

T.C.

ATILIM ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

LOBİCİLİK ve PROPAGANDA

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ, AVRUPA BİRLİĞİ'NDE LOBİCİLİK

FAALİYETLERİ VE TÜRKİYE'NİN ABD'DE YÜRÜTTÜĞÜ LOBİCİLİK

ÇALIŞMALARI

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa Kemal ALTAY

Ankara – 2017

T.C.

ATILIM ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

LOBİCİLİK ve PROPAGANDA

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ, AVRUPA BİRLİĞİ'NDE LOBİCİLİK

FAALİYETLERİ VE TÜRKİYE'NİN ABD'DE YÜRÜTTÜĞÜ LOBİCİLİK

ÇALIŞMALARI

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa Kemal ALTAY

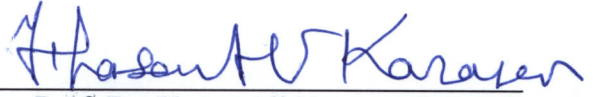
Tez Danışmanı

Prof. Dr. Hasan ÜNAL

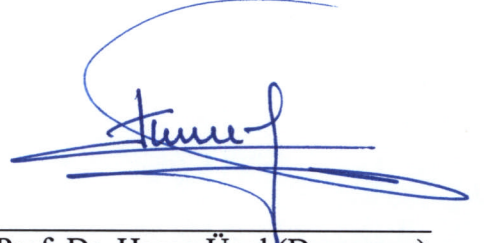
Ankara – 2017

KABUL VE ONAY

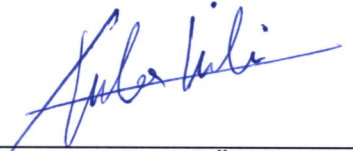
Mustafa Kemal Altay tarafından hazırlanan “Lobicilik ve Propaganda Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği’nde Lobicilik Faaliyetleri ve Türkiye’nin Amerika Birleşik Devletleri’nde Yürüttüğü Lobicilik Çalışmaları” başlıklı bu çalışma, 14.07.2017 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Hasan Ali Karasar (Başkan)



Prof. Dr. Hasan Ünal (Danışman)



Doç. Dr. Tuba Ünlü Bilgiç

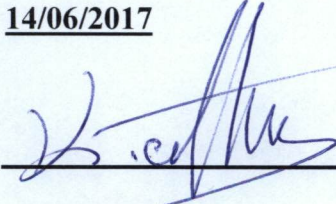
ETİK BEYAN

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- ✓ Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı
- ✓ Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- ✓ Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- ✓ Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durum söz konusu halinde aleyhime olabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

14/06/2017



Mustafa Kemal ALTAY

ÖZET

[ALTAY, Mustafa Kemal]. [Lobicilik ve Propaganda – Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa Birliği'nde Lobicilik Faaliyetleri ve Türkiye'nin ABD'de Yürüttüğü Lobicilik Çalışmaları], [Yüksek Lisans Tezi, Ankara, [2017].

Homo sapiens^{*}'den, homo sapiens sapiens^{**}'e oradan günümüze kadar geçen süre zarfında insanoglu sürekli olarak etkileşim ve iletişim içerisinde kalmışlardır. Bu süreç insan ırkının varlığı yok olacağı güne kadar sürüp gidecektir. İnsanlar arasında ki mücadele ilk insan topluluklarından başlayarak sürekli olarak devam etmektedir. Bu mücadelenin içeriği ister savaşımlara dayansın, isterse bir bilginin oluşturulmasına hepsinin içerisinde cereyan eden bir yönetsel sistemler zinciri varlığı ya da başka bir ifadeyle hiyerarşik yapı mevcuttur. Bu süreçlerin temel yapısı ise; modern anlamda lobi (etkileme, manipüle etme vb.) faaliyetleri ve propaganda (tanıtma, baskı kurma vb.) faaliyetleri olarak özetlenebilir. Bu çalışmada sırasıyla lobicilik ardından da propaganda hakkında detaylı bilgilere yer verilerek, siyaset, askeri ve ekonomik alanlarda ki etkilerine değinilecektir. Ayrıca bu kavramların zaman içerisinde nasıl evrime uğradıklarına değinilecektir. Özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde ki ve Avrupa Birliğinde ki işleyiş biçimlerinden de söz edilecektir. Son kısımda ise, Türkiye'nin lobicilikle tanışması ve Türk lobilerinin faaliyetlerine değinilerek özellikle lobi faaliyetlerinin Dünya üzerinde büyük bir yer kapladığı Amerika Birleşik Devletlerinde ki çalışmalarından bahsedilecektir.

Atalarımızdan miras aldığımız ve adeta genetik kodumuza işlenen çevremize hükmetmek, etki alanımızı genişletmek ve güce (siyasi, ekonomik, vb.) sahip olmak gibi olgulardır. Bu olguların sürekliliği için lobiciliğin ve propagandanın devamlılığı esastır. Özellikle günümüz Dünyasında demokrasi kavramının sadece kâğıt üstünde kaldığı, demokrasinin amaç değil de araç olduğu ve faşizan ideolojilere sahip yöneticilerle yönetilen ülkelerde kısmen lobiciliğin, fakat propaganda faaliyetlerinin

* İlk insan

** Modern İnsan

çok ama çok daha önemli hale geldiği ülkelerde ki siyasiler için önemi kat be kat daha da artmaktadır. Bu çalışmada Dünya tarihinin tozlu sayfalarında yerini almış faşist ideolojilere sahip olan yöneticilere kısmen değinilecek, onların modern olanlardan ise asla bahsedilmeyecektir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri, Lobcilik, Propaganda, Türkiye.

ABSTRACT

[ALTAY, Mustafa Kemal]. [Lobbying and Propaganda- Lobbying Operations Performed by the United States of America, European Union, Lobbying Operations performed by Turkey in the United States of America], [Master of Arts Thesis Ankara, [2017].

From homo sapiens* to homo sapiens sapiens** and thence to today's world, human beings have always been in interaction and communication with each others. This time course will continue till the end of human race's presence. The struggle between humans keep going from the very beginning of the first human communities. There is an administrative chain of systems or in other words a hierarchial structure available in this struggle whether it is based on the wars in terms of its content or the formation process of the information. The underlying structure of these processes can be summarized as lobby (influence, manipulation etc.) activities and propaganda (publicity, putting pressure etc.) activities in the modern sense. In this study, while giving detailed information about the lobbying and then propaganda respectively, their effects are taken into consideration within the areas of politics, military and the economy. Particularly, it will be mentioned about the modus operandi within the United States of America and the European Union. In the last part, it will be touched upon the familiarization of Turkey with lobbying and especially the studies across the United States which comprises a big part of the lobby activities around the world.

Domination over our environment, expanding of our influence and holding the power (politically, economically etc.) are the facts inheriting from our ancestors into us and also to our genetic codes. The permanance of the lobbying and the propaganda is essential for the continuity of these facts. In particular, partially lobbying and mostly propaganda activities gain importance so much more in the countries ruling with fascistic ideologies and also for today's world losing the meaning of the democracy that become an instrument rather than aim. Within this

* Primitive man

** Modern human

study, it will be partially mentioned about the rulers having fascist ideologies who become a dusty page of the history, however it will never be mentioned about the modern ones of these rulers.

Keywords: the EU, the USA, Lobby, Propaganda, Turkey.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR DİZİNİ	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

LOBİCİLİK

1. LOBİCİLİK TANIMI, YÖNTEMLERİ ve ÇEŞİTLERİ.....	9
1.1 Neden Lobcilik?	13
1.2 Lobcilik Yöntemleri	14
1.2.1 Doğrudan Lobcilik.....	15
1.2.2 Dolaylı Lobcilik.....	16
1.2.3 Kolektif Lobcilik.....	17
1.3 Lobcilik Teknikleri Ve Kullanılan Araçlar (Kitle İletişim Araçları) ..	18
1.3.1 Bire Bir İletişim ve İkna.....	19
1.3.2 Bilgi Sunma	20
1.3.3 Mali Destek ve Kampanya Destekleri Sağlamak.....	20
1.3.4 Seçmenlerle Tanışma ve Toplantılar Düzenleme	21
1.3.5 Medya İlişkileri.....	21
1.3.6 Halkla İlişkiler Kampanyaları	22
1.3.7 Yönetmeliklere Bilgilendirme Mektupları Yazmak	23
1.3.8 Doğrudan Eylemler	23
1.3.9 Etik Olmayan Lobcilik Teknikler (Rüşvet, Tehdit)	24

İKİNCİ BÖLÜM

PROPAGANDA

2.1 Propaganda Tanımı, Kavramı ve Çeşitleri	26
2.1.1 Zamanlama.....	31
2.1.2 Sürdürülebilirlik.....	31
2.1.3 Tekrarlama	31
2.1.4 Yoğunlaştırma.....	31

2.1.5	Sadeleştirme	31
2.1.6	Kitlede Sinerji Yaratma	31
2.1.7	Simgeler	32
2.1.8	Farklı Lakaplar Kullanma	32
2.1.9	Kalıplaşmış imajların kullanılması	32
2.2	Propaganda Türleri.....	32
2.2.1	İç ve Dış Propaganda	33
2.2.2	Umumi, Sınırlı ve Bireysel Propaganda.....	33
2.2.3	Askeri, Siyasi, İktisadi ve Kültürel Propaganda	34
2.2.4	Bireylere Yönelik Propaganda ve Kitlelere Yönelik Propaganda.....	36
2.2.5	Politik Propaganda ve Sosyolojik Benimsetme	37
2.2.6	Akla Yönelik Propaganda ve Duygulara Yönelik Propaganda.....	37
2.2.7	Stratejik Planlamalı Propaganda	38
2.2.8	Taktik Propaganda	38
2.2.9	İşgale Yönelik Propaganda	39
2.3	Karşı Propaganda.....	39
2.3.1	Karşıtı Bulmak	40
2.3.2	Zayıf Noktaları Tespit Ederek Saldırmak	40
2.3.3	Etkinliği Yüksek Olan Propaganda Faaliyetlerini Doğrudan Hedef Almamak...	41
2.3.4	Karşıt Saldırmak, Küçük Düşürmek	41
2.3.5	Karşı Propaganda Faaliyetlerini İtibarsızlaştırmak	41
2.3.6	Beyaz veya Açık Propaganda	42
2.3.7	Gri veya Bulanık Propaganda	42
2.3.8	Kara veya Sinsi Propaganda	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LOBİCİLİĞİN TARİHSEL DÖNÜŞÜMÜ VE YASAL DÜZENLEMELER

3. LOBİCİLİĞİN TARİHSEL DÖNÜŞÜMÜ VE YASAL DÜZENLEMELER

3.1	Amerika Birleşik Devletleri'nde Lobıcılık ve Hukuki Düzenlemeler...	44
3.1.1	Yabancı Temsilci Yasası.....	45
3.1.2	Federal Lobi Yasası	46
3.1.3	Derneklerin Lobi Faaliyetlerinin Sınırlandırılması	47
3.1.4	Kampanya Harcamalarına İlişkin Yasal Düzenlemeler	48
3.2	Avrupa Birliğinde Lobıcılık ve Hukuki Düzenlemeler	48

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE ve LOBİCİLİK

4.1	Türkiye’de Lobicilik Tarihi ve Faaliyetleri	54
4.2	ABD’deki Türk Lobiciliğinin Tarihsel Süreci	56
4.3	ABD’de Türk Lobileri ve Yürüttükleri Faaliyetler	59
4.3.1	Türk-Amerikan Dernekleri Konfederasyonu (ATAA).....	59
4.3.2	Amerikan-Türk Konseyi (American–Turkish Council).....	60
4.3.3	Türk Amerikan Koalisyonu	60
4.3.4	Türk Etütleri Enstitüsü.....	60
4.4	ABD’de Örgütlenen Türk Karşıtı Oluşumlar	62
4.4.1	Ermeni ve Rum Diasporası Karsısında Türkiye.....	63
4.4.2	Sözde Soykırım İddiaları ve Kıbrıs Sürecinde Türkiye- ABD İlişkileri...	64
4.5	ABD’de ki Türk-Ermeni İkili İlişkileri	65

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. SONUÇ.....	67
KAYNAKÇA	71

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKÇT	: Avrupa Kömür Çelik Topluluğu
ANCA	: Amerika Ermeni Ulusal Komitesi
ATAA	: Türk Amerikan Dernekleri Birliği
ATC	: Amerikan-Türk Konseyi
ATAD	: Avrupa Toplulukları Adalet Divanı
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
PAC	: (Political Action Committee) – Siyasal Eylem Komiteleri
TCA	: Türk Amerikan Koalisyonu
TDK	: Türk Dil Kurumu
TEBK	: Türk-Ermeni Barışma Komisyonu
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyonu

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşının ardından başlayarak –Doğu Bloğunun dağılmasının öncesinde ve sonrasında – gerek müttefikleri olan devletlerin yurttaşları açısından, gerekse rakipleri olan devletlerin yurttaşları açısından olsun Amerika Birleşik Devletleri demokrasi ve insan haklarına vermiş olduğu büyük önemden dolayı sürekli olarak göz önünde olmuş ve baskıcı rejimler altında yaşayan toplumlar tarafından sürekli bir hülya olarak düşünmüştür. Elbette Amerika Birleşik Devletlerinde de insan hakları ve özgürlükler konusunda en başından beri bugün ki gibi rahatlıktan söz etmemiz mümkün değildir. Fakat erkler ayrılığı ilkesinin kusursuz işlemeden dolayı ve insan hakları ve demokrasi konusunda yapılan reformlar göz önüne alındığı zaman özellikle son elli yıla bakıldığından çok büyük ilerleme kat ettiği gözlemlenmektedir. Peki, en basit haliyle sorulduğu zaman; Bahsedilen bu konularda yapılan reformlar neden üçüncü Dünya ülkeleri diye tabir edilen yahut anayasalarında “demokratik yönetim ile yönetilir” yazmasına rağmen insan hakları ya da demokrasi kısmen veya neredeyse hiç denebilecek kadar yürürlükte değildir?

En yalın iletişim biçimi olan bireyler arası ilişkilerden tutun da bireylerin toplumla olan ilişkilerine yön veren iletişim ve yönlendirmeler aslında profesyonelce yapılmayan lobicilik faaliyetleridir. Aslında yukarıda sorulan sorunun da cevabı çok basit olmasına rağmen çok sofistike bir hal almaktadır. Sadece zikredilen –insan hakları, demokrasi– konular üzerinde değil en temelden (bireyler arası ilişkilerden), en karmaşık konulara kadar (uluslararası ilişkiler) lobicilik, baskı grupları ve propaganda teknikleri günümüzde Amerika Birleşik Devletlerin de yaygın olarak kullanılmaktadır. Genel bir bakış açısı ile bakıldığı zaman Dünya üzerinde resmi rakamlarla sayıları 206’ya dayanan ülke bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler verilerine bakıldığında; Hristiyan dünyasının merkezi olan Vatikan dâhil toplamda 194 ülkenin BM nezdinde tanındığını biliyoruz. Bugün bu ülkelerin birçoğunun ABD’de bulunan elçiliklerinin haricinde irili ufaklı olarak faaliyetlerini sürdürdüğü sivil toplum örgütleri, ticari şirketleri gibi iş birlikleri mevcudiyetlerini sürdürmekte olup gerek ülkeleri adına gerekse çıkarları uğruna lobicilik faaliyetlerinde bulunmaktadırlar.

Versailles (Versay) barış antantının verdiği ağır yükün altında ezilen ve 1929 büyük ekonomik buhranıyla gelen çok ağır ekonomik çöküntünün ardından Almanya’da yönetime geçen “Adolf Hitler”’in başlattığı büyük savaşın¹ ardından başta Almanya olmak üzere bütün Avrupa kıtası yıkıntılar altında kalmıştır. Ardından gelen Soğuk Savaş’ın etkisiyle birlikte yaşlı kıtanın normal hale dönebilmesi için 44 yıl daha geçmesi gerekecekti. Elbette 1989’da Soğuk Savaş bitmesinin sembolü olan Berlin Duvarı’nın yıkılması ile bütün ilişkiler normale dönmedi. Bundan önce yaşlı kıtanın kalkınması ve safların belirlenmesi söyleminde bulunabileceğimiz “Truman Doktrini” ve “Marshall Yardımı” ile birlikte Amerika Birleşik Devletleri’nin yardımlarıyla beraber Avrupa’da ekonomik, siyasi ve toplumsal bir hareketlilik yaşandı. Ama asıl dönüşüm Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT)’nun oluşması ile başlayıp günümüz Avrupa Birliği’nin hayat bulması ile devam etmektedir.

Bugün bakıldığında Avrupa Birliği ülkelerinin hepsinde, resmi temsilcilere (diplomatlar) nazaran sivil toplum örgütleri ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi hayatta önemli bir konuma sahiptirler. Çok geniş alanlarda örgütlenmelerini yapan bu kuruluşlar AB kurumları içerisinde karar alma mekanizmalarına doğrudan etki edebilmektedirler. Fakat ulus devlet yapısının ve devlet içinde ki çarkların farklı olmasından ötürü AB’ye üye olan herhangi bir devlette lobicilik faaliyetlerini veyahut baskı gruplarının etkisini doğrudan görmek neredeyse imkânsızdır. Baskı grupları ya da lobicilik faaliyetlerinde bulunan Sivil Toplum Kuruluşları (STK)’lar genellikle yapacakları çalışmaları AB toplantıları dâhilinde sürdürmektedir. Bunun en önemli sebebi ise; Avrupa Birliği organizasyon yapısının çok karmaşık olması ve buradan doğan yetkisel boşlukların lobicilik faaliyetlerinde bulunanlar için daha rahat hareket etmelerine sebebiyet vermesidir. Ayrıca AB’nin, kurumsal örgütlenmesi içinde kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasal alanlarda değişiklikler gösterebilen bir grup karar verme sistemi işleyişlerine şahittir.

Amerika Birleşik Devletlerinde ve Avrupa Birliği’ne üye ülkelerde yürütülmekte olan temsile dayalı demokrasilerin oluşmasında ve işleyiş biçiminde etmen olan etkenlerden en önemlilerinin başında rekabet olduğu bilinmektedir.

¹ İkinci Dünya Savaşı 1939 – 1945. Üzerinden 71 yıl geçmesine rağmen toplumlar üzerinde bugün halen etkisini göstermektedir.

Rekabet ise, kendi mal ve hizmet sistemi için en iyi ortamın geçerli kılınmasını gerektirmektedir. Oluşan bu süreçle birlikte insan kümeleri değişerek, çok farklı biçimler olarak daha özgün, çok daha organize olarak güçlerini arttırıyorlar. Yaşanan bu değişimden itibaren, örgütlü, organize ve teşkilatlandığı için de güce dayalı oluşan çıkar ve baskı yapılarının siyasi erk üzerinde giderek daha da önemli etkileri ve yaptırım güçleri mevcut hale dönüşmektedir. Dalancılık (lobicilik), farklı yaklaşım ve yöntemlerle yürütülen çalışmaları da içinde barındıran geniş çerçeveli bir faaliyetler bütünüdür.

Peki, Amerika Birleşik Devletlerinde ve Avrupa Birliğinde lobi teşkilatları ve baskı grupları bilinenin aksine ne kadar etkinler? Türkiye Cumhuriyeti devletinin Amerika Birleşik Devletleri ile olan ikili ilişkilerinde ve ulusal çıkarları açısından ABD’de lobicilik faaliyetlerini ne kadar etkin kullanıyor? Bu çalışmada bu konulara derinlemesine bakılacaktır.

Amaç

İnsanoğlu varlığını sürdürmeye devam ettiği süre boyunca gerek ikili ilişkiler açısından olsun gerekse toplumsal ilişkiler açısından sürekli olarak keşfetmeye ve keşfedilmeye yönelik eğilimler içerisinde bulunmuştur. Yaşadığımız yüzyılın en önemli gerekliliği olan teknoloji ve bilişim üzerine yapılan atılımlar hayatlarımızı kolaylaştırmayı başarmakta fakat bireyler arası ilişkileri ve dolayısıyla toplumsal ilişkileri de koparmaya yönelik bir doğrultuda hareket etmektedir.

Bu çalışmada; Türkiye’yi bağlayan konularda Amerika Birleşik Devletlerinde alınan ve alınabilecek olan kararlarda Türkiye’nin yaptığı ve yapması gereken lobicilik faaliyetleri ve propaganda tekniklerinin ne yönde olmalıdır sorusuna cevap aranacaktır.

Ayrıca Amerika Birleşik Devletlerinin, Avrupa Birliğinin ve Türkiye’nin lobiciliğin temelleri, organizasyonların lobi faaliyetlerine bakışları ve ABD, AB ve Türkiye de lobiciliğin teknikleri incelenecektir. Ayrıca, Lobicilik ve Propaganda teknikleri, Türkiye’nin Amerika Birleşik Devletlerinde yürüttüğü lobi ve lobicilik faaliyetleri hakkında akademik literatüre güncel, faydalı ve kalıcı bir katkı sağlamak

hedeflenmiş olup bu alanda çalışmalar yürütecek olan araştırmacılara da yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Önem

Lobicilik faaliyetleri günümüz politik sistemlerinde devletlerin ulusal ve uluslararası ilişkilerde inisiyatif almaları ve yetkinlik sahibi olabilmeleri açısından en önemli dış politika araçlarından biridir. Uluslararası sistem içinde karar verici olan siyasal erk üzerinde lobicilik faaliyetlerinin etkili olduğu gözle görülmektedir. Bu durum en belirgin ve net olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde Yahudi, İrlanda ve Ermeni lobilerinin gerek ABD başkanına gerekse ABD bulunan ve dünya siyasetine etki edebilecek olan bütün siyasi erke uyguladıkları lobicilik ve baskı faaliyetleri ile göz önüne serilmektedir. Ayrıca ABD'de uygulanan lobicilik faaliyetleri siyasi hayatın içine o kadar tesir etmiştir ki; siyaset dünyasından emekli olan herhangi bir kongre üyesinin yahut emekli olmuş bir devlet görevlisinin lobicilik faaliyetleri yürüten şirketlerde üst düzey görev aldıkları gözlemlenmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nin mevcut siyasi yapısı, siyasetçilerin partilerinden göreceli olarak bağımsız seçilmesi, Senato üyelerinin altı yılda bir, kongre üyelerinin her iki yılda bir seçiliyor olması, eyalet valilerinin ve eyalet kongrelerinde ki Temsilciler Meclisi üyelerinin ve senatörlerin de seçimle iş başına gelmesi nedeniyle ülke sürekli olarak seçim halindedir. Bu sayede siyasetçi ile seçmen sürekli temas içindedir. Bilinçli olan seçmen görevini ihmal eden, eyaletini veya seçilmiş olduğu bölgeyi unutan ve yolsuzluk yapan siyasetçi seçmen tarafından anında cezalandırılmaktadır. Sürekli seçim halinde olan ülke bilinçli ve örgütlü olan farklı çıkar gruplarının, sivil toplum kuruluşlarının ve medyanın desteğini aramaktadır. Karar alıcılar tekrar seçilmek için bu örgütlü vatandaşların desteğine ihtiyaç duymaktadır. Desteklerin karşılığında da karar alıcılar, çıkar gruplarının beklentilerine cevap vermek zorunda kalmaktadırlar. ABD'de kongre üyesi, seçmenine partisinden daha çok bağımlıdır. Bu da kongre üyelerinin bağımsız hareket etmesine, gerektiğinde seçmenleri için parti kararlarına itiraz etmesine ve dolayısıyla kongre ile başkan arasında politik çatışmalara neden olabilmektedir.

Ancak bu durum olumsuz görülmemekte; aksine kurumlar arasında denetimi beraberinde getirmektedir².

Lobi ve lobiciliğin önemli olmasının bir başka göstergesi olarak şu örneklem içinde bulunulabilir: Bilindiği üzere her topluluk yahut her siyasi görüş seçim sistemlerinin farklılık göstermesinden dolayı (ülkelere göre seçim barajı veya etnik azınlıkların temsil edilememesi vs.) gibi durumlarda seçmenlerin temsil hakkı, ilgili parlamentoya yansıtılamamaktadır. Fakat lobicilik faaliyetleri yürütülen ülkelerde herhangi bir siyasi görüş parlamentoya dâhil olmasa dahi lobi örgütleri, baskı gurupları sayesinde kendi düşünce ve çıkarlarını siyasi ortamda ifade etme şansı yakalamaktadırlar.

Bu çalışmanın önemi ise şu şekilde özetlenebilir: Ülkemiz de kamusal ve özel sektörlerde lobi, lobicilik, baskı gurupları ve propaganda tekniklerinin anlaşılabilir ve aktif olarak yapılmadığı bilinmektedir. Türkiye'nin tanıtım alanında şimdiye kadar başarılı olmamasının çeşitli nedenleri vardır. Gerekli olan akılcılığı, bilimi, kurumlar arası koordinasyonu bir kenara bırakarak tanıtım ve lehte propaganda faaliyetlerini yabancı menşeli firmalar tutarak ve bunlara gereğinden fazla ödeme yaparak uluslararası arenada ki problemlerinin çözümünde yararlanma yolunu tutmuş ve genellikle başarısız olmuştur.

