

TUTUM OLUŞTURMA ETKİNLİĞİ OLARAK LOBİCİLİK

Kadir Canöz*

ÖZET

İnsanların günlük yaşantılarında yapmış oldukları hareketlerin her ne kadar görünen bir nedeni var ise de; asıl neden onların zihinlerinde var olan değer ve tutumlar olarak bilinmektedir. Elit seçilmişlere yönelik yapılan lobcilik faaliyetleri de, belirli bir hareketi yaptırmayı hedeflerken bunu daha çok; dikkat çekme, bilgilendirme ve ikna etme gibi tutum oluşturuvcu yöntemlerden birisi veya birkaçı ile yapmaya çalışmaktadır. Çalışmamızın içerisinde ele alınan lobcilik bu bağlamda değerlendirilerek tutum oluşturma etkinliği olup olmadığı konusunda bilgiler içermektedir.

Anahtar Sözcükler: Tutum, Lobcilik, Kamusal Erk

LOBBYING AS ATTITUDE FORMING ACTIVITY

ABSTRACT

Although behaviours in our daily may have their apparent motives, their actual incentives might be rooted in our values and attitudes deeper in the mind. Lobbying activities on elected elites with an aim of a certain goal are conducted more by attracting attention, attitude forming, informing and persuading. In this study we dealt with lobbying to find out whether it is to be considered as an attitude forming activity.

Keywords: Attitude, Lobbying, Public Power

GİRİŞ

Kişilerde karar verme sürecinin sosyo-psikolojik temellerinin açıklığa kavuşturulmasında önemli kriterlerden birisi olarak kabul edilen tutum (Kalendar 2000: 28); "bir obje, kavram, sembol veya duruma karşı, geçmişten gelen öğrenilmiş bazı bilgiler ve tecrübelerle dayanan, zihinsel karakteristik sonucu bireyin gösterebileceği fiziksel tepkinin zihindeki hazırlık, yani plan aşamasını oluşturmaktadır" (Küçük Kurt 1988: 75). Buna göre insanoğlu yaptığı veya yapacağı her fiilin gerekçesini kendi bilincinde kabul etmek durumunda olacağından; tutum oluşumu siyasal, ekonomik ve sosyal içerikli faaliyetler için önem arz etmektedir.

"Bireyin kendine ya da çevresindeki herhangi bir toplumsal konu, obje ya da olaya karşı deneyim, motivasyon ve bilgilerine dayanarak örgütlediği bilişsel, duygusal ve davranışsal bir tepki ön eğilimidir" (İnceoğlu 1993: 15) şeklinde de tanımlanan tutum; üç öğeden oluşmaktadır ve insanın beyninde varlığını ortaya koyan bir düşünceden ibarettir. Tamamen soyut bir ifade olan tutum, yapılan bir davranışın nedenini veya diğer bir ifade ile ön eğilimini oluşturmaktadır. Davranışın nedenini oluşturduğu için de sosyal bilimlerin alanında dikkate alınmayı ve bilinmeyi gerektirmektedir.

Globalleşen dünya; ekonomik, teknolojik, siyasal ve askeri güçleri denetleyen AB ve ABD gibi iki süper gücün çekişmesine sahne olurken,

Yeni Dünya düzeni olarak kabul edilen bir düzenin kurulmasına da ön ayak olmaktadır. Yeni kurulan bu düzen içerisinde, hakim güç durumundaki AB ve ABD'de baskı gruplarının çokluğu, lobciliğin ve lobcilik faaliyetlerinin yoğun olarak yaşanmasına neden olurken; bundan sonraki yıllarda lobciliğin öneminin daha da artacağına işaretlerini vermektedir. Dünya üzerinde bu denli önem kazanan lobcilik, bilimsel olarak da sosyal bilimlerin içerisinde vardır. Siyaset bilimi ve halkla ilişkiler gibi alanların, hedef kitleyi etkileme amaçlı kullandıkları bir yöntemi de ifade etmektedir. Amacı hedef kitleyi etkilemek olan lobcilik, tutum oluşumunun bilinmesini zorunlu kılan bir çabadır. Bunun nedeni ise, lobciliğin tamamen yeni bir davranışı sergileme amaçlı olmasından kaynaklanmaktadır.

Kişilerin ve özel çıkar gruplarının siyasal karar alma süreçlerini etkilemek amacıyla başvurdukları girişimler olarak tanımlanan lobcilik (Peltekoğlu 2001: 381-383); temelinde "etkileyip, istenilen davranışa sevk etmek" amacı taşıdığı için, davranışın ön hazırlığı olan tutum oluşturma etkinliği olarak kabul edilebilmektedir. Lobcilik faaliyetinin hedef kitlesi durumundaki siyasal karar alma sürecinde bulunan üyeleri bir grup olarak değerlendirecek olursak; grup üyelerini birbirinden ayıran boyutlar genel anlamda baskınlık-çekingenlik, arkadaşlık ve iş kabulü-reddi boyutları olarak karşımıza çıkmaktadır (Yüksel 1994: 95).

Bu bağlamda tutum oluşturma etkinliği olarak

* Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

lobicilik faaliyeti kapsamında; tutum kavramının tanımı, bileşenleri, oluşumu, fonksiyonları ve özelliklerinden hareketle; lobicilik kavramı, tanımı, tutum oluşturmadaki lobi yöntem ve teknikleri ile kamusal erki elinde bulunduran azınlığa yönelik tutum oluşturma çabası olarak lobicilik tartışılacaktır.

