

25494

**"LOBİCİLİK" FAALİYETLERİ VE
İLGİLİ SÜREÇ VE YÖNTEMLER
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

BEGÜM ENGİN

**İ.Ü. İLETİŞİM FAKÜLTESİ YÜKSEK
LİSANS BÖLÜMÜNE SUNULMAK
ÜZERE HAZIRLANMIŞ MASTER
TEZİ**

EYLÜL 1993



BEGÜM ENGİN

İ.Ü. İLETİŞİM FAKÜLTESİ

YÜKSEK LİSANS

NO.6353

Danışma hocam Sayın Prof. Dr. Tayfun Akgüner'e bana lobicilik gibi yepyeni bir dünyanın kapılarını açtığı için, bu denli heyecan verici bir konuda çalışmamı yönlendirdiği ve beni yüreklendirdiği için en derin teşekkürlerimi sunarım.

Sayın hocam Prof. Dr. Nükhet Güz'e tüm yardımları ve candan ilgisi için ayrıca teşekkür ederim.

Begüm Engin

İÇİNDEKİLER

I. BÖLÜM

GİRİŞ	Sayfa
A) LOBİCİLİĞİN TANIMI	2
B) LOBİCİ KİMDİR	5
1) Lobici özellikleri ve kategorileri	7
2) Bürokratlar ve seçimle iş başına gelmiş yetkililer	8
3) Hukukçu lobiciler	9
4) Mega firmalar	10
C) LOBİCİLİĞİN ON ALTIN KURALI	13
D) LOBİCİLİK FAALİYETLERİNİN YASAL BAZI	17

II. BÖLÜM

LOBİCİLİK SÜREÇ VE YÖNTEMLERİ

A) SÜREÇ	23
1) Ön Hazırlık	24
a) Konunun araştırılması	25
b) Konunun açıklanması	25
c) Taraftar kazanmak	26
d) Kongre üyesinin desteğini kazanmak	27
e) Konuya olan ilgiyi arttırmak	27
f) Toplantılarda konunun savunulması	28
2) Bağlantı	29
a) İçerden taraftar kazanmak	31
b) Yardımcıları etkilemek	32

c) Bağış kampanyaları	34
3) Uygulanacak Stratejiler	36
a) Direkt Strateji	36
1) Silah lobisi	39
2) Kadın lobisi	43
b) İndirekt Strateji	45
a) Ortak dava	47
B) LOBİCİLİK YÖNTEMLERİ	52
1) Komisyonlardaki Etkinlikler	54
2) Medyanın kullanımı	56
Toshiba için yürütölen lobicilik faaliyetleri	61
3) Kitleleri Hareketlendirmek	68
4) Seçim Kampanyası Yürötmek	69
a) Politik hareket grupları	69
b) İsrail lobisi	73
c) Arap lobisi	79
5) İş Birliklerini Geliştirmek	86
6) Başarısızlığı Başarıya Dönüştörmek	88
Crysler için yürütölen lobicilik faaliyetleri	89
SONUÇ	94

KAYNAKÇA

GİRİŞ

Birçok halkla ilişkiler uzmanı, temsil ettikleri kişi veya kurumları hükümet veya diğer idari makamlar nezdinde temsil ederler. Bu yapılan işe de genellikle "lobicilik faaliyetleri" denir. Hükümet nezdinde girişimde bulunmak olarak ta tanımlanabilen lobicilik Amerika Birleşik Devletlerinde Geçici 1.Ek Madde ile korunmaktadır. J.F. Kennedy, henüz daha bir senatör iken lobicilik faaliyetlerini "Herhangi bir kanun teklifinin reddi veya kabulünü sağlamak için bireyler ve çeşitli gruplar tarafından yürütülen çalışmalar " ¹ olarak tanımlamıştır.

Lobicilik faaliyetleri deyimi ülkemizde olumsuz çağrışımlar yapsa da, Amerika Birleşik Devletlerinde günlük yaşamın , politik hayatın vazgeçilmez, çok önemli, etkin bir parçasıdır. Lobicilik faaliyetlerini hükümetin yasama ve yürütme yetkililerini etkileme çabaları olarak da tanımlayabiliriz. Lobicilik aslında halkla yasama erki arasında bir arabulucu varlığını düşündürür.

En basit tanımlamayla "hükümete dilekçe vermek" olan lobiciliği vatani olan Amerika Birleşik Devletlerinde incelemeye başlamak çok daha doğru olur. Bu araştırmanın I. Bölümünde, lobiciliğin genel tanımı ve

¹Cutlip, Scott & Center, Allen : " Effective Public Relations ", New Jersey, 1978, s.264

lobici kimliği üzerinde ayrıntılı bir inceleme yapılmıştır. Ayrıca gene bu bölümde lobiciliğin yasal dayanakları üzerinde de durulmuş , lobiciliğin anavatanı olan Amerika Birleşik Devletlerinde işleyişi ve kanunlar çerçevesinde nasıl denetlendiği açıklanmıştır.

Araştırmanın II. Bölümünde ise lobicilik faaliyetlerinde, başlangıçtan sonuç elde edilinceye kadar geçen sürenin etapları sırasıyla ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve bu süreç esnasında kullanılan teknikler çeşitli örneklerle beraber açıklanmıştır.

- A- LOBİCİLİĞİN TANIMI

Son çeyrek yüzyılda batıda ve özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde politik ve sosyal hayattaki değişiklikler, orta sınıfın gelişmesi, çoğalması, kadın hareketlerinin giderek artan boyut ve etkinlikleri, kurumsal değişiklikler - ki buna örnek olarak siyasal partileri ve kampanyaları esnasında yapılan harcamaları içeren reformları gösterebiliriz - kitle iletişim, iletişim teknolojisi ve bütün bunların sonucu olarak politikaya olan güvensizlik ve bu güvensizliğin yarattığı boşluk, çıkar gruplarının , politik hareket gruplarının gelişmesine ve çoğalmasına neden olmuştur.

1960 yılından başlayarak çıkar gruplarında büyük bir artış gözlenmiştir. Bu tarihten sonra , iletişim teknolojisinin sınırsız olanaklarıyla, seçmenlere yönelik bilgilendirme sürecinde de bir gelişme izlenmektedir. Politik veya politik olmayan, toplumun tüm konularıyla ilgilenen çeşitli gruplar gözlenmektedir. Siyasi partilerin belirli politikaları belirlemedeki başarısızlıkları, çıkar gruplarını güçlendirmiştir.

Asrımızın başından beri varolan bu grup hareketlerinin 1960'dan sonra bu denli hızlanmasını ve kişilerin gruplara katılıp aktif olarak çalışmalarını açıklamak bir hayli zordur. İnsanlar neden bu gruplara katılıyorlar? Siyasal bilimciler çıkar gruplarını demokratik rejimin tabii bir sonucu olduğunu belirtiyorlar ve bireylerin kendi çıkarlarını korumak için biraraya gelip, çıkarları doğrultusunda çalışmalarını çok normal buluyorlar.

Çıkar gruplarının kötü veya iyi güçler olup olmadığı konusunda değişik yorumlar yapılmaktadır. Çıkar gruplarının - çoğunluk veya azınlık olabilirler - ortak duygu, istek ve çıkar doğrultusunda biraraya gelmiş kişilerin, toplumun diğer kesiminin haklarına ve çıkarları pahasına, kendi çıkarlarını ön plana alıp, korumaları ayrıca bu gruplarla bazı politikacıların yoz ilişkileri, çıkar gruplarının aleyhinde bulunulmasına neden olmaktadır.

1935 yılında senatör olan ve daha sonra Yüksek Mahkeme Hakimi olan Hugo L.Black çıkar grupları ve lobicilik faaliyetleri için şöyle demektedir: " Toplumun örf ve adetlerine aykırı, iyi hükümete düşman, toplumun ahlak kurallarına karşı olan lobicilik, bugün hükümetleri bile tehdit edebilecek güce kavuşmuştur. Boyutları, gücü, kötülük yapmak kapasitesi açgözlülüğü, hilebazlığı, kandırma gücü, sahtekarlığı kendi kendini yok etmeye mahkum etmektedir ." 2

²Cigler, Allen & Loomis, Burdett : "Interest Group Politics ", Washington D.C., 1983 , s. 3.

1935'den bugüne kadar lobicilik gelişip, sosyal ve siyasal yaşamdaki yerini almasına rağmen bugün hala kuşkuyla karşılanmakta, birçok gazeteci ve vatandaş, bu çıkar gruplarını ve faaliyetlerini büyük bir titizlik ve kuşkuyla izlemektedir.

Siyasal bilimciler, olumsuz ve kuşkucu genel kanının aksine , çıkar gruplarını ve faaliyetlerini çok daha olumlu bir şekilde yorumlamaktadırlar. Bazı yorumlara göre çıkar gruplarının çeşitliliği politik hayatın esnek, dengeleyici bir unsuru olmuştur. Çıkar gruplarının çoğalması ve bu grupların hükümete etkin bir şekilde ulaşabilmeleri çıkar gruplarının liberalleşmesi ve bu liberalleşme de hükümet destekli çoğulculuğun ta kendisini oluşturur.

Amerika'da bu kadar çok çıkar gruplarının politik etkinlik gruplarının çoğalması, Amerikan siyasi partilerinin disiplinli, düzenli, birlik içinde çalışır olmamalarına bağlanmaktadır. Dünyanın hiçbir ülkesinde rastlayamayacağımız siyasal partilerdeki bu düzensizlik, disiplinsizlik karar verme işlevinde yarattığı otorite boşluğu ile diğer politik organizasyonlara - ki bunlara çıkar grupları diyebiliriz - siyasal hayatı etkilemek gücünü vermektedir.

B- LOBİCİ KİMDİR ? LOBİCİ NASIL OLMALIDIR?

En geniş anlamıyla Amerika Birleşik Devletlerinde, Senato ve Temsilciler Meclisi kararlarını etkilemek için doğrudan faaliyette bulunan herkes "lobici" dir. Lobiciliğin boyutları bugün için çok tartışmalı bir konudur, lobicilik faaliyetlerinin nerede başlayıp nerede bittiği ise asla kesin olarak belirlenememektedir. Washington'da en yaygın iş kolu olan lobicilikle uğraşan kayıtlı firma sayısı beşyüz dolayındadır, bu firmalar nezdinde veya bireysel olarak çalışan kayıtlı lobici sayısı ise onbeşbin dolayındadır. Lobicilerin Kongre veya Temsilciler Meclisindeki etkileri başarılarının bir ölçüsüdür. Lobicilik şirketleri ve yönetim arasında, lobicilik şirketleri yönünde daha ağırlıklı olmak üzere çift yönlü bir trafik söz konusudur. Yönetimden ayrılan pek çok üst düzey bürokrat, senatör veya temsilci birikimlerini politik deneyimlerini ve ilişkilerini ticari yönde kullanmaktadır.

Lobicilik 1970 lerden başlayarak o kadar büyük bir hızla gelişmiştir ki, bugün hiç kimse Kongreyi veya bürokrasiyi etkilemeye çalışan lobicilerin gerçek sayısını ve ne kadar para harcadıklarını tam olarak bilememektedir.

Politikayı etkileme ve ikna mesleği olan lobiciliği daha iyi anlayabilmek için, lobicileri daha iyi tanımak ve kullandıkları teknikleri daha yakından incelemek gerekir. Lobiciler ve kullandıkları teknikler her kuruluşun kendi yapısına göre değişiklikler gösterir. Bir nesil önceki lobicilikle bugünkü lobicilik büyük farklılıklar göstermektedir. Bir nesil

önce, lobicilerin sadece bazıları halkla ilişkiler uzmanı, bazıları bağış kampanyalarında başarılı, bazıları da lobiciler için strateji hazırlayan fazla profesyonel olmayan kişilerdi. Ancak bugün lobicilik profesyonelleşmiştir. Avukatlar, hukuk firmaları yeni tarz lobiciliğın içine aktif olarak katılmaktadırlar. Bugün için lobiciler, lobicilik firmaları ve kullandıkları çok çeşitli yöntem ve teknikler ayrıntılı bir incelemeyi gerektirmektedir.

Lobicilik sadece, bir kanun taslağının reddi veya kabulü için yapılan çalışmalar değildir, lobicilik aynı zamanda kurulmuş, yürürlükte olan politikaların devamı, yerleşik sistemin devamını sağlayan, hatta sistemi daha da sağlamlaştıran bir güç olarak da değerlendirilebilir.

Lobicilik faaliyetlerini meslek olarak edinenleri üç ana gruba ayırabiliriz:

- Bir şirket veya kurum için sürekli faaliyet gösteren klasik lobiciler
- Belirli bir kanun teklifinin geçip geçmemesi için faaliyet gösterenler ki bunlarda süreklilik yoktur (single issue lobbyists)
- Ve diğerleri dediğimiz üçüncü grupta birçok değişik meslek sahibine rastlayabiliriz; danışmanlar, hukukçular, halkla ilişkiler uzmanları gibi.

Lobicilik faaliyetleri, halkla ilişkiler bölümlerinden veya firma dışındaki danışman şirketlerden çok ayrı olarak değerlendirilmektedir. Bunun bir nedeni de büyük şirketler, sanayii kuruluşları, hukuk

danışmanlarının denetimi altında, kayıtlı profesyonel lobicilerle çalışmayı yeğlemektedirler. Halkla ilişkiler uzmanları için lobicilik faaliyetlerinin dar kapsamlı olması, faaliyet alanlarının daha kısıtlı olması bu faaliyetlerin çok tedbirli ve zaman zaman çok ketum yürütülmesi gerekliliği, profesyonel lobicilerin halkla ilişkiler uzmanlarına tercih edilmesine ve lobicilik faaliyetlerinin halkla ilişkiler bölümünün dışında yürütülmesine neden olmaktadır.

