

KAMU YÖNETİMİNDE ETİK AÇISINDAN ALGILAMA YÖNETİMİ VE ÖNEMİ

Ayşe YILDIZ ÖZSALMANLI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü, Yönetim Bilimleri ABD.

ayseyildiz@mu.edu.tr

Çiğdem PANK, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü, Yönetim Bilimleri ABD.

cigdem-zevnep@hotmail.com

ÖZET

Algılama yönetimi son yıllarda oldukça popüler hale gelmiş yeni bir yönetim tekniğidir. Algılama yönetimi, daha çok fayda sağlayan ve belirsizliği daha az olan bilgileri sağlayabilmek için dış dünyadan veri akışını kontrol etmek ve geliştirmek anlamına gelmektedir. Yöntem ABD siyasi kararlarının ülkede ve tüm dünya kamuoyunda benimsenmesi için kullanılan bir teknik olarak ilk kez ABD Savunma Bakanlığı içindeki birimlerce kullanılmıştır. Algılama yönetiminin özünde bilgileri yalanlayarak izleyenlerin amaçlarını, duygularını, güdülerini etkilemek ve değiştirmek faaliyetleri bulunmaktadır.

Algılama yönetimi yurt içinde uygulandığında “algılama yönetimi” adıyla anılmakta iken, ülkenin yurt dışındaki faaliyetleri söz konusu olduğunda “kamu diplomasisi” adını almaktadır. Çalışmamızda esas olarak kamu yönetiminde etik yönüyle gerek ülke içinde gerekse ülke dışında algılama yönetimi uygulamalarının etkinliği ve önemi üzerinde durulmak istenmektedir. Yani yeni kamu yönetimi sürecinde ülkemizde de yakın gelecekte öneminin artacağı beklenen “algılama yönetimi” konusunda akademik bilgiler sunulmak istenmektedir.

Bu çalışmada öncelikli olarak “algılama yönetimi” ne kavramsal bakış ve gelişim süreci üzerinde durulmaktadır. Ardından “algılama yönetimi” ile “kamu diplomasisi” ilişkisi incelenmekte ve bu yöntem “kamu yönetiminde etik” açısından kapsamlı olarak değerlendirilmektedir. Sonuç olarak, özellikle ABD’de gelişmiş olan algılama yönetimi ve uygulamalarının, kamu yönetiminde etik

açısından olumlu ve/veya olumsuz yanları ile etkileri üzerine değerlendirmelere yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Yönetiminde Etik, Algılama Yönetimi, Kamu Diplomasisi.

Alan Tanımı: Yeni Yönetimin Ana Unsurları (Kamu Yönetimi)

PERCEPTION MANAGEMENT AND ITS IMPORTANCE FOR ETHICS IN PUBLIC ADMINISTRATION

ABSTRACT

Perception management is a new management technique that has become quite popular in recent years. Perception management, but rather to provide information that is less than the uncertainty of benefit and the outside world, and to develop means to control the flow of data. Method for the adoption of the U.S. political decisions in the country and the entire world public for the first time as a technique used in the units used in the U.S. Department of Defense. The objectives of the core data management denied the viewers perception, emotions, motives are to influence and change activities.

When perception management is applied in the country "perception management" was commemorated by name in the country, it comes to activities abroad" the name of the "public diplomacy". In our study, based on the ethical aspects of the management of the public perception of domestic and outside the country, and on the importance of the effectiveness of management practices required to settle. That is, a new process of public administration in our country in the near future is expected to increase the importance of "perception management" in the academic information required to be submitted.

In this study, as a priority "perception management" focuses on the conceptual point of view, and the development process. Then click between the "perception management" and "public diplomacy" and this method examines the relationship in terms of "ethics in public administration" is considered to be comprehensive. As a result, the detection of advanced management and practices, particularly in the United States, in terms of ethics in public administration and / or positive assessments on the effects of the negative aspects are included.

Key Words: Ethics in Public Administration, Perception Management, Public Diplomacy

Field Definition: The Main Principles of New Administration (Public Administration)

Jel Kodu: Z18-Public Policy.

1.GİRİŞ

Kamu yönetiminde etik, etik kodlar ve etik uygulamalar konulu bilimsel çalışmalar ülkemizde son 10 yılda hızla artmaktadır. Ayrıca yeni kamu yönetimi yaklaşımı ile ilişkili kavramların, ülkemiz kamu yönetiminde 2004'lerden günümüze süren reform sürecinde yasal yeni düzenlemelerle, örgütsel yapılara, kamu personel yönetimine ve yönetsel işleyiş süreçlerine aktarıldığı dikkati çekmektedir. Bu kavramlardan belki de en sonuncusu şu anda “algılama yönetimi”dir.

Günümüzde Türkiye’de kamu yönetiminde halkla ilişkiler, iletişim etkinlikleri ve tanıtım yönlü çabalar farkındalık anlamında önem kazanmıştır. Uluslararası ilişkilerde tanıtım, propaganda, lobicilik faaliyetleri ve diplomasideki etkinliği açısından 2000’ler öncesinde eleştiriler alan ülkemizde, algılama yönetimi üzerine yeni çalışmalar yapılması kanaatimizce önemlidir. Yani algılama yönetiminin hem kamu diplomasisi ve hem de içeride kamusal ilişkiler açısından incelenmesi gereği vardır.