I-TUTUMUN TANIMI VE BİLEŞENLERİ

Tutum, Latince bir kelime olan "aptus" kökünden gelmekte ve uygun, uyum ve uygunluk kavramlarının karşılığı olarak kullanılan, birey ile obje arasındaki etkileşim sonucu meydana gelen bir durumu ifade etmektedir (Gordon W.A. ve G. Lindzey'den aktaran. Silah 2000: 363)

Tutum en genel anlamıyla tutulan yol, davranış anlamına gelmektedir. Bir başka ifadeyle tutum, bir nesne ya da olaylara karşı sürekli olarak aynı biçimde davranmaya neden olan öğrenilmiş eğilim olarak tanımlandığı gibi; "bir obje ile birey arasında etkileşim sonucu, davranışı hazırlayan bir ön hazırlıktır"da denilmektedir (Enç 1968: 128).

İnsanların günlük yaşantıları içerisinde sergiledikleri bir çok sosyal davranışın nedenini tutumlar oluşturmaktadır. Bir tutum, motivasyon, heyecan ve idrak süreçleriyle öğrenme sürecinin, ferdin dünyasının bir yönüne göre devamlı bir organizasyonunu oluşturmaktadır. Tutumlar, tutum objesi hakkında kişinin sahip olduğu inançlarla da karışarak, sürekliliklerini ve dinamikliklerini devam ettirme özelliklerine sahiptirler (Krech ve Crutchfield 1980: 180).

Tutumun ortaya çıkması ise; kişinin içerisinde bulunduğu sosyal ortamdaki etkileşimler sonucu kendisini göstermektedir. Bir takım tutum ve hareketlerle, ilgiyi çeken bazı durumlara karşı dil ya da jestlerle belirtilen sembolik bir tasavvur olarak anlam kazanmaktadır. Bir anlatım biçimi olan tutum, bir obje ya da bir fikir olmayıp, bireyle ilgili konu arasında karşılıklı etkileşim sonucu bireyin zihninde oluşan bir hazır olma eğilimini ifade etmektedir. (Silah 2000: 364).

Tutumun, farklı ancak içerik olarak hemen hemen aynı birden çok tanımı yapıldıktan sonra, doğası ve yapısı hakkında da çeşitli bilgiler verilmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılan çeşitli araştırmaların varlığı bilinmekle beraber netice olarak; tutumların bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır (Ka-

ğıtçıbaşı 1999: 103-105).

Tutumları oluşturan bu üç bileşeni kısaca tarif etmek gerekirse; duygusal bileşen kişinin tutum nesnesine yönelik duygularından; bilişsel bileşen, kişinin tutum nesnesine ilişkin inançlarından ve davranışsal bileşen de, kişinin tutum nesnesine yönelik olarak nasıl davranacağına ilişkin beklentisinden oluşmaktadır (Silah 2000: 364).

Sonuç olarak, tutum kavramı bireyin kişi veya olgu karşısındaki davranışının özetidir ve üç bileşenden oluşmaktadır.

II. TUTUMLARIN OLUŞUMU

Çoğu insan davranışı gibi tutumlar da öğrenme yoluyla kazanıldıklarından, bireylerin tutumları, kazanılmış kişilik özelliklerinin de birer parçası niteliğindedir. Bu nedenle, duygulara uygun hareket etme eğiliminde olan insanın tutumlarından davranışlarını kestirebilme imkanı da doğabilmektedir (Morgan 1984: 363).

Kişi çevresinden almış olduğu uyarıları veya olguları derler, düzenler ve zihinsel sisteminde saklar. Tekrar aynı uyarı veya olgularla karşılaştığında kullanacağı bu düzenlenmiş saklanmış düşünce demeti, bireyin kendisine yönelik uyarılara karşı tutumunu oluşturmaktadır (Silah 2000: 363). Tutumların kazanılmasında, bireyle objeler arasında cereyan eden etkileşimi yönlendiren fiziki ve sosyal kurumların varlığı da bilinmektedir. Bu etkileşim neticesinde bireyler, bulunduğu ortama bağlı, geliştirdiği etkileşim süreci içerisinde yeni öğrenmeler kaydetmekte ve bunların neticesinde yeni tutumlar geliştirmektedir (Silah 2000: 365). Newcomb'un ABX modelinde ileri sürmüş olduğu denge teorisi de bu durumu destekleyerek; iletişimin, insanlarda var olan düşünce, tutum, davranış ve eğilimleri güçlendirici yönde bir etkide bulunacağını söylemektedir (McQual ve Windahl 1993: 33). Kişilerin kendilerine yakın buldukları iletişim kaynaklarından edinmiş oldukları tutumlar arasında da ilişkinin olduğu bilinmektedir. Eğer bu kaynaklardan edinilen tutumlar arasında tutarlılık varsa, sergilenecek davranışlar arasında da tutarlılık görülmektedir (Kolasa 1979: 437).

Tutumların oluşumunun bilinmesi bir çok şeyin bilinmesine basamak oluşturmaktadır. Eğer insanların uzun zaman zarfındaki davranışları önceden kestirilmek ve hareketleri kontrol altında tutulmak isteniyorsa; tutumların oluşumunun ve

Tutum Oluşturma Etkinliği Olarak Lobıcılık (21-29)

değişiminin bilinmesi gerekmektedir (Milburn 1998: 27-28). Bu durum insan ilişkileriyle uğraşan bir çok kesimi alakadar etmektedir. Uğraş alanı insan olanlar, yeni tutumların nasıl geliştirilebileceği veya zayıflatılabileceği; mevcut olan tutumların da nasıl kuvvetlendirilebileceği veya zayıflatılabileceğini bilmek isteyerek, kendi alanlarında başarılı olmayı hedeflemektedirler (Krech ve ark 1970: 298).

Tutumların oluşması çeşitli yollarla olmaktadır. Bunlar (Yüksel 1994: 22-23):

- a- Canlı bir varlık olan insanın doğumundan itibaren büyümesi boyunca ailede öğrenilen tepki tarzlarının birikmesi.
- b- Yaşanılan çeşitli olaylardan tecrübe kazanılarak bunlardan genel sonuçlar çıkartılması.
- c- İnsanın yaşamı boyunca çok etkilendiği bir olaya dayanarak, benzer olayları da aynı şekilde değerlendirmesi.
- d- Başkalarının tavırlarını (tutumlarını) taklit ederek benimseme yoluyla.
- e- Model olarak. Örneğin bir öğrencinin hocasının ders anlatmasını örnek alması, bilerek veya bilmeyerek aynı şeyleri yapması gibi.