Lobiciler müşterilerini kamuoyunda temsil etmek ve onların politik tercihlerini açıkça, ancak çok dikkatle belirtmek durumundadırlar. Tipik bir lobici yoktur. Lobicilerin çoğunluğu eski resmi görevliler, avukatlar ve kuruluş temsilcileridir. Bazıları özel firmalardan gelirler, bazılarının devlet deneyimi vardır, diğerleri politikayla ilgilenmiş olabilirler, bazıları yüksek yönetim kadrolarından gelmektedirler, bazıları ise Temsilciler Meclisinin çeşitli kademelerinde görev almış kişilerdir. Yönetimi etkilemek isteyen birçok kuruluş , kurum ve organizasyonlar iyi bir lobiciden asla vazgeçemezler.

1 - Lobici Özellikleri ve Kategorileri

İyi bir lobiciyi çeşitli kategorilerde toplayabiliriz. Ancak hepsinin aşağı yukarı ortak bir özelliği vardır. Hepsi kariyerlerinin olgunluk dönemindedirler. Prestijleri oldukça yüksektir, diğer bir meslek dalında - ticaret, hukuk eğitim gibi - başarılı olmuş kişilerdir. Kariyerlerinin ikinci veya üçüncü etabında lobiciliği seçmiş, seçkin, aydın, başarılı ve zengin kişilerdir. Yüksek bürokratik ve hükümet çevrelerinde gayet rahat hareket ederler, sosyo-ekonomik geçmişleri bağlantı halinde oldukları Kongre

üyeleri veya yönetim kadrolarındaki kişilerle aşağı yukarı aynıdır. Bu ortak özgeçmiş, sosyal ekonomik ve politik kavramlarda, ortak bir hareket zemini oluşturur. Ortak hareket zeminin yanısıra başarılı olabilmek için bir lobicinin kolay bağlantı kurabilmesi, etkili ve yetkili kişilere kolay ulaşabilmesi, pazarlık kabiliyetine sahip olmaları, uyguladığı tekniklere tam anlamıyla hakim olabilmesi gerekmektedir. Lobicilerin öncelikle çok iyi birer diplomat olmaları savundukları konularda derin bilgi sahibi olmaları, iyi birer müzakereci olmaları, sahip olmaları gereken çok önemli yeteneklerdir. Yasama yetkilileri, bürokratlar veya hükümet yetkilileri tarafından , temsil ettiği kurum veya şirketin savunduğu konu hakkında bilgi ve görüşlerine başvurulmak üzere çağırılabilirler.

Lobici her zaman rahat ve yumuşak yaklaşım içinde olmalıdır, asla gergin bir izlenim vermemelidir. Lobiciliğin yaşamsal şartı ise inanılır olmaktır. Lobici daima doğruları dile getirmelidir. Herhangi bir konuda lobicilik faaliyetine girebilmek için lobicinin önce kendisinin konuya inanması gerekmektedir. Resmi görevlileri kendisini dinlemeye ikna edebilmeli, ancak görevliye kısa, açık ve çok net bir şekilde konuyu açıklamalıdır. Konu hakkında çok hazırlıklı ve tam bilgili olmalıdır. Görüşmenin sonunda her zaman konu hakkında yazılı bir özet bırakmalıdır.

2 - Bürokratlar ve Seçimle İş Başına Gelmiş Yetkililer

Hernekadar tipik bir lobici varlığından söz edilemez ise de lobicileri iki ana grupta da toplayabiliriz. Birinci grupta, daha önce yasama veya idari görevlerde bulunmuş birçok senatör daha sonraları lobicilik mesleğine geçmişlerdir. J. William Fullbright dünya eğitim çevrelerinde çok

iyi tanınan bir isimdir. Senato Dış İlişkiler Komitesinde görev almış, sağladığı burslarla dünyaca ün kazanmış, ancak seçim bölgesi olan Arkansas-Little Rock'un ekonomik sorunlarıyla ilgilenmediği için yeniden seçilememiştir. Fullbright da böylece lobiciler kervanına katılmıştır. Eski senatörler, eski temsilciler, yasama yöntemleri hakkında derin bilgilerinin yanısıra diğer lobicilerden üstünlükleri, konuya nasıl yaklaşmaları gerektiğini tüm ayrıntıları ile bilmektedirler. Ayrıca Kongre üyeleri daha önceki meslektaşlarına daha sıcak yaklaşmaktadırlar.

Bir diğer örnek ise, Reagan yönetimi sırasında personel şef yardımcısı olan Michael Deaver, kendi danışmanlık şirketini kurmak için yönetimden ayrılıp, politik deneyimlerini ve ilişkilerini, kurduğu Michael K.Deaver ve Ortakları Şirketi aracılığıyla müşterilerinin hizmetine sunmuştur.

Nixon döneminde başkana danışmanlık görevini yürüten John P. Sears'de "John P. Sears'in Hukuk Bürosu" adı altında bir lobicilik şirketi kurmuştur.³ Belki de, bazı örneklerini verdiğimiz bu olgu, bazı kesimler tarafından lobiciliğin "nüfus ticareti" olarak tanımlanmasına neden olmaktadır.

3 - Hukukçu - Lobiciler

İkinci grubu ise hukukçular meydana getirmektedirler. Hukukçular lobicilik faaliyetlerinde çalışanların çoğunluğunu meydana getirirler. Kongreden bir kanunun çıkarılmasını sağlamak veya tam tersine

³Mahood, H.R.: "İterest Group Politics in Amerika", New Jersey,1990, s 57

bir kanun tasarısının engellenmesinin karmaşıklığı hukuk bilgisini zorunlu kılmaktadır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki bugün için artık hukukçu olmakta şart değildir, zira hukuk büroları, hukuk danışmanları, lobicilere gerekli hukuki bilgileri sağlamaktadır. Hukuk bilgisi olmayan lobicilerde, avukatlar kadar başarılı olabilmektedirler. Yüzlerce hukuk firması ve avukat politik hayatın işleyişinde aktif olarak yer almaktadırlar.

4 - Mega Firmalar

Son senelerde Washington'daki lobicilik şirketleri arasında çok yeni bir olgunun gelişimi dikkatleri çekmektedir : Mega Firmalar . Bu firmaların sundukları hizmetler geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Rekabetin çok yoğun olduğu lobicilik pazarında bazı seçkin firmalar müşterilerine sundukları servisleri çeşitlendirmek, çoğaltmak zorunluluğunu hissetmişlerdir. Sundukları hizmetler arasında ,etkinlikler hazırlamak, anket düzenlemek, bağış kampanyaları düzenlemek, politik danışmanlık hizmeti sunmak, yönetim danışmanlık hizmeti sunmak, ekonomik danışmanlık, mektup kampanyaları düzenlemek, basın ve yayın organları için programlar hazırlamak, reklam programları hazırlamak , medya stratejileri hazırlamak, halkla ilişkiler, diğer gruplarla işbirliğine girmek, seçmenlere yönelik propaganda programları hazırlamak ve hukuk danışmanlığı sayılabilir. ⁴

Yukarıda saydığımız bu çok çeşitli hizmetleri sunan firmalar, müşterilerinin isteği doğrultusunda, en doğru olan servisi verebileceklerdir. Birkaç servisi birden isteyen müşteriler, böylece tek bir firmada tüm servis ihtiyaçlarını karşılayabileceklerdir. Tek bir mega firmanın, çeşitli servisleri

⁴Mahood, H.R., a.g.e., s.60

birarada yürütmesi, sunulan servisler arasındaki ko-ordinasyonun sağlanmasında büyük kolaylıklar sağlar. Müşteri tarafından istenilen hizmetlerin, çeşitli servislerin tek elde toplanması her zaman çok daha avantajlıdır. Mega firmalar müşterilerine çeşitli hizmetleri birarada sundukları gibi, sadece tek bir konuyla ilgilenen ve tek bir konuda hizmet isteyen kişi ve kuruluşlara da servis vermektedirler.

Türkiye'nin Washington'daki lobicilik faaliyetlerini yürüten lobicilik firmalarından biri olan Hill & Knowlton, mega firmalara verilecek en iyi örnektir. Bu mega firma daha önce saydığımız tüm hizmetleri müşterilerine sunmaktadır.

Mega firmalarda ilk akla gelen dezavantajlar, tüm büyük firmalarda olduğu gibi işlerin yavaş yürümesi, yönetimin ağır işlemesi, hizmetlerin daha pahalı olması sayılabilir. Yüksek ücretli memurların maaşları, büyük binalar , şık büroların ücretleri müşteriler tarafından ödenmektedir.

Senatörler, Beyaz Saray görevlileri, yönetimin şahsen içinde bulunan, karar mekanizmalarının kilit noktalarında görev yapmış üst düzey bürokratlar, kariyerlerinin herhangi bir döneminde görevlerinden ayrılıp, mega firmalara kaymaktadırlar. Bu da mega firmalara büyük bilgi ve bağlantı avantajları sağlamaktadır. "Döner Kapı Sendromu" olarak da bilinen bu akışa bir örnek olarak 1977-1979 seneleri arasında binaltıyüz Pentagon görevlisinin mega lobicilik şirketlerine kaymasını gösterebiliriz.⁵

⁵Mahood, H.R., a.g.e., s.60

Gayet tabiidir ki bu beyin göçü, hükümetleri zaman zaman çok zor durumlara sokmaktadır. Beyin göçü özellikle Adalet Bakanlığı ve Pentagon'un en büyük sorunudur.

Pentagon'dan, savunma sanayii ile ilgili firmalara olan beyin göçünü , teknisyenler, mühendisler, silah sanayii hakkında derin bilgisi olan, hükümetin silahlanma politikasını yakından bilen kişiler oluşturmaktadır. Bu kişiler teknik bilgilerinin yanısıra, konunun politik yönü, hükümetin politik bağlantıları hakkında da uzmandırlar. Personel değişimi lobcilik firmalarına uzay programları, yeni geliştirilen silahlar hakkında lobcilere geniş bilgiler sağlamakta, görüşlerini genişletmektedir. Silahların geliştirilmesi ve pazarlanması konusunda teknik eğitilmiş ve bilgili bu kişiler, savunma sanayiinin hükümetle olan ilişkilerinde adeta bir kontrol mekanizması görevi yaptığı da gözardı edilmeyecek bir gerçektir.

C - LOBİCİLİĞİN ON ALTIN KURALI

Çok geniş ve ilgi çekici bir alanı kapsayan lobicilik mesleğinin katı kuralları yoktur. Ancak bu mesleği seçen kişilerin belirli bazı kuralları uygulaması başarıya ulaşmak için gereklidir. Herşeyden önce iyi bir eğitim gerekmektedir. Hukuk veya Siyasal Bilimler eğitimi, genel kanının aksine lobicilik mesleğinde başarılı olmak için ideal eğitim değerlerdir, zira bu fakültelerde lobicilik hakkında eğitim veya ders verilmemektedir. Ancak hukuk bilgisi yardımcı bir özellik olarak değerlendirilebilir. Temsilciler Meclisi ve Kongre'nin çoğunluğunun hukuk eğitimi görmüş kişilerden oluşması, komisyondaki üyelerin çoğunluğunun hukukçu olması , hukuk eğitimi almış lobicilere onlarla bağlantı kurmada bazı kolaylıklar sağlayabilir, aralarında ortak bir dil platformu oluşturabilir.

İletişim, Halkla İlişkiler ve Gazetecilik meslekleri lobicilik mesleğine girecek olanlar için ideal eğitim olarak değerlendirilebilir. Lobicilik mesleği herhangi bir fikri pazarlamak ve satmak mesleği olduğundan lobicinin iletişim tekniklerini çok iyi bilmesi, yazılı ve sözlü ifadede son derece etkin olması gerekmektedir. İletişim, halkla ilişkiler ve gazetecilik konusunda eğitim görmüş kişiler, mesleklerinin gereği herhangi bir konuyu akıcı, anlaşılır bir dilde yazmak konusunda uzman oldukları gibi, ikna edici konuşmaları ile de dikkati çekerler. Eğitimleri gereği geliştirilmiş konuşmak ve yazmak konusundaki kabiliyetleri, lobicilik mesleğinde başarıya ulaşmada onlara büyük avantajlar sağlayacaktır

Lobicilik mesleğini seçen kişiler , yetkili, kilit noktadaki kişilere, önemli mevkilerdeki kişilere her zaman yardıma hazır olmalıdır. Hatta gerektiği durumlarda yardımlarını hiçbir karşılık , hiçbir çıkar beklemeden , yardıma ihtiyacı olan kişilere sunmalıdırlar. Zor anlarda destek asla esirgenmemelidir. Lobicilik mesleğinde arkadaşlar da çok önemlidir, geniş bir arkadaş ağına sahip olunmalı, insanlarla olan ilişkiler saygı , sevgi, güven ve en önemlisi içten yakınlığa dayanmalıdır.

Profesyonel lobiciliğin esası hükümet yetkilileri ile iyi ilişkiler kurmaya dayanmaktadır. Profesyonel lobiciler zaman içinde neleri yapmaları gerektiğini , neleri de asla yapmamaları gerektiğini tecrübeleriyle kavrarlar. Uzun yılların birikimleri profesyonel lobicilere her zaman sabırlı olmayı, herşeye hazırlıklı olmayı, kusursuz ve azimli olmayı öğretmiştir.

Başarılı olmak isteyen lobiciler, inanılır ve güvenilir imajı yaratmalı ve bu imajı gölgeleyecek hiçbir davranışta bulunmamalıdırlar. Konuyu destekleyen yetkiliyi asla yanıltmamalı ve yetkilinin yanlış yola sapmasına asla meydan verilmemelidir. Bunu sağlamak için de konuyu destekleyen yetkiliye tüm ayrıntılar çok gerçekçi bir şekilde anlatılmalıdır. Ancak gerçekler anlatılırken , yanlış anlamalara , yanlış yorumlara sebebiyet verilmeyecek kadar dikkatli , özenli ve kesin ifadeler kullanılmalıdır.

