası Dergisi. Eylül.1991. Ankara:1991.
- , Ziraat Bankası Dergisi. Ekim-Kasım.1991. Ankara:1991.
- , Ziraat Bankası Dergisi. Sayı.2 Ankara:1992.
- , Ziraat Bankası 1993-1988 Ankara : 1994.
- , Su Ürünleri Kredileri. Ankara:1992.
- , Özel Tarımsal Krediler. Ankara:1992.
- , TC Ziraat Bankası 1987.Ankara:1988.
- , Tarıma Tam Destek. Ankara:1992.
- , T.C. Ziraat Bankası 1988-1993 faaliyetleri. Ankara : 1994.
- , Tüm Yönleriyle Ziraat Bankası Z.B. Eğitim Yay. Ankara:1994.

***E K L E R***





### **SAYIN PERSONEL**

Anket, ZİRAAT BANKASI'nın çiftçilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarının değerlendirilmesi amacıyla yapılan, akademik çalışmanın bir parçasıdır.

Anket uygulamakla ulaşılmak istenen amaç, Banka'nın halkla ilişkiler çalışmalarının neler olduğu, varsa eksikliklerinin belirlenmesi, konuyla ilgili olarak sizlerin tespiti, değerlendirmesi, görüş ve önerilerinizin toplanmasıdır. Cevaplanan anketler Banka'nın halkla ilişkiler çalışmalarına ışık tutacağı gibi çiftçilere daha iyi hizmet verilmesine ve verilen hizmetin geliştirilmesine de yardımcı olacaktır.

Araştırmaya yapacağınız en büyük katkı soruları açık ve samimi olarak cevaplandırmanızdır. Anketi cevaplandırmanız için gerekli resmi izin alındığından yasal bir sorun yoktur. Ayrıca ankete ad, soyad yazılmadığı için cevaplayanın belirlenmesi mümkün olmadığı gibi cevaplanan anketlere araştırmacı hariç hiç kimse tarafından ulaşması da söz konusu değildir.

Araştırmaya yapacağınız katkılardan dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Salim KOŞAR

**ZİRAAT BANKASI PERSONEL ANKETİ*****I. KISIM*****Personele İlişkin Kimlik Bilgileri**

1.Kaç yaşındasınız?

- 1.( )20-27
- 2.( )28-35
- 3.( )36-43
- 4.( )44-51
- 5.( )51 ve daha fazla

2.Medeni durumunuz?

- 1.( )Bekar
- 2.( )Evli
- 3.( )Boşanmış, dul

3.Cinsiyetiniz?

- 1.( )Bayan
- 2.( )Erkek

4.Görev yaptığınız yer neresidir?

- 1.( )Halkla İlişkiler Müdürlüğü
- 2.( )Zirai Krediler Müdürlüğü
- 3.( )Banka şubesi

5.Göreviniz nedir?

- 1.( )Halka İlişkiler Müdürlüğü'nde Yönetici
- 2.( )Halka İlişkiler Müdürlüğü'ndeUzman
- 3.( )Halka İlişkiler Müdürlüğü'ndeTeknik Personel
- 4.( )Zirai Krediler Müdürlüğü'ndeYönetici
- 5.( )Zirai Krediler Müdürlüğü'ndeMühendis
- 6.( )Banka şubesinde yönetici
- 7( )Banka şubesinde mühendis

## 6.Ziraat Bankası'nda ve şu anda bulunduğunuz birimde çalışma süreniz nedir?

Çalışma Yeri ve Süresi	1-5 yıl	6-10 yıl	11-15 yıl	16-20 yıl	21 ve daha fazla
Kaç Yıldır Ziraat Bankası'nda Çalışıyorsunuz?	( )	( )	( )	( )	( )
Şu Anda Bulduğunuz Birimde /Bankada Kaç Yıldır Çalışıyorsunuz?	( )	( )	( )	( )	( )

## 7.Öğrenim durumunuz nedir?

- 1.( )İlkokul
- 2.( )Ortaokul
- 3.( )Lise
- 4.( )Yüksekokul, fakülte

## 8.Halkla ilişkiler konusunda eğitim-öğretim gördünüz mü?

Eğitim Görülen Yer	Evet ( )	Hayır ( )
Üniversitenin Halkla İlişkiler Birimini Bitirdim	( )	( )
Bankanın Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde Göreve Başlamadan Önce Banka'da Kurs Gördüm	( )	( )
Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde Çalışırken Hizmet İçi Eğitim Kursuna Devam Ettim	( )	( )
Kendi İmkanlarımla Özel Kursa Gittim	( )	( )
Diğer....		

