



Humanities Sciences  
ISSN: 1308 7320 (NWSAHS)  
ID: 2016.11.3.4C0210

Status : Original Study  
Received: April 2016  
Accepted: July 2016

**Kazım Özkan Ertürk**

Niğde University, ozkanerturk@mynet.com, Niğde-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.3.4C0210>

**BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK HÜKÜMETİN KAMUYU  
BİLGİLENDİRMESİNDE HÜKÜMET PROGRAMLARI "AK PARTİ HÜKÜMETLERİ ÖRNEĞİ"**

**ÖZ**

Siyasal anlamda yönetenlerin yönetilenlerle iletişimde halkla ilişkiler önemli bir yere sahiptir. Kamuyu bilgilendirme, hükümetlerin halkla ilişkiler faaliyetlerinde iletişimin biçimi, amacı ve yöntemi bakımından başvurulan yöntemlerden birisidir. Bu çalışmada Adalet ve Kalkınma Partisi Hükümet Programları, hükümetler tarafından kullanılan bir kamuyu bilgilendirme yöntemi olarak incelenmektedir. Bilindiği gibi hükümet programları, görev başına gelen siyasî partinin, ülkedeki sosyal, ekonomik ve siyasal anlamda yürütmeyi planladığı eylem ve işlemlerin kamuoyuyla paylaşıldığı bir mecradır. Çalışma kapsamında, ilk kez 2002 tarihinde işbaşına gelen ve günümüzde de iktidarda olan AK Parti tarafından kurulmuş olan 58-64. Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programları, içerik analizi yöntemi ile halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme açısından incelenmektedir. Çalışmada incelenen 58-64. Hükümet Programları'nda, ülkenin zaman içerisinde değişen sosyoekonomik ve kültürel koşullarına bağlı olarak, verilen mesajların genel anlamda içerik ve biçim yönünden revize edildiğini söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimelerler:** Halkla İlişkiler, Siyasal İletişim,  
Kamuyu Bilgilendirme, AK Parti Hükümetleri,  
Hükümet Programları

**GOVERNMENT PROGRAMS IN TERMS OF INFORMING THE PUBLIC AS A PUBLIC  
RELATIONS ACTIVITY "SAMPLE OF AK PARTY GOVERNMENT"**

**ABSTRACT**

From a political perspective public relations has an important role in the communication of managers with their managees. 'Informing the public' is one of the most common models when considered in the context of communication: form, purpose and method in the public relations activities of the government. In this study, the Government Programs of the Justice and Development Party (AK Party) is analyzed as a method of informing the public. As it is known, government programs are the means through which the party in power plans to instigate social, economical and political applications and operations. The study will analyse the 58-64th Turkish Republic Government Programs instigated by the AK Party- who first had power in 2002, and remain in power- by the course analysis method; which refers to the 'informing the public model' in public relations. According to the conclusion of this study, it is possible to say that the messages given by the 58-64th Government Programs are revised in terms of content and form; according to the changes in socio-economical and cultural conditions.

**Keywords:** Public Relations, Political Communication, Public Information, AK Party Governments, Government Programs



## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Kamuyu bilgilendirme siyasal halkla ilişkilerde, özellikle hükümetlerce en yaygın kullanılan yöntemlerden birisi olarak ön plana çıkmaktadır. Kamuyu bilgilendirmedeki amaç, örgütün yürüttüğü eylem ve işlemlerle ilgili hedef kitlenin bilgilendirilerek örgüte ilişkin olumlu tutumların artmasını sağlamaktır. İletişim politikası ve amacı gereği, rekabetin olmadığı ortamlarda yaygın ve işlevsel olan kamuyu bilgilendirme farklı yollarla uygulanır. Basın toplantısı, basın bildirisi ya da basın açıklaması gibi yöntemlerle, hükümetin eylem ve işlemleri hakkında kamuoyuna bilgi vermesi, hükümetin halkla ilişkilerine önemli katkılar sağlamaktadır. Gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin kamuoyu ile bilgilerin paylaşılması, bu faaliyetlerde hedef kitlenin desteğinin kazanılmasında önemlidir. Bu çalışmada siyasal halkla ilişkilerde önemli bir yere sahip olan hükümet programları, hükümetin kamuyu bilgilendirmesinde bir araç olarak incelenmektedir. Bu amaçla, 2002-2015 yılları arasında Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından kurulan hükümetlerin programlarında, kamuyu bilgilendirmede ön plana çıkan başlıklar olarak 'açıklık', 'Hesap verebilirlik', 'şeffaflık' ve 'tutarlılık' kavramları; ekonomik, kültürel, siyasal ve teknolojik alanlarda vurgulanış biçimlerine göre içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Çalışma kapsamında AK Parti tarafından kurulan 58, 59, 60, 61 ve 64. Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programları incelenmekte; 62 ve 63. Hükümetler çalışma kapsamı dışında tutulmaktadır. Her iki hükümet de bir takım siyasal gereklilikler nedeniyle kısa süreli olmaları ve seçimle işbaşına gelmemiş olmaları nedeniyle, bu çalışmanın kapsamında değerlendirilmemektedir.

## 2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Hükümet programları, iktidarın kamuyu bilgilendirmesinde ve bu sayede yöneten-yönetilen arasındaki anlayış ve güvenin sağlanması noktasında önemli bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmada, Adalet ve Kalkınma Partisi Hükümetleri Programları, halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme modeli çerçevesinde değerlendirilmiştir.

## 3. ANAKONU-MEVZUU (SUBJECT)

### 3.1. Kamuyu Bilgilendirme ve Halkla İlişkiler (Public Information And Public Relations)

Örgüt ile ilişkili olduğu hedef kitlesi arasında tanıma ve tanıtma amaçlı iletişim faaliyetlerini yürütme ve yönetme etkinliği olarak halkla ilişkilerde, farklı bilgilendirme ve ikna yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntem ve yaklaşımların iletişimin amacı, biçimi ve uygulama alanı açısından değişiklik gösterdiğini söylemek mümkündür. Kamuyu bilgilendirme, rekabet baskısının olmadığı ortamlarda yürütülmesi daha mümkün ve faydalı sonuçlar doğurabilecek bir halkla ilişkiler uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. Kamuyu bilgilendirme modelinde örgütün, ilişkili olduğu hedef kitle ile gerekli bilgileri açıklık ve samimiyetle paylaşarak, kamuoyunun güveninin kazanılması amaçlanmaktadır.