Bu amaçla aşağıda kamu yönetiminde etik üzerine bilgiler sunulmuş ve etik duruşu dikkate alarak genel anlamda algılama yönetimi ve kamu diplomasisi üzerinde durulmuştur.

2.KAMU YÖNETİMİNDE ETİK

Selçuklular, Anadolu Selçukluları, Osmanlı İmparatorluğu dönemlerine ait yazılı kaynaklara bakıldığında Türklerin etik anlamında ahlak, erdemli olmak, adalet, doğruluk, adil davranma gibi kavramlara önem verdiği ve bu kavramların iyi bir devlet yönetimi için vazgeçilmez kılındığı belirtilmektedir. Bu anlamda Türklerin etik kamu yönetimi, etik toplum yönünde önemli başarıları ve uygulamaları siyaset, yönetim ve tarihi anlatan kaynaklarında mevcuttur. “Kamu Yönetiminde Etik Yapılanma” konusunda da Türkiye’de en önemli ve son adımların 2004-2005’te yasal-kurumsal düzenlemelerle atıldığı görülmektedir. Gerçekleştirilenler incelendiğinde Kamu Görevlileri Etik Kurulu’nun çabaları önemlidir fakat yeni katkılarının ve diğer kurumlarla bütünleşik kamusal politikaların oluşturulması da, “kamu yönetiminde etik” anlamında yönetim sistemimize katkılar sağlayabilir. (Yıldız Özsalmanlı, 2012: 95)

KGEK kurulması yanında kamu yönetiminde etik üzerine alan araştırmaları, akademik çalışmalar, raporlar, eğitim seminerleri, yetiştirilen eğiticiler, hazırlanan makale ve kitapların olması/artması; etik kamu yönetiminin farkındalığı anlamında yeni katkılar getirecektir. Ayrıca çevre etiği, afet yönetimi etiği, tıp etiği, internet etiği, mali etik, bilimsel etik gibi kavramlar yanında iş etiği anlamında özel sektörün, TÜSİAD'ın, çok başarılı çabalarda bulunduğu da dikkati çekmiştir. Kamu yönetimciler olarak TÜSİAD'ın bu raporları, bizlere fikri katkılar getirebilir. Etik anlamında Batılı ülkelerin ilkesel ve kurumsal yapılanması ve işleyişinin daha ileride olduğu bilinciyle, gelişmiş ülkeler **karşılaştırmalı etik yönetimi** anlamında incelenerek, sisteme uyan yeni kavramlar ve uygulamalar ülkemiz kamu yönetimine kazandırılabilir. (Yıldız Özsalmanlı, 2012: 140)

Etik, geçmiş ve bugüne ilişkin doğru ve yanlış ölçülerinin anlatımıdır. İnsanların töresel ya da ahlaksal ilişkilerini, davranış biçimlerini ve görüşlerini açıklayan bir felsefe dalıdır. Günümüzde literatürde bazıları etiği, “bir bireyin izlemesi gereken ahlaki standartlar ve kurallar” biçiminde ele alırken, bazıları da “bireylerin doğru olarak nasıl davranacağını açıklayan ve tanımlayan ilkeler, değerler ve standartlar sistemi” şeklinde ifade etmiştir. Günümüze kadar yapılmış bilimsel çalışmalar ve yasal düzenlemelerin, konu ile ilgili tartışmaları bitirecek ve etik dışı uygulamaları sona erdirecek radikal çözümler üretmede yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Kamu görevlilerinin düşünce ve davranışlarında bir zihniyet değişiminin yaşanması gerekir. Bu süreçte eğitim sistemi, yönetim tarzı ve felsefesi, sosyal yapı, çalışanların tutumları, tahminleri ve beklentileri de değişimden etkilenecektir. Kamu yönetiminde kökleşmiş ve alışkanlık haline gelmiş ilkeler, değerler, temel görüşler değişime uğrayacaktır. Belli bir örgüt kültürünün oluşturulması sadece yeni sloganlar bulmak ya da yeni bir lidere sahip olmak değil, yeni bir yaşam tarzı oluşturma demektir. (Yatkin, 2013: 172-175)

Kamu yönetiminde etik geniş kapsamlıdır. Devletin vatandaşlarına hizmet bakımından yükümlülükleri vurgulanır. Bu açıdan etiğe yaklaşım daha uzun dönemlidir. Devletin sorumluluğu vatandaşların hepsine karşıdır. Bu açıdan kamu görevlileri kamu gücüne ve kamu güvenliğine sahip olmalıdır.(Öztürk, 2008:261) Kamu yönetiminde etik değerlerin yerleşebilmesi için karar alımının objektifleşmesi gerekir. Çünkü kendi değerlerini empoze etmeyi düşünen bir yönetici, diğer çalışanların değerlerini hiçe saymaktadır. Kamu yönetimi etiği asıl toplumsal içeriği açısından algılanmalıdır. Kamu yöneticileri halkın yönetime katılması için çaba sarfetmelidir. Katılımı artırmak için kamu yöneticileri, demokratik sivil toplum kuruluşlarının gelişmesine katkı sağlamalıdır.

Yolsuzluklarla etkin mücadele için kapsamlı bir ihbar ve muhbirlerin korunması yasasına ihtiyaç vardır. (Öztürk, 2008: 280)

Aşağıda algılama yönetimi üzerine bilgiler sunulmaktadır.