## 9.Televizyon izleme, radyo dinleme alışkanlığınız nasıldır?

Yayın Aracı	Hiç izlemem / dinlemem	Günde 1-3 saat	Günde 4-6 saat	Günde 7-9 saat	9 saat ve daha fazla
Televizyon İzleme	( )	( )	( )	( )	( )
Radyo Dinleme	( )	( )	( )	( )	( )

## 10.Televizyonda hangi yayınları izlersiniz?

Yayın Adı	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Aktüel Haber	( )	( )	( )	( )	( )
Arkası Yarın	( )	( )	( )	( )	( )
Bankanın Hazırlayıp Sunduğu Yayınlar	( )	( )	( )	( )	( )
Belgesel	( )	( )	( )	( )	( )
Dini Yayınlar	( )	( )	( )	( )	( )
Dizi Film	( )	( )	( )	( )	( )
Gençlik Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Haberler	( )	( )	( )	( )	( )
Kadın Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Reklam	( )	( )	( )	( )	( )
Sanat, Kültür Ve Sohbet Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Şarkı-Türkü (Eğlence Programı)	( )	( )	( )	( )	( )
Sinema	( )	( )	( )	( )	( )
Spor	( )	( )	( )	( )	( )
Yarışmalar	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer....	( )	( )	( )	( )	( )

## 11.Radyoda hangi yayınları dinlersiniz?

Yayın Adı	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Aktüel Haber	( )	( )	( )	( )	( )
Bankanın Hazırlayıp Sunduğu Yayınlar	( )	( )	( )	( )	( )
Dini Yayınlar	( )	( )	( )	( )	( )
Eğitici Programlar	( )	( )	( )	( )	( )
Gençlik Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Haberler	( )	( )	( )	( )	( )
Kadın Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Reklam	( )	( )	( )	( )	( )
Sanat, Kültür Ve Sohbet Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Şarkı-Türkü (Eğlence Programı)	( )	( )	( )	( )	( )
Spor	( )	( )	( )	( )	( )
Yarışmalar	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

## 12.Gazetede aşağıdaki yazıları ne kadar sıklıkla okuyorsunuz?

Yazı Adı	Hiç	Bazen okurum (Az)	Haftada 1-2 gün okurum (Oldukça)	Haftada 3-4 gün okurum (Çok)	Hergün okurum (Çok Fazla)
Ana başlıklar	( )	( )	( )	( )	( )
Ekonomi	( )	( )	( )	( )	( )
Günlük Olaylar	( )	( )	( )	( )	( )
İlanlar	( )	( )	( )	( )	( )
Köşe Yazıları	( )	( )	( )	( )	( )
Magazin Yazıları	( )	( )	( )	( )	( )
Reklamlar	( )	( )	( )	( )	( )
Sanat Haberleri	( )	( )	( )	( )	( )
Spor	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

**Personelin Mevcut Duruma İlişkin Görüşleri**

## 13.Çiftçiye yönelik broşürlerin yayınlanması konusunda öneriyi kim getirir?

*(Bu soruyu yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeli cevaplayacaktır.)*

- 1.( )Yayını yapmak isteyen birim
- 2.( )Halkla İlişkiler Müdürlüğü
- 3.( )Diğer

## 14.Yazılı yayını hazırlamada Halkla İlişkiler Müdürlüğü hangi aşamada katkıda bulunur?

*(Bu soruyu yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeli cevaplayacaktır.)*

- 1.( )Yayının dili
- 2.( )Yayının düzenlenmesi
- 3.( )Sadece basımı
- 4.( )Yayının hazırlanmasının başından sonuna kadar bilgisi ve katkısı olur
- 5.( )Diğer..

15.Çiftçiye yönelik olarak hazırlanan broşürlerin vb. basılı yayınların çiftçiye ulaşımı nasıl gerçekleştiriliyor?

- 1.( )Banka şubelerine gönderiliyor
- 2.( )Direkt çiftçinin adresine postalanıyor
- 3.( )Köy muhtarına postalanıyor
- 4.( )Köye giden Ziraat Bankası personeli dağıtıyor
- 5.( )Bilgim yok
- 6.( )Diğer....

16. Halkla İlişkiler Müdürlüğünde çalıştığınız süre içinde tarım kesimine

(köye, kasabaya, bucağa) halkla ilişkiler kapsamında tanıma ve tanıtma amacıyla kaç defa gittiniz?

(*Bu soruyu yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeli cevaplayacaktır.*)

Gitme Sıklığı	Hiç Gitmedim	1-5	6-10	11 ve daha çok	Cevap Vermedi
Tanıtma Amaçlı	( )	( )	( )	( )	( )
Tanıma Amaçlı	( )	( )	( )	( )	( )

17.Halkla İlişkiler Müdürlüğünce olarak yapılan çalışmalar nelerdir?

Yapılan Çalışmalar	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Araştırma-İnceleme Çalışmaları Yapma	( )	( )	( )	( )	( )
Basılı Yayın Hazırlama (Dergi, Broşür vs.)	( )	( )	( )	( )	( )
Gezi ve Toplantıları Organize Etme	( )	( )	( )	( )	( )
Radio ve Tv. Yayını Hazırlama	( )	( )	( )	( )	( )
Reklam Çalışmaları Yapma	( )	( )	( )	( )	( )
Sergiler Düzenleme	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...					

18.Banka basın dosyası tutuyor mu?

(*Bu soruyu yalnızca Halkla İlişkiler Müdürlüğü personeli cevaplayacaktır.*)

- 1.( )Evet
- 2.( )Hayır

19.(18.Soruya evet cevabını verenler tarafından cevaplandırılacak)

Basın dosyasından aşağıdaki hususlarda ne derece faydalanılıyor?

