

KAMU YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA CİMER VE KAMU DENETÇİLİĞİ KURUMUNUN KARŞILAŞTIRILMASI

Tuba KARACA BELLİ¹

Mehmet GÖKKIZ²

Şahin BELLİ³

Adnan HAKAN⁴

Işıl AKINCI⁵

Özet

Halkla ilişkiler faaliyetleri kamu yönetiminin hizmet sunduğu halk ile daha iyi ilişkiler kurulmasını ve ortaya çıkabilecek problemlerin önceden tahmin edilmesini sağlar. Kamu yönetiminin halkla ilişkiler faaliyetlerinde çeşitli kurumlar görev alır. Türkiye’de halkın şikâyet, talep, beklenti, istek ve önerilerini alan CİMER ve Kamu Denetçiliği Kurumu halkla ilişkiler bağlamında önemli göstergeler kullanır ve bu kapsamda çıktılar elde ederler. Bu araştırma ile kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yeri ve önemi ortaya konulacaktır. Bununla birlikte halkla ilişkiler bağlamında Kamu Denetçiliği Kurumu ve CİMER’in karşılaştırmasının yapılması araştırmanın temel amacıdır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için belgesel tarama yönteminden faydalanılmıştır.

Anahtar Kelimler: Kamu Yönetimi, Halkla İlişkiler, CİMER, Kamu Denetçiliği Kurumu.

Jel Kodlar: K36, K38.

Alındığı Tarih: 11.11.2022 / Kabul Edildiği Tarih: 27.12.2022 / Açık Erişim Tarihi: 31.12.2022

¹ Kamu Yönetimi Uzmanı, Öğretmen, Kahramanmaraş 15 Temmuz Şehitler İ.H.O., tubaka1982@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-0717-7792.

² Kamu Yönetimi Uzmanı, Okul Müdürü, Fatmalı İlkokulu, mehmet-gokkiz@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-0352-5596.

³ Şube Müdürü, Bahçelievler İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, sahinbelli74@gmail.com, Orcid: 0000-0001-6335-4568

⁴ Okul Müdürü, Bahçelievler Cumhuriyet Anadolu Lisesi, İstanbul, adnanhakan@gmail.com, Orcid: 0000-0001-6000-3252.

⁵ Kamu Yönetimi Uzmanı, Okul Müdürü Yardımcısı, Şehit Erdoğan Türkel İlkokulu, Adana, canisil@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-1979-1071.

Comparison of CIMER and Ombudsman Institution in the Context of Public Relations in Public Administration

Abstract

Public relations activities enable the public administration to establish better relations with the people it serves and to anticipate the problems that may arise. Various institutions take part in the public relations activities of the public administration. CIMER and Ombudsman Institution, which receive the complaints, demands, expectations, requests and suggestions of the people in Turkey, use important indicators in the context of public relations and obtain outputs in this context. With this research, the place and importance of public relations in public administration will be revealed. However, the main purpose of the research is to compare the Ombudsman Institution and CIMER in the context of public relations. In order to achieve this aim, documentary scanning method was used.

Keywords: Public Administration, Public Relations, CIMER, Ombudsman Institution.

Jel Codes: K36, K38.

1. Giriş

İnsanlığın varoluşu ile birlikte karşılıklı iletişim içinde olması birçok sorunun çözülmesine yardımcı olmuştur. Bireysel olarak sorunlarını iletişim yolu ile çözen insan örgütlü yapıya dönüşmesi ile birlikte halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duymuştur. Halkla ilişkiler ilk olarak özel sektörde ortaya çıkmış olmakla birlikte kamu yönetiminde gerçekleşmesi çok da uzun zaman almamıştır. Kamu yönetiminde halkla ilişkiler faaliyetinde hedef kitle kurum içi ve kurum dışı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu kapsamda kurum içi ve kurum dışı hedef kitle ile halkla ilişkiler faaliyeti yürütülürken iletişim araçlarından faydalanılmaktadır. Bu araçlar geleneksel ve modern araçlar olarak ikiye ayrılabilir. Günümüzde internet teknolojisinin gelişmesi ile birlikte modern araçların sayısı ve etkinliği artmıştır. Böylece halkla ilişkiler faaliyetlerinin uygulanışı da kolaylaşmıştır. Halkla ilişkileri kamu yönetimi açısından önemli yapan etken halkın karar alma sürecine katılımın sağlanarak sunulan hizmete ilişkin talep, beklenti ve şikâyetlerin tespit edilmesidir. Sorunlarını iyi tahlil eden bir kamu yönetimi halktan doğru geri bildirimler ile sorunsuz bir hizmet sunmaya başlayacaktır. Bununla birlikte halkın istekleri öğrenilerek gereksiz yatırımların önüne geçilecektir. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyetleri ile personelin kurumsal aidiyet duygusu artırılabilecektir. Bunun yanında iş arkadaşları ve yöneticiler ile iyi ilişkiler geliştirilecektir.

Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yararını ortaya koymak ve bu bağlamda CİMER ve Kamu Denetçiliği Kurumu'nu karşılaştırılması amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada yerli ve yabancı kaynaklardan elde edilen birincil ve ikincil verilerden faydalanılmıştır. Araştırma sürecinde nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Nitekim durum çalışması bilimsel sorulara cevap aramada kullanılan ayırt edici bir yaklaşım olarak görülmektedir (Büyüköztürk vd., 2009). Çalışma kapsamında halkla ilişkiler kavramı tanımlanarak halkla ilişkilerde kamu yönetiminin yeri incelenmiş ve kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yararı ortaya konulmuştur. Halkla ilişkiler bağlamında CİMER ve Kamu Denetçiliği Kurumu karşılaştırmalı bir şekilde incelenmiş ve çalışma sonuç bölümü ile tamamlanmıştır. Çalışma sonucunda CİMER ve Kamu Denetçiliği Kurumu'nun halkla ilişkiler faaliyeti yürüttükleri ve aktif vatandaşlık bilincinin gelişimine katkı sundukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu kurumlar vatandaşların şikâyet, talep ve beklentilerini tespit ederek devlet ile halk arasındaki iletişimi sağlamakta ve aynı zamanda verilen cevaplar ile kurumsal imaja olumlu katkılar sunmaktadır.

