

TÜRKİYE-AB İLİŞKİLERİNİN SİYASAL HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE YANSIMALARI: KAMUYU BİLGİLENDİRME ARACI OLARAK HÜKÜMET PROGRAMLARINDA TÜRKİYE-AB İLİŞKİLERİ

Kazım Özkan ERTÜRK¹

Elif ŞEŞEN²

ÖZET

Halkla ilişkilerin temel amaçlarında biri olan hedef kitlede güven yaratmak; ancak tarafların etkileşimi ve sürekli olarak açık ve şeffaf bir şekilde bilgilendirilmesi ile mümkündür. Siyasal iletişimde gün geçtikçe daha sık kullanılmaya başlanan halkla ilişkiler uygulamalarından biri olan kamuyu bilgilendirmenin önemli araçlarından biri hükümet programlarıdır. Türkiye-AB ilişkilerini hükümet programlarındaki mesajlar üzerinden betimlemeyi hedefleyen bu çalışmada toplam 32 hükümet programı incelenmiştir. AB ile ilişkilere yönelik ifadelerin ekonomik, kültürel, siyasal ve teknolojik olmak üzere dört alan altında yapılan içerik çözümlemesi sonuçlarına göre programlarda verilen mesajların büyük oranda olumlu bir dile sahip olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Kamuyu bilgilendirme, hükümet programı, Avrupa Birliği (AB)

THE REFLECTION OF POLITICAL PUBLIC RELATIONS ANNUAL TURKEY-EU RELATIONS: PUBLIC INFORMATION AS A TOOL FOR TURKEY-EU RELATIONS BETWEEN GOVERNMENT PROGRAMS IN

ABSTRACT

Establishing mutual trust in the target group, which is one of the main aims of the public relations, is only possible through the interaction of the parties and constantly mutual informing in an open and transparent manner. Government programs are one of the most important tools of public information, which is one of the most frequently used public relations practices in political communication. In this study which aims to describe Turkey-EU relations through the messages given in the government programs, a total of 32 government programs were examined. According to the content analysis results which have been conducted under the four areas as economic, cultural, political and technological, it might be said tha the messages given in the programs related to the EU have a largely positive tone.

Keywords: Public information, government program, European Union (EU)

¹ Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, Sanat Tasarım Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, ozkanerturk@mynet.com

² Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Halkla İlişkiler ABD, elifsesen@hotmail.com

GİRİŞ

Demokrasinin kurumsallaşarak, siyasal/sosyal yapının karmaşıklaşması ve iletişim teknolojilerinin baş döndüren gelişmesi toplumsal ilişkileri de kaçınılmaz bir şekilde etkilemiştir. İletişim teknolojilerinde kaydedilen ilerleme ve gelişmeler sonucunda, günümüzde birçok iletişim kaynağından aynı anda çok fazla sayıda mesaja maruz kalan bireylerin herhangi bir konuda ikna olması da giderek zorlaşmaktadır. Bu koşullar altında, herhangi bir konuda insanların fikrine, düşüncesine ya da kararına etki edebilmek için her geçen gün daha etkin iletişim araç ve yöntemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Hedef kitle ile örgüt arasında karşılıklı iyi niyet, hoşgörü ve anlayışı temel alan bir iletişim yöntemi olarak halkla ilişkilerin siyasal iletişim açısından rolü ve önemi de gün geçtikçe artmaktadır. Halkla ilişkilerde örgüte ilişkin bilgi ve haberlerin örgütün eylem ve işlemlerine ilişkin olumlu imaj ve güveni artırması amacıyla hedef kitle ile paylaşılması kamuyu bilgilendirme modelinin temelini oluşturmaktadır. Halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme aracı olarak Türkiye'nin AB'ye üyelik başvurusundan günümüze Hükümet Programlarında Türkiye-AB ilişkileri bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Bireylerin siyasal kararlara katılım hakkının genişlemesi ile iletişim bilimlerinin yöntem ve araçlarının siyasal iletişimde kullanımına ihtiyaç da artmaya başlamıştır. Siyasal anlamda bilinç düzeyinin artması ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bilginin iletilmesi ve yayılma sürecini de etkilemiş, bu gelişmeler sonucunda bireylerin bir görüş, düşünce ya da inanış ekseninde etkilenmesi giderek zorlaşmıştır. Zaman içerisinde bireylerin siyasal anlamda da bilinç düzeyinin değişmesi iki yönlü iletişimi temel alan, özünde karşılıklı iyi niyet ve hoşgörüyü temellendiren iletişim uygulamalarının giderek daha etkin ve verimli olacağı kanaatini yerleştirmeye başlamıştır. Siyasal iletişimde propagandanın yanı sıra siyasal reklam, siyasal pazarlama ve siyasal halkla ilişkiler yöntem ve uygulamaları kullanılır hale gelmiştir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik süreci, uzun bir geçmişe sahiptir. Resmen 1959 yılında o zamanki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu'na (AET) yapılan tam üyelik başvurusuyla başlayan Türkiye'nin üyelik süreci, zaman içerisinde Topluluk ile yapılan anlaşmalarla farklı biçimlere bürünmüş, 1999 yılındaki Helsinki Zirvesi'nde Türkiye aday olarak kabul edilmiş; 2004'teki Brüksel Zirvesi ile AB ile müzakerelere başlama kararı alınmıştır. Tam üyelik başvurusundan günümüze kadar geçen yaklaşık 60 yıllık sürede AB üyeliği, hemen her hükümetin gündemini meşgul etmiş, bu durum zaman zaman iç politikanın da konusu olmuştur. Bu çalışma kapsamında, Türkiye'nin AB üyelik sürecinin, tam üyelik başvurusundan günümüze Türkiye Cumhuriyeti Hükümetlerince ele alınışı, hükümet programlarında konuyla ilgili verilen mesajlar üzerinden değerlendirilmektedir. Hükümet programları, işbaşına gelen partinin ya da partilerin kamuyu bilgilendirme araçlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Hükümet programları; geçmiş hükümetlerin icraatları ile mevcut hükümetin ülke gündemine dair ekonomik, sosyal, siyasal ve hukukî vaatlerini içeren belgeler olarak, kamuyu bilgilendirme ve şeffaflığın sağlanması açısından önemli mecralardır.

Çalışma kapsamında temel olarak, AB-Türkiye ilişkilerinin hükümetler tarafından, halkla ilişkiler faaliyeti olarak halka aktarılmasının tarihsel anlamda bir panoramasını çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu çalışma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programları'nda AB ile Türkiye ilişkilerine yönelik söylemler incelenerek verilen mesajlar olumlu, olumsuz ya da nötr (salt bilgi verme) olarak kategorileştirilmiştir. İnceleme yapılırken tarihsel süreç, 1962-63 yılları arasında görevde bulunan 27. Cumhuriyet Hükümeti'nden başlatılmıştır. Türkiye ile AB arasında resmî sürecin başladığı tarih olan 1963'ten günümüze kadar görev yapmış olan toplam 35 Hükümetin programları çalışmaya dahil edilmiştir. Hükümet programlarında verilen mesajların incelenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, "çözümleyicilerin gönderilen mesajların içeriğinden kaynağın amaçlı davranışının açık ya da örtülü görünüşleriyle ilgili ayrıntılı çıkarılar yapmak için teşhis aracı gibi kullandıkları araştırma yöntemi" olarak tanımlanmaktadır (Çebi, 2003: 10). Hükümet programlarında AB-Türkiye ilişkilerini konu alan mesajlar, AB ile aday ülkeler arasındaki müzakere başlıklarında da yer verilen ekonomik, siyasal, kültürel ve teknolojik alanlar altında toplanmıştır.