3.ALGILAMA YÖNETİMİ

Algılama bir farkına varma, farkına varılma, bilgi setimiz içinde yer bularak yakıştırma ve söz konusu olguyu nitel ve nicel olarak yargılayıp değerlendirme sürecidir (Kaynak, 1990:63). Bu tanım aynı zamanda algılamanın salt duyulara bağlı fizyolojik bir süreç olmadığını, duyuların merkezi sinir sistemine elektro-kimyasal yolla ilettikleri enerji kotalarından ibaret olan mesajların, yapısal bir biçimde anlamlandırılması süreci olduğunu göstermektedir. Duyusal mesajların anlamı özümsebiliyorsa algılama oluşmaktadır (Tolan vd., 1985:83). Algılama oluşuktan sonra ise davranışın temel belirleyicisi olan motivelelerin oluşumunda rolü olan dürtü, güdü, gereksinme, istek gibi alt etmenler birincil olarak duygusal algılama süreçleri ile oluşumlarını tamamlamakta ve fonksiyonel hale gelmektedir. (Kaynak, 1990:64).

Birey, çevre ile ilişkisini duyu organları sayesinde yürütmektedir. Çevreden aldığı veriler beyine iletilmekte ve algıladığı olayla ilgili bireyin düşünce süreci başlamaktadır. Bu şekilde bireyin zihninde bir anlam yaratılmaktadır. Bireyin daha önce benzer olaylara karşı sahip olduğu düşünceleri, hangi yorumları yaptığı, konuya ilişkin yerleşik inanış kalıplarının olup olmadığı araştırılmaktadır. Bireyin zihninde devamlılık gösteren bu süreç, bulunduğu toplum/örgüt içinde gerçekleşen algılama sistemi için de temel oluşturmaktadır. (Uğurlu, 2008: 148).

Örgüt yönetiminde oldukça önemli olan algı kavramı, kişilerin çevreleriyle ilgili uyarıyı duyma, organize etme, anlama ve değerlendirme süreci olarak değerlendirilmektedir. Algı, duyu organlarından gelen verilerin (bilgi, uyarı) organize edilmesi ve onlara anlam verilmesi ile ilgili süreci ifade etmektedir. Kişiler duyu organları kanalıyla binlerce uyarı almaktadır. Bu uyarılardan bazıları, hemen hemen hiç dikkate alınmamakta, geri kalanı ise kişilerin zihninde sınıflanarak, daha önceki tecrübelerle ve bilgi ile ilişki kurulmakta, bunlara değişen ölçülerde önem atfedilmektedir.(Özer, 2011: 12). Burada algılama süreci, kişilerin sahip oldukları değer yargıları, amaç ve hedefleri, ihtiyaçları, içinde yetiştikleri kültürel ortam, bilgileri, hisleri, geçmişteki tecrübeleri ve hatta biyolojik ve fiziksel özellikleri gibi birçok etmen tarafından etkilenmektedir. Dolayısıyla aynı uyarı, farklı kişiler tarafından değişik şekillerde algılanmaktadır. (Eren, 2001:397). Örneğin sınıfa öğretmen dersi anlatırken öğrencilerin algılamaları ve konuyu anlamaları farklı düzeylerde.

Algılama sürecinde gönderici, göndereceği mesajı meydana getirirken, kendisine ulaşan bilgileri kullanmakta, bunları kendi amaç, değer yargısı ve anlayışı doğrultusunda belirli kodlara (yazılı metin, konuşma gibi) çevirmektedir. Yani her mesaj, göndericinin algılama sürecinin bir sonucu olacaktır. Dolayısı ile bu algılama süreci, bir çeşit filtre rolü oynayacaktır. Birey her şeyi değil, görmek istediğini görecektir ve anlamak istediğini anlayacaktır. (Eren, 2001:397).

Bu durum, mesajı gönderen için olduğu kadar alan için de söz konusudur. Alıcı da, kendi algılama ve değerlendirme sürecini etkileyen etmenlere bağlı olarak, mesajın bir kısmını belki hiç dikkate almayacak ya da mesaja gönderenin verdiği kadar önem ve anlam verecektir. Yani haberleşme kanalından gelen mesaj, alıcının süzgecinden geçerek değerlendirilecektir. Mesajı çözen alıcı da, onun kapsadığı sembollere kendi algılama sürecine göre bir değer ve anlam verecektir (Eren, 2001:397).

Algılama yönetimi daha geniş kapsamlı, daha çok fayda sağlayan ve daha az belirsiz enformasyon elde edebilmek için dış dünyadan veri akışını kontrol etmek ve geliştirmek anlamına gelmektedir. Bu tanım, aynı zamanda algılama yönetiminde, veri elde etmenin suni bir haber alma sürecinin ayrılmaz bir parçası olduğunu ortaya koymaktadır.(Saydam, 2005: 81).