Tutumların oluşumunda bunlardan başka, diğer etkenler de ana başlıklarıyla sıralanabilmektedir (İnceoğlu 1993: 94-95):

- a- Genetik (Kalıtsal) aktarım
- b- Fizyolojik etkenler (olgunlaşma, yaşlılık, hastalık vb.)
- c- Tutum konusu ile yüz yüze iletişim
- d- Kişilik
- e- Toplumsallaşma süreci (socialisation)
- f- Grup üyeliği
- g- Sosyal sınıf

III- TUTUMLARIN FONKSİYONLARI

Sosyal bilimcilere göre tutumların bireyler için bir çok fonksiyonu olmakla birlikte, Katz'a göre dört önemli fonksiyonu vardır. Bunlardan birincisi, "uyumlaştırma fonksiyonu"dur ki, kişilerin iş ortamlarına uyumlarını sağlar. İkinci fonksiyon "bireysel savunma sistemini geliştirmesi"dir. Üçüncüsü "değerleri açık hale getirme fonksiyonu"dur. Yani bir ortamda bulunan kişi o ortamın belirli kurallarını algılayacak, sonunda ise bir değer yargısına sahip olacaktır. Oluşan bu değer yargısının etkisi altında kalarak belirli olay ve durumlara karşı tutumlar oluşturması beklenmektedir. Dördüncü ve son fonksiyon ise "bilgi fonksiyonu"dur. Tutumlar kişilerin elde ettikleri bilgiler doğrultusunda yeni tutumlar oluşturma-

larına yardım ederler (Silah 2000: 365). Yani bireylerin zihinlerindeki tutumların, bulunulan ortama bağlı, geliştirilen etkileşim süreci içerisinde yeni öğrenmeler kaydetmeye yardımcı olması ve bunların neticesinde yeni tutumlar geliştirmesidir (Kolasa 1979: 437).

IV-TUTUMLARIN ÖZELLİKLERİ

Tutumlar bir bütün olarak veya kendisini oluşturan öğeler bağlamında bazı özelliklere sahiptir. Tutumlar ve öğeleri sahip oldukları bu özellikleri bakımından farklılıklar gösterirler. Söz konusu özellikler; güç derecesi, karmaşıklık, diğer tutumlarla ilişki ve merkezilik, öğeler arası tutarlılık ile tutumlar arası tutarlılık olarak sıralanmaktadır (Yüksel 1994: 18-21).

Her tutum bir güç derecesine (şiddete) sahiptir. Tutum sahip olduğu bu gücü kendi bünyesinde varolan öğelerinin (düşünce, duygu ve davranış öğelerinin) güçlerinin toplamından alırken, tutumların gücü üzerinde en belirleyici öğenin ise duygusal öğe olduğu sonucuna varılmaktadır (Yüksel 1994: 19). Tutumlar öğelerinin karmaşık olup olmaması yönünden de farklılıklar gösterirler. Örneğin tutumun öğelerinden birisi olan bilişsel öğede; ilgili konu hakkında insanlar ne kadar detaylı bilgiye sahip olursa o kadar karmaşık; ne kadar az bilgiye sahip olursa o kadar da yalın bir bilişsel öğeye sahiptir. Aynı şekilde duygusal öğede de karmaşıklık veya yalınlık söz konusudur. İnsan daha çok tanıdığı veya bilgi sahibi olduğu bir kişi hakkında karmaşık duygusal öğeye, daha genel ve yüzeysel bilgi sahibi olduğu kişi hakkında da yalın duygusal öğeye sahiptir (Yüksel 1994: 19-20).

Tutumun karmaşık yada yalın olması, onun merkezilik durumunu çok fazla etkileme özelliğine sahip değildir. Merkezilik, insanların sahip olduğu genel ve ana bir tutumun (din, ideoloji gibi) diğer tutumları etkileyerek onların oluşumunda baş belirleyici durumda olabilmektedir. Yani diğer tutumları etkileyen, onlarla ilişki içerisinde bulunan ve onları kendi çevresinde toplayabilen bir tutumun ortaya çıkması halidir (Yüksel 1994: 20).

Tutumların sahip olduğu üç öğenin (duygusal, bilişsel ve davranışsal) genellikle birbirleriyle uyumlu ve tutarlı olması halinde güçlü ve aşırı tutumların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu nedenle tutumların öğelerinin bir birleriyle tutarlı olması, oluşacak tutumun gücünü ortaya koyması

açısından önemli görülmektedir (Yüksel 1994: 21). Güçlü ve aşırı bir tutum merkez olmak kaydıyla, insandaki tutumlar birbirlerini etkileyerek yeni oluşan tutuma şekil verme özelliğine sahiptirler. Dolayısıyla birbirinin etkisinde kalan tutumların, genellikle birbirleriyle tutarlı bir örüntü meydana getirdiği görülmektedir. Bireylerin tutumları genellikle tutarlı olma eğilimi göstermekle beraber bu durum, tutumların var olması için şart koşulmamaktadır (Yüksel 1994: 21).