### 3.2. Yöntem (Method)

Bu çalışmada hükümetin kamuyu bilgilendirmesinde önemli bir faktör olarak 58-64. Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programları incelenmektedir. Adalet ve Kalkınma Partisi, 2002 yılında yapılan seçimlerle 19 yıl aradan sonra ilk kez tek başına iktidar olması nedeniyle Türk siyasî hayatında dikkat çekmektedir. Hükümet



programlarında, halkla ilişkiler açısından önemli bir yere sahip olan kamuoyunda güven ve desteğin kazanılması amacıyla yönelik kodlar açıklık, hesap verebilirlik, şeffaflık ve tutarlılık olarak seçilmiştir. Bu kodlar, yöneten yönetilen ilişkilerinin karşılıklı bilgi paylaşımı ve etkin bir iletişim temelinde ele alındığı, birlikte yönetme iddiasını öngören yönetim açısından önemli başlıklar olduğu için seçilmiştir. Hükümet programlarında ele alınan konular, ekonomi, eğitim ve kültür, siyaset ve hukuk ile teknoloji başlıkları altında birleştirilmiştir. Bu başlıklarda aranan kodların ve başlıkların değerlendirilmesinde içerik analizi kullanılmaktadır. İçerik analizi, "çözümleyicilerin gönderilen mesajların içeriğinden ileti kaynağının amaçlı davranışının açık ya da örtülü görünüşleriyle ilgili ayrıntılı çıkarımlar yapmak için teşhis aracı gibi kullandıkları araştırma yöntemidir" (Çebi, 2003:10).

### **3.3. Kamuyu Bilgilendirme Modeli (The Public Information Model)**

Bu modelin ilk uygulayıcısı olan Ivy Lee, 1916 yılında bir şirkette danışman olarak göreve başlayan ve iş dünyasında günün koşullarında egemen olan gizlilik anlayışını yıkan bir gazeteci olarak anılmakla birlikte, halkla ilişkiler mesleğinin de babası olarak bilinmektedir. Kamuyu bilgilendirmede halkla ilişkiler uygulayıcısının rolü, kurum ya da kuruluş açısından gerekli bilgileri, ilgili kişi ya da kurumlarla paylaşan bir gazetecinin rolüne benzemektedir (Grunig ve Hunt, 1984:33). Kamuyu bilgilendirme modeli 1929 ekonomik krizine kadar yoğun olarak kullanılan halkla ilişkiler modelidir. Modeldeki temel amaç, ikna edici bir eylem olmaksızın sadece bilginin yayılmasıdır. Rekabetin olmadığı ortamlarda yaygın olarak kullanılan modelde, iknaya gerek görülmemesinin temel nedeni, bu tür ortamlarda ürünün rahat bir biçimde satılabilmesidir. Model sıklıkla hükümet birimleri ve bilimsel örgütler tarafından kullanılmaktadır (Grunig, 2005:328). Bu modelde gazetecilerle ilişki oldukça önemli görülmektedir. Halkla ilişkiler çalışanlarının bu yöndeki bilgilendirici faaliyetlerinin, çalıştığı kurum ya da kuruluşun yararına olacağı kabul edilmektedir. Kuruluşlar, kendileri hakkında bilgi vermedikleri takdirde, gazeteciler de duyularından hareketle yazılar yazacakları için, bu durum olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Kurum ya da kuruluşun lehine olmasa da basına doğru bilgiyi aktarmak, kamuyu bilgilendirmede kurumun felsefesidir (Akt. Okay ve Okay, 2002:147).

İş dünyasındaki gizlilik anlayışının birçok şüphe ve güvensizliğe neden olabileceği vurgusundan hareketle Ivy Lee, açıklık politikasının temellerini şu ifadelerle anlatmaktadır (Seçim, 1998:27): "Burası gizli bir basın bürosu değildir. Bizim her işimiz açıktır. Size her konuda bilgi vermek amacını taşımaktayız. Burası bir reklam ajansı da değildir. Size ilettiğimiz her bilgi doğru olacaktır. Sizler de şüphelendiğiniz bilgileri kullanmayın. Gönderdiğimiz her haberde sizlere istediğiniz ayrıntıyı vermekten ve bunun doğruluğunu belgelemekten de mutluluk duyacağız. Size sadece kamuoyunun ilgi duyacağı, haber değeri taşıyan bültenler göndereceğimize dair söz veriyoruz". Kamuyu bilgilendirme modeli çerçevesinde yürütülen halkla ilişkiler uygulamalarının ilk örnekleri arasında Antrasit Kömür Grevi ve Pennsylvania Demiryolu'nu saymak mümkündür. Antrasit Kömür Grevi olayı, maden ocaklarında çalışan işçilerin olumsuz çalışma şartlarına dikkat çekmek amacıyla greve gitmeleriyle başlamıştır. Şirket yönetiminin kendilerine yardımcı olmasını istemesi üzerine Lee, yayınladığı ve basın kuruluşlarına gönderdiği bildiride kurumla ilgili gerçekliğin, gizliliğe yer verilmeden kamuoyuyla paylaşılması



yaklaşımıyla, sorunun çözümüne katkı sağlamıştır. Büyük bir tren kazasının yaşandığı demiryolu şirketinin danışmanlığını üstlenen Lee, kaza ile ilgili gerçekleri saklamadan kamuoyuyla paylaşarak, şirketin itibarının artmasına neden olmuştur. Bu sayede tren kazası ile sarsılan şirket itibarının, kaza ile ilgili gerçekliğin kamuoyu ile paylaşılması sayesinde bir nebze de olsa onarılması mümkün olmuştur.

### **3.4. Kamuyu Bilgilendirmenin Halkla İlişkiler Faaliyetlerindeki Önemi (The Importance of Public Distribution of Information and Public Relations Activities)**

Kamuyu bilgilendirme, örgütün faaliyetlerinin basın aracılığıyla kamuoyu ile paylaşılarak, örgüte ilişkin farkındalık ve olumlu imajın yaratılacağı varsayımından hareket eden bir halkla ilişkiler etkinliğidir. Bu yaklaşımı en iyi tanımlayan, en eski görüş "kamuyu aydınlatılmalıdır" sözüdür (Peltekoğlu, 1998:61). ABD'de 19.yüzyılda işçi sağlığı ve güvenliğine dair eksiklikler sonucunda yaşanan iş kazaları ve can kayıplarının işletmelerin imajlarını olumsuz yönde etkilemeye başladığı bir dönemde, basının bu konudaki acımasız eleştirileri sonucunda, işletmelerin bu imajı olumluya çevirme çabaları halkla ilişkileri ortaya çıkarmıştır. "Basının işletmelerdeki olumsuz durumları ortaya çıkarma adına verdiği mücadele, işletmelerin de kendilerini savunmasına neden olmuştur. Bu gelişmeleri izleyen dönemde, kamunun aydınlatılmasını temel alan bir Halkla İlişkiler anlayışı ortaya çıkmıştır (Peltekoğlu, 1998:62).