Toplum mühendisliği çerçevesinden bakıldığında algılama yönetimi, uygulanması çok eskilere dayanan bir anlayıştır. Belki adı konmamıştı ama çeşitli semavi dinlerin yayılmasında gözlemlenmesi mümkündür. Adının konması için birkaç bin yıl geçmesi gerekmiştir. İsim babası olarak Pentagon ve CIA bilinmektedir. Ortaya çıkışı ise "yumuşak güç" kavramı tartışmasının birkaç yıl öncesine rastlamaktadır. Dolayısıyla yöntemin kavramlaştırılması ilk kez ABD ordusunda olmuştur. ABD Savunma Bakanlığı bu bakış açısıyla yöntemi şu şekilde tanımlamaktadır: "Algılama yönetimi dış izleyicilerce seçilmiş, bilgileri yalanlama ve/veya bildirme faaliyetleridir. Amaç onların duygularını, güdülerini, amaçlarını etkilemek ve değiştirmektir. Bunun için her düzeyde ve her türlü istihbarat sistemi kurulur. Temel amaç; liderleri resmi tahminler ve öngörüler ile etkileyerek resmi faaliyet ve dışsal davranış olarak çıktıya ulaştırmaktır. Birçok farklı alanda algılama yönetimi; doğru projeksiyonları, operasyon güvenliğini, aldatmayı, örtbas etmeyi ve psikolojik operasyonları bir araya getirmektedir.(Saydam, 2005: 70).

Uygulamada etkili bir algılama yönetimi aşağıda belirtilen süreçleri kapsamaktadır:

- Algılama hedefi ve mevcut durum doğrultusunda enformasyon talebi konusunda talep yürütmek,
- Farklı enformasyon taleplerini önem sırasına göre derecelendirmek ve aralarındaki ihtilafı çözümlenmek,
- Karar vericiler arasında işbirliği ya da müzakere ortamı yaratarak algı oluşturma hedefinin eşzamanlı olarak yerine getirilmesini ve uyumunu sağlamak,
- Algılama sürecini desteklemek üzere, diğer veri elde etme kaynaklarını yönetmek, (Örneğin emir komuta sisteminde bu ek kaynaklar haber ajansları ve gözlemciler olabilirler).
- Kapsamı genişleyen ve faydası artan enformasyonla oluşturulmak istenen algılamayı destekleyerek sistem dışındaki diğer faaliyetleri plânlamak, (örneğin kullanılan haber kaynakları dışındaki diğer kaynaklarla da ilgili faaliyetler yapmak).
- Yakın gelecekte meydana gelmesi muhtemel bir olayla ilgili ilk elden enformasyon sağlayabilmek için, mevcut durumla ilgili eğilimler dikkate alınarak kaynakları proaktif biçimde tahsis etmek ve plânlamak.(Saydam, 2005: 82).

Tüm bu hususlar dikkate alındığında algılama yönetiminin iki temel unsuru olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi bir şeyin doğru olmadığına yönelik olarak aldatma ve kandırmadır. Yabancı algılama yöneticilerinin 2. Dünya Savaşı sırasında Hitler'i, öldürücü darbeyi Normandiya yerine Pas-de-Calais'den vurma yönünde ikna etmeleri bu duruma örnek olarak verilebilir. İkincisi ise doğrulama projeksiyonudur. Burada kesin ve doğru bilgiler karşısında muhalif ve yanlış düşünceler yayılır. Askeri operasyonların çeşitli provokasyonlara maruz kalabileceği gibi, tehdit içerikli faaliyetlerde bulunmak da örnek olarak verilebilir.(Özer, 2011: 17).

Örgüt yönetiminde başarıya ulaşabilmek için oldukça önemli olan algılama yönetiminde nihai amaca ulaşabilmek için aşağıda belirtilen adımları gerçekleştirmek gerekmektedir:

- İş sonuçlarını etkileyecek ve iş hedeflerine ulaşmayı sağlayacak bütün sosyal paydaşların belirlenmesi,
- Yönetilecek iki üç konunun farklılaştırıcı unsurlar olarak belirlenmesi,

- Bu konulara dayanarak hedefli ve odaklanmış iç ve dış sosyal paydaşlar üzerinde duygusal etki yaratacak mesajların belirlenmesi,
- Sosyal paydaşların beyinlerine ve kalplerine ulaşacak temel iletişim tekniklerinin kullanılması, mevcut algıların tespit edilmesi, odaklanılmış mesajların yaratılması ve istenilen davranış biçimleriyle ölçülebilir sonuçların elde edilmesi,
- Mesajı belirlerken, karşı tarafın ne algıladığının dikkate alınması, karşı tarafın algılama engellerinin tanımlanması,
- İletişim alanındaki mevcut akımların, mesajların algılanmasını nasıl etkilediğinin göz önüne alınması,
- Aktif olarak karşı tarafın dinlenilmeye çalışılması ve karşılıklı diyalogun algılama ve iletişimin etkisini artırdığının bilincinde olunması, çift yönlü iletişim kurulması,
- Hedeflerle ilgili ortak aklın oluşturulması ve geri bildirimlerden yararlanılması,
- Algılamaların ve üslubun hiçbir zaman değerlerdeki eksikliklerin yerini alamayacağıının bilinmesi.(Saydam, 2005: 90).

Esasında, algılama yöneticilerinin yukarda belirtilenleri uygulamalarının yanında ayrıca hedef kitlenin değerleriyle uyum sağlamak, hedef kitlenin kültürüne özen göstermek, beklentilerin üzerinde yaklaşım sergilemek, yalın olmak, sonuca odaklanmak gibi özetlenebilecek temel algılama yönetimi kurallarına uymaları gerekmektedir. Bu süreçte geliştirilecek algılama yönetimi tekniği; kültür, hacim, misyon, vizyon, otorite yapısı, eğitim hedefleri, akademik amaçlar ve entelektüel beklentiler dikkate alınarak hazırlanmalıdır.(Özer, 2011: 17).