Faydalanan Konu	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Geri ödeme sürelerinin belirlenmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Kredi limitinin belirlenmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Kredinin verilmesi ve geri ödenmesi konusunun değerlendirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum dışı koordinasyonun geliştirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum içi koordinasyonun geliştirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum içi koordinasyonun geliştirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Materyal dağıtım ağının geliştirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Tanıma araçlarının geliştirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )
Tanıma araçlarının geliştirilmesinde	( )	( )	( )	( )	( )

20.Gelişen bankacılık, aşağıdaki konularda çiftçilere olumlu olarak yansısı mı?

Yenilikler / Gelişmeler	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Evrakların kontrolü konusunda işlemler hızlandı	( )	( )	( )	( )	( )
Evrakların muhafazası konusunda işlemler hızlandı	( )	( )	( )	( )	( )
Kredi talebi aşamasındaki hizmet hızlandı	( )	( )	( )	( )	( )
Kredi talebindeki ipotek işlemleri hızlandı	( )	( )	( )	( )	( )
Kredinin bankaya geri ödenmesi konusunda işlemler hızlandı	( )	( )	( )	( )	( )
Kredinin çiftçiye ödenmesi konusunda işlemler hızlandı	( )	( )	( )	( )	( )
Bilgim yok	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

## 21.Halkla İlişkiler konusunda karşılaşılan sorunlar nelerdir?

Sorun	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Bankanın Örgüt Yapısı (Ast-Üst İlişkileri)	( )	( )	( )	( )	( )
Çiftçinin Eğitim Düzeyi	( )	( )	( )	( )	( )
Köylere Ulaşım	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum İçi Koordinasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum Dışı Koordinasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Nitelikli Personel Sıkıntısı	( )	( )	( )	( )	( )
Tanıma ve Tanıtma Araçlarının Finansmanı	( )	( )	( )	( )	( )
Yazılı Materyal Dağıtımı	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

**Personel Değerlendirmeleri**

## 22.Halkla ilişkiler çalışmalarında Bankanın aşağıdaki hususlara yaklaşımı nasıldır?

Çalışma Konusu	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Banka Halkla İlişkiler Ve Tarım Kesimine Yönelik Yaptığı Çalışmaları <i>Banka Bünyesindeki İlgili Birimlerle Görüşüp Değerlendiriyor</i>	( )	( )	( )	( )	( )
Banka Halkla İlişkiler Ve Tarım Kesimine Yönelik Yaptığı Çalışmaları -Üniversite, Dernek, Vakıf, Oda Vb.- Kuruluşlarla Görüşüp,Değerlendiriyor	( )	( )	( )	( )	( )
<i>Bankaca Yayınlanmış Yazılı Yayınlar Konusunda Araştırma Yapılıyor</i>	( )	( )	( )	( )	( )
<i>Bankanın Radyo-Tv Aracılığıyla Yaptığı Yayınlarla İlgili Araştırma Yapılıyor mu?</i>	( )	( )	( )	( )	( )
Halkla İlişkiler Çalışmaları Belirlenirken <i>Çiftçilerden Gelen İstekler Gözönünde Bulunduruluyor</i>	( )	( )	( )	( )	( )
<i>Hazırlanan materyaller ilgili yerlere ulaştırılabilir</i>	( )	( )	( )	( )	( )
<i>Hedef Kitlenin Tanınması İçin Araştırma Yapılıyor</i>	( )	( )	( )	( )	( )
Tarımsal Krediler Konusunda Müdürlüğü'nüzce Yapılması Gereken <i>Çalışmalar Zamanında Gerçekleştirilebilir</i>	( )	( )	( )	( )	( )

23.Sizce, Halkla İlişkiler Müdürlüğünün aşağıdaki etkinliklerden hangisine *daha çok önem vermesi gerekir?*

Etkinlik	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Araştırma-İnceleme Çalışmaları Yapma	( )	( )	( )	( )	( )
Basılı Yayın Hazırlama (Dergi, broşür vs.)	( )	( )	( )	( )	( )
Gezi ve Toplantıları Organize Etme	( )	( )	( )	( )	( )
Radyo ve Tv. Yayını Hazırlama	( )	( )	( )	( )	( )
Reklam Çalışmaları Yapma	( )	( )	( )	( )	( )
Sergiler Düzenleme	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer....	( )	( )	( )	( )	( )



24.Çiftçilerin Tarımsal Kredileriyle ilgili evraklarını zamanında bankaya getirme ve muhafaza etme konusundaki tutumları nedir?

(Bu soru yalnızca Banka Şubesindeki yetkililerce cevaplandırılacaktır:)

Evrak Tamamlama ve Muhafaza Etme	Hiç Biri (Getirmez, Muhafaza Etmez)	Az	Oldukça	(Çoğunu) Çok	(Getirir, MuhafazaEder) Çok Fazla
Çiftçiler Kredi İle İlgili Evraklarını Tam Olarak ve Zamanında Getirir mi?	( )	( )	( )	( )	( )
Çiftçiler Kredi İle İlgili Evraklarını Muhafaza Eder mi?	( )	( )	( )	( )	( )

25.Tanıma ve tanıtma araçlarına Banka sizce ne derece önem veriyor?