Türkiye'nin üzerine dikkat edip eğilmesi elzem olan bir diğer husus yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarından nasıl ve ne yönde fayda sağlayabileceğidir. Türkiye farklı farklı ülkelerde yaşan ve azımsanmayacak kadar bir nüfusa sahip olan yurtdışı Türklerinin dinamik kuvvetini bu zamana kadar yeterli bir biçimde avantaja çevirememiştir. Dünya genelinde yüz on sekiz değişik ülkede hayatlarını sürdüren yedi milyon kadar var olan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları etkili lobi çalışmaları yürütememektedirler. Bu durum hakkında en spesifik örnek olarak; 1960'lardan bu yana Türkler için ikinci vatan olan Almanya'da bile gelişmiş bir Türk diasporasının olmamasından anlaşılmaktadır. Avrupa Birliği'nin dinamosu olan Almanya'ya siyasi olarak baskı uygulanamamış ve Türkiye yıllardan beri birliğe üyelik için sıra beklemektedir.

² Markus Ürek, - Nejat Doğan, **Lobicilik ve Baskı Gurupları: Devlet, Sivil Toplum ve Demokrasi** İnkilap Kitapevi, İstanbul, 2011, Sf:85

Diasporaların oluşmamasını uzmanlar şöyle açıklamaktadırlar; bu sürecin en büyük etmeni müşterek hedeflerin belirlenmemesidir. Türklerin birlik oluşturamaması veya bir araya gelseler bile Türkiye için yapmaya çalıştıkları organizasyonlar oldukça yetersiz olmaktadır. Çoğunlukla yurtdışında yaşayan Türklerin kurdukları derneklerin lobicilik, propaganda ve tanıtım konusunda iletişim içinde olmaları gerekmektedir. Yaşadıkları ülkelerin politikalarına etki edebilecek politik seviyede oluşturulabilecek olan kurumlarla ve yapılarla kitlelerin ciddi işbirliği yapmaları sağlanmalıdır. Farklı bir görüş açısı ise; maddi ve mali açıdan devlet ve özel sektörün oluşturulabilecek faaliyetleri desteklemesi gerekmektedir. Türkiye turizm, sanat ve kültür yollarını kullanarak tanıtımı için düzenlenecek etkinlikler de lobicilik faaliyetlerinin bir diğer kolunu oluşturmakta, bu alanlarda ki eksikliklerin hızlı bir biçimde tamamlanması gerekmektedir. Dışarıdan bakıldığında Türkiye'yi yanlış tanıyan ya da tanımlayan, önyargıyla bakanlar için ciddi bir propaganda faaliyetleri ve tanıtım politikası izlenmesi bu önyargıların ortadan kaldırılması lobicilikte etkin bir farklı yol oluşturacaktır.

Bu çalışmanın hazırlık, araştırma ve yazım aşamasına kadar planlanan süre içinde dâhil edilmesi düşünülen bir kısım çıkartılmak zorunda kalmıştır. 1990'lı yılların sonundan itibaren özellikle Orta Asya başta olmak üzere AB ülkelerinde, Afrika'da ve ABD'de ciddi bir yapılanma içinde olan ve Türkiye'de "Cemaat" diye anılan fakat en başından beri Mustafa Kemal Atatürk'ün kurmuş olduğu modern Türkiye Cumhuriyetini yıkmaya yönelik karşı devrim düşüncesi ile hareket eden bu yapının çalışmalarından da bahsedilecekti. Özellikle sözde, Türkiye lehine sürdürdükleri gerek ABD'de, AB'de ve gerekse Dünyanın geri kalan birçok ülkesinde lobi, tanıtım ve propaganda çalışmalarına değinilecekti. Fakat 15 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye'de gerçekleştirmek istedikleri kanlı darbe girişiminden itibaren Fettullahçı Terör Örgütü (FETÖ) olarak anılan bu eli kanlı terör örgütü ve onunla paralel hareket eden siyasi ve ticari baskı grupları, lobi örgütleri, dernekler, vakıflar vb.'ler çalışmanın içinden ayırt edilmiştir. 15 Temmuz 2016 tarihinden sonra Türkiye aleyhine çalışmalar yürütmeye başlayan bu terör örgütünün yürüttüğü faaliyetler, örgütün Türkiye aleyhine yürütmekte olduğu faaliyetlerin analiz edilemediğinden dolayı ve ayrıca zaman problemi yüzünden çalışmaya dâhil edilmemiştir.

Araştırma Soruları

Lobi ve lobcilik teknikleri nelerdir ve dış politika açısından önemi nedir?

Bu kapsam dâhilinde Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletlerinde yürütmekte olduğu lobcilik ve propaganda faaliyetleri nasıl açıklanabilir?

Amerika Birleşik Devletleri içinde Türkiye aleyhine faaliyette bulunan lobiler ve çalışmaları nelerdir?

Yöntem

Bu araştırma, nitel bir çalışma olup karşılaştırmalı analiz yöntemine dayanmaktadır. Yöntemin tercih edilmesinde ki amaç; Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yıllardan beri uluslararası arenada sürdürdüğü dış politika çerçevesinde yürütmekte olduğu lobcilik ve propaganda faaliyetlerini incelemek ve lobcilik konusunda şu anda gerek akademik gerekse pratik alanda emsal teşkil eden İsrail lobcilik faaliyetlerini inceleyerek farklılıkları ortaya koyacaktır.

Bu çalışmada; akademik ve bilimsel yazınlar, kitaplar gibi ikincil kaynakların yanı sıra, uluslararası organizasyonların yayımladıkları raporlar ve lobcilik faaliyetleri ile uğraşan kurum ve kuruluşlar tarafından hazırlanan kaynaklardan faydalanılmıştır. Evrak ve doküman çözümlenmeleri yapılırken elde edilecek veriler, çalışmanın bölümlerine göre kategorize edilerek yorumlanacaktır.

Bu araştırma dört bölümden oluşacaktır. Araştırmanın birinci bölümünde: Lobi ve lobcilik tanımlaması yapılarak siyaset, baskı ve çıkar gurupları için ne ifade ettiğine değinilecek, baskı guruplarının türleri, faaliyet yöntemleri ve baskı guruplarının başarısını etkileyen faktörler ayrıntılarıyla incelenecektir. Lobciliğin sınırları ve özellikleri, lobcilikte kullanılan araç ve yöntemler, Türkiye'de uygulanmakta olan lobcilik çalışmaları ana hatlarıyla ele alınarak incelenmeye çalışılacaktır.

İkinci bölümde propaganda kavramı üzerine çalışma şekil alacak, tanımı, kavramı ve çeşitlerine değinilecek, askeri ve politik faaliyetler içinde ne yönde kullanıldığı izah edilecektir.

Üçüncü bölümde ise lobiciliğin tarihsel dönüşümü (süreci) ve Amerika Birleşik Devletlerin ve Avrupa Birliğinde lobicilik alanında yapılan yasal düzenlemeler hakkında bilgi verilecek.

Dördüncü ve son bölümde ise; Türkiye'nin lobicilik tarihi ve faaliyetleri anlatılacaktır. Amerika Birleşik Devletlerinde Türk lobilerinin yürütmüş oldukları çalışmalara değinilecek, ayrıca Türkiye aleyhine faaliyet yürüten lobi örgütlerinin yaptıkları çalışmalar da incelenecektir. Amerika Birleşik Devletlerinde yoğun bir biçimde faaliyet gösteren Ermeni topluluklarını ve bu gruplara bağlı olarak hareket eden lobilerin tarihsel süreçleri, amaçları, yapılanmaları ve bu ülkede göstermiş oldukları lobi faaliyetleri incelenecektir. Bir asrı aşkın süredir devam eden Türk-Ermeni problemlerinin giderilmesi için ne gibi faaliyetler yürütüldüğüne de değinilecektir.

Kapsam ve Sınırlılıklar

Lobicilik faaliyetlerinde bulunan ve bu çalışmada zikredilen kurumların birçoğu bugün gerek Amerika Birleşik Devletlerin de olsun, gerekse Avrupa Birliği organlarının içlerinde faaliyet göstermektedirler. Bundan dolayı bu çalışmanın daha kapsamlı araştırılması ve incelenmesi için bahsedilen şehir ve kuruluşları ziyaret ederek yaptıkları çalışmaları kendi bünyelerinde inceleyerek farklı bir akademik çalışma gerçekleştirilebilirdi. Fakat bu organların çok geniş birkaç coğrafyaya dağılmış olmalarından, ayrıca maddi olanakların yetersizliği ve sınırlı bir zaman çerçevesinden dolayı çalışmada bu yöntem kullanılamamıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

LOBİCİLİK

1. LOBİCİLİK TANIMI, YÖNTEMLERİ ve ÇEŞİTLERİ

Çağdaş Dünya, sürekli olarak değişen ve gelişen siyasal sistemlerin oluşması, dolayısıyla farklı farklı değil de tek bir çatı altında birleşme özelliği göstermekte ve giderek küresel ve bölgesel köyler haline dönüşmektedir. Demokratik yönetim biçimlerinin gelişerek yaygınlaşması, kişisel hak ve özgürlüklere verilen değeri de arttırarak gelişmesine yardımcı olmaktadır. Birey hak ve özgürlüklerinin zirve noktasına doğru yükseldiği 21. yüzyılın başlarında politik ve ekonomik alanlarda yönetimler ve modellemeler, bu perspektifi sürdürmeye ve tatmin etmeye eğilimli bir yapıya ulaştırma gayreti içerisine girmişlerdir. Birey faktörünü yok sayan veya ihmal eden, kişiye hak ettiği değeri vermeyen, yönetsel tarzlarını buna göre güncellemeyen siyasi erklerin, varlıklarını sürdürmeleri, görevleri başında kalmaları ve başarılı olmalarının mümkün olmadığının anlaşılmasından doğan bu yönelim, içinde bulunduğumuz küresel yüzyıl sürecinde güçlenerek devam etme eğilimi göstermektedir³.

Demokrasilerde, halk kitlelerinin istek, tercih, talep ve yönelimlerini dile getirip kamu politikalarının oluşması ve uygulanması ülke yönetiminde söz sahibi olmayı hedefleyen politik organizasyonların aracılığıyla olmaktadır. Siyasal yönetimi tek başına elinde bulunduran siyasetçilerle, yasama ve yürütme erkleri ile iyi ilişki kurarak bu yapılardan çıkacak olan kararları temsil ettikleri toplum ve toplulukların çıkarları hedeflerinde etkilemeye çalışan baskı grupları ve lobiler, içişlerine ve dışişlerine yönelik politika alanlarında karar verme mekanizmasında önemli bir rol oynamaktadırlar. Baskı grupları ve lobiler, siyasi partiler gibi yerel ve genel seçimlerde aday adayları veya adaylar gösterme, iktidara safına geçme, mecliste temsilci bulundurma olanaklarına sahip olmadıkları için temel amaçları güç guruplarını hedefledikleri çıkarları etrafında örgütleyerek, iktidarla ilişki kurmaktır⁴.

³ John J. Mearshimer ve Stephen M. Walt, **İsrail Lobisi ve Amerikan Dış Politikası**, 2007, sf:32.

⁴ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.9

Klasik tanımlamasıyla lobicilik; politik karar alma süreçlerini doğrudan ya da dolaylı olarak etki altına almak için çaba sarf etmek biçiminde algılanır. Fakat bundan daha ziyade olarak; daha çok katmanlı ve yaygın bir algılama, anlama ve kaynağa haiz olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

Teknik olarak çok kapsamlı ve derin ayrımları olsa da bu terim (lobicilik) bütün herkesin hayatının merkezinde yer almaktadır. Bir başka tanımlamayla, genellikle politika dünyasında var olan kişilerin veya çıkar grupların yasa belirleyicileri etki altına almak için planlı olarak düzenledikleri her türlü etkinlik ve girişimlerdir. Kabul edilmesi güç bir fikri, bir metayı ya da olguyu pazarlama, topluluklarda kabul edilebilir bir izlenim oluşturulmasını sağlama, yanlış izlenimleri yok etmek veyahut düzenleme, gerektiği zamanlarda psikolojik baskı grupları yaratarak lehte olan bir durumu aleyhe çevirme olarak yahut tam tersi bir biçim aldırma şekli olarak ta izah edilebilmektedir. Bundan başka olarak lobicilik faaliyetleri; karar alıcıların ya da yasa yapıcıların fikirlerini etki altına almak demektir. Bilgi sağlama, özendirme ve alaka yaratacak olan mekanizmaları harekete geçirecek etmenleri de öne çıkarmaktadır. İlgili mekanizmalar genellikle ikili ilişkilerle, bazen kültürel ve sosyal ilişkilerle, kimi zamansa da iktisadi ve politik ilişkilerle gerçekleşir. Lobicilik hükümetler üzerinde tahakküm kurarak aldıkları veya alabilecekleri kararları yönlendirme çalışmaları olarak da betimlendirilebilir.

Lobicilik alanında uzaman olarak çalışan kişiler, toplumla siyasiler arasında bağlantı noktaları olarak görev alırlar. Mesela; belirli bir etnik gurup yahut toplumun geneline yönelik olarak hazırlanacak bir yasa teklifinin oluşturulmasına etkide bulunulabileceği gibi, yasaların meclisten geçirilmesi için vekillere yönelik baskı çalışmalarını yürütmektedirler. Bu tür çalışmaları yüz yüze bağlantıya geçilerek yapılabileceği gibi, farklı baskı teknikleri vasıtasıyla yahut sosyal medyanın gücünü kullanarak da yapabilirler.

Lobiciliğin günümüz tanımlaması olarak, halkla ilişkilerin profesyonelleşmiş bir şekli olduğu yönündedir. Bu betimleme, katılımcı demokrasilerde lobi ve lobicilik etkinliklerinde, toplum içinde bulunan, farklı çıkar

ve talepleri temsil eden bir hak olarak addederek bu etkinlikleri lobicilerin tanıttığı ve temsil ettiği yapıların olduğu kadar, çok özel konularda bilgi sunularak aydınlatılan siyasi yapıların da faydalandığı vurgulamaktadır. Lobi faaliyetlerini yürüten danışmanların, gerek ülkedeki politik yaşam gerekse temsil ettikleri örgütün faaliyetlerini sürdürdüğü sektör konusunda tam bir bilgi sahibi olmaları gerektiği, bu sebeple, örgütün kendi kadrosundaki politika danışmanlarıyla olduğu kadar, örgüt dışı uzman danışmanlık kuruluşlarıyla zaman zaman çalışmalarının zaruri olduğu anlaşılmaktadır”⁵.

Siyasi çıkar gruplarının topluluklar üzerinde yaptıkları manipülatif eylemler hakkında farklı yaklaşımlar gözlemlenmektedir. Birçok siyaset bilimi kuramcısına göre; “çıkarcı grup” hükümetler üzerinde etkin rol oynamaya başladıklarında “*baskı grubu*” haline dönüşmektedirler. Şayet siyasi erk üzerinde yaptıkları baskı sonucu Plütokratik⁶ uygulamalardan dolayı sürekli olarak tenkit edilmektedirler. Çıkarcı gruplarının veya kişilerinin çevreleri siyasi süreç üzerinde ki hakkaniyetli ve önemli olmayan bir etkiye sebebiyet vermektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde sosyal liberalizmin yükselmesine karşın, siyasi gücün tutucu ve Plütokratik söylemini destekleyenler arasındaki geleneksel ittifakta kalmayı sürdürdüğüne ilişkin başka bir bakış açısı da ileri sürülmektedir⁷.

Pozitif yaklaşıma göreyse, baskı ve çıkar grupları toplumların çeşitli kesimlerinin meclislerde bütün olarak temsil edilmesi mümkün olamayacağı görüş ve taleplerinin yasa yapıcılara ve yürütme erkine ulaştırılmasının sağlanmasına sebebiyet vermeleri nedeniyle demokrasiye katkıda bulunan pozitif yapılardır. 1960’lar ve akabinde geleneksel ve tutucu politik yapıların ve partilerin oluşmaları, vatandaşların sürekli olarak değişime uğrayan ve ya farklılaşan taleplerini ve de durmadan değişime

⁵ Prof. Dr. R. Mahmut Oktay, **Politikada Halkla İlişkiler**, Derin Yayınları, İstanbul 2002, sf.94

⁶ **Plütokrasi (Ploutocratie)**: Fransızca kökenli bir kelimedir. Türkçe kaynaklarda ve tanımlara göre; Zengin zümreler tarafından yönetilme biçimidir. Bir başka tanımlamaya göre; bir devlette yönetimin ve egemenliğin varlıklılara ait olduğu siyasal yapı ve ya zengin sınıfın içinden bile çıkan en zenginlerinden oluşan yönetici zümresidir.

⁷ Paul Krugman, **Phosphorus and Freedom, The Libertarian Fantasy**, The New York Times, 10 Ağustos 2014

uğrayan sınıfsal yapısını karşılamakta güçlük çekmişlerdir⁸. Bu sebepten dolayıdır ki, her geçen gün kendisini yenileyen teknoloji, elektronik posta vb. gibi iletişim araçları toplulukların, gurupların ve temelde bireylerin taleplerini doğrudan iletmesi açısından siyasi meclisler haricinde ki bu örgütlenmelere katılımcı demokratik düzene bir katkı olarak düşünülebilmektedir.

“Lobicilik” kelimesini, sözlükler “..... *siyasi meclis üyelerinin kanun koyma süresinde etkileme.....*” olarak tanımlanmaktadır. İlk lobi faaliyetini güden kişinin ise, XVI. Louis (1775 – 1793) döneminde, Fransa’nın ABD’ye sattığı silahların ödenmesi için uğraşan Vergennes Kontu olduğu tarihi kayıtlara yansıtılmıştır⁹. 1870’li yıllarda ABD Başkanı “Ulysses S. Grant”, işinin vermiş olduğu stresten uzaklaşabilmek adına Beyaz Saray yakınlarında bulunan Willard Oteli’nin lobisinde günlük alışkanlıkları olan puro ve konyak içerek gidermeye çalışmış. Başkanın sürekli bu otel lobisine geldiğini haber alanlar, kişisel yahut farklı sebeplerden dolayı kendisinin desteğini alabilmek için zaman içerisinde Beyaz Saraydan çok bu lobiye gelmeye başlamışlar. Başkan Grant’te kendisine sıkıntılarını, dertlerini, isteklerini anlatmak için etrafına gelen kişilere “Lobiciler” ismini vermiştir. Tarihi vakayinamelerine göre Amerikan İngilizcesinde “Lobi yapmak” fiili, 1850’li yıllardan bu yana kullanılmaktadır. Amerikan Kongre binasının koridorlarında kimi bazı vatandaşların, senatör ve milletvekillerinden bir talepte bulunmalarını tanımlamaktadır lobi yapmak kelimesi. Daha sonraki senelerde Amerika Birleşik Devletlerinde demokrasinin gelişmesi ve yenilenmesiyle beraber lobi ve lobicilik olguları da değişiyor, kurumsallaşıp çoğalıyor ve farklı bir hal alıyor. Lobicilikle ilgili yasalar düzenlenmiş olup; Lobi konusunda ki bilinen ve kayıtlara geçen ilk yasal düzenleme 1876 yılında gerçekleştirilmiştir. Takip eden yıllarda ise; mesela 1936’da “Yabancı temsilcilerin tescil yasası” ve 1946 yılında da “Federal kayıt ve lobicilik yasası” hazırlanmıştır.

Lobicilik faaliyeti Türkçe de “Kulisçilik” yahut kanun simsarlığı olarak anılmaktadır. Çıkar guruplarınca özel olarak belirlenmiş konularda etkili olmak üzere

⁸ Allan J. Cigler, – Burdett A. Loomis, **Interest Group Politics**, 2. B., Washington DC, CQ Press, 1986, sf. 16

⁹ John J. Mearshimer ve Stephen M. Walt, **İsrail Lobisi ve Amerikan Dış Politikası**, 2007, sf:30

yönetenler nezdinde, genellikle de yürütme ve yasama alanlarında gurubun amaç ve çıkarlarını gerçekleştirmek üzere sürdürdükleri faaliyetler olarak tanımlanmaktadır¹⁰. Türk Dil Kurumunun tanımına göre ise; “**Dalancılık**¹¹” şeklinde tarif edilmektedir.

1.1 Neden Lobicilik?

Asıl amaç olarak belirli bir zümrenin çıkarlarını koruyup kollamak, onlara yönelik oluşabilecek hak ihlallerini engelleyebilecek adımların atılması ve siyasi erkin kurmak isteyebileceği baskıyı engellemek yahut yönetici erk üzerinde tam tersi baskı kurmak için uygulanmaktadır. Bir başka deyişle; farklı bir probleme karşı çözüm geliştirmek için uygulanan yöntem lobıcılık denmektedir. Toplumlara, ülkelere ve çıkarlara göre deyişse de üç temel grupta bu sebepler toplanmaktadır.

Bunlardan ilki istenilen sonuca ulaşma arzusudur. Demokratik sistemler, politikacılar, seçmenler ve örgütlü gruplar arasındaki ilişkilere dayanmaktadır. Bunlar arasından özellikle baskı ve çıkar grupları uyguladıkları lobıcılık faaliyetleri ile politikacıları ve bürokratları etkilemekte, yönlendirmektedir¹².

İkincisi seçilmişlerin bilgi noksanlığıdır. Karar mekanizmalarında bulunanların spesifik konulardaki bilgisizliği, ilgili konunun muhataplarının mağduriyetine sebep olabilmektedir. Ayrıca uzmanlık gerektiren konularda da bilgi eksikliğinin giderilmesi, ilgili bağlayıcı yasaların oluşturulması konusunda lobıciler devreye girmektedir. Bu durumda lobıcik faaliyetleri, yönetici erke karşı bilgilendirici ve bu bilgi üzerine yönlendirici şekilde olmaktadır¹³.

Üçüncüsü de gündemi belirleme ve yönlendirme isteğidir. Gündem belirleme kitle iletişim teorileri arasında da yer almakta ve kamuoyu oluşumu açısından oldukça önemli görülmektedir. Lobıcılık faaliyetlerinde de arzu edilen kamuoyu

¹⁰ Aysel Aziz, **Siyasal İletişim**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2014, sf:23

¹¹ Dalancılık: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5916af5a35cea5.77549735

¹² Sabri Tekir, **Demokrasi ve Çıkar Grupları** – Yeni Türkiye Dergisi Demokratikleşme Özel Sayısı 29; sf: 212

¹³ Filiz Balta Peltekoğlu, **Halkla İlişkiler Nedir?** İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım. sf:384

desteği bu şekilde elde edilmek istenmektedir. Gündem belirleme konusundaki en etkili araç medya olduğundan, faaliyet yürütenlerle medya arasında olumlu ilişkiler geliştirilmeye çalışılır¹⁴.

1.2 Lobcilik Yöntemleri

Özel teşebbüsün, kamu politikalarının yapılmasına katkıda bulunmak ve destek sağlamak, stratejik öneme sahip bir gerekliliğe tekabül etmektedir. Özel sektör tarafından böyle bir katılımın gerekçesi ise, toplumun çoğunluğu tarafından yasal olarak kabul edilebilir olup olmamasına bağlı olarak sorgulanabilir. Kimi belli etkenler, girişimin devletten yana olmayan davranışlarını lobcilik stratejisinin düzenlenebilmesi koşullarını ve farklı opsiyonları belirlemektedir. Üzerinde çalışılan opsiyon, izlenice yapılan yol ve hedef her ne olursa olsun teşebbüsün lobcilik planlamasının kesinleştirilmesi ve uygulanmaya konmasının beş evresini gerçekleştirmeye başlamadan önce bir kaç ön koşulu gerçekleştirmiş olması gerekmektedir. Kamuya ait kurumlar özelinde müdahale yapabilmek için bir oluşumun elinde bulunan lobcilik taktikleri ve politikaları çok sayıda olup pragmatik ve evrimseldirler. Bu girişim kısa, orta ve uzun vadeli ihtiyaçlara göre şekillenebileceği ve değişime uğrayabileceği için çalışma alanında ki baskı noktalarını kullanmayı tercih edebilirler. Yine aynı şekilde kendisi tarafından yapılandırıldığı servisi eyleme geçebilir yahut buna benzer başka tür bir faaliyetlerde uzmanlaşmış bir lobcilik sektörüne başvurabilir. Bahsedilen bu olası alanlarda göstergeler işin içine girer ve yönetim üslubu ve girişime ait temel anlayış üretim sektörü; politik, kültürel ve sosyal alan. Dikkat edilmesi ve asla unutulmaması gerek çok farklı etmenlerde de mevcuttur. Hedeflenen asıl müdahalenin başvuru alanının yönetimin algılanmasına yönelik içermiş olduğu özellik, yönetici kitlenin bu müdahaleye önem ve değerleri doğrultusunda gösterdikleri önem milli ya da uluslararası yasal düzenleme olup olmadığına göre karşı karşıya kalınan yetki düzlemidir. Bahsedilen bu etmenler, pozitif bir neticenin elde edilmesine ve kamusal

¹⁴ İlker Bıçakçı, **İletişim ve Halkla İlişkiler: Eleştirel Bir Yaklaşım**, Media Cat Yayınları, İstanbul sf: 115

yöneticinin bir kararı almasında etki etmeye yarayacak lobicilik planlamasının hazırlanması, hedeflerin seçimi ve taktiklerin belirlenmesi üstünde etki edecektir. Bilindiği gibi en yapısalcı olan diyaloglar kalıcı etki bırakanlardır. Lobicilik faaliyetlerinde bu kesin kuralın dışında asla bulunmamaktadır. Her zaman en iyi ve en olumlu sonuçlar kamu kuruluşlarıyla, çok basit bir isteği aşan sürekli olarak işbirliği çerçevesinde oluşturulmuş güven ve inanılabilirlik sayesinde olmaktadır¹⁵.