Tutumun tanımı yapılırken "bir obje ile birey arasında etkileşim sonucu, davranış hazırlayan bir ön hazırlıktır" denilmektedir (Enç 1968: 128). Bu tanımdan hareketle, öncelikle obje ile bireyin bir iletişim içerisinde olması zorunluluğunun varlığı ortaya çıkmaktadır ki; tutum oluşabilsin. Aksi halde tutumun oluşması mümkün görünmemektedir. Objeye ile birey arasındaki iletişimin sağlanmasının çeşitli metotları bulunmakla birlikte, yasa yapıcı ve uygulayıcılara yönelik yapılan lobi faaliyetleri de bu iletişim yöntemlerinden birisini oluşturmaktadır. Bu bağlamda tutum oluşumuna neden olan etkenlerden; tutum konusu ile yüz yüze gelme, toplumsallaşma süreci ve grup üyeliği (Inceoğlu 1993: 94-95) gibilerini kullanan lobıcılık faaliyeti, bir nevi tutum oluşturma etkinliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

V-LOBİCİLİK KAVRAMI VE TANIMI

Lobiciliğin çıkış yeri, Amerika Birleşik Devletleri olmakla beraber ilk çıkış tarihi ise, ABD'de cumhuriyetin benimsendiği ilk dönemlerdir (Dinçer 1998: 51-52). Daha sonraki yıllarda Avrupa Topluluğu'nu oluşturan ülkelerin toplanma merkezi durumuna gelen Brüksel, lobıciliğin yapıldığı önemli merkezlerden birisi durumuna gelmiştir. Brüksel'de 10.000'i aşkın lobıcinin bulunduğu ve bunların Avrupa Topluluğu üyesi ülkelerin kurumlarını ve yöneticilerini etkilemeye çalıştıkları bilinmektedir (Çamdereli 2000: 292).

Lobicilik denilince üç öğeden müteşekkil bir faaliyet akla gelmektedir. Bu öğeler lobi, lobıcılar ve lobi çalışmalarıdır (Kazancı 2002: 282). Bunlardan bilinmesi gereken ilk sözcük "lobi"dir. "Lobi" "koridor" anlamına gelmektedir (Unat 1964:15). Lobinin sözlükteki anlamı; çok zaman bazı yolsuz çıkarlar sağlamak amacıyla bir araya gelerek, parlamento koridorlarında, nüfuzlu çevrelerde, basında vb. yerlerde çıkarıcı bir siyaseti geçerli kılmaya çalışan kişilerin oluşturduğu topluluk şeklinde ifade edilmektedir (Meydan Laro-

usse: Büyük Lügat ve Ansiklopedi 1972: 28). Bir başka tanımda ise "bir tür baskı grubu olan, en geniş anlamda Kongre, Beyaz Saray, Hükümet ve mahalli yasa organlarının kararlarını belirli amaçlar doğrultusunda etkileme faaliyetlerini sürdüren kuruluş ve kişiler" olarak tanımlanmaktadır (Bayramoğlu 1985: 9)

Kavramın ikinci ögesi olan "lobici", lobi faaliyetlerini yürüten, siyasi amaçla çalışan yada baskı grupları yararına siyasi mekanizmanın çeşitli kademelerindeki çalışanlarla ilgilenmesi için kiralanmış profesyonellerdir (Weissberg 1988: 646). Kaynaklarda, Lobici'nin kesin tek bir tanımı yapılmamakla birlikte genel olarak, lobi işiyile uğraşan, ücret karşılığı çalışan ve yasama kademesindeki görevlilere etki etmeye çalışan kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hakim siyasi mekanizmanın, ülkeler, şirketler veya kamu yararına çalışan derneklerin çıkarına olacak şekilde etkilenmesi için yapılan çalışmalarını organize eden kişiler olan lobıcıların görevlerini de şu şekilde özetlemek mümkündür (Bayramoğlu 1985: 13):

- Hükümet ilişkileri
- Halkla ilişkiler
- İlişkileri düzenleyici istihbarat
- Yasal danışmanlık
- Washington faaliyetleri

Lobiciler, temsil ettikleri ülke veya şirketlerin beklentilerine cevap verebilmek, onları istedikleri sonuca götürmek amacıyla iletişim tekniklerinin hemen hepsini kullandığı gibi; propaganda, halkla ilişkiler, reklam, tanıtma, toplantılara katılma, sosyal içerikli kulüplere üye olup onların faaliyetlerine katılma, hayır kurumlarında yer alma dahil bir çok yöntemi de kullanmaktadır. Üzerinde durulması gereken son öğe "lobıcılık"tır. Lobıcılık, kişilerin ve özel çıkar gruplarının siyasal karar alma süreçlerini etkilemek amacıyla başvurdukları girişimlerdir. Lobi faaliyetleri ile ifade edilmek istenen ise tüm aktivite tanımlarını içeren ve yürütülen faaliyetlere verilen genel addır (Peltekoğlu 2001: 381-383). Lobıciliğin en son ve en geniş tanımı şu şekilde yapılabilmektedir: Halkın, baskı gruplarının, şirketlerin yada lobilerin, ülkelerinde veya yabancı ülkelerdeki yasama, yürütme hatta yargı organlarına yönelik, çıkarları doğrultusundaki yasaların desteklenip, desteklenmemesi konusunda, baskı gruplarının yetkilileri, ülke temsilcileri, veya kiralanmış lobıcılar aracılığıyla sürdürdükleri bir dizi organize etme verilen addır.

