

SIYASAL HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNDE HESABI VERİLEBİLİRLİK

Zübeyde Süllü*

ÖZET

Bilindiği gibi siyasal iletişim süreci, siyasal reklâmcılık başta olmak üzere, siyasal propaganda, siyasal halkla ilişkiler ve siyasal pazarlama yöntemlerine dayanmaktadır. İlk kez ABD’ de uygulamalarına rastladığımız siyasal iletişim örneklerine ülkemizde de 1980’li yılların sonundan itibaren siyasal seçim kampanyalarında yer veriliyor. Siyasal iletişim diğer türleri ile kıyaslandığında siyasal halkla ilişkiler daha demokratiktir.

Bu makalede siyasal halkla ilişkilerin demokratik olması anlayışı çerçevesinde önem taşıyan hesap verilebilirliğin, tanımı, türleri ve etkin bir hesap verilebilirliğin ilkeleri incelenmiştir. Hesap verebilir bir siyasal halkla ilişkiler iki yönlü işleyen bir etkileşim süreci gerektirmektedir. Taraflardan biri hesap verebilecek şekilde örgütlenmiş halkla ilişkiler kuruluşları ve uygulayıcıları, diğeri ise hesap sorabilecek bilgi ve katılım anlayışına sahip kamulardır. Sonuç olarak hesap verilebilirlik süreci incelendikten sonra, siyasal iletişimin en önemli türlerinden biri olan siyasal halkla ilişkilerin, siyasal hesap verme sorumluluğuna bakılarak, nasıl daha etkin hale getirilebileceği üzerinde önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Hesap verilebilirlik, siyasal halkla ilişkiler, siyasal hesap verilebilirlik

ACCOUNTABILITY IN THE PROCESS OF POLITICAL PUBLIC RELATIONS

ABSTRACT

As it is known, political communication process is related to political propaganda, political public relations, political marketing techniques and especially political advertising. We encountered the applications of political communication firstly in the U.S.A .These kind of studies (applications) have also been applied in political election campaign in our country since the end of the 1980’s. Compared to other political communication , political public relations are more democratic. First this study provides the definition of accountability, it’s types and principles, how it Works in the public sector and what kind of improvements are made with the democratic public relations studies.

For accountability of political public relations we need two way interaction process. Firstly we need public relations organizations and practitioners, that were organized for accountability and this aim to work public official. Part of second related to publics that they has knowledge for accountability and participation. As a result after examining the current accountability processes, this study, emphasizes the significance of having efficient accountability procedures in political public relations as an one of the important kind of political communication .

Keywords: Accountability, Political Public Relations, Political Accountability

GİRİŞ

Hesabı verilebilirlik ilkesi kamu yönetiminde ortaya çıkmış olmakla birlikte; günümüzde özel işletmelerin kamuoyunu ilgilendiren etkinliklerinde de hesabı verilebilirlikten giderek daha çok bahsedilmeye başlanmıştır. Hesabı verilebilirlik artık kamu kurumlarının, işletmelerin, sivil toplum kuruluşlarının yönetim ilkelerinden biri haline gelmiştir ve konunun üzerinde akademik alanda da ayrıntılı biçimde durulmaya başlanmıştır. Günümüzde özellikle

yönetimsel, siyasal, profesyonel ve hukuksal hesap verilebilirlik olmak üzere dört çeşit hesap verilebilirlik türünden bahsedilmektedir (Güleç ve Sancak 2009: 4) .

Siyasal hesap verilebilirlik açısından hükümetler, parlamentolar, siyasal partiler, siyaset adamları sorumluluğu olan kişi ve kurumlar olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle siyasal partiler, siyasal hareketler ve siyasetçiler, siyasal halkla ilişkilerin de önemli bir parçasıdır. Halkla İlişkilerin etkili biçimde uygu-

* Dr., Milli Eğitim Bakanlığı Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi

lanmaya başlamasından bu yana dünyanın hemen her yerinde farklı rejimlerle yönetilen ülkelerde, hem ulusal hem de yerel siyasette halkla ilişkiler uygulamalarına giderek daha fazla yer verilmeye başlanmasıyla; halkla ilişkilerin ve siyasal iletişimin bir alt türü olarak siyasal halkla ilişkiler ortaya çıkmıştır. Batılı demokrasiler başta olmak üzere siyasal iletişimin 20.yy.dan itibaren kendine geniş bir uygulama alanı bulması “siyasal halkla ilişkiler” faaliyetlerinin artmasına ve etki alanının da genişlemesine yol açmıştır. Siyasal halkla ilişkiler günümüzün küreselleşen dünyasında uluslararası arenada da profesyonel teknik ve yöntemlerle uygulanmaktadır.

Siyasal reklâmcılıktan, siyasal pazarlamadan ve propagandadan farklı olarak siyasal halkla ilişkiler siyasal iletişimin belki de en dolaysız, en saygın kısmını oluşturmakta, bu nedenle de kitleler üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Siyasal halkla ilişkilerin en güçlü ve en ayırt edici yönü olan bu saygınlık aynı zamanda halkla ilişkiler uygulayıcılarına ve akademisyenlerine büyük bir sorumluluk yüklemektedir. Bu açıdan halkla ilişkiler diğer siyasal iletişim türlerinden farklı olarak siyasal hesap verilebilirlik ilkesine uygun biçimde faaliyetlerini gerçekleştirmekle, en çok yükümlü olan alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aslında, halkla ilişkiler öncelikle bir yönetim fonksiyonu olduğu için ve halkla ilişkiler uygulamaları ekonomiden, siyasete, çevre politikalarından, sosyal politikalara uzanan geniş bir alanda etkili sonuçlar yarattığı için, halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştiren kurum ve kişilerin hesap verebilir durumda olması gerekmektedir. Örneğin, son birkaç yıldır küresel düzeyde yaşanan ekonomik kriz süreci, halkla ilişkiler uzmanlarının doğru zamanda gerekli bilgileri kamulara vermemesi nedeniyle finansal açıdan geniş kesimler zarara uğramışlardır. Bu durum, halkla ilişkilerin itibarının ve mesruluğunun sorgulanmasına yol açmıştır. Ekonomik kriz sürecinde halkla ilişkiler sürecinin sorgulanması da göstermektedir ki disiplin açısından hesap verilebilirlik, yalnızca siyasal hesap verilebilirlikle sınırlı değildir. Halkla ilişkiler özellikle kamusal ve yönetsel açıdan da hesap verilebilirlik ilkesine uyması gereken bir uygulama alanıdır. Buna rağmen, çalışmanın sınırlılıkları nedeniyle bu yazıda, konuya

yalnızca siyasal hesap verilebilirlik açısından yaklaşmış ve siyasal halkla ilişkiler sürecinde hesap verilebilirlik ilkesi ele alınmıştır.

Bu çalışmanın temel varsayımı siyasal halkla ilişkiler sürecinde gerçekleştirilen faaliyetlerin, siyasal hesap verilebilirlik ilkesine uygun biçimde gerçekleştirilmesi gerektiğidir. Bu varsayımı açıklamak için önce hesap verilebilirlik ilkesi ve siyasal halkla ilişkiler süreci kavramsal düzeyde kısaca açıklanmış, daha sonra da siyasal halkla ilişkiler açısından hesap verilebilirlik yeniden tanımlanarak; hesap verilebilirlik ilke ve esasları sayılmış ve siyasal halkla ilişkiler sürecinde hesap verilebilirlik ilkesi açısından dikkat edilmesi gereken konular üzerinde kısaca durulmuştur. Halkla ilişkiler çerçevesinden hesap verilebilirliğin, meşruiyetin sağlanması, sosyal sorumlulukların yerine getirilmesi ve meslek etiğine ve genel etik kurallara uygun davranılması ile yakından bağlantılı olduğu kısaca vurgulanmıştır. Çalışmada siyasal halkla ilişkiler sürecinde halkla ilişkiler uzmanlarının kimlere karşı sorumlu olduğu ve nasıl hesap verebileceği konuları daha ayrıntılı bir çalışmayı gerektirdiğinden ele alınmamıştır.