Lobiler karar alma sistemlerini baskı altına almak ve bunları etkileyebilmek adına birçok farklı teknik yaklaşımlar kullanmaktadırlar. Karar verme süreçlerinde ve bu süreçler içerisinde yerini almış olan hedef kitlelere ulaşarak baskı oluşturmak için lobi ve lobicilerin kullandıkları teknikler üç başlık altında ele alınabilir. Bu üç başlık ise;

1.2.1 Doğrudan Lobicilik

Çoğunlukla lobilerin karar alma mekanizması içinde yer alan etkin kişi ya da gruplara doğrudan temasa geçtikleri en bilinen lobicilik uygulamasıdır. Çıkar gruplarının ya da lobilerin, yasa düzenleyicilerle birebir iletişime geçerek yahut farklı iletişim vasıtalarını kullanmak yoluyla bağlantıya geçtikleri doğrudan lobicilik faaliyeti yasama ve yürütme sürecinde ki birçok lobi ve baskı grubu tarafından kullanılan en bilinen eylemdir.

Avrupa Birliği klasmanındaysa bu teknik; komisyon azaları, görevlileri, Avrupa Parlamentosu parlamenterleri, danışmanları ve Konsey'de görevli birliğe üye devlet temsilcileri ile direkt bağlantı oluşturarak bilgilendirme, spesifik alanlarla ilgili raporlar hazırlayarak sunma gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Meclis'te oluşturulan komisyonlarsa doğrudan lobicilik faaliyetleri için farklı bir uygulama alanını oluşturur. Komisyonlarda görüşülen konularda uzmanlar ve çalışma yapılan konular üzerine spesifik bilgileri olan lobi temsilcileri söz alarak hazırlamış oldukları

¹⁵ Frank J.Farnel, **Lobicilik, Mücadele Stratejileri ve Teknikleri**, sf: 47
http://www.frankfarnel.com/wp-content/uploads/2011/08/lobbying_turkey-v.pdf

taslak metinleri ve raporları komisyon üyelerine de sunarak lobi faaliyetlerini gerçekleştirirler¹⁶.

Kullanılan bu lobcilik tekniğinde bilgi alışverişi ya da bağlantı, farklı bir anlam çıkartmayacak bir hale doğrudan doğruya lobiciyle karar alma sürecinde ki yetkin kişiler arasında geçer. Doğrudan lobcilik çalışmalarının temeli aslında; belirli bir kanunun çıkartılması yahut önerilen veya önerilmiş bir kanunun yahut halen yürürlükte olan bir yasanın üzerinde o günün koşullarına göre dizayn edilmesi konusunda meclis üyelerinin ikna edilmesi çalışmalarınıdır.

Baskı grubu temsilcileri ya da lobciler, karar alma sürecindeki bu yetkili kişileri, doğrudan ziyaretle dostluk kurma yöntemiyle ikna etmeye çalışırlar. Doğrudan lobcilik genellikle aza sayısı, mali gücü ve seçimlerde etkisi çok fazla olmayan baskı gurupları tarafından uygulanan ve tercih edilen bir yöntemdir. Bunun en bariz sebebi ise; lobi faaliyetlerini yürütecek olan kişi ya da kişileri kendi aralarından belirlemeleri veyahut az sayıda kişi ile bu etkinliklerini götürebilmelerinden dolayıdır. Aksine doğrudan olmayan lobcilik etkinliklerinde mali ve iktisadi destek, yüksek seviyede kamuoyu desteği ve kanun yapıcılarla ikili ilişkilere girebilecek çok sayıda teknik çalışana gerek duyulmaktadır¹⁷.

Bu uygulama lobcileri, parlamenterleri ve bürokratlar karşı karşıya getiren bir uygulamadır. Çıkar guruplarının bilgi ve uzmanlık alanlarından faydalanan yasa düzenleyici ve uygulayıcılar arasında ki en basit yöntemdir. Baskı gurupları bu vasıtayla beraber yasa düzenleyicilerin işlerinde bir ölçüde yardımcı olurken, kendi taleplerini de düzenlemiş oldukları raporlar aracılığıyla yasa düzenleyicilerin ilgilerine sunmuş olurlar.

1.2.2 Dolaylı Lobcilik

¹⁶ Barış Ara, “Avrupa Birliği’nde Lobcilik”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE, 2004, sf: 18

¹⁷ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.94

Lobicilik faaliyetleri doğrudan yapılabildiği gibi kamuoyunu yahut toplulukları manipüle ederek de farklı tekniklerle de uygulanabilmektedir. Dolaylı lobicilik dernekler yahut spesifik ögelerde uzmanlaşmış firmalar vasıtasıyla gerçekleştirilen tekniktir. Bu lobicilik uygulamasında topluma dayalı lobicilik (Grass-Roots) hareketi olarak isimlendirilmektedir. Bahsedilen teknikle toplulukların ve iletişim araçlarının etki altına alınarak hareket kabiliyeti sağlanması, kamuoyu sağlanarak toplumsal baskı gerçekleştirilerek yasa yapıcılar ve karar alıcılar üzerinde psikolojik etki yaratmak hedeflenmektedir. Halka dayalı lobicilikte, günün modern iletişim kanalları ve halkla ilişkiler çalışmaları teknik olarak kullanılır. Bu hedefler ışığında lobiler kamuoyu kampanyaları, seminer ve bilinçlendirme toplantıları düzenlemek, hedef kitleye ve medyaya e-posta, faks, mektup, dilekçe vs. yöntemleri kullanmaktadırlar.

1.2.3 Kolektif Lobicilik

Yasa yapıcıların, kanunların düzenlenmesinde karara bağlanmasında hüküm verenler üzerinde çok etkin bir etkiye sahip olmak isteyen yahut kendi başlarına istedikleri etkiye ulaşamayacaklarını düşünen çıkar grupları ve lobiler benzer yahut aynı ortak hedefleri olan farklı lobiler veya çıkar guruplarıyla birlikte işbirliğine veya koalisyon oluşturmaları kolektif lobi faaliyetleri olarak isimlendirilmektedir¹⁸. İşbirlikleri çoğunlukla spesifik bir problemin çözüme kavuşturulması amacıyla belirli ve kısa zaman zarfları için bir araya toplanılmış federasyon biçiminde ki lobiler, çıkar gurupları ve benzer hedef doğrultusunda birleşik olarak hareket eden guruplarının azalarından oluşmaktadır¹⁹.

İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesini takip eden süre zarfında Amerika Birleşik Devletlerinde lobicilik alanında yürütülen faaliyetlerde gözle görülür bir artış söz konusu olmuş, kongre çalışmalarında efektif ve etkin olabilmek için lobi firmaları arasında ciddi rekabet ortamına sebep olmuştur. Lakin 80'li yıllara gelindiğinden lobiler kendi aralarından lobi faaliyetlerine başlamışlar, bundan sonra ki süreç

¹⁸ Tayyar Arı, **Amerika'da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD'nin Dış Politikasına Etkileri**, Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 186

¹⁹ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.121

içerisinde lobicilik faaliyetleri kolektif bir hal almış, lobi çalışmaları konularından karşılıklı olarak bilgi alış verişi içine girilmiştir. Meclise getirilen kanun tekliflerinin yasalaşması için karşılıklı olarak birbirlerini ikna yöntemlerine gitmeye başlamışlardır.

Birleşik lobicilik faaliyetlerinin oluşmasında ki en önemli sebeplerin başında, lobicilik alanında çalışacak olan personel sayısının ciddi anlamda yetersiz olması kadar maddi imkânların büyük oranda kısıtlı olması da bir diğer faktörü oluşturmaktadır. Yalnızca bir tek lobinin, özellikle de Amerika Birleşik Devletleri gibi çok karışık karar almaya haiz bir yapıda olan ve oluşabilecek her türlü gelişmeyi takip etmesi ve de belirlenen stratejiye göre ilgili kurumlarda lobicilik etkinliklerini de yürütmesi maddi açıdan çok külfetlidir. Ayrıca sayıca çok fazlaca kişinin çalışmasına sebebiyet veren bir iştir koludur. Bu sebeplerden dolayıdır ki, çıkar gurupları ve lobiler arasında belge ve bilgilerin paylaşımına açık olmasına özen gösterilir ve çeşitli biçimlerde koordinasyon içinde hareket etmeye ihtimam gösterirler²⁰.

1.3 Lobicilik Teknikleri Ve Kullanılan Araçlar (Kitle İletişim Araçları)

Lobi çalışması yapan baskı gurupları ve lobiler sağlayabildikleri kaynakların imkânları ölçüsüne göre hedeflerine uygun her çeşit yöntemi ve tekniği kullanmak zorundadırlar. Yapılacak olan lobicilik faaliyetlerinin temel stratejileri belirlendikten sonra uygulanabilecek olan temel teknikler belirlenerek lobi faaliyetleri yapılmaya başlanır. Lakin uygulanması düşünülen bu tekniklerin hemen hemen hiçbirisi kesin başarıyı garanti etmediği gibi ters etkilerde yaratabilmektedir. Fakat yaptıkları iş bakımından lobiciler böyle bir durumla karşılaşabileceklerini bildikleri içindir ki alabileceği en iyi sonucu verecek olan tekniklerden birisini temel alarak çalışmalara başlamaktadırlar.

Gündem yaratmak, ülke genelinde yahut belirli bir bölgede kamuoyu oluşturmada en etkin araçların başında basın yayın ve kitle iletişim araçları

²⁰ Barış Ara, “Avrupa Birliği’nde Lobicilik”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE, 2004, s. 20

gelmektedir. Uluslararası alanda bilinirliği en yüksek olan medya Amerika Birleşik Devletlerinde konuşlanmış medya sektörüdür sadece televizyon kanalları olarak değil “Hollywood” gibi çıktıkları filmler sayesinde tüm Dünya genelinde ciddi anlamda propaganda üretmenin kalbidir. Dünya genelinde böylesine büyük bir medya sektörüne sahip olan Amerika Birleşik Devletleri'nin basın ve yayın kuruluşları kamuoyu yaratmada ve yarattıkları kamuoyunu yönlendirmede kusursuz işleyen dev bir propaganda merkezi gibidirler.

Lobi ve lobicilik faaliyetleri içerisinde bulunan kişi ve/ya kuruluşlar medyanın bu efektif ve etkin gücünden faydalanmaya daima istekli ve bir nevi zorunludurlar. Bütün Dünyaca takip edilen medya kuruluşlarının web sayfalarında yahut izleyici sayısı yüzlerce milyonu bulan televizyon yayınlarında yer almak baskı gurupları, lobi ve lobiciler için çok önemlidir. Günümüzde Dünya genelinde internetin olmadığı bir ev hemen hemen yok gibidir, internetin bu kadar yaygın olması ve internet arama motorlarının gün geçtikçe daha da gelişiyor olmasıyla artık neredeyse bilgiye ulaşmak ve akılda kalıcı olmak artık eskisi kadar zor olmamaktadır. Ayrıca yine internetin her geçen gün daha da gelişiyor olmasından ötürü eski dönemlerde ki gibi arşiv çalışmaları içine girmek gibi hem maliyet açısından hem de zamanın iyi değerlendirilmesi açısından sadece firmaları değil bireysel çalışma içine girmiş olan herkesi ciddi anlamda rahatlatmıştır. Bundan dolayıdır ki herhangi bir televizyon yayınında yer almak ya da basılı yayın organında yahut da internet sitelerinde yer edinebilmek, propaganda yapmak adına lobi sektörleri için bulunmaz bir fırsat yaratmaktadır. Aşağıda Lobicilik faaliyetleri esnasında uygulanabilecek olan tekniklerden bahsedilecektir.

1.3.1 Bire Bir İletişim ve İkna

Lobicilerin esas hedefi kanun yapıcılar ile ilişki kurabilmektir. Karar alma sistemi içinde görev alan sorumlularla bire bir irtibat sağlamak, lobi ve lobiciler için kim olduklarını, hedeflerini ve tam olarak ne yönde talep ve isteklerinin olduğunu anlatmanın en etkin ve de en önemli yoludur. Bu sebepten ötürüdür ki kongre üyesi veya bürokrat lobicinin kim olduğunu ve ne istediğini daha iyi anlayabilmektedir.

Lobiciler için yasa yapıcı ya da karar vericilerle iletişim kurmanın en etkili ve en basit yolu bir araya gelebilecekleri toplantı veya seminerlerdir. Bu çeşit etkinlikler için en uygun yerler bürolar, koridorlar, taksiler, restoranlar, jimnastik salonları veya diğer spor merkezleridir. Bunun dışında komite hearingleri de (oturumları da) bir yerde Kongre üyeleriyle doğrudan temas kurmayı sağlayan doğal ortamlardan biri olarak lobiciler tarafından mümkün olduğunca değerlendirilmeye çalışılmaktadır²¹.

1.3.2 Bilgi Sunma

Alınacak olan bir karar aşaması esnasında lobiler yasa yapıcılarına yönelik bir kanun teklifi hazırlayıp ilgilerine sunarlar. Bu sebeptir ki genellikle kanun yapıcılar düzenlemeyi ya da yapmayı planladıkları kanun tasarıları üzerine yapılacak ön hazırlık aşamalarında kullanabilecekleri bilgi ve belgeleri temin için çoğunlukla lobicilerden veya baskı guruplarından faydalanmaktadırlar. İlgililer tarafından sağlanacak bu bilgilerin temellerinin sağlam olması ve bilimsel verilere dayanmasına özen gösterilir. Özellik içeren bazı konularda teknik uzmanların bilgisine başvurulur. Ayrıca genellikle bu verilere akademik camia, konun içeriği ile çalışmalar yağan dernekler, vakıflar ve profesyonel firmalardan destek sağlamaktadırlar. Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir başka konu ise; baskı guruplarının ya da lobi firmalarının çalışma yapılacak olan yasa ile ilgili yasa koyucuların uzmanlık alanlarına göre kategorize etmektir. Bir başka deyişle yanlış kişiye alakadar olamayacağı ya da altından kalkamayacağı bir konu hakkında bilgi verilmemesidir.

1.3.3 Mali Destek ve Kampanya Destekleri Sağlamak

Baskı gurupları ve lobiler etki altına almak istedikleri her türlü politikacıya yönelik çalışmalarını sürdürürken onların eksik taraflarına yönelik faaliyetlerini gözlemleyerek bu yönde çalışmalar yürütmektedirler. Özellikle maddi destek ve/ya kampanyalarına yönelik destek sağlamak bu çalışmaların en vaz geçilmez noktalarının başında gelmektedir. Lobicilik faaliyetlerinin en üst seviyede yapıldığı Amerika Birleşik Devletlerinde özellikle seçim süreçleri içinde yürütülen

²¹ Tayyar Arı, **Amerika'da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD'nin Dış Politikasına Etkileri**. Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 179-185

kampanyaların her geçen seçime oranla daha da fazla masraflı olması adayların ciddi maliyetlerle karşılaşmasına sebebiyet vermektedir, bu durumda mali yönden elinde güç bulunduran baskı gruplarına ya da lobi firmalarına adaylar üzerinde baskı uygulayabilme fırsatı sağlamaktadır. Maddi destek beklentisi içerisinde olan ve kazanma oranı yüksek olan adaylar lobiler tarafından mali yönden desteklenerek ileri ki süreçler içinde yasama çalışmalarında baskı altına alınmaktadırlar.

Kampanyalarda başkan veya milletvekili adaylarına yapılan destekler, organizasyon düzenleme biçiminde veya bağış toplama yoluyla partilerin, adayların, lobilerinin ve bağımsız grupların oluşturduğu PAC'lar (Siyasal Eylem Komiteleri) vasıtasıyla yapılan maddi destek şeklinde gerçekleşir²².

1.3.4 Seçmenlerle Tanışma ve Toplantılar Düzenleme

Seçmenlerle tanışma ve toplantılar düzenleme tekniği özellikle ABD'de yapılan seçimler ve lobicilik faaliyetleri kapsamında büyük önem arz etmektedir.

Bu teknik temelde iki tür uygulanır. Bunların birincisi, lobilerin temsil ettikleri üyeleri de kapsayan seçmenlerle tanışması, diğeri ise kanun yapıcıların bu kişilerle tanıştırılmasıdır. Kısa zaman zarfında çok sayıda bireye ulaşmanın en kestirme yolu ise seçim bölgelerinde toplantılar düzenlemektir. Uygulanan bu tekniğin başarıya ulaşabilmesi için yapılan organizasyonun önemi ve yararı üyelere kuvvetli bir biçimde benimsetilmeli, en yüksek katılımın sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Lobiler bu tür organizasyonlar sonucunda destek aldıkları üyelerini tanıma fırsatı bulur, ayrıca uygulanacak olan büro ziyaretleri, komitelerde söz alma gibi diğer tekniklerin, uygulanmasında görev alabilecek nitelikteki kişilerin saptanması sağlanır²³.

1.3.5 Medya İlişkileri

²² Tayyar Arı, **Amerika'da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD'nin Dış Politikasına Etkileri**. Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 191

²³ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.145-146

Baskı guruplarının ve lobicilik faaliyetlerinin kamuoyundan destek alabilmesi amacıyla sürdürdükleri bir başka teknik ise medyayla daha girift ilişkiler içerisine girmektir. Basın-yayın ve medya kuruluşlarıyla geliştirilen ikili ve çok taraflı iyi ilişkiler lobi faaliyetlerinde bulunanların kamuoyunda daha çok yer almasına ve güvenilirliğini arttırmaktadır. Bununla birlikte yapmakta oldukları ya da ileriye yönelik yapılabilecek faaliyetlerde bu kurumları kullanarak kamuoyunu istedikleri yönde yönlendirebilmektedirler. Siyasiler, baskı gurupları ve lobiciler genellikle gerek yazılı basın-yayın olsun gerekse görsel medya iletişim araçlarına yapmakta oldukları faaliyetleri hakkında bilgi veren veya herhangi bir başka konu üzerine manipülatif bilgiler aktarmaktadırlar. Bundan dolayıdır ki bu faaliyetler içerisinde bulunanlar görsel ve yazılı basın kurumları ile kurdukları iyi ikili ilişkiler neticesinde yürüttükleri birçok propaganda faaliyetini ücretsiz olarak yayımlanmasını sağlamaktadırlar.

1.3.6 Halkla İlişkiler Kampanyaları

Grup içinde yer alan her kişi ya da grubun temel amacı, çevresiyle iyi ilişkiler kurup, bu ilişkilerin sürekliliğini sağlayabilmektir. Halkla ilişkiler bu bağlamda lobicilik faaliyetleri için yardımına ihtiyaç duyulan ve kullanımı hızla yaygınlaşan etkili bir faaliyetlerdir. Bu faaliyet kapsamında temel ilkelerden önemli olanlardan birisi de, faaliyet yapılacak olan bölgeyi tanımak ve bu bölgede kendini tanıtır kılmak için beklentilerin, ihtiyaçların organize ve programlı bir halde oluşturulması işlemidir. Örgüt ile çevresini oluşturan guruplar arasında karşılıklı anlayış, işbirliği ve amaçlanan hedeflerin elde edilmesi amacıyla, grup içinde ve dışında yürütülen planlı iletişimin tümü halkla ilişkiler kapsamındadır. Lobicilerin halkla ilişkiler çalışmaları çok yönlüdür. Lobilerin öncelikle etkilemeleri gereken topluluk kendi üyeleridir. Lobiler bu doğrultuda ilk olarak üyelerini yürütülen faaliyetler konusunda ikna etmek ve onların desteğini almalıdır. İkinci olarak kamuyu kendi doğrultusunda bilgilendirme, etkileme amacını güden bir lobi tekniği olarak kullanılmaktadır²⁴.

Halkla ilişkiler çalışmaları genellikle; akademik ve bilimsel toplantılar, turistik geziler, seminerler, festivaller vs. gibi farklı ve çok yönlü ilgi alanlarına yönelik

²⁴ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.160-161

çalışmalar üzerine uygulanır. Burada ki en önemli hedef kitleler ise; milletvekilleri, sivil toplum örgütleri kanaat önderleri vs. gibi hem toplum nezdinde ön planda olan isimler hem de medya ile ilişkilerin geliştirilmesi açısından medya çalışanları hedef kitle içerisinde yer almaktadırlar.

1.3.7 Yönetmelik Görevlilere Bilgilendirme Mektupları Yazmak

Lobicilerin üzerinde ısrarla durduğu konulardan biri de doğru mesajın, doğru zamanda, doğru teknikle, doğru görevliye ulaşmasıdır. Mesajlar iletilme kanalları çok çeşitli olabilmektedir. Bunlardan devlet görevlilerine mektup yazmak, lobi faaliyetlerinde kullanılan en etkili metotlardan birisidir²⁵.

Yasa yapıcılara yönelik mektup yazılacağı zamanlarda doğrudan alakadar kişiye yönelik ve asıl değinilmek istenilen konuyu açık bir şekilde hazırlamak önemli bir etkidir. Destek istenen ya da savunulan düşüncenin neden savunulduğuna dair kesin ve net bilgiler aktarmak ve neticede ilgili kişiden tam olarak ne istendiğini belirtmek dikkat edilmesi gereken en önemli unsurdur.

1.3.8 Doğrudan Eylemler

Yasal boyutlar çerçevesinde düzenlenen doğrudan eylemlerin çeşitli amaçları vardır. Bunlardan bazıları; politik güç ve erki el altında bulunduranları alınabilecek kararlarda ikaz etmek, müdafaa edilen davayla alakalı etki alanının genişliğini, içerebileceği kişilerin hal ve durumunu onlara açıklayıcı bilgiler ışığında anlatmak ve bu istikamette baskı oluşturarak bahse konu olan çıkarlarla alakalı hukuki düzenlemelere gitmenin gerekliliğini kabul ettirmektir²⁶.

Lobicilerin uyguladığı bu eylemler; yürüyüşler, mitingler, forumlar, paneller, anma toplantıları vb. şeklinde olup, güç odaklarının kararlarını etkilemeyi ve baskı uygulayarak çıkarlarına uygun yasaların çıkmasını amaçlarlar²⁷.

²⁵ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.130

²⁶ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf.147

²⁷ Hakan Ay, **Baskı Gruplarının Gücü ve Siyasal Karar alma Sürecine Etkisi** Zaman Kitap, 2003. Sf. 196

1.3.9 Etik Olmayan Lobicilik Teknikler (Rüşvet, Tehdit)

En yalın lobicilik aktivitesinden ya da en kapsamlı lobicilik faaliyetlerinin yürütülebilmesine kadar ciddi miktarlarda mali kaynak gerektirmek duyulmaktadır. Daha öncede anlatılan en yalın sosyal etkileşimlerin sağlanabilmesi için maliyetlerin karşılanabilmesi elzemdir. Ekonomik kaynaklar lobilerin, baskı gruplarının bilgiye ulaşabilmeleri ve propaganda faaliyetlerini hedeflerine yönelik yapabilmeleri için eylem araçlarını güçlendirme imkânı vermektedir. Lobiciler ya da baskı gurupları planladıkları faaliyetlerin yürütülmesi için veya ilgililere yönelik yürüttükleri yaklaşımlar bazen farklılık göstermektedir. Çoğu zaman ilgilileri etkilemenin en bilindik ve en basit yolu olarak rüşvet yöntemi kullanılmaktadır. Doğrudan parasal ilişki içerisine girilen kişiler lobicilerin taleplerine karşı bir nevi savunmasız kaldıklarından dolayı kedilerinden istenen desteği imkânları doğrultusunda sağlamaya çalışırlar veyahut karar verme mekanizmasının içinde olmasalar bile gerekli yerlerden destek elde etmeye çalışırlar. Çok büyük risk içeren bu lobicilik tekniği kimi zaman kullanıcıya çok büyük oranda zararlar vermektedir. Fakat rüşvet tekniği ispatı kolay olmayan bir yöntem olduğundan dolayı çoğunlukla lobicilik faaliyetlerinde kullanılan bir tekniktir.

Yasal olmayan bir diğer teknik ise tehdittir. Tehdit yöntemi, baskı grubunun aleyhinde olan bir yasanın çıkmasına engel olma amacı taşır. Parlamentoda yasanın görüşülmesi sırasında engel olmaya çalışırlar, eğer başarılı olamazlarsa yasanın ilanını engellemek ya da yürürlükten kaldırılması için uğraşırlar. Diğer yöntemler sonuç vermezse iktidar partisine seçimlerde muhalefeti destekleyeceği tehdidinde bulunurlar²⁸.

Çok yüksek oranda risk içermesine rağmen tehdit faktörünün kullanılması lobiler ve baskı gurupları tarafından dönem dönem uygulanan bir yöntemdir. Siyasi erke karşı yapılan en büyük tehditin başında ise yapılacak olan seçimlerde taraflarına

²⁸ Markus Ürek, - Nejat Doğan, **Lobicilik ve Baskı Grupları: Devlet, Sivil Toplum ve Demokrasi** İnkilap Kitapevi, İstanbul, 2011.

maddi destek ya da oy verilmeyeceği tehdididir. Ayrıca yukarıda da bahsedilen uygulama ve tekniklerin tersine de yapılabileceği tehdit faktörüdür. Gayri ahlaki olarak da nitelendirilebilecek olan bir diğer tehdit unsuru ise; yasama görevi veyahut kamu görevi yapan kişilerin aile ve özel hayatlarının topluma yansıtılacağı ile yapılan tehdit yahut bu yol izlenerek kişilerin paralize edilmeleridir.