Grunig ve Hunt halkla ilişkileri 'Basın Ajansı/Tanıtım', 'İki Yönlü Asimetrik' ve 'İki Yönlü Simetrik' modelin yanı sıra dördüncü olarak 'Kamuyu Bilgilendirme' modeli etrafında değerlendirirler. Model, 1900'li yılların başından 1920'li yıllara kadar yoğun olarak başvurulan halkla ilişkiler faaliyetlerinin temel özelliklerini anlatmaktadır. Modeldeki asıl amaç, kamunun bilgilendirilmesidir. Model hükümet ve ilgili birimleri tarafından sıklıkla kullanılmaktadır (Grunig ve Grunig, 2005:328). Kamuyu bilgilendirme modeli, günümüzde de kullanılmaktadır. Kamuyu bilgilendirme modelinin hükümet ajansları tarafından kamuya bilgi vermek için kullanılmaya başlandığı bilinmekle birlikte; organizasyon ya da kişi hakkında olumlu, dürüst ve doğru enformasyon dağıtımına odaklandığını söylemek mümkündür (Erdoğan, 2006:187).

Kamuyu bilgilendirme modelinde ikna etmek, dolaylı bir amaç olarak düşünülmektedir. Bu modelde daha çok bilginin yayılmasına odaklanılır. Kamuyu bilgilendirme modelinde halkla ilişkiler uzmanı, kurum içerisindeki bir gazeteci gibi, kamuya organizasyonla ilgili bilgileri tarafsız ve gerçek olarak aktarmak durumundadır (Grunig ve Hunt, 1984:22). Buradaki asıl amaçlanan bilginin kamuoyu ile paylaşılmasıdır. Zaman içerisinde kamuyu bilgilendirme modelinin en önemli temsilcisi olarak Ivy Lee'nin ön plana çıktığı görülmektedir. Lee hukuk fakültesinden mezun olmasının ardından gazeteci olarak çalışmaya başlamış ve daha sonra da danışman olarak iş yaşamına devam etmiştir. Ivy Lee'yi kamuyu bilgilendirme konusunda önemli bir yere taşıyan gelişme, halkla ilişkilere getirdiği "kamu kurumları ve şirket adına, doğrulukla ve açıkça (saklı-gizli olmadan) basına ve halka değeri olan ve onları ilgilendiren konularda anında ve doğru enformasyon sağlamaktır" yaklaşımıdır (Erdoğan, 2006:58).

### **4. HÜKÜMETİN HALKLA İLİŞKİLERİNDE KAMUYU BİLGİLENDİRME (THE PUBLIC INFORMATION OF THE GOVERNMENT'S PUBLIC RELATIONS)**

Halkla İlişkilerde Kamuyu Bilgilendirme Modeli, bir örgütün faaliyetlerinin hedef kitlesi ile paylaşılarak bir tanınma ve güven



ortamının sağlanması amacına yöneliktir. Hedef kitle ile paylaşılan bilgiler, kamuoyu nezdinde örgüte ilişkin farkındalığın ve bu sayede güven ortamının oluşmasına zemin hazırlar. Kamuoyu ile paylaşılan bilgiler sayesinde, örgütün kamuoyunda tanınmışlık düzeyinin artmasına katkı sağlanır. Herhangi bir örgütün, kamuoyunu görmezden gelmesi mümkün değildir. Bu sayede örgüte ve yürüttüğü faaliyetlere ilişkin olumlu bir imaj ve güvenin oluşması sağlanır. Kamu, olaylardan mutlaka haberdar edilmelidir. Bunu gerçekleştirebilmek için basınla ilişkiler sağlıklı ve istikrarlı bir şekilde yürütülmelidir. Bu tür ilişkilerin nitelikli bir hizmet anlayışı ile desteklenmesinde büyük fayda vardır. Bu sayede yürütülen faaliyetlerin geliştirilmesine katkı sağlanır (Ertekin, 2000:12). Basınla ilişkiler bir örgütün yürüttüğü kamuyu bilgilendirme faaliyetlerinin etkinliği açısından büyük bir öneme sahiptir.

#### **4.1. Hükümetin Kamuyu Bilgilendirmesinde Kullanılan Yöntemler (The Methods Used to Inform the Public of the Government)**

Siyasal halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme, seçim ve parti programının kamuoyu ile paylaşılması, siyasal aday ya da siyasal iktidarın eylem ve işlemleriyle ilgili bilgilerin kamuoyuyla paylaşılmasını içerir. İktidarın halkla ilişkiler faaliyetleri ise hükümet programının, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda çıkarılan yasaların ve bu alanda gerçekleştirilen işlemlere ilişkin bilgilerin kamuoyuyla paylaşılmasını içerir. Kamuyu bilgilendirmede, basın bildirisi, basın bülteni, basın açıklaması, basın toplantısı ve basın konferansı gibi yöntemlere başvurulabilir.

##### **4.1.1. Basın Bildirisi (Press Report)**

Basın ve yayın organlarına herhangi bir konuda bilgi vermek amacıyla, yetkili kurum ve kişilerce hazırlanan yazılı açıklamalardır. Halkla ilişkiler açısından basın bildirileri, örgütle ilgili kamuoyuyla paylaşılması amaçlanan ve haber değeri taşıyan bilgilerin yazılı olarak basın yayın organlarına aktarılma aracı olarak büyük bir öneme sahiptir. Basın bildirileri tasarım, yazım ve basım aşamasından dağıtımına kadar her aşamada dikkatle üzerinde durulması gereken bilgilendirme araçlarıdır (Geylan, 1994:119).