Siyasal İletişimde Kullanılan İletişim Yöntemleri

İnsanlar arasında bilgi, düşünce, duygu ve fikirlerin paylaşıldığı bir süreç olarak iletişim, bu sayede insanlar, kültür ve medeniyetler arasında anlaşma ve uzlaşmayı sağlayan bir araçtır. İletişim sayesinde, farklı kültürler ve insanlar hakkında bilgi sahibi olan insanların düşüncelerine yön vermeleri kolaylaşarak, yaşamı anlamlandırma ve kendilerini gerçekleştirme süreçleri de daha isabetli bir yapıya

kavuşur. İletişim, insanlar arasında anlaşma ve uzlaşmayı sağladığı gibi, birey ve toplum ile topluluklar arasında bilinçli, anlamlı ilişkilerin kurulmasına da vesile olur. Siyasal anlamda iletişim yöntem ve tekniklerinin kullanımının başlangıcı çok eski zamanlara kadar uzansa da kavram olarak ‘Siyasal İletişim’in ortaya çıkışı ve kullanım dinamikleri açısından demokrasinin kurumsallaşmasıyla birlikte anlam kazandığını söylemek mümkündür. Halk kitlelerine oy verme hakkının verilmesi ile birlikte gündeme gelen siyasal iletişimin gelişimi ve günümüzdeki anlamda kullanımını, özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ilişkilendirmek yanlış olmayacaktır. Günümüzdeki anlamda siyasal iletişim, 2. Dünya Savaşı sonrasında ABD’de doğup gelişmiş, özellikle 1960’lı yıllardan itibaren Batı coğrafyasında yaygın hale gelmeye başlamıştır (Topuz, 1991: 6).

Propaganda

Bir düşünce, eğilim ya da ideolojiye taraftar toplamak amacıyla gerçekleştirilen planlı ikna faaliyetlerinin tümü propagandanın konusuna girer. Siyasal iletişimde sıkça kullanılan bir yöntem olarak, birtakım özellikleri bakımından benzer iletişim uygulamalarından ayrılmaktadır. Propagandanın benzer iletişim uygulamalarından ayırt edici yönü, belli bir birey ya da grubun tutumlarının belirlenerek istenilen yönde biçimlendirilmesinin ve denetim altına alınmasının amaçlanmış olmasıdır. Bir tanıma göre propaganda, “bir birey ya da grubun tutumlarını belirleyerek biçimlendirmek ve denetim altına almak, değiştirmek amacıyla iletişim araçlarından yararlanılan bir süreçtir” (Kağıtçıbaşı, 1996: 163-164).

Propagandayı psikolojik anlamda telkin ve iknaya ilişkin yönü güçlü bir siyasal iletişim etkinliği olarak değerlendirmek gerekir. Bu anlamda propaganda, “ilgili psikolojik telkinler yardımıyla fikirleri ve değerleri değiştirme ve sonuç olarak kararlaştırılmış bir çizgiye paralel biçimde davranışları değiştirmek amacıyla sembollerin az ya da çok isteyerek, planlı ve sistematik olarak kullanılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Brown, 1992: 23). Siyasal iletişim aracı olarak propaganda, “kamuoyu ve toplumun güdümünü etkilemek amacıyla gerçekleştirilen bir hareket” (Daver, 1993: 282); yönetsel anlamda ise “devletin topluma ideoloji aşılama ya da mevcut ideolojiyi sürdürmek için kullandığı teknikler” olarak karşımıza çıkmaktadır (Kazancı, 1995: 52-53).

Siyasal Reklam

Reklam, bir mal ya da hizmetin sürüleceği piyasanın ve bu mal ya da hizmetin alıcısı olacakların tanınması için yapılacak araştırmalar, reklam amacının, reklam giderlerinin ve mesaj türlerinin saptanması; reklam bütçesi, reklamın ne zaman yapılacağı, hangi iletişim araçlarının ve bunların nasıl kullanılacağı konusundaki kararlar ve reklam içeriğinin hazırlanması gibi faaliyetleri içeren bir bütündür (İnceoğlu, 1985: 121). Bir malın, hizmetin, fikir ya da ideolojinin hedef kitlesinin farkındalığını önemsemeden anlamaya, kabule ve davranışa yönelerek, işletmenin kârlılığını ön planda tutan reklam faaliyetleri, zaman içerisinde siyasal alana da aktarılmıştır. Demokrasinin yaygınlaşarak kurumsallaşması neticesinde, siyasal kararlara katılım hakkına ulaşan bireyleri herhangi bir davranışa yönlendirmek üzere ikna etmek zorlaşmış; bunun için farklı yöntem ve uygulamalara ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Bu anlamda siyasal reklam, “bir siyasal parti ya da adayın kitle iletişim araçlarından yer ve zaman satın alınarak seçmenlerin siyasal inanç, tutum ve davranışlarını etkilemek için siyasal mesajlar vermek amacıyla kullanıldığı süreçtir” (Tokgöz, 1991: 257). Daha çok ticarî anlamda kârlılığın artırılması amacıyla kullanılan reklamın siyasal alanda kullanımının da artışı söz konusudur.

Siyasal Pazarlama

Siyasal pazarlama olarak nitelendirilebilecek olan iletişim etkinlikleri, birçok tanıma ve tanıma faaliyetini içeren bir bütün olarak ele alınmalıdır. Bir siyasal partiye üye olmadan o partide gerçekleşen her türlü faaliyete, partinin ülke sorunlarına getirebileceği çözümlere ilişkin tutarlı politikaların üretilmesinden bu politikaların çevreye yayılarak benimsetilmesinin sağlanmasına kadar çok çeşitli siyasal etkinlikler siyasal pazarlamanın konusu içerisine girer. Halkın gereksinim duyduğu programların ve hizmetlerin gerçekleştirilmesi, kurumsal tanınma ve destek kazanma amacıyla çeşitli siyasal unsurlar tarafından yürütülen faaliyetler siyasal pazarlama olarak adlandırılmaktadır (İnal & Karabacak, 1997: 152).

Başarılı bir siyasal iletişim süreci, sürecin etkin ve verimli bir biçimde planlanması ve uygulamaya konulmasıyla mümkün olur. Bu anlamda başarılı bir siyasal pazarlama sürecinin kurgulanmasında aşağıdaki ilkelerin dikkate alınmasında fayda vardır (İnal & Karabacak, 1997: 155-156):

- a. Siyasal pazarın hedef kitlesinin belirlenmesi ve tanımlanması gereklidir. (Buradaki hedef kitle seçmendir)
- b. Siyasal pazarın ortak bir bilgi birikimi ve beklentisi vardır.
- c. Siyasal pazardaki etkinlik, pazar bölünmesinin iyi ve doğru bir biçimde yapılmasına bağlıdır.
- d. Hedef kitleye ulaşmada her türlü iletişim aracı kullanılmalıdır.
- e. Siyasal partilerin ürünlerinin birer yaşam eğrisine sahip olmaları gerekmektedir. (Parti fikirleri birer üründür)
- f. Siyasal pazarlamada seçim kampanyaları, bağış ve gönüllü çalışma önemli bir yere sahiptir. (Seçmenler partinin ve adayların gösterdiği politikaları oylarıyla desteklerler)
- g. Adayların benimsedikleri değerlerin seçmenler tarafından da kabul edilmesi için değerlerin seçmeni tatmin edecek biçimde olması gerekmektedir.
- h. Siyasal pazarlamada dağıtım kanalları ve tanıtım faaliyetleri önemlidir.