Bu çalışmanın ikinci kısmında Propaganda tanımı, kavramı ve çeşitleri hakkında yapılan çalışmalar ayrıntılı bir biçimde ele alınacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

PROPAGANDA

2.1 Propaganda Tanımı, Kavramı ve Çeşitleri

Propaganda, bireyden toplumlara, devletlerden hükümetlere veyahut hükümet dışı örgütlere kadar çokça ulusal yahut uluslararası etmenin her uygun anında kullandığı, özellikle günümüz muharebe alanları olarak adlandırabileceğimiz televizyon, internet gibi milyonlarca kişiye tesir edebilen vasıtalarla ticari faaliyetlerini sürdüren firmaların sıklıkla kullandıkları bir kavramdır. Kökeni itibariyle Latince bir sözcük olup “Propagare” temel sözcüğünden gelmektedir. Bu kelime bugün ki ifadeden daha farklı bir biçimde yeni bitkilerin üretimi için bahçevanın toprağa yeni fideler dikmesi manasında kullanılmıştır²⁹. Benzetme yapılan bu ifadenin daha çok soy ya da gelecek nesiller anlamlarında kullanıldığı anlaşılmaktadır. Yine daha güncel bir başka ifade şekliyle; Roma’da bulunan Katolik Kilisesinin Hristiyanlığı yaymak amacı ve o dönemde yükselen “Protestan inancı” engelleme hedefiyle başlattığı etkinliklerine ilk defa “propaganda” ismini vermişler ve kelimenin günümüz kullanımına ilk defa o dönemden evirildiği inanılmaktadır. Burada ki özgün ismiyle “Propandai” ile ifade edilen sözcük; “yayma, yaygınlaştırma” manası taşımaktadır³⁰.

Özellikle siyaset bilimi, felsefe, sosyoloji, iletişim gibi bilim dallarıyla son derece girift ilişki içinde olmasından dolayıdır ki propaganda terimi tanımlama açısından çok fazla çeşitlilik gösterir. Türk dili içinde kullanımını temel olarak ele aldığımızda TDK sözlüğünde: “Bir öğreti, düşünce veya itikat biçimini başkalarına anlatarak benimsetmek, empoze etmek ve etki alanını genişletmek amacı ile yerine göre sözle yerine göre yazıyla yahut farklı biçimler kullanma yöntemleriyle gerçekleştirilen çalışma ve/ya yaymaca³¹” tanımlaması ile karışımıza çıkmaktadır. Kişi ya da toplumları yönlendirme ve etkileme aracı olan propaganda; kişilerin

²⁹ J.A.C Brown, **Siyasal Propaganda**, Çev. Yusuf Yazar, Ağaç Yayınları – İstanbul 1992 sf: 11

³⁰ Jean Marie Domenach, **Politika ve Propaganda** Çev: Tahsin Yücel, Varlık Yay. 2003 – İstanbul Sf:8

³¹ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.591eb454b96d83.29027453

hareketlerini, davranışlarını veya düşüncelerini etki altına alarak onları gerek dşünsel gerekse fiziksel olarak istenilen noktalara yönlendirmeye ve etki altında tutabilmeyi hedeflemektedir.

Siyaset bilimi açısından ele alındığında ise propaganda kendine çok daha geniş kullanım alanları bulabilmektedir. Özellikle belli bir siyasi düşüncenin halk bazında yayılabilmesi için vazgeçilmez bir öneme sahip olan kavram, günümüz siyasetinde belirleyici rol oynamaktadır. Propaganda faaliyetleri gerçekleştirilirken yapılan yöntemler politik iletişimde seçim süreçleri zamanında kullanılan kampanyaların metot ve teknikleriyle propaganda olgu ve süreci karşılaştırılabilir. Her ikisinde de amaçları ve kullandıkları söylem açısından, arada bazı farkların olmasına karşılık, benzerlikler vardır³². Bugün bakıldığında politik propaganda yolu ile toplulukları etki altına almak ve siyasal iktidar hedefine ulaşmak en temel amaçtır.

Propaganda çalışmaları, toplulukları ikna teknikleri zaman içinde sürekli olarak gelişme göstermiştir. Fakat ana teması itibariyle toplumlarla yaşıt denecek kadar köklüdür. Propaganda içerik, biçim, uygulama ve kavrayış bakımından değişik biçimlerde tanımlanmaktadır. Fakat propagandanın asıl amacı insanların düşünce ve tutumlarını belirli bir nokta ve fikriyat içerisinde bir araya getirmek ve bu düşünceleri istenilen yöne kanalize etmektir. Propaganda olgusu meydana geldiği andan başlayarak devamlı olarak anlam bakımından bir değişim süreci içerisinde. Şartlar ve olaylar kavramı biçimlendirmede önemli bir rol oynamıştır. İnsanlar ilk defa gruplar halinde yaşamaya başladıklarından itibaren topluluklarda liderlik olgusu problemi baş göstermiş, klanı yahut gurubu kimin idare edeceği düşüncesi sürekli olarak üzerinde konuşulan konu olmuştur. Toplulukları yönetmeyi planlayanlar arasında sürekli olarak bir rekabet ortamı oluşmuş ve böylece önder ya da önderler sürekli olarak kendilerine destek olacak kişileri farklı yöntemler uygulayarak çevrelerinde tutmuş ve bunlar üzerinden propaganda faaliyetlerini yürütmüşlerdir. Evrim olgusu sadece insanlara özgü bir kavram değildir, canlılık arz eden bütün formlar (hayvanlar, insanlar, toplumlar vs.) sürekli olarak gelişmiş ve değişmiştir, lobcilik, propaganda veya ikna etme şekilleri de diğer her şey gibi insanoğlu ile

³² Aysel Aziz, **Siyasal İletişim**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara – 2014, sf:15

birlikte sürekli değişime uğramış ve de uğramaya devam edecektir. Lakin ana teması itibariyle propaganda teknikleri yukarıda da değinildiği gibi insanlık kadar eski bir olgudur.

Propaganda nosyonunun birey ve topluluklara ulaşma hedefi taşıması kitle iletişim vasıtalarıyla olan ilişkisinin önemini artırmaktadır. Temel yapısı itibariyle geniş topluluklara ivedi bir halde ulaşabilen kitle iletişim araçları da günümüzün en etkin ve en yoğun biçimde kullanılan gelen propaganda araçları haline almışlardır.³³

Küreselleşen ve de artık her meslek dalında profesyonelleşen Dünyada propaganda teknikleri çoğunlukla ticari reklam amaçlı kullanılmakta, seçim dönemlerinde ise siyasetle ilişkilendirilmektedir. Propaganda teknikleri özellikle I. ve II. Dünya savaşlarında savaşa dâhil olan devletler tarafından toplumlarını inandıkları davaları uğruna kanalize etmek için son derece çok sıkı şekilde kullanılmıştır. Bunun en önemli sebepleri ise; gerekli asker ihtiyacı, gerekli durumlarda iç borçlanmaya gidilebilmesi ve ön önemli sebep ise verdikleri bu savaşın toplumları gözünde haklı bir mücadele olduğu olgusudur. Ayrıca savaş öncesi ve esnasında silahaltında bulunan askerlerin ve yedeklerin motivasyonunu yüksek tutmak, savaşılan düşman ülkenin de moralman çöküntüye uğramasını sağlamak amacı ile propaganda teknikleri kullanılmıştır. Toplumları savaşa gerek fiziksel, gerekse psikolojik olarak hazırlamak çok güç bir o kadar çok önemlidir. Propagandanın zamanında yapılmaması, eksik ya da yanlış yapılması başlangıçta lehte ilerleyen süreci aleyhte bir sürece doğru yönlendirir. Bunun en belirgin örneklerinden birisi Amerika Birleşik Devletleri'nin Vietnam savaşı esnasında yapılan askeri taktik ve teknik hatalar sonucunda savaşın uzun bir zamana yayılarak uzamasına sebebiyet vermiş ve yürütülen yanlış propaganda teknikleri ile dönemin senatsou halk desteğini kaybetmiştir.

Propagandanın askeri alanda ne denli etkili olduğunu ortaya koyan en önemli örnek ise I. Dünya Savaşıdır. Savaşın başladığı 1914'te propaganda üzerine

³³ Noam Chomsky, **Medya Gerçeği**, Çev. Abdullah Yılmaz, Osman Akınhay. Everest Yayınları, İstanbul – 2002sf: 18

çalışmaların yapılmadığı, propaganda merkezlerinin olmadığı ve bundan dolayı toplumları birbirleriyle entegre etme sorunları yaşayan savaşkan ülkeler savaş ilerledikçe propogandanın ne denli önemli olduğunu fark etmişler ve teşkilat yapıları kurmaya başlamışlardır. Propaganda teknikleri ilk kez I. Dünya Savaşı ile kullanılmaya başlamıştır.

İlk savaşa oranla teknolojik gelişmelerin daha da önem kazandığı ve savaş esnasından kullanılagelir hale aldığı ikinci Büyük Savaşla beraber propaganda teknikleri farklılık göstermiş gerek kendi milletlerine gerekse savaştıkları ülkelerin toplumlarını psikolojik etki altına almak için radyo yayınları aracılığıyla propaganda faaliyetleri içerisine girilmiştir. Konuyu daha da pekiştirmesi açısından bir başka örnek verecek olursak; Özellikle II. Dünya savaşı öncesi ve esnasında Adolf Hitler'in propaganda tekniklerini yoğun olarak kullandığını biliyoruz. 1933 yılında Hitlerin Almanya Şansölyesi ilan edilmesi ile Hitler tarafından oluşturulan bakanlar kuruluna yeni bir bakanlık olan Propaganda Bakanlığının kurulmuş olması o dönemde bile propogandanın ne derece önemli olduğunu gözler önüne sermektedir. Nazi Almanya'sı sadece Almanlara yönelik değil, gerek işgal ettikleri ülkelerin gerekse savaştıkları diğer ülkelerin toplumlarına yönelik propaganda faaliyetlerini etkin şekilde yürüttüler. İstihbarat örgütü olan "Reichsicherheitshauptamt"³⁴ hedef ülkelerde bulunan ve Almanya lehine çalışabileceği düşünülen kimseler ile bağlantıya geçerlerdi. Bu kişiler ile bağlantıya geçerek ülkelere ihanet etmelerini sağlamışlar ve bunu da savaşın büyük bir çoğunluğunda başarı ile yerine getirmişlerdi. Savaşın ardından da istihbarat ve propaganda faaliyetleri daha da hızlanarak gelişimlerini sürdürmüşler ve haritaların yeniden çizilmeye başlandığı bu süreçte etkisini giderek daha da hissettirmeye başlamıştır.

Günümüzde propaganda teknikleri siyasetçilerin gündemi belirlemelerinde ve manipülatif eylemleri için ellerinde bulunan en önemli aygıt konumuna gelmiştir. Demokratik yönetimlere haiz olan toplumlarda halkın günlük olaylardan ve yaşanan gelişmelerden haberdar olabilmesi, değişik fikirlerin kamuoyuna yansıtılması ve akabinde işleyen süreçten halkın haberdar edilmesi ve de oluşan tepkilere göre

³⁴ **Reich Güvenlik Baş Dairesi:** SS içerisindeki en büyük organizasyon, modernize görüntüsüyle bir bakanlık.

kanalize edilmeleri propagandanın toplumlar için olduğu kadar bireyler içinde çok önemli bir araç olduğunu gözler önüne sermektedir.

Propagandayı sürelerine göre kısa, orta ve uzun süreli propaganda olarak üç gruba ayırarak incelemek gerekir. Kısa süreli propaganda, genelde siyasal kampanyalar olarak adlandırılabilir. Fakat orta ve uzun süreli olarak betimlenen siyasi propaganda faaliyetleri ise gerek içerikleri açısından, gerekse de kullandıkları iletişim kanalları açısından farklılıklar arz etmektedir. Örneğin, komünizmin yerleştirilmesi için Sovyetler Birliği başta olmak üzere, tüm Demirperde ülkelerinde hemen hemen her şeyde komünizmin yerleştirilmesi ile ilgili propaganda söylemleri vardı. Aynı şekilde 2. Dünya Savaşı öncesinde başlayan ve savaş sırasında da sürdürülen ve en az 9-10 yıl süren Hitler yönetiminde Nazi propagandası dönemi vardır. Aynı şekilde Mussolini yönetiminde İtalya'da faşizmin propagandası uzun yıllar, savaş sonrasına kadar sürdürülmüştür³⁵.

Toplum katmanlarını oluşturan insan grupları propagandanın etkilenme özelliklerine göre çok farklı biçimlerde sınıflandırılabilirler. Toplumlarda, özellikle o esnada ki sosyal ya da kültürel hallerinden memnun olmayan kişiler başarılı siyasetçiler veya propagandacı için muazzam malzeme olmaktadır. Bu sınıf içinde ki bireyleri bu şekillerde gruplandırmak mümkündür: zavallı ve yoksullar, özgüvensizler, uyumsuzlar, umutsuzlar, benciller, azınlıklar, can sıkıntısı olanlar, kadınlar, suçluluk hissi taşıyanlar, bağımlılar, sempatizan sanatçılar³⁶. Özsoy'a göre propaganda yöntemleri; zamanlama, sürdürülebilirlik, tekrarlama, yoğunlaştırma, sadeleştirme, kitlede sinerji yaratma, simgeler, isimleri başka lakaplarla değiştirme ve kalıplaşmış imajların kullanılması olarak sınıflandırılmaktadır. Bunları şu şekilde açıklamak mümkündür;

³⁵ Aysel Aziz, **Siyasal İletişim**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara – 2014 sf:58-59

³⁶ Osman Özsoy, **Seçim Kazandıran Siyasal İletişim**, Pozitif Yayınları, İstanbul, 2009. sf: 77 - 81

2.1.1 Zamanlama

Başarılı bir propaganda faaliyetinin gerçekleştirilebilmesi için zaman etmenine riayet edilmesi elzemdir. Verilmesi planlanan iletinin en uygun olan zamanda ulaştırılması randımanı artırır.

2.1.2 Sürdürülebilirlik

Bir propaganda kampanyasının sürdürülüp geliştirilmesi ilerlemesinin mercek altına alınarak takip edilmesi, sürekli olarak yenilenen havadis ve sloganlarla devamlı olarak geliştirilmesini, zamanı geldiğinde anlarda farklı bir şekilde ve olabildiğince bağımsız bir halde yeniden hızlandırılmasını gerekli kılmaktadır.

2.1.3 Tekrarlama

Tekrarlama veya "orkestrasyon" aynı temayı çeşitli yönlerden işlemek demektir. Orkestrada temayı izleyerek ses nasıl hafifletilir, uzatılırsa, o şekilde değişiklik suretiyle usanç vermemek, bıktırmamak propaganda da mümkündür.

2.1.4 Yoğunlaştırma

Planlanan propaganda da taktiğin en önemli etmenlerin başında gelmektedir. Yürütülen propaganda taktiğinin başarıya erişebilmesi için ortaya sürülen konu ve iddiayı zedelememeli ve yoğunluk daima olarak yüksek tutulmalıdır.

2.1.5 Sadeleştirme

Bu aşamada ise asıl amaç her şeyden önce konuyu en yalın ve en sade hale indirgeyerek herkes tarafından çok rahat bir biçimde anlaşılabilir hale sokmaya çalışılır. Dost ve düşman, iyi ve kötü bellidir.

2.1.6 Kitlede Sinerji Yaratma

Faaliyetin temel hedefi ise; kesin çizgilerle belirtilmiş alanlarda ki etkileri güçlü hale getirmek ve kitlelerin önemli bir kısmının da bu yönde ki görüşe arka çıktıkları inancını yayararak desteklenen görüşü çok daha kabul edilebilir, efektif ve popüler hale getirmektir.

2.1.7 Simgeler

Propagandacılar iletmek istediği mesajlarını sürekli anımsatmak ve akılda daha çok kalıcı hale getirmek için ek unsurlar kullanırlar. Simgeler, sloganlar yahut marşlar vs. gibi. Belirteçler, işaretler ve tanıtıcı simgeler, hedef kitlenin yoğunluklu olarak kullandığı alanlarda ki duvarlara, direklere, pazubant ve kıyafetlere işlenerek daha da akılda kalıcı bir hal alınmasını sağlarlar. Böylece antipatik olmadan dolaysız bir etkileme hem de daha derin bir anlam kazanır.

2.1.8 Farklı Lakaplar Kullanma

Propagandacı etkilemek istediği hedef kişi veya topluluk için çoğunlukla lehlerinde olacak şekilde yahut aleyhlerinde olacak biçimde tabirler, lakaplar, deyimler vs. kullanır. Kullanılan bu söz öbekleri duygusal çağrışımlar yaratmaktadır.

2.1.9 Kalıplaşmış imajların kullanılması

İnsanları çok bilinen ve tanınan kategoriler içine sokmak doğal bir eğilimdir. Bunun için örneğin filmlerde kötü rollere genelde ilk bakışta fenalık yapacağı kestirilebilen ve tipine uyan insanlar seçilir³⁷.

2.2 Propaganda Türleri

Propaganda çeşitleri, propagandanın ne amaçla yapılacağı, hedef kitlesi vermek istediği mesaj/lar vs. gibi konuların geniş bir çerçevede olmasından ötürü alanlarına göre farklılık göstermektedir. Farklı sınıflandırmalara ayırarak propagandanın çeşitliliği çoğaltılabilir.

³⁷ Osman Özsoy, **Seçim Kazandıran Siyasal İletişim**, Pozitif Yayınları – İstanbul, 2009. sf: 82 – 86

2.2.1 İç ve Dış Propaganda

Alan farklılıkları bakımından propaganda iç ve dış ayrımına gidilerek iki farklı birime ayrılabiliriz.

İç propaganda genellikle siyasi iktidar mücadelesi safhasında kendisini belli etmektedir. Doğru teknik ve stratejileri uygulayan siyasi partiler ülkelerinde iktidar ipini göğüsleyen siyasi hareketlerdir. Planlarını, amaçlarını ve projelerini seçmenlerine ne kadar iyi şekilde lanse ederlerse iktidara gelme şansları daha da artmakta ve seçimleri kazandıkları takdirde bu çalışmalara daha da hız vererek devam etmek zorundadırlar. Seçmen desteğinin aralıksız sürdürülmesi ve yapmayı planladıkları projelerin lansmanları içinde propaganda faaliyetlerini sürdürmek zorundadırlar. Gerek yazılı gerekse görsel medya ile daha kapsamlı ve daha geniş hedef kitlelere ulaşılması amacı güdülür.

Dış propagandada ise; genellikle devletin etkin olduğu bir propaganda türüdür. Dış politika alanında devletlerin yıllardan beri sürdürdükleri belirli çizgileri vardır ve bu çizgiler çoğunlukla çok katı olduklarından dolayı esneklikleri hemen hemen yok denecek kadar azdır. Bundan dolayıdır ki hangi görüşten olursa olsun iktidara gelecek olan siyasi partilerin bağlı oldukları devletin reel dış politikasında çoğunlukla geçmiş dönemlerde de izlenen politik manevralara aynı kıstaslar ölçüsünde bağlı kaldıklarıdır. Bununla birlikte yıllardır yürütülegelen dış politikada ki propaganda faaliyetleri de çok büyük farklılıklara uğramadan biçimlerini korumaktadırlar. Bu propaganda çeşitlerinin tek bir amacı vardır ve bu amaçta ülkelerin milli menfaatleri ölçüsünde şekillenmişlerdir. Siyasal çerçevede değerlendirilen bu tarz propaganda faaliyetleri de çoğunlukla kültürel, iktisadi ve politik konularda yapılmaktadır.

2.2.2 Umumi, Sınırlı ve Bireysel Propaganda

Genel kapsamı bakımından propaganda faaliyetleri; umumi propaganda, sınırlı propaganda ve bireysel propaganda faaliyetleri olarak üçe ayrılmaktadır. Umumi propaganda faaliyetleri, geniş halk kitlelerini etki altına almak amacıyla yapılması planlanan propaganda çeşididir. Sınırlı propaganda faaliyetlerindeyse;

farklı bir ülkedeki belirli bir bölgeyi hedef haline getiren farklı propaganda çeşididir. Spesifik ya da belirlenmiş bir alanda ki memnunsuzluğu ortadan kaldırmak amacıyla yapılabilmektedir. Bireysel propaganda faaliyetleri ise önceden belirlenmiş kişi ya da kişilere yönelik yapılır. Çoğunlukla dışarıda yapılan bir faaliyet çeşididir. Özellikle diplomatik misyonda bulunan kişiler tarafından ülkelerinin çıkarları hedeflerinden yürüttükleri faaliyet türüdür³⁸. Üçe kısma ayrılan bu propaganda çeşidinde esas hedef uygulayan ülkelerin milli menfaatlerini kollamak ve bu doğrultuda etki altına alınmak istenen kişilerin ya da politik gurup veya toplulukların fikirlerini istenilen hedefe yöneltmektir.

2.2.3 Askeri, Siyasi, İktisadi ve Kültürel Propaganda

Yapıları bakımından propaganda türleri ise militer propaganda, siyasi propaganda, ekonomik propaganda ve kültürel propaganda olarak tasniflendirilir. Siyasi propaganda faaliyetleri temeli bakımında devlet olgusunun oluşması ve bu doğrultuda örgütlenmeye başlamalarıyla beraber kendisini göstermeye başlamıştır. Tarihte ki ilk devlet yapısının kuruluşundan bu güne siyasi propaganda faaliyetleri devlet yapılanmaları içerisinde daima kendisini göstermiştir. Çoğunlukla belirli bir devlet anlayışı söz konusu olmaktadır. Propaganda faaliyetleri bu görüşü yaymak ve yaşatmak paralelinde işlemektedir. Siyasal rejimlerin sahip olduğu ideolojilerini yayma amacı da siyasal ideoloji propaganda kavramının dogmasına yol açmıştır. İnsan ruhundaki bütün unsurları istismar eden, hareket halindeki siyasetin ifadesi olan istilacı ve inanç değiştirici bir arzu ile çalışan bu propaganda ideolojik bir renk taşımaktadır. İhtilallerde ve savaşlarda ideolojik propagandanın ne kadar önem kazandığının örneklerini tarihte görmekteyiz. 1789 Büyük Fransız Devrimiyle başlayan ideolojik propaganda savası Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarında ve bu savaşlardan önce de bol bol kullanılmıştır³⁹.

Siyasal propaganda çeşitleri ikinci dünya savaşı öncesi ve sırasında yaşanan Hitler vari propaganda faaliyeti ve Rusya'da yaşanan "Ekim devrimi"nden hemen önce ve devamında yürütülen Leninist vari propaganda faaliyetleri olarak temel iki

³⁸ Osman Özsoy, **Seçim Kazandıran Siyasal İletişim**, Pozitif Yayınları – İstanbul, 2009. sf:19

³⁹ Bülent Daver, **Siyaset Bilimine Giriş**, Siyasal Kitapevi, Ankara, 1993. sf: 281

noktada toparlanabilir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı esnasında yürütülen Hitler vari propaganda faaliyetleri ile Alman halkı üzerinde son derece etkin olmuş ve sonuçları tüm dünyayı baştan aşağıya etkilemiştir, hatta Dünya haritasının yeniden şekillenmesine sebebiyet vermiştir⁴⁰. Hitlerin ve Goebbels 'in propaganda teknikleri üzerine yaptıkları ciddi çalışmalarla kendilerine has özgün bir sanat biçimi kazandırmışlardır. Nazi partisinin iktidara gelmesi esnasında yaptıkları sokak mitinglerinde ve savaş yıllarında çoğunlukla radyo üzerinden etkin bir propaganda tekniği kullanmışlardır.

Lenin türü propaganda ise 1917 devrimiyle birlikte kendisini göstermiş ve iki temel terimde varlığını bulmuştur. Bunlardan biri açıklama⁴¹ bir diğeri ise paroladır. Açıklamada egemen sınıfların çıkarlarını korumak amacıyla halka sundukları enformasyonun yanıltıcı olduğunu ve bu anlamda halkı yanlış bilgilendirdiklerini kitlelere bildirmek esastır. Parolada ise daha çok propagandanın savaşçı ve kurucu niteliği ön plana çıkmaktadır. İçinde bulunulan durumun amacı açık ve şiirsel bir dille halka aktarılmakta ve yapılan mücadelenin ne için yapıldığı propagandayı yapan kişinin vereceği mesajlar çerçevesinde oluşturulmaktadır⁴².

İktisadi propaganda ise; ticaret faaliyet içinde bulunan işletmelerden ya da toplulukların yürüttükleri tekniklerden çok daha farklı bir tekniktir. Çoğunlukla uluslararası ilişkilerde adına faaliyet gösterilecek ola ülkenin çıkarları taban alınarak sürdürülen ve o ülkenin iktisadi politikalarını lanse eden propaganda çeşididir.