##### **4.1.2. Basın Bülteni (Press Release)**

Bir kurum ya da kuruluşun, kitle iletişim araçlarında yer alması istenilen konularla ilgili bilgilerinin yer aldığı, belli zamanlarda basınla paylaştığı bültenlerdir. Basın bültenlerinde genellikle pazara ilk olarak sunulan bir ürün, farklı ya da yeni bir model, kurum ya da kuruluşun aldığı ödüller, kutlamalar, yeni bir şubenin açılması, diğer kurum ve kuruluşlarla yürütülen ortak faaliyetler gibi konulara yer verilir. Basın bültenleri açık ve anlaşılır bir dilde yazılmalı ve gerçek, tutarlı verilere dayandırılmalıdır (Okay ve Okay, 2002:52).

##### **4.1.3. Basın Toplantısı (Press Conference)**

Genellikle basın bildirisi ile açıklanamayacak kadar ayrıntılı ve önemli konularla ilgili olarak başvuru en yaygın basın ilişkiler yöntemlerinden birisi de basın toplantısıdır. Basın toplantıları aynı zamanda konunun önemini de basın bülteni ile yansıtmadığı durumlarda da düzenlenir. Basın toplantısı başlamadan önce yeri ve zamanı ile birlikte, programla ilgili ayrıntılı bir dosya basın mensuplarına ulaştırılmalıdır. Toplantının yapıldığı konuyla ilgili kurumun üst düzey bir yetkilisi toplantıya mutlaka katılmalıdır.



#### **4.1.4. Basın Konferansı (News Conferance)**

Basın konferansı kurum ya da kuruluşun tanıtılması, basınla yakın ilişkiler kurularak geliştirilmesi açısından son derece büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle basın konferanslarını önemli bir halkla ilişkiler etkinliği olarak görmek mümkündür (Tortop, 1993:66). Basın konferansının düzenlenmesi konusundaki karar verilmeden önce, aşağıdaki sorulara cevap verilmelidir (Okay ve Okay, 2002:77):

- Basın konferansının düzenlenme gerekçesi nedir?
- Basın konferansı ne zaman ve nerede yapılacaktır?
- Konferansa kimler katılmalıdır?
- Konferansta hangi konu/konular tartışılacaktır?
- Konferans için hangi materyaller hazırlanmalıdır?

#### **4.2. Kamuyu Bilgilendirme Faaliyetlerinin Halkla İlişkilere Katkısı (Contribution to Public Relations Public Information Activities)**

Basın yoluyla, siyasal parti, siyasal aday ya da iktidarın eylem ve işlemleriyle ve yürütülen politikalarla ilgili bilgiler çeşitli düzeylerde kamuoyuyla paylaşılır. Kamu yararı gözetilerek bazı bilgilerin saklı tutulması koşuluyla her tür bilginin kamuoyuna iletilmesi sayesinde, yürütülen politikaların halkın gözündeki haklılığı ve doğruluğu da sınanmış olur. Siyasal halkla ilişkiler kapsamında yürütülen kamuyu bilgilendirme faaliyetleri; açıklık, halkın yönetime katılımı ve hesap verebilirlik, güven kazanılması ve sürdürülmesi ve iktidarın meşruiyetine katkı sağlamaktır.

##### **4.2.1. Açıklık, Yönetime Katılma ve Hesap Verebilirlik (Opennes, Codetermination and Accountability)**

Açıklık, şeffaflıkla birlikte demokratik bir yönetim anlayışının temel ilkelerinden birisidir. Yönetimde açıklık, 'demokratik yönetim', 'şeffaf yönetim' ve 'gün ışığında yönetim' anlamlarına gelmektedir (Fındıklı, 1996:103). Yönetimde açıklıkla birlikte 'açık yönetim' ve 'hesap verebilirlik' gibi kavramlar da benzer anlamları içermektedir (Akyıldız, 2004:448). Yönetimde açıklık ve yakından ilgili bir kavram olarak şeffaflık, kamunun yönetimin eylem ve işlemlerinden haberdar olarak, bu eylem ve işlemlerle ilgili belgelere erişebilmesi; bu sayede yönetimi denetleyerek hesap sorabilme olanağına sahip olduğu dürüst bir yönetim anlayışını ifade eder. Açıklık ve şeffaflık, bir yandan demokratik bir yönetim anlayışının hâkim kılınması, yönetimle halk arasında güvenin sağlanması, bir yandan da kamu yönetiminin etkinlik ve verimliliğini olumsuz yönde etkileyecek yolsuzluk ve yozlaşma gibi olumsuzluklara engel olunması bakımından önemlidir.

Açıklık, yönetimin halka hesap vermesini sağlayan hatta onu hesap vermeye de zorlayan en önemli denetim mekanizmalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü açıklık ve şeffaflık; devletin amaçlarının açıklanması, bu amaçlara ulaşılabilmesi için uygulanması gereken politikaların belirlenmesi ve uygulamaların sonuçlarının görülmesi için objektif ve güvenilir bilgilerin açıklıkla kamuoyuyla paylaşılmasını gerektirir (Memişoğlu ve Durgun, 2008:426). Yönetime katılma "siyasal seçimlerde oy kullanmadan daha geniş bir süreç olan kararlara katılmayı, denetime katılmayı ve uygulamalara katılmayı, gerek örgüt gerekse merkezî ve yerel yönetimler düzeyinde işletecek mekanizmaların üretileceği ve yasal güvence altında çalıştırılacağı dinamik bir etkileşimi ifade eder" (Alkan, 2000:58). Hesap verebilirlik temelde kamu hizmetlerinin niteliği ile ilgilidir. Bu anlamda yöneticiler, yasal ve toplumsal sorumluluk içerisinde kamudaki görevlerini yürütmek durumundadırlar. Kamu hizmetlerinin niteliği ve



özel sektördeki hizmetlerden farklı yönleri, kamu yönetimindeki hesap verebilirliğin önemini artırmaktadır (Eryılmaz ve Biricikoğlu, 2011:27). Hesap verebilirliği artırmak için yönetimin, geçmiş dönemde gerçekleşen bürokratik eylem ve işlemlere ilişkin kamuyu bilgilendirmesi ve kamunun gelecekte gerçekleştirecek olan politika oluşturma süreçlerine katılımının sağlanması gerekmektedir (Baum, 2011:146). Yönetimin eylem ve işlemleriyle ilgili bilgileri kamuoyuyla dürüstçe paylaşması, yönetimde açıklık, halkın yönetime katılımı ve bu sayede daha demokratik bir yönetim anlayışının hâkim olmasına katkı sağlar.