VI- TUTUM OLUŞTURMADA LOBİ YÖNTEMLERİ

Lobicilik, yasa yapıcılar ve karar vericiler üzerinde tutum oluşturma çabası olarak kabul edilirse; lobi yöntemleri de, tutum oluşumunda etkin olan yöntemler olarak kabul edilmek durumundadır. Lobcilik faaliyetine maruz kalan erk sahibi elitler (yasa yapıcılar ve yöneticiler), tutumlarının "Değerleri açık hale getirme ve Bilgi" fonksiyonları (Kolasa 1979: 437) sayesinde karar verebilecek duruma gelmektedirler. Lobciliğin amacı arasında yer alan "ilgili hedef kitleleri bilgilendirip etkileme çabası," lobi faaliyetine ihtiyaç duyanlar kadar, hedef kitle açısından da bir takım faydalar sağlama özelliğine sahiptir. Keza, yasa yapıcılar veya bir kongre komitesi, çıkartılacak kanunun zıt yönlerini de bu şekilde uzman görüşlerine dayanarak öğrenmek fırsatı bulabilmektedir. Lobi faaliyetlerinde verilecek mesajların, iyi yada kötü; detaylı, egoistçe veya fedakarlık özelliğinde; liberalist, ya da tutucu olmasından çok, "aldatıcı olmaktan uzak, akıllıca bilgilendirici, yalın, açık ve anlaşılması kolay olması", önem taşımaktadır (Bayramoğlu 1985: 24). Bu durum tutum oluşumunda en belirleyici unsur olarak görülmektedir. Lobcilikte verilmek istenen mesajların özellikleri tutum oluşumunda gerekli olan temel yöntemi oluştururken, diğer yöntemler kısaca şu şekilde sıralanabilmektedir (Bayramoğlu 1985: 24):

- Kongre üyeleri senatörler, yardımcıları, Hükümet ve Beyaz Saray görevlileri ile ilişki kurmada ögle yemekleri,
- Büro ziyaretleri,
- Telefonlar,
- Onuruna partiler düzenleme,
- Devam ettikleri kulüp, vb. yerlerde rastlaşma imkanları arama,
- Kongre üyelerine çok sayıda mektuplar yollama,
- Yazarlara-Yayıncılara ve Kitle İletişim Araçlarına Yazmak,
- Kongre Üyesi ya da Yardımcısıyla Görüşmek,
- Komitelerde Rol Almak gibi yöntemler lobcilikte sıkça kullanılmaktadır.

VII-TUTUM OLUŞTURMADA LOBİ TEKNİKLERİ

Belirli bir çevrede yaşamlarını sürdüren insanlar ve örgütler, çevrelerini oluşturan çeşitli grupların etkisi altında kalarak çalışmalarında bu grupların beklenti ve gereksinimlerine uygun eylemler yapmak durumundadırlar. Çevreyi oluşturan bu

kişi ve gruplar o varlığın çalışmalarını kendi beklentileri doğrultusunda denetlemek durumundadır (Gürüz 1993: 26). Tutum oluşturma amaçlı bir faaliyet olan lobcilikte de, istenilen davranışın (oy verme/vermeme, destekleme/desteklememe, kanunun çıkması/çıkılmaması gibi davranışların) sergiletilmesi amacıyla; psikolojik, maddi, manevi ve duygusal baskı türleri çeşitli lobi teknikleri ile uygulanıp denetlenmektedir. İnsan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı her alanda yapılan faaliyetler, belirli kurallar dahilinde gerçekleştirilmek durumundadır. Kuralların belirli bir disiplin dahilinde bütünleşmesinden de teknikler oluşmaktadır. Lobcilik de, insan ilişkilerinin en yoğun yaşandığı faaliyet alanlarından birisi olması nedeniyle bir takım teknikleri kullanmak zorundadır. Lobcilikte kullanılan teknikler üç ana başlık altında ele alınabilir. Bunlar (Bayramoğlu 1985: 23):

A. Doğrudan Lobi Faaliyetleri

Doğrudan lobcilik tekniğini kullanan lobciler, kongre üyeleri ve onların personeliyle tanışabilmek için değişik konularda derinlemesine enformasyon derlemekte ve kongre oturumlarında söz almaktadırlar. Ancak metotları belirtilenlerden daha karmaşıktır. Kişisel bağlantılardan çok bilgiye önem vermeleri, bu metodun en önemli yönünü oluşturmaktadır (Ker 1998: 270).

Doğrudan lobi tekniği, lobi teknikleri içinde en etkili olanıdır ve tutum oluşumuna neden olan etkenlerden "tutum konusu ile yüz yüze iletişim" (İnceoğlu 1993: 94) özelliğine uymaktadır. Bu teknikte, lobi yapanların, özellikle yabancı bir ülke adına faaliyet yapan ajanların hedefle kişisel, doğrudan yüz yüze ilişkisi esas alınmaktadır. Bu şekildeki lobi faaliyeti, çok kez "komite", ya da "alt komite" düzeyinde cereyan etmektedir. Konunun oluşumu ile teknik yönleri arasında aydınlatıcı bilgi verilmesi esası vardır. Bu teknikte ifade dili hukuk dilidir; ayrıca, komitelerde söz alacak konuşmacıların listesi, destekleyen Kongre üyelerinin adları gibi aydınlatıcı hususlar da bu faaliyet türünde belirtilmek durumundadır (Bayramoğlu 1985: 23).

B. Mahalli Düzeyde Halkın Lobi Faaliyetlerine Katılması (Grass-root)

Çıkar sahiplerinin Kongre üyeleri ve basın-yayın organlarına mektup yazmaları, telefon etmeleri, ziyarette bulunmaları gibi aktivitelerle karar vericilerin harekete geçirilmesidir. Yapılan bu et-

kinlikte "dikkati çekme" amaçlanmaktadır (Bayramoğlu 1985: 23). Mahalli düzeyde ki bu etkinlikte; lobi faaliyetine maruz kalan erk sahibi seçilmişler; hedef kitlenin istek ve düşüncelerini bilip onu dikkate aldığı takdirde, kendi istekleriyle çevre gerekleri arasında en iyi uyumu sağlayıp, baskı gruplarıyla çatışmasını en alt düzeye indirebilmektedir (Onal 2000: 88).