Kültürel propaganda faaliyetleri ise; güncelliğini halen sürdürmekte olan politik olayların da bir sonucu olarak yürütülen propaganda çeşididir. Burada asıl ve baskın amaç; adına faaliyet yapılan ülkenin kendi gelenek ve göreneklerini, inançlarını farklı toplumlara empoze etmeye dayanmaktadır. Günümüzde varlığını ciddi bir biçimde hissettiren küreselleşme sayesinde artık hemen hemen bütün ülkeler gerek

⁴⁰ Jean-Marie Domenach, **Politika ve Propaganda**, Çev: Tahsin Yücel, Varlık Yay. İstanbul, 2003. Sf: 40

⁴¹ Felsefi yaklaşıma göre, “Tanrıca verilen esin” ya da “Vahiy” anlamı taşımaktadır. Kaynak: <https://tr.wiktionary.org/wiki/a%C3%A7%C4%B1nlama>

⁴² Jean-Marie Domenach, **Politika ve Propaganda**, Çev: Tahsin Yücel, Varlık Yay. İstanbul, 2003. Sf: 31

iktisadi gerekse kültürel alanlarda bu stratejiden mümkün mertebe çıkar sağlamaya çalışmaktadırlar. 2010 ve 2011 yıllarında 3. Sanayi devrimi üzerine konuşulurken özellikle 2017 yılı itibariyle 4. Sanayi devrimi hakkında yapılan atılımlarla insanoğlu gerek mekanik alanda gerekse teknolojik alanda ciddi atılımlar içerisine girmiş durumdadır. Özellikle teknolojik faaliyetlerin ciddi manada insanlığa kazandırdıkları yenilikler sayesinde kitle iletişim aletleri yaygınlaşmış ve bu sayede günümüzde sınır kavramları neredeyse varlıklarını yitirmişlerdir. Yukarıda da anlatıldığı gibi siyasi ve iktisadi güçleri ölçüsünde hemen hemen her devlet kendi kültürel faaliyetlerini kullanarak diğer ülkeler üzerinde tahakküm kurmayı hedeflemektedirler.

Propaganda faaliyetlerinin bir diğer hatta en önemli konularından biriside askeri propaganda türüdür ki bilindiği gibi askeri alanda yapılan yenilikler ve modernizasyonlar sayesinde bugün ki teknolojik faaliyetlere sahip olabildi. Askeri propaganda türünde hem iç hem de dış sahaya yönelik stratejiler mevcuttur. Farklı bir açıdan bakıldığında da anlaşılacağı gibi, askeri alanda yetersiz kalındığı zamanlarda propaganda tekniklerinin çok yoğun şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca bu propaganda tekniği sadece savaş dönemlerinde değil sulh dönemlerinde de etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Askeri propaganda en yalın açıklamasıyla; ülkelerin kendi silahlı kuvvetlerini desteklemek ve ister iç isterse dış tehditlere karşı kullanmak üzere sürdürdükleri propaganda çeşididir. Uluslararası ilişkilerin doğasına göre hiçbir ülkenin dost ya da kardeşi olmadığından ötürüdür ki her ülkenin kendi güvenlik sistemleri mevcuttur ve bu güvenlik mekanizmasının sürekli olarak gücü temsil ettiği propagandasını yapmak zorundadır. İşte buradan da anlaşılacağı gibi askeri alanda her ülke sulh dönemlerinde de propaganda faaliyetlerini yürütmek zorundadırlar.

2.2.4 Bireylere Yönelik Propaganda ve Kitlelere Yönelik Propaganda

Tekniği açısından incelendiği zaman propaganda türleri iki şekilde yapılmaktadır. İlki yüz yüze yapılan bir tekniktir ve bu teknikte hedef birey baz alınarak çalışmalar gerçekleştirilir. İkinci tür ise; topluluklara ulaşmak hedeflenmektedir. Burada baz

alınanlar ise kitlelerdir ve bunlara yönelik yapılan propaganda faaliyetlerinde kitle iletişim araçları kullanılmaktadır.

2.2.5 Politik Propaganda ve Sosyolojik Benimsetme

Siyasal propaganda faaliyetlerinde amaç; belirli bir siyasal yönetim, siyasi parti yahut herhangi bir kurum tarafından, hedefteki toplumun fikriyatını kendilerinin istediği yönde şekillendirmek maksadıyla uygulanan propaganda türüdür. Amaçlar aleni, açık seçik ve belirgin olarak ortaya konulmuş olmakla beraber, spesifik olarak belirlenmiş çalışma alanları ile sınırlandırılmıştır. Sosyolojik propaganda faaliyetlerinde ise çok daha kapsamlı ve belirli olmayan bir çalışma biçimi yürütülmektedir. Bu tarz propaganda faaliyetlerinde ise toplumsal taban kullanılıp, belirli bir yaşam ideolojisi ve bu yolla alakalı düşünüş tarzı hedef topluluğa kabullendirilmeye çalışılır.

Sosyolojik propaganda çeşitli biçimlerde ortaya çıkabilir. Örneğin bir toplumda üretilen ürünlerin reklâmı, sosyolojik propogandanın bir bölümünü oluşturabilir. Toplumlar bu yolla bir ulusal saygınlık sağlamakta, Amerika Birleşik Devletleri örneğinde olduğu gibi bir yaşam biçimi ve felsefesi dışsatımından bile söz edilebilmektedir. Aynı doğrultuda sinema da çoğu kez bir sosyolojik propaganda aracı niteliği taşır. Her Amerikalı yönetmen, filmlerini isteyerek veya istemeyerek Amerikan yaşam biçimi ile çerçevlendirmektedir. Bu filmlerden çok sayıda örnek gördükten sonra, algılanan yaşam biçimi ve örtülü olarak belirtilen yaşam felsefesi benimsenmeye, öykünmeye başlanacaktır. İnsanların sosyolojik propaganda aracılığıyla önce yaşam tarzı değiştirilerek yeni tarz somutlaştırılır ve ardından zamanla bu yolla kişinin düşünceleri ve inançları da istenilen değişime uğrar. Etkisi oldukça yavaş gelişen sosyolojik propaganda, bir bunalım anında kitleleri hızla eyleme sürükleme gücüne sahip değildir⁴³.

2.2.6 Akla Yönelik Propaganda ve Duygulara Yönelik Propaganda

⁴³ Barlas Tolan, **Toplum Bilimlerine Giriş**, Savaş Yayınları, Ankara, sf: 468-469

Günümüzde yürütülen propaganda çeşitlerinin büyük bir çoğunluğu akılcı propaganda tekniği ile yapılan propagandadır. Burada ki amaç; etki altına alınması hedeflenen topluluğun üzerinde kesin ve mantıklı veriler verilerek verilmek istenen mesajın etkisini daha da arttırmak ve hedef kitleyle birlikte dolaylı olarak mesajın daha da yaygın hale gelmesini sağlamaktır. Kalıcı bir etkinin sağlanması açısından akılcı propaganda tekniği uygulanmaktadır. Duygusal propaganda tekniği ise, savaş, darbe, ihtilal gibi dönemlerde sıklıkla kullanılan bir tekniktir, özellikle I. ve II. Dünya savaşları sırasında kullanıla gelmiştir. Duygusal propaganda da hedeflenen asıl amaç; toplumların milli duygularını öne çıkartmaktır.

2.2.7 Stratejik Planlamalı Propaganda

Yapısı ve planlaması açısından bakıldığında stratejik propagandanın etkisinin uzun vadeli olduğu ve de çoğunlukla dışa yönelik yapıldığı gözlemlenmektedir. Bundan dolayıdır ki propagandaya yapılmaya erkenden başlanır ve etkisini yitirilmesine asla izin verilmez. Burada ki asıl amaç işbirliği yapılan taraflara moral sağlamak, bağlantısız hareketleri (devletler, uluslararası organizasyonlar, ticari faaliyet gösteren şirketler vs.) etki altına almak, yapılabiliriyorsa kendi tarafına çekmektir. Burada uygulanan teknikler genellikle ya masum bir tavır alınarak mağdur olunduğuna yönelik bir algı yaratıldığıdır yahut karşı tarafın moralini bozmak, iç işlerinde karışıklık çıkartılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmak (siyasal, sosyal, ırksal, dini ve toplumsal ayrıştırma çıkartmak).

2.2.8 Taktik Propaganda

Aslında tek başına bir propaganda türü olarak ele alınmaktan çok stratejik propagandanın devamı niteliği taşıyan bir propaganda türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat taktik propaganda da kısa süre içinde alınan sonuçlar stratejik propaganda ile arasında ki en önemli ayrıntıdır. Bu da birbirinden farklı iki propaganda çeşidi olduğunu karşımıza çıkartıyor. Bu propaganda çeşidi etkisini kısa süre içinde içerisinde gösterdiğinden dolayıdır ki burada ki amaç; rakibin eksikliklerini tespit etmek, daha öncesinde aldığı yanlış kararları, mağlubiyetleri ve de motivasyonunu zedeleyebilecek etkenleri kullanarak direncini kırmak en

nihayetinde de mücadele edemeyecek kadar pasifize etmektir. Taktik propaganda da hedef olarak alınan guruplar; verdikleri mücadelenin değerinin olmadığını düşünenler, maddi ya da manevi saplantıları olan karakterler, sosyolojik olarak kendisini azınlıkta hisseden veya ırksal problemleri olan kişi veya guruplardır. Taktik propaganda uygulanırken; hedef kitlenin moral ve motivasyonunu bozmak, toplum önderi veya önderlerinin itibarını zedeleyerek onlara olan inancı zedelemek yahut yok etmektir.

2.2.9 İşgale Yönelik Propaganda

İşgal edilen bir bölgenin yönetiminin daha kolay ve sorunsuz yapılabilmesi için uygulanan bir propaganda türüdür. Burada ki amaç; ele geçirilen bölgede oluşabilecek yönetsel boşluğun giderilmesi, karşı konulması ve organizasyonla birlikte psikolojik olarak kabullenilmesini sağlamaktır. Ele geçiren güçlere yönelik oluşabilecek karşıt propagandanın engellenmesi, bunlara yönelik olarak düzenlenebilecek maddi ve manevi tüm hareketleri etkisiz hale getirilmesi bu propaganda çeşidinin hedefleri arasındadır. Bu propaganda uygulaması yürütülürken hedef gurupların başında toplumu psikolojik olarak etki altına alabilen özellikle dini kurumlar ve eğlence sektörlerine yönelik faaliyetler yürütülmektedir. Orta ve uzun vadeye yönelik yapılacak olan çalışmalar ise eğitim alanıyla birlikte çocuk ve gençlere yönelik yürütülen çalışmalardır ki bu bir milleti yeni baştan dizayn etmeye yönelik en önemli propaganda türüdür. İşgal propagandası yürütülürken yapılacak uygulamalar genellikle kitle iletişim araçları ile toplulukları etki altına almaktır. Burada kullanılan tekniklerin başında görsel ve yazılı ilanlar, bedava dağıtılan gıdalar, yakacaklar ve giyecekler, afişler ve farklı kültürü empoze etmeye yarayan her türlü tekniklerdir.

2.3 Karşı Propaganda

Rakip ya da düşman tarafından kullanılan faaliyetlerin yönlendirme amaçlı, yıkıcı, yalan ve sindirmeye yönelik olduklarını ispat etmek amacıyla kullanılan bir propaganda çeşididir. Şayet ele geçirilme ya da işgal altına alındıysa bu propaganda tekniğini uygulamasına vakit kaybedilmeden başlanılmalıdır. Burada ki en öncelikli

hedef rakibin/düşmanın, toplumun dokusuyla oynamasına imkân vermeden karşıt çalışmalara başlamak ve mukavemet gösterilmesini sağlamaktır. Ayrıca, karşı tarafın toplum üzerinde kullanabileceği etmenler ivedilikle tespit edilmeli ve bir an önce çalışmalar başlatılmalıdır. Ayrıca rakip/düşman tarafından uygulanacak olan propaganda tekniklerini kabullenmemek ve onlara karşı psikolojik harekât uygulamaları başlatılmalıdır. Toplumun dikkati farklı bir yöne sevk edilerek rakip/düşman tarafından yapılabilecek olan propagandanın etkisini minimize edilmeye çalışılmalıdır. Uygulanacak bu tekniğin öncelikli hedef kitleleri olarak sivil toplum, askeri personeller, polis güçleri ve emir komuta çerçevesinde hareket eden guruplardır.

Bu propagandan faaliyetinin kendisine has ve ikinci derecede kurallara haiz olmakla beraber aşağıda ki biçimlerle de açıklanabilir;

2.3.1 Karşıtı Bulmak

Düşman ya da rakip propaganda faaliyetlerinin temel ve başlangıç hedefleri tek tek ayrılmaktadır. Bu faaliyetlerin teker teker ayrıştırılıp önem ve öncelik sırasına göre sınıflara göre belirlenmesi uygulanması düşünülen ya da uygulanan bu faaliyetlerin temellerinin sarsılmasını veya çürütülmesini kolaylaştırmaktadır. Bu faaliyetler esnasında etkin olarak kullandıkları yazılı, görsel ve de simgesel faktörlerden uzaklaştırıldıkları takdirde kendileriyle çelişen, uyumsuz mantıksız vs. bir hal alacaklardır. Bundan dolayıdır ki çok rahat bir biçimde de-moralize edilebilir, çürütülmeleri kolaylaşır ve de kendi iç dinamiklerinin bozulmasına bile sebebiyet verir.

2.3.2 Zayıf Noktaları Tespit Ederek Saldırmak

Sadece askeri strateji taktiklerinde değil, ikili insan ilişkilerinden, kurulan devletlerarası ittifaklarda bile en temel ve en esaslı kural her zaman zayıf noktaların tespit edilmesi ve karşı atağa geçilmesidir. Bu teknikte; rakipler arasında ki en güçsüz, zayıf, kararsız olan karşı yönelik başlanır ve yürütülecek olan propaganda faaliyetleri evvela o zayıf halka üzerinde yoğunlaşmaktadır. Zayıf noktanın tespit

edilip kullanılması her zaman yapıla gelen propaganda faaliyetlerinin başında gelmektedir. Asırlardan bu yana askeri propaganda faaliyetleri bu stratejiyi sürekli ve düzenli olarak kullanmışlardır.

2.3.3 Etkinliği Yüksek Olan Propaganda Faaliyetlerini Doğrudan Hedef Almamak

Farklı bir görüşü yok etmek veya paralize ederek etkinliğini azaltmak için daima en zayıf noktanın tespit edilmesi gerekmektedir. Günümüzde ki propaganda faaliyetlerinin uğradıkları başarısızlıkların büyük oranı doğrudan mücadele etmeye çalışmak, tam tabiri ile ifade edecek olunursa dikine saldırı gerçekleştirmeye çalıştıklarından dolayı kaynaklanmaktadır. Oysaki yukarıda da izah edildiği gibi zayıf noktaların tespit edilip geniş zamanlı hareket geliştirildiği takdirde propagandanın sağlamlığı, güvenilirliği ve inanılabilirliği sağlamlaşır. Bu da rakibin zayıf olduğu noktalardan daha kolayca karşı propaganda yapılmasına olanak sağlamaktadır.

2.3.4 Karşı Saldırmak, Küçük Düşürmek

Bu kuralda kişisel kanıt, akılsak kanıttan çok daha büyük bir etki sağlar. İsi “kişiliğe dökme” eski bir silahtır. Özel yaşam, politik tutumdaki değişiklikler, kuşkulu ilişkiler de bunun alışılmış gereçleridir. Bir savın savunucusunu küçük düşürmekle bu savı tartışmak çabasından kurtuluruz. Etki çok daha büyük olur ve bu saldırıya maruz bırakılan kişi ya da parti gözden düşmekle kalmaz, düşüncelerini, açıklamaları, davranışlarını doğrulamaları da gerekir.

2.3.5 Karşı Propaganda Faaliyetlerini İtibarsızlaştırmak

Bu faaliyet türünde ise; maddi, manevi ve her türlü üstünlüğü rakip ya da düşman tarafa kaptırmamak adına çalışmalar yapılmaktadır. Burada öncelikli olarak hedef haline getirilen objeler özellikle karşıtın birlik ve beraberliğini zayıflatacak objeler (simgeler, bayrak vs.)’dir.

Bütün bu propaganda türlerinin çeşitliliğine rağmen hepsinin temelinde halkın veya kitlenin tutum ve davranışlarının yönlendirilmesi yatmaktadır. Dış güçler

tarafından yapılan propaganda faaliyetleri farklı bir toplumun görüş ve tutumlarını propagandayı yapan tarafın çıkarları doğrultusunda yönlendirme çalışması olarak görülebilirken, ülke içerisinde kendi halkına yönelik yapılan iç propaganda faaliyetleri ise toplumun tutum ve davranışlarını belli bir iç güç lehinde yönlendirme çalışması olarak görülebilir. Bunların yanı sıra yapılan karşı propaganda faaliyetleri de yine bir propaganda faaliyetini etkisiz kılma amacına hizmet ederken halkı kendi istediği yönde yönlendirmeyi hedef edinmiştir. Sonuç olarak propaganda faaliyetleri ne şekilde olursa olsun belli bir kesimin istekleri doğrultusunda kitle veya toplumun yönlendirilmesini amaç edinmiştir⁴⁴.

Kaynakları açısından değerlendirecek olduğumuz zaman da propaganda tekniklerini üç farklı çatı altına inceleyebiliriz.

2.3.6 Beyaz veya Açık Propaganda

Bu propaganda türü, bilgilerin gelişi, sınıflandırılması kamuoyuna tamamen açık ve resmi olduğu için böyle adlandırılmaktadır. Burada asıl hedeflenen nokta ise: propaganda faaliyetlerini yürütenlere karşı kamuoyunun güvenini sağlamaktır. Bu amaçla gizli yürütülmesi planlanan diğer propaganda faaliyetlerinde esnasında kamuoyunun şüphesini çekmemektir. Burada hedef kitleye verilen bilginin kaynak noktasının açık ve inandırıcı olmasından dolayı faaliyetleri yürüten organizasyonlara karşı güven problemi yaşamayacaktırlar.

2.3.7 Gri veya Bulanık Propaganda

Burada ki amaç kaynağından ya da bilgiyi yayan diğer yapılardan, hedef guruba yönelik yayılan bilgilerin sadece yanlış ve yanlış bilgiler haricinde bir o kadar da güven arttırıcı doğru bilgiler içermesi hedeflenmektedir. Burada verilen bilgiler özellikle rivayetler tarzında olup algıya yönelik ya da farklı bir algı yaratmaktır. Açığa çıkartılmadığı sürece kaynak devamlı olarak gizli tutulur. Rivayetlere dayalı bir çalışma yürütüldüğünden ötürü yaratılan olgular çarpıtılarak lanse edilir. Burada

⁴⁴ Jean Marie Domenach, **Politika ve Propaganda** Çev: Tahsin Yücel, Varlık Yay. 2003 – İstanbul Sf: 80 - 82

en önemli amaçsa kurgulanan fikirlerin ve bilgilerin hedef kitleleri farklı taraflara yönlendirmesi yapılabiliriyorsa bambaşka bir algı oluşturması hedeflenmektedir.

2.3.8 Kara veya Sinsi Propaganda

Bu propaganda çeşidinde ise diğer türlerden farklı olarak kaynağın tamamen saklı olması ve araya sahte kaynaklar türetilerek asıl kaynağa ulaşımın imkânsız olması sağlanmaktadır. Bilgi başka bir noktadan çıkıyormuş gibi servis edilir. Burada ki amaç: gerçeği çarpıtmak, toplumun geneline yönelik duygu ve inançlar üzerinde farklı algılar yaratmak, bambaşka hedefler üreterek kamuoyunun ilgisini buraya çekmek, toplum genelinde yeri olan birey ya da organizasyonları toplumun gözünden düşürmektir. Burada her türlü gayri meşru araçlar vasıtasıyla ve düşman üzerinde uygulanır.

Bu çalışmanın üçüncü kısmında Lobiciliğin tarihsel dönüşümü ve yasal düzenlemeler hakkında yapılan çalışmalar ayrıntılı bir biçimde ele alınacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LOBİCİLİĞİN TARİHSEL DÖNÜŞÜMÜ VE YASAL DÜZENLEMELER

3. LOBİCİLİĞİN TARİHSEL DÖNÜŞÜMÜ VE YASAL DÜZENLEMELER

Yapılan hesaplamalara göre ilk insandan günümüz modern insanına kadar yüz bin yıllık bir süre geçmiştir ve bu süre zarfında daima insanlar/toplumlar arasında yöneten ve yönetilen ilişkisi en basit klanlardan en karmaşık topluluk ilişkilerine kadar varlığını sürdürmüştür. İşte bu sebepten ötürüdür ki lobcilik tarihi belki insanlık tarihi kadar eski olmasa da en azından topluluklar halinde yaşamaya başladığı dönem kadar eskidir yani yöneten ve yönetilenler arasındaki ilişkinin tarihi baş gösterdiği güne kadar dayanan bir süreç yaşanmıştır. Hal böyle olunca yeryüzünde ki ilk mesleklerden birisi diye de tanımlanabilir. Lobi/lobcilik ilk çağlardan günümüze toplumların ahlaki, dini, sosyal, siyasi ve iktisadi yaşamlarıyla paralel olarak evrimleşmiş o günün ihtiyaç ve şartları doğrultusunda çeşitli aşamalardan geçerek toplulukları yönlendirmeye devam etmiştir.

3.1 Amerika Birleşik Devletleri'nde Lobcilik ve Hukuki Düzenlemeler

ABD'de siyasal sistem gereği katılıma açık özgürlükçü bir yapının olması ve toplumun çok farklı kültürlerden olan insanlardan meydana gelmesi gibi nedenler lobciliğin var olması ve gelişmesinde etkili olmuştur. Amerika Birleşik Devletlerinde lobcilik kavramı ilk olarak 1829 yılında "lobi ajanları" olarak kullanılmıştır. Siyasal sistemin iki ana siyasi partiden⁴⁵ oluşması, kişi hak ve özgürlükleri olarak diğer ülkelerden ve toplumlardan farklılık gösterdiği için ABD'de lobcilik faaliyetleri uygun zemin oluşturmaktadır. Yüzyılı aşkın süredir alışıla gelmiş olduğundan dolaydır ki çıkar guruplarının yasama ve yürütme organlarında isteklerini duyurdukları ve talep ettikleri kararları aldirmaları ancak lobiler aracılığıyla mümkün olmaktadır.

ABD'de lobcilik faaliyeti yapan pek çok kurum bulunmakta ve pek çok devlet ve büyük kuruluş kendileri için lobcilik yapmaları amacıyla bu kurumlara çok

⁴⁵ 1. Cumhuriyetçiler – 2. Demokratlar

yüksek miktarlarda paralar harcamaktadır. Bu maddi imkânları kullanarak geçmiş yıllarda yasama ve yürütme erkinde görev kişileri etkileme girişimlerinde bulunan lobilerin hukuksal ve devlet işleyişinde yarattıkları zararlar neticesinde bazı yasal düzenleme ve uygulamaların yapılması zaruri bir hal almıştır. ABD’de lobicilik üzerinde ilk yasal çalışmalar 1876 senesinde Birleşik Devletlerde lobicilik faaliyetinde bulunan bütün kişi ve kurumların “tüm lobicilerin kaydolması” gerektiğini belirten bir yasa ile süreç başlamıştır. 1950’li yıllara gelindiğinde, Kongre’de gümrük vergileri yasaları çıkarken sert tartışmalar yaşanmış ve endüstrileşmenin gelişimi ile Washington’daki grupların faaliyetleri de önemli düzeye ulaşmıştır⁴⁶.

ABD Kongresinin lobiciliğin düzenlenmesiyle ilgili çıkarmış olduğu dört önemli yasa vardır. Bunlardan ilki 1938 yılında çıkartılan “Yabancı Temsilciler Yasası” (Foreign Agents Registration Act), İkincisi 1946 yılında çıkartılan “Federal Lobi Yasası” (Federal Regulation of Lobbying Act), Üçüncüsü 1976 yılında çıkartılan “Derneklerin Lobi Faaliyetlerinin Sınırlandırılması” yasası ve Dördüncü düzenleyici yasa ise “Kampanya Harcamalarına İlişkin Yasal Düzenlemeleridir.

3.1.1 Yabancı Temsilci Yasası

1938 yılında çıkartılan ve daha sonraki yıllarda (1939, 1942, 1946, 1950, 1956, 1961, 1966, 1975’de) amacında değişiklik yapılmadan günün ihtiyaçlarına göre bazı değişiklikler geçiren Yabancı Temsilci Yasası, “yabancıları temsil edenleri 18 ve ücreti yabancı kaynaklarca ödenenleri” lobici olarak kapsamına almıştır. Lobicilik faaliyetleriyle uğraşan, Kongre’yi ve ulusal politikayı etkileyen çok fazla kişi ve kurumların yaptıkları faaliyetlerden kamuoyunun haberdar olması hedeflediği bu yasayla, yabancı ülkeler ve yabancılar adına lobicilik yapan şirketlerin, Adalet Bakanlığı’na kaydolması ve her altı ayda birde faaliyetleriyle ilgili rapor sunmaları mecburiyeti getirilmiştir. Adalet Bakanlığı’nda bu yasa çerçevesinde kendisine kayıt olan lobilerin ve onların müşterilerinin ismini kitapçık olarak bastırarak 1950

⁴⁶ Kadir Cangöz, “Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik: Ankara Ticaret Odası (ATO) Örneği” sf: 35, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi SBE Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı 2007. Jeffrey, H. Birnbaum, H. **Tabancah Lobiciden Medyatör’e**, Çeviren: Nurdoğan Rigel, Medya Ninnileri içinde, Sistem Yayıncılık, 1994, İstanbul, sf.55 – 70

yılından itibaren Kongre'ye göndermeye başlamıştır. Bu çalışmada 1966 yılında yapılan yasa değişikliğiyle, lobilerin yürüttükleri faaliyetlerin kayıtları esnasında müşterileri adına ne tarz faaliyetler içinde buldukları, Kongre üyeleriyle ve senato yetkilileriyle temaslarında yabancı temsilci olduklarını belirtme zorunluluğu getirilmiştir. Ayrıca bu irtibatları sırasında maddi destek sağlamaları ve de seçim çalışmalarına doğrudan katkıda bulunmaları da yasaklanmıştır⁴⁷. 1975 yılında yapılan değişiklik neticesinde de elemanlarının toplamı binleri bulan altı yüzden fazla lobi ve halkla ilişkiler bürosu Adalet Bakanlığına kaydolmuş, ancak yine de tüm lobileri içine alıp belirli bir düzen sağlayamamıştır. Dar kapsamlı bir yasa olması nedeniyle çok sayıda lobinin kayıt yaptırmadan faaliyetlerini devam ettirebilmesine imkân sunmuştur⁴⁸.

