

**T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

LOBİCİLİK VE TÜRKİYE'DE LOBİ FAALİYETLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Şeyda TOP

Enstitü Anabilim Dalı : Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

Enstitü Bilim Dalı : Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

Tez Danışmanı :Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU

EYLÜL -2017

T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

LOBİCİLİK VE TÜRKİYE'DE LOBİ
FAALİYETLERİ


YÜKSEK LİSANS TEZİ

Şeyda TOP

Enstitü Anabilim Dalı : Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

Enstitü Bilim Dalı : Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

"Bu tez 27/09/2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oyçokluğu ile kabul edilmiştir"

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU	BAŞARILI	
Doc. Dr. Aslı EGE	Başarısız.	
Yrd. Doc. Dr. Gülhan AK	Başarılı	

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir bölümünün bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Şeyda TOP

27.09.2017

ÖNSÖZ

Bu tezin yazılması sürecinde, çalışmamı sahiplenerek titizlikle takip eden danışman hocam Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU'na değerli katkı ve emekleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Bu vesileyle tüm hocalarıma ve tezimin son okumasında yardımlarını esirgemeyen akademisyen arkadaşlara teşekkürlerimi borç bilirim.

Şeyda TOP

27.09.2017

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
KISALTMALAR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v

GİRİŞ	1
1. BÖLÜM :LOBİCİLİK	2
1.1.Lobicilik Kavramı, Sınırları ve Özellikleri	2
1.2. Lobicilerin Görevleri ve Özellikleri.....	5
1.3. Lobicilik Yöntem ve Teknikleri.....	8
1.3.1. Lobicilik Yöntemleri.....	9
1.3.1.1. Doğrudan Lobicilik.....	9
1.3.1.2. Dolaylı Lobicilik	10
1.3.1.3. Halkla Dayalı Lobicilik (Grass-Roots Lobbying).....	11
1.3.1.4. Başkan Tarafından Yürütülen Lobicilik.....	14
1.3.2. Lobicilik Teknikleri	15
1.3.2.1. Yüz Yüze İletişim, İkna	15
1.3.2.2. Bilgi Sunma.....	15
1.3.2.3. Maddi Destek ve Kampanya Desteği Sağlamak	16
1.3.2.4. Seçmenlerle Tanışma, Toplantılar Düzenleme	18
1.3.2.5. Lobiler Arasında İşbirliği ve Koalisyonlar	19
1.3.2.7. Medya ile İlişkiler	21
1.3.2.8. Sosyal Lobicilik	22
1.3.2.9. Halkla İlişkiler Kampanyaları	23
1.3.2.10. Yönetim Kademelerindeki Görevlilere Yazmak.....	25
1.3.2.11. Yönetim Kademelerindeki Görevlilerle Dostluk Kurmak	27
1.3.2.12. Komite Toplantılarına ve Mahkemelere Katılmak.....	28
1.3.2.13. Doğrudan Eylemler	30
1.3.2.14. Kullanılması Etik Olmayan Teknikler	31

2. BÖLÜM: LOBİCİLİĞİN TARİHÇESİ.....	33
2.1. Lobilerin Başlıca Hedefleri.....	33
2.2.Lobilerin Çalışma Yöntemleri	33
2.3.Lobiciliğin İlk Dönemi (1800-1938).....	35
2.4.Lobiciliğin Gelişme Dönemi (1938-1980).....	36
2.5.Günümüzde Lobi Faaliyetleri	37
3.BÖLÜM: TÜRKİYE’DE LOBİCİLİK VE BASKI GRUPLARI.....	39
3.1. Türkiye’de Lobicilik Faaliyetleri	39
3.2. Türkiye’de Uygulanan Lobi Teknikleri	41
3.3. Lobicilik ve Baskı Grupları.....	42
3.3.1. Baskı Grubu Kavramı ve Tanımları	42
3.3.2. Baskı Gruplarının Sınıflandırılması	43
3.3.3. Baskı Grupları İşlevleri, Araçları ve Yöntemleri	45
3.3.3.1. Tehdit	46
3.3.3.2. İkna	46
3.3.3.3. Para	47
3.3.3.4. Hükümet Çalışmalarını Engelleme	47
3.3.3.5. Medya.....	47
3.3.3.6. Lobi Faaliyetleri.....	47
3.3.3.7. Üyeleri ve Taraftarları Harekete Geçirme.....	49
3.4. Türkiye’de Uygulanan Lobiciliğin Değerlendirilmesi	49
SONUÇ	50
KAYNAKÇA	52
ÖZGEÇMİŞ.....	55

KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

PAC : Siyasal Eylem Komiteleri

TCK :Türk Ceza Kanunu

TÜSİAD : Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği

Tezin Başlığı: Lobicilik Ve Türkiye’de Lobi Faaliyetleri

Tezin Yazarı: Şeyda TOP

Danışman : Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU

Kabul Tarihi: 27/09/2017

Sayfa Sayısı: v (ön kısım) + 56 sayfa (tez)

Anabilimdalı:Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler **Bilimdalı :** Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

ÖZET

İnsanlar için iletişim olmazsa olmaz, doğal, kaçınılmaz bir olgudur. İletişim kurarız çünkü çevremizle ilişkiye girmek, bilmek, anlamak isteriz. İletişim toplumsal bir gereksinimdir. Gerek sosyal hayatta gerek siyasette eğitimde, kültürde, teknolojiye bir araç görevi görür. Fikir verir, eğitir, bilgilendirir, yönlendirir, denetler, öğretir , endişeleri azaltır, anlaşma sağlar. Lobiler ise baskı gruplarının bir türüdür. Amaçları yalnızca karar alma mekanizmalarını çıkarlarına yönelik yasal düzenlemeler gerçekleştirmeleri için etkileyebilmektedir. Baskı grupları gibi örgütlenmiş kişilerin oluşturduğu topluluklar olarak lobilerin gerçekleştirdiği çalışmalara lobi faaliyetleri ya da lobicilik adı verilmektedir. Lobicilik yalnızca lobilere özgü bir dizi faaliyete verilen genel ad değil, baskı gruplarınca da belirli hedeflerine (karar almaya yönelik) ulaşmada uyguladıkları bir baskı metodudur. Lobi faaliyetleri kapsamında, çok sayıda yöntem ve teknikten yararlanılarak, özellikle yasal düzenlemeleri gerçekleştiren devlet görevlileri ile olumlu ilişki ortamının yaratılması istemektedir. Benzer yöntem ve tekniklerden yararlanan iki faaliyet arasındaki en önemli fark, hedef kitlelerinden kaynaklanmaktadır. Halkla ilişkilerin hedef kitlesi; çıkar sahipleri, toplum, müşteriler, kaynak ve kredi sağlayanlar, rakipler, düzenleyici ve denetleyicilerdir. Lobicilikte ise belli bir hedef kitle saptanmıştır. Bu hedef de, yasal düzenlemeleri gerçekleştiren, karar verici olarak önem taşıyan kanun yapımcılar, faaliyetlerin merkez noktası oluşturur. Belirlenen hedefe yönelik lobi faaliyetlerinde, alacağı kararlarda hedefi etkileyecek diğer devlet işlevlerine (yürütme ve yargı) yönelik çalışmalarda gerçekleştirilmektedir. Sonuç olarak lobi faaliyetleri hem halkla ilişkiler yöntem ve tekniklerinden yararlanan, hem de kendine özgü bir takım yöntem ve tekniklere sahip olan bir halkla ilişkiler etkinliğidir. Lobi faaliyetlerinin çalışma sahası çok çeşitlidir. Ülke içindeki menfaat sahiplerince veya bir ülkenin çıkarlarını yabancı hükümetler ve uluslararası örgütler nezdinde savunmak ile bu doğrultuda yasal düzenlemeler oluşturmak işi, lobiciliğin faaliyetlerinin yönlendirdiği temel çalışma alanıdır.

Anahtar Kelimeler : Lobi, Lobicilik, İletişim

Title of the Thesis: Lobbying and lobbying activities in Turkey	
Author: Şeyda TOP	Supervisor: Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU
Date accepted : 27/09/2017	Nu. of Pages: v (pre text) + 56 (main body)
Department: Political Science and International Relations Subfield : Political Science and International Relations	
ABSTRACT	
<p>Communication is a must, natural and inevitable fact for people. We communicate because we want to enter into relations, know and understand the environment around us. Communication is a social need. Either in social life or in politics, education, culture, technology, it fulfils the duty of being a tool. It gives ideas, educates, acknowledges, motivates, controls, teaches, lessens concerns, and provides consensus. Lobbies, on the other hand, are kinds of pressure groups. Their purpose is only to influence the decision-making mechanisms in a way to realize legislative regulations for their interests. The works carried out by lobbies which are known to be formed by organized communities, like pressure groups, are named as lobby activities or lobbying. Lobbying is not only a general name for a series of activities peculiar to lobbies but also a method of pressure which is applied in reaching their determined goals (devoted to decision making) by pressure groups. Within the scope of lobby activities, it is desired to create positive relationship environments especially with the government officials who realize legislative regulations by using various methods and techniques. The most significant difference between the two activities which uses similar methods and techniques arises in their target groups. The target group of public relations is interest groups, society, clients, fund and credit providers, competitors, regulators and controllers. In lobbying, on the other hand, a specific target group is determined. In this target, lawmakers who realize legislative regulations and are of vital importance in decision-making forms the focal point of their activities. In target-aimed lobby activities, works devoted to other governmental functions which would affect the target in their decisions (executive and judiciary powers) are also being realized. As a result, lobbying is a public relationship activity which both benefits from the methods and techniques of public relations and possesses a number of its own methods and techniques. The fields of activity for lobbying is very diverse. Defending a country's interests in the presence of other countries and international organizations and constituting legislative regulations are the main scope which lobby activities directs.</p>	
Key words : Lobby, Lobbying, Communication	

GİRİŞ

Demokratik yönetimlerinin günümüzdeki en belirgin özelliği düşünce özgürlüğüne verdiği değerdir. Şahıslar ve gruplar düşüncelerini rahatlıkla ifade edebildikleri bir ortamda yönetimin kararlarını kendi amaçları doğrultusunda etkileme çabası içine girmektedir.

Belirli amaçları olan baskı grupları bahsedilen gruplardandır. Belirledikleri ortak amaçlara ulaşmak için siyasi mekanizmanın tüm birimlerine ve kamuoyuna yönelik çalışmalar yürüten baskı grupları, çoğu ülkede önemli konuma sahiptir. Çok çeşitli görevleri ve amaçları bulunan baskı gruplarının belki de en önemli faaliyet alanı yasal düzenlemelerin yapıldığı yasama organıdır. Bu alana yönelik çalışmaları gerçekleştirmek amacıyla oluşturulan özel baskı grubu türüne "lobi" denilmektedir.

Lobiler yaşamaya yönelik faaliyetlerini sürdürürken yürütme ve yargı organlarını da gözardı etmemekte, pek çok lobi yöntem ve tekniği kullanarak bu hedeflerini etkileme yoluna gitmektedir. Gerçekleştirilen tüm bu çalışmalar "lobi faaliyetleri ya da lobcilik", bu alanda çalışan kişiler ise "lobici" olarak adlandırılmaktadır.

Lobi faaliyetleri halkla ilişkiler etkinlikleri kapsamında yer alan çalışmalardır. Benzer yöntem ve tekniklerden yararlanılmasına birbirleriyle iç içe faaliyetler olmalarına rağmen aralarında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Ancak sonuç itibarıyla lobcilik, halkla ilişkilerde siyasi mekanizmaya yönelik çalışmalarda başvurulan faaliyetler zinciridir.

Çalışmanın birinci bölümünde lobcilik, lobciliğin sınırları, özellikleri ve teknikleri ele alınarak literatür taraması yapılmıştır. İkinci bölümde, lobciliğin tarihi araştırılarak incelenmiştir. Son bölüm olan üçüncü bölümde ise, Türkiye'de Lobcilik ve baskı grupları araştırılarak çalışma tamamlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM : LOBİCİLİK

Lobiciliğin bir çok tanımı bulunmaktadır. Ana Britanica lobiciliği; "kişilerin ya da özel çıkar gruplarının siyasal karar alma süreçlerini etkilemek amacıyla başvurdukları girişimler" olarak tanımlamaktadır.

1.1.Lobicilik Kavramı, Sınırları ve Özellikleri

Belli bir kesimin tanıtımını yapmak veya bir grubun yaklaşımları doğrultusunda kamuoyu oluşturmak biçiminde nitelendirilebilecek olan lobicilik, bu anlamda halkla ilişkiler ve tanıtım kavramının genişletilmiş bir boyutudur. Amacı görüşlerin karşı tarafa istenilen doğrultuda en sağlıklı biçimde aktarılmasıdır. Lobicilik, kararları etkilemek isteyen kişi ya da kişilerin; hükümetteki, parlamentodaki veya karar alma sürecindeki kişileri, amaçları doğrultusunda etkilemek için kurduğu bir tür iletişim ve bilgi alışverişidir.

Dünyanın hemen her parlamentosunda resmi ya da gayri resmi yollardan yapılmakta olan lobicilik, İngiliz Parlamentosundan dünyaya yayılmış bir politik aktivitedir (Kodaloğlu,1994). İngiliz Parlamentosu toplantı salonu girişinde Lobi olarak adlandırılan bekleme alanında kendi problem ve taleplerini iletme ve benimsetme çabaları gösteren kişi ya da grup temsilcilerinin parlamento mensuplarına yönelik sürdürdüğü bu faaliyetlere lobicilik denilmiştir. Günümüzde lobicilik bilgi satışı ve alışverişidir yani birtakım kişi ve kuruluşların temsil ettikleri konuları, kendi menfaat ve talepleri doğrultusunda parlamentolere yansıtılmalarıdır.

Lobicilik, baskı grupları tarafından siyasi erki etkilemek ve ikna etmek amacıyla kullanılan bir halkla ilişkiler metodudur. Baskı gruplarının kullandığı baskı metotları çok çeşitli olmakla birlikte bu metotların en etkili kulisçilik olarak da tabir edilen lobiciliktir (Yanık,2001). Bu alanda çalışma yapan grupları, kendileriyle ilgili siyasi kararları doğrudan ya da kamuoyu baskısı vasıtasıyla dolaylı olarak etkilemeye çalışırlar. Bu etkileme faaliyetleri esnasında, baskı grupları kararların kendi istek ve amaçları yönünde alınmasını sağlamak amacıyla çoğunlukla doğrudan doğruya siyasal karar alma organları üzerine etki etmeye gayret ederler (Çomaklı,2003). Karar merkezleri olan parlamento, hükümet ve bürokratlara dönük olarak gerçekleştirilen bu faaliyetler lobicilik olarak adlandırılır. Baskı Grupları ile lobiciler arasındaki temel fark;

baskı grupları belirli çıkarlar çevresinde ve ortak amaca yönelik olarak kurulmuş olup, bu çıkar ve amaçlarını gerçekleştirebilmek için iktidarla ilişkileri çalışmalarının belli bir kısmını oluştururken, lobiciler, sadece yasama, yürütme ve bürokratlar üzerinde türlü yollardan etkinlik sağlayarak karar aldırma amacını güderler.

Terim olarak lobicilik, menfaat elde etmek gayesiyle bir araya gelerek, parlamentoda, nüfuzlu çevrelerde, medyada çıkarıcı bir siyaseti etkin kılmaya çalışan kişilerin oluşturduğu topluluk olarak tarif edilir (Yanık,2001). Bu kapsamda lobici de, ikna ve inandırma tekniklerini uygulayarak, devletin karar verme mekanizmaları üzerinde baskı oluşturur ve politik kararları temsil ettiği grubun veya bir ülkenin lehine ya da aleyhine çevirmeye çalışır.

Kongre ya da senatoda, bir yasanın yanında veya karşısında, onu kabul ya da reddettirmek için yapılan sözlü ya da yazılı etki etme çabaları (Healy ve Thompson,1979) olarak tanımlanan lobicilik, bir başka tanıma göre ise; çeşitli çıkar grupları tarafından gerçekleştirilen, hükümet kararlarını ya da yasama faaliyetlerini etkilemeyi amaçlayan çalışmalardır. ABD açısından lobicilik özde; sıradan bir vatandaşın, ya da menfaat grubunun hükümete ya da kongreye bilgi sunarak ve talepte bulunarak, Birleşik Devletler Kongresinden çıkacak olan bir yasayı istenilen bir şekilde çıkarmak ya da tam aksine menfaatlerine ters düşüyorsa bozmaya çalışmasıdır (Zorack,1990). ABD'de lobici; baskı grubu olup, en geniş anlamıyla; kongre, Beyaz Saray, hükümet ve mahalli yasa organlarının kararlarını belirli amaçlar doğrultusunda etkileme çalışmalarını devam ettiren kuruluşları veya kişileri ifade eder. Dar anlamdaysa, lobici; başka kişi ya da kişiler adına yasaları etkilemek amacıyla (Bayramoğlu,1985), kanun yapıcılarla doğrudan ilişki kuran kişidir.

Lobicilik, aynı zamanda lobi faaliyetleri ile ifade edilen tüm faaliyet tanımlarını içeren ve yürütülen çalışmalara verilen genel isimdir. Lobicilik en yalın ifadeyle, lobicilerce kamu yönetiminde yer alan kanun yapıcı parlamenterler ya da karar verici konumunda olan kişiler olan bürokratları bilgilendirme ve kendi görüş ve düşünceleri doğrultusunda etkileme çabasıdır (Dinçer,1998). Genel şekliyle lobicilik; bireylerin, halkın, baskı gruplarının, şirketlerin ya da lobilerin, ülkelerinde veya yabancı ülkelerdeki yasama yürütme hatta yargı organlarına yönelik, çıkarları doğrultusundaki yasaların desteklenip, aleyhte düzenlemelere karşı çalışma konularında, baskı gruplarının yetkilileri, ülke

temsilcileri veya kiralananan lobiciler aracılığıyla (Dinçer,1998) sürdürülen planlı eylemler dizisine verilen addır.

Tüm siyasal sistemler de kabul gören, ancak ABD'de ayrıca bir önem taşıyan lobicilik, uygulamada ki haliyle kamu görevlilerine meclis koridorlarında ulaşmakla yetinmeyip, otellerde, evlerinde veya mektup ya da telefon kanalıyla ulaşılması çabalarını da içermektedir (Peltekoğlu,2001) . Parlamenter sisteminin bir parçası kabul edilen lobiciliğe, küresel firmaların yanısıra, sendikal gruplar ve tüketici grupları da gerek duyar. Kamuoyunu etkilemek amacıyla modern iletişimin tüm teknik özelliklerinin kullanıldığı bir alan olan lobi faaliyetlerinde, büyük ölçekte halkla ilişkiler kampanyalarında da yararlanılmaktadır.

Lobiciler kendileriyle ilgili kanun çıktıktan sonra sadece bu kanunun çıkarılmış olmasıyla yetinmez, bu kanunun uygulanmasında aktif bir rol üstlenecek olan kişilerin atanmasına da çaba gösterirler (Çomaklı,2003) ve bu şekilde, çıkartılmış olan kanunun lehlerinde uygulanmasına çalışırlar.

Karar mekanizmalarını etkilemek için yapılan özel girişimlerle bu organlara yönelik kitlesel bir ilişki çabası kurmak amacıyla olan lobicilik faaliyetlerinin niyeti, hedef kitleyi belli bir inanç ve eylemlere yöneltmek ya da bu doğrultuda etkilemektir (Peltekoğlu,2001).

Bugünkü tarzıyla Lobicilik faaliyetleri iki şekilde karşımıza çıkar. Öncelikle, karanlık bir güç olarak; lobilerde, koridorlarda, kapalı kapılar ardında, karar mecralarını etkilemeye çalışan, hedefe ulaşmak nedeniyle her yolun mubah olduğunu düşünen, diğeri ise, bilimsel araştırmalara ve fikirlere dayandırılarak menfaatlerini savunanlardır. Çalışma şekli ayrı olmakla birlikte, amaç ve varılmak istenen hedef aynıdır. Nihai hedef savunulan tezin, dosyanın kabul görmesidir.