1. HESAP VERİLEBİLİRLİK KAVRAMI TÜRLERİ VE HESAP VERİLEBİLİRLİKLE İLGİLİ KURUMSAL VE YASAL DÜZENLEMELER

1.1. Hesap Verilebilirlik Kavramı ve Hesap Verilebilirliğin Unsurları

1980’lerden sonra kamu yönetimi ve kamu maliyesi alanları başta olmak üzere birçok farklı uygulama alanında hesap verilebilirlik ilkesi kurumların gündeminde yer almaya başlamıştır. Önceleri bazı kamu kurumlarının sorumluluğunu belirtmek için kullanılan hesap verme ifadesi, daha sonra bir anlam genişlemesine uğrayarak devlet kurumlarının tümünün ve özel işletmelerin, özellikle kamuyu temsil eden kurumlara ve farklı yapıdaki örgüt ve bireylere karşı sorumluluğunu kapsayan bir kavram haline gelmiştir.

“hesap verebilir olma” durumu veya “sorumlu olma” şeklinde çok kısa biçimde tanımlayabileceğimiz hesap verilebilirliği, Baş da “bir cevap verme, açıklamada bulunma yükümlülüğü” olarak tanımlamıştır (2007: 3).

Aslında hesap verilebilirlik de sosyal bilimler alanındaki diğer kavramlar gibi tek bir bakış açısından yapılan tek bir tanımla net biçimde açıklanamama kusuruyla karşı karşıyadır. Farklı yazar ve araştırmacılar hesap verilebilirliği, farklı vurgularla tanımlamaktadırlar. Hesap verilebilirlik, kişisel ya da kurumsal düzeyde ele alınabilmektedir. Balcı'ya göre hesap verilebilirlik; bir kimsenin yaptıklarından dolayı başka bir otoriteye açıklamada bulunmasıdır (2003: 116). Vinten de hesap vereni birey olarak ele alan bir tanım yapmıştır. Yazara göre hesap verilebilirlik; "bir kimsenin sorumluluklarını ne gibi yollarla ya da nasıl yerine getirdiğini açıklaması, ortaya koyması ve ispat etmesi zorunluluğudur" (aktaran Balcı 2003: 116).

Başka bir tanımda ise hesap verilebilirlik bir yönetim kavramı olarak ele alınmaktadır.

Hesap verilebilirlik (accountability); Bir kurumdaki görevlilerin yetki ve sorumluluklarının kullanılmasına ilişkin olarak ilgili kişilere karşı cevap verebilir olma, bunlara yönelik eleştiri ve talepleri dikkate alarak bu yönde hareket etme, bir başarısızlık, yetersizlik ya da usulsüzlük olması durumunda sorumluluğu üzerine alma ihtiyacı şeklinde tanımlanabilir (Arcagök ve Erüz 2006: 39). Peter, Leazer ve Francis'e göre de hesap verilebilirlik; otoriter yönetime karşı denge ve kontrol sağlama araçları içerisinde yer almakta liberal ve anayasal demokrasilerin temel karakteristiklerinden biri olarak nitelendirilmektedir (aktaran Balcı 2003:116).

Hesap verilebilirlik ile ilgili olarak hesap verilene vurgu yapan tanımlar da vardır. Mulgan'a göre hesap verilebilirlik; klasik anlamıyla yapılanlara karşı belli bir otoriteye karşı açıklamalar yapmaya yönelik bir süreci ifade etmektedir (2000: 555).

Ramzek ise hesap verilebilirliği; performansın açıklanması olarak tanımlamıştır. Hesap verilebilirlik kimi yazarlara göre belli bir netlik ve kesinlik ifade etmeyen muğlak bir durumu da ifade edebilir. Stoker, hesap verilebilirliğin, yeterince açık olmayan, karmaşık bir kavram olduğunu belirtmiştir. Mayer de kavramın "kaygan" olmasına dikkati çekmiştir (aktaran Balcı 2003: 116).

Hesap verilebilirlik konusundaki bütün bu tanımlamalardan hareketle diyebiliriz ki hesap

verilebilirlikten bahsedebilmek için bazı unsurların varlığı gerekmektedir. Hesap verilebilirlik sürecinde hesap veren; performans, sonuçlar ve diğer süreçlerle ilgili olarak çeşitli veriler sağlayıp ilkeleri, eylemleri, stratejileri hakkında üst otoriteye bilgi verme zorunluluğu hissetmelidir. Bu üst otorite dışsaldır. Yani kurum dışında olan bir otoriteye açıklama yapılması gerekmektedir.

İkinci unsur üst otoritenin hesap veren tarafı davranışının meşruluğu ve bilginin yeterliliği konusunda sorgulamasıdır. Bu noktada sosyal bir etkileşim ve karşılıklılık olması gerekir. Bu bağlamda hesap verilebilirlik, üzerinde uzlaşmaya varılmış hedefler çerçevesinde belli bir performansın gerçekleştirilmesine yönelik sorumluluğun üstlenilmesine ve bunun açıklanması yükümlülüğüne dayanan bir ilişkidir (Aktan ve ark. 2004:169).

Üçüncü unsur, otoritenin haklarının kabulü anlamına gelen, üst otoritenin hesap verenin davranışı ile ilgili hüküm vermesidir. Üst otorite olumsuz bir sonuca varırsa genellikle hesap veren üzerinde yaptırım uygulaması söz konusudur. Bu yaptırımlar; para cezası, hapis cezası, disiplin cezası gibi resmi içerikli olabileceği gibi, kamuoyu nezdinde kurumun veya kişiyi itibarının zedelenmesi gibi dolaylı ve gayri resmi içerikte de olabilmektedir (Bovens 2003, Balcı 2003: 116).

1.2. Hesap Verilebilirlik Türleri

Hesap verilebilirlikle ilgili literatürde farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. Ancak bu konuda genellikle dört tür hesap verilebilirlikten bahsedilmektedir. Bunlar, siyasal, yasal, yönetsel ve profesyonel hesap verilebilirlik olarak sayılabilir. Bu kategoride kavram niteliksel olarak ele alınmış ve içeriğine göre sınıflandırılmıştır. Ayrıca farklı kaynaklarda kamusal (Gül 2008: 78) ve etik hesap verilebilirlikten de bahsedilmektedir (Ataklı 2009).

Siyasal hesap verilebilirlik: Günümüz demokratik yönetimlerinin olmazsa olmaz özelliklerinden biri siyasal hesap verilebilirlik ilkesine göre sorumlu olmalarıdır. Siyasal hesap verilebilirlik geleneksel anlamda; hükümetlerin ve hükümetleri oluşturan bakanların, parlamento ya karşı kendi bakanlıklarında yürütülen işler-

den dolayı hesap verilmesi gerekliliğini kapsamaktadır (Balcı 2003: 120). Siyasal hesap verilebilirliği, bürokratların ve kamu yöneticilerinin örgütsel faaliyetlerinden dolayı politika karşı sorumlu olması biçiminde ele alan yazarlar da vardır (Aksoy 2004: 46).

Yasal hesap verebilirlik ilkesinde ise; kamu kurumları bir dış otoriteye karşı performansa ulaşım ve hukuksal kurallara bağlılık konularında hesap vermektedirler. Bu süreç hukukun üstünlüğünün sağlanması bakımından da gereklidir. Yasal hesap verebilirlik, kişilerin haklarını ve menfaatlerini savunmasına olanak vererek ve idareyi yasalara uygun hareket etmeye zorlayarak hukukun üstünlüğünün sağlanmasına katkıda bulunmakta ve demokratik yönetimin temel değerlerinin korunmasını sağlamaktadır. Yasal hesap verilebilirlikte hem teknik açıdan yapılan işin yasal olduğunun belirlenmesi, hem de sahip olunan yetkilerin adil ve rasyonel biçimde kullanıldığının ortaya konulması söz konusudur (Balcı 2003: 120).