3.1.2 Federal Lobi Yasası

Lobi faaliyetlerinin ABD'de düzenlenmesine ilişkin somut veriler, lobiciliğin kural ve sınırlarının belirlenmeye çalışıldığı ilk yasa olarak da gösterilen Federal Lobi Yasası, 1946 tarihinde "Yasama Reorganizasyonu Yasası" ile birlikte on yıllık çelişkiler, soruşturmalar sonucunda ortaya çıkmıştır ve lobicileri hedef almıştır⁴⁹. Sadece kongrede yapılacak olan lobi çalışmalarını temel alan bu kanun, 1946 yılından önce vukuu bulan sansasyonlarla ilgili alt kurul oturumlarını kapsamaktadır. Bütün lobilere, Kongre'de tutulan bir sicile kaydolma ve faaliyet alanlarını açıkça belirtme mecburiyeti getiren Federal Lobi 19 Yasası, faaliyetlerin aleni olarak gün ışığında cereyan etmesini ve denetlenebilmesini amaç edinilmiştir⁵⁰.

Bu yasaya göre; oluşturulan bir kanunun ya da kanun teklifinin kabul edilmesine veyahut reddedilmesi adına faaliyet göstermek için mali destek (para) alan her kim olursa ivedilikle senato sekreteryasına başvuru yapacak ve kim ve/ya çıkar için çalıştığını ve de hangi meseleler adına ne kadar süreyle çalışma yürüteceğini bildirmek zorundadır. Bundan başka olarak da üçer aylık dönemler de düzenlenmesi

⁴⁷ Tayyar Arı, **Amerika'da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD'nin Dış Politikasına Etkileri**. Alfa yay. İstanbul, Sf: 166

⁴⁸ Russell Warren Howe ve Sarah Hays Trott, **Washington Kulisleri** – İstanbul, sf:13

⁴⁹ Russell Warren Howe ve Sarah Hays Trott, **Washington Kulisleri** – İstanbul, sf:14

⁵⁰ Münici Kapani, **Politika Bilimine Giriş**, 2008, Bilgi Yayınevi, Ankara sf: 207-208

kaydıyla aldıkları bağışları, paraları ve yaptıkları masrafları belirten bir listeyi de vermesi gerekmektedir. Yeni düzenlemeye göre lobiler ve lobi faaliyetleriyle uğraşan herkes zorunlu olarak defter tutmak mecburiyetindedirler. Ayrıca alacakları her 500 dolar ve 500 doları aşan parayı kimden aldıklarını deftere işleyeceklerdir. Bu yasayla lobcilere, her yıl Senato sekreterliğine çalışmalarını hakkında bir rapor vermek yükümlülüğü de yüklenmiştir. Verilen bu raporlar, Kongrenin resmi tutanaklarında yayınlanmaktadır⁵¹.

Takip eden süre zarfından bu kanun üzerinde yapılan yenilemelerle rüşveti engellemek için lobi faaliyetlerini ürütenlerin resmi kayıt altına alınması mecburiyeti getirilmiş, tescil kapsamına girmeyenlerin anayasal hakları olan (Enformasyon Özgürlüğü Yasası ile) basın, konuşma, toplanma ve başvurma özgürlükleri lobcilikle ilgili bu yeni düzenlemelerin tam olarak gerçekleşmesine engel olmuştur⁵². Yapılan yasal düzenlemelerin ardından lobi faaliyetleri üzerine ABD kökenli çıkar gruplarının haricinde farklı ülkelere ait düzinelerce yabancı çıkar grupları halen başta Vaşington olmak üzere ve New York'ta bulunan hukuki danışmanlık şirketlerini ve reklamcılık firmalarını lobcilik faaliyetlerinin yürütülmesi adına kullanmaktadırlar.

3.1.3 Derneklerin Lobi Faaliyetlerinin Sınırlandırılması

1976 yılında çıkartılan yasayla birlikte vergiden muaf tutulmuş olan kurum ve kuruluşlar tespit edilerek yürüttükleri lobi faaliyeti için bütçelerinin kaçta kaçını harcayabilecekleri belirtilmiştir. Yasaya göre gerekli nitelikleri taşıyan bir örgüt, yıllık bütçesinin ilk 500.000 dolarlık kısmının % 20'sini (100.000 \$), ikinci 500.000 dolarlık kısmının %15'ini (75.000 \$), üçüncü 500.000 dolarlık kısmın %10'unu (50.000 \$) ve bundan sonraki her 500.000 doların %5'ini lobcilik için harcama yetkisine sahiptir. Ancak bu harcamaların toplamı 1 milyon doları geçememekte ve izin verilen bu miktarda ancak %25'i grass roots (halk hareketi) için harcanabilmektedir. Bu oranları aşan ve asıl amacının lobcilik olduğunu gizlemeyerek lobcilik faaliyetinde bulunan derneklerin vergiden muaf olma statüleri kaybolmakta ve kayıtlı lobici olma zorunluluğu doğmaktadır. Bu yasayla aslında,

⁵¹ Rona Aybay, **Baskı Grupları**, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C.27, sf.277

⁵² Rona Aybay, **Baskı Grupları**, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C.27, sf: 276

vergi muafiyeti olan ve kar amacı gütmeyen derneklerin mevcut durumlarını koruyarak lobicilik yapmalarına imkân verilmiş ve bütçelerinin ne kadarını doğrudan lobicilik veya dolaylı lobicilik için kullanabilecekleri belirlenmiştir⁵³.

3.1.4 Kampanya Harcamalarına İlişkin Yasal Düzenlemeler

Halk üzerindeki imajını düzeltmek isteyen Kongre, grupların kampanya harcamalarını düzenleme amaçlı olan ve şirketlerin kampanyaları desteklemelerine yasak getiren 1907 yarasını 1925’de yeniden düzenleyerek genişletmiştir. 1947 yılında ise, Taft-Hartley⁵⁴ kanunu ile şirketlerle birlikte işçi sendikaları da bu yasaklılar kapsamına alınmıştır. Bu düzenlemelerden başka 1940’da çıkartılan Hatch Yasası ile de bir kişinin veya grubun seçimlerde kampanyalar için bir adaya yapabileceği bağış miktarı da 5.000 dolar ile sınırlandırılmıştır⁵⁵.

3.2 Avrupa Birliğinde Lobicilik ve Hukuki Düzenlemeler

Kuşkusuz olarak lobicilik, teşebbüsler ve hükümetler arasında bağ oluşturan yegâne yöntem değildir. Lobicilik faaliyetleri karşılıklı olarak iki tarafça yürütülen iletişim ve bağların yalnızca tek bir yüzünü sembolize etmektedir. Fakat çıkar gurubu ya da baskı gurubu terimi birbiriyle ilgili, uzun süreli olan etkileme gücüne dayanan ve bununla ilintili çekişmelere dayanan güç ilişkilerini çağrıştırmaktadır. Lakin fikriyatları kesinleştirmek adına vurgulanmalıdır ki, lobi faaliyetleri pek çok halde alakalı tarafların karşılıklı konuşmalarını gerekli kılan nesnel bilgileri birbirlerine sundukları bir işbirliğinin huzur ve rahatlık sınırları içinde kalmaktadır⁵⁶.

Avrupa’da ki lobiciliğin tarihi, Amerika Birleşik Devletleri’nde ki kadar köklü bir geçmişe sahip olmayıp kronolojik olarak günümüze daha yakın konumdadır. 19. ve

⁵³ Tayyar Arı, **Amerika’da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD’nin Dış Politikasına Etkileri**. Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 172

⁵⁴ **Taft-Hartley Kanunu**: Amerika da sendikaların gelirlerini önleyen ve başkana bir grevi erteleme hakkı tanıyan yasa

⁵⁵ Tayyar Arı, **Amerika’da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD’nin Dış Politikasına Etkileri**. Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 173

⁵⁶ Frank J.Farnel, **Lobicilik, Mücadele Stratejileri ve Teknikleri**, sf: 47
http://www.frankfarnel.com/wp-content/uploads/2011/08/lobbying_turkey-v.pdf

20. yüzyıllarda, özellikle İngiltere’de yapılan lobicilik faaliyetleri, çoğunlukla geleneksel öğretilerin oluşturduğu bir çerçeve etrafından sürmekteydi. O dönemlerde lobi faaliyetleri için iyi ikili ilişki içinde bulunan soylular ve parlamenterlerden bilgi alındığı, bazen de bu kişilerin çevre ilişkilerinden yararlanmak suretiyle lobi faaliyetleri sürdürülmüştür. Bugün ki anlamı gibi modern bir çerçevede olmasa dahi bu moderniteye benzer lobicilik faaliyetlerinin başlangıcı ise; merkez odaklı bir Avrupa ve medeniyetin beşiği kabul edilen Avrupa merkezli bir dünya olgusu yaratmaktı. Bundan ötürüdür ki ii. büyük savaştan sonra Avrupa Birliği modellemesine yönelme baş göstermiştir. İngiltere’de 1950 ve 1960’lı yıllarda yükselişe geçen korporatizmle⁵⁷ beraber bu tarihlerde görev alan muhafazakâr hükümetler tarafından ekonomik düzenlemelere örgütlü olarak katılabilecekleri mesajları iletilerek lobi ve lobicilik için teşvik edici bir temel oluşturmuşlardır. Avrupa Birliği olgusu ile sağlanan bütünleşmeyle birlikte ulusal devletlerin yapılarında zayıflamaya başlamış, buna istinaden sivil toplum örgütleri güçlenmeye başlamıştır. Bundan ötürü AB üye ülkelerinin tümünde lobi ve lobicilik faaliyetlerinin giderek önemli bir noktaya ulaştıkları anlaşılmıştır.

Avrupa Birliği üye ülkelerinde ve de Amerika Birleşik Devletlerinde yürütülmekte olan temsile dayalı demokrasilerin oluşmasında, işleyişinde hâkim olan etkenlerden en önemlisinin rekabet olduğu bilinmektedir. Bu rekabetinse mal ve hizmetler sistemi için en iyi ortamın geçerli kılınmasını gerektirmektedir. Oluşan bu durumdan dolayı, kitlelerin giderek daha bilinçli, daha örgütlü topluluklar haline alması ve bu yönde dönüşmesi ile gücünü arttırmaktadır. Bu merhaleden itibaren, organize ve belirli bir sistem içinde örgütlendiği için de güçlü baskı ve çıkar gruplarının siyasal yönetimler üstünde son derece önemli, aktif etkileri ve uygulatma güçleri mevcuttur. Lobicilik, farklı yöntemlerle sürdürülen bu çalışmalarını içinde barındıran çok kapsamlı ve etkin bir faaliyet alanıdır.

⁵⁷ 19. yy sonlarında üçüncü bir yol olarak ortaya çıkmıştır. Faşist ve Nazi yanlısı devletlerin gelişmesiyle beraber kendine 20.yy'nin ilk yarısında güçlü bir yer edinmiştir. Politik erkin iktisadi, endüstriyel, tarımsal ve meslek örgütlerine hasredildiği politik yahut iktisadi sistemleri tanımlamaktadır.

Avrupa’da ki lobi ve lobicilik faaliyetleri sürecini üç döneme ayrılarak incelenebilmektedir;

Birinci dönem; ekonomik ve politik değeri olan kömür ve çelik anlaşmalarının yapılmasıyla başlayan dönemdir⁵⁸. Avrupa Birliği’nde lobi ve lobiciliğin evveliyatı olarak değerlendirilen, Avrupa Kömür Çelik Topluluğu’nu (AKÇT) kuran Paris Antlaşması’nın (1951) imza edilmesinden başlayıp, Avrupa Parlamentosu’nun referandum ile seçilmesine kadar (1979) olan dönemi kapsayan bir süreçtir. Bu dönemde Avrupa Parlamentosunun yetki alanları oldukça kısıtlıdır. Sosyal ve iktisadi konular üzerine karar merci olarak hiçbir etkinliği bulunmamakta, politik konularda da alacağı kararlar ise yalnızca tavsiye niteliğinin ötesine geçememektedir. O yıllarda, şimdi ki gibi profesyonel anlamda lobicilik yapan kuruluşların olmadığı, çoğunlukla dernekler bazında örgütlenmiş sivil toplum kuruluşlarının olduğu bir dönemdir. Birliğin en önemli politikası ise; “Ortak Tarım Politikasının” üreticileri etkilemesi sonucunda Bürüksel dolaylarında Fransız köylüler tarafından oluşturulan ve sadece tarım üzerine çalışmalar yürüten lobiler örgütlenmeye başlanmıştır. Tarımcılar tarafından oluşturulan bu ilk lobi örgütlenmeleri taşradan merkeze ulaşarak çiftçilerin yaşadıkları sorunları siyasi erke iletmek amacı ile örgütlenmişlerdir. Çiftçilerin tarafından oluşturulan bu örgütlenmenin örnek bir hareket olarak diğer ticari çevreleri etki altına alması çok uzun olmamış, sanayi kesimlerinde de aynı örgütlenmelere benzer faaliyetler içerisine girilmiştir.

İkinci dönem; Avrupa Parlamentosu’nun referandumla doğrudan seçiminden Beyaz Kitap’ın yayınına kadar geçen süreçtir (1979–1985). Bu süre zarfında lobi faaliyetlerinin daha profesyonel manada yapıyor olmasından dolayı biraz daha olgunlaştığı gözlemlenmektedir. Bu dönemde Avrupa’da “Çevre koruma, Hayvanları konuma, tüketiciyi koruma gibi değişik lobi faaliyetlerinin baş gösterdiği gözlemlenmiştir. Yine bu yıllarda, 1951–1979 döneminde olduğu gibi lobicilikle Avrupa Topluluğunun aldığı kararlara karşı çıkmaktan ziyade, karar alma aşamaları esnasında karşıt grupların lobi mücadelesiyle alınacak kararlar üzerinde etkili

⁵⁸ Erol Manisalı, “Avrupa Birliği ve Türkiye”, Cumhuriyet Gazetesi, http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/634003/Turkiye-Avrupa_iliskilerinde_uc_farkli_boyut.html

olunmaya çalışılmıştır. Fakat bu dönemde de çıkar grupları, profesyonel lobileri kullanmak yerine kendi organizasyonları içerisinde oluşturdukları ünitelerle lobicilik faaliyetlerini yürütmeyi tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Üçüncü dönem; Beyaz Kitap'tan Birlik antlaşmasının yürürlüğe girdiği 1985 – 1992 yıllarını içine alan dönemdir. Modern Avrupa'da lobi ve lobicilik kavramının miladı olarak kabul edilen dönemdir. Avrupa Topluluğunu “Ortak Pazar” götüren ve bu sebeple Roma Antlaşmasına ait kimi maddelerini düzenleyen “Tek Senet” in ilanı yürürlüğe girmiştir. Beyaz kitap ise, Ortak Pazar'ın kurulabilmesi için 31 Aralık 1992 tarihine kadar 286 adet başlığın yürürlüğe girmesini emrederken; yayınlamış olduğu iş kataloğu ile de genel makro-iktisadi kararların ötesinde sektörel temelde kimi önlemleri gündeme getirerek hem sanayi üretim faaliyetini hem de hizmet sektörünü düzenleme yoluna gitmiştir⁵⁹. Yaşanan bu durumdan sonra Avrupa Birliği'nde ki bütün iktisadi ve sosyal etmenler; dernekleri, sendikalar, meslek örgütleri, siyasi partileri, vakıfları vs. Tek senet' in tekâmülü altına sokmuştur. Bundan dolayıdır ki bilinen lobicilik faaliyetleri tamamen etkisini yitirmiş, konsey karar alma sistemleri üstünde daha efektif ve etkili yöntemlerle lobi faaliyetleri yapılması zorunlu hal almıştır. Nitelikli çoğunluğa ulaşmak ise ancak 7 ülkenin bakanının konu hakkında bilgilendirilmesi ve desteğinin alınması ile mümkün olabilmektedir. Bu işlemin ayrı ayrı ülkelerde yürütülmesi zaman açısından problem oluşturacağından Avrupa Birliği'nin başkenti olan Brüksel'de yapılmasını 488) gerekli hale getirmiştir⁶⁰.

Avrupa Birliği'nin siyasi yapısı içerisinde karar alma sürecinde birden fazla organın söz sahibi olmasından dolayı lobi faaliyetleri yürütülürken bu organların hepsinin ayrı ayrı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Avrupa Birliğinde etkin merciler olan

- Avrupa Komisyonu,

⁵⁹ Meltem Sezgin, **Avrupa'da Lobi Hareketlerinin Tarihsel Gelişimi**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2003, S.16, sf.487
<http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019013791/1019013007>

⁶⁰ Meltem Sezgin, **Avrupa'da Lobi Hareketlerinin Tarihsel Gelişimi**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2003, S.16, sf.488
<http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019013791/1019013007>

- Avrupa Parlamentosu
- ve Avrupa Birliği Konseyi

ile topluluk hukukunun uygulanmasını yürüten ATAD⁶¹, lobiler ve lobiciler için çok önemli ve öncelikli yapılardır.

Yukarıda zikredilmiş resmi lobiler haricinde AB’de düzensiz çıkar ittifaklarının oluşturduğu tanımlanması zor “gayri resmi” ittifaklarda mevcuttur. Bunların örgütlü ticari çıkarların yardımlaşmasıyla ortaya çıkan örgüt bütünleşmeleri aralarındaki ilişkinin resmiliği ve sresinin derecesine göre değişik gruplarda incelenmiştir.

“**Birleşme**”; Batı Avrupa’daki birçok ulusal ticari dernekte görülen bütünleşme tipini tanımlamaktadır.

“**Eşgüdüm**”; rnekleri ise; ticari çıkarları temsil eden çoğu Avrupa grubu ile ulusal Őemsiye federasyonlarını kapsamaktadır.

“**Ortak alışma**”; tarzı bütünleşme ise, belli bir konudaki ortak çıkar çevresinde görülen ittifak türüdür.

Avrupa Birliği kurumları ile lobiler arasındaki ilişki karşılıklıdır. Yani her iki tarafından faydasına olan ilişkidir. Kurumların lobi faaliyetlerine olan olumlu yaklaşımlarının ortak nedeni lobiler vasıtalarıyla sağlanmakta olan uzmanlık ve teknik bilgidir. Bunların haricinde kuruluşlar, demokratik yapının işleyişi ve Avrupa Birliği vatandaşları ile iletişim ağının geliştirilip sağlanması gibi sebeplerle lobi ve lobicilik faaliyetlerini büyük oranda desteklemektedirler. Lobiler de bu işlevleri yerine getirerek karar alma mekanizmaları içinde söz sahibi olma Őansını yakalayabilmektedirler.

Bu çalışmanın dördüncü ve son kısmında Türkiye’de Lobicilik ve Türkiye’nin yurtdişında yrttğu lobicilik faaliyetleri hakkında yapılan alışmalar

⁶¹ Avrupa Toplulukları Adalet Divanı – İngilizce: European Court of Justice

ayrıntılı bir biçimde ele alınacaktır. Sonuç kısmında ise lobicilik faaliyetleri üzerine bir değerlendirme de bulunulacaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE ve LOBİCİLİK

4.1 Türkiye’de Lobıcılık Tarihi ve Faaliyetleri

Yukarıda da değinildiği gibi lobıcılık teknik ve faaliyetleri bakımından ne Avrupa Birliğine bağlı ülkeler tarafından ne de bu araştırmanın son kısmında bahsedilecek olan Türkiye için uygun bir teknik değildir. Aslına bakacak olursak Türkiye’de hukuksal bir desteği ya da belirli bir çerçeveye içerisine alınmış lobıcılık veyahut lobi faaliyetleri yürütülebilecek bir alan oluşmamıştır. Ayrıca akademik alanda olsun yahut siyasi alanda olsun lobıcılık faaliyetleri üzerine bir aktif iş hayatı da oluşmamıştır. Lakin profesyonel manada olmasa bile geçmişten günümüze değin süren bir lobıcılık faaliyet alanı Türkiye de vardır. İster toplumun her bir bireyini yakından ilgilendiren yasa çalışmaları sürecinde olsun, isterse ticari faaliyet içerisinde olan şirketlerin ihale süreçlerinde olsun yerel ya da uluslararası çıkar gurupları lobi faaliyetlerini sürekli olarak sürdürmektedirler.

Türkiye’nin lobıcilikle ilgili geçmişine baktığımız zaman esasında lobi ve lobıcılık faaliyetlerinin Osmanlı İmparatorluğu döneminde başladığını söyleyebiliriz. Padişah II. Abdülhamit’in Avrupa devletlerini ve kamuoyunu Osmanlı lehine yönlendirmek için bazı girişimler içinde olduğu bilinmektedir⁶². Cumhuriyet dönemi Türkiye’sinde ise bugünkü anladığımız manada modern lobi ve lobıcılık çalışmalarınaysa ilk olarak Cumhuriyete geçişten kısa bir süre sonra yani 1924 yılında New York’ta kurulmuş olan “Türk Teavün Cemiyeti” (Turkish Welfare Assosiaton) aracılığı ile başlamıştır. Bu cemiyet, 6 Ağustos 1923 yılında Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye arasında Lozan’da imza edilen “Dostluk ve Ticaret Antlaşması’nın iptal edilmesi için Rum ve Ermeni diasporalarının başlatmış olduğu “Lozan Antlaşmasına Hayır!” isimli etkinliklerine karşılık, 1924 yılında ilk tepkiyi göstererek Türkiye’nin bu alanda bilinen ilk modern lobıcılık çalışmasını başlatmıştır. Ermeni ve Rum lobilerinin çalışmalarına karşılık “Özgür İnsanlar

⁶² Türkiye’nin Kullanamadığı Stratejik Güç; Lobıcılık

<http://www.siyasaliletisim.org/pdf/Turkiyeninkullanamadigugulobıcılık.pdf>

Ülkesinin Liderlerine” başlıklı İngilizce küçük bir broşür yayımlanmıştır. Açık mektup, yahut muhtıraya benzer özelliği olan bu broşür, birleşik devletler kongresi üyelerine dağıtılmıştır. Lozan Barış Antlaşmasının tasdik edilmesini engellemek adına yürütülen bu faaliyet karşısında; “Biz, Amerika’daki Türk kolonileri... bu muhtırayı saygıyla dikkatinize sunarız” biçiminde kaleme alınmıştır. Türk devletinin ve milletinin düşmanları tarafından kasıtlı yapılan iftiralar “şiddetle protesto” edilmiştir. Ondan sonra Lozan Antlaşmasının neden kabul edilerek onaylanması gerektiği, bunun dünya barışına ve Türk-Amerikan ilişkilerine yapacağı katkı sebepleriyle açıklanıyordu⁶³.

Türkiye Cumhuriyeti, 1924 yılında gönüllülerce başlatılan bu çalışmalardan sonra yurtdışında ulusal tanıtımımızı ve az da olsa lobicilik faaliyetlerinde bulunabilecek elemanların yetişmesi için bir takım resmi kurumların oluşumunu yapmıştır. Bunların en başında da Kültür ve Turizm Bakanlığı, Anadolu Ajansı, TRT, Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü ile 23 Temmuz 1958 yılında kurulan Dışişleri Enformasyon Genel Müdürlüğüdür⁶⁴.

Lobi yapmak amacıyla ülkemizde kurulan ilk lobicilik firmasında 19.12.1991 yılında Grey / Cenajans ile Saatchi and Saatchi / Güzel Sanatlar gruplarının bir araya gelmesiyle kurulmuş bulunmaktadır. Bu firma, kuruluşundan itibaren politik lobiciliğe yeni ve farklı bir boyut getirmeyi amaçlamıştır⁶⁵. Ülkemizin yapmış olduğu lobi faaliyetleri, daha çok uluslararası amaçlı olmakla birlikte bunun başta ABD ve AB hedefli olduğu görülmektedir. Bunun nedeni ise günümüz dünyasında ABD ve AB gibi iki süper gücün⁶⁶ iktisadi, stratejik, politik ve askeri konularda üstünlükleri ve dünyaya yön verici pozisyonda bulunmalarıdır.

⁶³ Bilal N. Şimşir, “Amerika’da Ermeni Lobisi ve Lozan Antlaşması Kavgası (1923-1927)”, Ermeni Araştırmaları, 2001, C.1, No: 3, s.34-66

⁶⁴ İsmail Soysal, “Dışişleri Bakanlığının Tanıtma Çalışmaları ve Basın Sözcülüğünün Kurulması (1955 – 1965 Dönemi)”, Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç, 15-17 Ekim 1997, (Yayına Hazırlayan: İsmail Soysal), Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1999, Sayı: 188, Ankara sf. 725.