Asıl olarak bir Anglo-Sakson uygulaması (Kazancı,2002) olan lobicilik, özellikle ABD'de oldukça yaygın bir şekilde uygulanmaktadır. ABD'de yurttaşların seçtikleri milletvekillerinin beklentilerini yeterince karşılamamaları ABD'deki klasik anlayıştaki siyasi particiliği azaltmakta, yerine aktif kişiler ya da tek bir konuda uzmanlaşmış kuruluşların yer bulmasına ve faaliyet yapmasına neden olmaktadır. Ülkenin çeşitli

eyaletlerinde yaşayan vatandaşlar, lobiciler kanalıyla, seçim bölgelerine bakılmaksızın görüşlerini ilgili meclis üyelerine aktarabilmektedirler (Dinçer,1998).

Lobi faaliyetlerinin ABD'de bu ölçüde gelişmesinde ABD toplumunun yapısının da önemli bir etkisi olmuştur. Herhangi bir ABD yurttaşı eğitim çağı başladığı günden itibaren okul kulüplerine, gençlik kuruluşlarına, kilise gibi dini kurumlara örgütlere bağlıdır. Bunun neticesinde Amerikan toplumu dolaylı olarak siyaset hayatında bir grup hareketliliğine hazırlanmış olmuştur. Bu siyasi canlılık geliştikçe, baskı grupları da büyümüş ve gelişmiştir (Bayramoğlu,1985). Tüm bunların neticesinde Amerika Birleşik Devletleri Parlamentosu ve Yönetimi üzerindeki lobicilik uygulamaları başlı başına bir sektör haline gelmiş, yasama, yürütme, yargı üçlüsünden oluşan Amerikan yönetimi zincirine dördüncü halka olarak eklenen düşünce üreten kuruluşlardan (Think Tank) sonra (Kodaloğlu,1994), kimi siyaset bilimciler için yönetimin beşinci kolunu teşkil eden bir öge olmuştur.

Lobicilik, öncelikle hükümet ile ilgili karar verme mekanizmalarını hedef alan bir eylem olduğundan, özel kurumların ve kuruluşların bazı gruplarca veya kişilerce etkilenmeye çalışılması, lobicilik tanımının kapsamı dışında tutulmalıdır (Arı,1997). Tüm lobi hareketleri ilk zamanlarından itibaren hükümet kararlarını etkilemek amacıyla planlanır ve uygulanır. Bu yandan bakınca sonuç olarak, hükümet kararlarını etkilemiş olan ancak ilk etapta bu amaçla yönlendirilip uygulamayı başaramamış eylemler de lobicilik sayılmamaktadır.

1.2. Lobicilerin Görevleri ve Özellikleri

Genel olarak siyasi mekanizmanın, amaçlanan çıkarlar doğrultusunda etkilenmesi şeklinde özetlenebilecek olan lobicilerin görevleri, hükümet ilişkileri, halkla ilişkiler, ilişkileri düzenleyici istihbarat, yasal danışmanlık ve başkent faaliyetlerinin düzenlenmesi (Dinçer,1998) olarak sıralanabilir. Bu görevlerinin kapsamının oldukça geniş olması nedeniyle lobiciler bunları gerçekleştirmek için; resmi toplantılara katılma, yönetimin değişik kademelerindeki danışma gruplarına bilgi sunma, şehir veya eyalet vatandaşlık bürolarında hizmet verme, sosyal kulüplere katılma, hayır kurumlarında hizmet vererek yönetim kurullarında ve her türlü toplantılarında görev alma, Komite oturumlarına katılma, müşterilerine yaptıkları faaliyetler konusunda rapor sunma, yönetimin çeşitli kademelerindeki görevlileri ziyaret etme, medya ile karşılıklı bilgi

akışını sağlama, seçim bölgesindeki kişileri herhangi bir durum karşısında harekete geçirme, seçim kampanyalarında ilgilenilen görevlilere maddi ve manevi yardım sağlama, toplantılar, paneller, seminerler vb. gibi bir takım organizasyonlar düzenleme, görevlilerle temsil edilen müşterileri tanıştırma, kamuoyu nezdinde, savunulan fikre ve sürdürülen faaliyetlere karşı olumlu imaj yaratma (Dinçer,1998) vb. ve genel olarak, tüm lobi teknik ve yöntemlerinin uygulanması gibi çeşitli yollara başvurur.

Güçlü çıkar ve baskı grupları, yasaların kendilerine daha fazla imtiyaz ve ayrıcalık vermesini sağlamak amacıyla lobicilik faaliyetleri uygulayarak çok sayıda yasa teklifi verir veya mevcut yasalarda değişiklik yapılması için baskıda bulunurlar. Ortaya çıkan bu çok sayıdaki karmaşık yasalar ise bu yasalar konusunda uzmanlaşmış kişilerin de yetişmesini veya ortaya çıkmasını gerektirir. Bu nedenle ki avukatlar, muhasebeciler, askerler ve diğer devlet görevlileri ile irtibat kuracak profesyonel yetkililer bu süreçte ek bir grup olarak (Çaha,2003) ortaya çıkar.

Yalnızca lobici olarak tanımlanan kişilerce değil baskı grubu seçkinlerince de yerine getirilmekte olan lobicilik, özgür siyasal kararların alınmasını veya istenilen hükümet görevlilerin atanmasını sağlamak için de yapılabilir (Budak ve Budak,1995). Lobciler ya da kanun simsarları ya da kulisçiler genellikle meclis koridorlarında parlamenterlerle veya hükümet üyeleriyle ilişki kurarak belirli konuda bir yasanın çıkarılması için faaliyette bulunan, onları ikna etmeye çalışan kişilerdir (Akad,1979). Bu kişiler örgütlenmiş bir baskı grubunun adamı olabilecekleri gibi, Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi bağımsız çalışan ve sadece bu işten geçimlerini sağlayan kişiler (Akad,1976) ya da iktidar ve yasama organı ileri gelenleriyle dostluk kurmuş olan (Akad,1976) kişiler de olabilir.

Lobicilik, uzman olunan konuda etkin bir iletişim yeteneğine sahip olunmasını gerektirir. Eğitim, tecrübe, yüz yüze iletişimde başarı ve ihtisas alanlarında geniş bilgiye sahip olanlar ya da bu koşulları yerine getirmiş kişiler lobicilik alanında daha başarılı sonuçlara varabilirler (Dinçer,1998). Lobici yetiştiren özel bir okul yoktur. Lobiciliğin ana vatanı olarak kabul edebileceğimiz Amerika Birleşik Devletleri'nde lobicilik mesleğinde arzulanan kariyeri elde edebilmek için akıcı bir şekilde İngilizce konuşmak, iletişim ve halkla ilişkiler alanında üniversite düzeyinde eğitim almış olmak gereklidir. Lobici iletişim becerilerini geliştirerek yazılı ve sözlü hitabette en üst seviyeye

çıkarmalıdır, bu yüzden iletişim veya gazetecilik alanlarında alacağı eğitim kendisine faydalı olacaktır (Zorack,1990). Birçok gazeteci ve halkla ilişkiler uzmanı da sahip oldukları düzgün konuşma ve yazma yeteneğinden dolayı doğal olarak birer lobcidirler (Dinçer,1998). Kamu yönetimi, siyaset bilimi, hukuk gibi alanlarda uzmanlaşmış kişilerin bu yetenekleri ise lobici olmaları için tek başına yeterli değildir çünkü lobicilikte en önemli unsur ikna yeteneğidir. Ancak tabi ki bir lobici devletin işleyişini, siyasetin ruhunu ve yasaları (Zorack,1990) çok iyi bilmek zorundadır.

Lobicilik mesleğinde tecrübe oldukça önemlidir. Lobicilik faaliyeti insanlarla ilgili sürekli değişip, gelişen bir faaliyet ağıdır. Bu ağ lobicilik mesleğinde çalışılan süre arttıkça genişler. Uygulanabilecek faaliyetlerden, tanınan kişi sayısındaki artışa kadar, pek çok noktada karşılaşılan sorunların çözümünde lobicilik alanında edinilen tecrübe sonucunda doğal olarak varılabilir (Dinçer,1998). Kongrede çalışmak ta kongrenin işleyişi hakkında doğrudan bilgi sahibi olabilmek anlamında lobicilik alanında yetişmek için bir staj yeri olabilir. Eski kongre çalışanları gibi kongre komitelerinde çalışmış olan kişilerde lobicilik sektörüne en çok eleman yetiştiren alanlardan birisidir (Zorack,1990). Kongre komitelerinde görev almış olan kişiler parlamentonun yöntemlerini ve komitelerin işleyişini iyi bilmeleri ve komite üyeleri ile birlikte burada görev alan bürokratlarla yakın ilişki içerisinde bulunmuş olmaları nedeniyle lobicilik sektöründe kendilerine avantaj sağlarlar.

Lobicilerin, devlet mekanizması içerisinde her sorunun üstesinden gelebilecek, imkânsız başarıları düşünülmemelidir. Lobiciler; başarılı olabilmek için vergi, uluslararası ticaret gibi belli bir takım özel konularda uzmanlaşmış olmalıdırlar. Bir lobicinin devletin işleyişi hakkındaki tüm bilgileri bilmesi imkânsızdır (Zorack,1990). Lobiciler uzmanlaştıkları alan ile ilgili geniş bilgiye sahiptir. Bu nedenle çoğu kez bu alanlarda bilgi derlemeye zamanı olmayan ya da bu konularda yeterli bilgi sahibi olamayan kanun koyucular ve devlet görevlileri tarafından sürekli bilgilerine başvurulur (Dinçer,1998).

Lobiciler politik sistemin işleyişini ve parlamenterlerle nasıl ikili ilişkiler geliştirileceğini çok iyi bilmek zorundadırlar. Bu yüzden birçok lobici eski parlamenterler ve parlamento çalışanları arasından çıkmaktadır (Grant,1992). Lobiciler, baskı grupları ile politikacılar arasındaki iletişim bağlantısıdır. Parlamenterlere bilgi ve

yasa taslakları sağlarlar, bu sayede ileriye dönük sağlam ve dostane ilişkiler geliştirmeyi umarlar. ABD’de parlamenterlerin pek çoğu baskı grupları ve lobcilerin yasama ve yürütme organları açısından faydalı birer bilgi kaynağı olarak görmektedirler, bu yüzden lobcilerin kendi üzerinde kurmak istedikleri baskıyı daha az hissederler.

Lobicilerin kanun yapıcılarla kuracakları ilişki ne kadar sıkı olursa mesleki başarısı da o derecede artar. Olumlu bir ilişki ortamının oluşturulması lobciler için çok önemli bir görevdir. İkna, iletişim ve inandırma yöntemlerini kullanmalarının yanı sıra, bir lobcinin dürüst, sabırlı, güvenilir, sözünün eri, anlayışlı (Dinçer,1998) vb. özelliklere sahip olması gerekir. Lobciler, siyasal düzende kendilerini ilgilendirecek kararları alabilecek yetkililer ve makamlarla direk ilişkiler kurarak, onları amaçlarına inandırmaya, kendilerine yardımcı olanları maddi ya da manevi (Yanık,2001) bir takım desteklerle ödüllendirmeye çalışırlar.

Tüm bunların ışığında iyi bir lobici; deneyimli ve girişken bir halkla ilişkilerci, siyaset diline hâkim usta bir yazar ve iyi bir konuşmacıdır (Zorack,1990). İyi bir lobici yasama usul ve metotlarına hâkimdir. İyi bir lobici, değişik durumlara çok çabuk ayak uydurabilecek esnekliğe sahip, yetenekli, karşısındaki kişiye güven hissi veren ve dürüst imajı uyandıran kişidir. İyi bir lobici kongrenin vereceği beklenmedik tepki riskine karşı halkla ilişkiler ve medya araçlarını en etkin bir biçimde (Zorack,1990) kullanan kişidir.

1.3. Lobcilik Yöntem ve Teknikleri

Lobi ve baskı grupları, sahip oldukları kaynaklarına, içinde buldukları duruma ve amaçlarına uygun olan her türlü yöntemi ve tekniği kullanmaktadırlar. Eğer bir baskı grubu lobcilik ile Kongre'deki çalışmasından bir sonuç alamamışsa çabalarını yürütme organına yönelik olarak devam ettirebilir. Herhangi bir başarısızlık durumunda bir veya iki yıl aradan sonra konuyu tekrar tekrar Kongre'nin gündemine sokmaya da çalışabilir (Arı,1997). Bu sürecin ne kadar devam edeceği önceden öngörülemmez.

En etkili olan yöntem ve tekniğin seçilebilmesi, üzerinde çalışılan konuyu destekleyen ya da karşısında olanların gücüne, yasama organları mensuplarının konuya yaklaşımlarına, sahip olunan bütçe ve zamana, grupların etnik görüşleri ile ürettikleri politikalara ve lobcilerin geçmiş tecrübelerine (Dinçer,1998) bağlı olarak değişiklik gösterir.

1.3.1. Lobicilik Yöntemleri

Lobicilik yöntemleri, lobicilik süreci içerisinde uygulanan dört temel yönetime işaret eder. Uygulanan diğer yöntemler doğrudan ya da dolaylı olarak bu dört temel yönetime bağlıdır.

1.3.1.1. Doğrudan Lobicilik

Doğrudan lobicilik en etkili lobicilik uygulaması olarak kabul edilir (Bayramoğlu,1985). Lobicilerin hedefle; kişisel, doğrudan, yüz yüze kurmuş olduğu ilişkidir. Savunulan konunun oluşumu ile teknik yönleri hakkında muhataba aydınlatıcı bilgi sunulur.

İç lobicilik olarak da isimlendirilen doğrudan lobicilikle anlatılmak istenen, kongre üyelerine yönelik yürütülen bütün kongre içi faaliyetlerdir. Bu faaliyetler ile amaçlanan doğru kongre üyesine, doğru anda, doğru mesajın ulaşmasının sağlanmasıdır (Dinçer,1998). Doğrudan lobicilikte bilgi alışverişi veya iletişim, yorum gerektirmeyecek bir biçimde doğrudan doğruya baskı grubunun temsilcisi lobici ile karar alma sürecindeki yetkili kişi arasında gerçekleşir (Arı,1997). Baskı grupları temsilcileri olan lobicilerin, kanun koyucuları bizzat ziyaret ettiği, iyi ilişkiler kurmayı amaçladığı doğrudan lobicilik, yasama sürecinde bir çok grup tarafından kullanılan ana stratejiyi oluşturur (Dinçer,1998). Lobiciliğin tarihi kadar geçmişe dayanan bu yöntem çoğunlukla bir başına yeterli olmasa ve önceliği dolaylı yürütülen lobi faaliyetlerine bıraksa da, esasında seçilen her lobi yöntemi ve tekniği özünde doğrudan lobicilik yoluyla toplanan ve iletilen bilgilere dayanmaktadır.

Doğrudan lobicilik uygulamaları temelde belirli bir yasanın çıkması veya önerilen bir yasa tasarısı üzerinde ya da mevcut bir yasa üzerinde günün koşullarına göre bir takım değişikliklerin yapılması konusunda Kongre üyelerinin birebir ikna edilmesi çabalarıdır (Kodaloğlu,1994). Bu tarz lobicilik uygulamalarında lobiciler, parlamenterler ve kamu yöneticileri ile ikna görüşmeleri yapar. Bu yüzden ABD’de Parlamenterlerin, hükümet üyelerinin ve çeşitli bürokratların zamanlarının büyük bir kısmı, çıkar ve baskı gruplarının temsilcileri olan lobicileri kabul etmekle geçer. Bu metot, baskı grubu temsilcileri ile parlamenterler, kamu yöneticilerini ve bürokratları karşı karşıya getiren bir uygulama olup, grupların bilgi ve uzmanlıklarını kanun koyuculara aktardığı bir

metottur (Ay,2003). Bu şekilde gruplar kanun koyucuların işlerine bir ölçüde yardımcı olurken kendi isteklerini de hazırladıkları raporlarla kanun koyucuların dikkatine sunmuş olurlar.

İşinin uzmanı bir profesyonel tarafından yapılacak olan kişisel ziyaretler çok önemlidir. Konu hakkında bilgisi olmayan ya da kabaca bilgi sahibi olan, duygusal hareket eden amatör baskı grubu temsilcileri (Zorack,1990) tarafından yapılacak olan ziyaretler amaca ulaşmada etkisiz kalır.

Ayrıca lobiciler siyasetçi, yüksek dereceli bürokrat ve memurlarla ilişki kurarak, bu kişilerden büyük paralar karşılığında kendileri için makale satın alır, şereflerine toplantılar düzenlerler, yüksek ücretlerle konferanslar veririr (Yanık,2001) ve bu şekilde savundukları davalarına destek olmalarını kolaylaştırmaya çalışırlar.

1.3.1.2. Dolaylı Lobicilik

Dış lobicilik olarak ta tanımlanan dolaylı lobicilik yönetim süreci üzerine yapılan kamu baskısını organize eder (McFarland,1993). Dış lobicilik Kongre dışında uygulanan, İç lobiciliği destekleyici bir çalışmadır.

Tek başına bir lobi, baskı grubu adına onun çıkarlarını; çevre, yönetim, vergilendirme gibi sorunların tümünü ele alarak savunamaz. Bu şartlarda lobinin kaynakları öylesine dağınık bir hale gelir ki, grubun sorunlardan herhangi birisini bile çözmek neredeyse imkânsız hale gelir. Ayrıca bu koşullarda yürütülecek olan lobicilik faaliyeti, tüm sorunların anlaşılabilmesi için gerekli, yüksek sayıda uzman bir kadronun kurulmasını zorunlu kılar ki bu da grubun bütçesini had safhada zorlar. Sonuçta, tüketim, çevre, yönetim ve vergi uzmanları ile lobiciler arasında örgütün kıt kaynaklarının kullanımı ile ilgili olarak gelişen rekabet, grubu zayıf düşürecek bir çatışma ortamının doğmasına neden olur (McFarland,1993). Bu olumsuz gelişmenin önüne geçebilmek için lobi şirketleri belli bir takım işlevleri doğrudan kendisi değil, imaj oluşturma ve kamuoyunu yönlendirmeye yönelik örgüte bağlı veya bu konuda uzmanlaşmış olan bir halkla ilişkiler şirketi aracılığıyla yürütür.

Bu alanda faaliyet gösteren şirketler, kendilerinin bu konuda yetersiz kaldığını düşünen veya Amerikan siyasi sistemine yabancı oluşlarından dolayı ortaya çıkan dezavantajı telafi etmeyi amaçlayan dernekler, şirketler, meslek örgütleri veya yabancı ülkeler

tarafından belli bir ücret karşılığında tutulurlar (Arı,1997). Bu şekilde temelde yürütülen lobicilik çalışmalarına aktif destek olunması ve grubun kamuoyu gözündeki itibarı ve popülaritesinin artırılması amaçlanır

Büyük lobi firmaları yalnızca yasa koyucular, yardımcıları ve hükümet üyeleriyle temas etmekle kalmaz aynı zamanda binlerce yasa ve tüzüğü takip eder, dosyalar; seçmenlerle sürekli olarak iletişimin canlı tutulmasını sağlar ve medyada görüş belirtecek insanlar bulur. Halkla ilişkiler şirketleri ise medya organlarıyla yakın ilişki kurarak ya da siyasi amaçlı dernekleri harekete geçirerek seçmenleri siyasi sürece müdahale etme konusunda özendirir. ABD'de hemen her lobi şirketinin sözleşmeye bağlı olarak birlikte çalıştığı bir halkla ilişkiler şirketi vardır (Kodaloğlu,1994). Lobi şirketi kendi işini yaparken halkla ilişkiler şirketi de medya ile ilgili konularla ilgilenir, lobi şirketinin yükünü hafifletir, medya ve kamuoyu desteği sağlar.