#### **4.2.2. Kamunun Güveninin Kazanılması ve Sürdürülmesi (Gaining and the Maintaining the Public's Trust)**

İnsanların ticarî, kültürel ya da siyasi olarak ilişki içinde oldukları kurum ve kuruluşlara ilişkin tutumlarının oluşmasında güven önemli bir role sahiptir. Bu nedenle güven insanî birçok ilişkide temel yapıtaş olarak kabul edilmektedir. Kavram olarak güven, toplumsal sistemin önemli öğeleri arasında yer alan kurumlar ya da birtakım örgütlü yapılara karşı güvene sahip olma ya da olmama durumu olarak algılanmaktadır. Kurumlar ve bireylerle olan iletişimin sağlıklı biçimde yürütülmesinde önemli bir role sahip olan güven; karmaşıklığı azaltma, belirsizlik ve riskleri ortadan kaldırma gibi işlevlere sahiptir. Günümüzde kitle iletişiminde kaydedilen gelişmeler sonucunda, insan ilişkileri giderek karmaşıklaşmakta ve insanları belli bir konuda ikna etmek ve güven kazanmak bir o kadar zor hale gelmektedir. Tüm bu gelişmeler ışığında kurum ve kuruluşların iş ve iletişim hedeflerine ulaşabilmesinde ve varlıklarını sürdürebilmesinde hedef kitlelerinin güvenini kazanması gerekliliği daha da önemli hale gelmektedir. Güven kavramını "güvenen tarafın, güvenilenin yararlı faaliyetlerde bulunacağına ya da en azından zarar verecek faaliyetlerde bulunmayacağına yönelik inancı" olarak tanımlamak mümkündür (Picci, 2011:49).

Güven kavramı, kamusal tartışmalarda ve akademik analizlerde popüler bir konu haline gelmeye başlamıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan bu ilgi devlet kurumlarına ve kamu yönetiminde görev yapan profesyonellere olan güvenin azalmasının bir sonucu olarak görülmektedir. Güven, sermaye yatırımı, ilişki pazarlama, kültürlerarası iletişim ve çeşitli işbirliği biçimlerini etkileyen temel faktör olarak da karşımıza çıkmaktadır (Paliskiewicz, 2011:315). Halkla ilişkiler faaliyetlerinde güven kavramının; kurum ya da kuruluşun hedef kitlesi ile karşılıklı anlayış, iyi niyet ve güvene dayalı ilişkilerin kurularak geliştirilmesinin sağlanması açısından önemli olduğu görülmektedir. Hedef kitlenin güveninin kazanılması halkla ilişkilerin önemli amaçlarından birisidir. Karşılıklı iyi niyete dayalı ilişkilerin kurulmasına amaç edinen halkla ilişkilerde güven, başarılı bir iletişim ve ilişkinin kurulması açısından önemli bir konuma sahiptir. Bu anlamda güvenilir olabilmek uzun bir zaman içinde elde edilebilen, buna karşın kısa sürede yitirelebilen bir değerdir (Karatepe, 2008:84).

Yönetenler, hedef kitleleri olan vatandaşlarının güvenini kazanamamaları ve bunu sürdürememeleri durumunda meşruiyet sorunu ile karşı karşıya kalabilirler. Kamu yönetiminde güvenin sağlanması bir zorunluluktur. Vatandaşların kamu yönetimine duyduğu ihtiyaç kadar, yönetenler de vatandaşlarına ihtiyaç duyarlar. Aradaki bu bağlantıyı sağlayan en önemli unsur ise, yönetimi meşrulaştıran ve hedef kitleden onay, destek alınmasını sağlayan ise bilgilendirme ve açıklıktır. Siyasal alanda bilgilerin açıklıkla kamuoyuna aktarılması, siyasal





parti, hükümet ya da siyasal adayın kamuyu nezdindeki itibarı üzerinde olumlu etkiler sağlayacaktır. Bu sayede halkın güven ve desteğinin kazanılma olasılığı da yükselecektir.

#### **4.2.3. İktidarın Meşruiyetine Katkı Sağlama (To Contribute to the Government's Legitimacy)**

Günümüzde meşruiyete hemen her tür sosyal ilişkide atıf yapılması, kavramın içeriğini ister istemez belirsizleştirmektedir. Meşruiyetle ilgili olarak karşımıza çıkan bir diğer belirsizlik de kavramın yasallıkla karıştırılmasından kaynaklanır. Meşruiyet zaman zaman yasallıktan kaynaklanmakla birlikte, yöneticilerin anayasa ve kanunlara uymaları, yönetilenlerin gözünde meşru olduğu anlamına gelmez. Meşruiyet, yöneticilerin eylem ve işlemlerinin kamuoyu nezdindeki haklılık ya da haksızlığıdır. Bu anlamda kanunlara uygun olan bir uygulama, eğer kamuoyu önünde de haklı görülüyor ve destek buluyorsa aynı zamanda meşrudur. Lipset meşruiyeti; "siyasî sistemin, mevcut siyasî kurumların toplum için en uygun kurumlar olduğuna ilişkin bir inancı yaratma ve sürdürme kapasitesini ifade ettiğini" söyler (1959:77). David Easton da bu ifadeyi destekler biçimde meşruiyeti "siyasî sistemin herhangi bir unsuruna yöneltilen destekleyici bir duygu" olarak niteler (1957:9). İktidarın meşruiyeti söz konusu olduğunda, iktidarı elinde bulunduranlar, orada bulunma gerekçelerini, eylem ve işlemlerini ve bu eylem ve işlemlerinden doğan sonuçları anlamlı ve tatmin edici bir açıklamayla kamuoyuna anlatmak durumundadırlar. Her sosyal sistem, varlığını devam ettirebilmek için meşruiyetini sağlamak ve çevresinin bağlılığını ve iktidarı hak edip etmediğini belli aralıklarla sorgulamak durumdadır (Atiker, 1998:119). Siyasal iktidarların varlıkları her ne kadar hukuksal bir temele dayalı olsa da; ellerinde buldukları gücü, kamuoyu önündeki haklılıkla desteklemek zorundadırlar. Halkla ilişkilerin sahip olduğu fonksiyonların bir bölümünün dolaylı ya da doğrudan mutlaka bir iktidar, güç ya da kazanç elde etmek için farklı amaçlara hizmet eden örgütlere meşruiyet sağlama açısından büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir.