⁶⁵ Seyfettin Aslan, Cengiz Gül, “Geçmişten Günümüze Türkiye’de Baskı Grupları” C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 5, Sayı 1 <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/860.pdf>

⁶⁶ Mustafa Özel, **Amerikan Yüzyılının Sonu**, 1994, İz Yayıncılık, İstanbul sf:57

Türkiye'de sadece lobi ve lobcilik çalışmaları ile uğraşan işletmeler olmadığından, daha çok büyük holdinglerin başkent büroları 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 faaliyetlerinden yararlanmaktadır. Ayrıca, Türkiye'de milletvekilleri yasama görevlerinin yanı sıra vatandaşlardan ve baskı gruplarından gelen talepler doğrultusunda is takibi ile ilgilenmektedir⁶⁷.

Türkiye'de Avrupa birliği ve Amerika Birleşik Devletleri'nden farklı lobi teknikleri kullanılmaktadır. İlk akla gelen lobi tekniği kısa aralıklı ve bazı bireysel ziyaretler yapmaktır⁶⁸. Ziyaretler gerçekleştirilmeden önce ne istenildiği detaylı şekilde tespit edilmeli ve en iyi şekilde ilgililere anlatılmalıdır. Başvurulan diğer teknik ise eski dostlukların kullanılmasıdır. Aynı lise veya üniversiteden mezun olanların kurdukları dernekler aracılığıyla bir araya gelinip eski günler yâd edilirken bazı engeller de kendiliğinden ortadan kalkmaktadır. Buna benzer teknik ise hemşerilik bağlarının kullanılmasıdır. Bir diğer teknik birçok is adamının bir araya gelerek dernekler odalar ve vakıflar oluşturmasıdır. Böylesi birleşmeler özellikle düzenledikleri toplantılara kanun yapıcılar, bakanlar, vb. üst düzey etmekte böylece fikirlerini sunmak için ortamı yaratmaktadırlar⁶⁹. Başkentte bürokrat çevrelerine ve kanun yapıcılarına yakın isimlerden bulunarak onlardan yararlanmak Türkiye'de kullanılan tekniklerden biridir. Böylece yetkililerle ilişkileri iyi olan kişiler, arabuluculuk şeklinde çalışmalarını sürdürmektedirler⁷⁰.

4.2 ABD'deki Türk Lobciliğinin Tarihsel Süreci

Osmanlı imparatorluğundan Amerika Birleşik Devletlerine yönelik ilk göç hareketleri 19. yüzyıl sonunda başlamıştır. Bu göç hareketleri 1920'lerde nihayete ermiş ve yok olmakta olan imparatorluk vatandaşlarının Amerika'ya yerleşmeleriyle

⁶⁷ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf:171

⁶⁸ Markus Ürek, - Nejat Doğan, **Lobicilik ve Baskı Grupları: Devlet, Sivil Toplum ve Demokrasi** İnkılap Kitapevi, İstanbul, 2011, Sf: 96 - 97

⁶⁹ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf:174-175

⁷⁰ Müjde Ker Dinçer, **Lobicilik**, İstanbul, Alfa Yayınları, 1999, sf:174

sonuçlanmıştır. Bahse konu olan Osmanlı uyrukluların sayısı ortalama olarak 1,2 milyon dolaylarındadır. Bu kişilerin sadece 50.000 civarında olanının Türk asıllı olduğu tahmin edilmektedir. Lakin yeni Türk devletinin kurulmasıyla birlikte göç edenlerin büyük bir bölümü anavatana dönmüş, içlerinde eğitilmiş olanlar yeni kurulan Türkiye Cumhuriyetince değerlendirilmiştir. Birleşik devletlerin 1925 yılında uygulamaya başlamış olduğu kota sistemi çerçevesinde Türkiye'ye de yılda yüz göçmen hakkı tanımıştır. 1925 yılını takip eden elli yıllık süre sonucunda da elli yıl içinde toplam yirmi dokuz bin (29.000) Türk vatandaşı ABD'ye göçmüştür. Bu yıllar içinde ABD'ye göç etmiş nüfusun 15 milyon dolaylarında olduğu dikkate alındığı takdirde sadece Türkiye'den gidenlerin sayısı haylice düşük bir oran oluşturmaktadır. İkinci büyük savaşın hemen ardından Türk-Amerikan ikili ilişkilerinin gelişmesi ve uygulanan kota sisteminin 1965 yılında kaldırılmasıyla beraber ABD'ye yönelik yeni bir göç akını başlamıştır. Aslında o dönemde Türkiye'de oluşan göç hareketlerinin sebepleri bellidir. En temel sebep ekonomik etkidir. Daha sonra ise eğitim almak amacıyla Avrupa ve Amerika'ya yönelmeler gerçekleşmiştir. Dün olduğu gibi bugün bile Türkiye'den ABD'ye giden insanlar çoğunlukla üniversite ve yüksek lisans mezunları, doktor, mühendis vb. gibi nitelikli gruplardan oluşmaktadır. Artık son yıllarda ise; meslek sahibi ve nitelikli insanlarda da ABD'ye göç etme eylemi içerisindeyler⁷¹.

ABD'de faaliyet yürüten Türk lobi yapılanmasını iki kısma ayırarak analiz etmek gerekmektedir. İlki yabancı temsilci lobi ve lobciler vasıtasıyla yürütülen politik ve kültürel hedefleri olan lobcilik faaliyetleridir. İkincisi ise; Türk-Amerikan dernekleri eliyle yürütülen politik ve kültürel amaçlı lobi faaliyetleri diğeri ise yine Türk-Amerikan iş dünyası tarafından oluşturulan derneklerle sürdürülen çoğunlukla ticaret hacimli lobcilik çalışmalarınıdır. Türkiye çoğunlukla ABD'de yürüttüğü bu tarz eylemler için burada ki profesyonel lobi şirketlerini kullanmaktadır⁷².

⁷¹ Ali Ümit Gönülal, "ABD'de Lobcilik ve İsrail Lobisinin ABD Dış Politikasının Üzerindeki Etkisi ve Rolü" (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) –Ankara Üniversitesi SBE, 2015 sf: 126-127

⁷² Tayyar Arı, "ABD' de Lobciliğin Dış Politikaya Etkisi ve Türk Lobisi, Avrasya Dosyası: Türkiye-ABD İlişkileri" Cilt 11, Sayı 2, 2005.

Birleşik devletlerde oluşturulmuş olan Türk lobi ve diasporasını hem bu ülkede yaşayan Türk insanının ve onlar tarafından oluşturulan sosyo-kültürel faaliyetlerini şirketlerini ve bunlar tarafından yürütülen faaliyetleri anlamak gerekmektedir. Evvela belirtmek gerekir ki, Amerika'da faaliyet içinde olan Türk lobileri rekabet ve bazı dezavantajlara sahiptir. Sayıları yapılan son istatistiklerde üç yüz binin üzerinde olan Amerikalı Türkler etkin ve başarılı bir lobi çalışması için maalesef elverişli bir yeterlilik oluşturamıyorlar. Yine bununla ilintili olarak uzun yıllardan bu yana Amerika' da yaşadığı halde Türk vatandaşlığından çıkmamışlardır. Amerikan vatandaşlığını etmeyen ve sayıları binleri aşan Türk vatandaşları sıradan bir Amerikan vatandaşı için söz konusu olan hakları kullanamamakta kendisine bile pozitif oranda artı değer sağlayamamaktadırlar. Son dönemlerde Türkiyede yapılan seçimlere katılım oranının yüksek olmasını bir yana bırakacak olursak Türkiye'deki Türkler gibi Amerika' da yaşamlarını sürdüren Türklerinde siyasal katılımları son derece düşük olduğu analiz edilmiştir. Rum, Yunan, Yahudi ve Ermeni toplumları belirli şehirler hatta eyaletlerde yoğunlaşmış biçimde olduklarından dolayı kullandıkları blok oylarla yerel, bölgesel hatta genel seçim sonuçlarına etki edebiliyorlar. Fakat Türkler toplumu için bundan bahsetmek oldukça zordur. Yerleşik nüfuslarının azlığı ve çok dağınık biçimde olmalarından dolayı blok oy oluşturamamaları temsilciler meclisi yahut kongre üyelerine yönelik eylemlerde ve söylemlerde etki yaratamıyor. Özellikle Türk-Amerikan derneklerinin, lobi faaliyetleri yürüten şirketlerin, konsoloslukların ve büyükelçiliklerin yürütmeye çalıştıkları etkinliklerle bu konudaki açıklıklar giderilmeye yahut en aza indirgenmeye çalışılmaktadır. Lakin öyle anlaşılmaktadır ki rakiplerine oranla Türk lobiciliğinin en büyük avantajı Türkiye'nin coğrafi konumu olduğunu söyleyebiliriz. İkinci büyük savaşın ardından baş gösteren soğuk savaş sırasında ve soğuk savaşın ardından da Amerika Birleşik Devletleri için Türkiye ile ittifak içinde bulunmak petrol yollarının kontrolünden, Ortadoğu coğrafyasına hâkim bir konumda olmasından ötürü önemlidir. Bundan dolayıdır ki ABD'de Türkiye hakkında yapılabilecek olan yasa veya karar tasarıları söz konusu olduğu zamanlarda ABD yönetimleri Kongre'den olumsuz kararların çıkmasını çoğunlukla engellemeye çalışmaktadırlar⁷³.

⁷³ Tayyar Arı, *Amerika'da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve*

4.3 ABD’de Türk Lobileri ve Yürüttükleri Faaliyetler

Amerika’da ki Türk lobilerinden bahsedildiği zaman; bundan hem ABD’de yaşayan Türk insanını ve onlar tarafından oluşturulan kültürel, politik, iktisadi, sosyal ve başka alanlarda faaliyet gösteren Türk vakıf ve derneklerini hem de Türk hükümeti tarafınca tutulan lobicilik şirketlerini ve bu firmaların yürüttükleri faaliyetleri dikkate almak gerekmektedir⁷⁴.

Amerika’da ki Türk lobisini, Amerikan sisteminin geneli içinde düşünürsek bir takım handikaplarının bulunduğunu görürüz. Öncelikle Amerika topraklarında lobicilik çalışmalarının çok önemli ve de gerekli olduğunu Türkiye siyasi hayatı oldukça geç anlamıştır. Bu noktaya ihtimam gösterilmesi ancak 80’li yılların başlarında vermeye başlamasından dolayıdır ki henüz arzu edilen düzeye ulaşamamış olmasında en önemli etken olarak gözükmektedir⁷⁵.

Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Türk lobiciliği faaliyetleri incelendiğinde işleyişleri ve yapıları bakımından bir birinden bağımsız dört farklı organizasyon ön plana çıkmaktadır:

4.3.1 Türk-Amerikan Dernekleri Konfederasyonu (ATAA)

ABD’de ki Türkler tarafından oluşturulan çatı bir organizasyon olan ATAA, Türk kökenli Amerikan vatandaşlarının haklarını korumak, üye dernek ve vakıfların faaliyetlerini organize etme, Türk seçmenlerini yapılacak olan herhangi bir seçimde koordineli bir halde harekete geçirerek Türkiye’nin ve Türk kökenli tabanın çıkarlarını ve görüşlerini savunabilecek adayları desteklemek, daha net olarak Türkiye hakkında ABD’de daha pozitif yönde dengeli fikriyatın oluşmasını sağlamak için hareket eden bir kuruluştur⁷⁶.

Arap Lobilerinin ABD’nin Dış Politikasına Etkileri. Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 189

⁷⁴ Tayyar Arı, **Amerika’da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD’nin Dış Politikasına Etkileri.** Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 218

⁷⁵ Tayyar Arı, **Amerika’da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD’nin Dış Politikasına Etkileri.** Alfa Yayınları, İstanbul. sf: 219

⁷⁶ Assembly of Turkish American Associations, <http://www.ataa.org/>

4.3.2 Amerikan-Türk Konseyi (American-Turkish Council)

1982 senesinde başkent Washington D.C'de ABD eski Dışişleri Bakanlığı ve Pentagon personelleri vasıtasıyla Amerikan-Türk Dostluk Konseyi (American-Turkish Friendship Council) ismiyle oluşturulan bu kuruluş, 1994 yılına gelindiğinde ise; Türk-Amerikan İş Konseyi'nin ABD'de ki şubesiyle birleşerek bugünkü ismini (ATC) almıştır. Genellikle iktisadi konular üzerine çalışmalar yürüten bu konsey, özellikle enerji, savunma, tarım gibi sektörlerin üzerinde yoğunlaşarak ABD ve Türk firmalarını bir araya getirip eşleştirmeler sağlayarak ortak projeler üretilmesini sağlamaktadırlar. Özellikle savunma ve enerji gibi hassas konular içerdiğinden dolayıdır ki yasama ve yürütme organlarınca dikkatle takip edilmektedir.⁷⁷

4.3.3 Türk Amerikan Koalisyonu

Daha önce ki kısımlarda anlatılan Türkiye'nin imaj ve tanıtım problemlerinin çözümüne yönelik 2007'de kurulmuş olan ve çok kısa bir ömrü olan bu organizasyon, Amerikan halkının ve basınının Türkiye lehine yürütülen propaganda faaliyetlerini, ayrıca ABD'de yaşayan Türklerin siyasi ve hukuki süreçler hakkında bilgilendirilmesi ve seslerini daha etkin bir şekilde duyurabilmeleri için çalışmalar yapmaktadırlar. Bunların yanında Birleşik Devletler ve Türkiye arasında ki işbirliğinin artmasını sağlamak, dostluğun, anlayışın ve güvenin geliştirilmesi, medya ve sanatsal alanlarda ABD'deki Türklerin ve Türkiye hakkında gerçekçi bir tanıtımın yapılması ile bu tarz etkinlikler, toplantılar, seminerler düzenlemek, akademik olarak başarılı öğrencilere bursların verilmesi, kültürel ve sosyal geziler düzenlenmesi, tarzında faaliyetlerde bulunmaktadırlar⁷⁸.

4.3.4 Türk Etütleri Enstitüsü

Türk devletinin sağlamış olduğu mali destekle 1982 yılında kurulmuştur. Herhangi bir kar amacı gütmeyen, ticari faaliyet içerisinde bulunmayan bir kuruluştur. Washinton'da bulunan Georgetown Üniversitesi bünyesinde çalışmalarını

⁷⁷ American-Turkish Council, <http://the-atc.org/wp/>

⁷⁸ Turkish Coalition of America, <http://www.tc-america.org/>

yürütmekte olup, Amerikalı akademisyenlerin Türk kültürü, tarihi, sosyal yapısı, politikaları ve ekonomisi alanlarında çalışma ve değerlendirmelerde bulunmak üzere faaliyet göstermektedir. Bu kapsam içinde edebiyat, siyaset ve tarih alanlarında konuşmacıların davet edildiği münazaralı toplantılar gerçekleştirilmektedir. Türk Etütleri Enstitüsü, birleşik devletlerde Türkiye üzerine akademik araştırma yapan ve yükseköğrenim çalışmalarının devam ettirilmesini hedefleyen eğitim alanında faaliyetlerini yürüten tek vakıftır. Lobicilik ve propaganda faaliyetleri açısından bu Enstitü, kuruluş sözleşmesi çerçevesinde ve vergi düzenlemesine uygun olarak ülkedeki siyasal ve yasama ile ilgili herhangi bir faaliyet içerisinde bulunamamaktadır⁷⁹.

Yukarıda adı geçen Türk diasporalarının haricinde ABD’de bulunan Türk elçilikleri vasıtası ile yapılan çalışmalarında ise; merkez üsleri Amerika Birleşik Devletleri olan Rum, Yunan ve Ermeni diasporaları ve de ayrıca Uluslararası Af Örgütünün lobicilik faaliyetlerine boyun eğmemek için propaganda ve lobicilik faaliyetlerini sürdürmektedirler. 1980’li yılların başında başlatılan lobicilik ve propaganda faaliyetleri için evvela Gray Company şirketi ile bir milyon dolar karşılığı anlaşmaya varılmıştır. Daha sonra ki süreç içinde Gray Company lobicilik şirketi Hill & Knowlton şirketi ile birleştikten sonra lobicilik faaliyetlerinin yürütülmesi için 1,2 milyon dolara (yıllık) anlaşma yenilenmiştir. 1989 yılına gelindiğinde ise bir başka lobicilik firması olan International Advisor firması ile 875 bin dolara (yıllık) ve 1990 yılında ise seneliği 800 bin dolar karşılığında McAuliffe, Kelly Rafaelli&Seimans lobicilik şirketleriyle anlaşma imza edilmiştir. 1990’ların ilk çeyreği bitmeden Türkiye bu sefer Capitoline International Group Inc. ile bütün masraflar dahil olmak üzere 2,1 milyon dolara (yıllık) başka bir anlaşma yapmıştır. Capitoline International Group Inc.’in farklı bir lobi şirketi ile birleşmesi neticesinde oluşan Capitoline MS&L firmasıyla tüm giderler hariç (650 bin dolara (yıllık) yeni bir anlaşma imza edilmiştir. Lobicilik ve propaganda faaliyetleri Capitoline MS&L firması tarafından yürütüldüğü sırada, 1995 senesinden itibaren hem Kongre, Beyaz Saray ve diğer siyasal organlarla çalışma hem de halkla ilişkiler üzerine çalışmaları yürütmesi için Fleishman Hillard Int. Com. isimli başka bir firma ile anlaşma

⁷⁹ The Institute Of Turkish Studies <http://www.turkishstudies.org/about/index.shtml>

sağlanmıştır. 19 Temmuz 2005 tarihli Referans gazetesinde yayımlanan bir habere göre, Amerika Birleşik Devletleri Adalet Bakanlığı, 2003 yılında göreve başlayan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin hem kendisi adına hem de Türkiye adına lobicilik, propaganda ve halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek olan firmaları Adalet Bakanlığı'nın internet sayfasından açıklamıştır. Yayımlanan bu veriler içinde AKP hükümetinin Livingston Group, Solarz Associates, APCO Worldwide ve Harbour Group'un da içlerinde olduğu yedi lobicilik firmasına fazladan 3 milyon 201 bin Amerikan doları ödeme yapılmış olduğu anlaşılmaktadır. 1997 – 2003 yılları içinde Türkiye adına ABD'de yürütülmek adına lobi, propaganda ve halkla ilişkiler çalışmaları için ödemiş olduğu ücret açıklamaya dahil edilmeyen tutarlar dışında 15,5 milyon doları aşmıştır. Yayımlanan rapordan anlaşılacağı üzere Türkiye 7 yıl için harcadığı 15,5 milyon doların hemen hemen 9 milyon dolarını Livingston-Solomon Goup LLC isimli lobicilik firmasına ödemiştir. Lobicilik şirketlerinin yürüttüğü çalışmaların bazıları ise; basın-yayın kuruluşlarında Türkiye lehine fikirlerin ve reklamların yayımlanması, Kongre üyelerine yazılan mektuplar, kongrede Türkiye karşıtı faaliyet içinde bulunan Rum, Yunan, Ermeni vs. lobilerine karşı çalışmalar, ABD'nin ve NATO'nun önemli bir askeri kanadı olduğu vurgusu, Türk-Ermeni ilişkilerinin durumu⁸⁰ gibi spesifik alanlar üzerine çalışmalar yürütmektedirler.

4.4 ABD'de Örgütlenen Türk Karşıtı Oluşumlar

ABD'de lobicilik siyasal sistemin öyle bir parçası haline gelmiştir ki lobiler tarafından yapılan destekler kongre seçimlerinin kaderini belirler niteliktedir. Ermeni Rum ve Yahudi lobilerinin her üçü de seçimler için milyonlarca dolar harcamaktadırlar⁸¹.

İkna sürecince kullanılan lobicilik yöntemleri değişmektedir. Bilhassa halkla ilişkiler tekniklerinden geniş ölçüde yararlanan lobilerin n sık başvurduğu yöntem propaganda yöntemidir. Maalesef Ermeni ve Rum lobileri Türkiye aleyhine

⁸⁰ Deniz Akbulut, <http://www.halklailiskiler.com.tr/LOBICILIK..php>

⁸¹ Bilgehan Gültekin, **Ermeni, Rum, Yahudi Lobileri Örneğinde Lobicilik Kavramına Giriş**, Nobel Yay. Ankara, sf: 197-198

karalayıcı propaganda çalışmalarını ABD’de bilhassa tarihi gerçekleri saptırmak suretiyle uygulamaya koymaktadırlar. Türkiye Sözde Ermeni soykırımı Yasa Tasarısını kabul ettirebilmek için yoğun çaba sarf eden Ermeni lobisi yanında, KKTC’nin tanınması yönünde atılacak her adıma ket vurmaya hazır bekleyen bir Rum lobisinin de güçlü varlığını hissetmektedir⁸².

Türk karşıtlığı şemsiyesi altında birleşen Ermeni ve Rum lobileri zaman zaman Sırp lobisi gibi başka lobilerinde desteğini alabilmektedirler. Transfer tekniği ile bu iki karşıt lobinin ortak önyargılar zemininde lobicilik çalışmaları gerçekleştirdikleri görülür. Propaganda her zaman ortak ulusal duygular ile değil aynı zamanda ortak kin ve geleneksel önyargılar ile de çalışabilir. Örneğin 2001 yılında yapılan Maryland Yerel Temsilciler Meclisi oylamasında 141 üyenin 79’unun tanınması ile soykırım tasarısı kabul edilmişti ve bu destekte Rum lobisinin payı büyüktü⁸³.

4.4.1 Ermeni ve Rum Diasporası Karsısında Türkiye

Amerika’da oluşturulan Ermeni lobisinin temeli 18. yüzyılın sonlarına doğru dayanır. Türkiye aleyhine propaganda faaliyetlerinin gelişmeye başladığı dönem ise 19.yydan itibaren kendisini belli etmeye başlar. Bu dönemden itibaren ABD’de ki Ermeni lobi faaliyetleri toplum ve politika üzerine güç kazanmaya başlamıştır. Medya, kilise ve özellikle üniversiteler vasıtasıyla evvela Osmanlı İmparatorluğu üzerinde akabinde kurulan genç cumhuriyetin milli çıkarlarına karşı gelecek faaliyetler baş göstermiştir. Osmanlı döneminde çıkan Ermeni ayaklanmalarını tek taraflı ve yanlı olarak ABD kamuoyuna yansıtmış ve propaganda faaliyetlerini bu yönde sürdürmüşlerdir. Öyle ki yapılan bu faaliyetlerin en belirgin ve en yankı uyandıran etkisi Lozan barış antlaşmasının ABD tarafından tanınmamasına yol açmıştır.

⁸² Gülşah Beyaz, “ABD Siyasetinde Etnik Lobi Kuruluşlarının Rolü ve Karşılaştırmalı Türk Lobisi Örneği” Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi SBE. 2011

⁸³ Bilgehan Gültekin, **Ermeni, Rum, Yahudi Lobileri Örneğinde Lobicilik Kavramına Giriş**, Nobel Yay. Ankara, sf: 155-156

Güçlü lobi faaliyetleri neticesinde Türk tezini adeta suçmuş gibi kabul ettirerek Ermeni soykırımını kabul ettirmiş olmanın rahatlığı ile bazı batı Avrupa ülkelerinde Türk tezini savunan sıradan vatandaşları bile siyasallaştırabilmektedirler. Nitekim Fransa’da yaşananlarda bunun açık bir göstergesidir⁸⁴.

Türkiye ile Ermeni ve Rum lobilerinin faaliyetleri kıyaslanamayacak derecede farklıdır. Türkiye’nin kendilerini suçlamalar ve kritik durumlardaki ifade girişimleri yanında Ermeni ve Rum kampanyaları adeta Türkiye’nin sesini bastırmaktadır. Elbette ki bunun pek çok nedeni vardır bunlardan bir tanesi olarak gösterilen Ermeni nüfusu elbette yadsınamaz ancak etkin azınlık kavramından yola çıkacak olursak Türkiye’nin eksikliği kaliteli ve organize olmuş grupların bünyesinde bulunamamasıdır. Organize eksikliğinin yanında devlet desteğinin eksikliği, Ankara hükümetinin konuyu yeterince sahiplenmeyişi Ermenilerdeki motivasyonun Türklerde bulunmayışı sürekli ve ısrarcı bir politika takip edilemeyişi üniversite ve araştırma merkezlerinde Türk görüşünün savunulmasındaki yetersizlik İngilizce olarak Türk tezini savunan eserlerin eksikliği sayılabilecek diğer unsurlardır⁸⁵.