Siyasal Halkla İlişkiler

Bir örgüt, kurum ya da kuruluşla ilgili, hedef kitle nezdinde olumlu imaj oluşturmak amacıyla, karşılıklı anlayış ve güven temelinde yürütülen tanıma ve tanıtma faaliyetleri halkla ilişkilerin konusuna girer. Bir iletişim etkinliği olarak halkla ilişkilerin ön plana çıkan özellikleri kamu yararı gözetme, planlı ve iki yönlü iletişime dayalı olmaktır. İki yönlü iletişim ile güven ve karşılıklı anlayış temel alma gibi özellikleri ile halkla ilişkiler, benzer iletişim uygulamalarından ayrılır. Bununla birlikte halkla ilişkiler uygulamalarının temel özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Geçikli, 2010: 5):

- a. Halkla ilişkiler, bir kurumun yönetimince planlanıp desteklenen programları içerir,
- b. Halkla ilişkiler kurumun iç ve dış çevresinde yer alan çeşitli halk gruplarıyla ilgilidir,
- c. Halkla ilişkiler yönetimin, kurumun kamuoyundaki imajını belirlemesine yönelik politikaları oluşturmasına ve kurumun itibarını yönetmesine yardımcı olur,
- d. Kurum ve hedef kitlesi arasında çift yönlü bir iletişim kumar ve sürdürür,
- e. Kurum ve hedef kitlesi arasında yeni ilişkiler kumar ve sürdürülmesini sağlar.

İletişim biliminde kullanılan yöntem ve araçların siyasal hayatın bir parçası haline gelmesiyle birlikte, siyasal iletişimin bir uygulama alanı olarak halkla ilişkiler de gündeme gelmiştir. Siyasal halkla ilişkiler; siyasal anlamda faaliyet gösteren örgüt, kurum, kişi ya da kuruluş ile seçmen kitlesi arasında karşılıklı güven, iyi niyet ve hoşgörü odaklı, iki yönlü iletişimi temel alan tanıma ve tanıtma faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Halkla ilişkilerde temel olan karşılıklı anlayış ve güven ortamının sağlanabilmesi için karşılıklı bilgilendirme önemli bir etkidir. Burada da söz konusu siyasal unsurun hedef kitleyi bilgilendirmesi, oluşturulmak istenen güven ve hoşgörüyü zemin hazırlayacaktır.

Halkla İlişkilerde Kamuyu Bilgilendirme

Grunig ve Hunt (1984) tarafından halkla ilişkiler faaliyetlerinin amaç, iletişim politikası, hedef kitle, mesaj ve uygulama alanları bakımından kategorize edildiği dört model ortaya konulmuştur. Bu modeller, uygulanmaya başlandığı dönemin iletişim teknolojileri ve iletişim paradigması açısından değerlendirildiğinde birbiriyle bağlantılı, ancak halkla ilişkilerin farklı sektör ve alanlarda farklı politikalarla yürütülmesi gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır. İlk olarak ortaya konulan Basın Ajansı/Tanıtım modelidir, ikincisi Kamuyu Bilgilendirme, üçüncüsü İki Yönlü Asimetrik Model, dördüncüsü ise İki Yönlü Simetrik Modeldir. Kamuyu bilgilendirme modelinde, kamuoyunun güven ve desteğinin kazanılması amacıyla, örgütün faaliyetlerinin açıkça paylaşılması prensibi benimsenmelidir. Bu durum, rekabetin yoğun yaşandığı sektörlerde kamuyu bilgilendirme modelinin işlevsel olmayacağını göstermektedir. Bu nedenle genelde kârlılığın ön planda olmadığı kurum ya da kuruluşlarca başvuru bir model olarak görülmektedir. Bu modele göre örgütün eylem ve işlemlerinin kamuoyuyla paylaşılması, örgüt ile ilgili soru işaretlerini ortadan kaldırarak olumlu bir imajın oluşabilmesi için zemin hazırlanacaktır.

Kamuyu bilgilendirme modeli, özellikle 19. yüzyılda ABD’de sıkça yaşanmaya başlayan iş kazaları ve grevler sonucunda basın ve sendikaların işverenler üzerinde yarattığı baskının biraz olsun

hafifletilebilmesi amacıyla ortaya çıkmıştır. Sendikaların işveren üzerindeki yoğunlaşan baskısı ve basının eleştirileri karşısında, kurum sahipleri yürüttükleri faaliyetlere ilişkin kamuoyuna açıklayıcı bilgiler sunacak gazetecileri görevlendirmeye başlamışlardır (Erdoğan, 2002: 356). Halkla ilişkiler mesleğinin babası olarak bilinen Ivy Lee kamuyu bilgilendirme modelinin de ilk uygulayıcısıdır. Lee konuyla ilgili yayımladığı bildirgede; "basın ve "halk açısından memnuniyet verici olan gerçek bilgilerin zamanında yayınlanması anlayışını benimsediğini" açıklamaktadır. Bu açıklama ve devamında hayata geçirilen uygulamalar, halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme modelini ortaya çıkarmıştır (Grunig & Hunt, 1984: 32).

Halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme uygulamaları, örgütle ilgili bilgilerin kamuoyuyla doğru ve eksiksiz bir biçimde paylaşılması ilkesine dayanır. Bu nedenle, kâr amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlar, eğitim kurumları, dernekler ve özellikle hükümetler tarafından sıkça başvurulan bir yöntem olarak dikkat çekmektedir. Modelde herhangi bir ikna çabasına girilmeksizin, kamuoyuyla doğru ve eksiksiz bilgi paylaşımı ilke edinilmelidir (Peltekoğlu, 1993: 25). Kamuyu bilgilendirme modelinin temel amacı, örgütün hedef kitlesine yürütülen faaliyetlerle ilgili olarak açıkça bilgi vererek, onların güven ve desteğini kazanmaktır. Buradaki amacın, özünde hedef kitlenin ikna edilmesinden çok bilginin paylaşarak güven kazanılması olduğunu belirtmek gerekir.

Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri

Temelde çıkış noktası, Avrupa coğrafyasında sürdürülebilir şekilde ekonomik ve siyasal istikrarın sağlanması olan Avrupa Birliği'nin düşünsel ve felsefî altyapısının 12. yüzyıla kadar dayandığını kabul eden düşünür ve yazarlar bulunmaktadır. Bu bakış ve düşünüşün temelinde yatan neden, bu yazar ve düşünürlerin o yıllarda Avrupa'da kalıcı bir barış ve huzur ortamının sağlanmasıyla, olası Hıristiyan dünyasının dağılmasına yol açacak durumlara engel olmak istemesidir (Günüğur, 2001: 1). Avrupa coğrafyasında ekonomik bir işbirliği ve entegrasyon hareketi olarak başlayan Avrupa Birliği bugün, 28 üye ülkeden oluşan siyasî ve ekonomik bir yapıdır. Türkiye ile AB arasındaki ilişkiler, (o dönemdeki adıyla) Avrupa Ekonomik Topluluğu'na Temmuz 1959'da yapılan tam üyelik başvurusu ile başlamıştır.

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki yakınlaşmanın temel gerekçelerini; siyasî etkenler, ekonomik etkenler ve kültürel koşullar olarak kabaca sınıflandırmak mümkündür. Türkiye'yi Avrupa ile yakınlaşma noktasına getiren siyasî etkenlerin başında, Türkiye üzerinde giderek artmaya başlayan Sovyetler baskısı ile sınır komşusu Yunanistan'ın Topluluğa üyelik başvurusunda bulunması gelmektedir. Ekonomi açısından düşünüldüğünde, dönem itibarıyla dış ticaret dengesindeki açıkların kronikleşmeye başlaması ve dolayısıyla dış yatırımların ve ilişkilerin önem kazandığı bir sürece girilmiş olması öne çıkan etkenler olarak görülmektedir. Avrupa'daki kültürel ve düşünsel gelişmenin devamı niteliğinde olan modernleşme ideali, Batı Bloğu temelinde oluşturulan kurumların da diğer Avrupalı devletler açısından bir çekim merkezi haline gelmesi sonucunu doğurmuştur. Türkiye, Avrupa Toplulukları içinde yer almayı, modernleşme ve Batılılaşma çizgisinin bir devamı olarak değerlendirmiştir (Ortaylı, 1995: 174-175).