	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Basın konferansı	( )	( )	( )	( )	( )
Radio ile tanıtım	( )	( )	( )	( )	( )
Televizyon ile tanıtım	( )	( )	( )	( )	( )
Açılış	( )	( )	( )	( )	( )
Yıldönümü	( )	( )	( )	( )	( )
Sergi	( )	( )	( )	( )	( )
Fuar	( )	( )	( )	( )	( )
Kitap	( )	( )	( )	( )	( )
Broşür	( )	( )	( )	( )	( )
Gazete	( )	( )	( )	( )	( )
Dergi	( )	( )	( )	( )	( )
Afiş	( )	( )	( )	( )	( )
Seminer	( )	( )	( )	( )	( )
Konferans	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

26.Bankanın çiftçiler için hazırladığı yayınları nasıl değerlendiriyorsunuz?

Seçenek	Çok Kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok İyi
Baskı Kalitesi	( )	( )	( )	( )	( )
Dili	( )	( )	( )	( )	( )
Fotoğrafları	( )	( )	( )	( )	( )
Resimlenmesi	( )	( )	( )	( )	( )
Yayının İçeriği	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

27.Çiftçiye sunulan yeni hizmetlerin hangisi gelişen bankacılıkla ilgi derecesi nedir?

Yenilik / Gelişme	(Gelişen bankacılığa bağlı olarak sunulabildi)				
	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Başakkart	( )	( )	( )	( )	( )
Hayat Sigortası	( )	( )	( )	( )	( )
İkraz Bütçesi	( )	( )	( )	( )	( )
Tarımsal Kredi Sigortası	( )	( )	( )	( )	( )
Ürün Bütçesi	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

28.Bankada şu anda bulunduğunuz birim dışında başka bir birimde görev yapma imkanında olsanız tercihiniz ne olur?

- 1.( )Başka birime giderim
- 2.( )Yine aynı birimde ama başka görevle çalışmak isterim
- 3.( )Aynı birimde aynı görevle çalışmayı sürdürmek isterim
- 4.( )Başka bankada aynı görevle çalışmak isterdim
- 5.( )Düşünmedim
- 6.( )Başka..

29.( Başka birime giderim cevabını verenlere sorulacak)

Neden başka birimde çalışmak istersiniz?

- 1.( )Şu anda bulunduğumuz yerde çalışma şartları kötü
- 2.( )Üretici olamıyoruz
- 3.( )İşimiz çok
- 4.( )Değişiklik olsun
- 5.( )Diğer.....

30.Okumaz-yazmazlar okur-yazarlara kıyasla aşağıdaki konularda ne derece zorlanıyorlar?

	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Bireysel Girişimcilik	( )	( )	( )	( )	( )
Form Doldurma	( )	( )	( )	( )	( )
İpotek İşlemleri	( )	( )	( )	( )	( )
Radyodan Faydalanma	( )	( )	( )	( )	( )
Tarımsal Krediyi Bankadan Alma	( )	( )	( )	( )	( )
Tarımsal Krediyi Geri Ödeme	( )	( )	( )	( )	( )
Tarımsal Krediyi Kullanma	( )	( )	( )	( )	( )
Tarımsal Krediyi Talep Etme	( )	( )	( )	( )	( )
Tv'den Faydalanma	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer....					

31.Kırsal kesimde *okuma-yazma bilmeyenlerin*, bilenlere kıyasla yayınlardan daha çok faydalanabilmesi konusunda aşağıdakilerden hangisine ne kadar önem vermek gerekir?

Yayın Aracı	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Broşür	( )	( )	( )	( )	( )
Afiş	( )	( )	( )	( )	( )
Radyo	( )	( )	( )	( )	( )
Televizyon	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

32.Halkla İlişkiler konusunda *karşılaşılan sorunlar* nelerdir?

SORUN	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Nitelikli personel sıkıntısı	( )	( )	( )	( )	( )
Tanıtma ve tanıtma araçlarının finansmanı	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum içi koordinasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum dışı koordinasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Çiftçinin eğitim düzeyi	( )	( )	( )	( )	( )
Köylere ulaşım	( )	( )	( )	( )	( )
Yazılı materyal dağıtım	( )	( )	( )	( )	( )
Bankanın örgüt yapısı (ast-üst ilişkileri)	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

33. Banka, tanıma ve tanıtma araçlarına - gelişen bankacılık hizmetleri de gözönünde bulundurulduğunda sizce ne derece önem vermeli?

Etkinlik	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Açılış	( )	( )	( )	( )	( )
Afiş	( )	( )	( )	( )	( )
Basın Konferansı	( )	( )	( )	( )	( )
Broşür	( )	( )	( )	( )	( )
Dergi	( )	( )	( )	( )	( )
Fuar	( )	( )	( )	( )	( )
Gazete	( )	( )	( )	( )	( )
Kitap	( )	( )	( )	( )	( )
Konferans	( )	( )	( )	( )	( )
Radyo	( )	( )	( )	( )	( )
Seminer	( )	( )	( )	( )	( )
Sergi	( )	( )	( )	( )	( )
Televizyon	( )	( )	( )	( )	( )
Yıldönümü	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

34. Halkla ilişkileri istenilen düzeye çıkartabilmek için neler yapılmalı?

- ( ) Çiftçinin eğitim düzeyi bu şekilde düşük oldukça Ziraat Bankası'nın şu anda yaptıklarından fazlası yapılamaz
- ( ) Değişik materyal ve teknikler gerekir
- ( ) Bu sorunun cevabı ancak üst makamca verilebilir
- ( ) Diğer.....