1.3.1.3. Halkla Dayalı Lobicilik (Grass-Roots Lobbying)

Doğrudan uygulanan lobicilik faaliyetleri kendilerini ifade edebilen bir kitle tarafından desteklendiğinde daha etkili olmakta, aksi takdirde dar çerçeveli konular dışında başarı sağlamak güçleşmektedir. Seçilmiş politikacılar, uyguladıkları politikalara destek veren ya da karşı duran kitle üyelerinin boyutu ve etkinliğinden etkilenirler (Grant,1992). Amerika Birleşik Devletleri halka dayalı lobicilik baskısına dünyadaki diğer tüm devletlerden daha duyarlıdır. Partiler ve üyelerin bir sonraki seçimlerde yeniden seçilmeleri garanti olmadığından seçmenlerle iletişime önem verir ve tepkilere karşı hassas olurlar, buda yerel meclisler ve kongreyi ve dolayısıyla buralarda alınan kararları etkiler. Kimi Kongre üyeleri bu tür kampanyalarla bakış açılarının değişmeyeceklerini düşünseler de, halka dayalı lobicilik programına dâhil edilmiş olan bağlı oldukları parti tarafından fikirlerinde değişiklik yapmaları için zorlanabilirler (Zorack,1990). Halka dayalı lobicilik hareketinin mantığı basittir; eğer kamuoyu bir tasarının arkasındaysa o tasarı geçer, değilse geçmez (Wittenberg ve Wittenberg,1994). Bu yüzden baskı grupları sahip oldukları seçmen statüsündeki (Dinçer,1998) üyelerini harekete geçirerek, Kongre mensupları üzerinde etkili olmaya çalışırlar.

Halka dayalı lobicilik çalışmasının başarılı olabilmesi için baskı gruplarının ilk başta etkilemeleri gereken kesim kendi üyeleridir. Baskı grupları kendi davaları konusunda öncelikle kendi üyelerini ikna etmek ve desteklerini almak durumundadırlar

Çalışmaların sağlıklı yürütülebilmesi için iletişimin kanallarının verimli kullanılması gerekir. Tabanı kısa sürede harekete geçirebilmek için haber bültenleri, bildiriler, toplantılar, mektuplar ve gibi iletişim kanallarından faydalanılır (Zorack,1990). Günümüzde internetin yaygınlaşması ile birlikte lobi kuruluşları için tabana ulaşmak eskisine göre çok daha hızlı ve hesaplı bir hale gelmiştir.

Halka dayalı lobcilik uygulamalarında medyanın yeri çok önemlidir. Tabana ulaşmanın en kestirme ve en etkili metodu medyanın kullanılmasıdır. Medyanın etkinliği tabanın yanı sıra aynı zamanda diğer seçmenleri, hükümeti, kongre üyeleri ve bürokratları da etkileyebiliyor olmasındadır(Zorack,1990). Ayrıca kongrede yapılan oturumlarının televizyon kuruluşlarından halka aktarılması medyanın lobcilik açısından önemini daha da artırmaktadır.

Başarılı bir halka dayalı lobcilik kampanyası; savunulan davaya inanmış, konu hakkında sağlıklı biçimde bilgilendirilmiş, çok sayıda insanı aynı amaç doğrultusunda bir araya getirir (Wittenberg ve Wittenberg,1994) ve konuya destek veren kongre üyelerinin düzenlenecek organizasyon içerisinde yer almaları sağlanarak, kampanyaya katılanların görüntülerinin medya aracılığıyla eşzamanlı olarak (Wittenberg ve Wittenberg,1994) yasa koyuculara yansıtılması sağlanır.

Halkla dayalı lobcilik uygulamaları sonucunda, Washington'daki lobcinin siyasi becerisi, seçim bölgesindeki seçmenin mesajları ve baskısı ile desteklenir.

Söz konusu yöntemle kimi zaman milyonlarca insan ağırlıklı olarak mektup ve diğer iletişim kanalları aracılığıyla başkentteki lobcilik faaliyetine ortak edilir (McFarland,1993). Seçim bölgesi baskısı olarak ta adlandırılan bu tarz bir hareket baskı grubu üyelerinin kendiliğinden oluşturduğu bir olgu değildir. Baskının oluşabilmesi için, baskı grupları ve lobcilerin yüksek uyuma sahip çalışmalarına gereksinim duyulur (Dinçer,1998). Bunun sonucunda Kongre üyeleri üzerinde oluşturulan seçimlerde başarılı olamama yani seçilememe endişesi siyasetçileri seçmen baskılarından çekinen bir hale getirir ve bu da onları baskı grubunun taleplerine açık bir pozisyona iter.

En modern ve karmaşık iletişim kanalları ve halkla ilişkiler tekniklerinin çokça kullanılmasıyla yerine getirilen (Zorack,1990) lobcilik kampanyalarının halka dayalı yönteminde kullanılan baskı teknikleri arasında; grup üyeleri ile bürolara ziyaretler

düzenleme, medya ile ilgilenme, Kongre üyelerine yoğun bir biçimde mektup, telefon, telgraf, faks, dilekçe, e-mail veya kartpostal vb. gönderme gibi seçenekler vardır (Dinçer,1998). Heyetler oluşturarak kongreye yapılacak ziyaretlerle istek ve öneriler birinci elden kongre mensuplarına iletilmesi açısından önemlidir. Oluşturulacak heyetteki insan sayısının çokluğu (Zorack,1990) muhatabı, büyük olasılıkla etkileyecektir.

Grup üyelerinin katıldığı yürüyüş, gösteri ve mitingler düzenlemek, baskı grubunun dava konusu olan durumlarda mahkemelerde tanıklık etmek, üniversite, dernek, vs. yerlerde konferanslar ve paneller düzenlemek gibi bir dizi yöntemle kamuoyunun ve yönetim kademesinde bulunan kişilerin dikkatlerinin çekilmesine çalışılır (Bayramoğlu,1985). Baskı grupları, gövde gösterisinde bulunmak, üyelerinin kalabalık ve güçlü bir yapıya sahip olduğunu göstermek amacıyla Washington'da ya da diğer eyaletlerin başkentlerinde gösteriler, yürüyüşler düzenlerler (Grant,1992). ABD için, saydığımız bu yollardan en etkili ve popüler olanı, posta ile yürütülen halka dayalı lobi kampanyalarıdır. Özellikle mektup gönderme yöntemi ABD'de başlı başına bir kitle propagandası niteliğini taşır (Bayramoğlu,1985). Bilgisayar teknolojisindeki gelişme, düşük ücretli ve hızlı çalışan telgraf servisleri (Dinçer,1998), baskı gruplarının fikirlerini etkilemeyi amaçladıkları Kongre üyesine ulaşım, olumlu sonuçlar alınmasına katkıda bulunmaktadır.

Halka dayalı lobicilikte doğallık, en önemli husustur (Arı,1997). Doğallıkla kastedilen ise; binlerce insanın kendiliğinden harekete geçerek kaleme ve telefona sarılıp organize bir görüntü vermeden Kongre üyesine ulaşıyormuş izleniminin uyandırılmasıdır. Ayrıca dikkatli düzenlenmemiş zayıf ve etkisiz aynı zamanda kontrolden çıkıp şiddetin ön plana çıkabileceği organizasyonlar ise grubun çıkarları için faydadan çok zarara (Grant,1992) sebep olur.

Halka dayalı lobicilik basitçe; titizlikle hazırlanmış iletişim faaliyetleriyle telefon, telgraf, faks, e-posta ya da kişisel ziyaretlerle kongre üyelerine seçmenlerinin düşünceleri hakkında bilgi sağlayan tekniklerden herhangi biri olarak ifade edilebilir (Zorack,1990). Son zamanlarda kitle iletişim araçlarında özellikle bilgisayar ve internet ortamındaki gelişmeler, bu tekniğin daha etkin ve kolay olarak kullanılmasını sağlamıştır. Halka dayalı lobicilik faaliyetinin özü, son tahlilde seçmenin siyasal karar

vericiyi etkilemesine yönelik bir iletişim süreci olmasıdır. Bütçeleri kısıtlı ama aktif üyeleri sayıca çok olan gruplar için yüksek ölçekte maddi kaynak gerektiren doğrudan temaslardan ziyade sıklıkla bu tür halka dayalı lobicilik organizasyonlarının gerçekleştirilmesi çok önemli lobi faaliyetleri için tamamlayıcı, artı bir özellik olarak ortaya çıkar. yâda diğer kanallardan yapılan temasların başarısız olduğu durumlarda alternatif bir metot olarak ta kullanılır.

1.3.1.4. Başkan Tarafından Yürütülen Lobicilik

ABD'de Başkanın önemli bir takım yetkilerle donatılmış olması onu, dışarıda yabancı hükümetler ve içeride baskı grupları, lobiler, medya ve bürokrasi tarafından; aldığı ya da almak istediği kararları kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmeye çalışan oldukça geniş bir baskı ağı altına iter (Dinçer,1998). Söz konusu bu baskıya rağmen ABD'de Başkan, yine de Kongreye karşı en güçlü baskı kaynağı durumunda bulunmaktadır. Yönetici kadroda yer alan Başkan ve yardımcısı kadar hiç kimse kanun yapıcılar üzerinde ikna gücüne sahip değildir. Bunun nedeni Başkanın elinde tuttuğu anayasal yetkiler sayesinde düzenli ve sürekli olarak Kongre üzerindeki baskıyı organize edebilme gücüne sahip olmasından kaynaklanır. Birleşik Devletler Anayasasının bu konuda oldukça muğlak bir yapıda olması başkanların kendilerine özgü yöntemler geliştirerek daha da etkili olabilmelerine neden olur.

Yine de Amerikan demokratik sisteminde gücün tamamı Başkanda toplanmaz. Başkan bu gücü Kongre ile paylaşır. Yani Başkan önerir ve Kongre öneriye son şeklini verir. Güçlerin birbiriyle rekabeti anlamına da gelen bu durumlarda Başkan belli bir konudaki politikasının yasaya dönüşmesini isteyebilir, ancak 535 üyeli Kongrenin çoğunluğu aynı görüşü paylaşmadığı takdirde bu isteği kabul görmez (Kodaloğlu,1994). Lobicinin bu noktadaki görevi öncelikle Başkanı ikna etmektir. Ancak Başkana ulaşmak oldukça güç bir iştir, lobiciler başkana ulaşabilmek için öncelikle Başkana yakın pozisyonda olan kişilerle yakınlaşmaya ve onların aracılığıyla isteklerini Başkana iletmeye çalışırlar (Grant,1992). Amaç Başkanın ikna edilmesi suretiyle taleplerin doğrudan Başkan tarafından Kongre üyelerine iletilmesini sağlamaktır. Başkan tarafından Kongrenin gündemine getirilecek olan bir konunun kabul edilmesi olasılığı oldukça yüksektir.

Başkan; telefon görüşmeleri, mektuplar veya doğrudan, yüz yüze görüşmeler ve hükümetin diğer üyelerini yönlendirmek sureti ile uyguladığı lobicilik faaliyetleriyle alınacak olan kararlarda Kongre üyelerine etki etmeye çalışır.

Ancak, tüm bu etkinliğine rağmen Başkana ulaşmak oldukça güç bir iş olduğundan, lobici diğer kongre üyelerini kendi lehine çevirip, grubun hedefi ya da davası adına harekete geçirerek Başkanın ikna edilmesi yolunda çaba da gösterebilir.

1.3.2. Lobicilik Teknikleri

Lobi stratejisinin prensipleri belirlendikten sonra çeşitli teknikler uygulanmak kaydıyla lobi faaliyetleri yapılır. Ancak bu tekniklerin hiçbirisi yüzde yüz başarıyı garanti edemez (Zorack,1990) sadece lobici içerisinde bulunduğu duruma göre en iyi sonucu vereceğini düşündüğü tekniklerden birini seçer ve uygular.

1.3.2.1. Yüz Yüze İletişim, İkna

Kongre, senato ya da temsilciler meclisi üyelerine yaklaşmanın ilk ve en önemli basamağı, bu kuruluşların çalışanlarıyla diyalog ve yakın ilişki kurmaktır (Wittenberg ve Wittenberg,1994). Bir Kongre üyesiyle yüz yüze konuşmak mektup yazmaktan çok daha etkili bir metottur (McFarland,1993). Bu şekilde Kongre üyesi veya bürokrat lobcinin kim olduğunu ve ne istediğini daha iyi kavrar. En az bir defa bu tarz bir temas gerçekleştikten sonra, telefon veya mektupla da bu iletişim sürdürülebilir (Arı,1997). Savunulan konu ile ilgili mesaj, muhataba hem konuşma hem de vücut dili yardımı ile aktarıldığından, yüz yüze iletişimde lobcinin dışa dönük bir kişilik yapısına sahip ve güler yüzlü olması önemlidir.

Yüz yüze iletişim ile ikna metodunun özünde, etkilemek istenilen merkezi, taleplerin haklı olduğu konusunda inandırmak yatar. Lobici, çıkarlarını azami derecede kamu çıkarlarına yaklaştırmaya ve bu iki çıkar arasında bir özdeşlik olduğu (Ay,2003) hissini uyandırmaya özen gösterir.

1.3.2.2. Bilgi Sunma

Bilgi sunma, sıklıkla kanun yapıcılara yasa tasarılarının lobiciler tarafından hazırlanarak sunulmasıdır. Yasa koyucunun her sorunu derinlemesine bilmesi, araştırabilmesi neredeyse imkânsızdır, elinde böylesi bir araştırmayı yapacak ne yeterli parasal gücü, ne

dokümantasyon kaynakları, ne de teknik yeteneği vardır (Akad,1979). Bu yüzden kanun yapıcılar, tasarıları üzerindeki konuşmalarında kullanacakları işe yarar bilgi ve materyalleri edinmek için sık sık baskı gruplarına başvururlar. Lobiciler bu yolla kanun yapıcıların karar vermede zorlandıkları, bilgi eksikliği hissettikleri konularda bilgiye duydukları ihtiyacı karşılarlar.

Lobiciler, sunacakları bilgileri akademik araştırmalardan, siyasi kurumların gerçekleştirdikleri çalışmalardan, vakıfların yaptıkları araştırmalardan ya da yönetim arşivlerinden elde ederler. Ayrıca özel bazı bilgilere ihtiyacı olan yasa koyucular için teknik uzmanlar tarafından araştırmalar yaptırıp, raporlar hazırlatırlar. Devamlı olarak ihtiyaç duyulan bilgileri aktardıklarından ötürü lobiciler, idare nezdinde çoğu kez yasama, parti ve bilim kurumlarından (Ay,2003) daha etkin ve itibarlı olurlar.

Baskı gruplarının kendilerini ilgilendiren konularda sürekli olarak bilgi toplaması, yayınları izlemesi, araştırma yapması varlıklarını sürdürebilmelerinin asgari koşuludur (Akad,1979). Baskı grubu adına lobici; taleplerinde haklılığını ortaya koymak ve yasa koyucuyu ikna etmek için raporlar, araştırmalar, istatistiki bilgiler, vb. sunarak, grubun ciddi ve güvenilir bir organizasyon olduğunu ispatlamaya çalışır (Daver,1969). Bunun sonucunda lobicilerin gerekli olan bilgileri bir tasarı halinde yasa koyucuya sunmaları, konuya vakıf olmayan, ya da ilgi duymayan bir kişi için önemli bir yardım haline gelir Aynı zamanda bu tip konularda araştırma, danışma hizmeti verirken lobici, bağlı olduğu baskı grubu üyelerinin belli bir kamu politikasını nasıl değerlendirdiğine dair enformasyonu da muhatabına ulaştırma imkânını bulmuş olur

Tıpkı yasa koyucular ya da bürokratlar gibi lobiciler de ne kadar bilgili ve tecrübeli olurlarsa olsunlar, siyasi alandaki tüm konular hakkında söz sahibi olamazlar. Bu yüzden lobiciler diğer konulara oranla daha çok getiri sağlayacak, vergi, iletişim, ulaşım gibi belli başlı alanlarda uzmanlaşmayı tercih ederler.

1.3.2.3.. Maddi Destek ve Kampanya Desteği Sağlamak

Baskı grupları ve lobiler gerek mahalli gerek federal gerekse de ulusal düzeyde uygun gördükleri her türlü finansal aracı kullanarak politikacılar üzerinde etkili olmaya çabalarlar.

ABD'de seçim kampanyalarının her geçen gün daha masraflı hale gelmesi ve bireysel olarak bu masrafları karşılamının neredeyse imkânsızlaşması lobicilere birtakım fırsat kapılarının açılmasına neden olur. Lobiler maddi destek verme yoluyla yasama çalışmalarından önce kongre üyeleriyle köprü kurulmasını sağlarlar (Zorack,1990). Seçim hazırlıklarında ve sonrasında siyasal iktidara maddi veya ayni yardımlar yapılabilir. Seçim çalışmalarında başkan veya milletvekili adaylarına yapılan yardımlar, maddi manevi destekler, organizasyon düzenleme şeklinde veya bağış toplama yoluyla partilerin, adayların, lobilerinin ve bağımsız grupların oluşturduğu PAC'lar (Siyasal Eylem Komiteleri) aracılığıyla yapılan maddi destek şeklinde gerçekleşir (Arı,1997). Ancak para desteği seçimlerden sonra adayın desteğini sağlamada tek başına yeterli bir olgu değildir. Baskı grupları en az para kadar hatta bazen paradan da önemli bir başka unsuru da adayın hizmetine sunarlar ki bu da kampanya süresince çalışacak gönüllü insan gücüdür (Grant,1992).

Lobiler siyasetçilerle olan ilişkilerini yalnızca yasa hazırlama ile sınırlı tutmazlar. Amaçlarına uygun düşen politikaların güdülmesi için ilgililere etki yapmaya çalışırlar, kendilerine bağlı, yardımcı olacak idari personelin seçilmesi ve atanmasında payları olsun isterler bu yüzden lobiciler fon oluşturma aktivitelerine katılarak yardımcı oldukları kişilerin dostluklarını kazanabilmeyi hedeflerler. Kanun yapıcılar seçim kampanyalarında kendilerini destekleyenlerin sözlerine değer vermekte ve sempati duymaktadırlar. Ayrıca kampanya desteği sonucunda istenilen göreve getirilmesi sağlanan kişiler sayesinde yasama ve yürütmede baskı grubunun amaçlarını bilen, gruba sıcak bakan kişilerin yer alması sağlanabilir (Dinçer,1998) ya da baskı grubu tarafından uygun görülen şahısların seçim listelerinde yer almaları sağlanarak (Ay,2003) Parlamente'ye temsilci sokulmaya çalışılır.

Maddi desteğin her defasında yönünü kesin olarak saptamak oldukça zordur. Bir parlamenterin yakınına, ya da parlamenterin önemli seçmenlerine iş bulunması, herhangi bir alanda karşılaştığı mali güçlüğü giderilmesi ya da yaygın organı çıkaran bir partinin yaygın organına baskı grubu üyelerinin abone olarak destek sağlanması gibi farklı şekillerde de gerçekleşebilir.

1.3.2.4. Seçmenlerle Tanışma, Toplantılar Düzenleme

Baskı grubu ya da lobilerin üyeleri bu gruplara üye olmalarının yanında kimi partileri destekleyip oy veren seçmen statüsündedirler.

Muhtemelen bir kongre üyesinin üzerindeki en önemli etki; genel nüfus içerisinde kendisinin ya da kongredeki diğer üyelerin ait olduğu etnik gruptur (Grant,1992). Kimi zaman eyalet delegasyonundaki tüm kongre üyeleri, aynı baskı-menfaat grubunun üyelerinin oyları ile seçilmiştir. Bu yüzden lobicilikte kullanılan seçmenlerle tanışma tekniğinin lobi faaliyetlerindeki önemi yüksektir. Bu teknik temelde iki şekilde uygulanır. İlk uygulama, lobicilerin temsil ettikleri üyeleri de kapsayan seçmenlerle tanışması, diğeri ise kanun yapıcıların bu kişilerle tanıştırılması (Dinçer,1998) çalışmalarıdır.