2. Halkla İlişkiler

Yöneten-yönetilen, satan-satın alan ayrımının olduğu birçok durumda halkla ilişkiler uygulamasından veya varlığından söz etmek mümkündür. Çünkü halkla ilişkiler örgütsel sonuca bağlı olarak örgüt tarafından oluşturulmuş bilinçli ve gayretli bir çaba olarak ortaya çıkar. Örgüt ile ilişki kurduğu çevrenin etkileşim ve iletişimi kaçınılmazdır. Bu yüzden örgütün yer aldığı her durumda halkla ilişkilerden söz etmek mümkündür. Böylece halkla ilişkiler kendiliğinden veya planlı olarak gelişir (Kazancı, 2013: 41). Kavram olarak bir tanımlama yapmak güçtür. Nitekim yıllarca aktif olarak halkla ilişkiler ile içi içe olan ve bu alanda çalışmalar yapan bilim insanları dahi kavramı tanımlamakta ve tanımlama birliği oluşturmada güçlük çekmişlerdir. Halkla ilişkileri kavramsal açıdan genel bir tanımlama yapmak gerekirse halkla ilişkiler; özel kuruluşların veya kamuda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlarının, ilişkide ve etkileşimde bulunduğu kimselerin desteğini, sempatisini ve güvenini kazanmak için düzenli olarak yaptığı çalışmalardır (Budak ve Budak, 2000: 7-8). Bu tanıma incelendiğinde özel ve kamu kesimini kapsadığı görülmektedir. Kamu kuruluşlarının amacı ile halkla ilişkiler amacı birbirinden farklıdır. Kamu kuruluşlarının amacı halka kamu hizmeti sunmak iken, halkla ilişkiler ise sunulan bu hizmetlerin en etkin şekilde yerine getirilmesine yardımcı olur. Kamu yönetimi ile halkla ilişkiler ayrımının yanında özel kuruluşlar ile kamu kuruluşları arasında da birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Özel kuruluşlar genellikle kâr amacı güderler ve rekabet

esasına göre mal ve hizmet üretmekte ve bu mal ve hizmetleri satmaktadır. Halkla ilişkiler, çok geniş uygulama alanına sahip olduğundan halkla ilişkilerin kapsamına reklamcılık ve propagandayı da içine alınacak şekilde tanımlamalar yapılır (Bilgin, 2010: 21). Nitekim başka bir tanıma göre ise halkla ilişkiler kuruluşların, diğer kişiler ya da kuruluşlarla kar elde etmek için ilişkiler kurduğu veya mevcutta devam ettirdikleri ilişkilerini daha da geliştirmek için sürdürdükleri faaliyetler ve hedeflerin tümüdür. Tanımda bahsedilen ilişki reklam ve propagandadaki maddi bir menfaate dönüşebilir. Lakin halkla ilişkilerde temel hedef bu olmamalıdır. Uzun dönemde kuruluş imajı ortaya koymuş örgütler şüphesiz bir imajın ortaya koyacağı avantajlardan faydalanacaklardır (Budak ve Budak, 2000: 7-8).

Yukarıda yer alan tanımlar incelendiğinde çıkartılacak sonuçlar şunlar olabilir (Tortop, 1990: 6):

1. Halkla ilişkiler iki taraflı iletişimin gereğidir; bu ilişkide bulunan topluluğa bazı faydalar sağlanırken karşıda bulunan topluluktan ise bazı şeyleri almaktadır. Karşı tarafa verilmek istenen mesajlar ve toplum tarafından yapılan geri bildirimler örgüte yol göstermede yardımcı olacaktır.
2. Kurum ve kuruluşlar halkın desteğini ve güvenini kazandıkça toplama faydayı sağlayacaktır.
3. Halkla ilişkiler faaliyetini yürütenler toplumun veya hedef kitlenin güven ve desteğini mutlaka kazanması gerekir. Bu güven ve destek sonucunda yanlış tutum ve davranışlardan vazgeçilerek yanlışlardan kurtulabilir.
4. Halkla ilişkilerin asıl amacı ulaşmak istenen hedef kitleyi ve topluluğu etkileyerek onları belli bir inanış, eylem ve davranışa yöneltmektir.

Halkla ilişkilerin tanımlarında yer alan bilgilere bakıldığında, halkla ilişkilerin varlık sebebi, kişi, kurum ve kuruluşların çevreleriyle olumlu ilişkiler ve etkileşimler kurmasını sağlayarak onlarla etkili, verimli bir etkileşim ortamı sağlamaktır. Halkla ilişkilerin bir diğer varlık sebebi ise örgütlerin karar alma süreci ve kararların uygulanması sürecinde uygun çevresel iklim oluşturmaktır. Halkla ilişkilerin uygulanabilirliğinin en önemli unsurlarından birisi örgütsel kültürün elverişli olmasıdır. Halkla ilişkilerin amacı aşağıdaki gibi özetlenebilir (Yavuz, 2008: 19-20):

- Halka, örgüt ve yönetimi hakkında bilgi vererek, halkın örgütün politikasını ve çalışmalarını beğenmesini sağlamak,

- İlgili kişi ve kurumlarla etkileşimde bulunarak onların güvenini, ilgisini ve desteğini almak,
- Hedef kitlelerden güvenilir ve geçerli bilgiler alarak onlarla sağlıklı ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak,
- Topladığı bilgilerle ve ortaya koyduğu verilerle kendini geliştirerek örgüte ve topluma faydalı olmak, halkla iş birliği yaparak ta hizmetlerin etkin ve verimli bir şekilde sunulmasını sağlamak,
- Toplumsal sorumluluk duygusunu geliştirerek toplumun ahlaki değerlerini güvence altına almaktır.