ABD’li bir algılama yöneticisi yaptığı işi tanımlarken şu ifadeleri kullanmaktadır: “Ben ne bir ulusal güvenlik stratejisiyim, ne de askeri bir taktisyen. Ben kamusal amaçları birleştiren, kamu politikasının gereklerini yerine getirmek için iletişimin her türlü teknik ve unsurundan yararlanan bir kişiyim. Bu ifade algılama yönetiminde iletişim sürecinin temel belirleyici olduğunu göstermektedir. Görüldüğü gibi bir algılama yöneticisi için temel amaç (özellikle kamu sektörüne hitap ediyorsa) kamu politikalarının gereklerini yerine getirmek için iletişimin her türlü teknik ve unsurlarından yararlanmaktır. Burada gayri meşru unsurlardan da yararlanılabilmektedir. Dolayısıyla bu son husus algılama yöneticilerine yöneltilen eleştirilerin başında gelmektedir.(Özer, 2011: 17).

Başarılı algılama yöneticileri başarılarının arkasında yatan faktörleri, şu öğütleri vererek, anlatmaktadırlar:

- Çabalarınızı etkileyen gurupları belirleyin.
- Sizi diğerlerinden ayıran iki ya da üç tema belirleyin. (Eğitim, kültür ya da lokal)
- Bu farklılaşmış temalara dayanan politikalar geliştirin.
- Temel iletişim tekniklerinden yararlanın, mevcut algıları analiz edin. Burada amacınız, arzu edilen ve ölçülebilir davranışları yerine getirerek kilit grupların, gerçeklerle yeniden odaklaşmasını sağlamak olmalıdır.
- Algılama ve algılanmanın anlamını ve mesajlarını içeriğini daima düşünün.
- Mesajları, iletişim sürecinde etkileyen farklı eğilimleri düşünün ve algıları etkin bir şekilde yönetme yeteneği kazanın.
- Diálogo geliştirin. Diálogo etkin iletişimi ve anlayışını artıran temel unsur olduğunu hiçbir zaman unutmayın.(Özer, 2011: 18).

Günümüz bilgi dünyasında, dünya küresel bir köye dönüşmekte ve toplumu ya da hedef kitleyi oluşturan bireyler suistimale karşı daha savunmasız kalmaktadır. Siegel özellikle şu faktörlerden dolayı hassasiyetin arttığını belirtmektedir(Geç, 2004: 200);

- Küresel medya
- Sürekli haber döngüsü
- Anlık haber bildirme
- Gerçek zamanlı bilgi
- İnternet
- Haber hazırlama kolaylığı

Küresel medya, tüm dünyaya yayılmış bir bilgi ve haber ağına ulaşmayı sağlamaktadır. Kişi ya da kurumlar küresel medyayı kullanarak, dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan gelişmelere ulaşabilmektedir. Bilgi ve haberlere ilişkin yaşanan gelişmelere sürekli haber döngüsü içerisinde çok kısa sürede erişilmesi mümkün olabilmektedir. Bu durum gerçek zamanlı bilgiye ulaşmayı mümkün kılmaktadır. Aynı şekilde küresel medyanın yapı taşlarından birisi olarak

internetin de bilgiye ve haberlere kolaylıkla ve en hızlı şekilde ulaşma imkânı sağladığı söylenebilir. Kısa sürede ve sürekli şekilde bilgi ve habere erişilebilmesinde, son dönemde yazılım alanında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte oluşturulan programlar sayesinde haber hazırlama kolaylığının etkili olduğu söylenebilir.(Özer, 2011: 22).

4.ALGILAMA YÖNETİMİ ve KAMU DİPLOMASİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Kamu diplomasisi terimi 1960'larda ulusal hükümetler arasındaki etkileşimden çok uluslararası diplomasi faaliyetlerini betimlemek için kullanılmıştır. Özellikle ABD Bilgi Ajansı, kamu diplomasi misyonunu üslenen bir kurum olarak dikkat çekmektedir. Kamu diplomasisi ve algılama yönetimi hedef nüfusun siyasal olaylara bakışını kontrol etmeye yönelik bir propaganda stratejisi olarak kabul edilmektedir. Her iki yöntem de İstihbarat teşkilatlarınca daha çok yabancı nüfusu istenen şekilde yönlendirmek için kullanılmaktadır. Literatürde kamu diplomasisi dürüst propaganda için orijinal bir sözcük edebiyatı yapma yöntemidir. Algılama yönetimi ise özellikle aldatma ve hile yöntemlerinden yararlanma tekniklerini kapsamaktadır. Onun için algılama yönetimi dürüst bilginin sınırlı dağıtımı ve yayılması olarak düşünülmemelidir (Özer, 2011: 20). Algılama yönetiminin en çok eleştiri alan bu yönünde, yöneticilerin niyetinin aldatma ve hile olduğu belirtilmektedir. Bu radikal yorumun iyi niyetli algılama yöneticilerine haksızlık olacağını da belirten teorisyenler bulunmaktadır. Her ne kadar algılama yönetimi ile kamu diplomasisi arasında küçük farklılıklar olsa da algılama yönetiminde etkinliği sağlayacak kaynaklardaki yetersizlikler, kültürel anlayış ve kavrayışlarda bütünleşmelere, psikolojik operasyonlara, kamu diplomasisine ve halkla ilişkilere yoğun olarak ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Görüldüğü gibi algılama yönetimi davranışları nesnel sorgulamayı etkileyen her türlü faaliyeti içerirken, kamu diplomasisi daha çok yurtdışına yönelik olarak psikolojik operasyonları ve kamunun bilgilendirme ve yönlendirilmesi faaliyetlerini kapsamaktadır.(Saydam, 2005: 70). Bu bağlamda 21.yüzyılın bilgi toplumunda kamu yönetiminde katılım, kamusal ilişkiler ve iletişimin önemi daha da artmaktadır.