Yönetimsel hesap verebilirlik; idari yönetimde kamu görevlilerinin ve bürokratların üst yönetime hesap verme yükümlülüğü olarak tanımlanmaktadır (Aktan ve ark. 2004: 171). Yönetimsel hesap verebilirlik dikey ve yatay olarak ikiye ayrılabilir. Dikey boyutta üst yönetsel görevleri ve görevlileri, alt yönetsel görevlere ve görevlilere bağlama işlevi görmektedir. Yatay boyutta ise tek tek birey olarak yöneticileri ve tüm kamu yönetimini vatandaşlara, inceleme ve denetleme birimlerine bağlayan bir işlev görmektedir.

Profesyonel hesap verilebilirlik: Bu tür bir hesap verilebilirlik biçiminde, uzmanlar, sadece bir gurup profesyonel tarafından farklı kriterlere göre değerlendirilmektedir. Bu denetim biçiminde, profesyonel yönetsel birimler teknik ve profesyonel öğelerden oluşan profesyonel performansa ve yalnızca prosedüre uygun yönetsel öğelerden oluşan formal veya yasal boyuta göre değerlendirilmektedir (Mulgan 2000: 558).

1.3. Hesap Verilebilirlikle İlgili Kurumsal ve Yasal Düzenlemeler

Hesap verilebilirlikle ilgili olarak ülkemizde son yıllarda bir takım kurumsal ve yasal düzen-

lemeler yapılmıştır. Bu konudaki en önemli kurumsal düzenleme 2004 tarihinde, 5176 sayılı yasayla “ Kamu Görevlileri Etik Kurulu”nun kurulmasıdır. Kurul’un görevi kamu görevlilerinin uymaları gereken saydamlık, tarafsızlık, dürüstlük, hesap verebilirlik, kamu yararını gözetme gibi etik davranış ilkelerini belirlemek ve uygulamayı gözetmektir. Bu kurulun çalışmasına ilişkin esas ve usuller “Kamu görevlileri Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” ile düzenlenmiştir. Cumhurbaşkanı, TBMM üyeleri, Bakanlar Kurulu Üyeleri, Türk Silahlı Kuvvetleri, yargı mensupları ve üniversiteler yönetmeliğin kapsamı dışında yer almışlardır. Yönetmeliğin kapsamında yer alan kamu görevlileri; bütün kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan yönetim ve denetim kurulu ile kurul, üst kurul, başkan ve üyeleri dâhil tüm personel olarak belirlenmiştir (Güleç ve Sancak 2009).

Ülkemizde 1980 sonrası siyaset ve ekonomi alanında yaşanan değişim ve gelişmeler, idari yapıda da bazı değişiklikler yapılmasını gerektirmiştir. Dünyada küreselleşme sürecinin hızlanması, bilgi ve iletişim teknolojilerine bağlı olarak toplumlarda yaşanan hızlı değişimler de kamu yönetiminin halka karşı daha şeffaf ve duyarlı bir yönetim anlayışına kaymasına neden olmuştur.

Hesap verilebilirlik ilkesinin uygulanabilmesi açısından önemli bir işleve sahip olan ve devletin klasik örgütlenmesinin dışında kalan bağımsız idari otoriteler de 1980’li yıllardan itibaren yönetsel yapıımızda yer almaya başlamışlardır. 1982 Anayasası’nın 167. maddesinin ilk fıkrası, “Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır, piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler” şeklindedir. Anayasanın bu maddesi ile devlete verilen görevin kapsamında yukarıda sayılan alanlarda gerek kamu kesiminin gerekse özel kesimin faaliyetlerini düzenlemek, denetlemek, aykırı davranışların yapılmasını müeyyideler yoluyla önlemek bulunmaktadır (Karakaş 2008: 110).

Bu kurumların temel işlevi rekabete açılan veya özelleştirmeler yoluyla özel sektöre bırakılan alanlarda düzenleme ve denetleme rolünü

üstlenmektedir. Özerk ve kamu tüzel kişiliğine sahip bu kurumları, kuruluş tarihine göre şöyle sıralayabiliriz; Sermaye Piyasası Kurulu (1981), Radyo Televizyon Üst Kurulu (1994), Rekabet Kurumu (1994), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (1999), Telekomünikasyon Kurumu(2000), Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (2001), Şeker Kurumu (2001), Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu (2002) ve Kamu İhale Kurumu (2002) (Sezen 2003: 109).

Hesap verilebilirlikle ilgili yasal düzenlemeleri ise kısaca, 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, Yerel Yönetim Yasaları ve 4982 Sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu olarak sayabiliriz.

2. SİYASAL HALKLA İLİŞKİLER VE İŞLEVLERİ

2.1. Siyasal İletişim Sürecinde Halkla İlişkiler: Siyasal Halkla İlişkiler

Siyasal halkla ilişkiler kavramı, hiç kuşkusuz öncelikle siyasal iletişimin ne olduğuna dair kısa da olsa bir açıklama yapmayı gerektirir. Siyasal iletişimin ortaya çıkışı, halkla ilişkiler olgusunun gündeme geldiği ve bir iletişim biçimi olarak belirgin biçimde ortaya çıktığı 1929 Ekonomik bunalımı sonrasında rastlanmaktadır. Öncelikli olarak üretim sürecinde yer alan işletmelerle, finans kuruluşlarının halkla ilişkilerini yeniden gözden geçirmesine yol açan bu bunalım, özellikle ABD’de kamu yönetimini de etkilemiştir. Bu gelişmelerin de bir sonucu olarak günümüzde gittikçe artarak genişleyen eğilimlere göre bugün kamuoyu araştırma şirketlerinin en büyük müşterilerinin hükümetler oluşturmaya başlamıştır. Kamunun isteklerinin belirlenmesinde olduğu kadar, kamunun yönetilmesinde de “etki”yi yaratacak en önemli yönetimin iletişim olduğu anlaşılmıştır (Özerkan ve İncooğlu 1997: 10).

Reklâmcılıkta, pazarlamacılıkta ve halkla ilişkilerde, sosyal psikolojinin verilerinden yararlanılması, sondaj gibi anket tekniklerine başvurulması, kitle iletişim araçları ile yoğun politik mesajların verilmesi, siyasal içerikli iletişimin gelişmesine yardımcı olmuştur. Bununla birlikte halkla ilişkiler, tanıtım, reklâmcılık, propa-

ganda gibi alanlar daha sistemli olarak incelenmeye başlanmıştır. Bu gelişme sonucu bu dört disiplinin birleşimi olarak “siyasal iletişim” kavramı ortaya çıkmıştır

Aslında giderek daha çok hayat pratiğine dâhil olan kavramla ilgili tanımların niceliksel çokluğu kavramın nitelik olarak da geniş kapsamlı olmasından kaynaklanmaktadır. Aziz’in en genel biçimde; “Belli ideolojik amaçları toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere, ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim” (2003: 4), olarak tanımladığı siyasal iletişim doğası gereği demokratik yönetim anlayışının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Oktay da siyasal iletişim ve demokrasi bağlantısını vurgulayarak siyasal iletişimin, bir yönüyle siyasette denetim ve şeffaflığı sağladığını, diğer yönüyle de siyasetçilerin seçmenleri demokratik ikna metotlarıyla etkilemelerine yardımcı olan bir araç görevi gördüğünü belirtmektedir (aktaran Süllü 2007: 9).