### **5. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSIONS)**

#### **5.1. Adalet ve Kalkınma Partisi Hükümet Programlarında Kamuyu Bilgilendirme (Public Information on AK Party Government Programs)**

3 Kasım 2002'de yapılan Genel Seçim ile işbaşına gelen 58. T.C. Hükümeti ile şu an görev başında olan AK Parti Hükümetleri'nin Programlarında, kamuyu bilgilendirmenin temel prensiplerine ilişkin ifadelerden Açıklık, Hesap Verebilirlik, Şeffaflık ve Tutarlılık kavramlarının kullanımı incelenmektedir.

#### **5.2. 58. Hükümet Programı (58. Government Program)**

3 Kasım 2002'de yapılan Genel Seçimler sonucunda, seçimi %34,3'lük oy oranı ile birinci sırada tamamlayan AK Parti 58. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti'ni kurmuştur. Abdullah Gül'ün başbakanlığında kurulan bu hükümet 9 Mart 2003 tarihine kadar işbaşında kalmıştır.



Tablo 1. 58. Hükümet programı'nın analizi  
(Table 1. Analysis of 58. government programs)

58. Hükümet	Ekonomi			Kültür ve Eğitim			Siyaset ve Hukuk			Teknoloji			Toplam
	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	
Açıklık	-	-	-	1 %20	-	-	4 %80	-	-	-	-	-	5
Hesap Verebilirlik	-	-	-	-	-	-	1 %100	-	-	-	-	-	1
Şeffaflık	3 %30	1 %10	1 %10	2 %20	-	-	2 %20	-	-	1 %10	-	-	10
Tutarlılık	-	-	-	-	1 %33,3	-	1 %33,3	1 %33,3	-	-	-	-	3

Hükümet programında; açıklık kavramına vurgu, eğitim-kültür ve hukuk-siyaset alanlarındadır. Açıklık kavramının siyaset ve hukuk alanında yoğun bir biçimde ve olumlu anlamda vurgulandığını söylemek mümkündür. Programda hesap verebilirlik kavramı, sadece siyaset ve hukuk alanında bir kez ve olumlu olarak vurgulanırken; şeffaflık, 58. Hükümet Programı'nda en çok üzerinde durulan kavram olmuştur. Bu kavrama vurgunun daha çok ekonomik konularda olmakla birlikte, bu vurgunun en fazla olumlu anlamda, birer kez de olumsuz ve nötr olarak kullanıldığı görülmektedir. Şeffaflık kavramı siyaset ve hukuk ile teknoloji konularında da olumlu olarak kullanılmıştır. 58. Hükümet Programında tutarlılık, iki kez siyaset-hukuk ve bir kez de kültür-eğitim alanlarında kullanılmıştır. Tutarlılık kavramı kültür-eğitim ve siyaset-hukuk alanlarında daha çok nötr bir yaklaşımla kullanılmıştır. Bu hükümet programında sayıca en fazla vurgunun şeffaflığa yapılması dikkat çekmektedir.

### 5.3. 59. Hükümet Programı (59. Government Program)

59. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, 9 Mart 2003 tarihinde Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasî yasağının kalkmasının ardından 58. Hükümet'in istifasının ardından kurulan hükümettir. Bu hükümet 22 Temmuz 2007 tarihinde yapılan seçimlere kadar işbaşında kalmıştır.

Tablo 2. 59. Hükümet programı'nın analizi  
(Table 2. Analysis of 59. government programs)

59. Hükümet	Ekonomi			Kültür ve Eğitim			Siyaset ve Hukuk			Teknoloji			Toplam
	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	
Açıklık	1 %33,3	1 %33,3	-	-	-	-	-	1 %33,3	-	-	-	-	3
Hesap Verebilirlik	-	-	-	-	-	-	-	1 %100	-	-	-	-	1
Şeffaflık	4 %50	-	-	-	-	-	4 %50	-	-	-	-	-	8
Tutarlılık	1 %50	-	1 %50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2

59. Hükümet Programı'nda açıklık kavramı ekonomik ve siyaset-hukuk alanlarında kullanılmıştır. Siyaset- hukuk alanlarında nötr vurgu yapılan açıklık kavramının ekonomik konularda olumlu ve nötr olarak kullanıldığı görülmektedir. Programda hesap verebilirlik bir



kez siyaset-hukuk alanında ve nötr olarak vurgulanmıştır. 59. Hükümet programında şeffaflık, bir önceki programda olduğu gibi en çok vurgulanan kavramdır. Şeffaflık, ekonomik ve siyaset-hukuk konularında olumlu vurgularla ele alınmıştır. Tutarlılık kavramına vurgu programda ekonomik konularda bir kez olumlu, bir kez de olumlu vurgulanarak ele alınmıştır. Bu programda da sayıca en fazla vurgu şeffaflık kavramına yapılmıştır.

#### 5.4. 60. Hükümet Programı (60. Government Program)

60. Türkiye Cumhuriyeti, 22 Temmuz 2007'de yapılan genel seçimi %46,58'lik oy oranıyla birinci sırada tamamlayan AK Parti tarafından kurulmuştur. Bu hükümet 12 Haziran 2011'de gerçekleştirilen seçimlere kadar işbaşında kalmıştır.

Tablo 3. 60. Hükümet programı'nın analizi  
(Table 3. Analysis of 60. government programs)

60. Hükümet	Ekonomi			Kültür ve Eğitim			Siyaset ve Hukuk			Teknoloji			Toplam
	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	
Açıklık	1 %50	-	-	1 %50	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Hesap Verebilirlik	-	-	-	-	1 %50	-	-	1 %50	-	-	-	-	2
Şeffaflık	1 %12,5	-	-	-	2 %25	-	1 %12,5	3 %37,5	-	1 %12,5	-	-	8
Tutarlılık	1 %20	-	-	-	-	-	2 %40	2 %40	-	-	-	-	5

60. Hükümet Programında açıklık, ekonomik ve kültür-egitim konularında birer kez ve olumlu olarak vurgulanmıştır. Hesap verebilirlik kavramı da kültür-egitim ve siyaset-hukuk konularında birer kez olumlu vurgu ile ele alınmıştır. Bu programda şeffaflık, diğer programlarda olduğu gibi en fazla vurgulanan kavram olarak göze çarpmaktadır. Şeffaflık kavramı ekonomide olumlu, kültür-egitimde nötr, hukuk-siyasette daha çok nötr ve teknoloji konularında olumlu kullanılmıştır. 60. Hükümet Programında tutarlılık kavramına vurguya, ekonomik ve siyaset-hukuk alanlarında rastlanmaktadır. Kavram, ekonomik konularda bir kez, olumlu vurgulanırken, siyaset-hukuk alanında olumlu ve nötr vurgulanmıştır. Bu programda sayıca en fazla vurgu şeffaflık kavramına yapılmıştır.