Avrupa Birliği'nin Kuruluşu ve Yapısı

Avrupa coğrafyasında ekonomik ve siyasî istikrar ile kalıcı barış amaçlanarak kurulan Avrupa Birliği, günümüzdeki yapısına ulaşma sürecinde birçok aşamadan geçmiştir. Bu aşamalar arasında bazı hukukî düzenlemeleri de içeren antlaşmaları saymak mümkündür. Günümüzdeki adıyla Avrupa Birliği olarak bilinen yapının temelleri, 1951 yılında Almanya, İtalya, Fransa, Belçika, Lüksemburg ve Hollanda arasında kurulan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun (AKÇT) kurulmasıyla atılmıştır. Aynı ülkeler arasında 1957 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu ile Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu kurularak, siyasî ve ekonomik yapının faaliyet alanı genişlemeye devam etmiştir. Avrupa bütünleşmesi hareketi, 1992 yılında düzenlenen Maastricht Zirvesi ile Avrupa Birliği adını alarak, genişlemeye devam etmiştir.

Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu

Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun kurulması adına resmî ilk adım, dönemin Fransa Dışişleri Bakanı, Robert Schumann tarafından 9 Mayıs 1950'de atılmıştır. 2. Dünya Savaşı'nda düşman olan

Almanya ve Fransa arasında kalan, zengin kömür ve çelik madenlerini bünyesinde bulunduran Ruhr Bölgesi'nin ortak bir fayda ekseninde kullanılmasının öngörüldüğü söz konusu deklarasyonda; “savaş sanayinin ana maddeleri olan çelik ve kömürün üretim ve kullanımının uluslararası bir organın sorumluluğunda yönetilmesi” öngörülmektedir (D.T.M., 2002: 9). Fransız Dışişleri tarafından “Ruhr Bölgesi'ndeki zengin kömür ve çelik madenlerinin Almanya ile birlikte işletileceğini, bunun için uluslararası bir örgüt kurulacağını, çoğulcu demokrasi ile yönetilen Avrupa ülkelerinin de diledikleri taktirde bu oluşuma üye olabilecekleri” belirtilmektedir (Günoğur, 2001: 2). 1952 yılında yürürlüğe giren Paris Antlaşması ile Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu kurulmuş, topluluğa Almanya ve Fransa ile birlikte İtalya, Belçika, Lüksemburg ve Hollanda'da üye olmuştur. 50 yıllık geçerliliği olan antlaşma 2002 yılında sona ermiştir.

Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu

Avrupa entegrasyonu sürecinin Kömür ve Çelik Topluluğu ile resmen başlamasının ardından, 1958 yılında yürürlüğe giren Roma Antlaşması ile birlikte Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu Kurulması kararlaştırılmıştır. AKÇT'yi kuran altı Avrupa ülkesi arasında Roma Antlaşması uyarınca Avrupa Ekonomik Topluluğu kurulmuştur. Topluluğun nihai hedefi, Avrupa coğrafyasındaki ülkelerin siyasal bütünlüğe ulaşmasıdır. Avrupa ülkeleri arasında hedeflenen siyasî bütünlüğe ulaşabilmenin yolunun, öncelikle ekonomik işbirliği ve uzlaşma ile mümkün olabileceği öngörülmektedir. Bu hedefe ulaşabilmek içinse, “ülkeler arasında malların, hizmetlerin, sermayenin ve işgücünün serbestçe dolaşabildiği bir ortak pazar ve gümrük birliğinin hayata geçirilmesi kararlaştırılmıştır” (Ülger, 2003: 252).

Tek Avrupa Senedi

Avrupa Birliği'nin oluşum ve gelişim çizgisinde önemli aşamalardan biri olarak kabul edilen Tek Avrupa Senedi, Avrupa Toplulukları'nın 1985 yılında yaptığı toplantı sonucunda ortaya çıkmış, kurucu antlaşmalarda yapılan köklü değişikliklerin yer aldığı bir belge olması nedeniyle, kurucu antlaşma hükmünde değerlendirilmektedir (Ülger, 2003: 83). Yürürlüğe girdiği tarih itibarıyla, Avrupa Toplulukları'nın kuruluş ve işleyişine ilişkin köklü değişiklikleri öngören bir belge olarak Tek Avrupa Senedi, Avrupa Birliği'nin oluşumuna giden süreçte önemli dönüm noktalarından biri olarak kabul edilmektedir.

Avrupa Birliği

7 Şubat 1992'de gerçekleştirilen Maastricht Zirvesi'nde alınan kararların yürürlüğe girmesi ile birlikte, Avrupa bütünleşmesi hareketi, Avrupa Birliği adını almıştır. Bazı kaynaklarda Maastricht Antlaşması'ndan Avrupa Birliği Antlaşması olarak da bahsedilmektedir. Bunun nedeni, AB'nin kurulmasının karara bağlandığı antlaşma olmasıdır. Antlaşmada varılan en önemli kararlardan birinin de AB'de ortak para kullanımının karara bağlanması olduğunu belirtmek gerekir (Dura & Atik, 2003: 117). 1993 yılında yürürlüğe giren Maastricht Antlaşması ile birlikte, Avrupa Toplulukları'nın öncelikle ekonomik ve parasal birlik, ardından siyasî bir birlik halinde getirilmesinin amaçlandığını söylemek mümkündür. Bu amaca ulaşmak adına, “ekonomik ve parasal birliğin koşul ve aşamalarının (takvim) belirlenmesi, Topluluk içinde tek para kullanılması ve ortak bir Avrupa Merkez Bankası kurulması kararının alınması” gibi girişimlerde bulunulduğu görülmektedir (Karluk, 1984: 502).

Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkilerinin Temel Adımları

Türkiye, özellikle 2. Dünya Savaşı'nın ardından Avrupa coğrafyasında ya da Avrupa merkezli olarak kurulan siyasî ve ekonomik oluşumlara karşı kayıtsız kalmamış, katılma yönünde bir eğilim göstermiştir. Bu doğrultuda, Avrupa Konseyi, NATO ve OECD'ye üye olunmuştur. Bu yaklaşımı, yakın coğrafyada ekonomide, teknoloji ve sanayide gelişmekte olan ülkelerle işbirliği içerisinde olma fırsatını kaçırmama isteğinin bir tezahürü olarak görmek mümkündür. Diğer yandan Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemleri ile özellikle Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren benimsenen Batılılaşma çabalarının devamı olarak da değerlendirilebilir (Ulurasba, 2005: 33).

Ankara Anlaşması

Türkiye ile AB (o dönemki adıyla AET) arasındaki ilk resmî sürecin başlaması, Türkiye'nin 11 Temmuz 1959 yılında Topluluğa ortaklık başvurusu yapmasıyla olur. Bu başvuru sonucunda Türkiye'ye “tam üyeliğin gereklerini yerine getirmeye yeterli olmadığı bildirilerek, tam üyelik koşulları gerçekleşinceye kadar geçerli olacak bir ortaklık anlaşması imza edilmesi önerilmiştir” (Ulurasba, 2005: 33). Türkiye ile AB arasında ortaklık, 12 Eylül 1963'te imzalanan Ankara Anlaşması ile başlamıştır.

Gümrük Birliği

Türkiye ve AB arasında ortaklık kurulmasının başlangıcı olarak kabul edilen Ankara Anlaşması hükümleri, anlaşmanın temel olarak iki hedefinin ön plana çıktığını gösterir. Bunlar, “ tarafların ekonomi politikalarının birbirine yaklaştırılması ve gümrük birliğinin aşamalı bir biçimde yaşama geçirilmesidir (Dura & Atik, 2003: 348). Gümrük Birliği, Avrupa Topluluklarının temel unsuru olarak kabul edilmektedir. Zira üye devletler arasında ekonomik entegrasyonun sağlanabilmesi bakımından Gümrük Birliği bir katalizör olarak değerlendirilmektedir (Waelbroeck, 1970: 37). Ankara Anlaşması'na bağlı bir sürecin devamı olarak sürdürülen ticarî ilişkiler sonucunda Türkiye ile AB arasında 1995'te imzalanan Gümrük Birliği, 1996 yılında yürürlüğe girmiştir. Gümrük Birliği, Türkiye'nin ekonomik anlamda tam üyelik kriterlerini gerçekleştirmede yol gösterici olma bakımından önemli bir role sahiptir.