Kentel ise (1991: 40), siyasal iletişimin siyasal arenada birbirini anlama ve anlatma biçimi olduğunu söylemektedir. Yazar, siyasal iletişim sürecinin iki yönlülüğünü vurgular. Bu bağlamda iletişim süreci yalnızca kendini ifade ederek, tanıtarak karşındakini ikna etmek değildir. Aynı zamanda karşılıklılık ilkesine göre iletişim sürecini işletmek esastır.

Mutlu, siyasal iletişimi, iletişim bilimi kapsamında ele almakta ve şu tanımlı yapmaktadır; “Siyasal iletişim; siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinler arası akademik bir alandır” (1994: 199).

Bu tanımlardan da yola çıkılarak siyasal iletişime dair başka bir tanımlama şöyle yapılabilir: “Siyasal iletişim; siyasal hareketlerin, siyasal partilerin ve siyasetçilerin, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde olmak üzere; seçmenleri, kitleleri, örgütleri hatta devletleri etkilemek, onları kendi amaçları doğrultusunda harekete geçirmek için farklı araç ve yöntemlerle gerçekleştirdikleri iletişim etkinliklerinin tümüdür.

Günümüzde siyasal iletişim, iletişimin kendine özgü kuralları ve teknikleri olan bir alt dalı olarak yaygın biçimde kullanılmaktadır. Siyasal iletişim propaganda, reklâm ve halkla ilişkiler yöntemlerinin birleştiği bir alanda kabul edilmekle birlikte sınırları belirsiz bir disiplindir.

Siyasal iletişim sürecinde yer alan reklâm, propaganda ve pazarlama teknikleri ikna etme sürecinde bazı dezavantajlara sahip olmaları nedeniyle eleştirilmektedir. Bu tekniklerin zafiyeti, iletişim sürecini tek taraflı yönlendirmelerinden ve hedef kitleleri manipüle ederek kaynağın lehine tutum ve davranış ortaya çıkarmayı amaçlamalarından kaynaklanır. Söz konusu tekniklerde reklâmı hazırlayanın, propaganda ve pazarlamayı gerçekleştiren tarafın çıkarları açık biçimde korunduğu için, siyasal ikna etkisi de sınırlı kalmaktadır.

Sosyo-psikolojik araştırmalar göstermiştir ki seçmenler belirgin biçimde yapılan yönlendirme çalışmalarından olumsuz etkilenmekte, bu yönlendirmelere direnç göstermektedirler. Bu bulgular siyasetçileri siyasal reklâm ve propagandanın dışında seçmene daha tarafsız gelecek, objektif, tutarlı ve saygın başka yöntemler kullanmaya itmiştir. Bu yöntemlerin en önemlisi şüphesiz halkla ilişkilerdir. Siyasal iletişim sürecinde bir yöntem olarak kullanılan, "halkla ilişkiler yöntem ve teknikleri" günümüzde "siyasal halkla ilişkiler" olarak da isimlendirilmektedir. Ancak kavramın kullanımı yeni ve sınırlıdır.

Halkla ilişkiler aktif biçimde uygulanmaya başlanmasından bu yana siyasetin önemli bir parçası haline gelmiştir. Amerikan İhtilali sırasında Samuel Adams, Tomas Paine, Benjamin Franklin, Alexander Hamilton ve Thomas Jefferson gibi isimler gazete ve dergilere yazarak, konferanslar vererek ve broşürler yayınlamaya çalışmışlardır. Andrew Jakson da 1829 yılında başkan olduğunda halkla ilişkiler tekniklerini etkili biçimde uygulayan Amos Kendall'dan yardım almıştır (Peltekoğlu 2009: 92). Bütün bu çalışmalar siyasal halkla ilişkiler sürecinin batıdaki tarihçesinin ilk adımlarını oluştururlar.

Türkiye'de de siyasal otoriteler tarafından halkla ilişkiler batılı hükümetler ve partiler kadar etkin olmasa da 20.yy dan itibaren fark

edilir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Bu konuda 1 Kasım 1946'da göreve başlayan Celal Bayar hükümeti programında polislin halkla ilişkilerine dair bir hükme yer verirken, 1947 yılında da Hasan Saka Hükümeti programında devlet ile vatandaşlar arasında iyi ilişkiler kurulmasına dair hükümlere yer verilmiştir (Okay ve Okay 2009: 17).

Esasen, siyasal iletişim sürecinde bir yöntem olarak halkla ilişkilere ciddi biçimde yer verilmesi ilk kez ABD'de olmuştur. 1917 yılında Başkan Wilson tarafından kurulan Kamusal Enformasyon Federal Komitesi, ABD'nin Birinci Dünya Savaşı sırasındaki devlet politikalarını halka benimsetmek amacını taşımaktaydı. Yine ABD'de 1928'de Demokrat Parti, 1938'de de Cumhuriyetçi Parti, ilk sürekli halkla ilişkiler bürolarını açmışlardır. İlk siyasal halkla ilişkiler danışmanlık şirketi ise Los Angeles'da Clem Whittaker ve Leon Baxter tarafından kurulmuştur. 1970'lerde ise hem ABD'de hem de Avrupa'da yüzlerce siyasal PR şirketi kurulmuştur (Süllü 2007: 15).

Halkla ilişkiler, medya ve siyasetin ortak menfaatte buluşması giderek önem kazanan bir durumdur. Siyasal amaçlı, halkla ilişkiler faaliyetlerinin ve siyasi kişiliklerin kamuoyuna olumlu biçimde yansıtılması, siyasi anlamda güç kazanmak ve bunu korumak için büyük ölçüde önemlidir. Siyasal halkla ilişkilerin rolünü tanımlarken iki farklı durumdan bahsedebiliriz. Bunlardan ilki devletlerin, hükümetlerin ya da siyasal partilerin kamularıyla ilişkilerinde halkla ilişkiler uygulamalarından faydalanmalarıdır. İkincisi ise devletle, hükümetle ya da siyasi partilerle alakası olmayan ya da sınırlı ilgisi olan lobicilerin siyasi sürece halkla ilişkiler düzeyinde etkide bulunmasıdır. Günümüzün gelişmiş Batı demokrasilerinde medya patronlarının siyasiler ve devletlerle işbirliği yapması artık kanıksanmış bir durumdur. Örneğin Margaret Thatcher'in muhafazakâr grubu adına düzenlenen siyasi kampanyalar İngiliz Saatchi & Saatchi şirketinin ünlü işlerindedir. Halkla ilişkilerin siyasi güç savaşında merkezi bir rol oynaması yalnızca Batı demokrasilerine özgü değildir. Rusya ve Orta Amerika'daki bazı örneklerden yola çıkarak; seçimleri, üstün karakter veya niteliklerden çok Anglo- Amerikan reklam ve halkla ilişkiler şirketlerinin kazandığını söyleyebiliriz (Theaker 2008: 57).

Siyasal ikna sürecinde kullanılan tekniklerden reklam, propaganda ve pazarlama manipülasyon özelliği ağır basan teknikler olmaları nedeniyle seçmenlerde verilen mesajlara karşı belli bir karşı koyma direnci oluşturmaktadırlar. Halkla ilişkiler bu tekniklere kıyasla daha objektif ve demokratik olarak algılanmaktadır.

2.2. Halkla İlişkilerin Siyasal İletişim Sürecindeki İşlevleri

Halkla İlişkiler siyasal iletişim sürecinde yer alan pazarlama, reklâmcılık ve propaganda gibi bazı işlevlere sahiptir. Bu işlevlerin bazıları diğer alanlarla örtüşmekte, bazıları ise yalnızca halkla ilişkilerin özgün işlevleri olarak nitelendirilebilmektedir. Halkla ilişkilerin siyasal iletişim sürecindeki işlevleri genel olarak şöyle sıralanabilir.