Yapılan lobicilik faaliyetini başarıya ulaştırmak için çok sayıda organizasyon seçmenleri harekete geçirerek, Kongre üyeleri üzerinde etkili olmayı hedeflemektedir. Yerel bazda yapılan bu lobicilik tekniğine "Seçim Bölgesi (home-district) Baskısı" da denilmektedir. Baskının oluşabilmesi için, baskı grupları ve lobicilerin yüksek orkestrasyona sahip çalışmalarına ihtiyaç duyulur. Bu çalışmalar neticesinde Kongre üyeleri üzerinde oluşturulan "seçimlerde başarılı olamama" (seçilme veya tekrar seçilememeye) korkusu, üyeleri seçmen baskısından ürken, çekinen bir hale getirmiştir. Kongre üyelerinin üzerinde uygulanan bu durum halka dayalı lobi yöntemi veya diğer adlarıyla "dış lobicilik" ile "doğrudan olmayan lobicilik" olarak da adlandırılmaktadır (Dinçer 1998: 116-117).

Görüldüğü gibi bu lobi tekniğinde de tutum oluşturma yollarından; "Yaşanılan olaylardan tecrübe kazanılıp, genel sonuçlar çıkartılması" (Yüksel 1994: 22), "Tutum konusu ile yüz yüze iletişim, Kişilik, Toplumsallaşma Süreci, Grup Üyeliği ve Sosyal Sınıf" (İnceoğlu 1993: 94-95) özellikleri baskı unsuru ve iletişim şekli olarak kullanılmaktadır.

Halka dayalı mahalli düzeyde yapılan lobi faaliyetlerinde baskı metotları şöyle sıralanmaktadır; istenen özel bir şey olmasa bile kanun yapımcılarla sağlam ilişkiler kurmak, yerel kurumlara mesainin bitiş zamanlarında ziyaretler gerçekleştirmek ve yerel basın-yayın organlarıyla düzenli bir şekilde ilgilenmektir (Ker 1998: 275). Ayrıca, yürüyüşler düzenlemek, dava konusu olan hallerde mahkemelerde tanıklık etmek, üniversite, dernek, vb. yerlerde konferanslar vermek, panellere katılmak gibi etkinliklerle de dikkati çekme sağlanmaktadır (Bayramoğlu 1985: 23).

C. Kolektif Lobicilik

"Lobicinin lobiciye lobi yapması" olarak da nitelendirilen kolektif lobicilik 1980'lerin ortalarında kendini göstermiştir. Bu dönemde lobiciler Washington da Amerika Birleşik Devletleri Yürütme

Organı yada Kongre'de değil, kendi aralarında birbirlerine karşı yaptıkları lobicilik faaliyetleri ile zaman harcamışlardır. Çünkü İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde lobi faaliyetlerinde görülen hızlı artış, hükümet çalışmalarını anlamayı amaçlayan, Kongre'de etkin olabilmek için diğer lobi gruplarıyla rekabete giren bir çok grubun oluşmasına zemin oluşturmuştur (Ker 1998: 119-120). Gelinilen şartlar içerisinde lobicinin bir komite üyesiyle golf oynaması yeterli olmamakta; lobicilerin konuyla ilgili birbirlerine bilgi alışverişinde bulunması gerekmektedir. Konunun şekillendirilmesinde karşı tarafı etkileme, ilerde kullanılmak üzere yasama organında taktik ve stratejilerin tartışılması, vb. imkanlar bu lobicilik tekniği ile elde edilmektedir (Bayramoğlu 1985: 23-24).

Bu lobicilik tekniğinde tutumların oluşması yollarından; "Başkalarının tavırlarını taklit edip benimseme ve toplumsallaşma süreci" (Yüksel 1994: 24, İnceoğlu 1993: 95) yöntemleri geçerlilik göstermektedir. Newcomb'un denge teorisinde ileri sürdüğü; "insanların kendi pozisyonlarıyla uygunluk içinde olan bilgi kaynaklarına, kulak verme eğiliminde oldukları ve sergiledikleri davranışları destekleyici ve doğrulayıcı bilgiler aradıkları görüşü" bu lobicilik tekniği ile kendisini bulmaktadır (McQual ve Windahl 1993: 33).

VIII-KAMUSAL ERKİ ELİNDE BULUNDURAN AZINLIĞA YÖNELİK TUTUM OLUŞTURMA ÇABASI OLARAK LOBİCİLİK

Ülkelerin siyasal sistemleri ve ekonomik ortamları, o ülkede hangi lobi tekniğinin uygulanabilirliği hususunda belirleyici olmaktadır (Onal 2000: 91). Lobicilik faaliyeti direkt olarak karar alma durumundaki insanlarda istenilen tutumun oluşturulmasına yönelik uygulandığı için, siyasal sistemlerde görülen farklılıklar, lobiciliğin her ülkeye ve şarta göre değişiklik göstermesine neden olmakta, bu durum da belirli bir sınıflandırmanın yapılmasını zorlaştırmaktadır. Bu farklılığa rağmen, lobiciliğin en yoğun olarak uygulandığı ülke durumundaki ABD göz önüne alındığında, genel bir sınıflama yapılabilmektedir.

ABD'de, kamusal erki elinde bulunduran azınlıkta (daha global anlamıyla karar vericilerde) istenilen tutumun oluşturulması amacıyla yapılan lobi faaliyetleri, "yabancı hükümetler için" ve "ulusal düzeyde çıkar sahipleri için" yürütülen faaliyetler olarak ikiye ayrılmaktadır (Özsoy 1999:

187).