Algılama yönetimi altında istihbarat teşkilatları hedef nüfusun istenen ve belirlenen aşamalarına gelebilmeleri için çok sayıda yöntem ve adım izlemektedir. Önce faaliyetin uygulanacağı nüfusun kültürel eğilimleri analiz edilmekte, zayıflıkları bulunmakta ve hassas noktaları belirlenmektedir. Ardından bu kültürel göstergelere göre propaganda temaları geliştirilmektedir. Bu paralelde medyadan ve düşünce tanklarından yararlanılırken, dedikodu, söylentiler ve taşlamalardan hedefe zarar vermek için yararlanılmaktadır. Devletler için algılama yönetimi ve

kamu diplomasisinin önemi; yabancıların her seviyedeki istihbarat birimleri ve liderleri de dâhil olmak üzere, bu ülkelerdeki geniş kitlelerin, kendi hedefleri doğrultusunda tavır almaları ve resmi adımlar atmalarını sağlamak amacıyla, seçilmiş bilgi akışını ve somut belgeleri yönlendirerek ya da reddedilmesini sağlayarak, kitlelerin hislerini, güdülenmelerini, düşünce sistemlerini etki altına almaya çalışmak için yürütülen eylemlerin tamamını kapsamından kaynaklanmaktadır.(Saydam, 2005:71).

Başarılı algılama yönetimi uygulamaları; çeşitli yöntemler kullanılarak gerçekleri yansıtma, operasyon güvenliği sağlama, gerçeği gizleme ve çarpıtma, psikolojik operasyonları yönetme gibi temel unsurların bileşkesinden oluşmaktadır. Literatürde algılama yönetimi kapsamında kamu diplomasisi uygulamalarına en iyi örneklerden birisi de Filistin lideri Yaser Arafat'la ilgili olarak gösterilmektedir. Yaşadığı dönemde Arafat kamu diplomasisini çok iyi kullanan nadir liderlerden birisi olmuştur. Arafat, önce kamu vicdanını etkilemiş ve tüm dünyada politikacıların kamu vicdanı algılamalarını etkilemiştir. Bu taktik, onun nasıl teröristlikten Nobel Barış Ödülü sahipliğine uzandığı sorusunun en açık cevabıdır. Yaser Arafat'ı dünya, uçak korsanı olarak gazete sayfalarından tanımıştır. Ancak ilginçtir ki Arafat, politika yapıcılarını etkilemek için hiçbir şey yapmamıştır. Uçak kaçırması dünya kamuoyunca fark edilmesi için yeterli olmuştur. Farkında olmak bazen etkilemek için tek başına yeterli olmaktadır. Ardından self determinasyon hakkını savunmuş ve ülkesini İsrail ile aynı düzeye taşımıştır. Ancak bunu yaparken stratejik bir taktik geliştirerek Avrupa ülkelerinde Filistin lehine kamuoyu oluşturmuştur. Özellikle Arafat'ın Hollanda kamuoyuna yönelik çabaları kısa sürede sonuç vermiş ve sonuçta Hollanda Filistin Kurtuluş Örgütüne kapılarını açan ilk ülke olmuştur. (Özer, 2011: 22).

Esasında Hollanda İsrail'i destekliyordu. Ancak Arafat Hollandalıların güçlü liberal bir geçmişi olduğunu biliyordu. Bu strateji ona istediğini elde etmenin yolunu açacak kamuoyu desteği sağlamıştır. Arafat örneği bizlere kamu diplomasisinin kişisel kullanımının iyi bir uygulamasını göstermektedir. Ancak uygulamada gerek algılama yönetimi, gerekse kamu diplomasisi daha çok kurumsal faaliyetlerle gündeme gelmektedir. (Özer,2011: 23).

Günümüzde algılama yönetiminin her ne kadar dış bir propaganda aracı olduğu düşünülse de bazen iç politikada da uyguladığı görülmektedir. Örneğin ABD'de sık sık uygulandığı gibi savaşta ölen bir ABD'li askerin, üstü bayrakla örtülü tabuta konması, artık rahat ve güvende uyuyor imajı vermek için yapılmaktadır. (Özer, 2011:23). Bu durumun ülke insanına verdiği mesaj "tüm bunlar sizin rahatınız ve güvenliğiniz için yapılıyor" şeklindedir. Bu örnekten de anlaşılacağı

gibi algılama yönetimi ve kamu diplomasisi uygulamalarının lideri kabul edilen ABD'de, bu yöntemlere ülke içinde de başvurulduğu görülmektedir. Ancak yöntemlerin masumiyet sınırları tartışmalıdır. Her ne kadar ABD'nin resmi tanımlamasında bu yöntemlerde yabancı kitlelerin hedeflendiği ifade edilse de, ülkedeki muhalif çevreler, Savunma Bakanlığı'nın bu strateji ve taktikleri kendi vatandaşları üzerinde uyguladığını da ileri sürmektedirler (Saydam, 2005:71).