- Halkla ilişkiler yöntemlerinde mesajın haber eşdeğeri ölçüsünde değerlendirilmesi. Siyasal parti ve adaylar seçmenlerin karar süreçlerini etkilemek ve oy alabilmek amacıyla çeşitli iletişim araç ve yöntemlerinden yararlanmaktadırlar. Özellikle günümüz seçimlerinde kampanyaların önemi büyük oranda arttığından, başta televizyon olmak üzere, gazete, radyo, internet, afiş, ilan, broşür, miting ve yüz yüze görüşmeler seçmenlere mesaj iletme aracı olarak yoğun bir şekilde kullanılmaktadır (Kalender 2003: 32). Uztuğ da (2004: 57) siyasal iletişimin en önemli aktörü olarak, haber medyasını görmektedir. Yazar'a göre haber medyası yöneten-yönetilen ilişkisinde önemli bir kamuoyu ve gündem oluşturmada ve denetim yaparak, bu konularda seçmen halkı bilgilendirmektedir. Bu bilgilendirme sürecinde, halkla ilişkiler yöntem ve tekniklerine başvurulması halinde iletişim sürecinde kitle iletişim aracı belli bir para karşılığında kiralanmadığından; sürecin yönetimi medya çalışanlarının kontrolindedir. Günümüzün demokratik rejimlerinde medya kuruluşu kendi yayın politikasına göre seçtiği konuları, haberleri, içerikleri yayın kapsamına almaktadır.

Siyasetçilerin ve onlar adına çalışan uzman danışmanlarının medya kuruluşunun tercih ve seçimlerine belli oranlarda etkide bulunma imkânı bulursa da bu imkân şartlarla sınırlıdır. Medya kuruluşu, siyasetçinin veya partisinin basın toplantılarını, basın bültenlerini, davetle-

rini istenilen zamanda, kapsamda (sayfa sayısı, yayın saati) yayınlayıp yayınlamama ve kendi yorumlarını ekleme şansına sahiptir.

Yayınlanmasına ilişkin medya kuruluşundan kaynaklanan zorluklara ve kısıntılara rağmen avantajlı yönü söz konusu mesajın ücretsiz yayınlanması bazen çok yüksek reklâm eşdeğeri bedele çok sınırlı bir bütçeyle ulaşılmıştır.

Halkla ilişkiler sürecinde, mesajı yayınlayan medya kuruluşunun yayın kontrolünü elinde tutması bazı noktalarda halkla ilişkileri yürüten siyasal parti ve siyasetçinin daha objektif ve tarafsız olduğu imajını doğurur. Çünkü seçmen bir açıkoturumda, söyleşi programında, tartışma programında, konferansta, basın toplantısında verilen mesajlara veya siyasetçiyi doğal ortamlarda gösteren haberlere, resim ve görüntülere reklâmdan daha fazla inanma eğilimindedir. İnandırıcılığı arttıran unsur sürecin doğal, kendiliğindenmiş- izlenimi yaratan gelişimidir.

- Siyasal partiler, hareketler ve siyasetçiler açısından gelişen olayların, toplantıların, alınan kararların; haber değeri olan öyküler ve kurgular biçiminde duyurusunun planlanması. Bu öyküler ve olaylar planlanırken hedef kitlelerin duygusal ve düşünsel süreçleri dikkate alınmalı, olaylar örgüsü onları etkileyebilecek biçimde oluşturulmalıdır.

- Geleneksel ve yeni medya olarak isimlendirebileceğimiz medya kuruluşlarının önde gelen çalışanları ile olumlu ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi.

- Siyasal partilerin ve siyasetçilerin yaşam öykülerinin, kişisel özelliklerinin, niteliklerinin, yeteneklerinin kamuoyuna bildirim sürecinde başta köşe yazarları, program yapımcıları, muhabirler, sunucular olmak üzere diğer kanaat önderlerine denetlenmiş bilginin ulaştırılması bunların kullanılmasının sağlanması.

- Siyasal partinin ve siyasetçilerin gündemi etkileme çalışmalarının yönlendirilmesi. Gündeme ilişkin ileriye sürülen fikirlere ilişkin söylemlerin yaygınlaştırılması ve hatırlatılması.

- Tartışma programları, basın toplantıları, seçim gezileri, miting, törenler gibi halkla ilişkiler kapsamına giren etkinliklerin medya kuruluşlarında siyasal partinin ve siyasetçilerin

lehine yer almasını sağlayacak biçimde haberleştirilmesi ve kitle iletişim araçları ile kamuoyunun ilgisini çekecek biçimde sunulması (Uztuğ 1999: 118).

3. SİYASAL HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİNDE SİYASAL HESAP VERİLEBİLİRLİK

3.1. Halkla İlişkiler Açısından Siyasal Hesap Verilebilirlik Nedir?

Hesap verilebilirlikle ilgili tüm alanlarda olduğu gibi siyasal hesap verilebilirlik de ilk olarak kamu otoritelerinin, halka hesap vermesi amacıyla uygulanmaya başlanmıştır. Bu nedenle siyasal hesap verilebilirlik, siyasetçiler ve siyasal partiler açısından ele alınarak; “Bakanlara ve parlamentoya veya yerel yönetimler gibi diğer seçilmiş yapılara ve bu kuruluşlar aracılığıyla sonunda seçmenlere karşı açıklamalarda bulunarak, sonuçların üstlenilmesini ifade etmektedir (Scott 2000: 42).

Halkla ilişkiler birimleri kamu sektöründe veya özel işletmelerde kişiler veya kurumlar yararına çalışan uzmanlardan ve kimi zaman da akademisyenlerden oluşmaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetleri genellikle, meşruluk, etik değerlere uygunluk ve sosyal sorumluluk ilkeleri açısından değerlendirilip “doğru veya yanlış “ “nesnel veya öznel” ya da ticari veya kamu yararı gözetilen gibi sıfatlarla nitelendirilebilmektedir. Ancak halkla ilişkiler uygulamaları ve kampanyaları halkla ilişkiler pratisyenleri açısından baktığımızda istisnalar dışında genellikle hukuki açıdan yargılanmayı ve cezalandırılmayı gerektirecek sonuçlara yol açmazlar. Bu nedenle de halkla ilişkiler açısından da siyasal hesap verilebilirlik meslek etiği ve sosyal sorumluluk açısından belli kurallara uymak veya uymamak temeli üzerinden değerlendirilebilir.

Bu bakış açısından siyasal hesap verilebilirliği de halkla ilişkiler uygulamacıları açısından yeniden tanımlayarak; “bir siyasal partinin, siyasal hareketin ya da siyasetçinin halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştiren kurum veya kişilerin, başta seçmenler olmak üzere doğrudan veya dolaylı biçimde etki alanında olan tüm kamulara karşı açıklamalarda bulunması ve faaliyetlerinin sonuçlarını üstlenmesi yükümlülüğü” olarak tanımlayabiliriz. Bu nokta-

da hesap verilen otoritenin kim olacağı konusunda halkla ilişkiler açısından belirlenmiş kurumların varlığından söz etmek oldukça güçtür.

Bununla birlikte, Halkla ilişkiler mesleği ile ilgili uluslararası ve ulusal düzeyde belirlenmiş olan IPRA Meslek Ahlakı İlkeleri, Atina Bildirisi, Lizbon Bildirisi, Roma Bildirisi, Helsinki Bildirisi ve TÜHİD Meslek Ahlakı İlkeleri, hesap verilebilirlik ilkesi açısından da önemli işleve sahiptirler. Ancak yapılan kimi çalışmalar pek çok halkla ilişkiler uzmanının bu meslek ilkeleri ile ilgili bilgi sahibi olmadığını göstermiştir (Okay ve Okay 2009: 547). Bu noktada mesleğin profesyonelleri, ironik biçimde meslek ilkelerini tanıtmakta yeterince başarılı olamamışlardır.