35. Bankanın öncelikli olarak hizmet verdiği tarım kesimi için halkla ilişkiler konusunda özel olarak hizmet verecek ayrı birim kurulması gerekir mi?

- ( ) Evet gerekir
- ( ) Hayır gerekmez
- ( ) Bu konuda karar vermek bizi aşar
- ( ) Cevap yok
- ( ) Diğer.....

36. Halkla İlişkiler konusunda karşılaşılan sorunlar nelerdir?

SORUN	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Bankanın Örgüt Yapısı (Ast-Üst İlişkileri)	( )	( )	( )	( )	( )
Çiftçinin Eğitim Düzeyi	( )	( )	( )	( )	( )
Köylere Ulaşım	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum İçi Koordinasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Kurum Dışı Koordinasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Nitelikli Personel Sıkıntısı	( )	( )	( )	( )	( )
Tanıma ve Tanıtma Araçlarının Finansmanı	( )	( )	( )	( )	( )
Yazılı Materyal Dağıtımı	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

## **SAYIN ÇİFTÇİ**

Sizinle görüşmemizin sebebi, Ziraat Bankası'nın çiftçilere yönelik halkla ilişkiler çalışmalarının değerlendirilmesi amacıyla yapılan, akademik bir çalışmayı tamamlayabilmektir.

Böyle bir çalışmayı yapmaktaki amaç, Bankanın halkla ilişkiler çalışmalarının neler olduğu, varsa eksikliklerinin belirlenmesi, konuyla ilgili olarak sizlerin tespiti, değerlendirmesi, görüş ve önerilerinizin toplanmasıdır. Görüşmede (mülakatta) vereceğiniz bilgiler Bankanın halkla ilişkiler çalışmalarına ışık tutacağı gibi asıl amacı çiftçilere daha iyi hizmet verilmesi ve verilen hizmetlerin geliştirilmesine katkıda bulunabilmektir.

Araştırmaya yapacağınız en büyük katkı görüşmede size sorulan soruları açık ve samimi olarak cevaplandırmanızdır. Sizinle görüşmek için gerekli resmi izin alındığından yasal bir sorun yoktur. Ayrıca görüşmede adınızı, soyadınızı sormayacağımız gibi söylemiş olsanız dahi araştırma için gerekli de değildir. Bunun yanısıra sizin vermiş olduğunuz cevaplarla dildurulan görüşme formuna araştırmacı hariç hiç kimse tarafından ulaşılması da söz konusu değildir.

Araştırmaya yapacağınız katkılardan dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

**Salim KOŞAR**

**Ç İ F T Ç İ G Ö R Ü Ş M E F O R M U**

İLİ	ANKARA
İLÇESİ	
KÖYÜ	

***I. KISIM******Çiftçilere İlişkin Kimlik Bilgileri***

1. Kaç yaşındasınız?

- 1.( )20-29  
2.( )30-39  
3.( )40-49  
4.( )50-59  
5.( )60-69  
6.( )70 ve daha fazla

2.Medeni durumunuz?

- 1.( )Bekar  
2.( )Evlü  
3.( )Boşanmış, dul

3.Cinsiyetiniz?

- 1.( )Bayan  
2.( )Erkek

4.Kaç yıldır çiftçilik yapıyorsunuz?

- 1.( )1 yıldan az  
2.( )1-5 yıl  
3.( )6-10 yıl  
4.( )11-15 yıl  
5.( )16-20 yıl  
6.( )21 ve daha fazla

5.Kaç kardeşiniz var? (Kızlar dahil)

- 1.( )Başka kardeşim yok  
2.( )2  
3.( )3  
4.( )4



- 5.( )5
- 6.( )6
- 7.( )7
- 8.( )8 ve daha fazla

6.Kaç çocuğunuz var?

- 1.( )Çocuğum yok
- 2.( )1
- 3.( )2
- 4.( )3
- 5.( )4
- 6.( )5
- 7.( )6
- 8.( )7 ve daha fazla

7.Öğrenim durumunuz nedir?

- 1.( )Okur-yazar değil
- 2.( )Okur-yazar ama ilkokulu bitirmemiş
- 3.( )İlkokul mezunu
- 4.( )Ortaokul mezunu
- 5.( )Lise mezunu
- 6.( )Üniversite mezunu

8.Tarladan kaldırdığınız üründen *-masrafları çıktıktan sonra -* ortalama olarak elde ettiğiniz yıllık ortalama kazancınız ne kadardır?

- 1.( )21-30 milyon
- 2.( )31-40 milyon
- 3.( )41-50 milyon
- 4.( )51-60 milyon
- 5.( )61-70 milyon
- 6.( )71-80 milyon
- 7.( )81 milyon ve daha fazlası

9.Gazete okuyor musunuz?

- 1.( )Okurum
- 2 ( )Okumam

10.(9. Soruya evet cevabı verenlere sorulacak)

Gazetede aşağıdaki yazıları ne kadar sıklıkla okuyorsunuz?