Kısa bir süre içerisinde çok sayıda kişiye ulaşmanın en kısa yolu ise seçim bölgelerinde buluşmalar düzenlemektir. Sağlanan bu tekniğin başarıya ulaşabilmesi için yapılan organizasyonun önemi ve yararı üyelere kuvvetli bir biçimde benimsetilmeli, adayın tatmin edecek düzeyde yüksek katılımın sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır (Dinçer,1998). Bu toplantılarda Kongre üyesi ve lobi temsilcileri birbirlerini tanıma imkânını bulur ayrıca baskı grubu üyeleri ile temsilcileri arasındaki iletişim gelişir. Bu toplantılarda Kongre üyeleri ile kurulan iletişim, daha sonra telefon, mektup vs. (McFarland,1993) gibi araçlarla pekiştirilir.

Lobiciler aynı davaya inanmış olan grup üyelerini kaynaştırmak bu kişiler arasında bilgi, duygu ve düşünce alışverişini sağlayabilmek amacıyla toplantı düzenleme tekniğini sıkça kullanırlar. Aynı davaya inanmış kişilerden kasıt hem temsil edilen grubun üyeleri, hem de bu gruba konularını kullanarak destek veren kanun yapıcılarıdır. Üzerinde çalışılan konular hakkında grup üyelerin bilgilendirilmesi ve kanun yapıcıların lobi faaliyetlerini yürüten baskı grubu ya da organizasyonun sahip olduğu fikirleri öğrenmeleri açısından toplantılar düzenlemek önem taşımaktadır. Bir lobinin veya örgütün siyasal süreci etkilemedeki başarısı belli bir noktadan sonra sahip olduğu argümanlardan ziyade üye sayısına, arkasındaki seçmen kitlesine bağlı olabilmektedir. İşte bu noktada kanun yapıcının grubun arkasındaki üye desteğini, seçmen kitlesini somut olarak görebilmesi lobicilerin düzenlediği toplantılarda mümkün olur.

Üyelere yönelik toplantılar iki şekilde kullanılır. Birincisi halka dayalı lobi faaliyetlerine başlamadan önce çalışmanın yol haritası hakkında üyeleri bilgilendirme amacını, ikincisi de üyelerle düzenli aralıklarla ulaşıp fikirlerinin öğrenilmesi amacını taşır. Halka dayalı kampanyanın nasıl yürütüleceğine ilişkin toplantıların düzenlenerek, bu toplantılarda kampanyanın stratejisi, ulaşılmak istenen hedef kitleyi, bu kişilere nasıl ulaşılabileceği gibi konular üzerinde detaylı bilgi sunulur. Halka dayalı lobi çalışmalarında, geniş çaplı katılım sağlanarak düzenlenecek toplantılarla medyada yer almak, kamuoyunun dikkatini çekebilmek ve kanun yapıcılara gövde gösterisi yapmak (Dinçer,1998) mümkün olabilmektedir.

Yüksek katılımın sağlanabilmesi için uygun yer ve zamanın tespiti, konuyla ilgili olan kanun yapıcıların toplantıya katılımlarının sağlanması, geniş bir kitleyi alakadar edecek olan güncel bir konunun (Budak ve Budak,1995) ele alınması, medya organlarının toplantıdan haberdar edilmesi, toplantıya katılacak Kanun yapıcılar, medya mensupları ve diğer konukları memnun edecek, ulaşım, konaklama, çok sayıda dinleyici vb. gibi koşulların sağlanması toplantının başarılı olabilmesi için önemli olan unsurlardır.

Lobiciler bu tür düzenlemelerin sonucunda desteğini aldıkları üyelerini tanıma imkanı yakalar ve uygulanacak olan büro ziyaretleri, komitelerde söz alma gibi diğer tekniklerin, uygulanmasında görev alabilecek nitelikteki kişilerin saptanması sağlanır. Ayrıca Toplantılarda kendisini seçen seçmenlerle birebir tanışma imkânını bulan bir siyasiye, bir baskı grubu üyesi olarak lobici, dilek ya da temennilerini ilettiğinde (Güzeliş,1964) yasa koyucunun bu kişilerden gelen isteklere karşı kayıtsız kalması çok güçtür.

1.3.2.5. Lobiler Arasında İşbirliği ve Koalisyonlar

Lobi şirketleri arasındaki koalisyon, kolektif Lobicilik olarak da adlandırılır.

Lobicilik bir uzlaşma sanatıdır (Wittenberg ve Wittenberg,1994). Kongre üyeleri ve hükümet üzerinde daha büyük bir etkiye sahip olmak isteyen veya kendi başına istediği sonuca ulaşamayacağını düşünen, (Arı,1997) koordinasyonsuz, sayıca fazla ama birbirinden ayrı olan lobilerin yönetimi etkilemeye çalışmaları olumlu sonuç vermeyebilir, bu nedenle aynı konuyu destekleyen ve bazen sayıları birkaç düzineyi bulabilen lobiler arasında koalisyonlar oluşturulabilir. Lobicinin lobiciye lobi yapması

olarak da nitelendirilebilecek olan kolektif lobicilikte, aralarında bir çıkar ve fikir birliği olan gruplar, ilk fırsatta birleşip ortak olan amaçlarını beraberce gerçekleştirmeye çalışırlar (Güzeliş,1964). Normal koşullarda, ortak bir amaç ya da, yerine göre, o günün şartları karşısında ortak bir eylemi ortaya koymak veya işbirliği kurmak kolaydır. Ancak lobicilikte, kimi hallerde öteden beri birbirlerine hasım olan kuruluşlar arasında bir anlaşma olanağının belirdiği ya da gerçekleştiği de görülebilir (Meynaud,1975). Bu şekilde, ortak çıkarlarını gerçekleştirmek için aralarında anlaşıp, kamu görevlilerini etkileri altına almaya çalışan ve bu işbirliği ile daha da kuvvetli (Güzeliş,1964) bir hale gelen lobilerin başarısızlık şansı çok düşüktür.

Koalisyonun başarısı iyi organize edilmesi ve yönetilmesine bağlıdır. Aksi halde gruplar arasındaki kopukluk, işbirliğinin amacına ulaşmasını engeller. Baskı grubu üyelerinin koalisyonun başarısına inanıp desteklemeleri ve koalisyonu yönetmek için seçilen kişileri onaylamaları (Arı,1997) gerekir.

Lobiler arası işbirliği basamak basamak sürdürülen bir çalışmadır. Lobiciler, ilk aşamada tek başlarına çalışırlar, kendi grup üyelerini kendilerine yardım etmeleri konusunda ikna etmeyi amaçlarlar. İkinci aşama ittifakı oluşturacak diğer baskı gruplarının belirlenip, onların desteğinin sağlanmasıdır. Koalisyonlar genellikle belirli bir zaman aralığındaki, belirli bir sorunun çözümlenmesi amacıyla, kısa süreler için bir araya gelmiş olan lobicilerden ve diğer baskı gruplarının üyelerinden oluşur. İyi bir lobici kısa süreliğine de olsa diğer lobiler ve kuruluşlarla muhtemel koalisyonları göz önünde tutularak her zaman iyi ilişkiler kurmalıdır (Wittenberg ve Wittenberg,1994)

1.3.2.6. Lobi Şirketlerinden Faydalanmak

Baskı grupları, kendi istedikleri doğrultuda oy kullanmaya ikna etmek için mesai kavramı tanımayan profesyonel lobiciler ve lobi şirketlerini kullanmak suretiyle yasa koyucuları üzerinde etkili olabileceklerini umarlar. Profesyonel ikna edici olan lobiciler, hangi kongre üyesinin kendi davalarına olumlu ve hangisinin de tereddütle baktığını genellikle bilirler (Grant,1992). Bu da baskı grubuna vakit kazandırır ve kaynakların boşa israf edilmesini önler.

Baskı gruplarının büyük bir kısmı Washington'daki bir lobi şirketi aracılığıyla lobi faaliyetlerini yürütmeyi tercih etmektedirler. Doğrudan kendileri yürütmemektedir.

Genellikle meslek kuruluşları ve yabancı ülkelerin temsilcilikleri, etnik gruplar gibi büyük seçmen kitlesine veya üyeye sahip olmadıkları için bu tür lobi şirketleri ile çalışırlar.

Lobi şirketlerinin büyüklüğü ve saygınlığı çalıştırdıkları lobcilerin sayılarına ve başarılarına göre değişmektedir (Dinçer,1998). Büyük lobi firmaları pek çok farklı meslek koluna mensup lobici istihdam ederler. Eski meclis üyeleri, eski meclis çalışanları, askerler, avukatlar, halkla ilişkiler uzmanları, ekonomistler, vb. gibi çok çeşitli meslek dallarından kişiler lobici olarak çalışmaktadır. Kendi alanlarında uzman olan bu kişiler yılların kazandırdığı tecrübelerle yasama alanında da geniş bilgiye sahiptirler.

Lobi faaliyetine ihtiyaç duyan kişiler, firmalar ya da lobiler, yasa koyucunun karşısında kendilerini temsil edecek olan lobi şirketlerini seçerken, şirketlerin büyüklüğüne ve popülaritesine göre tercihte bulunurlar. Lobi şirketinin popülaritesi ise daha önceki çalışmalarında gösterdikleri başarıya (Dinçer,1998) bağlıdır.

1.3.2.7. Medya ile İlişkiler

Günümüzde, modern teknolojinin sağlamış olduğu imkânlar sayesinde kamuoyunun manipülasyonunda basın, radyo ve televizyonun sahip olduğu etki her gün biraz daha artmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde de baskı grupları ve lobi kuruluşları kamu oyununun dikkat, ilgi, sempati ve desteğini kazanabilmek için özel basın ve yayın araçlarıyla sıcak ilişkiler kurmaya çabalarlar.

Lobicilerin destek sağlama amacıyla gerçekleştirdiği lobi tekniklerinden bir diğeri olan medya ile olumlu ilişkilerin oluşturulması ve sürdürülmesi ve medya ile oluşturulacak ortamın olumlu olması iki açıdan önem taşır. İlk olarak baskı grubu ya da lobiye destek veya üye olmayı düşünen potansiyel vatandaşların ve kamuoyunun olumlu izlenimler edinmesi sağlamakta, ikinci olarak da lobi faaliyetlerinin medyada pozitif eleştiriler alması ve bunun da yasama organı üzerindeki faaliyetlerinin kabulünün kolaylaşmasına yardımcı olabilmektedir.

Baskı grupları ve lobiler davalarına veya taleplerine kamuoyunun sempati duymasını sağlaması için öncelikli olarak özellikle okuyucu ve izleyici sayısı yüksek olan medya organlarını tercih ederler.

Gruplar ve lobiler özellikle gazetelere her gün, isteklerini, görüşlerini bildiren malzemeyi gönderirler. Gruplar, medya organları ile kurdukları yakın ilişkiler neticesinde bu belgelerin büyük bir kısmını parasız yayınlattırılar. Ancak durum her zaman böyle olmaz. Daha esaslı ve daha masraflı yöntemlere başvurulduğunda bunun karşılığının ödenmesi çeşitli biçimlerde yapılır (Ay,2003); doğrudan doğruya para verme ya da abone olma, ticari reklam dağıtma gibi. Washington Post gazetesinde hemen her gün tam ya da yarım sayfa olarak, lobiler tarafından verilmiş ilanlar yer almaktadır. Bu ilanlarla belirli bir yasa tasarısına halkın ve Kongre üyelerinin ilgisi ve dikkati çekilmeye çalışılmaktadır (Dinçer,1998). Bu destek sonrasında ise grubun görüşlerini yansıtan olumlu haber, yorum ve mesajların medya organında yer alması hedeflenir.

Pek çok lobi şirketi, ilişki kurulması muhtemel olan tüm gazete, yayın organları ve halkla ilişkiler kuruluşlarının listesini çıkarır ve bunun için bir medya koordinatörünü istihdam eder (Zorack,1990). Ayrıca, medya ile ilişkiler konusunda, baskı grupların sahip oldukları gazeteler, dergiler ya da radyo-televizyon istasyonları da önemli bir yer tutar. Amerika Birleşik Devletlerindeki Ermeni lobisi çeşitli zamanlarda yayınlanan 14 adet gazete ve dergiye bir de radyo istasyonuna sahiptir. Bu şekilde sıklıkla medyada yer almaya çabalamak yerine, lobiler kendi basın yayın araçlarını kullanarak, hem kendi lobi üyelerine ulaşabilmekte, hem de geniş olarak üyelerine ve kamuoyuna fikirlerini, amaçlarını duyurabilmekte (Dinçer,1998) ve bu sayede sahip olduğu parasal kaynaklarını da boşa tüketmemiş olmaktadır.

1.3.2.8. Sosyal Lobicilik

Lobicilerin yasa koyuculara kendilerini tanıtmalarının bir başka yolu da, başkentteki sosyal hayatın içerisinde yer almaktır. Kimi lobiciler sık sık düzenledikleri partiler, ülke içi ve dışına düzenledikleri geziler sayesinde siyasi çevrelerde tanınmışlardır. Bu şekilde hem temsil ettikleri gruplara ya da ülkelere olan ilgi ve sempatinin artmasını sağlamış, hem de savunulan fikirlere karşı olumlu düşünceler tesis edilmiş olur.

ABD'de sosyal lobicilik izin verilebilir bir faaliyettir (Dinçer,1998). Lobicilerin bu tarz etkinlikler içerisinde yapabilecekleri arasında; yemekler, hafta sonu tatilleri, balolar, av partileri, yat gezileri vb. gibi çok çeşitli eğlence organizasyonları sayılabilir (Akad,1976). Hükümet ve kongre üyeleri için öğle ve akşam yemekleri verilmesi,

politik toplantılar, eğlence ve seyahatler düzenlenmesi lehte kararlar alınmasını kolaylaştırır.

Sosyal lobiciler çalışmalarında resmi toplantılara daha az yer verirler. Bundan amaç, kanun yapıcılarla yakınlaşıp, iyi ilişkiler kurmaktır. Böylece hedefteki yöneticiler rahatlayarak, daha çok konudan bahsedebilmektedirler. Sosyal lobide baskı grubunun görüşü ve elindeki bilgiler yasama organının temsilcilerine gayri resmi olarak yemek, kokteyl, parti, vs. gibi çeşitli ortamlarda açıklanmaktadır. Bu tarz ortamlarda yapılan lobicilik baskısı ile (Daver,1969) devlet organlarıyla grup arasında elverişli bir hava tesis edilmeye çalışılmaktadır.

Lobicilik için oldukça önemli olan davetlere lobiciler muhakkak katılmalıdırlar. Herhangi bir nedenle katılamayan önemli toplantılar, bir şekilde telefon, telgraf, vs. ile bildirilmeli, gerekiyorsa özür dilenmeli, tebrik etmelidir. Bu, lobicinin yasa koyucunun gözündeki prestiji açısından son derece önemli bir konudur. Sosyal lobicilik çalışmaları ile ayrıca düzenlenen toplantılar ve buralarda yapılan konuşmalarla basın ilgisini çekmek de mümkün olabilir.

1.3.2.9. Halkla İlişkiler Kampanyaları

Toplumda yer alan her birey ya da grubun temel isteği, çevresiyle sürekliliği olan iyi ilişkiler kurup, bu ilişkileri devam ettirebilmektir. Halkla ilişkiler bu bağlamda lobicilik faaliyetleri için yardımına ihtiyaç duyulan ve kullanımı hızla yaygınlaşan etkili bir faaliyetler zinciridir.

Halkla ilişkiler çevreyi tanımak ve çevreye kendini tanıtmak için beklenti ve gereksinimleri, planlı ve programlı bir biçimde oluşturma işlemidir. Örgüt ile çevresini oluşturan gruplar arasında karşılıklı anlayış, işbirliği ve amaçlanan hedeflerin elde edilmesi amacıyla, grup içinde ve dışında yürütülen planlı iletişimin tümü halkla ilişkiler kapsamındadır. Lobi faaliyetleri için gerekli olan bütçenin sağlanması, mali sponsorlar bulunması da (Zorack,1990) halkla ilişkiler uygulamaları ile gerçekleştirilir.

Lobiciler, halkla ilişkiler faaliyetlerinde yazılı, işitsel ve görsel medyadan faydalanarak destek sağlarlar. Esasen bir kuruluşun ya da grubun halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir bölümü olarak, hükümet ve yasa koyucu ile ilişkilerini içeren lobicilik uygulamalarında medya çevreleri, kamuoyu önderleri, sanatçılar gibi hükümet dışında olan ancak sesi

yasa koyucular tarafından duyulacak kişi ve kurumlara yönelik faaliyetlerle de yakından ilgilidir.

Halkla ilişkiler çalışmalarının sonucunda uygulanan kampanyaların öncelikli amacının, kampanya ve hedef doğrultusunda, o konu, kişi ya da grup hakkında olumlu imaj oluşturması olduğundan, lobi faaliyetleri kapsamında, halka ilişkiler kampanyaları düzenlemekle daha fazla destek sağlanarak, belirli bir politikanın kabul edilmesi garantilenmeye çalışılmakta ya da kamu görevlilerinin istenen programı benimsemelerine yönelik harekete geçirilmesi için kamuoyu önderlerinin etkilenmesine çalışılmaktadır.

Ayrıca, kongreye karşı çevresel destek sağlayarak, üyelerin kongre üyelerine yazmalarını sağlayıp, karar verme sürecinde baskı altında kalmalarını sağlayıp (Zorack, 1990) genel toplumsal destek sağlamak amacıyla lobi faaliyetinde bulunulacak olan kişilerle görüşmeden önce düzenlenecek olan halkla ilişkiler faaliyetleri ile (Zorack,1990) arkasına muhatabını etkileyecek toplumsal destek kazanılmaya çalışılır.

Halkla ilişkiler kampanyaların bir diğer amacı da; grup üyelerinin, grup tarafından ortaya atılan programları desteklemelerini ya da grubun benimsemediğini reddetmelerini sağlayacak şekilde, grup üyelerinin tutumlarında değişiklikler oluşturmaya çalışmaktır (Dinçer,1998). Bu nedenle örgüt içinde sürekli bir iletişim ağı oluşturulur ve eğitim programları düzenlenir. Böylece grup içinde bir ahenk sağlanabilir. Grup ne kadar uyumlu ve düşünce bazında homojense çalışma alanında da o oranda etkili olur.

Halkla ilişkiler kampanyaları büyük ve profesyonel lobi şirketleri tarafından toplumun genel kanaatini baskı grubunun veya lobinin düşünceleri doğrultusunda yönlendirme amacıyla uygulanır. Dolaylı bir etkileme yöntemidir. Kısa vadede daha masraflı ama daha az etkili bir yöntem olduğu söylenebilir. Ancak uzun dönemde kamuoyunda ve kongre çevrelerinde oluşturacağı olumlu hava ile etkisi daha garantilidir.

Kimi zaman ne yönde karar vermeleri konusunda kararsız kaldıklarında yasa koyucular basın yayın aracılığıyla kamuoyunda oluşturulan eğilimler doğrultusunda karar verdiklerinden, başarılı bir biçimde uygulamış halkla İlişkiler alışmaları karar vericiler üzerinde çok etkili olabilmektedir.

Halkla ilişkiler kampanyaları ile kamuoyunu kendi fikirleri doğrultusunda bilgilendirme, etkileme amacını güden lobiciler, halka dayalı lobicilik yöntemini uygular. Ayrıca yüz yüze iletişim, kampanya desteği sağlamak, sosyal lobicilik, seçmenlerle tanışma gibi lobi teknikleri de organize edilerek halkla İlişkiler çalışmalarıyla desteklenir ve bu şekilde başarı sağlanma şansı artırılmaya çalışılır.