Siyasal halkla ilişkiler, kitle iletişim araçlarının kullanımına dayalı bir süreç olduğundan bu noktada bağımsız idari bir otorite olarak RTÜK’e önemli bir görev düşmektedir. Halkla ilişkiler ve siyasal iletişimle ilgili mesleki oluşum ve kuruluşlar da özellikle meslek etiği açısından hesap verilecek otoriteler olarak düşünülebilir.

Siyasal halkla ilişkiler uygulamalarının başarılı olup olmadığını anlayabilmek için kullanılacak yöntemlerden biri; iş, etik ve iletişim alanlarında performans ölçümü yapılmasıdır (Küçük Kurt 1988:162). Bu ölçümle elde edilecek sonuçlar halkla ilişkiler uygulamalarının hesap verebilir olması açısından da ciddi veriler sunacaktır. Ancak siyasal iletişim sürecinde halkla ilişkiler uzmanlarının faaliyetleri sonucu ortaya çıkabilecek ve farklı kamuları olumsuz etkileyebilecek her türlü etkinin ölçülmesi ya da ölçülmesinin zorunlu olması bir önkoşul olmayabilir. Bu nedenle, genel olarak kamuoyunu ve toplumun farklı kesimlerini farklı boyutlarda zarara uğratan, özellikle vicdanen olumsuz etkileyen her türlü faaliyet hesap verilebilirlik ilkesi bağlamında değerlendirilebilir.

3.2. Siyasal Halkla İlişkiler Sürecinde Siyasal Hesap Verilebilirlik İlkesi Nasıl Gerçekleştirilebilir?

Bilgin’in (2004: 40–41) kamu performans ölçütü olarak hesap verilebilirlikle ilgili ortaya

koyduğu ilkelerden yola çıkarak, siyasal iletişim sürecinde siyasal partilerin, siyasal hareketlerin ve siyasetçilerin halkla ilişkiler çalışmalarını yürütmekle yükümlü olan halkla ilişkiler uzmanlarının, hesap verilebilirlik ilkesi ile ilgili olarak dikkate alınmaları gereken ilke ve esasları şöyle listeleyebiliriz.

1- Bir siyasal partiye, siyasal harekete ya da siyasetçiye, siyasal iletişim sürecinde profesyonel biçimde halkla ilişkiler hizmeti sağlayan halkla ilişkiler ajansının, halkla ilişkiler akademisyenlerinin ve uzmanlarının bunu resmen kabullenmesi ve duyurması.

2- Halkla ilişkiler sürecinde kullanılan belgelerin ve kamulara verilen bilgilerin doğruluğunun sağlanması.

3- Özel yaşamın korunması gibi kimi istisnai durumlar dışında, hedef kitlelerin istediği bilgilerin verilmesi.

4- Gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetleri ve uygulamaları sonunda yapıcı ve olumlu geri dönütlerin yanı sıra olumsuz içerikte eleştirilerin de gelebileceğinin baştan kabullenilmesi. Olumsuz içerikteki bilgilerin ilgililerden saklanmadan, bu kişilere iletilmesi.

5- Hesabı verilemeyecek nitelikte faaliyetler herhangi bir kasıt olmadan ve farkında olmaksızın gerçekleştirilmiş olsa bile bunların açıklığa kavuşmasıyla görevin bırakılacağından baştan kabullenilmesi. Başarılı bir sürecin ardından övgülerin ve ödüllerin kabul edilmesi ne kadar doğal ise başarısız bir sürecin ardından da eleştirilerin ve olumsuz sonuçların o kadar doğal olduğunun bilinmesi.

6- Siyasal iletişim sürecinin sonunda gerçekleştirilen ve gerçekleştirilemeyen faaliyetlerin, ulaşılan ve ulaşılamayan hedeflerin gerekçeleriyle ilgili kişi ve kurumlara açıklanması

7-Siyasal iletişim süreci bittiğinde, alınan sonucun gerektirdiği sorumluluğun üstlenilmesi.

3.3. Siyasal Halkla İlişkiler Sürecinde Hesap Verilebilirlik Açısından Dikkat Edilmesi Gereken Konular Nelerdir?

Yukarıda bahsedilen, ilke ve esasların yanı sıra, siyasal iletişim sürecinde gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerinde, siyasal hesap verilebilirlik açısından dikkat edilmesi gereken kimi

noktalar vardır. Bu konularda dikkatli ve duyarlı olmak halkla ilişkiler uzmanlarının baştan hesabı verilebilir bir halkla ilişkiler politikası izlemeleri açısından önemlidir.

Siyasal iletişim sürecinde halkla ilişkiler uzmanları, seçmenleri en çok ilgilendiren iş, ekonomik şartlar, sağlık, eğitim, konut gibi konularda doğru ve tutarlı bilgiler vermeli, iletişim kampanyaları ile kitlelerin bu yöndeki beklentilerini istismar etmemelidir. Ülkemizdeki ve dünyadaki seçim kampanyalarında elbette ki bu konular ön plana çıkartılmaktadır. Halkla ilişkilerde ulaşılmak istenen hedef kitlenin somut sorunları çözüm beklerken onlara hayatlarının tali yönleri ile ilgili faaliyetler sunmak ve kitlelerin bu faaliyetlere katılımını sağlamak amaçlanan sonuçlara ulaşılmasını güçleştirdiğinden bu sorunlar fazlasıyla dile getirilmektedir.

Ancak geçmişte ülkemizde olduğu gibi “herkese iki anahtar” biçimindeki somut ekonomik vaatlerde bulunmak, halkla ilişkiler kampanyalarının inanılabilirliğini ve hesap verebilirlik özelliğini azaltmaktadır. Benzer biçimde isteyen herkesin üniversite eğitimi alabileceği, hastanelerden ücretsiz yararlanabileceği yönündeki vaatler de halkla ilişkiler açısından hesap verilebilir olmayı güçleştirmektedir. Hem seçim döneminde hem de siyasal partilerin ve siyasetçilerin iktidarları döneminde bu türden “göz boyama” amaçlı eylem ve söylemler kamuları olumsuz biçimde etkilemektedir. Eski İngiltere Başbakanı Tony Blair’in medya danışmanı Alastair Campbell’in uygulamaları nedeniyle İngiltere’de halkla ilişkilerin siyaseti yozlaştırdığına dair çok sayıda yazı yayınlanmıştır. Bu yazılarda “göz boyama, olumsuz kampanyalar, ve lobi faaliyetlerinin habis etkileri ve halkla ilişkilerin siyaseti nasıl alçalttığını göstermek amacıyla sürekli mercek altına yatırıldığı” teması işlenmektedir (Theaker 2008: 56). Bu uygulamalar, halkla ilişkiler mesleği açısından, hesabı verilemeyecek faaliyetler olarak meslek tarihine geçmiştir.

Öte yandan, insanlar en çok “güvenilir, uzman veya yetkili” olduğunu düşündükleri bilgi kaynağına inanmaktadırlar. Bu açıdan siyasal iletişim sürecinde siyasetçilerin uzmanlık alanları da önem kazanır. Tanınmış ve kamuoyunda güvenilirliği yüksek ekonomistler, hukukçular,

tip adamları, sanatçılar, başarılı ve ülke ekonomisine katkıda bulunan işadamları gibi. Bu kişiliklerin siyasetle ilişkiler uygulamalarında ön plana çıkartılması ve siyaset partisi veya oluşumun bu kimselerin olumlu imajı üzerinden temsili, mutlaka ki beklenen sonuçları verecektir. Ancak, bu kimseler seçilirken, toplumun olabildiğince çok kesiminde saygın algılanmasına ve söz konusu kimsenin siyaset partisiyle bağlantısının yüksek olmasına dikkat edilmeli sonradan ortaya çıkacak polemiklerin siyaset iletişim sürecine zarar vereceği unutulmamalıdır. Alanında yetersiz kimseler, ya da farklı alanlarda uzmanlığı olan kimseler kamulara nitelikleri ve özellikleri farklı gösterilerek tanıtılmamalıdır. Siyasetçiler ulusal ve yerel düzeyde yönetime talip kimseler olduklarından bu kimseleri olduklarından farklı ve nitelikli göstermenin yaratacağı tahripler unutulmamalıdır.