Okunulan Yazı	Hiç	Bazen Okurum Az	Haftada 1-2 gün okurum	Haftada 3-4 gün okurum	Her gün okurum
Köşe Yazıları	( )	( )	( )	( )	( )
Ana Başlıklar	( )	( )	( )	( )	( )
Ekonomi	( )	( )	( )	( )	( )
Sanat Haberleri	( )	( )	( )	( )	( )
İlanlar	( )	( )	( )	( )	( )
Reklamlar	( )	( )	( )	( )	( )
Spor	( )	( )	( )	( )	( )
Günlük Olaylar	( )	( )	( )	( )	( )
Magazin Türü Yazılar	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

11. Televizyon, radyo izleme sıklığınız nasıldır?

Yayın Aracı	Hiç izlemem / dinlemem	Günde 1-3 saat	Günde 4-6 saat	Günde 7-9 saat	9 saat ve daha fazla
Televizyon İzleme	( )	( )	( )	( )	( )
Radyo Dinleme	( )	( )	( )	( )	( )

12. Radyo ve tv izlerken tercihiniz ne olur?

Tercih	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
TRT	( )	( )	( )	( )	( )
Özel Kanallar	( )	( )	( )	( )	( )

13. Radyodaki -aşağıda belirtilen- yayınları izleme sıklığınız nasıldır?

Yayın Adı	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Tamamen (Çok Fazla)
Haberler	( )	( )	( )	( )	( )
Aktüel Haber	( )	( )	( )	( )	( )
Sinema	( )	( )	( )	( )	( )
Dizi Film	( )	( )	( )	( )	( )
Arkası Yarın	( )	( )	( )	( )	( )
Dini Yayınlar	( )	( )	( )	( )	( )
Sanat, Kültür Ve Sohbet Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Bankanın Hazırlayıp Sunduğu Yayınlar	( )	( )	( )	( )	( )
Gençlik Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Kadın Programları	( )	( )	( )	( )	( )
Spor	( )	( )	( )	( )	( )
Yarışmalar	( )	( )	( )	( )	( )
Reklam	( )	( )	( )	( )	( )
Şarkı-Türkü (Eğlence Programı)	( )	( )	( )	( )	( )
Belgesel	( )	( )	( )	( )	( )
YAYÇEP	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

14. Televizyondaki -aşağıda belirtilen- yayınları izleme sıklığınız nasıldır?

Yayın Adı	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Tamamen (Çok Fazla)
Haberler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktüel haber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dizi film	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arkası yarın	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dini yayınlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sanat, kültür ve sohbet programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankanın hazırlayıp sunduğu yay.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gençlik programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kadın programları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yarışmalar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reklam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Şarkı-Türkü (Eğlence programı)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Belgesel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YAYÇEP					
Diğer.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## **II. KISIM**

### **Çiftçi, Toprak Ve Banka İlişkisi**

15. Ekip biçtiğiniz toprağınız ne kadar?

1. ( ) 30 dönüm ve daha az
2. ( ) 31-40 dönüm
3. ( ) 41-50 dönüm
4. ( ) 51-60 dönüm
5. ( ) 61-70 dönüm
6. ( ) 71 ve daha fazla

16.-Toprağınızın ne kadarında sulu tarım yapılıyor?

1. ( ) Hiç
2. ( ) Çok azında
3. ( ) Yarıdan azında
4. ( ) Yarısında
5. ( ) Tamamında

17. Ana-babanızdan tarla miras kaldı mı?

	1-50 dönüm	51-100	101-150	151-200	201 ve daha fazla
Evet ( )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hayır ( )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18.Çiftçiliğin dışında başka iş yapıyor musunuz?

- 1.( )Evet
- 2.( ) Hayır

19.(18. soruya evet cevabını verenlere sorulacak)

Bu işi kaç yıldır yapıyorsunuz?

İkinci İş	1-10 Yıldır	11-20	21-30	31-40	40 ve daha fazla
Hayvancılık	( )	( )	( )	( )	( )
Zanaatkarlık (demirci, dülger vs.)	( )	( )	( )	( )	( )
Tüccar (Bakkal kasap vs.)	( )	( )	( )	( )	( )
Memurluk	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

20.İkinci iş yapmanızın en önemli sebebi nedir?

- 1.( )Ekim-dikimden sonra çok zamanımız kalıyor
- 2.( )Geçim sıkıntısı
- 3.( )İkinci işimiz baba mesleği
- 4.( )Köyde -demirciliği, berberliği vs.- benden başka yapacak kimse yok
5. )Diğer.....

21.Tarlanızı kim ekip-biçiyor?

- 1.( )Ben ekip-biçiyorum
- 2.( )Kıraya veriyorum (ıcar)
- 3.( )Yarıya veriyorum (ortak)
- 4.( )Oğlum-kızım ekip biçiyor

22.Tarlanıza hangi ürünleri ekip-biçiyorsunuz?

- 1.( )Arpa
- 2.( )Buğday
- 3.( )Kimyon
- 4.( )Nohut
- 5.( )Mısır
- 6.( )Pancar
- 7.( )Kavun
- 8.( )Karpuz
- 9.( )Diğer.....

23. İlk Tarımsal Krediyi almanız nasıl oldu?

1. ( ) Böyle bir krediyi almak hakkımdı, bunu da biliyordum
2. ( ) Eşin-dostun tavsiyesiyle
3. ( ) Ziraat Bankası nin buraya gelen personeli yol gösterdi
4. ( ) Önceden babam alırdı, tarla bana kalınca kredi almaya devam ettim
5. ( ) Diğer.....