Türkiye'nin Tam Üyelik Başvurusu

Türkiye AET'ye tam üyelik başvurusunu 14 Nisan 1987 tarihinde yapmış, bu başvuruya cevap ise 18 Aralık 1989'da gelmiştir. Tam üyelik başvurusuna verilen cevapta; genel anlamda Avrupa coğrafyası ve Topluluğun bir değişim ve dönüşüm sürecinde olduğu ve bu nedenle yeni bir üyeliğin söz konusu olamayacağı belirtilmiştir.

Lüksemburg Zirvesi

Türkiye'nin tam üyelik başvurusuna AET'nin olumsuz bir cevap vermesinden sonra Türkiye 1996 yılında bir kez daha birliğe katılım niyetini bildirmiştir. Bu bildiri üzerine AB dışişleri bakanları, 1963 Ankara Anlaşması ve 1989 Avrupa Topluluğu görüşüne ithafen, “Türkiye'nin tam üyeliğe ehil bulunduğu teyit edilmekle beraber, adaylık konusunda Türkiye'ye diğer aday ülkelerle aynı ölçütlerin uygulanacağı belirtilmiştir” (Aksu, 2017: 6). Bu itibarla 12-13 Aralık 1997 tarihlerinde gerçekleştirilen Lüksemburg Zirvesi'nin Türkiye'nin tam üyelik sürecine ilişkin beklentilerini karşılamadığını söylemek mümkündür. Lüksemburg Zirvesi'nin Türkiye'nin beklentilerini tam olarak karşılamamış olmasının nedeni, Zirvede, Türkiye'nin Birliğe adaylığına ilişkin somut sonuçlara ulaşılamamış olmasıdır.

Helsinki ve Brüksel Zirvesi

10-11 Aralık 1999 tarihinde Helsinki'de gerçekleştirilen AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde ise Türkiye, oybirliği ile Avrupa Birliği'ne aday ülke olarak kabul edilmiştir. Zirve sonucunda, Türkiye'de özellikle son zamanlarda kaydedilen olumlu gelişmeler ile Kopenhag Kriterleri'ni karşılama yönündeki olumlu adımların memnuniyetle karşılandığı belirtilmektedir. Helsinki Zirvesi'nin sonuçlarına göre Türkiye, diğer aday ülkelerle eşdeğer olarak kabul edilmiştir (Baydarol, 2003: 159). Brüksel'de 16-17 Aralık 2004'te düzenlenen AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde de Türkiye ile AB arasında müzakerelere başlama kararına varılmıştır.

Başvurudan Günümüze Hükümet Programlarında Türkiye-AB İlişkileri

Başvurudan günümüze Türkiye'nin AB üyeliği, kamuoyunu meşgul eden önemli gündem maddelerinden biri olmuştur. Hükümetlerin AB üyeliği ve Türkiye ile ilişkilere dair takınmış oldukları tutumlarını iç ve dış politikanın bir parçası olarak ele alışı ve hedef kitleleri ile paylaşması, alt başlıklar ve ülke gündemine göre şüphesiz farklılıklar göstermektedir. Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye'nin AB'ye tam üyelik başvurusu üzerine AB'nin ortaklık anlaşması imzalama kararı aldığı tarih olan

1963'ten günümüze Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programları'nda konuya ilişkin verilen mesajlar ekonomik, kültürel, siyasi ve teknolojik alanlar altında incelenmiş olup mesajlar olumlu, nötr ve olumsuz olarak kategorileştirilmiştir.

Ekonomik Alanda Türkiye-AB İlişkilerine İlişkin Mesajlar

Türkiye-AB ilişkilerinde ekonomik konularda hükümet programlarında toplam 83 mesaja yer verildiği görülmektedir. Bu mesajlardan 57'si olumludur. Toplam içerisinde ekonomik konulardaki olumlu mesajlar %68,67 oranındadır. Ekonomik konularda AB ile ilişkilerde verilen mesajların sadece 2 tanesinin olumsuz ifade içerdiği, bu mesajların toplam içerisindeki oranının ise %2,41 olduğu görülmektedir. Bu başlık altındaki olumsuz mesajlardan biri 1978-1979 yıllarında iktidarda olan 3. Ecevit Hükümeti, bir diğeri de 1996 yılında üç ay iktidarda kalan 2. Yılmaz Hükümeti programında yer almıştır Türkiye-AB ilişkilerinde ekonomik konularda verilen mesajların 24 tanesi yani %28,91'inin ise nötr ya da bir başka deyişle salt bilgilendirme amaçlı olduğu görülmektedir. Başvurudan günümüze Türkiye-AB ilişkilerinde ekonomik konularda hükümet programlarında verilen mesajlar büyük oranda olumludur.

Tablo 1. Ekonomik Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
27.Hükümet (9.İnönü Hükümeti)	25.06.1962-25.12.1963	2/% 100	-	-	2
28.Hükümet (10.İnönü Hükümeti)	25.12.1963-20.02.1965	1/% 100	-	-	1
29.Hükümet (Ürgüplü Hükümeti)	20.02.1965-27.10.1965	1/% 50	1/% 50	-	2
30.Hükümet (1.Demirel Hükümeti)	27.10.1965-03.11.1969	4/% 80	1/% 20	-	5
31.Hükümet (2.Demirel Hükümeti)	03.11.1969-06.03.1970	1/% 100	-	-	1
32.Hükümet (3. Demirel Hükümeti)	06.03.1970-26.03.1971	1/% 100	-	-	1
33.Hükümet (1.Erim Hükümeti)	26.03.1971-11.12.1971	-	1/% 100	-	1
34.Hükümet (2.Erim Hükümeti)	11.12.1971-22.05.1972	-	-	-	-
35.Hükümet (Melen Hükümeti)	22.05.1972-15.04.1973	2/% 100	-	-	2
36.Hükümet (Talu Hükümeti)	15.04.1973-26.01.1974	1/% 50	1/% 50	-	2
37.Hükümet (1.Ecevit Hükümeti)	26.01.1974-17.11.1974	-	-	-	-
38.Hükümet (Irmak Hükümeti)	17.11.1974-31.03.1975	-	-	-	-
39.Hükümet (4.Demirel Hükümeti)	31.03.1975-21.06.1977	1/% 100	-	-	1
40.Hükümet (2.Ecevit Hükümeti)	21.06.1977-21.07.1977	1/% 100	-	-	1
41.Hükümet (5.Demirel Hükümeti)	21.07.1977-05.01.1978	1/% 100	-	-	1
42.Hükümet (3.Ecevit Hükümeti)	05.01.1978-12.11.1979	-	-	1/% 100	1