Bilindiği gibi, kişisel temas iletişimin en etkili yoludur. Bu noktada yüz yüze iletişimin bütün olanakları kullanılmalı, kitle iletişim araçlarının kullanımı kadar seçmenle karşılıklı olarak bir araya da gelinmeye çalışılmalıdır. Seçmenler iş yerlerine, parklara, mahallelere, alışveriş merkezlerine kadar gelen ve kendileriyle “göz göze” temas kuran siyasi kişiliklerin verdiği mesajlarla kendilerinin birey olarak varsayıldığı duygusunu yaşamakta ve seçim sürecinde aktif oldukları için mutlu olmaktadır. Bu noktada halkla ilişkiler uygulayıcıları halkla iç içe olan siyasetçileri hedef kitlelere doğru biçimde yansıtmalı, bir çeşit simülasyon oluşturarak kişileri olduklarından farklı bir haleye büründürürken yaptıkları işin sorumluluğunu unutmamalıdır. Bu noktada siyasetçilere halka karşı duygu ve düşüncelerini dürüst biçimde yansıtmaları gerektiği hatırlatılmalıdır.

Bir konuyu başkalarına aktaracak kişi önce kendisi konuyu çok iyi anlamalıdır. Halkla ilişkiler uzmanları tanıtacakları siyaset partisi ya da kişiliği ideolojik yapısından, özgeçmişinin bütün ayrıntılarına kadar tanınmalı kamuoyuna verilecek mesajlarda doğru ve tutarlı bilgi kullanılmalarıdır.

Bir mesajın parçası olarak veya onunla birlikte önerilen eylem, tek başına mesajdan daha kolay kabul görür. Mesajlar hedef kitleyi harekete geçirecek bir yapıda kurulmalıdır. Ancak bu

noktada, önerilen eylemlerin kamuların beklenti ve ihtiyaçları ile tutarlı olmasına dikkat edilmelidir.

Halkla ilişkilerciler kamu yararı ilkesini unutmamalı ve mesajları oluştururken hedef kitlenin ilgi ve ihtiyaçlarına hitap etmelidir. Kişisel ihtiyaçlar ve dürtülerin mesajların kabulünü etkilemesi gerçeğinden yola çıkılırken bu mesajlarda verilen bilgilerin doğruluğunun sağlanmasına da dikkat edilmelidir.

Halkla ilişkiler profesyonelleri, hedef kitleleri manipüle edecek mesajlar vermekten kaçınılmazdır. Özellikle kamuoyu yoklama anketleri günümüzde kamuları yönlendirme amacıyla sık sık kullanılmaktadır. Bourdieu (1989: 86), kamuoyu yoklamaları sonuçlarıyla iktidarın gasp edildiğini söylemektedir. Yazar, siyaset iletişimin kurucu aktörü olan uzmanların, bilim adamlarının ve araştırmacıların iktidara ortak olmaları sonucunda eleştireliliklerini geride bıraktıklarını, “küçük entelektüel” olmayı seçerek politik yaşamın sözde oyuna dönüştürülmesine katkıda bulduklarını iddia eder.

Mesajların netliği, basitliği ve sembolize etkileri kabul edilme derecesini ve kitleler üzerindeki etkisini belirler. Günümüz insanı pek çok kanaldan kendisine ulaşan her türlü mesajın bombardımanı altında kalmakta; birçoğunu algılayamamaktadır. Bu nedenle, mesajlar hedef kitlenin sembolik değerleri göz önüne alınarak oluşturulmalıdır. Ayrıca mesajlar kurgulanırken hedef kitlenin değer yargılarında olumsuz içerikte değişiklikler oluşturmamaya, toplumsal barışı bozmaktan kaçınmaya da dikkat edilmelidir.

İfade edilen mesajlar, kitleler üzerinde kavramlardan daha fazla görüş değişikliği yaratır. Kısa ve çarpıcı sembolik ifadeler; uzun, bilimsel, kavramsal açıklamalardan daha etkilidir. Ancak mesajları sloganlaştırırken hedef kitlenin zihinsel yetenekleri hiçe sayılmamalı ve onların doğru düşünme ve muhakeme etme yeteneği ile değerler sistemi örselenmemelidir.

İletişim süreci iki yönlü olarak gerçekleştirilmelidir. Anketlerle, oylamalarla ya da yüz yüze yapılacak toplantılarla hedef kitleler karar sürecine dâhil edilmeli ve alınan kararlardan haberdar edilmelidir. Bu açıdan günümüzde

hızla gelişen sosyal medya, halkla ilişkiler uygulayıcılarına çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bu hem sürecin demokratik işlemlerini sağlayacak hem de mesajların kabul edilme olasılığını yükseltecektir.

İletişim sürecinde, verilecek mesaj farklı iletişim kanallarından farklı yer ve zamanlarda farklı içeriklerle de tekrarlanmakta böylece etkisinin artması sağlanmaktadır. Denetlenmesi güç olan iletişim kanallarında gelişigüzel ve denetimsiz biçimde iletişim kurulmamalı, karalama, aşağılama ve alay etme gibi kamu vicdanını zedeleyen ve ortaya çıkması halinde güven kırıcı olan eylemlerden uzak durulmalıdır (Paksoy 1999: 30, Süllü 2007: 15).

Halkla İlişkiler faaliyetlerini gerçekleştiren uzman veya danışmanlar, medya ile ilişkilerinde de hesap verilebilirlik ilkesini göz önünde bulundurmalı, basın özgürlüğünü ve onurunu zedeleyecek girişimlerden uzak durmalı ve medyanın etik değerlerine de saygı göstermelidirler (Bülbül 2001: 250).

SONUÇ

Günümüzün gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarında demokratik değerleri ve sistemleri destekleyen bir kavram olarak “hesap verebilirlik” yalnızca kamu yönetiminin, vatandaşa karşı hesap verme sorumluluğunu ifade etmekte aynı zamanda özel sektörün ve STK’ların da yönetsel ilkelerinden biri olarak benimsenmektedir.

Bir yönetim fonksiyonu olarak 20. yy’nın ilk yarısından bu yana giderek geniş bir uygulama alanı bulan halkla ilişkiler alanında çalışan uzmanlar da, farklı içerikteki faaliyet ve kampanyalarla, geniş hedef kitlelere ve kamulara ulaşmakta ve bu kesimleri bilgilendirerek ekonomik sosyal ve siyasal alandaki tercihleri etkilemekte, yönlendirmekte ve hatta değiştirmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmenin sonucu olarak geleneksel ve yeni medyanın, özellikle son on yılda sosyal medyanın, bireylerin ve toplumların yaşamında vazgeçilmez hale gelmesi ve belirleyici konumda bulunması, halkla ilişkiler mesleğinin etkisini de arttırmıştır. Bu etkinin en fazla hissedildiği alanlardan biri siyasal iletişim sürecinin bir alt türü olarak uygulanmaya başlanan

“siyasal halkla ilişkilerdir”. Siyaset alanının aktörleri olan siyasal partiler ve siyasetçiler; halkla ilişkiler uzmanlarından giderek daha fazla yararlanmakta, profesyonel ekiplerin elinden çıkan seçim kampanyaları ve iletişim stratejileri ile seçmen kitleleri etkileyerek ulusal ve yerel yönetimde söz sahibi olabilmektedirler.