Halkla ilişkileri amacı hedef kitle ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre halkla ilişkilerin amacı hedef kitlenin kazanılmasıdır. Bu kapsamda halkla ilişkiler faaliyetinin başarısı hedef kitlenin kazanılıp kazanılmamasına göre değişmektedir. Böylece ölçüt hedef kitle olarak belirlenmektedir. Hedef kitlenin özelliklerinin belirlenmesi halkla ilişkilerde başarı için temel koşullardan biridir. Bu hedef kitlenin kazanılmasını kolaylaştıracaktır. Tüm bu amaçlarda halkın yönetim ile arasındaki mesafenin kısaltılması beklenir. Bu amaçları yerine getirmede çeşitli araçlar kullanılır (Aydın ve Taş, 2013: 35).

Halkla ilişkilerde kullanılan çok sayıda ve türde araç bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi olan yazılı araçları saymakla bitiremeyiz. Ancak bazılarını şu şekilde sayabiliriz: Gazeteler, basın toplantısı ve basın bülteni, dergiler, broşürler, bültenler, el kitabı, yıllık, afişler, pankartlar ve el ilanları olarak ifade edilebilir. Yayın araçları ise görsel ve sesli kitle iletişim araçlarıdır. Bu sınıflandırmadaki araçlarda ilk akla gelen televizyon ve radyodur. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde sıklıkla kullanılan etkili araçlardan birisi radyodur. Bir diğeri ise televizyondur. Haber bültenlerini, söyleşileri ve açık oturumları da halkla ilişkiler programı olarak sayabiliriz (Taş ve Kestellioğlu, 2011: 77-78). Günümüzde halkla ilişkilerde en fazla kullanılan araçlardan birisi internettir. İnterneti kullanarak iletişim ve ilişki kurmak için çok çeşitli araçlar bulunduğunu belirtmekte fayda vardır. Bunlar aşağıdaki şekilde ayrılabilirler (Tworzydło, 2016: 82):

1. Tek taraflı iletişim ve bu iletişime destek için kullanılan araçlar:

- a. İnternet siteleri,
- b. Sponsorlu bağlantılar,
- c. Konumlandırma,

- d. Afiş,
- e. Posta gönderme.

2. Diyalogda kullanılan araçlar:

- a. Mesaj panoları,
- b. Sosyal medya,
- c. Viral videolar,
- d. Bloglar.

3. Tek taraflı iletişimi etkileyen diğer araçlar:

- a. Medya ile doğrudan ve dolaylı iletişim için basın büroları,
- b. Çevrimiçi etkinliği izleyen araçlar.

3. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler

Kamu kurum ve kuruluşları veya özel sektör kuruluşlarına göre halkla ilişkilerin tanımı değişiklik göstermektedir. Halkla ilişkilerin tanımı değişiklik göstermesine rağmen halkla ilişkilerin amacı, ilke ve yöntemleri, kamu ve özel sektör içinde geçerlidir. İletişim yöntemlerindeki gelişmeler ve yenilikler, endüstriyel alanlardaki iç ve dış rekabet, halkla ilişkilerin hem kamu sektöründe hem de özel sektörde önemli hale gelmesini sağlamıştır. Bu durumda kamuda halkla ilişkiler şu şekilde ifade edilebilir: Bir kamu kurum veya kuruluşunun etkileşimde olduğu kişi veya grupların desteğini almak için giriştiği çift yönlü iletişime ve etkileşime dayalı, kuruluş ile çevre arasında olan uyumu sağlamaya yönelik sistemli ve sürekli çabalardır (Bülül, 2004: 127).

Halkla ilişkilerde yer alan çalışmalarının önemli bir bölümü, belirli bir merkezden çevreyi bilgilendirmeyi amaçlar. Kitle iletişim araçlarından yararlanmak kimi zaman çevreyi aydınlatma, kimi zaman da kamusal ya da özel işletmelerin faaliyetlerini vatandaşa aktarma halkla ilişkilerin bir çalışmasıdır. Bu ilişki ideolojik devlet çabasıyla bir yönde ve amaçlı olarak ortaya konan birlik söz konusudur. Bu niteliği ile halkla ilişkiler, kitle iletişim olayı içinde bulunan ideolojik uğraşta kamu ve özel kesimin önerilerini kitleye benimseterek ve toplumsal uzlaşmayı sürdürerek sisteme siyasal meşruluk kazandıran bir çalışma şeklidir. Toplumbilim

ya da siyasal bilim uzmanları halkla ilişkiler uygulamasını kendi açılarından aşağıdaki şekilde değerlendirirler (Kazancı, 2013: 25-26).

Kamu kurumları ihtiyaçları karşıladıkları ve mevcut ilişkilere ayak uydurabildikleri müddetçe varlıklarını sürdürebilirler. Demokrasinin kurumsallaşmış olduğu ülkelerde kamu kurum ve kuruluşlarındaki yürütme ve karar organlarının seçimle iş başına gelmesi ile halkın karar alma sürecindeki görevi bitmemektedir. Özellikle son dönemde temsili demokrasi krizinin ortaya çıkması ve bununla katılımcı demokrasi anlayışının gelişmesinde önemli bir basamak olması ile birlikte halkın karar alma sürecine katılımı seçimlerin dışında kararların alımı, uygulanması ve bunlara ilişkin geri bildirimlerin yapılması ile sağlanmıştır. Nitekim kamu idareleri ile halk arasındaki ilişki demokratikleştikçe halkın alınan kararlara katılımı, görüş ve beklentilerini ifade etmesi ve olup bitenden haberdar edilmesi hakkını kazanmış olur. Yine bu ilişkilerin bir sonucu olarak kamu kurum ve kuruluşları sürdürdükleri politikalar konusunda halkı bilgilendirmek ve bu politikaları halka benimsetmek ve halkın kamu hizmetlerine karşı gösterdiği tepkiyi dikkate almak zorundadır (Uygun, 2018: 25).

4. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yararı

Kamu kurumları faaliyetlerini yerine getirirken başarılı olmalarının yollarından biri iletişim halinde bulunduğu toplum kesimlerinin destek ve güvenini elde etmekten geçer. Bununla birlikte kamu yönetiminde halkla ilişkiler sürecinin birçok amacı bulunmaktadır. Bu amaçlar şu şekilde sıralanabilir (Uygun, 2018: 26):

- Kamuoyuna faaliyetlerle ilgili bilgi vererek, bu alanda kamuoyu oluşmasını sağlamak ve kurumun takip ettiği politika süreçlerini halka benimsetmek,
- Hizmet alanlara kamu yönetimine karşı daha olumlu tutum ve davranışlar geliştirmesini sağlamak,
- İki yönlü iletişim ile halk-kamu yönetimi iletişimini kolaylaştırmak,
- Kaynak savurganlığını önleyerek, doğru ve yerinde yatırımların ve kararların gerçekleşmesini sağlayacak bilgileri halktan elde etmek,
- Emir ve yasaklar koyarken halkın bilgilendirilmesini sağlamak,
- Aktif vatandaşlık bağlamında halkı hizmet sunumuna katmak ve iş birliğinin gerçekleştirilmesini sağlamak,

- Yasal düzenlemelerde ortaya çıkacak sorunların tespitinde ve giderilmesinde halkın talep, beklenti ve şikâyetlerinden faydalanabilmek.

Kamu kurumları halkla ilişkiler faaliyetlerini yerine getirirken iki temel unsuru kullanır. Bunlardan ilki tanıtma ikincisi ise tanımadır (Canöz, 2008: 143). Tanıma çalışmalar yönetsel belleği genişletir. Yönetim, alacağı kararların ne yöne olacağı konusunda ön bilgi elde eder. Bilindiği gibi yönetimin belleği alınacak her karara temel alınır. Bu belleğin genişlemesi yönetimin kararının o kadar yerinde ve doğru olduğunu gösterir. Ülke ve toplumsal gerçeklere uygun yerinde karar almak üzere önce var olan gerçekleri bilmek ve öğrenmek gereklidir. Kararın yerindeliği ile çevre koşullarını bilmek onları tespit etmek arasında çok yakın bir bağlantı vardır. Yönetimin alacağı kararlara temel olacak bilgiler ne kadar çok olursa kararlarda varılan sonuçlarda o kadar isabetli ve yerinde olur. Tanıma çalışmaları ile kamu yönetimi böyle bir olanağı yakalar (Kazancı, 2013: 163). Halkla ilişkiler adına tanıtma faaliyetlerine ihtiyaç duyan kamu kurumları bu faaliyetleri yerine getirirken bazı araç ve yöntemlerden faydalanırlar. Halkla ilişkilerin temel araçları arasında sayılan basın yayın kuruluşları ve basın çalışanları ile iyi ilişkiler kurmak bunların en başında gelmektedir. Ayrıca sesli ve görüntülü iletişime imkân sağlayan televizyon ile sadece sesli iletişimi sağlayan radyo devletin kendi kontrolü altındadır. Devlet yayını adıyla anılan gazete, dergi gibi yazılı araç ve gereçler ise toplum üzerinde etkiye sahiptir (Canöz, 2008: 143).

Tanıtma işlevi ile yönetim halkın kendisinden beklediği bilgileri halka aktarırken halkın kendisi ile benzer görüşte olmasını sağlayacak veya bunun yollarını arayacaktır. Bilindiği üzere kamuoyu oluşum sürecinde herkes benzer düşünce ve eğilimleri paylaşmazlar. Bir başka ifade ile kamuoyu tartışmalı bir konuda çoğunluğun kanısıdır. Yönetimin eylem ve işlemlerini yürütürken doğru hareket tarzı belirlediğini ortaya koymak için çoğunluğun oluru gerekir. Nitekim demokratik sistemin ölçütü budur. Bu durum azınlığın istek ve gücünü yok saymak değildir. Ulaşılacak kişi sayısı ne denli büyük olursa yönetim o kadar rahatlar. Tanıtım çalışması bu çoğunluğu elde etmeye yöneliktir. Bu amaçla yönetimden çevreye sürekli bilgi akımı olmalı ve bilgiler anında doğru olarak verilmelidir. Bunun yanında kararlardan doğrudan doğruya etkilenmeyen kümelerin desteğini elde etmek amacı da tanıtma işlevi içinde önemli bir yer tutmalıdır. Yönetimin tanıtma işlevi bir başka açıdan da önem kazanır. Kuruluşların yapılarının son derece karmaşıklaşmış olması tanıtma işlevini gerekli kılar (Kazancı 2013: 91-92). Tanıtma işlevi gerçekleştirilirken kullanılan bazı yol, yöntem ve araçla bulunmaktadır. Bu yol ve yöntemler "*halkı tanıma yol ve yöntemleri*" olarak ifade edilebilir. Bunlar kamunun rutin

işleyişinde farklı durumlardaki görevlileri vasıtasıyla halkla bire bir sağlanan yüz yüze ilişkiler; kamunun yönetsel anlamda almış olduğu kararların uygulanmasından sonra ortaya çıkabilecek sürtüşmeleri önceden öğrenerek önlemler alan yönetim ile yönetilenler arasında köprü vazifesi görerek aralarında uyum sağlamaya yönelik çaba olan danışma ve kamuoyunda yapılan araştırmaları, basın, şikâyet dilekçeleri ve dilek kutularına atılan mektuplardır (Canöz, 2008: 143).

Kamu kurum ve kuruluşlarca yürütülen faaliyetlerin başarısı bu faaliyetlerde halkın haberdar olması ile artmaktadır. Etkin ve verimli bir halkla ilişkiler uygulaması için kamusal hizmet yerine getirildikten sonrada yapılan eylem ve işlemlerin sonuçları çeşitli yol ve yöntemlerle duyurulmalı ve halk ile paylaşılmalıdır. Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin başarı koşullarından bir diğeri ise etik davranışlara uygun hareket edilmesidir. Nitekim halkla ilişkilerin var olan temel ilkeleri etik davranış ilkeleriyle uyum sağlamaktadır. Kamu kurumlarında yer alan tüm halkla ilişkiler çalışmalarında toplumun etik değerlerini benimsemeli, bu değerlere önem vermeli ve halkla ilişkiler çalışmalarında etik değerler yol gösterici olmalıdır. Çalışmalarda etik değerlere önem vermeli ve etik dışı davranışların oluşmasına müsaade edilmemelidir. Kamu kurumları, halkta olumlu ve iyi izlenim bırakmak için en önce kendi hedefleri doğrultusunda halka uygun olarak aktif hizmet sunmalıdır. Kamu kurumları belirledikleri hedeflere ulaşmak için halkla ilişkileri benimsemeli ve onlara değer vermelidir. Bunun için topluma bilgi sunmalı ve toplumun duygu, düşünce ve eğilimleri hakkında bilgi sahibi olmalıdır (Çakmak ve Kilci, 2011: 264).

Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin kamu kurumu, kamu personeli ve halk için farklı yararları söz konusudur. Halkla ilişkilerin kamu kurum ve kuruluşları için yararları şu şekilde sıralanabilir;

- Halk nazarında daha fazla itibar sağlar.
- Faaliyet ve teşebbüslerde başarı düzeyi artar.
- Kamu kurumları daha fazla gelir elde eder.
- Sunulan hizmetlerin etkinlik ve verimliliğinde artışlar görülür.
- Kamu kurumlarının genel amacı kamu yararındır. Bu genel yararın yanında kurumsal yararlarında gerçekleşmesi halkla ilişkiler faaliyeti ile olur.

Ortaya konulan halkla ilişkiler faaliyetlerinin kamu personeli açısından ortaya koyduğu yararlar ise şu şekilde sıralanabilir:

- Personelin kurumda daha huzurlu olması sağlanır.

- Daha çok saygı kazanır.
- Yeteneklerini geliştirir ve kariyer basamakları arasında yükselir.
- Diğer bireyler ile iyi iletişim kurmalarını sağlar.
- Karşı karşıya kaldığı sorunlar ile baş edebilir ve kendine hâkim olma yeteneği kazanır.

5. CİMER ve Kamu Denetçiliği Kurumu'nun Karşılaştırılması

Halkla ilişkilerin ana hedefi kişi, kurum ve kuruluşların kendi iç ve dış çevreleriyle uyumlu ilişkiler kurmasını sağlamak aynı zamanda etkili ve aktif bir etkileşim ortamı sağlamaktır. Bununla birlikte halkla ilişkilerin temel amacı etrafında oluşan amaçlar şu şekilde ifade edilebilir (Yavuz, 2008: 19-20; Bülbül, 2004: 60);

- Halka bilgi vererek örgütün politikasını ve çalışmalarını anlatarak sahiplenmesini sağlamak, Halkın yönetime olan tutum ve davranışlar olumlu hale geliştirmek,
- Etkileşimde oldukları kişi ve kurumlarla ilişkiler kurarak onların desteğini almak,
- Sağlıklı ve sürekli ilişkiler kurmak için hedef kitlelerden bilgi alarak çevreyle ilgili verilecek kararların etkinliğini arttırmak,
- Topladığı bilgilerle mal ve hizmetlerin gelişmesini sağlayarak işletmeye ve topluma faydalı olmak, halkın iş birliğini sağlayarak uygun hizmetlerin daha kolay ve çabuk götürülmesini gerçekleştirmek,
- Örgüte karşı sosyal sorumluluk duygusunu geliştirmek, toplumun ve yönetimin ahlaki değerlerine sahip çıkmak,
- Hedef kitleleri belirlenen amaca yönlendirmek ve biçimlendirmek için bilgi aktarmak,
- Kamuoyu ile kuruluş arasında olası uyuşmazlıkları uzlaşılı içinde çözümlemenin çabası içinde olmak,
- İlgi ve istek uyandırmak, üçüncü kişilerin onayını sağlamak gibi iki önemli amaca yönelik olarak da; ikna etmek, satış yapmak, eğitmek ve bilgilendirmek yöntemleriyle yaklaşımlarda bulunmak yer almaktadır.

Yukarıda sayılan tüm amaçlar ışığında bir değerlendirme yapılması gerekirse; Kamu denetçiliğinin bir halkla ilişkiler faaliyeti olduğu alan yazında kabul görmektedir. Sözcük köken olarak İsveççe Ombudsman kelimesinden Türkçeye çevrilmiş ve halk avukatı, arabulucu, halk savunucusu gibi farklı adlarla kullanılmaktadır. Kamu denetçiliği, “yönetimin eylem ve işlemleri hakkında, halkın yakınmalarını kabul eden ve bunları araştırarak sonuca bağlayan kişi ya da kurum” olarak tanımlanmaktadır (Yağmurlu, 2009: 177). Bir kurum olarak

Ombudsman, vatandaşların hak ve özgürlüklerini korumak ve kötü yönetimle mücadele etmek için demokrasinin sağlanmasına bir bağlılık ve bir denetim, şeffaflık ve hesap verebilirlik aracı sunar. Parlamenter sistemlerde Ombudsman, kamu yönetiminin çalışmalarını sınırlandırmak ve kontrol etmek için devlet kontrolünde olan bir araçtır. İkinci olarak Ombudsman, haklarının ihlal edilmesi durumunda vatandaşın desteğini alma yetkisine sahiptir. Bu bağlamda Ombudsman, kamu yönetimi üzerinde dış denetim kurumu olarak sunulmaktadır. Ombudsman kamu kurum ve kuruluşlarını etkileyen hükümet ihlallerini gözlemleme yetkisine sahip bağımsız bir kurumdur. Tüm sistemlerdeki kamu yönetimi verimli, etkili, hesap verebilir, profesyonel ve adil bir kamu hizmeti sağlamak ve bunu başarmak için zorluklarla karşı karşıyadır. Bir idari sistemin yetersiz ve başarısız bir şekilde geliştirilmesi, devletin ve bir bütün olarak toplumun daha da gelişmesi için aşılması bir engel teşkil etmektedir (Batalli, 2015: 235-236). Bu zorlukların nedenlerinden en önemlisi kamu yönetiminin günden güne büyümesi ve bunun bir sonucu olarak hizmet sunumunda aksaklıklarla karşılaşılmasıdır. Tüm bu nedenlerden dolayı yargı organı dışında bağımsız olarak faaliyet yürütebilecek bir kurum olan KDK'nın önemi artmaktadır. Bu kapsamda Kamu Denetçiliği Kurumu'nun yukarıda belirtilen halkla ilişkiler amaçlarını yerine getirdiği ve aynı zamanda kamu kurum ve kuruluşlarının da faaliyetlerinde halkla ilişkilere önem vermeleri gerektiği göze çarpmaktadır (Demir, 2014: 2). Nitekim Kamu Denetçiliği Kurumu'nun ortaya çıkış amacı yönetimin büyümesi sonucu yönetim ile halk arasında ortaya çıkan sorunlara çözüm bulabilmesidir. Kurumun temel amacı kamu kurumları ile halk arasında bir arabulucu rolü oynamaktır (Aydın ve Taş, 2013: 216).