24. Kaç defa Tarımsal Kredi aldınız?

1. ( ) 1-3
2. ( ) 4-6
3. ( ) 7-9
4. ( ) 10-12
5. ( ) 13 ve daha fazla

25. Neden Tarımsal Kredi alıyorsunuz?

1. ( ) Üretim için yeterli param olmadığından
2. ( ) Köyde herkes alıyor, ben de alıyorum
3. ( ) Faizi düşük olduğundan
4. ( ) Önceden beri aldığımdan (alışkanlığın devamı)
5. ( ) Aldığım parayı başka işte kullanma imkanım olduğundan
6. ( ) Geri ödeme şartları uygun olduğundan
7. ( ) Başka.....

26. Ziraat Bankası tarımsal üretim harcamalarının tamamına kredi veriyor mu?

1. ( ) Tamamına
2. ( ) Çoğuna
3. ( ) Yarısına
4. ( ) Yarıdan azına
5. ( ) Çok azına
6. ( ) Özkaynak kredisi arıyor

27. Genel Müdürlük yetkisiyle kredi kullanıldığını biliyor musunuz, kullandınız mı?

	Kullandım	Kullanmadım
Biliyorum	( )	( )
Bilmiyorum	( )	( )

28.Genel Müdürlük yetkisiyle kredi alabilmek için en az kaç milyon lira talep etmek gerekir?

- 1.( )50 milyon
- 2.( )100 milyon
- 3.( )150 milyon
- 4.( )200 milyon
- 5.( )250 milyon ve fazlası

29.Ziraat Bankası'na kredi çekme ve geri ödeme dışında gidiyormusunuz?

- 1.( ) Çok Fazla
- 2.( ) Çok
- 3.( ) Oldukça
- 4.( ) Az
- 5.( ) Hiç gitmem

30. (Hiç gitmiyorum diyene sorulacak) Ziraat Bankası'na neden gitmiyorsunuz?

- 1.( )Kredi harici diğer bankacılık hizmetleri için başka bankaya gidiyorum
- 2.( )Bankada işim olmuyor (kredi hariç)
- 3.( )İşlemler karmaşık
- 4.( )Çok bekletiliyoruz
- 5.( )Banka ilgisiz kalıyor
- 6.( )

31.Bankanın çiftçiler için hazırladığı yayınları nerede görüyorsunuz?

- 1.( )Görmedim
- 2.( )Köye gelen banka personeli getiriyor
- 3.( )Bankada görürüm
- 4.( )Arkadaşlarda görürüm
- 5.( )Kahvehanede görürüm
- 6.( )Köy odasında görürüm
- 7.( )İlgilenmiyorum
- 8.( )Başka.....

32.Köyde Ziraat Bankası ile ilgili konularda kimin dediğine daha çok inanırsınız?

- 1.( )Muhtar
- 2.( )Öğretmen
- 3.( )İmam
- 4.( )Bizzat kredi kullananlar
- 5.( )Diğer.....

33. Bankanın hangi hizmeti hakkında bankaya yazılı müracaat edip cevap istediniz mi?

Hizmet Türü	Evet ( ) müracaat ettim	Hayır ( ) müracaat etmedim
Borç ertelenmesi	( )	( )
Sigortacılık hizmetleri	( )	( )
Ziraat Bankası Tüketici Kredisi	( )	( )
Faiz hadleri	( )	( )
Ziraat Altın	( )	( )
Fon hizmetleri	( )	( )
Makinadan para çekme	( )	( )
Başakkart	( )	( )
Islah Kredisi	( )	( )
Diğer.....	( )	( )

34. Tarımsal Kredi kullananlara bankanın sağladığı diğer hizmetleri biliyor musunuz?

	Evet	Hayır
Tarımsal ürünlerinizin sigortalandığını biliyor musunuz?	( )	( )
Kredi kullananların Zorunlu Hayat Sigortasıyla sigortalandığını biliyor musunuz?	( )	( )
Diğer...		

35. Ziraat Bankası'nın reklamını aşağıdaki yayın organlarında görünce ne derece ilgilienirsiniz? ( İlgili derecesi)

	Hiç (ilgilenmem)	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
Gazete	( )	( )	( )	( )	( )
Dergi	( )	( )	( )	( )	( )
Broşür	( )	( )	( )	( )	( )
Afiş	( )	( )	( )	( )	( )
Radyo	( )	( )	( )	( )	( )
Televizyon	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

36. Yeniliği öğrendiğiniz yayın araçları ile ilgili görüşleriniz nelerdir?

	Tv	Radyo	Gazete	Dergi	Broşür	Afiş
Hiç ilgilienmem	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Resimlerini anlayamıyorum	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Yayından öğrendiğim bilgi hakkında teferruat için araştırırım	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Bankaya gider sorarım	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Uygulaması mümkün olmayan şeylerden bahsediyor	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Dilini anlayamıyorum	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer....	( )	( )	( )	( )	( )	( )



37.Ziraat Bankası personeli ile ilişkileriniz nasıldır?