Lobicilik mesleğini başarıyla sürdürmek isteyen her lobicinin titizlikle uygulaması gereken 10 altın kural başarının anahtarıdır.

- 1- Sadece ve sadece doğruyu söyleyeceksiniz, açık, kısa ve öz konuşacaksınız, konunuzu ana hatlarıyla 15 saniyede anlatabilmelisiniz.
- 2- Seçmenlerin, oy veren kitlenin bir anlamda kamuoyunun ilgisini mektup, telefon ve ziyaret şeklinde temsilcilere yansıtmalı, kamuoyunu aktif hayata geçirebilmelisiniz.
- 3- Karşıtlarınızı asla ama asla küçümsemeyin. Karşıtlarınızın saygınlığını asla lekelemeye çalışmayın.
- 4- Dostlarınızın seçimleri tekrar kazanmasına yardım edin. Herzaman yardıma hazır olun.
- 5- Konunuzu çok iyi bilin, kendinize ve konunuza inancınız tam olsun ama asla ödün vermekten de kaçınmayın, uzlaşmacı olun.
- 6- Asla sabırsız olmayın. Bu sene kazanmasanız bile, seneye kazanacağınız inancını kaybetmeyin.
- 7- Yakın çevrenizdeki insanları sevin onların, işbirliğine veya desteğine ihtiyacınız olabilir.

8- Her zaman çoğunluğu sağlamaya çalışın.

9- Çalışkan personelinizi takdir edin ve bunu onlara gösterin, sizin başarınızı onların hazırladığını unutmayın.

10- Başarı anında alçak gönüllü olun, zira konunuz heran veto edilebilir. Başarının şanını temsil ettiğiniz kişi veya kuruluşa bırakın.

Lobicilik mesleğini seçen kişiler gerektiği zaman perde arkasında kalmasını bilmelidirler, lobicilerin kazandıkları başarılar aslında savundukları konunun , temsil ettikleri kuruluşun başarısıdır.

Lobiciler her zaman kendi ülkelerinin çıkarlarını temsil ettikleri şahıs veya kurumların çıkarlarının üstünde tutarak, anayasa ve kanunlara uyarak devlet bütünlüğünü sarsacak hiçbir faaliyette bulunmamanın zorunlu bir yurttaşlık görevi olduğunun daima bilincinde olarak lobicilik mesleğini yürütmelidirler.

D - LOBİCİLİK FAALİYETLERİNİN YASAL BAZI

Araştırmanın başında da belirtildiği gibi bu bölümde de lobiciliğin anavatanı olan Amerika Birleşik Devletlerinde lobicilik faaliyetlerinin yasalar çerçevesinde denetlenmesi incelenecektir.

Yasal bir faaliyet olarak kabul edilen lobicilik , Amerikan Hükümeti ve birçok Federal Hükümet tarafından yasalarla düzenlenmiştir. Örneğin lobicilik faaliyetlerinde aktif olarak çalışanların Adalet Bakanlığına kaydolmaları ve muntazam aralıklarla faaliyet raporu sunmaları ve aynı zamanda lobicilik faaliyetleri için yapılan harcamaların devlete rapor edilmesi gibi bazı zorunluluklar getirilmiştir.

Federal Hükümetlerde lobicilik faaliyetleri 1946 yılında yürürlüğe giren "Federal Regulation of the Lobbying Act" hükümleri ile belirlenmiştir. 1946 yılında yürürlüğe giren "Lobicilik Faaliyetlerinin Federal Hükümleri" diye bilinen bu kanun ile, federal hükümetler, lobicilik faaliyetlerinin modern hükümet anlayışının vazgeçilmez bir unsuru olduğunu da kabul etmişlerdir. Bu kanun hükmü ile lobicilik faaliyetlerini meslek edinenlerin Adalet Bakanlığına kaydolmaları ve her dört ayda bir faaliyet masraflarının rapor edilmesi zorunlu kılınmıştır.

USD 500'den daha fazla olan gelirler ve bu gelirlerin kaynakları ile 10.- USD daha fazla olan harcamaların kayıtlarının tutulması zorunludur. Tüm profesyonel lobicileri kapsayan bu kanun bazı kişi ve kuruluşlara ayrıcalık tanımaktadır. Kongrede veya komisyonlarda herhangi bir kanun

teklifinin lehinde veya aleyhinde savunma yapmak durumunda olan kişi, herhangi bir devlet memurunun veya resmi görevlinin, görevinin gerektirdiği yetki ve sorumlulukla ve görevinin gereği faaliyette bulunması; gazete veya mecmuaların ve bunlara bağlı herhangi bir gazete veya mecmuada çalışan gazeteciler, bu kanun hükmünün dışında kalırlar.

Yukarıda belirtilen bu üç katagorideki kişi veya kuruluşlara tanınan bu ayrıcalık profesyonel lobcilerin tanımlanmasında boşluklar yaratmaktadır. Gazetecilik mesleğini icra etmek, Kongrede belli bir yönde savunma yapmak ve lobcilik arasındaki ince çizgiyi belirlemek oldukça zordur, buda büyük boşluklar yaratmaktadır.

Washington Post Gazetesi tarafından 30 yıl sonra yapılan bir araştırma, 1946 yılında çıkarılan bu kanun maddesinin pek ciddiye alınmadığını ortaya koymuştur. Yapılan araştırmaya göre başkent Washington'daki devlet dairelerinde onbin kadar lobcinin koşturduğunu ama bunlardan sadece ikibininin kayıtlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu son derece etkisiz kanunla, kamuoyunun veya Kongrenin lobcilik faaliyetlerinin tüm boyutlarını ve kamuoyunu etkilemek için kimin hangi kampanyaya ne kadar para yardımıyla bulunduğu bilmelerine olanak yoktur.

Lobicilik faaliyetinin denetimini yoğunlaştırmak, bu faaliyetler hakkında daha kapsamlı bilgi edinmek için 1976 senesinde Kongrede yapılan çalışmalar "Lobicilerin lobisi" ile engellenmiştir.⁶ Bu olay

⁶Cutlip, Scott & Center, Allen, a.g.e., s.264

Amerika'daki lobicilik faaliyetlerinin boyutlarını göstermesi bakımından oldukça çarpıcı bir örnektir.

Kongre'de 1976 senesinde geçirilmeye çalışılan kanun kişi veya kuruluşların kendi bünyelerinden olmayan 3. şahısların, kendileri için yazılı veya sözlü lobicilik faaliyetlerinde bulunmaları ve bu faaliyetler için 1250.- \$ ücret alanlarla, çalışma saatinin %20 sini lobicilik faaliyetlerine ayıran ücretlilerin profesyonel lobici sayılmaları ve buna bağlı olarak da kaydolmaları, gelir ve gider raporları verilmesini hükme bağlayacaktı, ancak daha önce de belirttiğimiz gibi "lobicilerin yoğun lobisi" ile hükümet denetimi engellenmiş ve kanun teklifi geri çevrilmiştir.

Lobiciler, denetimi engelleyen faaliyetlerini 1976 senesinden 1990 senesinin son ayına kadar büyük bir başarı ile sürdürmüşler, ancak 1 Ocak 1991 tarihinde yürürlüğe giren kanunu engelleyememişlerdir.

1 Ocak 1991 tarihinde yürürlüğe giren kanunla, resmi görevliler yan gelirlerinin büyük bir kısmını kaybetmişler ve görevlerini bıraktıktan sonra dahi bazı katı önlemlere tabi olacakları hükme bağlanmıştır. "Ethics Reform Act of 1989" adıyla geçen ve 1 Ocak 1991 tarihinde yürürlüğe giren bu hükümle hükümet yetkilileri, kendi konularıyla ilgili olmasa dahi toplum önünde konuşma yapamayacaklar, makale veya herhangi bir yazı yazamayacaklardır.

Bu tarihten itibaren yürürlüğe giren diğer hükümler ise eski hükümet görevlilerinin, hala aktif görevde bulunan eski çalışma arkadaşları, meslektaşları ve yabancı kişi ve kuruluşlarla yapacağı iş anlaşmalarına da

bazı kısıtlamalar getirmektedir. En kısıtlayıcı maddeler ise hükümet nezdindeki görevlileri ve Başkana yakın yüksek düzeydeki bürokratları, yüksek idari makamlardaki kişileri kapsamaktadır. Bu kişilerin hükümetteki görevlerinden ayrıldıktan sonraki bir yıl içinde yönlendirici, yönetici veya aktif lobicilik faaliyetlerinde bulunmaları yasaklanıyor.

Bu kanun birçok resmi görevlinin 1991 senesinden önce istifa etmesine neden olmuştur. Devlet memurlarının lobicilik faaliyetleri için para almasını yasaklayan bu kanun aleyhine "söz özgürlüğüne aykırı" olduğu savıyla Federe Hükümet görevlileri tarafından bir dava açılmıştır. Yeni kanunun tüm hükümet görevlilerini etkileyeceği görüşü ağırlık kazanmaktadır. Şu anda Kongre'de bu kanunu hafifletmek için bazı tekliflerin kapı arkalarında konuşulduğu, yoğun lobicilik faaliyetleri gözlenmektedir. Ayrıca Hazine Çalışanları Sendikası lobicilik faaliyetleri için ücret alınmasını yasaklayan kanunun hükümet faaliyetleri ile ilgisi bulunmayan konudaki faaliyetleri de kapsadığı için anayasaya aykırı olduğuna dair bir mahkeme kararı çıkartmaya çalışmaktadırlar.

Yeni kanuna göre, ticari ve siyasi anlaşmalarda bulunan eski resmi görevlilerin bu bilgileri yeni müşterilerine aktarmaları, eski üst düzey devlet memurlarının, yabancı hükümetleri veya siyasi partileri Kongre dışında, herhangi bir hükümet kuruluşunda temsil etmeleri, görevden ayrıldıktan sonra bir yıl süreyle yasaklanmıştır. Bu yasak sadece çalışmış oldukları makamla ilgili, olmayıp, tüm hükümet kuruluşlarındaki lobicilik faaliyetlerini, kısaca tüm lobicilik faaliyetlerini kapsamaktadır. Bir örnek vermek gerekirse Savunma Bakanlığında ayrılmış bir kişiye sadece

Savunma Bakanlığı nezdinde yapacağı lobcilik faaliyetleri değil, Dışışleri Bakanlığı veya Maliye Bakanlığı, yani tüm Bakanlıklardaki lobcilik faaliyetleri yasaklanmaktadır.

1 Ocak 1991 tarihinde yürürlüğe giren bu kanun lobcilik faaliyetleri için alınan ücretlere de bazı kısıtlamalar getirmiştir. Yönetici Kadronun 2.derece maaşı olan 125.000.-\$'en en fazla %15'ini alabileceklerdir.

Bu yeni kanunla NASA, kilit noktadaki birçok personelini kaybetmiştir. Bu istifalar Amerika'da lobciliğin ulaştığı tehlikeli boyutları gözler önüne sermektedir.

Kısaca, bir zamanlar politik hayatın yeraltı faaliyetleri olarak tanımlanan lobcilik bugün artık çok saygın bir meslek olarak kabul edilmektedir. Bazı istisnalar dışında bugünün lobcileri toplumun saygın kişileridirler. Belirli bir eğitim gerektirmeyen lobcilik mesleği zaman içerisinde kazanılan deneyimler birikimidir. Lobcilik teknikleri , bürokrasinin işleyiş şekli , bir lobcinin uyması gereken lobciliğe özgü davranış şekilleri ve lobciliğin moral değerleri , tüm bu özellikler yılların deneyimi ile elde edilen değerlerdir. Tüm bu bilgiler ve değerler ışığında herhangi bir kuruluş ve fikrin savunulması için gösterilen faaliyetler yasal denetimler altında yürütülmektedir.

Bu bölümde lobici kimliği , yrtlen lobcilik faaliyetleri ve bu faaliyetlerin yasalar çerçevesinde denetimi anlatılmıştır.

İkinci Bölümde lobicilik faaliyetlerindeki süreç ve bu süreç esnasında kullanılan teknikler ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.



II - B Ö L Ü M

LOBİCİLİK SÜREÇ ve YÖNTEMLERİ

A - SÜREÇ

Lobiciler ve onların bağlı olduğu kuruluşlar, diğer bir deyimle lobicilik firmaları başarılı sonuçlar elde etmek isterler, bütün gayretleri pek tabiidir ki bu yöndedir. Bunun için belirli bir plan çerçevesinde hareket edilmelidir. Lobicilik faaliyetlerinin hemen hemen hepsinde uygulanacak plan üç ana başlık altında belirlenir. Lobicilik faaliyetinin başlangıcından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte üç basamak vardır.