Halkla ilişkiler uygulamaları; seminerler, konferanslar, bilimsel toplantılar, geziler, festivaller, fuar ve sergiler, yarışmalar, sportif karşılaşmalar vb. gibi çok çeşitli ilgi çekici alanlarda düzenlenir ve bu etkinliklere baskı grubu üyeleri, kongre üyeleri ve çalışanları ve medya mensuplarının katılımı sağlanmaya çalışılır.

1.3.2.10. Yönetim Kademelerindeki Görevlilere Yazmak

Doğru mesajın, doğru zamanda, doğru teknikle, doğru görevliye ulaşması lobiciler açısından oldukça önemlidir. Mesajlar çok çeşitli iletim kanallarından iletilir. Bunlardan devlet görevlilerine mektup yazmak, lobi faaliyetlerinde kullanılan en etkili metotlardan birisidir (Dinçer,1998).

Lobicilikte başarıyı elde edebilmek meselenin görünürlük derecesinin artırılmasına bağlıdır. Kongre üyeleri, senatörler ve temsilcilerin gözü ve kulağı daima seçmenlerindedir (Wittenberg ve Wittenberg,1994). Halkla dayalı lobicilik faaliyetleri ile tabanı konuya destek olarak harekete geçirmek yasa koyucuları etkileyecektir.

Baskı grupları, üyelerinden destek sağlamak ve kendilerini herhangi bir şekilde doğrudan ya da dolaylı etkileyecek konularla ilgili Kongreye ya da devletin diğer organlarına mektupla seslerini duyurabilmek için mektup yazma kampanyaları başlatırlar. Böylece yetkililerin ilgisi konu üzerine çekilerek, toplumun belli bir kesiminin duyarlılığı yetkililere iletilebilmektedir. Yönetimin çeşitli kademelerinde çalışan görevlilere yazmak olarak genel bir şekilde adlandırılrsa da, bu teknik; telgraf, telefon, email, kartpostal, kupon, faks, teleks mesajları ve imzalanmış dilekçeleri de içerebilir.

Gazete, dergi sütunlarında yer alan mektuplar da, Parlamento mensuplarıyla bir iletişim yöntemidir. Kongre üyesi bu mektupları aynı biçimde cevaplamayabilir, fakat konuyla daha fazla ilgilenme ihtimali artar. Ayrıca, konuya kamuoyunun da dikkati çekilmiş ve onların da görüşlerini belirtmeleri için zemin hazırlanmış olur. Yazışmalar doğrudan

kişisel olabildiği gibi, kiralanmış halkla ilişkiler ve hukuk firmaları aracılığıyla da (Bayramoğlu,1985) sağlanabilir.

Parlamenteerler sıradan bir vatandaş tarafından kaleme alınmış spontane bir mesaj ile bir baskı grubunun kampanyası ile dikkatlice yönlendirilmiş birbirine benzeyen çok sayıda mesajı ayırt edebilir (Grant,1992). Bu yüzden halkla dayalı lobıcılık kampanyalarında kongre mensuplarına yazılan mektupların sayısından çok özlü ve nitelikli olması önemlidir. Organize bir program dâhilinde özensizce yazılmış olan çok sayıda mektubun her birini kongre üyesinin dikkate alması ve cevaplaması ihtimali oldukça düşüktür. Ancak konunun özünü iyi anlatan düzgün dille yazılmış tek bir mektup, organize mektup sağanağından çok daha fazla etkili olabilir. Çok fazla sayıda ki mektupların özenli bir biçimde değerlendirilmesi için çoğu kere ne yeteri kadar zaman, ne personel ne de maddi kaynak bulunmayabilir.

Daha önce yapılmış olan tespitlere göre Kongrede tarafından postaların cevaplandırılma sırası şöyledir;

- 1) Şirket, sendika, dernek ve kamuoyu önderleri,
- 2) Bir seçmenin şahsen el yazısı ile özenli bir şekilde yazdığı mektubu,
- 3) Organize biçimde tek elden yazılarak çoğaltılmış mektuplar,
- 4) Aynı konu üzerine yazılmış kitlesel mektuplar,
- 5) Posta kartları (Zorack,1990).

Kongre üyeleri binlerce kişinin imza toplayarak verdiği bir dilekçeden çok muhtemelen bireysel olarak özen gösterilerek yazılmış samimi mektuplardan etkilenirler (Wittenberg ve Wittenberg,1994). Kongre üyeleri, bu tür mektupların cevaplandırılmasına daha fazla önem vermektedir.

Aynı mesajı taşıyan binlerce posta kartına karşılık konuyu berrak biçimde ele alan özenli yazılmış bir tek mektup daha etkilidir. Her ne kadar organize biçimde tek elden yazılarak çoğaltılmış çok sayıda mektup dikkat çekici olsa da, etkisi bireysel yazılmış spontane mektuplardan daha azdır. Yine de baskı grupları sık sık ilgili oldukları kongre mensuplarına sağanak halde yazmaları için kendi üyelerini teşvik ederler (Grant,1992).

Bu şekilde konunun oldukça geniş bir topluluğun sorunu olduğu konusunda devlet görevlileri ikna edilmeye çalışılmaktadır.

Lobinin çalışmaları süresince çok sayıda mektup gönderilmesini sağlamak lobiyi çok önemli bir lobi yapmaz, ancak bunlar örgütün etkililiği önemli ölçüde artırmış olur çünkü bu lobinin yaygın destek bulduğunun bir işareti olarak kabul edilebilir.

Yazılan mektuplarda slogan ya da kalıplaşmış ifadeleri tekrarlamadan, kişisel sözcük ve cümleleri kullanarak, parlamenterler asla tehdit edilmeden, istenilen yahut karşı olunan tasarıya lehte ya da aleyhte oy verilmesi için devamlı olarak zorlanmaya çalışılır ve cevap verilmesi istenilir. Ayrıca her zaman kibar bir dil kullanılarak, argo terimler kullanılmaktan ve tartışmalardan kaçınılır. Övgü ve kompliman yapılır, sonuç alınmadığında ise hoşnutsuzluk bildirilir.

1.3.2.11. Yönetim Kademelerindeki Görevlilerle Dostluk Kurmak

Lobicilerin kanun yapıcıları etkilemek için en çok başvurdukları yöntemlerden birisi de parlamentodaki gruplar ve kişilerle özel ilişkiler kurmaktır. ABD gibi iki partili sistemlerde bu sorun basit şekillerde çözümlenebilmekte ise de çok partili sistemlerde durum biraz daha da karışıktır. Görüşleri birbirine yakın olan partilerin güçlü bir baskı grubunun desteğini sağlamak için rekabete girmeleri (Çomaklı,2003), baskı gruplarının ağırlık ve önemlerini artırır.

Siyasi çevreler içerisinde en çok tanıdığı olan lobici, en fazla etkiyi gösterme fırsatına sahiptir. Baskı gruplarının görevlendireceği lobiciler gruba bağlı kişiler olabilecekleri gibi, yalnızca belli bir konu için kendisiyle anlaşmaya varılmış milletvekili yakınları ya da iktidar partisinin ileri gelenleriyle dostluk kurmuş kişiler olabilirler (Akad,1976). Kongre üyeleri yakın çevrelerinden meslektaşları, dost, akraba gibi etkenlerden daha çok etkilenme eğilimindedirler.

Sosyal lobicilik uygulamalarıyla eğlenceli ortamlarda tanışan lobiciler ve hedeflerindeki görevliler, daha sonraları bu tanışıklıkları, dostluklara dönüştürebilmektedirler. Lobiciler bu tarz dostlukları kurmak için ayrıca devlet görevlilerinin yakınlarına iş bulunması, sorunlarının dinlenip çareler önerilmesi vb. gibi yöntemlere de başvurabilirler.

Kongre ve hükümette görev alacakların tayinlerine etki etmek için, komite ve alt komitelerin başkan ve kongre liderliği pozisyonlarına dost siyasetçilerin atanması için lobciler büyük çaba sarf ederler. Bu şekilde hükümete etki etmeye çalışılması lehte kararların çıkması ihtimalini artırır. Kongre üyeleri arasından kazanılmış sağlam bir müttefikin lobici adına kongrede yapacağı lobi faaliyetlerinin (Wittenberg ve Wittenberg,1994) başarı ihtimalini artırır.

Kanun yapıcı ve lobicinin arasındaki ilişkinin biçimi; lobicinin temsil ettiği amaçlara, işbirliğine yatkın olup olmamasına ve güvenilirlik derecelerine bağlıdır. Lobcilerin güvenilirliği kendilerine verilen özel bir takım bilgileri korumada gösterdikleri titizlikle artmakta, bu ise dostluk kurma aşamasında önem taşımaktadır. Kurulan dostluk ilişkileri sayesinde kanun yapıcı ve personeli lobiciye ekstra zaman ayırabilir, ilgisini ve yardımını lobicinin istediği konuya yoğunlaştırabilir.

Etkili bir lobici Kongre üyeleriyle ve Kongrede görev yapan kadroyla dost olmayı başarabilen kişidir (McFarland,1993). Bu sayede Kongre üyeleri bu tarz lobcilere dışarıdan bir çıkar grubu adına kendilerine baskı uygulayan kişiler olarak bakmazlar.

1.3.2.12. Komite Toplantılarına ve Mahkemelere Katılmak

Lobicilerin resmi kalıplar içerisinde Kongre mensuplarıyla ilişki kurması, komitelerle bağlantı kurmak ve toplantılarda yer almak suretiyle gerçekleşir. Kongre oturumlarına katılmak; oturum esnasında konuşmak, sorular sormak ve soruları yanıtlamak, (Zorack,1990) lobi uygulaması için oldukça önemli bir tekniktir.

ABD'de yönetim sisteminin ayrılmaz, en önemli noktalarından birisi de, işte bu komitelerdir. Komiteler, yasaların üzerinde tartışıldığı, yasa tasarılarının irdelendiği merkezlerdir. Yasama kararlarının alındığı önemli birimler olmaları nedeniyle komitelere yönelik lobi çalışmaları büyük önem taşır. ABD kongresinde soruşturma ve yasama olmak üzere iki tip oturum vardır. Soruşturma oturumlarında muhatap alınan kişi herhangi bir suçlama yöneltilecek hedeftir, yasama oturumlarında ise muhatap uzmanlık alanındaki konuyu kongre mensuplarına aktaran kişidir Lobciler soruşturma ve yasama oturumlarına katılırlar ve yasaların lehinde ya da aleyhinde görüş bildirip, hazırladıkları bilgi ve belgeleri sunarlar. Oturumlar lobciler için birer propaganda forumu olarak ta kabul edilebilirler. Lobici, görevi gereği oturumlara katılan fakat

lobicinin kontak kurmak konusunda başarısız kalmış olduğu politikacılara da (Healy ve Thompson,1979) oturumlar sayesinde ulaşmış olur.

Lobiciler yasama sürecine önbilgiler sağlayarak, kanun teklifleri hazırlayarak, yasama komisyonlarına katılarak ya da kanun tekliflerini desteklemek ya da engellemek için kongre üyelerini etkilemeye çalışırlar (Esin,1974). Baskı gruplarının ilgili konuda bir tasarı şeklinde parlamentoya teklif vermeleri, konuyu bilmeyen ya da fazla ilgili olmayan kongre üyeleri için büyük bir yardım özelliğini taşır. Bu bakımdan baskı grupları, sahip oldukları teknik niteliklerinin yardımıyla parlamentodaki bir yasanın oluşumuna ya doğrudan katılırlar veya ilgili konuda görüşlerini vererek (Akçalı,1988) siyasi kararların oluşumunda dolaylı etkide bulunurlar.

Baskı grubu adına lobiciler, karar vericiye iletmek istedikleri mesajları komitelerde düzenlenen "hearing" adı verilen oturumlarda yapacakları konuşmalar yoluyla iletirler (Arı,1997). Halka açık olarak düzenlenen Bu oturumlar, lobilerin kendilerini ifade etmesi ve savundukları görüşlerin resmi kayıtlara geçmesine aracı olur. Üstelik bu oturumlar televizyondan naklen yayımlandıkları için baskı grubu bu yolla yalnız yasa koyucuların değil, konu hakkında sıradan vatandaşların da bilgi sahibi olmasını sağlamış olur (Wittenberg ve Wittenberg,1994).

Lobiciler açısından bu tür toplantılar, bir tür serbest kürsü niteliği taşımaktadır. Konuşmaya ve ikna etmeye yeteneği olan lobiciler ya da baskı grubu temsilcileri, destekledikleri konularla ilgili toplanan komiteler ya da alt komitelerde de gözlemci veya konuşmacı olarak yer alabilirler. Kendi görüşlerini açıklayabilmelerinin yanında bu kişiler oturumlara katılarak, konunun gidişatını inceleyebilmekte, yasalara ilişkin daha ayrıntılı bilgi edinebilmekte, ayrıca komite üyelerince sorulacak soruların cevaplanmasıyla konu üzerinde olumlu yaklaşımların oluşabilmesine de yardımcı olmaktadır.

Bir diğer yol ise, doğrudan mahkemeye ilgisi olmasa da, ihtiyaç duyulan bilgilerin sağlanması yoluyla yargı kararlarını etkilemeye çalışmaktır. Bu amaçla en çok başvurulan yöntem, "mahkemenin dostu" (amicus curia) mektuplarının yazılmasıdır. Bu şekilde yargıçlar davalar üzerinde daha geniş bilgi edinebilmektedir (Dinçer 1998). Başka bir yol ise, davanın hazırlanması sürecinde gerekli olan araştırmanın yapılmasıdır. Yargıçlar bu şekilde elde edilen verilere değer vermektedirler.

Mahkemelere etki etmenin bir diğerk yolu ise kanunların iptali için açılan davalardır. Bu şekilde bazı yasaların tümünün, ya da birkaç maddesinin iptaliyle uygulamanın önlenmesi mümkün olmaktadır. Lobicilerin ve baskı gruplarının yargı organlarına etki etmelerinin en önemli amaçlarından birisi de, emsal kararlar elde etmek ve böylece elde edilen içtihatlarla, idari tasarruflara yol gösterici birer emsal karar (Ay,2003) niteliğine sahip olmaktır.

1.3.2.13. Doğrudan Eylemler

Yasal sınırlar içerisinde düzenlenen doğrudan eylemlerin çeşitli amaçları vardır. Bunlardan bazıları; siyasi iktidarı elinde tutanları, alacakları kararlarda uyarmak, kararın savunulan davayla ilgi alanının genişliğini ve kapsayacağı kişilerin durumunu onlara anlatmak ve bu yoldan baskı yaparak, söz konusu çıkarılara uygun yasal düzenlemelere gitmenin gerekliliğini (Akad,1976) kabul ettirmektir.

Lobicilerin uyguladığı bu eylemler; yürüyüşler, mitingler, forumlar, paneller, anma toplantıları vb. şeklinde olup, güç odaklarının kararlarını etkilemeyi ve baskı uygulayarak çıkarlarına uygun yasaların çıkmasını amaçlarlar.

Siyasal sistemi doğal yollardan etkilemeyi başaramayan baskı grupları, gösteri ve mitinglerle deneme yoluna giderler. Bu yolu tercih etmek, siyasi sistemin duyarsız davranması karşısında ortaya çıkabileceği gibi, baskı grubunun güçsüz bir örgütsel yapıya sahip olması ve olağan yollar kullanamaması sonunda da belirebilir. Amaç, kongrenin ve kamuoyunun ilgisini çekmek, siyasi sistem sorumlularına, sorunun sandıklarından önemli olduğunu (Yanık,2001) göstermek olabilir.

Doğrudan eylem organizasyonlarından lobiciler birinci derecede sorumludurlar. Eyleme katılacak olan grup üyelerine ulaşma, eylemin planı ve katılımın çok olmasını sağlanması gibi konuların, hepsi kendi başlarına birer problemdir. Sorunların çözümünde lobicilerin başarıları, üyelerle aralarında kurdukları diyaloga ve doğru hazırlanmış eylem planlarına dayanır.

Lobicinin hemen her duruma uygun bir eylem tekniği bulunmalıdır. Teknikler bu kapsamda, yürüyüşlerden, forumlara, boykotlardan, direnişlere kadar olan geniş bir yelpazede ele alınır. Uygulanacak eylem belirlendikten sonra, eylem planının oluşturulması gerekir (Dinçer,1998). Planın hazırlanma aşamasından sonra, sıra bu

plana katılacak olan üyelere planın duyurulmasının sağlanmasına gelir. Doğrudan eylemlerin ses getirebilmesi için medya organları aracılığıyla geniş halk kitlelerine ulaştırılabilmesi gerekir.

1.3.2.14. Kullanılması Etik Olmayan Teknikler

Lobicilik faaliyetlerinde illegal yollara da sıkça başvurulmaktadır. Lobencilik halk arasında kötü bir ün ve imaja sahip olmasının nedeni de uygulanmakta olan bu tip yöntemlerdir. Başta rüşvet ve tehdit olmak üzere gayri resmi kanallardan uygulanan bu tarz lobicilik teknikleri oldukça riskli metotlardır. Getirisi olabileceği gibi, ortaya çıkması durumunda önemli prestij kaybına yol açabilir ve aynı zamanda kanunlar önünde suç olan fiiller olduğundan, yasalar gereği suçlu durumuna düşmek riski de vardır.

Rüşvet

Rüşvet kavramı, kamu görevlilerinin kamusal mal ve hizmetlerin arzında görev ve yetkilerini kötüye kullanarak, muhatap olunan kişi, kurum ya da kuruluşlara ayrıcalıklı işlem yapmaları ve bu yolla para veya başka biçimlerde bir çıkar elde etmelerini (Mumcu,1985) ifade eder.

Rüşvet halk tarafından onaylanmayan ve ahlaki olmayan bir lobi tekniğidir. Bunun yanı sıra riskli bir lobicilik tekniğidir ve kullanıcıya ters etki yapabilir. Tüm bu sakıncalarına rağmen rüşvet, ispatı mümkün olmamakla birlikte yine de sıkça başvurulmuş bir lobi tekniği olma özelliğini taşımaktadır, çünkü lobiciler birçok kamu idarecisi ile ilişki kurma imkânını, paranın cazibesi sayesinde (Ay,2003) elde ederler.

Kamu görevlilerine doğrudan doğruya; komisyon, yüzde, haraç, aylık vb. şeklinde gizlice para verildiği gibi (Aktan,2001), bunun zararsız masum görünüşleri de söz konusu olabilir. Yılbaşı, bayram, yaş günü hediyeleri, yemek davetleri, bazı hizmetleri parasız yapmak gibi, para alanı taahhüt altına sokmamakla birlikte, hareket özgürlüğünü sınırlayan (Meynaud,1975) tehlikesiz yollar denenebilir

Tehdit

Kullanılması sakıncalı tekniklerden bir diğeri de tehdittir. Tecrübeli bir lobici herhangi bir devlet memurunu tehdit etmenin, ters etki yapabileceğini bilir. Çünkü insani bir

refleks olarak kanun yapıcılar tehditlere karşı koymaya çalışırlar. Bu, bakımdan tehdit metodu genellikle, kamu görevlilerinin yeterli derecede bir otoriteye sahip olmadıkları zamanlarda tercih edilir.

Tehdit yöntemi ahlaki olmadığı için onaylanmasa da yerinde kullanıldığında başarılı sonuçlar verebilir. Bu yüzden de lobiciler tarafından sıklıkla uygulanmaktadır. Başvurulan en etkili tehdit, kanun yapıcılara, baskı grubu üyelerinin seçimlerde oy vermeyeceğinin ve bir sonraki seçimde seçilme şanslarının zayıfladığını dolaylı ya da doğrudan bildirmektir (Aktan,2003), bunun yanı sıra bir başka siyasal partiyi destekleme veya medya yoluyla siyasal iktidarı yıpratmaya çalışma tehdidinde bulunmakta söz konusu olabilir. Yasama organı üyeleri ile seçimle iş başına gelen kamu görevlilerine, tekrar seçilmeme tehdidi mektup, telgraf, telefon, e-posta, faks gibi araçlar (Güzeliş,1964) kullanarak gerçekleştirilir.