Savunma Bakanlığının algılama yönetimi tanımında bu yöntemin sadece dış ülkelere uygulandığı söylene de, Pentagonun bazı algılama yönetimi tekniklerini ülke içinde de uyguluyor olması, oldukça manidar bulunmaktadır. Çünkü algılama yönetiminin özünde zaten manipülasyon yani hile, aldatma ve yönlendirme bulunmaktadır. ABD Savunma Bakanlığı genel olarak algılama yönetimini bir psikolojik operasyon türü olarak görmektedir. Bu yöntem kullanılarak, insanlar geleneksel olarak dış dünyaya yönelik olarak hazırlanmakta ve onların duygularını, düşüncelerini, motivasyon unsurlarını ve mantıklarını etkilemek için bilgi toplanmakta, bilgi aktarılmakta ve bazı bilgiler de değiştirilmektedir. Burada düşmanları ve dostları etkilemede temel amaç, istenen davranışın karşı tarafça sergilenmesini sağlamaktır. Savunma Bakanlığı yetkilileri bu durumu şu şekilde özetlemektedirler: "Algılama yönetimi, doğrudan algılamayı, güvenlik operasyonlarını örtme, gizleme ve psikolojik operasyonlar olarak birleştirmektedir." (Özer, 2011:23).

Algılama yönetimi ABD'de Başkan Reagan döneminde kamu diplomasisi ismiyle kullanılmıştır. Başkan Bush yönetiminde ise bu tür faaliyetlere "stratejik etki" denilmiştir. Esasında her iki kavram da ABD yönetiminde, tüm dünyada ve gerektiğinde de ABD'de algılamayı yönetme istek ve kapasitesini göstermektedir (Guma, 2006:1, Akt: Özer, 2011:23).

ABD'de yarım yüzyıldan beri CIA yurtdışında algılama yönetimi taktiği geliştirmektedir. Örneğin 1953'de İran Başbakanının görevden alınması için bir propaganda geliştirmişler ve Başbakanın garip bir kişi olduğunu çünkü çalışma ofisinde bornoz giydiği şeklinde fısıltı dedikodusunu çalıştırmışlardır (Parry, 2004/b:2, Akt: Özer, 2011: 23). Benzer faaliyetler Vietnam Savaşı sırasında da yapılmıştır. Özellikle savaş sonrasında kamuoyunu manipüle etmek için algılama yönetimi kapsamında çeşitli politikalar uygulanmıştır (Parry, 2004/a:1, Akt: Özer, 2011: 23). Bu dönemde Vietnamlıların boş inançları olan bir topluluk olduğu şeklinde yanlış astroloji raporları yayınlamışlar ve Vietnam güçleri için büyük hezimete uğrayacakları şeklinde tehlike tahminleri yapmışlardır. Bu süreçte CIA'in başarısı, medyanın kapasitesine ve istihbarat ajanlarının kontrol ve

yürütme yeteneklerine bağlı olarak inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. (Parry, 2004/b:6, Akt, Özer, 2011: 23).

ABD Savunma Bakanlığı, algılama yönetimi ile ilgili olarak; yönetilen algıyı yaymak, bilgiyi yönetmek, kaçınılmaz olarak medyayı yönetmek ve terörle savaş konusunda avantaj sağlamayı temel amaçları olarak saymaktadır. (O'Connor, 2006:1, Akt: Özer, 2011: 24).

1980'li yıllarda ABD Ulusal Güvenlik Konseyi Politika Grubu, Kamu Diplomasisi Ofisi ve Pentagonun (ABD Savunma Bakanlığı) da görüşlerini almak suretiyle, Beyaz Saray'ın mesajlarını ve politikalarını koordine ederek, algılama yönetimi faaliyetlerine öncülük etmiştir. Söz konusu yüksek bütçeli bu kurumların iyi koordine edilmesiyle, ABD stratejik algılama yönetimi yapısı, başarılı bir şekilde oluşturulmuştur. Bu yapı, genelde birincil tehdit olarak gördüğü İslam dünyası üzerinde yoğunlaşmış ve yalnızca Ortadoğu için 750 milyon dolarlık bütçe ayırmıştır (Collins, 2003:1, Akt: Özer, 2011: 24).

ABD'deki algılama yönetimi faaliyetlerine Irak savaşı da damgasını vurmuştur. ABD'de; Irak'taki savaş paradoksunun, algılama yönetiminin Amerikan halkının duygularını, nesnel sorgulamalarını, motivasyonlarını, etkilemedeki başarısı oranında azalacağına inanılmaktadır. ABD'yi Amerikan bayrakları ile karşılayan Kuveytli, ABD Donanmasını alkışlayan Iraklılar, bu süreçte Amerikan halkının düşüncelerinin şekillenmesine önemli etki yapmaktadır. ABD'de bu önemli faaliyetler CIA kontrolündeki Rendon Grup gibi kuruluşlarca sağlanmaktadır. (Rampton-Stauber; 2006:2, Akt: Özer, 2011: 24).