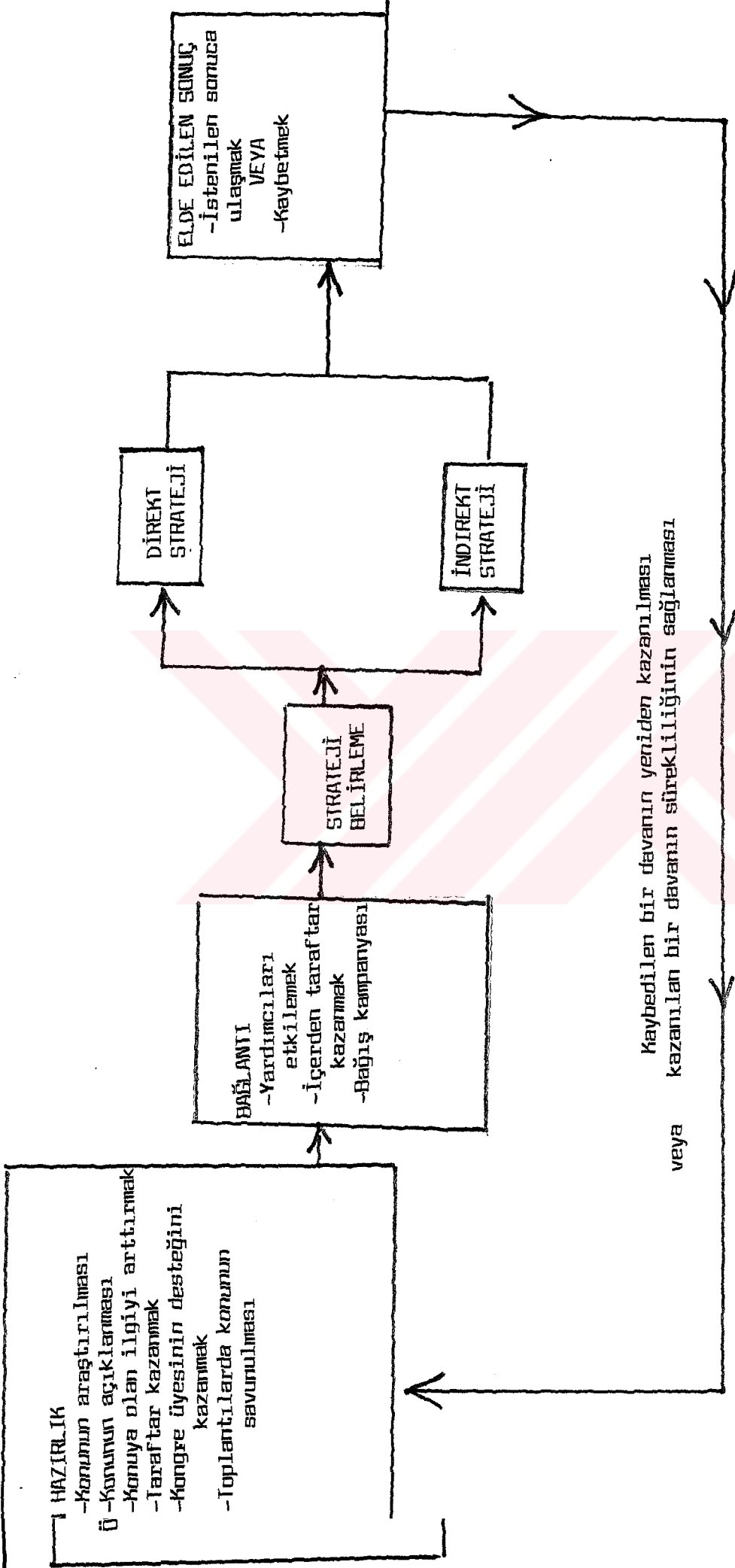
1- Ön Hazırlık Bölümü

- a- Konunun araştırılması
- b- Konunun açıklanması
- c- Taraftar kazanmak
- d- Kongre üyesinin desteğini kazanmak
- e- Konuya olan ilgiyi arttırmak
- f- Toplantılarda konunun savunulması

2- Bağlantı

- a- İçerden taraftar kazanmak
- b- Yardımcıları etkilemek
- c- Bağış Kampanyaları

LOBİCİLİK FAALİYET SÜRECİNİN
ANA ETAPLARI



3- Uygulanacak Stratejiler

- a) Direkt Strateji
- b) İndirekt Strateji

1- Ön Hazırlık

Lobicilik faaliyetine başlamadan önce, içinde bulunulan konumu belirlemek ve uygulanacak teknikleri ve stratejileri belirlemek için bir lobinin kendi kendine sormak zorunda olduğu sorular vardır.

- Müşteri veya şirket savunmaya uygun bir konumda mıdır? Eğer değilse değiştirilebilir mi ?
- Şirketin kamuoyundaki görüntüsü nedir ?
- Şirket veya müşterinin itibar düzeyi nedir ?
- Şirket veya müşteri güvenilir bilgi kaynaklarına sahip midir?
- İstenilen hizmet kamuoyunu nasıl etkileyecektir?
- Faaliyeti başarı ile yürütebilmek için gereken bağlantılar kimlerdir?
- Kararlarda etkili olacak kişi ve merciiler kimlerdir ?
- Uygulanacak strateji ve zamanlama teknikleri belirlenmiş midir?
- Yapılan plan hem saldırı hem savunma taktikleri üzerine kurulmuş mudur?
- Karşıt fikirler ayrıntılı bir şekilde toplanmış mıdır?
- Karşıt lobicilik faaliyetleri, karşıt çalışmalar yeterince incelenmiş midir?
- Onların stratejileri nelerdir, dayandıkları savlar nelerdir, çevreler kimlerdir?

Bir lobici harekete geçmeden önce tüm bu sorulara ayrıntılı ve yansız cevaplar vermek zorundadır. Bu sorular doğrultusunda yapılacak bir durum saptamasından sonra harekete geçmelidir.

a-Konunun araştırılması ilk yapılacak çalışmadır. Mümkün olduğunca çok bilgi toplamaya çalışılmalıdır, hatta amaç ihtiyaçtan çok daha fazla bilgi toplamak olmalıdır. Konu açıklanırken yapılacak en küçük bir hata, bir açık karşıt fikirdekilerin savunulan teoriyi yerlebir etmesine neden olabilir. Bunu önlemek için karşıtlar hakkında da çok ayrıntılı bilgi toplanması gerekmektedir. Karşıt fikirdeki şahıslar belirlenemese dahi, onların fikirleri, dayandıkları noktalar ve savunma tezleri hakkında mümkün olduğunca ayrıntılı bilgi edinilmelidir. Karşıt fikirdeki şahısların en az konuyu savunan lobiciler kadar bilgili, deneyimli ve zeki olduğunu asla akıldan çıkarmamak gerekir. Daima düşmanlara gereken saygı gösterilmelidir, zira bu şahıslar da karşı fikrin kazanması için büyük çaba gösteren, bilgili zeki ve hırslı kişilerdir.

b-Konunun açıklanması: Bir lobicinin konu hakkında gerekli araştırmalar yapıldıktan sonra ilk hedefi, konu hakkında dikkati çekmeyi başarmak olmalıdır. Dikkati çekmek için, konu kolay anlaşılır bir şekilde, mümkün olduğunca sade bir dille açıklanmalıdır. Ulaşılmak istenen hedefler çok açık ve mantıklı bir çerçeve içinde iki sayfayı geçmeyecek uzunlukta anlatılmalıdır.

İlk görüşme esnasında ana hatlar iki üç dakikaya sığabilecek şekilde özetlenebilmeli, çevreye ve topluma faydaları vurgulanmalıdır. İlk açıklama hayati bir önem taşır. Eğer ilk temasta ilgi çekerseniz, diğer görüşmelerde konuyu daha ayrıntılı anlatmak için zaten imkanınız olacaktır. Temsilci veya Senatör veya onların ekipleriyle yapılan ilk presantasyonda, savunulunan konunun onlar içinde faydalı olduğuna, seçimleri yeniden kazanma şanslarını arttırıcı özelliklerine muhakkak değilmelidir. İlk açıklama ne kadar kısa ve öz olursa, başarılı olma şansı o kadar çok olur. Konuya gerekli ilgi gösterildikten sonra ise, gerekli açıklamalar, kamuoyunun konu hakkındaki düşüncesi, bilimsel açıklamalar ayrıntılı olarak sunulabilir.

c-Taraftar Kazanmak: Kazanılan taraftar sayısıyla asla yetinmeyip daima daha fazla, çok daha fazla taraftar kazanmak için yoğun çaba gösterilmelidir. Savunulan konunun tarafında olmasının çok fazla yararı dokunmayacak kişiler dahi kazanılmaya çalışılmalıdır, hiçbir taraftar, hiçbir yandaş küçümsenmemelidir. Bugün için önemsiz gibi görünen bir taraftarın, ileride çok önemli bir yandaş olabileceği asla gözardı edilmemelidir.

Oy kullanan herkes, tüm ticari kuruluşlar, tanınmış şahsiyetler, televizyon sanatçıları, televizyon spikerleri ve sunucuları, film yıldızları, tiyatro sanatçıları, sporcular, bilim adamları, önemli yöneticiler, hepsi kazanılması gereken hedeflerdir. Taraftarlar ülkenin her köşesinden olmalıdır.

d-Kongre üyesinin desteğini kazanmak: Bir kongre üyesinin savunulan konuya ilgi duyması ve desteklemeye karar vermesi kadar önemli birşey olamaz. Konuyla ilgili olan Kongre üyesini bulup, onunla bağlantı kurmak şarttır. Ancak bu işin kolay yönüdür. Zira bu kongre üyesinin konuya ilgi duymasını sağlamak ve onun desteğini kazanmak oldukça zordur.

Bir kongre üyesi ile bağlantı kurmadan önce Adalet Bakanlığına muhakkak kaydolmak gerekmektedir. Hernekadar 1946 yılında yürürlüğe girmiş olan "Lobicilik Kanunu " Washington çevrelerince önemsiz, belirsiz ve fazla esnek olarak değerlendirilirse de Kongre üyesinin karşısına kayıtlı lobici olarak çıkılması daha resmi bir hava verecek ve duyulan ilgiyi arttıracaktır.

e-Konuya olan ilgiyi arttırmak: Kongre üyeleri ve temsilciler kendi seçim bölgelerindeki hareketleri dikkatle izlerler. Bu sebepten dolayı desteklemeyi düşündükleri konuları, kendi seçmenleri üzerindeki etkisi, seçmenlerin bu konudaki fikirleri, görüşleri temsilciler için çok önemlidir. Seçmenler birçok konudaki bilgileri medya aracılığıyla edinirler. Böyle oluncada konuyla ilgilenmesi istenilen, gazete, televizyon, radyo gibi basın yayın organlarının önce ilgisini çekip, onların aracılığıyla seçmen kitlesine ulaşmak gerekmektedir. (Medya Kullanımı Medya Bölümünde ayrıntılı bölümde incelenecektir) Eğer temsilci kendi seçim bölgesinde, savunulan konuya bir ilgi olduğunu görürse, bölgesinde dikkat ve ilgi çektiğini belirlerse, konuşulan güncel konu olduğunu hissederse konu hakkında

faaliyet gösteren muhakkak dinleyecektir. Hiçbir zaman unutulmamalıdır ki temsilciye giden yol seçmenlerden geçmektedir.

Yerel gazetelerde, konuyla ilgili yazılar çıkması sağlanmalıdır. Ancak bununla yetinilmemelidir zira başkentteki temsilci yoğun iş temposunun arasında kendi seçim bölgesinin dahi olsa, yerel bir gazeteyi göremeyebilir. Çıkan bu yazının görülmeden geçip gitmesini engellemek için, yazının kesilip temsilciye postalanması, görülmeme riskini yok eder.

f- *Toplantılarda konunun savunulması:* Konu hakkında karar verecek olan komisyon veya alt komisyona savunulan konuyu destekleyen kişilerin adları verilmiş olabilir. Komisyonlar, gerektiğinde adları verilen bu kişilerin bilgi ve görüşlerine başvurabilir. Adı verilen kişilerin, konu hakkında bilgili, güvenilir, komisyon üyelerinden gelebilecek her türlü soruları nasıl cevaplayacağını bilen, ikna kabiliyeti yüksek, kendine güvenen saygılı kişiler olmasına azami gayret gösterilmelidir.

Bütün bu saydıklarımıza ilaveten, destek veren Kongre üyesi ile uyumlu bir çalışma temposuna girilmeli, kongre üyesini destekleyici unsurlar bulunmalı, gelişmelere uyanık olunması gerekir. Seçmenlerinin, savunulan konu hakkında desteğinin sağlaması, yapılması gereken en önemli yardımdır.

2- Bağlantı

Ön hazırlık bölümündeki çalışmalar tamamlandıktan sonra bağlantı kurma devresine geçilir. Bu devrede de dikkatli özenli ve ayrıntılı bir plan uygulanması gerekir.

Kongre üyeleri ile temas kurmanın yolları herkese açıktır, ancak asıl karar verme mekanizması kapalı, görünmez ve ulaşılmazdır. Yürütme ile ilgili kararlar yüksek düzeydeki bürokratlar tarafından belirlenir. Bu yüksek düzeydeki bürokratlar ise lobicilik faaliyetlerine tamamen kapalı ulaşılması imkansız karar mercileridir.⁷ Bu kişilere ulaşamadığına göre ilgi ve dikkati temsilcilere, kongre üyelerine yoğunlaştırmak gerekir.

Kongre üyeleri ile temasa geçebilmek için, ilk adımlar bölümünde anlatılan, konunun araştırılması, konunun açıklanması, taraftar kazanmak, kongre üyesinin desteğini kazanmak, konuya olan ilgiyi arttırmak ve komisyon toplantılarında konunun savunulması programı uygulanmaya koyulmalıdır.

Özellikle seçmenler harekete geçirilmeye çalışılmalıdır. Bu konudaki başarı kısa zamanda dikkati çekecektir. Unutulmamalıdır ki Beyaz Saray bile devamlı olarak Kongrede lobicilik faaliyetleri yürütmektedir. Başkanın bile, istediği kanunları Kongre'den çıkarabilmek için seçmenlerinin desteğine ihtiyacı vardır. Bu konuda verilebilecek en iyi iki

⁷Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth: " How to win in Washington", Cambridge MA, 1989, s.18

örnek Johnson ve Reagan'dır. Her iki başkan da seçmenlerinin desteğini Kongre üzerinde çok etkili bir biçimde kullanmıştır.