Tehdit, istenilen bilgilerin sağlanmaması ya da sunulan teknik hizmetlerin durdurulması şeklinde de uygulanabilir. Kimi zaman da bıkmadan, usanmadan kapı kapı dolaşım idarenin aleyhine bir kampanya için imza toplamak da tehdit tekniklerden biridir (Meynaud,1975), ayrıca baskı grubunun yayın organları aracılığıyla çıkarlarına engel olan veya dikkate almayan milletvekillerini ve yöneticileri hem kamuoyuna hem de kendi üyelerine şikâyet edebilirler (Akad,1976).

Bir diğer tehdit yolu, devlet görevlilerinin özel yaşamlarının kendi isteklerinin dışında, olumsuz yönleri ön plana çıkarılarak halka duyurulmasıdır. Bu yolla tehdit edilen kişinin toplum önünde maddi ve manevi kayıplar ile küçük düşürülmesi, şantaj aracı olarak kullanılmaktadır.

Memurlara yapılan tehditler ise genellikle onların meslek hayatlarıyla ilgilidir. Memurları atamanın ya da işten çıkarmanın iktidar partisinin iki dudağı arasında bulunduğu ülkelerde, devlet memurları baskı gruplarının baskılarına karşı koymak bakımından güçsüz durumdadırlar. Baskı grupları bürokrati işinden attırmayı başaramasa da, kendi davalarına bağlı parlamenterler aracılığı ile memurun yerini değiştirme ya da geç terfi ettirme, ya da yerine başka birini geçirtmek gibi (Meynaud,1975) bir takım yollara başvurabilirler.

İKİNCİ BÖLÜM : LOBİCİLİĞİN TARİHÇESİ

Yasama organlarına yönelik kitlesel ilişkiler çabalarından başka bir şey olmayan lobcilik faaliyetlerinin amacı, hedef kitleyi belli inanç ve eylemlere yöneltmek ya da etkilemektir.

2.1. Lobilerin Başlıca Hedefleri

Kuralları ve oyuncuları ile bir meslek olan lobcilik faaliyetleri için Hill and Knowlton'un Brüksel Bürosu Başkanı Stephan Worth üç aşamadan söz etmektedir: Dosyayı uygun ve kullanılabilir hale getirmek, karar almak ve ikna etmek için gerekli delilleri bulmak. (Peltekoğlu,1998)

Lobilerin başlıca hedeflerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- Milletvekilleri ve senatörlerin düşüncelerini etkilemek,
- Kongre, senato ve meclis için çalışan komisyon ve alt komisyonlara bilgi verip etkilemek,
- Aynı düşünceleri benimseyenleri harekete geçirmek,
- Kamuoyunu bilinçlendirerek etkilemek,
- Yeterli bilgi dağıtımını ve yayını gerçekleştirerek,
- Yasal konularla ilgili düzenlemeleri önceden öğrenmek suretiyle lobi faaliyetini yürüten ve yönlendiren ülke, grup, teşkilat lehine siyasi, idari, ekonomik avantajlar sağlamaktır.

2.2.Lobilerin Çalışma Yöntemleri

Lobiler, yukarıda belirtilen hedefleri elde etmek için bilindiği üzere para toplamaktan, seçimlere yönelik olarak; kongre ve senato adaylarına maddi destek sağlamaya uzanan geniş bir mali perspektifte çalışmaktadırlar.

Söz konusu gruplar, faaliyetleri için gerekli nakit ihtiyaçlarını yasal kurallara uygun bir şekilde emin etmeye mecburdurlar. Örneğin, yabancı bir devlet için çalışacak olan “yabancı temsilci” lobisi, önceden Federal Seçim Komisyonuna (Federal Election

Comission) kaydolmak zorunda olup, topladığı yardımlar ve yaptığı harcamalar konusunda Adalet Bakanlığını düzenli raporlarla bilgilendirmelidir. Seçim kampanyalarına yapılacak katkılar, sadece bu şekilde kayıtlı Politik Hareket Komitelerindeki bireylerce kanunen saptanan sınırlar içinde olabilmektedir. Dolayısıyla, Türkiye’de toplanabilecek yardımların bir lobiyi desteklemek üzere direkt olarak gönderilmesi mevcut ABD yasalarına göre *mümkün* olmamaktadır.

Yasama meclisleri, bakanlıklar ve yönetimlerle çıkar grupları arasında aracı rolü oynayan lobiciler, kar amaçlı bir kuruluşun ya da işçi sendikalarının bu işle görevli çalışanı olacağı gibi lobicilik şirketlerinde bu hizmeti verenler ya da isteklerini aktarma çabası içinde olan sıradan insanlar olabilir. (Peltekoğlu,1998) ABD’de kentler, eyaletler, tüketici birlikleri, çevre korumacıları, “kamu yararı” gözeten başka gruplar ve federal yönetimin çeşitli bölümleri profesyonel lobici çalıştırmaktadır."

Sayıları binleri aşan lobilerin, ilgilendikleri konu itibarıyla çok sayıda çeşitleri bulunmaktadır.

Bir diğer deyişle lobiler Amerikan yaşamının hemen hemen her yönünü kapsamaktadır. En güçlüleri, iş dünyasının değişik kollarını, bilhassa büyük sanayi ve ticari organizasyonları temsil eden otomotiv, silah ve çelik sanayicileri, ziraatçılar, tütün üreticileri ve sigara imalatçıları, bankalar ve diğer mali çevreler, serbest mesleklerden hukuk ve tıp çevreleri, ideolojik ve çevreci topluluklar, işçi sendikaları, Amerikan halkım oluşturan etnik ve dini gruplar ve yabancı devletleri temsil eden lobilerdir. Normal olarak, bu gruplar kendi etkinliklerini güçlendirmek ve öne geçmek için kendi aralarında da devamlı rekabet halinde bulunmaktadır.

Hedef kitlesi Yasa yapıcıları olan lobicilik çalışmalarının mutlak meclis koridorlarında gerçekleştirilmesi gerekmez; hazırlanan bilimsel içerikli toplantılarla, kamuoyu önderinin seslerini yükseltmesiyle kanun yapıcıyı etkilemeyi hedefleyen çalışmalar da bu kavram içinde değerlendirilebilir.

Halkla ilişkiler açısından, kanun adamlarını direk etkilemeye yönelik kamusal ilişkilerin daha fazla uzmanlık gerektiren biçimi olarak ta açıklanan lobicilik, bazı halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından, hükümeti bireysel çıkarlar için manipüle etme anlamım içeren, tercih edilmeyen sözcük olarak anılmaktadır. (Peltekoğlu,1998)

2.3.Lobiciliğin İlk Dönemi (1800-1938)

Lobiciliğe, ABD'nin kuruluş yıllarından itibaren rastlanmaktadır. İlk zamanlarda kaba güçle hatta silah gücüyle sürdürülen bu tür faaliyetlere, sonraları Kongre üyelerini yemeğe götürme ve rüşvet gibi yöntemlerle devam edilmiştir. ABD geliştikçe lobi faaliyetleri de önem kazanmış, 1850'lere gelindiğinde Washington'daki lobicilerin sayısı artmıştır.

Dönemin en ünlü lobicileri; sahibi olduğu şirketin zararına olacak patent kanununu engelleyebilmek için Kongre üyelerinin çoğuna toplam 10.000 dolarlık rüşvet veren ve bu işi de lobicilerin vasıtasıyla Colt tabancalarını ve güzel hanımları kullanarak yapan silah yapımcısı Samuel COLT ve yün sektörünü koruma çalışmalarını yürüten ve çalışmalarında yardımcı olacak bir gazeteci kiralayan Thorlow WEED'dir

Amerikan İç Savaşı sonrasında 15 yıl boyunca resmi yemeklerin, davetlerin, kokteyllerin, baloların ve kulis faaliyetlerinin düzenleyicisi olan Samuel WARD döneme damgasını vurmuştur. Ward lobiciliği resmi yemeklerde rahatsız edici düzeyde olmayan bir çerçevede soru sorma ve cevapları istediği hale dönüştürme şeklinde yürütmüştür.

Sivil savaş sonrasında başa gelen başkanların dirayetli politikalar izleyememeleri, lobiciliğin derinlik kazanmasına ve yeni boyutlara ulaşmasına neden olmuştur. Bu dönemde 1869 yılında Jay GOULD ve Jim FİSK'in altın piyasasını köşeye sıkıştırma planında Başkanı da içine almaya çalışmaları, ancak başarılı olamamaları, 1872 yılında ise hükümetin demiryolları için tahsis ettiği milyonlarca doların, lobicilerin gayretleri ile Kongre üyelerinin hatta Başkan'ın cebine girdiğinin saptandığı Credit Mobilier skandalı dönemi oldukça meşgul eden olaylar olmuştur.

1800'lü yılların sonlarına gelindiğinde lobiciliğin boyut değiştirdiği görülmektedir. Büyük şirketler çıkarlarını savunmak için Washington'da aracı kişilerden yararlanacaklarına, destek için Kongre üyelerine, yerel yöneticilere, belediye meclis üyelerine doğrudan başvurmaya yönelmişlerdir.

19 uncu yüzyılda lobicilerin ve lobi faaliyetlerinin olumsuz imajı belleklerde yer etmiştir. Lobiciler, kötü, tehdit edici, devamlı puro içen ve kanun yapımcıları avuçları içerisinde tutan kişiler olarak medyaya yansımıştır.

Lobicilere ciddi şekilde karşı duran ilk başkan Woodrow WİLSON'dur. 1912 seçim kampanyası sırasında, lobicileri "tehlikeli bir unsur" olarak nitelendiren Wilson, bu yolla büyük bir oy toplamıştır. 1913'de Wilson, Başkan seçildiğinde lobicilerin başkenti terk etmelerini istemiş, lobiciler durumun geçici olduğunu düşünerek yerlerinde kalmışlardır.

Dönemin ünlü lobicilerinden Martin MULHALL, Ne w York World gazetesine yazdığı bir makalede, lobiciliğin neden yasaklandığı ve başvuru usulsüz yöntemlere değinmiştir. Çok sayıda Kongre üyesi bu yüzden zor durumda kalmış ve Mulhall'ın yazısı dört ay süren mahkeme duruşmalarına neden olmuştur.

Bu tarihten itibaren 1938 yılına kadar lobicilerin faaliyetlerinin kontrol altına alınabilmesini ve yolsuzlukların önlenmesini öngören çok sayıda yasa tasarısı hazırlanmışsa da kanunlaşmamıştır.

2.4.Lobiciliğin Gelişme Dönemi (1938-1980)

Lobiciliğin gelişme dönemi olarak görülen 1930 ve 1940'lı yıllarda, iş çevrelerinin sürdürdüğü lobi faaliyetlerinin düzene koyulmasına yönelik uygulamalar üzerinde çalışılmıştır. Nazizm ve faşizmin güçlenmesi ve propaganda faaliyetlerine başlaması üzerine 1938 yılında Yabancı Ajanların Tescil Yasası çıkarılmış, yabancı bir hükümeti temsil eden herkesin Adalet Bakanlığı'na kaydolmaları zorunluluğu getirilmiştir.

Çoğulcu toplumlarda, çıkar gruplarının kanun ve yönetimin iradesini etkilemek amacıyla giriştikleri çabaları içeren lobicilik faaliyetlerinin çeşitli suiistimallere neden olması, II. Dünya Savaşından sonra lobiciliğin en yoğun uygulamalarına tanık olan ABD'de çeşitli sınırlamalara gerek duyulmasına zemin hazırlamıştır. (Peltekoğlu,1998)

1946 yılında ise, Ulusal Lobiciliği Düzenleme Kanunu çıkartılmış ve tüm lobicilerin resmi kayıtlara geçmesi sağlanmıştır. 1950 yılında Harry TRUMAN'ın emriyle lobicilerin ve faaliyetlerinin kanunlara uygunluğunu incelemek üzere bir komisyon kurulmuştur. Komisyon çalışmaları sonucu; "lobiciler kanun yapıcıların doğrudan değil, dolaylı olarak etkilenmesine çalışmaktadır. Lobiciler de bireysel olarak hareket etmemekte, grup halinde çalışmaktadır. Daha önce yapılan karşılıklı görüşmeler de yerini yazılı dokümanların gönderilmesi yöntemine bırakmıştır. Kanun yapıcılar, mektup, telgraf, teleks ve faks mesajlarıyla etki altına alınmaya çalışılmaktadır."

sonucuna varmıştır.

1954 yılında Ulusal Lobiciliği Düzenleme Kanunu'nda bazı maddeler yumuşatılmıştır. Kanun yapıcılarla sadece yüz yüze konuşma lobicilik kapsamında sayılmış, dolaylı olarak yapılan temaslar lobicilik olarak kabul edilmemiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesi ile lobicilerin sayısında hızlı bir artış olmuştur. 1970'lere gelindiğinde Kongredeki seri reformların sık sık oturumlara neden olduğu, kıdem sisteminin ortadan kalktığı ve alt komitelerin gücünün arttığı bir ortam görülmektedir. Komite Başkanı'nın sahip olduğu güç, komite üyeleri arasında dağıtılmış, bu kişiler arasında 1960'larda tecrübe edinmiş personel de yer almıştır. Lobiciler, lobi faaliyetlerinde başarılı olabilmek için daha çok insan, personel ve üyenin etkilenmesi gerektiğini keşfetmişlerdir. Aynı zamanlarda siyasi kurumlara duyulan güvensizlik, başarısız bir savaş ve skandallarla dolu dönemin ardından ulusal bir halk lobisi olan ve Başkanlık kampanyalarının denetimi, Vietnam Savaşı'na katılma, çevre korunması gibi konularda yasa çıkarmaya yönelik faaliyet gösteren Müşterek Dava (Common Cause) kurulmuştur.

Önemi hızla artan lobicilerin etkilerini göz önüne almayan Nixon'm başkanlığı yitirmesi de lobicilerle olan temas eksikliğinden olmuştur. 17 Temmuz 1972'de Demokrat Partinin Watergate Oteli'ndeki merkezine giren Cumhuriyetçiler olayı örtbas edecek doğru lobicilerle karşılaşmadıkları için skandalın patlak vermesini önleyememişlerdir. Yine 1970'lerde yabancı ülkelerdeki çıkar sahipleri de lobi faaliyetlerine önem vermişlerdir. 1976 yılında Lobi Faaliyetlerini Açıklama Yasası çıkarılmıştır. 1946 Yasasına bazı değişiklikler getiren bu yasa ile özellikle rüşvet önlenmeye çalışılmış, sicile kaydolma zorunluluğu korunmuştur.

2.5.Günümüzde Lobi Faaliyetleri

1980'li yıllarda lobicilik en parlak dönemini yaşamıştır. Kitle iletişim araçları ve teknolojideki gelişmeler sayesinde lobiciler, ilk kez sokaktaki vatandaşı da lobicilik yapmaya teşvik etmiştir. Halka dayalı (grass-roots) lobi faaliyetleri de aynı yıllarda etkin şekilde önemini ortaya koymaya başlamıştır.

Lobiciler olumlu imaj yaratmak için 1979 yılında Amerikan Lobiciler Birliği'ni kurmuşlardır ve hedeflerini, profesyonelizm, yönetim kuralları ve imaj geliştirme

olarak belirlemiş, kendilerini kanıtlayacak ve mesleğin gelişmesini sağlayacak programlar organize etmişlerdir.

ABD'de profesyonel anlamda başlayan lobcilik, 1980'li yıllarda Avrupa'da da yayıldı. ABD'de ünlü bir lobi kuruluşunun yıllık kazancının 60 milyon Amerikan Doları civarında olduğu; ABD ve Avrupa'da aranan profesyonel bir lobcinin saat ücretinin 600 Dolar civarında olduğu biliniyor. 1980'lerin başında ABD'de 1000 civarında lobi şirketi ve 1700 civarında halkla ilişkiler şirketinin faaliyet göstermiş olduğu, bu firmalarda 89.000'nin üzerinde elemanın çalıştığı tespit edilmiştir. Washington'daki lobi şirketlerinin bütçesinin 4 Milyar dolar olduğu, lobcilere ek olarak 1000 avukatın da lobi faaliyetleriyle uğraştığı, her kongre üyesini etkilemeye çalışan ortalama 30 lobcinin olduğu saptanmıştır.

Lobi faaliyetleri Başkan Bili Clinton ile birlikte yeni düzenlemelerden geçirilmiştir. Yapılan bir takım yenilikle, lobciliğin ahlaki değer ve kurallarını tekrardan tanımlayan düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bu yeni kurallara göre, devlet memurları derecelerine uygun sürelerce işlerinden ayrıldıkları zaman lobici olamamaktadırlar.

“Ahlaki değer ve kurallar” başlığı altında toplanan ve lobciliğe getirilmiş en kapsamlı kurallar olarak nitelenen söz konusu düzenlemeler, Başkan'ın tayin edeceği 3500 dolayındaki görevliden 1100'ünü ilgilendiren boyuttadır. Bunun yanında bir grup lobici tarafından hazırlanan “Lobicilikte ahlak kuralları ”da uygulama alanı bulmaktadır.

Lobi faaliyetleri etkin olması sebebiyle ABD'de federal yönetim ve eyaletlerin birçoğunda resmi yasal düzenlemelerle düzenlenmiş ve lobciliğe ilişkin yasalarla lobcilerin katkı ve harcamalarını kaydedip bildirmeleri zorunlu hale getirilmiştir. ABD'de Washington ve eyalet başkentlerinde, meclislerde lobcilerin listesi bulunur, bunun dışında kalan listede adı olmayanlar lobi faaliyetleri yapamazlar (Peltekoğlu,1998).

Günümüzde, lobcilerin hangi parti için çalışacağını söylemek olanaksızdır. Lobciler her iki partinin de mensuplarıyla rahatça görüşüp, çalışmalarını sürdürmektedir. Lobi şirketleri, faaliyetleri için milyarlar ayıran çokuluslu şirketler ve yabancı devletlerin yanı sıra, hemen her bir kesimin temsilcilerine de müşteri olarak hizmet sunmakta, bu yolla karar mekanizmalarını istedikleri şekilde yönlendirebilmektedirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE LOBİCİLİK VE BASKI GRUPLARI

Türkiye de diğer tüm dünya ülkeleri gibi ulusal, uluslararası ve örgütler bazında lobi faaliyetlerini yürüten bir ülkedir.

3.1. Türkiye’de Lobcilik Faaliyetleri

Türkiye içerisinde halen uygulanmakta olan lobi çalışmalarına bakıldığında bunların tam organize edilememiş, nasıl ve kimler tarafından uygulandığı meçhul ve çoğunlukla olumsuz bir imaja sahip olan faaliyetler olduğu söylenebilir(Dinçer,1998). Bugün Türkiye’de bulunan pek çok çıkar grubu lobi faaliyetleri ile istedikleri yasal düzenlemelerin onaylanmasını sağlayabilmekte, kendilerine yakın buldukları memurların tayin ve terfi işlemlerine müdahale edebilmekte, maddi ve manevi bir takım ayrıcalıklardan yararlanabilmektedirler.

Amerika Birleşik Devletleri'nin siyasi yapısı gereği bu ülkede yaşayan her kesimin ihtiyaç duyduğu yasal düzenlemelere yönelik çalışıldığı için dikkat çeken ve saygı duyulan önemli bir iş kolu olmasına rağmen lobcilik müessesesi, Türkiye’de kamu ile ilişkilerde iş bitirmenin kötü ve gayri ahlaki bir yolu olarak görülmektedir (Dinçer,1998). Türkiye’de yasal dayanağı tesis edilmiş bir lobi düzen ve ortamı yoktur. Toplumca kabul görmüş böyle bir iş kolu da yoktur. Ancak Türkiye’de gayri resmi ve gelenekselleşmiş bir lobcilik vardır. Önemli ihaleler ya da kritik yasa teklifleri verilmesi süreci öncesi, ilgili kurumlar nezdinde ulusal ya da uluslararası baskı gruplarının temsilcileri lobi çalışmaları yaparlar.