ABD'li algılama yöneticileri, Irak savaşında, ABD'nin Iraklı asilere karşı yürüttüğü mücadeleyi "terörle mücadele", Saddam Hüseyin'in isyankârlarla mücadelesini ise "vahşi bir diktatörün yaptıkları" şeklinde yaymaya çalışmışlardır. (Moore, 2004:2, Akt: Özer, 2011: 24). Algılama yöneticileri "Biz Saddam karşısında olan Iraklılara ve Kürtlere televizyon istasyonları kurarak yardım ediyoruz. Televizyondan Saddam karşıtı propaganda yapmak için buradayız" şeklindeki sloganlarla Irak halkını ABD'nin yanına çekmeye çalışmışlardır. Bu faaliyetleri yürüten grubu ise (Rendon Grup), CIA, bu işleri yapması için görevlendirmiştir. (Bamford, 2006:2, Akt: Özer, 2011: 24).

Rendon Grup vb. ABD propagandası yapmak için, Irak'ta 20.3.2003'teki ilk saldırıdan önce havadan 40 milyondan fazla el broşürü atmışlardır. Bazı broşürler ABD güçlerine karşı mukavemet gösterilmemesini öngörürken, bazıları da Irak Baas Partisi liderlerini küçümseyici nitelikteydi (Collins, 2003:2, Akt: Özer, 2011:

25). Bu durum halk üzerinde önemli psikolojik etkilere yol açmış ve halkın Irak yönetimine olan desteğinin azalmasında büyük rol oynamıştır.

Görüldüğü gibi ABD, Irak için özgürlük operasyonunda algılama yönetimi taktiklerin yararlanmış, kamu diplomasisi, yani ABD politikalarının içeriği, yapılanlar ve niyetler ile ilgili bilgilendirme ve ikna etme faaliyetlerini yürütmüş ve bu süreçte psikolojik operasyonlardan yoğun bir şekilde yararlanmışır (Saydam, 2005:72).

ABD açısından Irak operasyonunun kilit noktası, dış kamuoyunun desteğinin alınmasını sağlayan kamu diplomasisi, psikolojik operasyonlar, dış izleyicileri etkileyen ve ikna eden faaliyetler ve medya olmuştur (Collins, 2003:1, Akt: Özer, 2011: 25). Yani söz konusu bu unsurları bünyesinde bulunduran algılama yönetimi, ABD'nin Irak savaşındaki başarısı ya da başarısızlığının zeminini hazırlamıştır. Çünkü bu dönemde ABD'li askerlerin Iraklı insanlara yaptıkları işkence görüntülerinin medyaya sızdırılması, tüm İslam dünyasında ABD'ye yönelik Anti-Amerikancılık akımının büyük güç kazanmasına yol açmıştır. Ayrıca Irak içinde ABD güçlerini ülkeden çıkarabilmek için çok sayıda örgüt kurulmuş, ABD'nin kayıpları ise her geçen gün artmıştır. Ayrıca Irak tüm bölgeyi derinden etkileyecek bir iç savaşa doğru sürüklenmiştir. Bu tablonun oluşmasında algılama yönetimi uygulamalarının büyük payı bulunmaktadır.(Özer, 2011: 25).

5.DEĞERLENDİRME

21.yüzyılda bilgi toplumuna geçiş süreci, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, ülkemizde de elektronik devlet yönetiminin işlerlik kazandırılması çabaları hem toplumsal, hem de kamusal politikalar açısından kayda değer gelişmelerdir. Küreselleşme yönlü çabaların da önemli olduğu bu dönemde, diplomasi açısından algılama yönetimi ayrı bir öneme sahiptir. Ekonomik, ticari, toplumsal, hukuki ve siyasi her alanda, iletişim, açıklık ve katılım ilkelerinin etkisiyle, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası ilişkilerin önemi artmıştır. Fakat ahlak, doğruluk, dürüstlük üzerine oturan etik yönüyle, algılama yönetiminin bazı problemlerli noktaları vardır. Bu konuda etik mi, diplomatik mi davranılacaktır? Bu hususta düşünmek ve kamusal politikalar adına durum analizi yapmak gereğine inanıyoruz.

KAYNAKÇA

EREN, Erol (2001). *Yönetim ve Organizasyon*, Beta Yay., İstanbul.

KAYNAK, Tuğray (1990). *Örgütsel Davranış*, İstanbul Ün. Yayını.

Genç, N., (2004). *Yönetim ve Organizasyon - Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

SAYDAM, Ali; “Algılama Yönetimi”, *NPQ Türkiye Dergisi*, Cilt:7, Sayı: 1, 2005.

TOLAN Barlas vd. (1985). *Ben ve Toplum, Sosyal Psikoloji-1*, Teori Yay., Ankara.

UĞURLU, Ö., (2008). “Halkla İlişkilere Algı Çerçevesinden Bakış”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32,145-165.

ÖZER, M. Akif (2011). *21. Yüzyılda Yönetim ve Yöneticiler*, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.

ÖZTÜRK, Namık Kemal (2008). “Etik ve Kamu Yönetimi”, *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*, Seçkin Yayınevi, 2. Baskı, Ankara.

YATKIN, Ahmet (2013).“Kamu Yönetimi ve Etik”, *Kamu Yönetimi*, Lisans Yayıncılık, İstanbul.

YILDIZ ÖZSALMANLI, Ayşe (2012). Kamu Yönetiminde Etik”, *Etik* (Edt: G.Ürcan), İde Yönetişim Yay. İzmir.