Johnson altı ay gibi kısa bir zamanda Sağlık Yardımı Kanununu (Medicare), American Medical Assosiation'in şiddetle karşı koymasına rağmen, konunun halk tarafından çok iyi bilinip desteklendiğine ve halkın bu konudaki gelişmeleri çok yakından takip ettiğine Senato ve Kongre üyelerini ikna ederek çıkarmıştır. Diğer bir örnek de Ronald Reagan'ın 1981 senesinde, büyük bütçe açığına rağmen vergi indirimi kanununu Kongre'den çıkarmasıdır.

Şunuda hemen belirtmek gerekir, vergi indirimi tüm amerikan halkını ilgilendirmiştir, onun için Reagan tüm Amerikan halkının desteğini alarak Kongre'ye baskı yapabirmiştir. Çok büyük yetkilere sahip olan Başkan dahi, tüm lobicilerin uygulayacağı, daha doğrusu uygulaması gereken yöntemlerle çalışmaktadır: Kongreyi harekete geçirmek için önce seçmenleri harekete geçirmek gerekmektedir. Seçmenlerin tavrı ve buna bağlı olarak baskı ve ikna yöntemleri Temsilciler ve Kongre üyeleri için çok önemlidir. Seçmenlerden gelen isteklerin yerine getirilmesi, bir bakıma da kendi geleceklerinin garantisidir, onlar için en önemli şey seçmenlerini memnun etmektir. Lobicilik faaliyetlerini yürütebilmek ve daha da önemlisi Kongre'yi ikna edebilmek için savunulan konuyu destekleyen, beraber ortak hareket eden gruplara, taraftarlara ihtiyaç vardır. Bunu sağlayacak araç ise medyadır. Medyanın konuya ilgi duyması sağlanmalıdır. Bir konunun haber olabilirlik niteliği, Kongre'nin dikkatini çekmeyi başarması ile doğru orantılıdır. Bir konu haber olduğu müddetçe önemlidir ve ilgi çeker.

a- *İçerden taraftar kazanmak*: Kongre'ye yaklaşmak için, ilk temas için ilk akla gelen gayet tabii ki lobicinin kendi bölgesinden gelen temsilciler veya o bölgenin senatörleri olacaktır. Savunulan konu, özellikle temsilci ve senatörlerin seçim bölgelerini direkt veya indirekt ilgilendiriyorsa kaplar mutlaka açılacaktır. Yörenin temsilcileri, savunulan konuyla ilgili komisyon veya alt komisyonda bulunmayabilir, ancak gerekli kişilerle bağlantı kurulmasını sağlayacaktır. Konuyu savunan lobiciye gösterilen bu ilginin nedeni bir seçmen olması ve belkide daha önemlisi büyük bir seçmen kitlesini temsil etmesidir.

Tüm Kongre üyelerinin öncelikli amaçları, kendi seçim bölgelerindeki yerel medyada, radyo olsun, televizyon olsun veya yazılı basın olsun, daima birinci sırada yer almaktır.

Kongre üyesine ulaşmak için, onun seçim bölgesinden ise başlamak en pratik en akıllı ve kolay bir yol olabilir. Bağlantı kurulan temsilci ve savunulan konu arasındaki çıkar ilişkileri veya çıkar çatışmaları çok dikkatli incelenmelidir, daha açık bir ifade ile savunulan konunun tam karşısında iseler, o bölgeye hiç el atmamak çok daha akıllıca olur. Bir örnek vermek gerekirse Kuzey Carolina Eyaleti senatörü, Jesse Helms, ateşli bir "tütün ziraati" savunucusudur. Bu kişiye "sigaraya paydos" kampanyası ile veya sigaranın yasaklanması ile ilgili bir konuda yaklaşmak vakit kaybından başka birşey değildir.⁸ Savunulan konu ve bağlantı kurmaya çalıştığınız temsilci veya senatörlerin çıkar ilişkileri çok iyi saptanmalıdır.

⁸Wittenberg, Ernest & Wittenberg Elizabeth, a.g.e., s.20

Diğer bir taraftan seçmen olmanın verdiği avantaj çok akıllıca kullanılmalıdır. Temsilciler ve senatörler hiçbir zaman seçmenleri ile olan bağlarını koparmayı risk edemezler. Senatör Fullbright, Kongre'nin Dış İlişkiler Komisyonu başkanıdır, dünyanın her yerinde verdiği burslardan dolayı tanınır. Dış İlişkiler konusunda başarılı olmasına rağmen seçildiği Arkansa - Little Rock 'un ekonomik sorunlarına uzak kalması, senatörlük hayatına son vermiş, tekrar seçilememiştir. Bu olay Kongre üyelerinin arasında bugün dahi hatırlanır. Seçim bölgesindeki seçmenlerin görüşleri, karar mekanizmasını yöneten temsilciler ve senatörler üzerinde tartışmasız etki yapmaktadır.

b- Yardımcıları etkilemek

Senatörlerin yardımcıları, asistanları, sekreterleri hayati önem taşımaktadır. Randevü ile tıka basa dolmuş defterde, patronuyla görüşme ayarlayan sekreter, kanun veya konuyu hukuki bir dille, daha iyi yazılmasına yardım eden hukuk danışmanlarını, gerekli kişilerle tanıştıran idari işler sorumlularına gereken önem ve nezaketi gösterilmelidir. Bu kişilerin yardımcıları asla gözardı edilmemelidir. Eğer bu ekibin dikkati çekilebilirse, işler yoluna girdi demektir. En iyisi önce yardımcılarından oluşan ekibi kazanmak, onları ikna edebilmektir. Konuyu ilk inceleyen bu yardımcılarıdır, desteğini kazanılmak istenilen temsilciye, savunulan konu hakkında ilk bilgiyi veren bu kişilerdir.

Bu yardımcı ekip senatörün veya temsilcinin kendinden çok daha zorlu bir dinleyicidir, konunun tüm boyutlarını bilmek isteyecek, olumlu veya olumsuz yönlerini, belki da acımasızca irdeleyecektir. Zira patronu kendilerinden konuyu çok ayrıntılı incelemelerini ve olumlu, olumsuz her yönünü masaya getirmelerini isteyecektir.

Bu yardımcılar, konuyu savunan lobcilere oldukça kibar ancak çok da gerçekçi olacaklardır. Zira konu hakkında senatöre veya temsilciye bilgi verirken yapacakları bir hata kariyerlerinin sonu olmasa bile kariyerlerini olumsuz etkileyebilir.

Bir lobici, ilk önce kendi güvenilirliğini korumak, dürüstlüğünü vurgulamak için savunduğu konunun tüm olumlu ve olumsuz yönlerini büyük bir açıklıkla yardımcılarına anlatmalıdır. Bu konunun karşısında olanlar, aleyhinde olanlar, kimlerin karlı çıkacağı, kimlerin kazanacağı, kimlerin kaybedeceği, karşı tarafın savunması, yöntemleri, dayanak noktaları, bunların hepsi konuyu temsilciye götürecek ekibe anlatılmalıdır.

Bir kongre üyesinin ofisini ziyaret etmeden önce bir liste hazırlanmalıdır. Bu listeye olumlu ve olumsuz tüm verileri yazılmalıdır. Bu liste hazırlanırken lobici kendi kendine karşı dürüst olmalı hatta acımasız olmalıdır ve daha sonra durum belirlenmelidir. Avantajlı bir konumda mısınız? Yoksa durumunuz ümitsiz mi? Kendinize inancınız tam mı? Başarma hırslınıza, diplomathğınıza, inatçılığınıza güveniyor musunuz? Bütün bunları tarafsız bir gözle incelemeye alınmalıdır. Vietnam savaşı karşıtı yürütülen lobcilik faaliyetlerinin mimari David Cohen "Genellikle

kamuoyunda devrin ruhunu belirleyen inanca karşı bir kampanya yürütülüyor. Ancak bu yönde büyük bir inanç ve gayretle yürütülen çalışma tüm bir ülkenin inancını değiştirebilir." der. ⁹

Gerekli bağlantıları kurabilmeniz için öncelikle bir seçmen olmanız gerekmektedir, daha da iyisi bir seçmen kitlesini temsil etmeniz, bir derneğin veya bir sosyal kuruluşun üyesi olmanız size büyük kolaylıklar sağlayacaktır.

Gerekli bağlantıyı en kolay kurabileceğiniz yol ise Kongre üyesi ile arkadaş olmaktır. Bir zamanlar aynı okula gitmiş olmanız, derneklerde, hayır kurumlarında ve belki bunların yönetim kurumlarında beraber çalışmış olmanız, kapıların size çok daha kolay açılmasını sağlayacaktır. Çevrenizi çok geniş tutmanız ve çevrenizi daima daha da genişletmeye çalışmanız en önemli ilkeniz olmalıdır. Eger yukarıda saydığımız avantajlara sahip değilseniz, o zaman senatörün seçim kampanyası için bağışta bulunmanızdan başka bir çareniz yoktur.

c- Bağış Kampanyaları

Yapacağınız bağış, sizin adınızın senatörün bağış listesinde olmanızı sağlayacaktır, bu listede olmak sizi daha avantajlı bir konuma getirir. Zira senatörler veya temsilciler her 6 senede bir veya 2 senede bir iş

⁹Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.23

arayan işsizler gibidirler, seçilmeyi garantilemek zorundadırlar, bunun içinde mali desteğe ihtiyaçları vardır.¹⁰

Washington'da herkesin bildiği bir gerçek vardır: Para, eğer kanuni olarak harcanırsa başarının vazgeçilmez bir unsurudur. Seçim kampanyası için toplanan paralar, senatörün seçilme garantisidir. Seçim kampanyalarına bağışta bulunmak ve bağış listesinde olmak, istediğiniz her konuyu temsilcinize anında kabul ettirmeniz anlamına gelmez ama hiç olmazsa dinlenmenizi sağlar. Mali katkılar için hiçbir zaman açık ve senatörün kendisi ile direkt olarak konuşulmaz. Her büroda, seçim kampanyalarının mali yönüyle ilgilenen birkaç görevli vardır. Bu kişilere dolaylı yoldan, bir sonraki seçimlerde size nasıl yardımcı olabilirim diye sorulduğunda sorun hemen çözülmüş olur. Zira çok kısa bir zamanda, herhangi birşeyin adı altında, bir yarar yemeğine veya kokteyline veya bir konsere davetiye alırsınız. Seçim kampanyaları için yapılacak bağış tutarları kanunlarla belirlenmiştir.

Hedef : Yardımda bulunun ama hemen yarar sağlayabileceğinizi zannetmeyin, sabırlı olun, uygun zamanı kollayın.

¹⁰Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.23

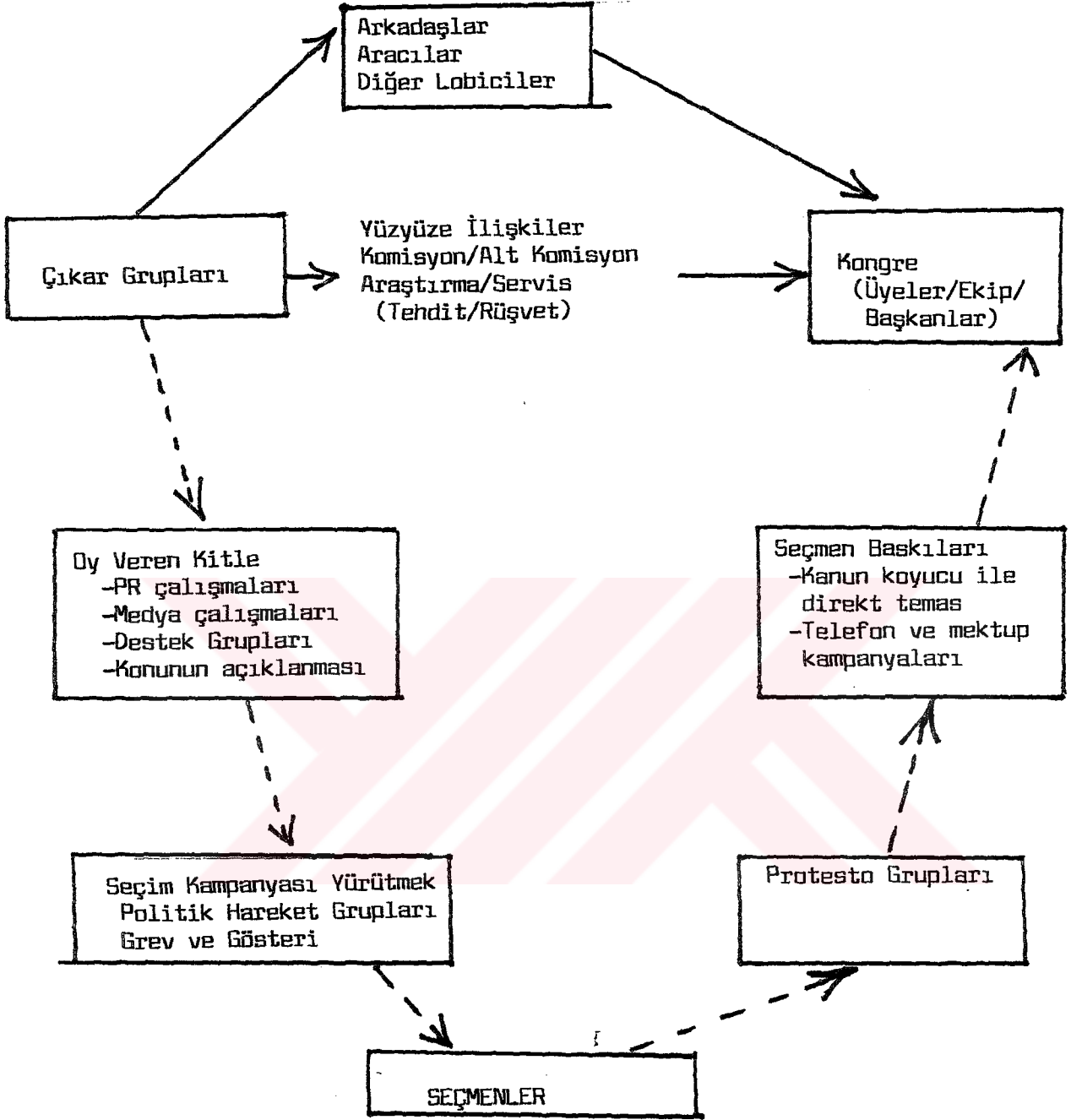
3- Uygulanacak Stratejiler

Ön hazırlık ve bağlantı döneminden sonra, toplanan tüm veriler tekrar çok dikkatli ve özenli bir çalışmayla gözden geçirilmelidir. Bu etapta uygulanacak strateji belirlenmelidir.