Öncelikle yabancı hükümetlerin ABD'de yaptıkları lobi faaliyetlerine bakıldığında; ABD'nin uluslararası arenada ekonomi ve savunma gücü ile belirleyici pozisyonda olması ve Dünyanın iletişim ağına hükmetmesi nedeniyle; ABD'nin desteğini kazanmak isteyen diğer ülkeler burada lobicilik yapmaya ihtiyaç duymaktadırlar. Söz konusu bu ihtiyaçlar da ABD'yi lobiciliğin merkezi durumuna getirmiştir (Rigel 1993: 64-65). Burada yabancı ülkeler adına yapılan lobicilik faaliyetleri genel olarak yabancı ajanlar aracılığıyla yürütülmektedir. İkinci bir ülkenin çıkarları doğrultusunda çalışan bu yabancı ajanlar siyaset, hukuk ve istihbarat gibi alanlara yönelik faaliyetlerde bulunurlar. Bu bağlamda ABD'de bulunan yüzü aşkın büyükelçilik ve çalışanları, yabancı ajan sıfatıyla kendi ülkelerinin çıkarları doğrultusunda lobicilik yapmakta, ihtiyaç duyulduğu zaman da profesyonel lobiciler veya lobi şirketleri kiralamaktadırlar (Özsoy 1999: 188-189). Bu tür çalışmaların yanı sıra Amerikan vatandaşları da etnik kökenlerine göre, Yunan, Ermeni, Yahudi, İran, Türk, Arap vb. etnik gruplar oluşturarak bu hususta anavatanlarına destek olmaktadır (Dinçer 1998: 62). Amerika'da ki en etkin baskı gruplarının başında da bu etnik lobiler gelmektedir (Özsoy 1999: 189).

Sınıflandırmanın ikinci kısmını oluşturan "ulusal düzeyde yürütülen lobi faaliyetleri" ise; ülke içindeki çıkar sahiplerinin (baskı grupları, lobiler, kişiler, şirketler gibi) siyasal mekanizmayı oluşturan yasama, yargı ve yürütmeye yönelik, çıkarlarına uygun yasal düzenlemelerin gerçekleşmesini sağlamak için sürdürülen faaliyetleri kapsamaktadır. Bu faaliyetler de kendi içinde ikiye ayrılmaktadır (Dinçer 1998: 64):

A. Bölgesel (Eyalet) Lobiciliği

Amerika Birleşik Devletleri eyalet başkentlerinde Washington DC'de olduğu gibi Senato ve Temsilciler Meclisi'nden oluşan birer meclis bulunmaktadır. Eyaletlerde, lobicilik faaliyetiyle uğraşan lobiciler ve diğer baskı grupları bu meclisleri hedef kitle olarak seçerler. Ancak, Eyaletlerdeki bu küçük meclislerin daha seyrek toplanıp, oturum sürelerinin daha kısa olması, buradaki lobicilerin savundukları fikirleri anlatabilmesi için zaman kıtlığı çekmesine neden olmaktadır; bu durum da, lobiciler açısından daha pratik olmayı gerektirmektedir. Ayrıca buralardaki bölgesel lobiciler tüm lobi yöntem ve tekniklerini

aktif bir şekilde kullanamama sorununu da yaşamaktadırlar (Dinçer 1998: 64-65).

Bölgesel lobiciliğin hedef kitlesini "daha az gelire sahip ama daha çok imaja" ihtiyacı olan seçilmişler oluşturmaktadır. Bölgesel erki elinde bulunduran seçilmişlerin, istikbale yönelik daha büyük düşüncelerinin varlığı; onların, lobicilik faaliyetlerine kayıtsız kalmamasını gerektirmektedir. İleriki yıllardaki hedeflerini gerçekleştirmek için bu bir zorunluluk olarak görülmektedir. Lobicilik faaliyetine maruz kalan bu elitler, şu yada bu şekilde sahip oldukları tutumlarını değiştirmek durumunda kalmaktadırlar.

B. Başkent Lobiciliği

Bölgesel lobiciliğe göre çok daha fazla çıkarım ve daha geniş kapsamlı konuların savunulduğu başkent lobiciliğinde, lobi yöntem ve tekniklerinin hemen hepsinden yararlanılmaktadır. Burada bulunan insanların sahip olduğu erk, sadece ulusal düzeyde olmayıp dünyanın geneline hitap etmesi nedeniyle "Dünya ölçeğinde" bir güç olarak kabul edilmektedir ve oluşacak tutumun da bu düzeyde bir sonuç getirmesi beklenmektedir. 1980'lerin başında ABD'de Kongre'ye yönelik 1000 civarında lobicilik firması, kamuoyuna yönelik 1700 civarında Halkla İlişkiler firmasının varlığı buradaki gücün boyutunu göstermesi açısından bir takım fikirler vermektedir (Özsoy 1999: 188).

Başkentte yapılan lobicilik tam donanımlı bir faaliyet gerektirirken, faaliyeti yürütecek lobicilerde de sakinlik, konuşkanlık, iyi eğitimlilik, istatistik ve araştırma raporları ile donanımlılık gibi bir takım özelliklerin bulunması gerekmektedir (Peltekoğlu 2001: 384). Ülkenin iç ve dış siyasetinin burada belirlenmesi, diğer ülkelerin menfaat veya uluslararası siyasetlerinde etkin olan kararların da burada alınabiliyor olması başkent lobiciliğini ve lobicilik faaliyetine maruz kalan kamusal erk sahibi kişileri önemli kılmaktadır. Başkent lobiciliğinde oluşturulmak istenen tutum milli boyutlarda olabildiği gibi, daha çok uluslararası boyutlarda da olmaktadır. Amerikan yönetiminin dış politikasını etkilemeye çalışan baskı grupları sayısının, son yıllardaki artışı bunun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Özsoy 1999: 189). ABD'deki kamusal erki elinde bulunduran azınlığa yönelik yapılan lobicilik faaliyetleri neticesinde oluşacak tutum, yerküre üzerindeki bir çok ülkenin menfaatlerini etkileyeceği için önem arz etmektedir.

Başkent lobiciliğinin esasını oluşturan Kongre'ye yönelik lobi faaliyetleri de "iç lobcilik" ve "dış lobcilik" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

İç lobcilik, kongre üyelerinin hedef alındığı ve onlara yönelik doğrudan, bire bir sürdürülen faaliyetleri kapsar. Daha çok yüz yüze iletişim teknikleri kullanılır. Dış lobcilik ise, yine kongre üyelerini hedeflemekle birlikte, kongre dışından lobcilerin temsil ettikleri müşterilerince de desteklenen, dışarıda yürütülen bir lobcilik türü olarak faaliyet yapmaktadır (Dinçer 1998: 65-66).