Siyasal partileri ve siyasetçileri yerel ve ulusal düzeyde iktidara taşıma konusunda sorumluluğu olan halkla ilişkiler uzmanlarının ve kimi akademisyenlerin bu noktada “hesap verilebilirlik” ilkesi açısından bazı sorumlulukları oluşmaktadır. Çünkü kamuoyunun seçim sürecinde oyladığı siyasal parti ve siyasetçi görüntüsü, kısmen de olsa bu iletişim uzmanlarının yürüttüğü stratejilerinin bir sonucu olarak oluşmaktadır. Bu açıdan özellikle siyasal hesap verilebilirlik, halkla ilişkiler bağlamında yeniden tanımlanabilir bir ilke olarak karşımıza çıkmaktadır. Neden halkla ilişkiler hesap verilebilirlik konusunda sorumluluğu olan bir disiplindir sorusunun cevabını ise halkla ilişkileri, siyasal iletişim sürecinin diğer unsurları olan siyasal reklam, siyasal pazarlama ve propogandan ayıran doğasında aramak gerekir.

Siyasal hesap verilebilirlik ilkesi doğrultusunda, siyasal halkla ilişkiler etkinliklerini gerçekleştiren halkla ilişkiler uzmanları kimin hesabına çalıştıkları konusunda tutarlı ve dürüst bilgiyi kamuoyuna açıklamaktan tutunda, kamuların siyasal seçim sürecinde ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşmasını sağlamak noktasına kadar birçok konuda sorumluluk almaktadırlar. Siyasal halkla ilişkiler sürecinde gerçekleştirilen faaliyetlerin dürüst biçimde açıklanması, özellikle meslek etiği açısından doğru olmayan faaliyetler gerçekleştirilmişse bunun sonucunda yapılması gerekenlerin yerine getirilmesi ve hatta gerekliyse, görevin bırakılması gerekmektedir.

Siyasal iletişim sürecinde hedef kitlelere dönük faaliyetlerin şeklen kurallara uygun biçimde gerçekleştirilmiş olması halkla ilişkiler uzmanlarının hesap verme sorumluluğunu ortadan kaldırmamaktadır. Siyasal hesap verilebilirlik açısından kamulara, iş, eğitim, sağlık, konut gibi ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda dürüst içerikli mesajların verilmesi, bilgi ve görüşüne başvuru kişilerin, güvenilir ve uzman

olması, kamulara aktarılan konuların çok iyi anlaşılmalı ve özümsemiş olması, seslenilen hedef kitlelerin umutlarının, eğitimsizliklerinin ve bilgisizliklerinin istismar edilmemesi ve tüm faaliyetlerde kamu yararı ilkesinin unutulmaması gerekmektedir.

Siyasal halkla ilişkiler sürecinde, siyaset hesap verilebilirlik ilkesine kurumsal düzeyde baktığımızda da şunları söyleyebiliriz. İletişim süreci özellikle kitle iletişim araçlarına dayandığından, hesap verilebilirlik ilkesi üzerine kurulmuş olan bağımsız idari otoritelerden RTÜK'ün yaptırımları, bu ilkenin uygulanması açısından önemlidir. Bununla birlikte siyaset iletişim ve halkla ilişkilerle ilgili meslek kuruluşları ve ortak bir uzlaşmayla belirlenmiş meslek etiği ilkeleri de, siyasi hesap verilebilirlik açısından önem taşımaktadırlar. Özellikle uygulama alanında çalışan halkla ilişkiler akademisyenlerinin bilimsel sorumluluğu da, hesabı verilebilir bir siyaset halkla ilişkiler sürecini gerekli kılmaktadır.

KAYNAKLAR

Aksoy Ş (2004) Kamu Yönetimi Nereye Gidiyor? Bir Durum Saptaması, İkinci Kamu Yönetimi Forumu, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, ss. 32-49.

Aktan C, Ağcakaya S ve Dileyici D (2004) Kamu Maliyesinde Hesap Verme Sorumluluğu ve Mali Saydamlık, A. Balcı ve ark. (ed), Kamu Maliyesinde Çağdaş Yaklaşımlar, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Arcagök M S ve Erüz E (2006) Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Sistemi, Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayınları, Ankara

Ataklı C (2009) <http://www.habertek.net/hesap-verabiliyor-musunuz>, erişim tarihi: 5.4.2010.

Aziz A (2003) Siyaset İletişim, Nobel Yayınları, Ankara.

Balcı A (2003) Kamu Yönetiminde Hesap Verilebilirlik Anlayışı, A. Balcı ve ark. (ed), Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar Seçkin Yayıncılık, Ankara, ss.115-133.

Baş H (2007) Hesap Verme Sorumluluğu ve Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, <http://malieyempozyumu.pamukkale.edu.tr/hasanbas.pdf>, erişim tarihi 25. 5. 2010.

Bilgin K U (2004) Kamu Performans Yönetimi, TODAİE Yayınları, Ankara.

Bourdieu P (1989) Homo Academicus, Amazon Yayınları, İstanbul.

Bovens M (2003) Public Accountability, Paper for the EGPA Annual Conference, Oeiras Portugal September 3-6.

Bülbül A R (2001) İletişim ve Etik, Nobel Yayınevi, Ankara.

Gül S K (2008) Kamu Yönetiminde ve Güvenlik Hizmetlerinde Hesap Verilebilirlik, Polis Bilimleri Derg., 10 (4), 71-94.

Güleç ve Sancak (2009) Kamu Yönetiminde Hesap Verilebilirliğin Önündeki Yapısal Engeller: Türkiye Açısından Bir İnceleme, idc.sdu.edu.tr/tammetinler/yonetim/yonetim5.pdf erişim tarihi: 5. 5. 2010.

Kalender A (2003) Seçmen Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Önemi Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim Derg., 2 (4), 30-41.

Karakaş M (2008) Devletin “Düzenleyici Rolü ve Türkiye’de Bağımsız İdari Otoriteler”, Maliye Derg, 154, 99-120 <http://siyasaliletisim.org/ariv/makale/598-tuerkiyede-bamsz-dari-otoriteler.html>, erişim tarihi: 10. 5. 2010.

Kentel F (1991) Demokrasi Kamuoyu ve İletişime Dair, Birikim Derg, 30

Küçükkurt M (1988) Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri ve Değerlendirme, Halkla İlişkiler Sempozyumu-1987, A.Ü. BYYO Yayınları, Ankara.

Mulgan R (2000) Accountability: An Ever – Expanding Concept?, Public Administration, 78 (3).

Mutlu E (1994) İletişim Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Okay A ve Okay A (2009) Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul.

Özerkan Ş ve İnceoğlu Y (1997) İletişimde Etkileme Süreci, Pan Yayınları, İstanbul.

Scott C (2000) Accountability in the Regulatory State, Journal of Law and Society, 27 (1), 38-64.

Sezen S (2003) Türk Kamu Yönetiminde Kurullar: Geleneksel Yapılanmadan Kopuş, TODAİE Yayınları, Ankara.

Süllü Z (2007) Siyasal İletişim Sürecinde Milliyetçi Söylemin Kullanımı, Doktora Tezi, GÜ, Sos. Bil. Enst., Ankara.

Paksoy A (1999) Türkiye'deki Halkla İlişkiler Uygulamaları, Rota Yayınları, İstanbul.

Peltekoglu F B (2009) Halkla İlişkiler Nedir? , Beta Basım A.Ş., İstanbul.

Theaker A (2008) Halkla İlişkilerin El Kitabı, Murat Yaz (çev), Media Cat Yayınları, İstanbul.

Uztuğ F (1999) Siyasal Marka: Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı, Media Cat Yayınları, Ankara.

Uztuğ F (2004) Siyasal İletişim Yönetimi, Media Cat Yayınları, İstanbul.