Başarılı bir lobicilik faaliyeti, direkt ve indirekt stratejilerin birarada ve uyumlu yürütülmesiyle elde edilir. Direkt ve indirekt lobicilik faaliyetleri birbirinden tamamen farklı yaklaşımlar ve teknikler gerektirir. Bir tek kişinin, her iki tekniğide çok iyi bilip, başarılı bir şekilde uygulamasına imkan yoktur. Zaten lobicilik tek kişilik bir faaliyet değildir. Lobicilik ekip işidir. Bazı lobiciler direkt bazıları ise indirekt lobicilikte uzmanlaşmışlardır.

a) Direkt Strateji

Resmi görevlilerle, adına faaliyet yürütülen kurumların yöneticilerini biraraya getirmek en basit anlamdaki direkt lobicilik faaliyetidir. Direkt lobicilik faaliyetleri aynı zamanda iç strateji olarak da değerlendirilebilir. İç strateji, komisyonları, alt komisyonları, Kongre üyelerini, Senatoyu ve belkide Beyaz Sarayı içermektedir. İç strateji uzmanları, yani direkt lobicilik faaliyetleri yürüten kişiler genellikle Beyaz Sarayda çalışmış veya Kongre üyeliği yapmış, seçimleri kaybetmiş üst düzey politikacılar veya emekli generallerden oluşur.



—————> Direkt Lobicilik Faaliyetleri
 - - - - -> İndirekt Lobicilik Faaliyetleri

Kanun koyucularla görüşmeler yapmak veya onların ekipleri ile görüşmek, komisyon tutanakları sunmak, araştırma sonuçları sunmak, bunların hepsi doğrudan yürütülen lobi faaliyetleridir.

Doğrudan lobcilik faaliyeti yürütebileceğiniz birçok kanallar vardır. Bu kanallar her lobcilik faaliyeti yürütene açık değildir. Bazı gruplar diğerlerinden bu konuda daha avantajlı durumdadırlar. İyi organize edilmiş, sağlam temellere dayanan kuruluşlara örneğin, Amerikan Çiftçi Bürosu, İş Konseyi (Business Roundtable), Ulusal Silah Kurumu'na direkt lobcilik yolları açıktır. Çok küçük grupları temsil eden lobiciler bu kanalları kolaylıkla kullanamazlar. Herşeye rağmen gizli bir hiyerarşik düzen burda da kendini hissettirmektedir.

Kongre'yi harekete geçirmeniz için savunduğunuz konunun son derece mantıklı olması gerekmektedir, ayrıca ekibiniz tek bir vücut olarak hareket edip, tek bir ses olarak kendini duyurmalıdır. Bütün bunların yanısıra Kongre'ye ödünlere açık olabileceğiniz, esnek olabileceğiniz izlenimini de vermelisiniz.

Kanun tekliflerinin görüşüldüğü komisyon ve alt komisyon toplantıları, lobcilik faaliyetleri açısından en kritik, en hayati ve en önemli safhadır. Tam bu etapta lobici, komisyona konunun ortaya çıkış ve gelişim nedenleriyle ilgili kapsamlı bir değerlendirmeye beraber, konu hakkında teknik bilgi içeren bir rapor sunmalıdır. Bu raporda konu hukuki bir dille anlatılmalı, konuyla ilgili yorum ve açıklamalarda bulunabilecek kişilerin listesi de komisyona sunulmalıdır. Listeye adı yazılacak kişilerin konu

hakkında oldukça derin bilgi sahibi olmaları, konuya hakim olmaları, komisyon önünde şaşırmadan kendinden emin, azim ve inançla savunma yapabilecek kişiler arasından seçilmesine özen gösterilmelidir.

Kanunun yazımına geçildiği, yazı diline dökülmesi safhasında komisyona yardımcı olmak gerekmektedir. Görüşmeler ve oylamalar açık oturumlarda yapıldığı için lobiciler çok rahat konuyu takip edebilirler, zaten bu oturumlar büyük bir dikkat ve titizlikle izlenmelidirler. Bu toplantılardaki gelişime göre çeşitli baskı unsurları anında harekete geçirilebilir. Böylece baskı unsuru tam zamanında gerektiği anda devreye sokulabilir.

Ahlaki değerlere oldukça aykırı olmasına rağmen, rüşvet ve tehdit de lobicilik yöntemleri arasında sayılabilir.¹¹ Büyük politik riskler taşıdığı için çok sık başvurulan yöntemler arasında değildir. Çok büyük paralar söz konusu olduğu için savunma anlaşmalarında rüşvete daha sık rastlanmaktadır.

1988 yılında FBI Pentagon'da bir rüşvet ağının varlığından şüphelenerek bir araştırma başlatmıştır. Araştırmanın sonucunda, Deniz Kuvvetlerinden bir üst düzey araştırma görevlisinin, bilgi edinmek için Pentagon personeline rüşvet verdiği ortaya çıkar. Bu araştırma görevlisi Mc.Donnell Douglas firması için çalışmakta ve savaş uçaklarının diğer ülkelere satışı ve Deniz Kuvvetleri için özel olarak geliştirilen uçaklar hakkında bilgi topladığı ortaya çıkar. İki hafta sonraki komisyon toplantısında ortaya çıkan gerçek ise adeta bir skandaldır. Pentagon

¹¹Mahood, H.R., a.g.e., s.62

görevlilerinin, silah tüccarlarının ve lobicilerin 85 adet savunma ihalesinde hileli bir şekilde fiyat arttırdıkları ve böylece her iki tarafın, Pentagon görevlilerinin ve silah tüccarlarının milyonlarca dolar haksız kazanç sağladıkları ortaya çıkar.

1-Silah Lobisi - Direkt Strateji Örneği

Sadece 3 milyon üyesi olan Ulusal Silah Kurumu (National Rifle Association) yasama erkini etkilemeye çalışan en küçük organizasyon olmasına rağmen etkileri bakımından oldukça güçlüdür. Silah Lobisi gücünü Anayasanın 2. ek maddesi olan "Kişilerin silah taşıma ve bulundurma hakları kısıtlanamaz" maddesine dayanmaktadır. Bu ek maddeye sığınan ve tüm dayanaklarını bu maddeden alan silah lobisi seçmenlere yönelik lobicilik faaliyeti ile mektup kampanyalarının büyükbabası sayılır. Birçok köşe yazarı tarafından, Ulusal Silah Kurumunun kişilerin sosyal ve psikolojik durumlarına bakılmaksızın herkese gelişigüzel silah ve mermi satışına olan duyarsızlığını sert eleştirilere hedef almış ve kuruluşun tek dayanağını ek maddeden aldığı vurgulanmıştır. Denetimsiz silah satışlarının cinayetleri arttırdığı savı kurumun meşhur sloganı ile püskürtülmüştür, "Silahlar değil, insanlar cinayet işler " ¹²

Bu grubun yürüttüğü lobicilik faaliyetleri uyguladıkları teknikler, yöntemler dikkatle incelenmiş, birçok gruplar tarafından başarılı bir lobicilik modeli olarak benimsenmiş, adeta kopya edilmiştir.

¹²Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.87

Seçmenleri aşağı yukarı %3 kadarı bu kuruluşun üyesidir, buda aslında çok büyük bir rakkam değildir. Yapılan anketler, kamuoyu yoklamaları amerikan halkının silah satışının kontrolünden yana olduğunu göstermesine rağmen silah satışı ile ilgili hiçbir ciddi kanun teklifi Kongre'den geçememistir. Robert Kennedy ve Martin Luther King'in öldürülmesinden sonra yoğunlaşan tepkiler 1968 senesinde Kongre'den basit, işe yaramaz bir maddenin göstermelik kabulüyle savuşturulmuştur.

1988 senesinde emekli oluncaya kadar Peter Radino Ulusal Silah Kurumunun en büyük düşmanı olmuştur. 1980 senesinde Ted Kennedy ile birlikte, 1968 senesinde kabul edilen ek maddeye daha da kısıtlamalar getirmek için harekete geçerler, amaçları ruhsatsız silah taşımamanın cezasının 1 sene hapis olmasını kanun maddesine ilave ettirmektir.

Ulusal Silah Kurumu derhal harekete geçer, sporcular ayaklanır, spor silahlarının yasaklanacağı tezleri ileri sürülür. Reagan'ı 1981 senesinde öldürme girişimi bile, Kongre'den daha sert kararlar çıkmasını sağlamaz. Reagan kendisi dahi silah satışlarının kontrolüne karşı olduğunu açıklar, zaten hayatı boyunca silah lobisinin yanında yer almıştır. John Lennon'ın vurularak öldürülmesi dahi Radino'ya istediği desteği sağlayamamıştır.

Diğer taraftan, kamuoyunun silah satışı ile ilgili yaklaşımı değişmektedir. Birçok liberal amerikalı, silahlı olmaktan hoşlanmamakta ancak, özellikle büyük şehirlerde yoğunlaşan cinayetlere karşı silahlı olmanın zorunluluğuna inanmaktadır.

Senelerce silah lobisine karşı yazılar yazan Washington'un önde gelen köşe yazarlarından Carl Rowan gece saat 2.00'de evine girmeye çalışan birini evinin arka bahçesinde hafif yaralamıştır. Bu olay silah lobisinin arayıp ta bulamayacağı kadar önemli bir dayanaktır.¹³

Amerikan halkında izlenen değişim, şöylede özetlenebilir: Kendi güvenliklerini sağlamak için halk silah satınalma özgürlüğünü istemektedir.

Silah lobisinin destekleyicisi olan James Baker, devamlı kendileri aleyhinde oy kullanan üye veya senatörleri ikna etmeye çalışmadıklarını, zira onların fikirlerini değiştiremeyeceklerini bildiklerini ve bu senatör veya temsilcilerin bölgelerinden mektup kampanyası başlatmadıklarını belirtir. Aslında Silah lobisinin Kongre ve Senatodaki çok kuvvetli konumu Baker'a uygulayacağı teknik ve yöntemler konusunda büyük bir rahatlık sağlamaktadır. Baker ve yardımcıları bütün dikkatlerini kararsız üyeler üzerine yoğunlaştırırlar. Baker'in bu üyeler üzerine uyguladığı teknik oldukça etkili ve bilinen bir yöntemdir. Eğer kararsız bir üye varsa ve bu üye özellikle kendi seçim bölgesinde seçmenlerinin konu hakkındaki fikrini bilmiyorsa ve ekonomik etkileri hakkında da bilgisi belirsiz ise hemen o seçim bölgesinden birkaç kişiyi başkente getirtip bu üye ile görüştürürler. Gayet tabidir ki görüşme için getirtilen kişiler silah ticareti ile uğraşan, silah dükkanları olan kişilerdir. Silah satışının kontrol edilmesine inanan kişileri, yani senatör ve temsilcileri, Baker tamamen de dışlamamaktadır. Onlarla daima temas halinde bulunuyor, sohbetler yapıyor. Kendilerinin lehinde oy

¹³Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.88

kullanan senatör ve temsilcilerin ihtiyacı anında Baker onlara gereken her türlü sağlıyor. 1977 senesinde silah lobisi yani Milli Silah Kurumu, kendi Politik Hareket grubunu kuruyor. Bu politik hareket grubu senatör ve temsilcilerle direkt lobicilik faaliyetine giriyor, onlarla çok yakın temas sağlıyor. 1985-6 senelerinde üyelerinden 4800 000 dolar toplanıyor ve bu tutar yerel ve genel seçim kampanyaları için harcanıyor. Aşağı yukarı 1 milyon doları kendilerini tutan senatör ve temsilciler meclisi üyeleri için harcanmıştır.

Baker'in ifadesine göre bu kuruluşun faaliyetlerinin sadece %20 lobicilik teşkil etmektedir. Diğer faaliyetleri arasında ateşli silahların bilinçli kullanımı için eğitimler vermektedirler, polislere eğitim ve ayrıca Amerikan Olimpik Atıcılık Takımının eğitiminide sürdürmektedirler. Lobicilik faaliyetleri yürüten diğer gruplarla da zaman zaman işbirliği yapmaktadırlar.

Baker üyelerine o denli güvenmektedir ki: "Eğer gerekirse 3 milyon seçmenimize bize yardım etmesi için mektup göndeririz, buda Kongre'ye en aşağı bir milyon mektup gönderilecek demektir." diyerek gücünü vurgulamaktadır.

Silah lobisi her zaman kendilerini desteklemeyen temsilci ve senatör için seçim dönemlerinde aleyhte kampanyalar yürüteceği tehdidini savurmuştur.

2- Kadın Hakları Lobisi - Direkt Strateji ve tehdit örneği

Tehdit yöntemine bir diğer örnekte kadın örgütlerinin lobicilik faaliyetleridir. Kadın örgütleri Eşit Haklar Kanununu yürürlüğe geçirmeyen eyaletlerinin temsilcilerinin seçimlerde aleyhinde çalışacakları tehdidini savurmuşlardır.

Kadın hareketlerini incelediğimiz zaman bu konuda kurulan komisyonlar, Kongre'nin bazı olumlu kararlar almasını sağladı. Eşit işe eşit ücret gibi, çalışma hayatındaki kadın-erkek ayırımına karşı Kongre'nin tavır alması gibi.....