4.4.2 Sözde Soykırım İddiaları ve Kıbrıs Sürecinde Türkiye- ABD İlişkileri

ABD’ye ilk göçlerinden itibaren burada örgütlenmeye başlayan Ermeniler gerek ABD gerekse de dünyanın çeşitli bölgelerine dağılmış olan Ermenileri bir araya toplamak adına organizasyonlarını günümüze dek sürdürmeyi başarmışlardır. Ermeni halkı ve Ermenistan adına çalışmalar yürüten kuruluşların ayakta durma gayesi bir nevi Türkiye’ye yönelik düşmanca faaliyetleridir diyebiliriz. Ermeni lobisinin ABD kongresinde üzerinde çalışmakta olduğu en önemli konuların basında sözde soykırım tasarısının tanınması gelmektedir. Soykırımın senatodan çıkması ile birlikte ABD’nin resmen kabul etmesini sağlamak dışında bir diğer mevzu da ABD’nin Ermenistan’a yapacağı insani yardım konusudur. Dağlık Karabağ

⁸⁴ Sedat Laçiner, **Ermeni Sorunu, Diaspora ve Türk Dış Politikası**, Karınca Yay. Ankara sf: 500

⁸⁵ Sedat Laçiner, **Ermeni Sorunu, Diaspora ve Türk Dış Politikası**, Karınca Yay. Ankara sf: 499

konusunda Azerbaycan ve Türkiye'nin lehine çıkacak kararları da önlemeyi kendilerine görev edinmiş lobileri mevcuttur⁸⁶.

Henüz oturumlarda öz alma tekniği açısından gerekli düzeye erişmemiş olan Rum lobisi de diğer saldırgan ve yıkıcı politikaları ile Türkiye karşısında zaman zaman yer alabilmektedir. Örumcek ağı modelini benimseyen Rum lobisi, diplomasinin hileci yönü ile hareket etmeyi seçer. Rum lobisi bilhassa AB'ye üye olmasının ardından lobi çalışmalarına kampanyalar düzeyinde ağırlık vermiş ve KKTC'nin tanınmasına yönelik en ufak bir adımı bile engellemeye yönelik uluslararası topluma yönelik çalışmalar içerisine girmiştir. Bu konuda yaptığı diplomatik ataklardan birisi KKTC'de bulunan otellerin illegal yapısı ve buralara girilmemesine yönelik uyarı kampanyalarıdır⁸⁷.

4.5 ABD'de ki Türk-Ermeni İkili İlişkileri

Ermeni toplumunun soykırım iddiaları çevresinde toplanması Diaspora organizasyonlarının varlık nedeni olmuş ve bir nevi “soykırım” endüstrisinin oluşmuştur. Bu durum da bilhassa ABD'de görülmektedir. Ermeni diaspora organizasyonları senato dışı organizasyon ve üniversiteler bünyesinde yürütmekte oldukları faaliyetlerle sözde soykırım iddialarını öne çıkartmaya çalışan ve konuşlanmış oldukları ülkelerin siyasal sistemlerini, vakıflarını, sivil toplum kuruluşlarını kısacası kullanabilecekleri tüm baskı gruplarını bu noktada yönlendirmeyi amaçlayan sempozyum, panel ve konferanslar düzenlemektedirler⁸⁸.

Türk-Ermeni Barışma Komisyonu (TEBK) fiilen 9 Temmuz 2001 tarihinde altı Türk ve dört Ermeni temsilcinin iştirakleriyle kurulmuştur. Türk-Ermeni Barışma Komisyonunun en öncelikli hedefleri arasında; Ermeni ve Türk milletleri arasında

⁸⁶ Şenol Kantarcı, **ABD'de Ermeniler ve Ermeni Lobisi**, 2. Baskı, Lalezar Kitabevi, Ankara sf: 364-368

⁸⁷ Bilgehan Gültekin, **Ermeni, Rum, Yahudi Lobileri Örneğinde Lobicilik Kavramına Giriş**, Nobel Yay. Ankara, sf: 155-156

⁸⁸ Kamer Kasım, “Türkiye ve Azerbaycan'ın Ermenistan ile Sorunları, Ermeni Sorununun Uluslararası İlişkiler Boyutu”, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi, Ermeni Araştırmaları Enstitüsü. http://www.eraren.org/bilgibankasi/tr/index3_1_1.htm

birbirlerini anlayabilen, birbirlerine karşı iyi niyet geliştirmelerini sağlamak, Türkiye ve Ermenistan ikili ilişkilerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesini teşvik etmek; Türk-Ermeni vakıfları, dernekleri ve sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve çalışma alanları yaratmak. Sosyo-kültürel ve ekonomik alanda ise; ortak projeler geliştirmeleri için teknik destek vermek, kültür, turizm, çevre, araştırma, medya, basın yayın, iş dünyası, sportif faaliyetlerin sağlanması ve çeşitlendirilmesini sağlamak. Talep üzerine, tarihi, psikolojik, hukuki ve diğer alanlardaki bazı projeler için uzman incelemesi sağlamak. Tüm bunların haricinde; güven verici ve artırıcı önlemler alanında gayri resmi işbirliklerine destek olmak⁸⁹. Fakat ANCA⁹⁰ ve diğer Ermeni toplulukları oluşturulan bu dostluk yapılanmasına karşı büyük bir reaksiyon göstermişlerdir.

⁸⁹ Terms of reference of the Turkish-Armenian Reconciliation Commission, 9 Temmuz 2001, Ermeni Araştırmaları, Cilt: 1, Sayı: 2, Haziran-Temmuz-Ağustos 2001, sf. 267-268

⁹⁰ Armenian National Committee of America

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. SONUÇ

İletişim, sadece insanlar için değil hayvanlar için bile çok önemlidir, bu da demektir ki doğanın en temel etkileşim yöntemi için iletişim şarttır. Elbette bu çalışmanın içeriği bakımında hayvanlar arasında ki bağlantıdan ziyade, insanoğlunun birbirine nasıl etki ettiği, ne tür ihtiyaçları yahut gereklilikler kapsamında diğerlerini manipüle ettiğine ya da etme ihtiyacı hissettiğine değinilmiş, lobinin ve propagandanın önemine vurgu yapılmıştır. Modern insanın varlığı devam ettiği müddet boyunca bireyler arasında ki çıkar ilişkisi varlığını sürdürmeye devam edecektir tıpkı dün olduğu gibi bugün de ve gelecekte de. Hal böyle olunca siyasi ya da askeri güce ulaşmak ve ulaşıldıktan sonra da gücü koruyup, kollamak ve etkisini arttırmak için lobicilik ve propagandanın sürekliliğine ihtiyaç duyulacaktır.

Yakın Türk tarihine kısa bir bakış atarak bir örneklem verdiğimizde; asırlarca Ermeni toplumu Osmanlı İmparatorluğu çatısı altında sadece Anadolu'nun değil imparatorluğun etkisinin olduğu bütün coğrafyada hiçbir sorun olmadan neredeyse hür ve eşit şartlar altında yaşamışlardır. Padişahlıktan sonra gelen en üst mertebeye olan vezirlik sınıfına kadar yükselmişler, imparatorluğun yönetimi içinde bütün makamlarda özellikle 17. yy. yükselişe geçen “Hariciye Nezaretini” (dışişleri bakanlığı) bir dönem tamamen Ermeni toplumu yönetmiştir. Sadece devlet kademesinde değil özel teşebbüs olarak da ticaretin her çeşidinde boy göstermişler ve yüzyıllar boyunca Millet-i Sadık” olarak isimlendirilmişlerdir. 18 yüzyılın sonlarında başlayan, 19. yy. da yükselişe geçen ve bütün Avrupa haritasının neredeyse tamamının değişmesine sebep olan milletçilik rüzgârına kapılan Ermeni toplumu özellikle Hristiyan Rusya⁹¹,nın da etkisiyle Osmanlı İmparatorluğuna başkaldırmış

⁹¹ Osmanlı imparatorluğu ve Rusya arasında Hristiyan bir devletin oluşturulmasını en çok Çarlık Rusya'sı istemektedir. İlk kez 1676 – 1681 yıllarında yaşanan Osmanlı-Rus savaşları o tarihten sonra sürekli hale gelmiş her iki ülke içinde sonuçları çok yıpratıcı savaşlar yaşanmış, coğrafyalar durmadan el değiştirmiştir. Bundan dolayıdır ki Osmanlı ile doğrudan yüz yüze gelmek istemeyen Çarlık Rusya'sı arada oluşturulacak tampon bir devletle birlikte hem sınırlarını daha korunaklı bir hale getirmiş olacak hem de Osmanlı imparatorluğunun Orta Asya'da yaşayan Türk toplumları ile bağıni bir nevi engellemiş olacaktı. Avrupa'da baş gösteren ve bütün Dünya'yı kasıp kavuran milliyetçilik akımı ve ona bağıl olarak gelişen bağımsızlık hareketleri nedeniyle bir tür arka bahçesi olan Orta Asya Türk Dünyası ile Osmanlı imparatorluğunun bağlantısını kesmek, doğrudan görüşmelerini engellemek

ve etkisi günümüze kadar süren “Ermeni Sorunu” olgusu ortaya çıkmıştır. 20. ve 21. yüzyıllarda yürütülen lobcilik ve propaganda hareketlerinin etkin tarihine bakıldığında Ermeniler tarafından Türklere karşı yürütülen bu faaliyetler ve kazanımları lobciliğin ve propagandanın günümüzde sadece siyasi alanda değil, ekonomik faaliyetler alanında da çok etken olduğunu ortaya çıkartmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde Ermenilerce yürütülen lobcilik faaliyetleri kapsamında yapılanlar artık sadece ABD’de değil tüm Dünya’da etkin bir hal almıştır. Bundan dolayı birçok ülkede Türkiye’ye karşı siyasi tavır alınmasını sağlamışlar⁹², Türkiye’nin birçok ekonomik faaliyetinin sekteye uğramasına sebebiyet vermiştir. ABD’de yürütülen Ermeni lobcilik faaliyetlerinin sıkı ve düzenli hareket etmelerine rağmen Türkiye üzerinde çok büyük oradan etkin olamamalarının en büyük nedeni yürütmekte oldukları bu faaliyetlerin yetersizliğinden ziyade Türkiye’nin coğrafi konumu, askeri yetenekliliği gibi özelliklerinin ABD’nin dış politika dinamiklerinin başında gelmesinden dolayı gözatılmasıdır. Bu olgular ABD’de bulunan Ermeni lobileri ve kuruluşları tarafından bilinmektedir. Özellikle ABD, Ermenistan-Rusya yakın ikili ilişkilerini bildiği için ikinci büyük savaştan beri müttefiki olan Türkiye’yi kaybetmeyi göze almamaktadır (en azından Orta Doğu’da dengeler değişmedikçe).

Amerika Birleşik Devletlerinde lobcilik faaliyetleri günümüzde artık ciddi mana da bir endüstriyel faaliyet olmuştur. Yukarıda verilen Türkiye-Ermenistan ilişkileri örneğinden de anlaşılacağı gibi lobcilik ve propaganda faaliyetlilerinin

için tampon bir devletin oluşturulması Çarlık Rusya’sı için elzem olmuştur. Bu sebeple imparatorluk içinde ki etnik unsur olan Ermeni toplumunu sürekli olarak tahrik etmişlerdir.

⁹² Bu çalışmanın hazırlandığı Haziran 2017 tarihinde; Dünya üzerinde toplamda 29 ülke Ermenilere karşı Türklerin soykırım yaptığını tezini savunmaktadırlar. İlk olarak 2 Nisan 1965 yılında kabul ettikleri yasa ile 1915 yılında yaşanan olayları kınayarak “Soykırım” isimlendirmesi olarak tanıyan ilk ülke Uruguay olmuş ve tüm Dünya’da bir emsal oluşturmuştur. 1915 tehcirini “Soykırım” olarak tanımlayan son ülke ise Almanya Federal Cumhuriyetidir (2 Haziran 2016). Diğer ülkeler ise; “Kıbrıs Rum Kesimi, Arjantin, Rusya Federasyonu, Kanada, Yunanistan, Lübnan, Belçika, İsveç, İtalya, Vatikan, Fransa, İsviçre, Slovakya, Hollanda, Venezüella, Litvanya, Polonya, Şili, Bolivya, Çek Cumhuriyeti (Çekya), Avusturya, Brezilya, Bulgaristan, Lüksemburg, Paraguay, Ermenistan ve Suriye’dir. Suriye’nin Ermeni tehcirini “Soykırım” olarak 2016 yılında tanımıştır. Bunun sebebi ise; Türkiye tarafından Suriye’nin içişlerine yönelik müdahalede bulunması ve yasal Suriye hükümetine karşın muhalif etkenleri desteklemesinden ötürü gelmektedir. Tüm bunlardan başka olarak ülkelerinin resmi olarak tanımamasına rağmen bazı ülkelerin iç meclislerinde de “Soykırım” olarak tanınmaktadır, bunlar; İspanyada Bask ve Katalan özerk yönetimleri, ABD’de 44 Eyalet, Britanya’da İskoçya, Kuzey İrlanda ve Galler’dir. İran İslam Cumhuriyetinde ise; gayri resmi olarak kabul edilmektedir.

günümüz Dünyasında ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bilginin güce eşit olduğunu kavrayan toplumlar artık hem siyasete, hem de ekonomiye çok rahat bir biçimde yön verebilmektedirler. Bilginin ve istatistiğin var olmadığı yerde tahmin yürütülerek hareket edilmektedir, bu da çoğu zaman yanlış stratejilere ve hamlelere sebebiyet vermiştir ve vermektedir. Ön yargıların tabanında da eksik bilgi, yanlış enformasyon ve deformasyona uğramış bilgiler sebebiyet vermektedir. Dünya kamuoyu neredeyse bir (1) asırdan bu yana taraflı ve yanlış bilgiler ışığı altında Türkiye hakkında kararlar vermeye çalışmıştır. Bu yaratılan taraflı ve yanlış enformasyon sonucunda Türkiye'nin Dünya genelinde ki imajı ciddi manada olumsuz bir tablo içinde resmedilmiştir. Bunlardan yola çıkarak Türkiye'nin başta ABD olmak üzere bütün Dünya'da yürütmekte olduğu lobicilik çalışmalarına yönelik olarak medyanın etkin gücünden daha çok faydalanması gerekmektedir. Basın-yayın organlarından Türkiye'nin savlarına destek olabilecek yahut ortaya atılan bu savları etkin kullanabilecek olan medya çalışanlarını etki altına almak zorundadır. Aksi takdirde Dünya genel kamuoyunda yürüteceği propaganda ve lobicilik faaliyetleri çok dar bir alan içinde kalacaktır.

Lobicilik faaliyetlerini ve kazanımlarını stratejiden, jeopolitikten, siyasetten, vakalardan, ekonomiden, hukuktan, tarihten, dinlerden, iç ve dış politikalarından ayrı tutmamak gerekmektedir. Bu etmenlerin zaman içerisinde ağırlık merkezleri farklılık gösterebilmektedir. İşte bu ve buna benzer durumlar söz konusu olduğunda faaliyetlere doğru şekilde yön vermek için propaganda tekniklerini etkin ve doğru kullanmak gerekmektedir. Teknik tabiri ile ele aldığımızda propaganda bir düşünceyi, inancı farklı kişi ve topluluklara benimsetmek, kabullendirmek ve yaygınlaştırmak hedefiyle, yazı, söz ve görsellikle unsurları kullanılarak yapılan eylemler bütünlüğüdür. Lobicilik faaliyetlerinin olmazsa olmaz bir parçası olan propaganda artık insanoğlunun var olduğu her türlü etkinlik içinde kullanılmaktadır. Savaşların başlamasından sonlanmasına, siyasi bir partinin seçimleri kazanabilecek bir durumda olup olmadığına ya da sosyal bir etkinliğin ne kadar kabul görüp görmeyeceğine kadar hemen hemen her türlü insan faktörünün olduğu her alanda propaganda faaliyetleri yürütülmektedir.

Yukarıda da anlatıla gelmiş olan Türk-Ermeni sorunlu ilişkileri kapsamında sadece lobicilik olarak değil, propaganda tekniklerinin kullanılması bakımından da etkin bir alan karşımıza çıkmaktadır. Kanun yapıcılardan, yürütmeye ve kanunları uygulayacak olanlara kadar bu zincirin içinde bulunan bütün halkaların uyum içinde hareket etmesi elzemdir. “Başaran en iyi olan değil, lobi faaliyetlerini en iyi gerçekleştirendir” cümlesinden de anlaşılacağı üzere jeopolitik bakımdan çok stratejik bir coğrafyada yer almış olan Türkiye'nin milli menfaatleri doğrultusunda gerek ABD ile ilişkilerinde gerekse Avrupa Birliği ile yürüttüğü ilişkilerde, lobi ve propaganda çalışmalarını savurgan ve kırıncı olmadan uyum içinde ve tutarlı olarak sürdürmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1– Kitaplar

Arı, Tayyar – **Amerika’da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika: Türk, Yunan, Ermeni, İsrail ve Arap Lobilerinin ABD’nin Dış Politikasına Etkileri.** Alfa Yayınları. İstanbul (1997)

Ay, Hakan "**Baskı Gruplarının Gücü ve Siyasal Karar alma Sürecine Etkisi**" (Editör: Coşkun Can AKTAN), Yasal Soygun, Zaman Kitap, İstanbul (2003)

Aziz, Aysel – “**Siyasal İletişim**”, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara (2014)

Bıçakçı, İlker “**İletişim ve Halkla İlişkiler: Eleştirel Bir Yaklaşım**”, Media Cat Yayınları – İstanbul

Brown, J.A.C, “**Siyasal Propaganda**”, Çev.Yusuf Yazar, ağaç Yayınları – İstanbul (1992)

Cigler, Allan J. – Loomis, Burdett A.” **Interest Group Politics**”, 2. B., Washington DC, CQ Press, (1986)

Chomsky, Noam, “**Medya Gerçeği**” çev. Abdullah Yılmaz, Osman Akınhay. Everest Yayınları, İstanbul (2002)

Daver, Bülent, “**Siyaset Bilimine Giriş**”, Siyasal Kitapevi, Ankara, (1993)

Dinçer, Müjde Ker “**Lobicilik**” – Alfa Yayınları – İzmir, (1999)

Domenach, Jean Marie – “**Politika ve Propaganda**” Çev: Tahsin Yücel, Varlık Yay. İstanbul (2003)

Gültekin, Bilgehan, “**Ermeni, Rum, Yahudi Lobileri Örneğinde Lobicilik Kavramına Giriş**”, Nobel Yay. Ankara, (2007)

Howe, Russell Warren ve Trott, Sarah Hays – “**Washington Kulisleri**” (Çeviren: Zerrin Alnar), Milliyet yay. İstanbul, (1978)

Kapani, Münici “**Politika Bilimine Giriş**” – Bilgi Yayınevi, – Ankara, (2014)

Kantarıcı, Şenol “**ABD’de Ermeniler ve Ermeni Lobisi**”, 2. Baskı, Lalezar Kitabevi, Ankara (2007)

Laçiner, Sedat. “**Ermeni Sorunu, Diaspora ve Türk Dış Politikası**”, Karınca Yay. Ankara (2008)

Mearshimer John J. ve Walt Stephen M. – “**İsrail Lobisi ve Amerikan Dış Politikası**”– (2007)

Oktay, Prof. Dr. R. Mahmut – “**Politikada Halkla İlişkiler**”, Derin Yayınları – İstanbul (2002)

Özel, Mustafa – “**Amerikan Yüzyılının Sonu**”. İz Yayıncılık, İstanbul. (1994)

Özsoy, Osman – “**Seçim Kazandıran Siyasal İletişim**”. Pozitif Yayınları – İstanbul, (2009)

Peltekoğlu, Filiz Balta – “**Halkla İlişkiler Nedir?**”. Beta Basım Yayım Dağıtım – İstanbul (2004)

Şimşir, Bilal N. “**Amerika’da Ermeni Lobisi ve Lozan Antlaşması Kavgası (1923-1927)**”, Ermeni Araştırmaları, C.1, No: 3. (2001).

Ürek Markus, - Doğan Nejat “**Lobicilik ve Baskı Grupları: Devlet, Sivil Toplum ve Demokrasi**” İnkılap Kitapevi, İstanbul, (2011)

II – Makaleler

Arı, Tayyar: “**ABD’ de Lobiciliğin Dış Politikaya Etkisi ve Türk Lobisi, Avrasya Dosyası: Türkiye-ABD İlişkileri**”, Cilt 11, Sayı 2, 2005.

Aybay, Rona. “**Baskı Grupları**”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C.27, S.1-4, s.271-285, 1961

Krugman, Paul “**Phosphorus and Freedom, The Libertarian Fantasy**”, The New York Times, (10 Ağustos 2014)

Tekir, Sabri (1999) Demokrasî ve Çıkar Grupları. *Yeni Türkiye Dergisi Demokratikleşme Özel Sayısı 29*

III – Pdf Kitaplar

Farnel, Frank J. – “**Lobicilik, Mücadele Stratejileri ve Teknikleri**”
http://www.frankfarnel.com/wp-content/uploads/2011/08/lobbying_turkey-v.pdf
 (Erişim tarihi: 12.01.2017)

Sezgin, Meltem (2003). “**Avrupa’da Lobi Hareketlerinin Tarihsel Gelişimi**”,
 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S.16, s.487 (Erişim tarihi:
 09.03.2017)

<http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019013791/1019013007>

IV – Web Sayfaları

AKBULUT, Deniz – <http://www.halklailiskiler.com.tr/LOBICILIK..php> (Erişim:
 04.06.2017)

American-Turkish Council, <http://the-atc.org/wp/> erişim: 01.05.2017

Aslan, Seyfettin, Gül, Cengiz - “**Geçmişten Günümüze Türkiye’de Baskı Grupları**” C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 5,Sayı 1
<http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/860.pdf> (Erişim: 03.03.2017)

Assembly of Turkish American Associations, <http://www.ataa.org/> (Erişim:
 01.05.2017)

Kasım, Kamer. “**Türkiye ve Azerbaycan’ın Ermenistan ile Sorunları, Ermeni Sorununun Uluslararası İlişkiler Boyutu**”, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi, Ermeni Araştırmaları Enstitüsü. (Erişim: 05.06.2017)
http://www.eraren.org/bilgibankasi/tr/index3_1_1.htm

Manısalı, Erol – “**Avrupa Birliği ve Türkiye**” Cumhuriyet gazetesi –
http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/634003/Turkiye-Avrupa_iliskilerinde_uc_farkli_boyut.html (Erişim: 05.02.2017)

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5916af5a35cea5.77549735 (Erişim: 10.03.2017)

The Institute Of Turkish Studies <http://www.turkishstudies.org/about/index.shtml> (Erişim: 02.05.2017)

[Türkiye'nin Kullanamadığı Stratejik Güç; Lobicilik \(Erişim: 05.05.2017\)](http://www.siyasaliletisim.org/pdf/Turkiyeninkullanamadigiguclobicilik.pdf)
<http://www.siyasaliletisim.org/pdf/Turkiyeninkullanamadigiguclobicilik.pdf>

Turkish Coalition of America, <http://www.tc-america.org/> (Erişim: 01.05.2017)

V – Akademik Tezler

Ara, Barış “Avrupa Birliği’nde Lobicilik”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) – Ankara Üniversitesi SBE, (2004)

Beyaz, Gülşah. “**ABD Siyasetinde Etnik Lobi Kuruluşlarının Rolü ve Karşılaştırmalı Türk Lobisi Örneği**” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi SBE, (2011)

CANGÖZ, Kadir – Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik: Ankara Ticaret Odası (ATO) Örneği, sf: 35 - (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı 2007. **Birnbaum, Jeffrey H.** – “**Tabanca Lobiciden Medyatör’e**”, (Çeviren: **Nurdoğan Rigel**), Medya Ninnileri içinde, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1994.

Gönülal, Ali Ümit – “**ABD’de Lobicilik ve İsrail Lobisinin ABD Dış Politikasını Üzerindeki Etkisi ve Rolü**” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) –Ankara Üniversitesi SBE, 2015

VI. Süreli Yayınlar

Soysal, İsmail (1999). “**Dışişleri Bakanlığının Tanıtma Çalışmaları ve Basın Sözcülüğünün Kurulması (1955 – 1965 Dönemi)**”, Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç, 15–17 Ekim 1997, (Yayına Hazırlayan: İsmail Soysal), Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Tarih Kurumu Yayınları Sayı: 188. Ankara

Terms of reference of the Turkish-Armenian Reconciliation Commission, 9 Temmuz 2001, Ermeni Araştırmaları, Cilt: 1, Sayı: 2, Haziran-Temmuz-Ağustos 2001, sf. 267-268

ÖZGEÇMİŞ**Adı ve Soyadı** :**Doğum Yeri ve Tarihi** : Kırşehir / 24.08.1981**Öğrenim Durumu** :

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Uluslararası İlişkiler	Anadolu Üniversitesi	2012
Yüksek Lisans	Uluslararası İlişkiler	Atılım Üniversitesi	2017

İş Deneyimi :

Çalıştığı Yer	Görev	Yıl

Yabancı Diller : İngilizce**E-Posta** : mustafakemalaltay@gmail.com



Dijital Makbuz

Bu makbuz ödevinizin Turnitin'e ulaştığını bildirmektedir. Gönderiminize dair bilgiler şöyledir:

Gönderinizin ilk sayfası aşağıda gönderilmektedir.

Gönderen: Mustafa Kemal Altay
Ödev başlığı: ÖDEV 2
Gönderi Başlığı: Tez
Dosya adı: AL_YETLER_VE_T_RK_YE_N_N_A..
Dosya boyutu: 119.61K
Sayfa sayısı: 86
Kelime sayısı: 18,169
Karakter sayısı: 142,958
Gönderim Tarihi: 02-Ağu-2017 02:41PM (UTC+0300)
Gönderim Numarası: 834692487

Tez

ORIJINALLIK RAPORU

%9

BENZERLİK ENDEKSİ

%7

İNTERNET
KAYNAKLARI

%3

YAYINLAR

%6

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

%1