Grunig ve Hunt'a (1984) göre, bir örgüt içinde yer alan halkla ilişkilerin temel amacı kamu adına kuruluş içinde Ombudsman olarak hareket etmesidir diyerek halkla ilişkilerin arabulucu rolüne vurgu yapmıştır. Yukarıda genel nitelikleri ifade edilen Kamu Denetçiliği Kurumu halkla ilişkilerin özüne uyumlu bir işlev yürütmektedir. Şikâyetçi ile ilgili idare arasında iki yönlü iletişim kurar ve arabulucu rol oynar. İdare ile ilgili şikâyetlerin öğrenilmesi halkla ilişkilerin görevlerinden birini oluşturmaktadır. Kamu denetçiliğine tüm gerçek ve tüzel kişiler başvuru yapabilmektedir. Yani, kişiler dışında şirketler, dernekler, vakıflar, sendikalar gibi tüzel kişilerin de başvuru yapma hakkı bulunmaktadır. Kuruma çocuklar bile başvuru yapabilmektedir. Şikâyet ücretsizdir ve istek halinde şikâyetçi gizli tutulmaktadır (Grunig ve Hunt, 1984: 48'den akt. Yağmurlu, 2009: 186).

Her ülkede Kamu Denetçisinin konumu ve yetkileri farklı olmakla birlikte bunlar dokuz temel başlık altında toplanabilir (Kazancı, 2013: 418-419);

- Kamu denetçisi yetkilerini anayasa ya da yasalardan alan tarafsız bir kamu personeli dir.
- Ne yönetim ile karşı karşıya gelip yönetimin karşısında yer alır ne de ne de kendisini yargısal görev yapan mahkemeler yerine koyar. Nitekim kamu denetçisi idare veya mahkemenin yerine geçip karar veremez. Ancak verilen kararların düzeltilmesini, geri alınmasını, özür dilenmesini ya da tazminat ödenmesini ister.
- Ülkede kamu yönetiminin her türlü yanlış, haksız, aksak ve taraflı işleyişinden şikâyet edenlerin başvurularını inceler ve bu inceleme sonucunda bir karar verir.
- Kararların gücü kendisini belirleyen meclisten ve arkasında yer alan kamuoyundan gelir.
- Kamu denetçisinin inceleme başlatması için vatandaşların başvurusu gerekmez.
- Kamu denetçisine ulaşmak son derece kolaydır.
- Her türlü belge ve bilgiye ulaşma yetkisi olduğu gibi ilgilileri sorguya da çekebilir.
- Herhangi bir kamu kurumuna haber vermeksizin (İsveç ve Finlandiya’da askeri kışlalar ve mahkemeler de dahil) ani baskınlar yapabilir.

Türkiye’de Kamu Denetçiliği Kurumu 6328 sayılı Kanun ile 2012 yılında kurulmuştur. Söz konusu kanunun 1. Maddesinde kurumun amacı yer almaktadır. Bu kapsamda Kamu Denetçiliği Kurumunun amacı, “*Kamu hizmetlerinin işleyişinde bağımsız ve etkin bir şikâyet mekanizması oluşturmak suretiyle, idarenin her türlü eylem ve işlemleri ile tutum ve davranışlarını; insan haklarına dayalı adalet anlayışı içinde, hukuka ve hakkaniyete uygunluk yönlerinden incelemek, araştırmak ve önerilerde bulunmak üzere Kamu Denetçiliği Kurumu’nu oluşturmak*.” Kurumun görevi, “*idarenin işleyişi ile ilgili şikâyet üzerine, idarenin her türlü eylem ve işlemleri ile tutum ve davranışlarını; insan haklarına dayalı adalet anlayışı içinde, hukuka ve hakkaniyete uygunluk yönlerinden incelemek, araştırmak ve idareye önerilerde bulunmaktır. Bu görevi yerine getirmek üzere Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına bağlı, kamu tüzel kişiliğini haiz, özel bütçeli ve merkezi Ankara’da bulunan Kamu Denetçiliği Kurumu kurulmuştur*” (6328 Sayılı Kamu Denetçiliği Kurumu Kanunu).

Kamu Denetçiliği Kurumuna benzer işlevleri olan CİMER’in ise temel fonksiyonlarından birisi başvurulara geri bildirimlerde bulunulmasıdır. Nitekim kamu kurumlarının ortaya çıkış nedeni vatandaşlara hizmet etmek olduğu için bu idarelerin hizmet alanların talep, beklenti, şikâyet, öneri ve memnuniyetlerinin sürekli ölçülmesi gerekmektedir. Kamu yararının gerçekleştirilmesinin yolu vatandaşlardan alınan geri bildirimler neticesinde