1970-1973 yılları arasında kadın hareketleri ve lobicilik arasında çatışmalar, uyuşmazlıklar olduğunu görüyoruz. Asırlardır yönetilen kadınlar hiyerarşik bir düzen yapısında işleyen lobiciliği şiddetle reddettiler. Demokratik katılım içinde, bir lidere gereksinim duyulmadan herkesin sesini duyurduğu karar mekanizmasını yürütmeye çalışmışlardır, Lobicilikte bir lider, yürütme kurulu yani bir yönetici, seçkin bir grup vardır ki bu da kadınların kabul etmediği bir olgudur. Çoğunluğa hakim olmaya çalışan, kontrolü altına alan bir lider veya kurul savaştıkları "erkek" imajının tam bir kopyası olduğu gerekçesiyle şiddetle reddedilir. Ancak bazı kadın kuruluşları 1960 yılından beri hükümet nezdinde bazı lobicilik faaliyetlerinde bulunuyorlardı. Bu kuruluşlardan bir tanesi de NOW- Milli Kadın Organizasyonu (National Organization for Women) idi ve amacı sex ayırımına kesin son vermek, üniversitelerdeki kadın kotalarına son vermek,

kadınların bazı bar ve lokantalara alınmamasına son vermek idi. Mayıs 1971 yılında bu kuruluş kesinlikle lobcilik faaliyetinde bulunmaya karar verir.

Başkanları Aileen Hernandez'in açıklaması aynen şöyledir: "Geçen yıl bize gayet açık bir şekilde göstermiştir ki kadın eşitliğinin anahtarı politik güçte yatmaktadır. Bu politik güç, bütün ülke çapında etkin bir lobcilik faaliyetinin geliştirilmesi, haklarımızı koruyan kanunların çıkarılması ve daha çok sayıda kadının resmi görevlere seçilmesi veya atanmasını kapsamaktadır.¹⁴

Kadın haklarının dinamiğinin lobciliğe kayması, bazı kadın gruplarının şiddetli tepkilerine yol açtı. Sokaktan hükümet binalarına taşınmak istenen kadın hareketleri, bazı gruplarca sokakta şiddetle sürdürüldü. Bu gruplar "sadece erkekler girebilir" levhası asılı bar, lokanta önlerinde protesto gösterileri yaptılar. Ancak herşeye rağmen politik bazı değişimler NOW'un lobciliğe ağırlık vermesine ve organizasyonlarını lobcilik esaslarına göre yapmalarını sağladı.

Politik kararları etkileyecek lobcilik faaliyeti için kendi grupları arasında iyi koordine edilmiş iletişim ağı kurulması gerekmektedir. 1923 yılından beri Kongre'de savsaklanan ERA- Eşit Haklar Kanunu (Equal Rights Amendment), 1972 yılında Martha Griffiths ve Organizasyonun yoğun savaşı sonunda kabul edilir. "Amerika Birleşik Devletleri veya herhangi bir Federal Hükümet tarafından, kanun karşısındaki hakların eşitliği ilkesi hiçbir şekilde sex ayırımına bağlı olmaksızın reddedilemez,

¹⁴Cigler, Allen & Loomis, Burdett, a.g.e., s.196

değiştirilemez veya kısıtlanamaz" . 1972 yılında kazanılan bu başarının hemen ardından "Women's Lobby Inc" kurulmuş ve düzenli lobicilik faaliyetlerine başlamıştır.

Kadınların davalarına olan inançları ve bağlılıkları yürüttükleri lobicilik faaliyetlerini başarılı kılmıştır.

Direkt lobicilik faaliyetleri sadece temsilcilerden isteklerde bulunmak olarak anlaşılmamalıdır. Temsilcilere, ihtiyaçları olan yardımları da sağlamak gerekir, bu yardımları şöyle sıralayabiliriz, kanun tekliflerinin müsvettesini hazırlamak, konuyla ilgili raporlar vermek, halkın konu hakkındaki görüşleri ile ilgili kapsamlı araştırmalar hazırlayıp sunmak , konu hakkında yapılan söyleşiler , uygulanacak yöntemler ile ilgili yardımlarda bulunmak diye sıralayabiliriz. En önemlisi de diğer gruplarla bağlantıları sağlamaktır. Baskıyı yardım şeklinde sunmak daha olumlu sonuçlar alınmasını sağlar.

b) İndirekt Strateji

Amerikadaki parti sisteminin zayıflığı, indirekt lobicilik faaliyetlerini çok güçlü bir konuma getirmiştir. Kongre üyeleri büyük organizasyonların, kuruluşların müracaatlarını, kamuoyunu partilerden çok daha fazla dikkate alırlar. İşçi sendikaları, işveren dernekleri, çevreciler çıkar ve baskı grupları, lobicilik faaliyetlerini başarı ile yürütebilmek için, seçmenlerle daha açık bir deyişle halk kitleleri ile yoğun bir iletişim ağı kurmuşlardır.

Dış Strateji olarak da tanımlayabileceğimiz indirekt lobiciliğin ilk adımı fikrinizin, savunduğunuz konunun yararını halk kitlelerine inandırmaktır. Eğer halk sizin fikrinizi beğenirse, kendi çıkarları için uygun bulursa, seçtiği temsilcilerine bu yolda baskı yapacaktır. Bunun içinde halkla ilişkiler uzmanlarına ihtiyaç duyacaksınız. Halktan gelecek tepkilere, uyarılara, baskılara Kongre üyeleri asla kulaklarını tıkamayacaktır Bunun içinde seçmenleri, diğer bir deyimle halk kitlelerini çok iyi organize etmek gerekmektedir, çünkü bir Kongre üyesinin ilk soracağı soru "Bu fikri kimler destekliyor?" olacaktır. İletişim açısından yoksun kuruluşlar için ise profesyonel lobicilik firmaları geniş boyutlu servisler sunmaktadırlar.

Modern teknoloji kitleleri harekete geçirmek isteyen lobicilere büyük imkanlar sağlamaktadır. Bilgisayar sayesinde halk kitlelerine ulaşmak çok kolaylaşmış ve oldukça ucuzlamıştır. Bir düğmeye basarak milyonlarca insana ulaşılabilirlerdir. Kitlelere yönelik mektup kampanyalarında bilgisayar ile çalışan adres bankaları vasıtasıyla ulaşmak istediğiniz hedef kitlenize bir gecede ulaşabilirsiniz.

Modern teknolojinin bu avantajlarını en iyi uygulayanlardan biri de Ortak Dava (Common Cause) dur.

1- Ortak Dava - İndirekt strateji Örneği

Bazen zengin ve etkin kişilerden para toplayıp, ekonomik gücü olmayan, hakları korunmayan sade vatandaşın çıkarları için bir lobicilik faaliyeti başlatılabilir. Ortak Dava adı altında inceleyeceğimiz halk lobisi de böyle doğmuştur.

1968 senesindeki gecekondu ayaklanmalarından sonra, etkin şirket yöneticileri, belediye başkanları, sendika liderleri, zenci gruplarının liderleri tarafından Ulusal Kent Ortaklığı adı altında bir koalisyon kurulmuştur. Johnson yönetiminde, hükümette görev almış, vatanseverliği ile tanınan John Gardner bu grubun başkanıdır. Amaçları ise ayaklanmalarda zarar gören insan haklarını ve toplulukları korumak ve bu hakları daha sağlam temellere oturtmaktır. Yıllık geliri 4 milyon doları bulan koalisyon gelirini vakıflardan elde ettiği için, vergi kanununa göre lobicilik faaliyetlerinde bulunamamaktadır. Bunun üzerine, hemen bir Kent Ortaklığı Aksiyon Komitesi kurulu. Bu seferde para toplama konusunda sıkıntıya düşerler. Karşılaşılan bu zorluklar Gardner'i başka bir yol düşünmeye zorlar, halka ulaşmak ama nasıl? Gardner'in danışmanları, seçmenlere posta yoluyla ulaşmayı önerirler. Gardner gene bir maliyet sorunu ile karşılaşır, ama şans eseri oldukça zengin arkadaşları vardır, Rockefeller gibi, zengin arkadaşlarından topladığı 250000 dolarla, işe ilan vererek başlar. Gardner ve arkadaşları "Ortak Dava" adında anlaşır ve tirajı yüksek gazetelerde "Halktan başka herkesin bir organizasyonu var " sloganıyla işe başlarlar. İlanlara 15 000 dolar harcarlar, karşılığında ise 100000 dolar gelir elde ederler. Altı ay gibi kısa bir zamanda 100000 üyeye

ve 1,5 milyon dolar yardıma kavuşurlar. Üç sene içinde ise üye sayıları 325000 ulaşır, üyelerinin yardımlarıyla , bütçeleri Demokrat Partinin bütçesini geçer. Sekiz milyon dolarlık mali güce sahip olurlar. Her kesimden üyeleri vardır, genç, yaşlı, politikayla ilgili çeşitli toplulukların liderleri üyeleri arasındadır. Zenginlerden toplanan parayla kurulan Ortak Dava seçmenlere dayanan müthiş bir lobcilik faaliyeti sergilemektedir.

Gardner Johnson yönetimi sırasındaki görevi esnasında , çoğunluğun yani halkın yeterince temsil edilmediğini belirlemiştir. Temelde uygulanan politik sistemin iyi olduğunu savunur ama bazı giderilmesi gereken eksikliklerini de göz ardı etmez. Gardner'a göre Ortak Dava, bireylerin politik rollerini canlandıran bir araçtır. Gardner parayı ve gücü elinde tutanların özel çıkarları için kolaylıkla hakimiyet kurduklarını, buna karşı ise para ve güçten yoksun olan kesimlerin biraraya gelerek kendi çıkarlarını güçbirliği ile gerçekleştirmeleri gerektiğini savunur.

Ortak Dava Washington'da kurulmuştur, kuruluş nedenleri arasında, halkın kamu kuruluşlarından ve partilerden giderek daha az memnun olmaları, resmi görevlilerin yetersizlikleri, halkın isteklerine karşı duyarsız olmaları sayılabilir. Ayrıca sendikaların ve büyük özel şirketlerin, politik hayat üzerindeki etkileri halk tarafından şüpheyle izlenmekteydi. Asyadaki uzun ve kanlı savaşlar , Watergate skandalının yarattığı güvensizlik ortamı yerel ve federal yönetimlerin büyük şehirlerdeki şiddet olaylarıyla başa çıkmadaki yetersizlikleri çoğunluğu Ortak Davada birleşmeye itmiştir. Ayrıca modern teknolojinin sağladığı büyük avantajlara değinmeden geçemeyeceğiz. Bilgisayar ile yapılan postalama, ulaşmak

istediğiniz hedef kitleye bir günde ulaşmanızı sağlamaktadır. Belirli dönem ve aralıklarla yapılan telefon görüşmeleri, istenilen etkileri sağlamaktadır. Modern teknolojinin yanı sıra Ortak Dava klasik lobicilik yöntemlerini de kullanmaktadır. Kongre ve idari komisyonlar önünde ifade vermek, araştırmalar yapmak, bültenler hazırlamak ve en önemlisi seçmenlerin, seçtikleri kongre üyeleri ve senatörler üzerinde baskı yapmalarını sağlamak . Hernekadar Ortak Dava Washington'da kurulmuş ve oradan idare ediliyorsa da, asil yönetildikleri yer, üyelerin ve temsilcilerin seçim bölgeleridir.

Bir Kongre üyesinin seçim bölgesindeki seçmenleri kazanmak, aşağı yukarı üyeyi kazanmanın ilk şartıdır. Bu bakımdan Ortak Dava daima Washington dışındaki yerel bölgelere yönelmiştir. Ortak Dava savunduğu bir konu hakkında, konunun uzmanlarını Kongre önünde görüş bildirmeye ikna eder. Bu kişiler genellikle Ortak Dava üyeleri değildir, ancak konunun uzmanlarıdır, bilimsellikleri tartışılmaz uzmanlardır. Bu da Ortak Davanın uzun sürecek araştırmalar yapmadan , vakit kaybetmeden konunun üzerine gitmesi demektir.

Oylama öncesi uyguladıkları diğer bir taktik ise, henüz kararını vermemiş üyeleri ikna etmektir. Savundukları konu görüşülürken, seçmenlerin Kongre'ye mektup yazmalarını sağlarlar. Kendilerinin dışında gelişen, başkalarının uzmanlık sahasına giren konularda da diğer gruplara sık sık destek verirler. Bunlara bir örnek vermek gerekirse, çevre sorunlarını gösterebiliriz. Çevre sorunları ile ilgili hareketlerde Sierra Club ile işbirliğine girerler ancak uygulanacak yöntemler Sierra Club tarafından belirlenir. Aynı şekilde Doğal Hayatı Koruma Derneği ile işbirliğine

girildiğinde , ana hatlar ve yöntemler bu dernek tarafından belirlenir. Hükümet reformları ile ilgili hareketlerde Ortak Dava tartışmasız liderdir. Bu konulardaki uygulanacak yöntem ve programlar Ortak Dava tarafından belirlenir, bütün kampanya bu grup tarafından yürütülür. Diğer lobcilik grupları ile işbirliği yapmanın büyük faydaları vardır. Zira belli gruplar belli konular üzerinde faaliyetlerini yoğunlaştırmışlar ve bu konular hakkında derin bilgi ve deneyim sahibi olmuşlardır. Elllerinde büyük araştırmalar vardır. Örneğin Sierra Club, çevre sorunlarının tartışmasız önderidir. Çevreyi ilgilendiren konular hakkında Ortak Dava asla tek başına bir lobcilik faaliyeti başlatmaz. 1980 yılında Ortak Dava Magazinini çıkarmaya başladılar. Çok canlı renkler kullandıkları bu magazinde, politik gruplar ve onların faaliyetleri, hükümetin yapması gereken reformlar hakkında makaleler, araştırmalar yayınladılar. Magazinin amacı üyelerine, belirli aralıklarla gündemde olan konular hakkında bilgi vermektir. Ortak Dava 1891 ve 82 yıllarında kendi politik hareket gruplarını kurarak çalışmalarını daha da yoğunlaştırdılar. Gruplar 12 kişiden oluşup temsilcileri ile direkt, şahsi devamlı bir şekilde görüşmeler yaptılar. 12 kişilik hareket grubu diğerleri tarafından devamlı bilgilendirilip, son gelişmeler hakkında bilgi akımını geliştirdiler, ana amaç hareket grubundaki kişilerin temsilci tarafından şahsen tanınmasıdır. İkinci önemli husus, temsilciye devamlı kontrol altında olduğu, çalışmalarının yakından takip edildiğinin belirtilmesi idi.