Tablo 1 (devamı). Ekonomik Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
43.Hükümet (6.Demirel Hükümeti)	12.11.1979-12.09.1980	-	-	-	-
44.Hükümet (Ulus Hükümeti)	20.09.1980-13.12.1983	-	-	-	-
45.Hükümet (1.Özal Hükümeti)	13.12.1983-21.12.1987	1/%100	-	-	1
46.Hükümet (2.Özal Hükümeti)	21.12.1987-09.11.1989	2/%66	1/%33	-	3
47.Hükümet (Akbulut Hükümeti)	09.11.1989-23.06.1991	2/%66	1/%33	-	3
48.Hükümet (1.Yılmaz Hükümeti)	23.06.1991-20.11.1991	1/%33	2/%66	-	3
49.Hükümet (7.Demirel Hükümeti)	21.11.1991-25.06.1993	-	-	-	-
50.Hükümet (1.Çiller Hükümeti)	25.06.1993-05.10.1995	-	-	-	-
51.Hükümet (2.Çiller Hükümeti)	05.10.1995-30.10.1995	3/%43	4/%57	-	7
52.Hükümet (3.Çiller Hükümeti)	30.10.1995-06.03.1996	7/%78	2/%22	-	9
53.Hükümet (2.Yılmaz Hükümeti)	06.03.1996-28.06.1996	7/%70	2/%20	1/%10	10
54.Hükümet (Erbakan Hükümeti)	28.06.1996-30.06.1997	1/%50	1/%50	-	2
55.Hükümet (3.Yılmaz Hükümeti)	30.06.1997-11.01.1999	4/%80	1/%20	-	5
56.Hükümet (4.Ecevit Hükümeti)	11.01.1999-28.05.1999	1/%33	2/%66	-	3
57.Hükümet (5.Ecevit Hükümeti)	28.05.1999-18.11.2002	-	-	-	-
58.Hükümet (Gül Hükümeti)	18.11.2002-14.03.2003	3/%75	1/%25	-	4
59.Hükümet (Erdoğan Hükümeti)	14.03.2003-29.08.2007	3/%50	3/%50	-	6
60.Hükümet (2.Erdoğan Hükümeti)	29.08.2007-06.07.2011	2/%66	1/%33	-	3
61.Hükümet (3.Erdoğan Hükümeti)	06.07.2011-29.08.2014	4/%100	-	-	4
GENEL TOPLAM		57/%68,6	24/%28,9	2/%2,4	83

Kültürel Alanda Türkiye-AB İlişkilerine İlişkin Mesajlar

Türkiye-AB ilişkilerinde sosyal ve kültürel konulara ilişkin ele alınan hükümet programlarında toplam 38 mesaj yer almaktadır. Bu mesajlardan 25'i olumlu anlam ifade etmektedir. Bu konu başlığındaki olumlu mesajların toplam içerisindeki oranı %65,78'dir. Bu başlık altında sadece bir mesaj olumsuz anlam içerirken, olumsuz mesajın toplam içerisindeki oranı %2,63'tür. Bu başlık altındaki 12 mesaj ise nötr anlam ifade etmekte olup toplam içerisindeki oranı %31,57'dir. Türkiye-AB ilişkilerinin hükümet programlarında sunumunda kültürel alandaki tek olumsuz mesaj, 1993-1995 yılları arasında iktidarda yer alan 1. Çiller Hükümeti programında yer almaktadır. Hükümet programlarında Türkiye-AB ilişkilerine ilişkin kültürel alanda verilen mesajlarda büyük oranda olumlu ifadelere yer verildiği görülmektedir.

Tablo 2. Sosyokültürel Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
27.Hükümet (9.İnönü Hükümeti)	25.06.1962-25.12.1963	1/% 100	-	-	1
28.Hükümet (10.İnönü Hükümeti)	25.12.1963-20.02.1965	-	-	-	-
29.Hükümet (Ürgüplü Hükümeti)	20.02.1965-27.10.1965	-	-	-	-
30.Hükümet (1.Demirel Hükümeti)	27.10.1965-03.11.1969	-	-	-	-
31.Hükümet (2.Demirel Hükümeti)	03.11.1969-06.03.1970	1/% 100	-	-	1
32.Hükümet (3. Demirel Hükümeti)	06.03.1970-26.03.1971	1/% 100	-	-	1
33.Hükümet (1.Erim Hükümeti)	26.03.1971-11.12.1971	-	-	-	-
34.Hükümet (2.Erim Hükümeti)	11.12.1971-22.05.1972	-	-	-	-
35.Hükümet (Melen Hükümeti)	22.05.1972-15.04.1973	-	-	-	-
36.Hükümet (Talu Hükümeti)	15.04.1973-26.01.1974	1/% 100	-	-	1
37.Hükümet (1.Ecevit Hükümeti)	26.01.1974-17.11.1974	-	-	-	-
38.Hükümet (Irmak Hükümeti)	17.11.1974-31.03.1975	-	-	-	-
39.Hükümet (4.Demirel Hükümeti)	31.03.1975-21.06.1977	-	-	-	-
40.Hükümet (2.Ecevit Hükümeti)	21.06.1977-21.07.1977	-	-	-	-
41.Hükümet (5.Demirel Hükümeti)	21.07.1977-05.01.1978	-	-	-	-
42.Hükümet (3.Ecevit Hükümeti)	05.01.1978-12.11.1979	-	-	-	-
43.Hükümet (6.Demirel Hükümeti)	12.11.1979-12.09.1980	-	-	-	-
44.Hükümet (Ulus Hükümeti)	20.09.1980-13.12.1983	-	-	-	-
45.Hükümet (1.Özal Hükümeti)	13.12.1983-21.12.1987	-	-	-	-
46.Hükümet (2.Özal Hükümeti)	21.12.1987-09.11.1989	3/% 100	-	-	3
47.Hükümet (Akbulut Hükümeti)	09.11.1989-23.06.1991	3/% 100	-	-	3
48.Hükümet (1.Yılmaz Hükümeti)	23.06.1991-20.11.1991	-	-	-	-
49.Hükümet (7.Demirel Hükümeti)	21.11.1991-25.06.1993	1/% 100	-	-	1
50.Hükümet (1.Çiller Hükümeti)	25.06.1993-05.10.1995	-	2/% 66	1/% 66	3
51.Hükümet (2.Çiller Hükümeti)	05.10.1995-30.10.1995	-	-	-	-
52.Hükümet (3.Çiller Hükümeti)	30.10.1995-06.03.1996	2/% 66	1/% 33	-	3

Tablo 2 (devamı). Sosyokültürel Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
53.Hükümet (2.Yılmaz Hükümeti)	06.03.1996-28.06.1996	-	-	-	-
54.Hükümet (Erbakan Hükümeti)	28.06.1996-30.06.1997	1/%100	-	-	1
55.Hükümet (3.Yılmaz Hükümeti)	30.06.1997-11.01.1999	-	-	-	-
56.Hükümet (4.Ecevit Hükümeti)	11.01.1999-28.05.1999	-	1/%100	-	1
57.Hükümet (5.Ecevit Hükümeti)	28.05.1999-18.11.2002	-	-	-	-
58.Hükümet (Gül Hükümeti)	18.11.2002-14.03.2003	2/%50	2/%50	-	4
59.Hükümet (Erdoğan Hükümeti)	14.03.2003-29.08.2007	3/%75	1/%25	-	4
60.Hükümet (2.Erdoğan Hükümeti)	29.08.2007-06.07.2011	2/%50	2/%50	-	4
61.Hükümet (3.Erdoğan Hükümeti)	06.07.2011-29.08.2014	4/%57	3/%43	-	7
GENEL TOPLAM		25/%65,7	12/%31,5	1/%2,6	38

Siyasî ve Hukukî Alanlarda Türkiye-AB İlişkilerine İlişkin Mesajlar

Başvurudan günümüze Türkiye-AB ilişkilerinde siyasî ve hukukî konulara ilişkin hükümet programlarında yer alan toplam 97 mesajın 57 tanesinin olumlu anlam ifade ettiği görülmektedir. Bu konu başlığındaki olumlu mesajların toplam içerisindeki oranı %58,76'dır. Konuya ilişkin hükümet programlarında verilen olumsuz mesajlar 7 adettir ve toplam içerisindeki oranı %7,21'dir. Siyasî ve hukukî konularda verilen nötr mesaj adedi ise 33 olup bu konu başlığındaki nötr mesajların toplam içerisindeki oranı %34,02'dir. Türkiye ve AB ilişkilerinin hükümet programlarına yansımada dikkat çeken bir konu siyasî ve hukukî alanlara ilişkin verilen mesajların diğer konu başlıklarına oranla daha fazla olmasıdır. AB gibi, Avrupa ülkeleri arasında hem ekonomik hem de siyasal entegrasyonu sağlama ideali ile yola çıkan bir oluşumla ilişkilerde bu durumun normal karşılanması gerekir. AB-Türkiye ilişkilerine dair hükümet programlarında siyasî ve hukukî konularda verilen mesajların da büyük bir kısmı olumlu ifadeler içermektedir.