eksik ve hatalı işlemlerin düzeltilmesidir. Bu veri toplama ve geri bildirim alma işleminin günümüz teknolojisinden faydalanılarak gerçekleşmesi kolaylaşmaktadır. Özellikle bilgi edinme hakkı kavramında değerlendirilen CİMER geri bildirim alınması ve halkın talep, beklenti ve şikayetlerinin öğrenilebilmesi için önemli bir araçtır (Karkın ve Zor, 2017: 41). CİMER kurgulanmadan önce e-devlet ile birlikte gelişim gösteren ve e-devletin sonuçlarından birisi olan (BİMER) 2006/3 Sayılı Başbakanlık Genelgesiyle yürürlüğe girmiştir. BİMER 2006 yılından itibaren sürekli yenilenen ve güncellenmeye çalıştırılan bir sistemdir. BİMER kamu yönetimi ile halk arasındaki iletişim yol ve yöntemlerinin tamamı açık tutularak bireylerin kendileri ve kamuyla ilgili talep, beklenti, şikâyet, ihbar, görüş ve önerileri ile bilgi edinme haklarına ilişkin kamu kurumlarına yapacakları başvuruların cevaplarının hızlı ve etkin bir biçimde verilmesi, iş ve işlemlerin merkezden kamu nezdinde takip ve denetimi hedeflenen bir uygulamadır. BİMER benzeri bir diğer uygulama CİMER'dir (Akıncı, 2021:154-169). 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Yasası bağlamında herkes yazılı kurallar ile belirlenen ilke ve kurallar çerçevesinde bilgi edinme hakkına sahiptir. Türkiye'de yerleşik yabancılar ile Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı tüzel kişiler, istedikleri bilginin kendileriyle veya faaliyet alanları ile ilgili olması şartıyla söz konusu bilgileri talep edebilirler. Bu yasa ve Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreterliği Bilgi Edinme Hakkı Yasasının Uygulanmasına İlişkin İlke ve Yöntemler Hakkında Yönetmelik uyarınca CİMER uygulamasında da birtakım esaslar belirtilmiştir (Acar, 2018: 4838).

CİMER yürüttüğü faaliyetlerde hedef kitle olarak hem vatandaşları hem de devleti temel alır. CİMER kamu kurumlarının hizmet sunumu sırasında karşılaştıkları sorunlara eğilerek sunulan hizmetlerin daha etkin ve verimli sunulmasını sağlayacak girişimlerde bulunur. Ayrıca kamu personelinin keyfi uygulamalarının önüne geçerek performans artışını sağlamaktadır. Kamu kurumlarının tarafı olan vatandaşlar açısından CİMER'e bakıldığında hizmet alanlar kendilerini paydaş olarak görür ve böylece karar alma süreçlerine daha etkin bir şekilde katılırlar. Ayrıca devlet ile vatandaş arasında kurulması gereken aidiyet duygusu geliştirilerek güven problemi ortadan kaldırabilir. Bununla birlikte kamu hizmet sunumuna paydaş olan kişilerde aktif vatandaşlık bilincinde gelişmeler görülür. CİMER herhangi bir kamu kurumunun sunduğu hizmetten memnun olmayan ya da hizmetin eksik ya da aksak yürütüldüğünü düşünen vatandaşların ilgili kurumlara ulaşmasını sağlayan elektronik bir katılım aracıdır. Böylece hizmet sunumu sırasında vatandaşların istek, şikâyet ve görüşleri zaman-mekân gözetmeksizin CİMER aracılığı ile ilgili kuruluşa iletilmektedir (Akıncı, 2021:154-169). Bu kapsamda

isteklerin öğrenilmesi ile kaynak tasarrufu sağlanarak doğru yatırımların yapılması sağlanmış olur (Güven vd., 2019: 165-166).

CİMER yapılan başvuruları inceleyip vatandaşlara dönüş yapmakla yetinmez aynı zamanda yapılan başvurular politika yapım süreçlerinde kullanılmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlara analiz ve rapor olarak sunulabilmektedir. CİMER'in en önemli özelliklerinden bir diğeri ise yapılan başvuruların merkezden ve politika yapım sürecine dahil olanlara en yakın yerden değerlendirilmesidir. Bunun dışındaki diğer avantajları şu şekilde sıralanabilir (CİMER, 19.01.2021, www.cimer.gov.tr):

- Telefon, bilgisayar ve diğer iletişim araçları da olmak üzere ülkemizin her yerinden kolay bir şekilde başvuruda bulunma imkânı ve olanağı sağlamıştır.
- Başvuruda bulunan bireyler konum bilgilerini paylaşarak sorunlara daha çabuk çözüm bulma imkânı sunulmaktadır.
- Başvuru sırasında eğer dosya ekleme özelliği kullanarak kişilerin belgelerini sunma ve gönderme imkânı sağlanmaktadır.
- Kişiler şikâyet başvurularında ismini söylemeyebileceği gibi kimlik bilgilerini gizleyebileceklerdir.
- Aynı zamanda idari danışma hizmeti sunularak kişilere bilgilendirme yapılmaktadır.
- Başvuru yapan kişiler başvurularının durumunu her zaman sorgulayabileceklerdir.

6. Sonuç

Halkla ilişkiler hem kamu yönetiminde hem de özel yönetimde uygulanan bir faaliyettir. Halkla ilişkiler faaliyetinin kamu yönetiminde yürütülmesi özel sektöre göre daha yakın zamanlarda gerçekleşmiştir. Kamu yönetiminin halkla ilişkiler faaliyeti devletin demokratik düzenine göre farklılık göstermektedir. Eğer baskıcı ve otoriter bir yönetimin olduğu ülkede yaşıyorsa o ülkede halkla ilişkiler faaliyetleri tek yönlü olarak devletin ideolojisini halka benimsetmek üzere uygulanmaktadır. Demokrasinin geliştiği toplum ve devletlerde ise halkla ilişkiler faaliyetleri iki yönlü olmaktadır. Devletin yanında hem kurum içi hem de kurum dışı hedef kitleleri bulunmaktadır. Kurum içi hedef kitle personel iken kurum dışı hedef kitle sivil toplum örgütleri, diğer kurumlar, özel sektör ve halktır. Kamu yönetimi kurum dışı hedef kitle ile iletişim sağlayarak sunduğu hizmet sürecinde ortaya çıkan aksaklıklara ilişkin geri bildirimler almakta ve bu aksaklıklar hızlı bir şekilde giderilmektedir. Böylece kamu