#### 5.5. 61. Hükümet Programı (61. Government Program)

12 Haziran 2011 seçimlerini %49,95'lik oy oranıyla birinci sırada tamamlayan AK Parti tarafından kurulan 61. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, 7 Haziran 2015'te yapılan seçimlere kadar görev yapmıştır.

Tablo 4. 61. Hükümet programı'nın analizi  
(Table 4. Analysis of 61. government programs)

61. Hükümet	Ekonomi			Kültür ve Eğitim			Siyaset ve Hukuk			Teknoloji			Toplam
	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	
Açıklık	-	-	-	-	-	-	-	1 %100	-	-	-	-	1
Hesap Verebilirlik	-	-	-	-	-	-	3 %100	-	-	-	-	-	3
Şeffaflık	2 %22	1 %1	-	2 %22	1 %1	-	2 %22	1 %11	-	-	-	-	9
Tutarlılık	1 %25	1 %25	-	-	-	-	-	2 %50	-	-	-	-	4

Bu programda açıklık kavramı yalnızca siyaset-hukuk alanında nötr anlamda vurgulanırken; hesap verebilirlik ise yine aynı alanda olumlu anlamda vurgulanmıştır. 61. Hükümet Programı'nda şeffaflık kavramı, ekonomi, eğitim-kültür ve siyaset-hukuk alanlarında eşit bir biçimde olumlu ve nötr bir yaklaşımla vurgulanmıştır. Tutarlılık kavramı, bu hükümet programında ekonomi, siyaset ve hukuk alanlarında olumlu ve nötr vurgulanmıştır. Bu hükümet programında da şeffaflık, en sık vurgulanan kavram olarak ön plana çıkmaktadır.

#### 5.6. 64. Hükümet Programı (64. Government Program)

64. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, 1 Kasım 2015 tarihinde gerçekleştirilen genel seçimlerle işbaşına gelmiştir. Bu seçimlerde %49,5 oy alan AK Parti, hükümeti kurma görevini alarak 64. Cumhuriyet Hükümeti'ni kurmuştur.

Tablo 5. 64. Hükümet programı'nın analizi  
(Table 5. Analysis of 64. government programs)

64. Hükümet	Ekonomi			Kültür ve Eğitim			Siyaset ve Hukuk			Teknoloji			Toplam
	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Olumlu	Nötr	Olumsuz	
Açıklık	2 %50	-	-	-	-	-	2 %50	-	-	-	-	-	4
Hesap Verebilirlik	7 %43,75	-	-	1 %6,25	-	-	4 %25	4 %25	-	-	-	-	16
Şeffaflık	10 %50	-	-	2 %10	-	-	3 %15	3 %15	1 %5	1 %5	-	-	20
Tutarlılık	-	-	-	-	-	-	1 %100	-	-	-	-	-	1

64. Hükümet Programı'nda açıklık kavramı ekonomik, siyaset-hukuk alanlarında iki kez ve olumlu anlamda vurgulanmıştır. Programda hesap verebilirlik, en yüksek oranda ekonomik ve siyaset-hukuk alanında vurgulanırken; kültürel konularda da olumlu anlamda vurgulandığı görülmektedir. Hesap verebilirlik kavramına vurgu, ekonomik anlamda tamamen olumlu iken, siyaset-hukuk konularında olumlu ve nötr vurgulanmıştır. Şeffaflık, 64. Hükümet Programı'nda da en sık vurgulanan kavram olarak göze çarpmaktadır. Bu kavram en yüksek oranda ekonomik konularda ve olumlu olarak vurgulanırken; kültür-eğitim



alanında olumlu, siyaset-hukuk alanında olumlu, nötr ve az da olsa olumsuz ifadelerle vurgulanmıştır. Programda şeffaflık kavramı bir kez teknolojik konularla ilgili olumlu vurgulanmıştır. Bu programda tutarlılık kavramına yapılan vurgu, siyaset-hukuk konusunda ve olumlu vurgulanmıştır.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Bu çalışmada hükümetin halkla ilişkilerinde önemli bir yere sahip olan hükümet programları, kamuyu bilgilendirmenin de vazgeçilmez kaynaklarından biri olarak değerlendirilmiştir. Bu amaçla ülkemizde uzun bir zamandan sonra tek parti olarak iktidarda olan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Hükümet Programları'nda Ekonomi, Kültür ve Eğitim, Siyaset ve Hukuk, Teknoloji alanlarında yer alan mesajlar; kamuyu bilgilendirme açısından önemli yere sahip olan Açıklık, Hesap Verebilirlik, Şeffaflık ve Tutarlılık gibi kavramlara yapılan vurgu üzerinden değerlendirilmiştir. İncelenen hükümet programlarında açıklık, hesap verebilirlik, şeffaflık ve tutarlılık gibi kamuyu bilgilendirme açısından önem arz eden kavramlara en fazla ekonomi ile siyaset ve hukuk alanlarında yer verildiği görülmektedir. Kültür ve eğitim ile teknolojik alanlarda da bu kavramlara vurgu yapılmış olmasına rağmen, diğer alanlar kadar hatırı sayılır bir oranda ele alınmadığını söylemek mümkündür. Siyaset, hukuk ve ekonomik alanlarda verilen bu mesajların önemli bir bölümünde ise olumlu mesajlar daha yüksek orandadır. Bu sonuçla, ülke gündeminde her zaman üst sıralarda yer alan siyaset ve hukuk ile ekonomik alanlardaki vurgunun daha yüksek olduğunu, AK Parti Hükümet programlarında ise bu önemin gözden kaçırılmadığını söylemek mümkündür.

Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından kurulan ilk hükümet 58. Hükümettir. Bu hükümet, üç partili bir koalisyon hükümetinin ardından kurulmuştur. 57. Hükümetin başbakanı Bülent Ecevit ile dönemin cumhurbaşkanı arasında MGK'da yaşanan tartışmanın ardından ülkede yaşanan ekonomik kriz sonucunda erken seçime gidilmiştir. Anayasal ve hukuksal alanda cumhurbaşkanı ile başbakan arasında yaşanan krizin ardından gerçekleştirilen seçimler sonucunda Ak Parti hükümeti kurma görevini üstlenmiştir. Bu nedenle 58. Hükümet programında, kamuyu bilgilendirme amaçlı mesajların ekonomik ve hukuksal konularda yoğunlaştığı görülmektedir. 2007 yılında yapılan seçimlerin ardından kurulan 60. Hükümet döneminde muhalefetin ekonomi, siyaset ve hukuk ile eğitim alanındaki eleştirileri yoğunluk kazanmıştır. Bu dönemde hükümet tarafından Türkiye'nin AB üyelik süreci çerçevesinde gerçekleştirilen bazı hukuksal düzenlemeler ile eğitim alanındaki reformlar, muhalefetin yoğun eleştirisine neden olmuştur. Bu nedenle ekonomi, hukuk ve siyaset ile eğitim konularındaki mesajların yoğun olduğu gözlenmiştir.