Tablo 3. Siyasi ve Hukuki Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
27.Hükümet (9.İnönü Hükümeti)	25.06.1962-25.12.1963	1/%33	2/%66	-	3
28.Hükümet (10.İnönü Hükümeti)	25.12.1963-20.02.1965	-	1/%100	-	1
29.Hükümet (Ürgüplü Hükümeti)	20.02.1965-27.10.1965	-	-	-	-
30.Hükümet (1.Demirel Hükümeti)	27.10.1965-03.11.1969	-	-	-	-
31.Hükümet (2.Demirel Hükümeti)	03.11.1969-06.03.1970	-	-	-	-
32.Hükümet (3. Demirel Hükümeti)	06.03.1970-26.03.1971	1/%100	-	-	1

Tablo 3 (devamı). Siyasi ve Hukuki Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
33.Hükümet (1.Erim Hükümeti)	26.03.1971-11.12.1971	1/%50	-	1/%50	2
34.Hükümet (2.Erim Hükümeti)	11.12.1971-22.05.1972	3/%75	1/%25	-	4
35.Hükümet (Melen Hükümeti)	22.05.1972-15.04.1973	-	-	-	-
36.Hükümet (Talu Hükümeti)	15.04.1973-26.01.1974	1/%50	-	1/%50	2
37.Hükümet (1.Ecevit Hükümeti)	26.01.1974-17.11.1974	-	-	-	-
38.Hükümet (Irmak Hükümeti)	17.11.1974-31.03.1975	-	-	-	-
39.Hükümet (4.Demirel Hükümeti)	31.03.1975-21.06.1977	1/%100	-	-	1
40.Hükümet (2.Ecevit Hükümeti)	21.06.1977-21.07.1977	-	-	1/%100	1
41.Hükümet (5.Demirel Hükümeti)	21.07.1977-05.01.1978	-	1/%100	-	1
42.Hükümet (3.Ecevit Hükümeti)	05.01.1978-12.11.1979	-	1/%50	1/%50	2
43.Hükümet (6.Demirel Hükümeti)	12.11.1979-12.09.1980	-	-	-	-
44.Hükümet (Ulus Hükümeti)	20.09.1980-13.12.1983	-	2/%100	-	2
45.Hükümet (1.Özal Hükümeti)	13.12.1983-21.12.1987	1/%50	1/%50	-	2
46.Hükümet (2.Özal Hükümeti)	21.12.1987-09.11.1989	4/%100	-	-	4
47.Hükümet (Akbulut Hükümeti)	09.11.1989-23.06.1991	4/%100	-	-	4
48.Hükümet (1.Yılmaz Hükümeti)	23.06.1991-20.11.1991	1/%33	2/%66	-	3
49.Hükümet (7.Demirel Hükümeti)	21.11.1991-25.06.1993	5/%83	1/%17	-	6
50.Hükümet (1.Çiller Hükümeti)	25.06.1993-05.10.1995	3/%50	1/%17	2/%33	6
51.Hükümet (2.Çiller Hükümeti)	05.10.1995-30.10.1995	2/%66	1/%33	-	3
52.Hükümet (3.Çiller Hükümeti)	30.10.1995-06.03.1996	5/%71	2/%19	-	7
53.Hükümet (2.Yılmaz Hükümeti)	06.03.1996-28.06.1996	4/%80	1/%20	-	5
54.Hükümet (Erbakan Hükümeti)	28.06.1996-30.06.1997	1/%100	-	-	1
55.Hükümet (3.Yılmaz Hükümeti)	30.06.1997-11.01.1999	2/%66	1/%33	-	3
56.Hükümet (4.Ecevit Hükümeti)	11.01.1999-28.05.1999	-	2/%100	-	2
57.Hükümet (5.Ecevit Hükümeti)	28.05.1999-18.11.2002	-	2/%66	1/%33	3
58.Hükümet (Gül Hükümeti)	18.11.2002-14.03.2003	4/%67	2/%33	-	6

Tablo 3 (devamı). Siyasi ve Hukuki Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
59.Hükümet (Erdoğan Hükümeti)	14.03.2003-29.08.2007	6/%75	2/%25	-	8
60.Hükümet (2.Erdoğan Hükümeti)	29.08.2007-06.07.2011	3/%37,5	5/%62,5	-	8
61.Hükümet (3.Erdoğan Hükümeti)	06.07.2011-29.08.2014	4/%66	2/%33	-	6
GENEL TOPLAM		57/%58,7	33/%34,1	7/%7,2	97

Teknolojik Alanda Türkiye-AB İlişkilerine İlişkin Mesajlar

Türkiye-AB ilişkilerindeki teknolojik konulara ilişkin hükümet programlarına yansıyan mesajlar, diğer başlıklara oranla daha azdır. Bu konu başlığı altında toplam 28 mesaja yer verilmiştir. Bu mesajlardan 18'i yani %64,28'inde olumlu; 1'i yani %3,57'sinde olumsuz ifadeler yer verilmektedir. AB-Türkiye ilişkilerinde teknolojik konulara ilişkin hükümet programlarında yer alan olumsuz mesaj, 1978-1979 yılları arasında iktidarda yer alan 3. Ecevit Hükümeti programında yer almaktadır. Teknolojik konulara ilişkin hükümet programlarında verilen mesajların 9'u yani %32,14'ünde nötr ifadeler yer verilmektedir. AB-Türkiye ilişkilerinde teknolojik konulara ilişkin hükümet programlarında verilen mesajların da büyük bir bölümünde olumlu ifadeler yer verildiği dile getirilebilir.

Tablo 4. Teknolojik Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
27.Hükümet (9.İnönü Hükümeti)	25.06.1962-25.12.1963	-	-	-	-
28.Hükümet (10.İnönü Hükümeti)	25.12.1963-20.02.1965	-	-	-	-
29.Hükümet (Ürgüplü Hükümeti)	20.02.1965-27.10.1965	-	-	-	-
30.Hükümet (1.Demirel Hükümeti)	27.10.1965-03.11.1969	-	-	-	-
31.Hükümet (2.Demirel Hükümeti)	03.11.1969-06.03.1970	-	-	-	-
32.Hükümet (3. Demirel Hükümeti)	06.03.1970-26.03.1971	-	-	-	-
33.Hükümet (1.Erim Hükümeti)	26.03.1971-11.12.1971	-	-	-	-
34.Hükümet (2.Erim Hükümeti)	11.12.1971-22.05.1972	-	-	-	-
35.Hükümet (Melen Hükümeti)	22.05.1972-15.04.1973	1/%100	-	-	1
36.Hükümet (Talu Hükümeti)	15.04.1973-26.01.1974	-	-	-	-
37.Hükümet (1.Ecevit Hükümeti)	26.01.1974-17.11.1974	-	-	-	-
38.Hükümet (Irmak Hükümeti)	17.11.1974-31.03.1975	-	-	-	-
39.Hükümet (4.Demirel Hükümeti)	31.03.1975-21.06.1977	-	-	-	-
40.Hükümet (2.Ecevit Hükümeti)	21.06.1977-21.07.1977	-	-	-	-