kurumlarının sunduğu hizmetlerin daha etkin ve verimli olması sağlanmaktadır. Halkla ilişkilerin bir diğer yararı ise kurum dışı hedef kitlenin talep, beklenti ve isteklerinin öğrenilerek doğru yatırımlar yapılmasının sağlanmasıdır. Doğru yatırımlar yapılarak kaynak savurganlığı önlenmiş olacaktır. Halkla ilişkiler faaliyeti neticesinde faaliyete konu olan olgu karşısında direniş gösteren kesimlerin direnişleri önlenerek faaliyete destek vermeleri sağlanabilir. Kurum dışı hedef kitleye olan yararları yanında kurum içi hedef kitleye yönelik birtakım yararlar da bulunmaktadır. Özellikle kamu kurumlarında ortaya çıkan yatay ve dikey ilişkinin şeffaf ve hızlı olması sağlanabilir. Personelin moral ve motivasyonu artırılarak kurumsal aidiyet düzeyi artırılabilir. Kamu kurumları halkla ilişkiler sürecinde bu yararları gerçekleştirmek için tanıma ve tanıtma süreçlerinden yararlanmaktadır. Böylece sadece seçimlerde halkın katıldığı bir süreçten karar alma sürecinin her aşamasında halkın kamu yönetiminde etkin varlık göstermesi sağlanabilecektir.

Halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilen iki kurum olan CİMER ve Kamu Denetçiliği Kurumu yukarıda belirtilen yararları sağlarlar. İki kurum arasındaki temel farklılık ve benzerliklere genel olarak bakılırsa Kamu Denetçiliği Kurumu TBMM'ye bağlı özerk bütçeli bir kuruluştur. Bu kapsamda Kamu Denetçiliği Kurumu'nun yapmış olduğu denetimi ve halkla ilişkiler faaliyetini yasamanın yürütmeyi denetlemesi bağlamında düşünebiliriz. CİMER ise doğrudan Cumhurbaşkanlığına bağlı bir kuruluş olduğu için yürütme organının iç denetim ve bilgi edinme aracı olarak halk ile kamu yönetimi arasındaki iletişimi sağlamaktadır. İşlevsellik açısından her iki kurumun bilgi edinme ve halkı bilgilendirme görevini yerine getirdiğini ancak Kamu Denetçiliği Kurumunun bilgi edinmeden ziyade halk ile yönetim arasında bir uzlaşma aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu kapsamda her iki kurumun bir araya gelmesi ile birlikte kamu yönetiminde halkla ilişkilerin amaçlarını gerçekleştirmek üzere tüm kamu kurumlarına örnek olmakta ve devletin yönetsel büyümesinde halkla ilişkiler kaynaklı problemlere çözüm bulabilecekleri düşünülmektedir.

Kaynakça

- ACAR, K. O. (2018). Dijital Çağda Bilgi Edinme ve Başvuru Hakkı; E- Devlet ve Sosyal Medya Üzerinden Yapılan Başvuruların Kamu Çalışanları Açısından Değerlendirmesi. *Social Sciences Studies Journal*, 4 (24), 4836-4848.
- AKINCI, B. (2021). Alternative Accountability Methods İn Public Administration within the Scope of Information And Petition Right: CIMER Mechanism As An Innovative E-Government Application, *Premium E-Journal of Social Sciences*, 5(12), 154-169.
- AYDIN, A.H. & TAŞ, İ. E. (2013). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler*, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- BATALLI, M., (2015). Role of Ombudsman Institution Over the Administration. *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences*. 1 (3), 232-240.
- BİLGİN, L. (2010). *Olumlu İmaj Yaratmak Halkla İlişkiler*. (2. Baskı). İstanbul: Kum Saati Yayınları.
- BUDAK, G. & BUDAK, G. (2000). *Halkla İlişkiler* (3. Baskı). İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi.
- BÜLBÜL, R.A. (2004). *Halkla İlişkiler*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., KILIÇ E., AKGÜN Ö. E., KARADENİZ, Ş., ve DEMİREL, E. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (1. baskı). Pegem Yayıncılık.
- CANÖZ, K. (2008). *Kamuda Halkla İlişkilerin Yeni Yüzü: Bilgi Edinme Yasası*. *Selçuk İletişim*, 5(3), 141-152.
- CİMER, “50 Soruda Cimer”, <https://www.cimer.gov.tr/50sorudacimer.pdf>, Erişim Tarihi: 19.01.2021.
- ÇAKMAK, A. F. & KILCI, S. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi. *Kamu-İş*, 11(4), ss. 219-270.
- DEMİR, K. A., (2014). Kamu Denetçiliği Kurumu'nun Türkiye'ye Sağlayacağı Katkıları ve İşlevselliği Üzerine Tartışmalar. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Dergisi*. 1 (1). 1-12.



- GÜVEN, A., KUTLU, A. & DEMİRCİ, Ö.F. (2019). Yeni Kamu Yönetimi Anlayışının Kazanımlarından Birisi Olan CİMER Kurumu. *UBAK Uluslararası Bilimler Akademisi Sosyal Bilimler Kongre Kitabı*, 158-170.
- KARKIN, N. & ZOR, A. (2017). Vatandaş- İdare Etkileşimi Bağlamında Bilgi Edinme Hakkı: BİMER Örneği ve İdarede İnovasyon. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 24-44.
- KAZANCI, M. (2013). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. (10. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- TAŞ, E., İ. & KESTELLİOĞLU, G. (2011). Halkla İlişkilerde İnternetin Yeri ve Önemi, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 73 – 92.
- TORTOP, N. (1990). *Halkla İlişkiler*. Ankara: G.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu.
- TWORZYDŁO, D. (2016). Public Relations — The Tools For Unilateral Communication And Dialogue On The Internet. *MINIB*, 20(2), 79–90.
- UYGUN, V. S. (2018). Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramının Konumu: Anlayış, Uygulama ve Karşılaştırma, *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1 (3), 20-36.
- YAĞMURLU, A. (2009). Halkla İlişkiler Mekanizması Olarak Kamu Denetçiliği. *Amme İdaresi Dergisi*, 42(1), 87-104.
- YAVUZ, C. (2008). *Halkla İlişkiler*. (2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık, Ankara.
- 6328 SAYILI KAMU DENETÇİLİĞİ KURUMU KANUNU (29 Haziran 2012 ve 28338 sayılı Resmî Gazete)