SONUÇ

İnsanlarda istenilen davranışın oluşturulması için öncelikle tutum oluşumunun tesis edilmesi gerekmektedir. Çünkü tutumun tanımı yapılırken bir obje ile birey arasında etkileşim sonucu, davranışı hazırlayan bir ön hazırlıktır denilmektedir. Lobcilik faaliyeti ise, genellikle hedef kitle olarak seçtiği kongre ve meclis üyeleri gibi karar alıcılar durumundaki kişileri etkilemeyi ve onların oy verme davranışlarını yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Lobcilik, sonucunda eylem gerektiren bir amaç taşıdığı için, oy verecek veya destekleyecek kişilerin çeşitli yöntemlerle ikna edilmesini, dolayısıyla tutum oluşturulmasını zaruri görmektedir.

Bu ihtiyaçtan hareketle denilebilir ki; lobcilik faaliyeti, çalışan lobciler aracılığıyla, temsil ettikleri ülke veya şirketlerin beklentilerine cevap verebilmek, onları istedikleri sonuca götürmek amacıyla iletişim tekniklerinin hemen hepsini kullandığı gibi; propaganda, halkla ilişkiler, reklam, tanıtma, toplantılara katılma, sosyal içerikli kulüplere üye olup onların faaliyetlerine katılma, hayır kurumlarında yer alma dahil bir çok yöntemden yararlanarak hedef kitesinde tutum oluşturmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak; halkla ilişkiler ve siyaset biliminin bir parçası olan lobcilik, hedef kitesinde tutum oluşturmayı amaçlamaktadır ve bu sayede de istediği davranışa sevk edebilme yetisine sahip olmaktadır. Bu nedenle kamusal erki elinde bulunduran azınlık, genel olarak lobcilerin ve lobcilik faaliyetinin hedef kitesini oluşturduğundan bunlara yönelik yapılan lobcilik faaliyetleri de, bilgilendirme amaçlı olduğu gibi temelde tutum oluşturarak yönlendirme amacını da gütmektedir. Yani, karar alıcılara yönelik uygulanan lobcilik faaliyeti tutum oluşumunda etkilidir ve tutum oluşturmada kullanılan önemli bir yöntem-

dir.

KAYNAKLAR

- Bayramoğlu NN (1985) Amerika Birleşik Devletlerinde Lobi Faaliyetleri, Dış Politika Enstitüsü, Ankara
- Çamdereli M (2000) Dünden Bugüne Belçika'da Halkla İlişkiler, İletişim Fakültesi Derg, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını,10.
- Dinçer MK (1998) Lobcilik, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Enç M (1968) Ruh Bilimleri Terimleri Sözlüğü, Gül Yayınevi, Ankara.
- Gürüz D (1993) Halkla İlişkiler Teknikleri, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir.
- İnceoğlu M (1993) Tutum Algı İletişim, Verso Yayıncılık, Ankara.
- Kağıtçıbaşı Ç (1999) Yeni İnsan ve İnsanlar, Evrim Yayınevi, İstanbul.
- Kalender A (2000) Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Kazancı M (2002) Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, Turhan Kitabevi Yayını, Ankara.
- Ker M (1998) Lobi Teknikleri İletişim Fakültesi Derg, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, 7.
- Kolasa JB (1979) İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, Kemal Tosun (çev), İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Krech D ve Crutchfield RS (1980) Sosyal Psikoloji Erol Güngör (çev), Ötügen Yayını, İstanbul.
- Krech D ve ark (1970) Cemiyet İçinde Fert Mümtaz Turhan (çev), Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Küçük Kurt M (1988) Uluslararası Turizm ve Türkiye'yi Tanıtma Stratejisi, Akevler Akdeniz Bilimsel Araştırma Merkezi Yayını, İzmir.
- McQuail D ve Windahl S (1993) İletişim Modelleri, Mehmet Küçük Kurt (çev), İmaj Yayını, Ankara.
- Meydan Larousse: Büyük Lugat ve Ansiklopedi (1972) Cilt 8, Meydan Gazetecilik ve Neşriyat Yayını, İstanbul
- Milburn MA (1998) Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset, Ali Dönmez ve Veli Duyan (çev), İmge Kitabevi Yayını, Ankara.
- Morgan CT (1984) Psikolojiye Giriş Ders Kitabı Hüsnü Arıcı ve ark (çev), Hacettepe Üniversitesi Yayını, Ankara.
- Onal G (2000) Halkla İlişkiler, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Özsoy O (1999) Türkiye'yi Dünyaya Açmak, E-lit Kitaplar Yayını, İstanbul.
- Peltekoğlu FB (2001) Halkla İlişkiler Nedir, Be-

Tutum Oluşturma Etkinliği Olarak Lobicilik (21-29)

ta Yayınları, İstanbul.

Rigel N (1993) Medya Ninnileri, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Silah M (2000) Sosyal Psikoloji (Davranış Bili-
mi), Gazi Kitabevi Yayını, Ankara.

Unat NA (1964) Halkla Múnasebetler, TODAİ
Yayını, Ankara.

Weissberg R (1988) Understanding American
Government, First Edition, Rondon House Inc.

New York.

Yüksel AH (1994) Bireyler Arası İletişime Giriş,
Anadolu Üniversitesi Eğitim, Saęlık ve Bilimsel
Araştırma alışmaları Vakfı Yayınları, Eskiře-
hir.

Yüksel AH (1994) İkna Edici İletişim, Anadolu
Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştır-
ma alışmaları Vakfı Yayınları, Eskiřehir. ■