Tablo 4 (devamı). Teknolojik Alana İlişkin Mesajlar

Hükümet	İktidarda Olduğu Yıllar	Olumlu	Nötr	Olumsuz	Toplam
41.Hükümet (5.Demirel Hükümeti)	21.07.1977-05.01.1978	-	-	-	-
42.Hükümet (3.Ecevit Hükümeti)	05.01.1978-12.11.1979	-	-	1/%100	1
43.Hükümet (6.Demirel Hükümeti)	12.11.1979-12.09.1980	-	-	-	-
44.Hükümet (Ulus Hükümeti)	20.09.1980-13.12.1983	-	-	-	-
45.Hükümet (1.Özal Hükümeti)	13.12.1983-21.12.1987	-	-	-	-
46.Hükümet (2.Özal Hükümeti)	21.12.1987-09.11.1989	1/%100	-	-	1
47.Hükümet (Akbulut Hükümeti)	09.11.1989-23.06.1991	1/%100	-	-	1
48.Hükümet (1.Yılmaz Hükümeti)	23.06.1991-20.11.1991	1/%50	1/%50	-	2
49.Hükümet (7.Demirel Hükümeti)	21.11.1991-25.06.1993	1	1	-	2
50.Hükümet (1.Çiller Hükümeti)	25.06.1993-05.10.1995	-	-	-	-
51.Hükümet (2.Çiller Hükümeti)	05.10.1995-30.10.1995	2/%50	2/%50	-	4
52.Hükümet (3.Çiller Hükümeti)	30.10.1995-06.03.1996	-	-	-	-
53.Hükümet (2.Yılmaz Hükümeti)	06.03.1996-28.06.1996	3/%75	1/%25	-	4
54.Hükümet (Erbakan Hükümeti)	28.06.1996-30.06.1997	-	1/%100	-	1
55.Hükümet (3.Yılmaz Hükümeti)	30.06.1997-11.01.1999	1/%100	-	-	1
56.Hükümet (4.Ecevit Hükümeti)	11.01.1999-28.05.1999	-	-	-	-
57.Hükümet (5.Ecevit Hükümeti)	28.05.1999-18.11.2002	-	-	-	-
58.Hükümet (Gül Hükümeti)	18.11.2002-14.03.2003	3/%75	1/%25	-	4
59.Hükümet (Erdoğan Hükümeti)	14.03.2003-29.08.2007	-	-	-	-
60.Hükümet (2.Erdoğan Hükümeti)	29.08.2007-06.07.2011	2/%50	2/%50	-	4
61.Hükümet (3.Erdoğan Hükümeti)	06.07.2011-29.08.2014	2/%100	-	-	2
GENEL TOPLAM		18/%64,2	9/%32,1	1/%3,5	28

SONUÇ

Devlet-vatandaş ilişkilerinde güven ve destek sağlanabilmesinin temel koşullarından biri kamunun sürekli bilgilendirilmesidir. Bu kapsamda örgüt ile hedef kitleleri yani kamuları arasında karşılıklı iyi niyet, anlayış ve güven tesis etmeye yönelik iletişim faaliyetleri karması olarak tanımlanabilecek halkla ilişkilerin temel yöntemlerinden biri kamuyu bilgilendirmedir. Devlet kurum ve kuruluşları gibi topluma hizmet temelinde örgütlenmiş kurumlarca sık kullanılan kamuyu bilgilendirme modelinin araçlarından biri de hükümet programlarıdır.

Düşünsel temelleri çok daha gerilere gitmekle beraber resmi olarak 1951’de altı ülke tarafından kurulan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu’nun daha sonra Avrupa Birliği adını almasıyla kurulan oluşuma Türkiye; siyasi, ekonomik, jeopolitik ve kültürel koşullarını dikkate alarak katılım için ilk başvurusunu 1959’da yapmıştır. Bazen olumlu bazense gerilimli seyreden Türkiye-AB ilişkileri ülkemiz siyasal gündeminde hemen her zaman ilk sıralarda gelen başlıklardan biri olmuştur.

Türkiye-AB ilişkilerinin yaklaşık 60 yıllık seyrinde toplam 32 hükümet programında verilen mesajların içerik çözümlemesine tabi tutulduğu bu çalışma, programlar üzerinden hükümetlerin AB’ye yönelik söylemlerini betimlemeyi amaçlamaktadır. Hükümet programlarında AB ile ilişkilere dair ifadelerin ekonomik, kültürel, siyasal ve teknolojik olmak üzere dört alt alanla bağlantılı olarak incelendiği çalışmanın sonuçları, verilen mesajların büyük oranda olumlu bir dile sahip olduğunu göstermektedir. Zira hükümet programlarında yer verilen ekonomik konulardaki toplam 83 mesajın 57’si yani %68,6’sı; kültürel konulardaki toplam 38 mesajın 25’i yani %65,7’si; siyasi konulardaki toplam 97 mesajın 57’si yani %58,7’si ile teknolojik konulardaki toplam 28 mesajın 18’i yani %64,2’si olumlu ifadeler içermektedir. Uzun bir süreyi kapsayan çalışma sonuçlarının Türkiye-AB ilişkilerinde etkili olan tarihsel ve konjonktürel koşulların da dikkate alınarak derinleştirilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Aksu, F. (2017). Türkiye-AB tam üyelik müzakerelerinde Kıbrıs ve Ege uyuşmazlıkları, www.turkishgreek.org/makaleler/FUATAKSU.trgreu.pdf (erişim: 19.12.2017).

Baydarol, C. (2003). *AB sürecinde medeniyetler buluştuğunda*. İstanbul: Universal Dil Hizmetleri ve Yayıncılık.

Brown, J. A. C. (1992). *Beyin yıkama ve ikna metotları, 5.Baskı*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.

Çebi, M. S. (2003). *İletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi*. Ankara: Alternatif Yayınları.

Daver, B. (1993). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

DTM (Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı) (2002). *Avrupa Birliği ve Türkiye (5. Baskı)*. Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü, Doğuşum Matbaacılık.

Dura, C. & Atik, H. (2003). *Avrupa Birliği, Gümrük Birliği ve Türkiye*. Ankara: Nobel Yayın/Dağıtım.

Erdoğan, İ. (2002). *İletişimi anlamak*. Ankara: Erk Yayınları.

Geçikli, F. (2010). *Halkla ilişkiler ve iletişim, 2. Basım*. İstanbul: Beta Yayınları.

Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Belmont CA: Watsword/Thomson Learning.

Günuğur, H. (2001). *Profile 2001 (Türkiye-Avrupa Birliği ilişkileri)*. Ankara: Avrupa Ekonomik Danışma Merkezi.

İnal, M. E. & Karabacak, G. (1997). Siyasal pazarlamanın gelişmesi ve ilkeleri. Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, 112.

İnceoğlu, M. (1985). *Güdüleme yöntemleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi BYYO Yayınları.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1996). *İnsan ve insanlar, 9. basım*. İstanbul: Evrim Yayınları.

Karluk, R. (1984). *Uluslararası ekonomi*. İstanbul: Bilim-Teknik Yayınevi.

Kazancı, M. (1995). *Kamuda ve özel sektörde halkla ilişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Ortaylı, İ. (1995). *Türkiye’nin batılılaşma hareketlerine genel bir bakış: AB el kitabı*. Ankara: TCMB.

- Peltekoğlu, B. F. (1993). *Halkla ilişkilere giriş*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayını.
- Tokgöz, O. (1991). *Türkiye’de siyasal reklamcılık: bir örnek olay olarak Anavatan Partisi gazete reklamları*. Ankara: A.Ü. BYYO Yıllığı.
- Topuz, H.. (1991) Siyasal reklamcılık: dünyadan ve Türkiye’den örneklerle. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Ulurasba, A. (2005). Sessiz devrim şifre: 59/17. Ankara: Merdiven Yayınları.
- Ülger, İ. K. (2003). AB el kitabı (kavramlar, kurumlar, kişiler). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Waelbroeck, M. (1970). Libre circulation des marchandises, in *Le Detroit de la CEE*, Ced. Megret, Vol:1, Bruxelles.