Türkiye’de, seçim dönemlerinde partilerin gösterdiği adayların yapacağı seçim kampanyası oldukça masraflı bir iştir. Para ise, baskı gruplarında bulunduğu için, genellikle grup üyeleri tarafından uygun görülen şahısların aday listelerinde yer almaları, bu kişilerin meclise sokularak kendileri adına lobi faaliyetlerinde bulunması sağlanmaktadır (Çomaklı,2003). Benzer biçimde büyük şirket ve holding yöneticilerinin de kendi gruplarını temsil maksadıyla (Çomaklı,2003) meclise girdikleri görülmüştür.

Ülkemizde baskı gruplarının hükümetten belli taleplerde bulunurken belli destekler sağlamaları, bu destek ve taleplerin sonucu belli kamusal hizmet ve malların baskı gruplarına sunulmasını sağlar. Bu türden bir ilişki baskı grupları ile hükümet arasındaki

lobiciliğin bir nevi pazarlık olarak yapılması sonucunu doğurur (Erkan,1992). Ayrıca son dönemlerde ortaya çıkan yolsuzluk skandalları ülkemizde lobciliğe rüşvetin, trilyonları aşan (Ay,2003) boyutlarla bulaştığını göstermektedir.

Yine ülkemizde davetler, kokteyller bireysel anlamda lobi faaliyetinde bulunmak için en uygun ortamlardır. Tören ya da toplantılar sonrası düzenlenen kokteyller, resmi bayramlarda tertip edilen balo ve davet organizasyonları vs. ortamlar ülkemizde bireysel ama gerçek kulis ortamlarıdır. Kamuda terfi talebinde bulunan bürokratlar, ihale takibinde olanlar, şu veya bu şekilde sorunu olanlar, bu sorunlarını çözecek bir tanıdık arayanlar bu kokteyllerde önemli fırsatlar yakalayabilirler (Kazancı,2002).

Ferdi anlamda lobcilik girişimlerin daha çok holding sahibi büyük sermaye grupları tarafından gerçekleştirildiği (Sönmez,1990) söylenebilir.

Olumsuz bir imaja sahip olması ve çoğu lobi faaliyetlerini gerçekleştiren kişilerin iş bitirici, arabulucu, ihale takipçisi çalışmalarının da iş takipçiliği olarak isimlendirilmekte, toplum nazarında lobcilik, rüşvetin, tehdidin, kollamanın geçerli olduğu bir çalışma alanı şeklinde görülmektedir. Türkiye'de lobciliğin kurumsallaşmamış, milletvekillerinin ya da karar vericilere yakın kimi eş, dost, akrabanın yaptığı iş takipçiliği yakıştırmasını yapmak mümkündür.

Türkiye'de lobcilik meslek olarak yerleşmediği için, daha çok büyük holdinglerin başkent ofisleri ve üst düzey yöneticileri, bürokrat çevresine yakın olan kişiler ve akrabaları, bazı halkla ilişkiler ve reklam ajansları, işçi sendikaları, medya, tarım örgütleri, odalar, lise ve üniversite cemiyetleri, oda ve derneklerin genel sekreterleri tarafından yürütülmekte olan zayıf faaliyetlerdir. Ayrıca, Türkiye'de milletvekilleri yasama görevlerinin yanı sıra vatandaşlardan ve baskı gruplarından gelen talepler doğrultusunda iş takibi ile ilgilenmekte (Dinçer,1998) sonuç olarak hükümete, devlet kurumları ve çalışanlarına karşı bir tür lobici gibi çalışmaktadırlar.

Sonuç olarak Türkiye'de uygulanmakta olan lobi çalışmalarının baskı grupları tarafından yapılan, lobcilik mesleği anlamında kurumsallaşmamış baskı faaliyetleri olduğunu söylemek mümkündür.

3.2. Türkiye’de Uygulanan Lobi Teknikleri

Türkiye’de lobicilik devletin ve toplumun genel yapısı gereği ABD’den farklı bir takım tekniklerin kullanılmasını gerektirir. Türkiye’de akla ilk gelen lobi tekniği bireysel çabalar şeklinde, başkente kısa aralıklarla yapılan ziyaretlerdir.

Bir diğer teknik, dostlukların kullanılmasıdır. Aynı liseden veya üniversiteden mezun olanların kurdukları dernekler aracılığıyla aktif görev almış olan eski okul arkadaşları ile temasa geçebilmektedirler. Buna benzer bir diğer teknik ise, hemşerilik bağlarının kullanılmasıdır. Seçimle siyasi mekanizmada yer alan vekiller, kendilerini buldukları yere getiren seçmenlerin desteğine büyük önem verdiklerinden bir sonraki seçimlerde tekrar seçilme ihtimallerini kuvvetlendirebilmek için onların isteklerini gerçekleştirilmeye çalışılmaktadırlar.

İşadamlarının bir araya gelerek kurdukları dernek, oda veya vakıflar aracılığıyla da siyasi yapıya karşı lobicilik faaliyetinde bulunmaktadır. Bu tür birleşmelerde üye sayılarının çokluğu ve sahip oldukları maddi güce oranla siyasi yapı üzerinde etkili olabilmektedirler (Dinçer,1998). Özellikle bu tip kuruluşlar düzenledikleri toplantılara kanun yapıcılar, bakanlar vb. üst düzey bürokratları davet ederek fikirlerini kanun yapıcılara aktaracakları ortamları oluşturmuş olurlar.

Bunların yanı sıra düzenlenebilecek açık hava toplantıları, yürüyüşler, basın toplantıları tarzında etkinliklerde medya aracılığıyla kamuoyunu etkileyip, kitlelere fikirleri empoze etmede etkili bir lobicilik çalışması yapılmış olmaktadır (Dinçer,1998). Amaçları, temsil ettikleri çıkarların korunması için kanun koyucuya veya hükümete tesir etmek olan lobiciler (Ay,2003), kitle iletişim araçlarını kullanarak ilan ve reklam yolu ile halka dönük propaganda faaliyetleri (Bektaş,1996) günümüzde yaygın olarak uygulamaktadırlar.

Bu tekniklerin yanında iyi gözle bakılmamakla birlikte yaygın olarak kullanılan iki teknik, tehdit ve rüşvettir. Tehdit, Türkiye’de devlet görevlilerinin atanması ve yer değiştirmesi ya da bir sonraki seçimlerde oy verilmeyeceği (Aktan,2003) şeklinde uygulanmaktadır.

Seçimlerden sonra siyasi iktidara istediğini yaptırmak isteyen baskı grubu, mali kaynaklarını siyasi partinin kullanımına sunar (Güzeliş,1964) kimi lobicilerde

siyasetçilere istediklerini yaptırabilmek için seçimlerden önce finansal desteğin kesilmesi tehdidinde bulunur.

Bir başka tehdit yolu ise karar vericilerin özel hayatlarının ifşa edilmesi şeklindedir. Türkiye'de bu şekildeki haberler medyada sıklıkla yer almaktadır (Dinçer 1998). Amaç, politikacının ya da devlet memurunun özel yaşamının şu ya da bu yönünü (Ay,2003) ileri sürerek kontrol altına almaktır.

Uygun olmasa da Türkiye'de kullanılan diğer lobi tekniği rüşvettir. Lobiler birçok devlet görevlisi ve karar yapıcı ile bağlantı kurma imkânını paranın cazibesi sayesinde elde etmeye çalışırlar. Rüşvet, TCK (Türk Ceza Kanunu)na yasaklanmış olmasına karşın bu konu ile ilgili yasal düzenlemelerdeki boşluklar nedeniyle sıklıkla başvurulan bir metot olmaktadır.

Türkiye'deki lobi faaliyetlerinde, lobi şirketlerinden az da olsa yararlandığı söylenebilir. Yasal olarak bir çerçeve içerisine oturtulup, resmi bir tanımı yapılmadığı halde bazı halkla ilişkiler şirketleri ve reklam ajanslarının yan faaliyet olarak lobiciliği uyguladıkları görülmektedir.

3.3. Lobicilik ve Baskı Grupları

Ekonomik ve Sosyal açıdan hangi düzeyde olursa olsun, tüm ülkelerin yönetim yapısında yer alan baskı gruplarının, siyasi mekanizma içindeki önemi küçümsenemez. Baskı grupları çoğu zaman toplumun genel menfaatleri anlamına gelen kendi özel çıkarlarını, devletin yönetimini ellerinde tutanlara ileterek, kamuoyu oluşturmakta ve böylece sürekli olarak siyaset arenasında rol oynayabilmektedirler.

Ülkelerin siyasi mekanizmalarının ayrılmaz parçaları olan baskı grupları, nasıl bir sınıflandırma yapılırsa yapılsın çok sayıda görevler üstlenmektedirler. Üstlenilen bu görevlerin gerçekleştirilebilmesi için bazı güç unsurlarının varlığı gerekmektedir. Grupların sahip oldukları gücü kullanmalarının en önemli yolu, baskı metotlarını seçerek çıkarlarına ulaşmaya çalışmalarıdır.

3.3.1. Baskı Grubu Kavramı ve Tanımları

“Baskı grubu” tanımları üzerine çalışan siyaset bilimciler, baskı gruplarını farklı yönlerini vurgulayarak tanımlamışlardır. Mehmet Akad baskı gruplarını; “toplumdaki

çeşitli sosyal güçlerin bilinçli biçimde örgütlenerek, kendi çıkarları doğrultusunda toplumsal çıkarları iktidara iletmesini ve onunla karar verme işlemini paylaşarak kitlenin gerçek iradesini belirleyen ve yönetime meşruluğunu kazandıran çoğulcu gruplar” (Dinçer, 1999) olarak tanımlar. Nazif Akçalı ise “ toplumun yönetimi konusunda siyasi iktidarı bizzat elde etmek yerine, siyasi iktidar, siyasi partiler ve kamuoyu üzerinde dolaylı ve dolaysız, gizli ya da açık baskı kurabilen, resmi veya gayri resmi örgütlenmiş siyasi kuvvet” (Dinçer, 1999) olarak tanımlar.

Baskı grupları siyasi katılımın sağlanması yolunda en önemli araçlar arasında yer almaktadır. Baskı grupları sadece siyasi iktidar üzerinde değil, siyasi partiler ve kamuoyu üzerinde de etkili olabilmektedir. Diğer yandan baskı grupları, siyasi partiler ve kamuoyu yoluyla siyasi iktidar ve devleti yönetenler üzerinde dolaylı bir baskı gücüne sahip olabilir. Siyasi partilerin tersine iktidarı doğrudan ele geçirme amacını taşımayan baskı grupları; kendi çıkarları ya da görüşleri doğrultusunda kararlar alınmasını ve uygulamalar yapılmasını sağlamaya çalışırlar. Kendiliklerinden var olan çıkar grupları örgütlenerek baskı gruplarını oluştururlar. (Kışlalı, 1987)

Tüm bunlardan yola çıkarak genel bir tanımlama yapıldığında baskı grupları; “belirledikleri ortak amaçlara ulaşmak için siyasi iktidarı, devletin çeşitli kademelerini, siyasi partiler ve kamuoyunu etkilemeyi hedefleyen, güçlerini gizli ya da açık baskı şeklinde gösteren, resmi ya da gayri resmi şekilde örgütlenmiş, siyasi kuvvet oluşturan kişiler topluluğudur”. (Dinçer, 1999)

3.3.2. Baskı Gruplarının Sınıflandırılması

Baskı grupları karmaşıklık ve çeşitlilik gösteren siyasi kuvvetler olarak kendilerine özgü özellikler taşımaktadır. Birbirlerine benzemeyen bu gruplar ülkeden ülkeye farklılık göstermekte ve sonuç olarak tüm ülkelerde geçerli olabilecek bir sınıflandırmaya gidilememektedir.

Baskı gruplarının yapıları ile üyelerinin toplumsal konumları arasında sıkı bir bağlantı vardır. Ekonomik bakımdan güçsüz toplum kesimlerinin oluşturdukları baskı grupları, güçlerini üyelerinin sayısal çoğunluğundan ve örgütlenme düzeylerinden alırlar. Üye sayısının çokluğu, disiplinli bir örgütlenmeyi ve belirli bir bürokratik yapıyı zorunlu kılar. Kitle baskı gruplarının en iyi örneğini işçi sendikaları oluşturur. Toplumsal tabanı

geniş olan çeşitli meslek kuruluşları da, işçi sendikalarına benzer bir yapıda örgütlenirler. (Kışlalı, 1987) Kitle baskı grupları aktif ve eylemci, sert ve disiplinli bir yapı gösterirler. İlgili alanları genel olarak işçi, köylü gibi sosyal kesimlerdir. (Dinçer, 1998)

Gücünü üyelerinin sayısından ya da örgütlenme biçiminden çok üyelerinin niteliklerinden alan baskı gruplarına kadro baskı grupları adı verilmektedir. Üyelerinin ekonomik güçleri ve toplumda sahip oldukları etki düzeyi oldukça yüksektir. Bu tür baskı gruplarının başında işveren örgütleri gelmektedir. (Kışlalı, 1987) Kadro baskı grupları ise daha az eylemci ve pasiftir. Yumuşak ve esnektirler. (Dinçer, 1999)

Otoriter ve totaliter baskı gruplarında ise; katı bir disiplin ve merkez otoritesine boyun eğmenin esas olduğu bir yapı görülür. Özellikle faşist eğilimli örgütlerde rastlanır. Otoriter eğilimleri geride kalmış ancak totaliter özellikleri öne çıkan kitle örgütlenmeleri komünizm ideolojisi yapılanmalarında da sıkça görülmektedir. (Kışlalı, 1987) Siyasal yapı içerisinde, siyasal partilerle baskı grupları sürekli veya geçici güç birlikleri oluşturabilirler. Bu gibi işbirliklerinin doğma nedenleri bir yasa tasarısı ya da bir tehdit olabilir. Siyasal yaşamda büyük önemi olan baskı grupları sınıfsal kökenli olanlardır. “Siyasal amaçla örgütlediklerini hemen hiçbirisi açıkça belirtmese bile, meslek kuruluşlarının hepsi de bu çerçevede yer alırlar. Çünkü o toplum kesiminden olanların çıkar ve eğilimlerini savunmak için oluşturulmuşlardır. “ (Kışlalı, 1987)

Sınıfsal baskı grupları içinde yer alan işveren baskı grupları, üyelerinden çok yüksek düzeyde ödenti topladıkları için, ekonomik bakımdan çok güçlüdürler. Türkiye “de İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Ticaret ve Sanayi Odaları, TÜSİAD bu grupta yer almaktadır. İşveren baskı grupları daha az dikkati çeken dolaylı baskı yollarını tercih ederler. (Kışlalı, 1987)

Duverger ve Schwarzenberg’in baskı grupları sınıflandırmasında (Dinçer, 1998); amaçlarına ve çalışma alanlarına göre baskı grupları iki ana gruba ayrılmıştır.

Amaçlarına göre baskı grupları iki grupta incelenmektedir. Birincisi “amaçları sadece baskı kurmak olan gruplar”, ikincisi “amaçları kısmen baskı kurmak olan gruplar”dır. Birinci grup, siyasi iktidara baskı yapmak amacıyla uzmanlaşmış örgütlenmelerden

oluşur. Örnek olarak, lobi faaliyetlerinden yararlanarak çalışmalarını sürdüren baskı grupları verilebilir. İkinci grup, amaçları aslında siyasi baskı kurmak olmayan, ancak zaman zaman güçlerini siyasi baskı olarak kullanan sendikalar, öğrenci dernekleri gibi baskı gruplarından oluşur.

Buna göre amaçları kısmen baskı kurmak olan baskı grupları “mesleki baskı grupları” ve “fikir ve düşünce baskı grupları” olarak ikiye ayrılabilir.

Çalışma alanlarına göre baskı grupları ise “özel kesime ilişkin baskı grupları” ile “kamu kesimine ilişkin baskı grupları” olarak iki grupta toplanabilir. Birinci grup, özel sektörde çalışan kişilerin, mesleki, fikir, spor, din ve ırk gibi alanlarda kurdukları gruplardır. İkinci grup, devleti oluşturan unsurlardan bazıları, siyasi iktidar üzerinde çoğu zaman kamu yararına yönelik baskı kuran grup niteliği taşıyabilir.

3.3.3. Baskı Grupları İşlevleri, Araçları ve Yöntemleri

Baskı grupları sözcüsü oldukları toplumsal kesimin çıkar ve görüşlerini dile getirir, siyasal karar organlarına iletirler. Bu çıkar ve görüşleri ise siyasi partiler ortak hedeflere dönüştürürler. Çoğulcu demokrasilerde baskı grupları ve siyasal partiler birbirlerinin işlevini tamamlayan ve kolaylaştıran kurumlardır.

Jean Meynaud (Kışlalı, 1987) baskı gruplarının temel işlevlerini üç başlıkta inceliyor:

1. Karar organlarına sorunlarıyla ilgili ayrıntılı bilgiler vermek,
2. Alınan kararlara üyelerinin rızasını sağlamak,
3. Tabandaki genel eğilimleri yönlendirip akılcı çözüm önerilerine dönüştürmek.

Baskı grupları, kendilerini ilgilendiren siyasal kararları ya doğrudan ya da kamuoyu aracılığıyla dolaylı olarak etkilemeye çalışırlar. Bunun için çeşitli yöntemlere başvururlar. Seçim kampanyaları sırasında, çıkarlarını temsil ettiğini düşündükleri bir adayın seçimine ya da kendi içlerinden bir adayın seçimine destek olurlar. Bir başka doğrudan baskı yöntemi kullanılan alan ise belirli yasa tasarılarının parlamentoda görüşülmesi sırasında, ya da alınan kararların uygulanması sırasında görülür. Bir diğer yol ise partilere örtülü olarak parasal yardım yapılması, parlamenterlerle özel ilişkiler kurulmasıdır. (Kışlalı, 1987)

Siyasal kararları dolaylı bir şekilde etkilemenin yolu ise kamuoyu oluşturmaktır. Bunu yaparken finansal desteklerin ardından ikinci sırada halkla ilişkiler çabaları gelmektedir. Tercih edilen kamusal hareket oluşması ve bu hareketin kamusal bir politika haline gelmesi için, “yeni lobi” olarak adlandırılan, planlı halkla ilişkiler programları hazırlanır ve uygulanır. Bu programlar doğrudan iletişimi gerektiren “eski lobi” yerine uygulanmaktadır. (Key JR, 1969) Halkın benimsediği ve üzerinde kamuoyu oluşturulan bir konuda siyasal iktidarın aksi bir karar alması da zorlaşır.

Baskı gruplarının propaganda etkinliklerinde ilk ve öncelikli hedefleri bizzat kendi üyeleridir. Önce kendi üyelerini bilinçlendirmeye ve ortak hedefler etrafında bütünleştirmeye çalışırlar. Ardından geniş kamuoyunu etkilemeye yönelik propagandaya sıra gelir. (Kışlalı, 1987)

Diñçer (1998)’e göre; baskı grupları çıkarları doğrultusunda hedeflerine ulaşmada çeşitli baskı metotlarına başvururlar. Kullanılacak en uygun baskı metodunun seçilmesinde birçok etken söz konusudur. Yapılacak seçimde gruplar öncelikle örgütsel yapıları ve üyelerinin niteliklerini göz önüne almalıdırlar. Bunların yanında, baskı gruplarının buldukları ülkenin siyasal yapısı ve sahip oldukları bütçe de uygulanacak metodun seçiminde önem taşımaktadır. Farklı baskı grupları bu yönde farklı baskı metotları kullanma yoluna gitmektedir. Baskı gruplarının sahip oldukları koşullar ve sıralanan sınırlamalar kullanılacak baskı metotlarının belirlenmesinde yardımcı olmaktadır. Bu metotları aşağıdaki gibi açıklar:

3.3.3.1. Tehdit

Devlet görevlilerinin yeterli düzeyde otoriteye sahip olmadığı dönemlerde, baskı grupları; raporlar ve yüz yüze görüşmelerle elde edemedikleri etkiyi tehdit mekanizmasını yöntem olarak seçerler. Tehdit derken kastedilen bunalımlı bir kabine dönemi yaşıyorsa bunun devrilmesi için çalışılması, seçilmiş bir parlamentere seçim bölgesinden yollanan mektuplar gibi yöntemlerdir.