2011'de yapılan genel seçimlerle işbaşına gelen 61. Hükümet, 2008'de yaşanan ekonomik krizle birlikte, Türkiye'nin AB üyelik sürecinin uzaması ve açılım süreci gibi konularda bazı çevrelerin ve muhalefetin yoğun eleştirileriyle karşılaşmıştır. Bu konjonktürde şekillenen hükümet programında, siyaset ve hukuk alanındaki kamuyu bilgilendirmeye yönelik mesajlar, eğitim ve ekonomi alanındaki mesajlardan daha fazladır. Bunun temel nedenini ise kamuoyundaki açılım sürecine ilişkin kafa karışıklığının giderilmesi olarak görmek mümkündür. 2015 yılı kasım ayında gerçekleştirilen genel seçimlerle işbaşına gelen 64. Hükümet, çözüm sürecinin sekteye uğradığı ve ekonomik anlamda ülke genelinde ciddi sıkıntıların yaşandığı bir dönemde kurulmuştur. Bu dönemde dövizde yaşanan ani artış ve Türk Lirası'nın değer kaybı, ekonomik anlamda yaşanan olumsuzluklardan



bazılarıdır. Çözüm sürecinin sekteye uğraması ve terör örgütünün eylemlerini artırması muhalefetin, iktidarı yoğun bir biçimde eleştirmesine neden olmuştur. 64. Hükümet Programı'nda verilen mesajlar, bu hükümet döneminde de siyaset ve hukuk ile ekonomi alanında yoğunlaşmıştır. Kamuyu bilgilendirme, rekabetin olmadığı ortamlarda başvurulmuş halkla ilişkiler faaliyetlerini tanımlayan bir modeldir. Kurum ya da kuruluşun bilgileri açıklıkla paylaşılması kamuoyunda bilinirlik ve güvenin artması beklenmektedir. Hükümetler tarafından açıklanan hükümet programlarında kamuoyuna verilen mesajların ülkedeki konjonktürden etkilendiğini söylemek mümkündür. Hükümet programları, görev başına gelen hükümetin yürüteceği eylem ve işlemlerle ilgili plan, program ve öngörülerin kamuoyu ile paylaşıldığı mecralardır. Bu yönüyle hükümet programları, yönetilenler nezdinde hükümete ilişkin açık, tutarlı, güvenilir bilgilerin paylaşıldığı birer mecra olarak ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle hükümet programları, kamuyu bilgilendirme ve yönetimin halkla ilişkileri açısından önemli bir yere sahiptir. Hükümet programları geçmişteki uygulamalar, güncel konular ve gelecekteki planlarla ilgili bilgi aktarırken, aynı zamanda dönemin koşullarından etkilenen mesajlar ve yaklaşımları da içermektedir. Bu nedenle, hükümet programlarında iletilen mesajların ülke dinamikleri ve güncel koşullar göz önünde bulundurularak okunmasında yarar vardır.

#### **KAYNAKLAR (REFERENCES)**

- Akyıldız, Fulya: "Bilgi Toplumu Yönetim Anlayışının Gerçekleşebilmesi İçin Zorunlu Bir Hak: Bilgi Edinme Hakkı", <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/11-01.pdf>.
- Alkan, H., (2000). Karar Alma Süreçlerine Katılım Sistemleri Açısından Türkiye Ekonomik ve Sosyal Konseyi. TODAİE Dergisi, Haziran, Cilt:33, Sayı:2.
- Atiker, E., (1998). Modernizm ve Kitle Toplumu. Ankara: Vadi Yayınları.
- Baum, J.R., (2011). Responsive Democracy: Increasing State Accountability in East Asia. USA: University of Michigan Press.
- Çebi, M.S., (2003). İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi, Ankara: Alternatif Yayınları.
- Easton, D., (1957). An Approach to the Analysis of Political Systems, World Politics.
- Erdoğan, İ., (2006). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara: Pozitif Yayıncılık.
- Ertekin, Y., (2000). Halkla İlişkiler. Ankara: Yargı Yayınevi. No: 28. Dördüncü Baskı.
- Eryılmaz, B. ve Biricikoğlu, H., (2011). Kamu Yönetiminde Hesap Verebilirlik ve Etik. İş Ahlakı Dergisi, Cilt:4, Sayı:7, ss:19-45.
- Fındıklı, R., (1996). Yönetimde Açıklık-Açık Yönetim. Türk İdare Dergisi, Sayı:412, Eylül.
- Geylan, R., (1994). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık.
- Grunig, J.H. and Hunt, T., (1984). Managing Public Relations, New York: Holt, Rinehart&Winston Inc.
- Grunig, J.E. and Grunig, L.E., (2005). Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri (Ed. James E. Grunig), "Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik", İstanbul: Rota Yayınları.



- 
- Lipset, S.M., (1959). Political Man, The Social Basis of Politics. New York: Doubleday.
  - Memişoğlu, D. and Durgun A., (2008). Public Administration Reforms and Corruption in Turkey, First International Conference on Management and Economics: Current Issues in Emerging Economies in Global Perspective" - (ICME 2008), Tirana, Albania, 28-29 March 2008 ces.epoka.edu.al/icme/31.pdf, pp. 423-436
  - Okay, A.A., (2002). Halkla İlişkiler ve Medya, İstanbul: Kapital Medya.
  - Onal, G., (1997). Halkla İlişkiler. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
  - Paliskiewicz, J.O., (2011). Trust Management: Literature Review, Management, (6)4, 315-331.
  - Peltekoğlu Balta, F., (1998). Halkla İlişkiler Nedir. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
  - Picci, L., (2011). Reputation-Based Governance. USA: Stanford University Press.
  - Seçim, H., (1998). Halkla İlişkiler. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 898.
  - Tortop, N., (1993). Halkla İlişkiler. Ankara: Yargı Yayınları.