	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Tamamen (Çok Fazla)
Köye gelen Ziraat Bankası personeli kendime yakın ve samimi buluyorum	( )	( )	( )	( )	( )
Bankada çiftçiyle ilgilenen Ziraat Bankası personeli kendime yakın ve samimi buluyorum	( )	( )	( )	( )	( )

38.Bankanın aşağıdaki hizmetlerini; duydunuz mu, öğrendiniz mi, uyguladınız mı?

	Duydum	Öğrendim	Uyguladım
Ziraat Bankası Tüketici Kredisi	( )	( )	( )
Faiz Hadleri	( )	( )	( )
Ziraat Altın	( )	( )	( )
Fon hizmetleri	( )	( )	( )
Makinadan para çekme	( )	( )	( )
Başakkart	( )	( )	( )
Zirai Mücadele Kredisi	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )

39.Bankanın hizmetlerinde; aşağıdaki hususlarla ilgili olarak sıkıntınız oluyor mu?

	Kredi Konusunda	Diğer Bankacılık Hizmetleri Konusunda	Sorun Yok
Banka hizmeti köyde vermeli	( )	( )	( )
Banka bizi daha çok bilgilendirmeli	( )	( )	( )
Bankaca söylenenler kağıt üzerinde kalıyor	( )	( )	( )
Bankada işlemler karmaşık	( )	( )	( )
Bankada işlemler uzun sürüyor	( )	( )	( )
Bankanın köye gelen teknik personeli ilgisiz kalıyor	( )	( )	( )
Bankada çalışan personel ilgisiz kalıyor	( )	( )	( )
Banka; parayı ödemesi gereken zamanda ödemiyor	( )	( )	( )
İlgilenmiyorum	( )	( )	( )

40. Tarımsal Kredilerinizi aşağıdaki sebepler için kullandığınız oldu mu?

	Hiç	Az	Oldukça	Çok	Tamamen Çok Fazla
Düğün	( )	( )	( )	( )	( )
İnşaat	( )	( )	( )	( )	( )
Başka borç kapatma	( )	( )	( )	( )	( )
Hastalık	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer...	( )	( )	( )	( )	( )

41. Ziraat Bankası ile ilgili işlerde ne derece zorlanmaktasınız?

	Hiç (İlgilenmem)	Az	Oldukça	Çok	Çok Fazla
İhtiyacımız olan krediyi yazdırma	( )	( )	( )	( )	( )
Krediyi alma	( )	( )	( )	( )	( )
İpotek kefil işlemleri	( )	( )	( )	( )	( )
Zamanı ayarlama	( )	( )	( )	( )	( )
Geri ödeme	( )	( )	( )	( )	( )
Evrakları muhafaza etmek	( )	( )	( )	( )	( )
Diğer.....	( )	( )	( )	( )	( )

42. Tarımsal Kredi ile ilgili evrakların bankaya götürülmesi ve muhafazası konusunda ne kadar hassas davranırsınız?

	(Götürmem, Muhafaza Etmem) Hiç	Çok Azını	(Yarısını) Oldukça	(Çoğunluğunu) Çok	(Götürürüm Muhafaza Ederim) Çok Fazla
Kredi ile ilgili evraklarınızı tam olarak ve zamanında götürür müsünüz?	( )	( )	( )	( )	( )
Kredi ile ilgili evraklarınızı muhafaza eder misiniz?	( )	( )	( )	( )	( )

43. Tarımsal kredilerdeki ikraz birimi ve ürün bütçesi seçeneklerinden hangisi sizin için daha uygun?

1. ( ) Bilgim yok
2. ( ) İkraz birimi daha uygun
3. ( ) Ürün bütçesi daha uygun
4. ( ) Farketmiyor
5. ( ) Diğer

### III. KISIM

#### *Çiftçi Değerlendirmeleri*

44.-Çocuklarınızın da çiftçi olmasını ister misiniz?

- 1.( )Evet
- 2.( )Hayır

45.(49. soruya hayır cevabını verenlere sorulacak)

Neden çocuğunuzun çiftçi olmasını istemiyorsunuz?

- 1.( )Geliri düzensiz
- 2.( )Maddi kazancı az
- 3.( )Çalışma şartları zor
- 4.( )Okuyup daha iyi bir meslek sahibi olsun
- 5.( )Okuyamazsa mecburen çiftçi olacak

46.Ziraat Bankası nin çiftçiye sunduğu hizmetin daha başarılı olması için banka neler yapabilir?

- 1.( )Köye ekip gönderip her türlü hizmeti uygulamalı anlatmalı
- 2.( )Yazılı tanıtıma ağırlık verilmeli
- 3.( )Sözlü tanıtıma ağırlık verilmeli
- 4.( )Anlatılanlar anlayacağımız şekilde basitleştirilmeli
- 5.( )Bürokratik engeller azaltılmalı

47.Tarlanızı ekip-biçmek için paraya ihtiyacınız olmasa Tarımsal Krediyi yine alır mısınız?

- 1.( )Evet alırım
- 2.( )Hayır almam

48.Ziraat Bankası'nın verdiği Tarımsal Krediyi almamayı düşünüyor musunuz?

	Faizler Yüksek	Faiz Haram	Geri Ödemede Zorlanıyorum	İşimi Küçültüp Kendi İmkanlarımla Devam Etmeyi Düşünüyorum	Diğer
Evet ( )	( )	( )	( )	( )	( )
Hayır ( )					