3.3.3.2. İkna

Baskı gruplarının en çok kullandığı ve başarı sağladığı yöntemlerden biridir. İkna için, yeterli araştırma yapmaya vakti olmayan devlet görevlileri için çıkarlarına ilişkin konuyla ilgili raporlar hazırlarlar ve sunarlar. Bu raporlar tarafsız hazırlanır ve ya

doğrudan devlet görevlilerine sunulur ya da medyaya sunulur. İkna için başvuru bir diğer yöntemde yüz yüze görüşmelerdir.

3.3.3.3. Para

Baskı grupları mevcut mali kaynakları ölçüsünde bu metottan yararlanırlar. Kimi zaman siyasi mekanizmayı ikna etmede kullanılan raporlar ve araştırmaların yapılmasında kullanılır. Kimi zaman ise maddi açıdan bağımlılık yaratarak, siyasi mekanizmada yer alanların borçlu duruma ya da minnet altına sokulmasında kullanılır.

3.3.3.4. Hükümet Çalışmalarını Engelleme

Üç yöntem kullanılarak gerçekleştirilir. Kamu idareleri ile işbirliğine gidilmemesi (işlerin yürüyüşünün engellenmesi), finansal bunalımlar (geçici krizlere sebep olma) yaratma ve vergi ödemedir (mali açıdan devlet sıkıştırılır) kaçınmadır.

3.3.3.5. Medya

Yazılı, sözlü, görüntülü iletişim araçlarının kullanımı ile (haber çıkarılması, ilan verme) baskı grupları kamuoyuna fikirlerini ulaştırabilirler. İletişim araçları en etkili mekanizmalardan biridir.

3.3.3.6. Lobi Faaliyetleri

Baskı gruplarının başvurduğu diğer tüm baskı metotlarını da içeren, çok geniş, kapsamlı bir faaliyet alanıdır. Lobcilik, siyasi mekanizmada yer alan kişilere seslerini duyurmak isteyen kişiler, iş grupları, lobiler ya da yabancı ülkeler vb tarafından yürütülen bir çabadır. Lobi faaliyetleri, hedeflenen isteklere ulaşmada kullanılan yöntem ve teknikleri ifade eder. Lobici bu faaliyeti yürüten kişi, lobi ise aynı amaç etrafında toplanmış ortak bir çıkarıya sahip kişilerden oluşan bir baskı grubudur.

Yasama ve yürütme hatta yargı alanlarında etkili olabilmek için, baskı grupları istenilen bilgilerin temini yanında önemli ve göz ardı edilmeyecek baskılar ya da hizmetler sunarlar. Kendi çıkarları ve içinde buldukları durumun dinamiklerini yansıtmadaki başarıları sayesinde, siyasi mekanizma ile aralarında bir uzlaşma oluşmaktadır. Bu amaca ulaşmada lobi faaliyetleri de baskı grupları tarafından başvuru, bir yöntem olarak önem kazanmaktadır. Dolayısıyla lobi faaliyetleri de; hükümetlerin çeşitli

kademelerinin karar almaları üzerinde etkili olan, demokratik sistemin bütünleyici ve meşru bir parçası olarak değerlendirilmektedir. (Dinçer, 1998)

Bu bölümün ilk satırlarında, Jean Meynaud'un (Kışlalı, 1987) baskı gruplarının temel işlevlerini üç başlıkta incelediği belirtilmişti. Bu başlıklar:

- Karar organlarına sorunlarıyla ilgili ayrıntılı bilgiler vermek,
- Alınan kararlara üyelerinin rızasını sağlamak,
- Tabandaki genel eğilimleri yönlendirip akılcı çözüm önerilerine dönüştürmekti.

Jean Meynaud'un yaptığı bu saptamada görüldüğü gibi baskı gruplarının temel işlevleri ile lobiciliğin temel işlevleri birbiri ile örtüşmektedir. Bu da gösterir ki, baskı grupları günümüzde birer lobi grupları halini almışlardır. Lobi grupları gibi örgütlenerek, lobi yöntemlerini kullanarak varlıklarını sürdürmektedirler.

Bir başka deyişle baskı grupları, siyasal süreci etkileme bakımından, kurumsallaşmalarının ardından, yasama ve yürütme gücüne yönelik etkileme gücüyle "lobiler" halini almışlardır.

Bu yorumu Mack neden baskı gruplarının lobi yaptığına ilişkin aşağıdaki cevapları sıralaması ile desteklemektedir. Mack'e (1998), göre Baskı Grupları, yetkili kişilere aşağıda sayılı bazı amaçlara ulaşmak için lobi yaparlar.

- Özel sektör için fayda/çıkar elde etmek,
- Ekonomik avantaj elde etmek,
- Hükümetin bir basamağında avantaj elde edilmediyse bile diğer bir basamakta çıkar elde etmeye çalışmak,
- Eğitici programlar tasarlayarak ve üyelerini bilinçlendirmek.

Finer ise (Göksu, Bilgiç 2003), "baskı grubu" terimi yerine "lobi" terimini kullanmayı tercih eder, Çünkü Finer'e göre tüm gruplar kamu politikalarını etkilemek isterler. Yönetimi etkilemek isterken bunların mutlaka "baskı" kullanması gerekmez.

Dolayısıyla Finer'in de görüşlerinin desteklediği gibi baskı grupları, baskı kurmadan, lobicilik yöntemlerini kullanarak da yönetimleri etkileyebilirler.

Baskı grupları, temsil ettikleri sektörün çıkarları için, hükümetin ya da karar mekanizmasının bir basamağında olmasa bile başka bir basamağında çıkarlarını savunmak için gerektiğinde eğitici programlar tasarlayıp üyelerini bilinçlendirerek ortak bir strateji ile hareket edip amaçlarına ulaşmaya çalışırlar.

3.3.3.7. Üyeleri ve Taraftarları Harekete Geçirme

Baskı grupları kendi lehlerine bir karar aldıramadıkları zaman başvurdukları bir yöntemdir. Üye ve taraftarlarını “doğrudan eylemlerle, yani yasal çerçevede düzenlenen yürüyüş, gösteri, forumlarla etkilemeye çalışırlar. Bu konuda kullandıkları bir diğer yöntem ise “grevler ”dir. Bunlar zorlayıcı ve organize hareketlerdir. Grev, boykot ve direnişi kapsar. Haklı sebepleri yoksa ters tepebilen bir yöntemdir. Çabuk sonuç verir.

3.4. Türkiye’de Uygulanan Lobiciliğin Değerlendirilmesi

Türkiye tarafından gerçek anlamda lobicilik faaliyetleri kurumsallaşmasını tam olarak tamamlayamadığı için, hem ulusal hem de uluslararası seviyede, yürütülememektedir. Bununla birlikte, stratejik açıdan oldukça önemli olan bir noktada yerleşik bulunan ve sürekli gelişen Türkiye'nin ulusal menfaatleri doğrultusunda, uluslararası ilişkilerinde, lobi faaliyetlerini sürekli, düzenli, koordineli bir şekilde ve sabırla yürütmesi gereklidir. Türkiye'nin lobicilik konusunda, basta ABD olmak üzere uluslararası düzeyde ciddi bir lobi stratejisi belirlemesi, bu strateji içerisinde kullanılacak insan gücü ve para kaynaklarının tespiti ile bu faaliyetleri gerçekleştirecek kurumları en kısa sürede oluşturarak gerekli kaynakları bu doğrultuda kullanması gerekmektedir.

Lobicilik yasal çerçeveler içerisinde uygulandığında hem uygulayıcısına hem de uygulandığı topluma pek çok fayda sağlamaktadır. Sağlayabileceği bu faydalar göz önünde bulundurularak, Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi Türkiye'de de lobiciliğin etik kurallarına ve yasal düzenlemelerle sınırlarının çizilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Böylece hem lobi faaliyetlerinin hareket sınırları belirlenebilir, hem de toplumu gözünde lobicilik mesleği hakkındaki olumsuz imaj düzeltilebilir.

SONUÇ

Günümüzde iletişim hedef kitleye kendini anlatmak, istek ve beklentilerini dikkate aldirmek, hedef kitlenin desteğini görmek hem kişiler için hem de kuruluşlar için son derece önem teşkil etmektedir. Halkla ilişkiler etkinliğinden biri olan lobicilik kavramı yasamaya ve kanun yapıcıya etki etmek, her türlü yolla baskı uygulamak ve istediğini alıncaya dek lobi çalışması yapmaktır. Her türlü yol ele alınırken, maddi ve manen desteklenmesi de göz ardı edilemeyen etkili bir unsurdur

Bu doğrultuda bir iletişim yöntemi olarak lobicilikle ilgili genel bir fotoğrafı ortaya koymak amacıyla kaleme alınan bu çalışmada öncelikle iletişim, siyasal iletişim, lobi, lobici ve lobicilik kavramlarına değinilerek lobiciliğin kavramsal çerçevesi açıklanmakta, daha sonra ise lobiciliğin günümüze gelinceye dek ne safhalardan geçtiği, lobici olabilmek için gereken şartların neler olduğu, başarılı bir lobi faaliyeti gerçekleştirmek için hangi yöntem ve tekniklerin kullanılabilceği, lobiciliğin ABD' deki gelişimi, ve Türk Lobisinin tarihsel gelişimi, hangi boyutlara ulaştığı ne şekilde yararlanılabileceğini ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Lobilerin ve örgütlenmiş baskı gruplarının karar verme süreci üzerinde etkili olabilmeleri özetle; örgütsel kapasitelerine kullandıkları strateji ve etkileme yöntemlerine, karar alıcıların gruba bakışlarına, kamuoyu desteklerine, medya ile ilişkilerine, mali güçlerine, üye kapasitelerine, toplumdaki itibarların, örgütsel niteliklerine, gündemdeki konuya, amaçlarına ve diğer lobiler veya gruplarla iş birliği yapabilmelerine bağlıdır.

Lobiciliği ve lobilerin başarılarını jeopolitikten, olaylardan, ticaretten, kültürden, tarihten, duygulardan, iç politikadan ve dinden ayrı düşünmemek gerekir. Ancak, bunların ağırlığı zaman içinde değişebilmektedir. Yasa yapıcıları üzerindeki çalışmalarından bir sonuç alamazlar ise çabalarını yürütme organına yönelik olarak devam ettirebilirler.

Lobicilik, günümüzde, demokratik ülke kurumlarının düzgün işleme için ihtiyaç duyulan gerekli bir meslek olarak kabul edilmektedir. Ayrıcalıklı bir aracı gibi vazife gören lobici, kamu kurumlarıyla özel çıkarlar arasındaki uyumun oluşmasına yardımcı olur. Fakat lobici etkinliği daha da uzaklara erişebilen bir faaliyettir; bazen yurttaşların

günlük yaşamlarını etkiler. Şimdilerde dünyada ve de Avrupa ülkelerinde acımasız bir rekabet ortamı hüküm sürmektedir.

Türkiye'de ise lobiciliğin önemi henüz anlaşılammıştır. Türkiye, gerek ülke içindeki çıkar sahiplerinin yürüttüğü, gerekse ülkenin gerçekleştirdiği lobi faaliyetlerinde yetersiz kalmaktadır. Lobcilik hakkındaki bilgilerin sınırlı düzeyde olması, bu faaliyetleri gerçekleştirecek uzman kişilerin (lobicilerin) olmaması, gibi nedenler uluslararası arenada Türkiye'nin başarı sağlamasını engellemektedir. Ayrıca ülke içinde hedeflenen sonuçlara ulaşmada lobcilik adı altında rüşvet ve tehdit gibi illegal tekniklerin kullanılması, faaliyet hakkında olumsuz imajın yerleşmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda, Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi Türkiye'de de lobcilik yapmak isteyen kişilerin çalışmalarının devletçe yasal düzenlemelerle çerçevelendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca Türkiye'de yalnızca lobcilik hizmeti sunan lobi şirketlerinin kurulması da faaliyetler hakkında bilgi sahibi olmada ve lobcilik hakkındaki olumsuz imajın düzeltilmesinde önemli rol oynayacaktır. Bunun yanı sıra çıkar sahiplerince başvuru, ancak kullanılmasında sakınca görülen rüşvet ve tehdit tekniklerine yönelik yasal yaptırımlar arttırıldığında lobiciliğin illegal yönü de ortadan kalkacaktır.

Türkiye'de lobcilik anlayışı genel olarak yerinde ziyaretler, sektörü temsil eden ve üyesi buldukları dernek, vakıf vb. kuruluşlarla işbirliği ile hareket edilmesi, belli günlerde buluşmalar ve açık hava toplantıları, sessiz yürüyüşler, basın toplantıları, demeçlerini içermektedir. Bu şekilde olan faaliyetlerin günümüz iletişim çağında yeterli olamayacağına farkına varmamız gerekmektedir.

Doğru hedefler oluşturulmalı, tanıtımın, duyuruların, organizasyonların yerinde zamanında ve doğru kanallarla gerçekleştirilmesi gerekir. Hedef sadece yurt dışındaki vatandaşlarımızın bir araya getirmek ya da gövde gösteri yapmak değil yabancı kitleleri de etkilemek olmalıdır. Hedeflenenlerin arasında o ülkenin yazarları, aydınları, siyasi partileri, sanatçıları da yer almalıdır.

KAYNAKÇA

- Akad, M.(1976)** Baskı Gruplarının Siyasal İktidarla İlişkileri, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul,
- Akad, M. (1979)** Çoğulcu Demokraside Siyasal İktidar ve Baskı Grupları, Z Yayınları, İstanbul,
- Akçalı, N. (1988)** Siyaset Bilimine Giriş, Bilgehan Basımevi, İzmir,
- Aktan, C. C. (2001)** Yolsuzlukla Mücadele Stratejileri, Hak-İş Yayınları, Ankara,
- Aktan, C. C. (2003)** "Görünmez Ayak ve Milletlerin İsrافی; Rant Kollama" (Editör: Coşkun Can AKTAN), Yasal Soygun, Zaman Kitap, İstanbul,
- Arı, T. (1997)** Amerika'da Siyasal Yapı, Lobiler ve Dış Politika, Alfa Yayınları, İstanbul,
- Ay, H. (2003)** "Baskı Gruplarının Gücü ve Siyasal Karar alma Sürecine Etkisi" (Editör: Coşkun Can AKTAN), Yasal Soygun, Zaman Kitap, İstanbul,
- Bayramoğlu, N. N. (1985)** Amerika Birleşik devletlerinde Lobi Faaliyetleri, Dış Politika Enstitüsü Yayınları, Ankara,
- Bektaş, A. (1996)** Kamuoyu İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul,
- Budak, G. ve BUDAK, G. (1995)** Halkla İlişkiler, Beta Basım Yayım, İstanbul,
- Çaha, H. (2003)** "Rant Kollayan Bir Topluma Doğru" (Editör: Coşkun Can AKTAN), Yasal Soygun, Zaman Kitap, İstanbul,
- Çomaklı, Ş. E. (2003)** "Baskı Gruplarının Siyasal Partilerle İlişkileri" (Editör: Coşkun Can AKTAN), Yasal Soygun, Zaman Kitap, İstanbul,
- Daver, B. (1969)** Siyaset Bilimine Giriş, Doğan Yayınevi, Ankara,
- Dinçer, M. K. (1998)** Lobıcılık, Alfa yayınları, İstanbul,
- Dinçer, M. K. (1999)** Lobıcılık, Alfa Yayınları,
- Erkan, H. (1992)** Demokrasi ve Piyasa Ekonomisinde Birlikler (Odalar-Sendikalar-Dernekler), Dokuz Eylül Üni. İkt. İd. Bil. Fak. Yayını, İzmir,

- Esin, P. (1974)** Türkiye'de İşveren Sendikacılığı, A.Ü.S.B.F.Yayınları, Ankara,
- Göksu, T. , Bilgiç, V. K. (2003)** “Baskı Grupları ve Karar Alma Mekanizmasına Etkileri”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 36, Sayı 2, 2 Haziran 2003, s.51-66. ,
- Grant, A. (1992)** The American Political Process, Dartmouth Publishing Company, Vermont, USA,
- Güzeliş, İ. (1964)** İdarede Baskı Grupları, Yeni Matbaa, İstanbul,
- Healy, R. E.ve THOMPSON, M. (1979)** The Washington Lobby, Congressional Quarterly Inc, Washington, USA,
- Kazancı, M. (2002)** Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, Turhan Kitabevi, Ankara,
- Key, Jr. V.O. (1969)** Politics, Parties, Pressure Groups, Fifth Edition, Thomas Y.C.Company, NY, s.130, 131.,
- Kışlalı, A. T. (1987)** Siyaset Bilimi, İmge Yayınları, Ankara,
- Kodaoğlu, A. (1994)** "ABD'de Lobi ve Lobcilik", Avrasya Dosyası, ASAM Yayınları, Sayı 4, Ankara,
- Mack, C. S. (Foreword by Richard A. Edwards) (1998)** Lobbying And Government Relations A Guide For Executives, Library of Congress Cataloging in Publication Datee Quarism Books, London,
- McFarland, A. S. (1993)** Müşterek Dava, Amerika Birleşik Devletlerinde Kamu Yararına Lobcilik (Çev.: Ruhi Can Tul), Dış Politika Enstitüsü Yayını, Ankara,
- Meynaud, J. (1997)** Politikada Baskı Grupları (Çev.: Samih Tiryakioğlu), Varlık Yayınları, İstanbul,
- Mumcu, A. (1985)** Tarihsel Gelişimiyle Birlikte Osmanlıda Rüşvet, İnkılap Kitapevi, İstanbul,
- Peltekoğlu, F. B. (1998)** *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Basın Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul,
- Peltekoğlu, F. B. (2001)** Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Basım, İstanbul,
- Sönmez, M. (1990)** Türkiye'de Holdingler-Kırk Haramiler, Arkadaş Yayınevi, Ankara,

Yanık, M. (2001) "Amerika'da Baskı Grupları", JOURNAL OF QAFQAZ UNIVERSITY, sayı 8, Bakü,

Zorack, J. L. (1990) The Lobbying Handbook, Professional Lobbying and Consulting Center, Washington, USA,

Wittenberg, E. ve Wittenberg, E. (1994) How ToWin InWashington, Blackwell Publishers, Oxford, UK.

ÖZGEÇMİŞ

1967 Yılında Ankara'da doğdu, İlköğrenimini İstanbul'da Erenköy Zihni Paşa İlköğretim okulunda tamamladı. Ortaöğrenimini Kadıköy İmam Hatip Lisesinde ve lise öğrenimini Üsküdar Cumhuriyet Lisesinde dışardan bitirmek suretiyle eğitim hayatına devam etti. 1997 yılında Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi, işletme Bölümünden mezun oldu. 2014 yılında Fatih Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümünde Tezsiz Yüksek Lisans yaptı.

İş hayatına 1994 yılında İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığında Başkanlık Sekreteri olarak başladı, 2001 yılında İstanbul Deniz Otobüsleri İnsan Kaynakları Müdürlüğünde İnsan Kaynakları memuru olarak görev yaptı. 2003 yılında İDO Özel Kalem şefi olarak göreve geldi, 2004 yılına tekrar İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanlık Sekreteri görevine döndü ve halen bu görevde devam etmekte.

Evli ve 2 çocuk annesi.