Lobicilik faaliyetinde diğer uygulanan bir taktik ise dava açmaktır. Ortak Dava seçim kampanyaları ile ilgili reform yapılması için tek

başına mücadele vermektedir.Kongre'den seçim kampanyaları reformunu geçiremeyen Ortak Dava bu kere de dava açarak kazanma yoluna gitmiştir.

Nixon döneminin "Başkanı Yeniden Seçtirme" kampanyasına kimlerin ne kadar bağışta bulunduğu açıklanması istenmiştir. Bu dava, başkanlık seçimlerinde, şahısların veya kuruluşların limitsiz para yardımıyla bulunmalarının doğru bir sistem olmadığını açığa çıkarmıştır. Ayrıca bu dava sonunda 1974 Federal Seçim Kampanyası Akdinin yasallaşmasına da neden olmuştur. Ortak Dava hala yayınlarında, özel çıkar gruplarının kongre kampanyalarına nedenli para akıtığını kamuoyuna açıklayıp, inandırmak için uğraş vermektedir. Kongre üyelerine verilen paralar, seçim kampanyaları için hangi kuruluşların ne kadar yardımda bulunduğunu yayınlamaktadır. John Gardner'in bu konudaki açıklaması şöyledir, " Sistemimizi yozlaştıran, ödünler vermesine neden olan paranın gücü, politik kararları etkilemektedir. Hükümetin sorunlara çare bulma isteği ve gücü, para ile desteklenen çıkar grupları tarafından karmaşıklaştırıldığı gibi, halkın tavrına da engeller koymaktadır.¹⁵

Bugün için Ortak Dava en iyi kurulmuş, başarılı bir kamu çıkar grubudur. Hükümet reformuna ilgi duyan, orta sınıf liberallerini meslek adamlarını harekete geçirmiştir.Ortak Dava sadece seçmenlere yönelik lobicilik faaliyetine bir örnek olarak verilmemeli , medyanın başarılı kullanımı da Ortak Dava'nın başarıyla uyguladığı bir diğer tekniktir.

¹⁵Mahood, H.R., a.g.e., s.169

Lobicilik faaliyetinin başlangıcından sonuca ulaşılmasına kadar geçen ve ayrıntılı bir şekilde anlatılan " Süreç Döneminde " önemle üzerinde durulması gereken ve her etap sonunda ulaşılması gereken hedefler özetle şöyledir: Ön hazırlık bölümünün sonunda konu hakkında derin bilgi sahibi olunmalı, yetkililerin konu hakkındaki görüşleri iyice belirlenmeli , bağlantı bölümünde ise yetkililerle sıkı ilişkiler kurulmalı , her seviyedeki yetkililerle ortak çalışma içinde olunmalı ve bu yetkililerin istek ve görüşlerine cevap verilmelidir. Ayrıca bütün bunlara paralel olarak diğer kurum ve kuruluşlarla aynı görüş doğrultusunda bağlantılar kurulmalı , destek sağlanmalıdır.

Bu etapların sonunda elde edilen bilgi ve bağlantılar ışığında uygulanacak taktikler , stratejiler belirlenmelidir. Bu süreç esnasında değişik yöntemler uygulanır. Bu yöntemler bir sonraki bölümde kapsamlı olarak açıklayıcı örnekleriyle beraber incelenmiştir.

B - LOBİCİLİK YÖNTEMLERİ

Başarılı lobicilik faaliyetleri yürütebilmek için titizlikle takip edilmesi gereken kurallar vardır. Günümüzün değişik koşulları , değişik ihtiyaçları beraberinde değişik teknikleri de getirmektedir. Bugünkü lobicilik faaliyetleri , kadın hakları konusunda olsun, nükleer silahsızlanma olsun, çevre hareketleri ve diğerleri olsun, hepsi kendilerine uygun teknikler geliştirip uygulamaktadırlar. Genel olarak uygulanan teknikler benzerlikler göstermektedirler . Genellikle başarılı bir lobicilik faaliyeti yürütebilmek için birkaç teknik birarada yürütülmektedir.

Hükümet görevlileri ile doğrudan bağlantı kurup , sık sık onlarla birlikte olup, yetkili bu kişilere aydınlatıcı bilgiler verilmelidir. Her zaman, ilk ilke resmi görevlilerle, açılışlarda, iş yemeklerinde forum veya seminerlerde, kokteyllerde, resmi veya gayri resmi tüm platformlarda bağlantı kurulmaya çalışılmalıdır. Konu hakkında derin araştırmalar yapmak ve bu araştırma sonuçlarını teknik bilgilerle beraber yetkili kişilere sunmak da diğer bir önemli bir husustur.

Hükümet yetkilileri ile yasama stratejileri hakkında görüş alışverişine girilmeli, yasama organlarının faaliyetlerini etkileyebilmek için çıkarılacak kanun maddelerinin iş hayatına olan etkileri dikkatle incelenmelidir.

İş çevrelerinin de sosyal programların uygulanmasına katkıda bulunmaları sağlanmalıdır. Resmi görevlilerden gelebilecek yardım istekleri en iyi şekilde karşılanmalıdır. Resmi görevlilere yapılacak yardımlar ilişkilerinizi pekiştirecek, bağlantılarınızı sağlamlaştıracaktır. Aynı şekilde komisyonlarda görev almak, resmi görüşleri daha ayrıntılı öğrenmeniz ve yetkililere daha da yakınlaşmanız için kaçırılmaz bir fırsat yaratacaktır.

Karşı dava açmak ve protesto veya gösteri yürüyüşleri düzenlemek çok sık uygulanmayan, daha doğrusu diğer tekniklerin uygulanmasıyla başarı kazanılmaması durumunda son çare olarak başvurulan tekniklerdir.

Lobicilik faaliyetlerinin dört ana grubu sayılan işçi sendikaları, kurumlar, çıkar grupları ve ticari kuruluşların hepsi yukarıda saydığımız teknikleri değişik yoğunluklarda kullanmaktadırlar. İşçi Sendikaları ve Çıkar Grupları en çok mektup kampanyası tekniğini uygulamaktadırlar.

Lobicilik faaliyetlerinde genel olarak aşağıdaki teknikler uygulanmaktadır.

1- Komisyonlardaki Etkinlikler

2- Medyanın Kullanımı

Örnek : Toshiba için yürütülen lobicilik faaliyetleri

3- Kitleleri Hareketlendirmek

4- Seçim Kampanyası Yürütmek

Örnek : Politik Hareket Grupları

İsrail Lobisi

Arap Lobisi

5- İşbirlikleri Geliştirmek

6- Başarısızlığı Başarıya Dönüştürmek

Örnek : Crysler için yürütülen lobicilik faaliyetleri

1- Komisyonlardaki Etkinlikler

Kongre oturumlarını veya komisyon oturumlarını iki ana bölüme ayırabiliriz. Soruşturma yürütülen oturumlar ve kanun taslaklarının görüşüldüğü oturumlar.

Soruşturma komisyonlarında , şahitler çok önemlidir. Zaten bu oturumların asıl amacı konu hakkındaki şahitleri dinlemektir. Kanun taslaklarının görüşüldüğü diğerinde ise konunun uzmanları , daha sağlıklı karar verilmesi için deneyimlerini ve bilgilerini açıklarlar.

Bir komisyonda şahit olarak veya fikirlerinize başvurulmak üzere davet alınırsa bu fırsat asla kaçırılmamalıdır. Zira bu komisyonlarda görüşülen konular mutlaka medyanın dikkatini çekecektir. Basında yer almak Kongre üyelerinin mutlaka dikkatini çekecektir. En yüksek tirajlı gazetede haber olarak çıkılmasa bile yerel basında yer almak yeterli olabilir. Görüşmenin yapılmasından bir gün önce mutlaka başkente gelinmelidir. Ayrıca kendi kendine konuşma provası yapılması bile tavsiye edilir.

Komisyonlara danışman olarak veya şahit olarak çağrıldığı zaman çok dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Komisyon önünde ifade verirken mümkün olduğunca kısa ve öz konuşulmalıdır. İfade asla okunmamalıdır. Komisyon üyelerine hitaben, yani onlara bakarak konu anlatılmalıdır. Zaten yazılı yorum üyelerin önünde olacaktır. Konuşma genel olarak yumuşak bir havada olmalı ancak kararlılığın da hissettirilmesi yararlı olur. Komisyon üyelerinin arasında mutlaka aynı görüşte olmayan üyeler bulunacaktır ve komisyonda ifade veren şahitleri veya konuyu aydınlatmaya çalışan uzmanlara bu üyeler çeşitli sorularla baskı uygulamaya, sinirlendirmeye , köşeye sıkıştırmaya çalışacaklardır. Bu durumda asla sakinlik elden bırakılmamalı, sinirlere mutlaka hakim olunmalı ama asla ukala izlenimi vermemeye de çok özen gösterilmelidir.

Cevabı bilinmeyen sorular karşısında asla varsayımda bulunmamalı , tahmin yürütülmemelidir. Eğer cevap bilinmiyorsa, bu açıkça söylenmeli , konunun araştırılıp cevabın daha sonra komisyona yazılı verileceği belirtilmelidir. Sıkıcı ve monoton olmaktan kaçınılmalıdır. Açıklamalara ciddi ama renkli öğeler mutlaka katılmalıdır.

2) Medyanın Kullanımı

Basın yayın organları ile sıkı ilişkiler kurup, medya ileri gelenleri ile görüşmeler yapmak, savunulan konu hakkında aydınlatıcı basın bültenleri yayınlamak ve bu bültenlerin medyada yer almasını sağlamak, özellikle radyo ve televizyonda konuyu inceleyen, açıklayan programlar hazırlanmasını sağlamak geniş halk kitlelerine ulaşmak için şarttır. Tanıtım kampanyaları düzenlenmeli, geniş reklam kampanyaları ve mektup kampanyaları ile toplumun her kesimine ulaşmaya çalışılmalıdır.

Lobicilik faaliyetlerini yürütmede medyanın önemi tartışılmaz. Gazetelerin özellikle yüksek tirajlı gazetelerin, ön sayfalarında yer almak etkili yöntemdir. Kamu çıkar gruplarının yürüttüğü lobicilik faaliyetlerinin başında yer almasını sağlamak kolaydır. Çevre derneklerinin yürüttüğü faaliyetler, vergi reformları konusunda yürütülen faaliyetlerin basına yansımaları oldukça kolaydır.

Konunun basına yansıtılmasının zamanlaması hayati önem taşır ayrıca basına yansıtılış şekli de çok önemlidir. Başkent'in gündemini basın belirler. Bu gerçek asla akıldan çıkarılmamalıdır. Zamanlama hatası çok iyi hazırlanmış ve başarı ile yürütülen lobcilik faaliyetlerine büyük zararlar verebilir. Ulaşmak istediğiniz hedef kitlesini de iyi belirlemeniz gerekmektedir. Gerekenden fazla konuşmamaya özen gösterilmeli, bilinmesini istemediğiniz konular hakkında kesinlikle konuşulmamalıdır.

Gazetelerde zaman zaman makale yazan konuk yazarlar halka ulaşmakta önemli rol oynarlar. Bu yazarlara makaleler yazdırmak hükümetlerin dahi başvurduğu bir yöntemdir. Karşıt grupları veya muhalefeti görüşmeye ikna etmek yerine basında bu istekler doğrultusunda yazılar yazmak veya yazdırtmak etkili bir yöntemdir.

Gazetecilerin devamlı haber peşinde koştıkları, ilgi çekici haber bulmanın onların mesleği olduğunu düşünülürse, onlara veilecek ilginç bir haber ve üstelik bu ilginç haber iyi hazırlanıp iletilirse bunun basında çıkma şansı bir hayli yüksek olur. Kolay ilgi çekemeyecek konularda faaliyet gösteriliyor ise , ümitsizliğe kapılmadan ilginç yöntemler , değişik fikirler geliştirmeye çalışılmalıdır. İlgi ve dikkati sadece başkentteki basına yoğunlaştırmamak gerekir. Yerel basının önemi asla küçümsenmemelidir.

Herhangi bir basın organında yer almak çok kolay bir iş değildir. Hergün gazetelere binlerce haber geçilmektedir. Basına verilen haberin basılacak kadar ilginç olması ve ilginçliğinin yanısıra haber olma özelliği taşıması çok önemlidir. Bir örnek verecek olursak, 2090 yılında Akdeniz

lkelerinin çoğunun l olacağı haberi ilgi çekmeyecektir. Ancak bir iki sene gibi kısa zamanda Akdeniz sahillerinin lleŐeceęi veya Antalya'da denize girilemeyeceği , birtek ağacın bile kalmayacağı , derelerin ırmakların kuruyacağı haberi ise ilgi çekecektir.

Basında çok iyi arkadaşlar edinmek bazı kolaylıklar sağlar ama verilen haberin basılmasını garantilemez, arkadaŐlara bu konuda fazla güvenilmemelidir, zira onlarda görevlerini en iyi Şekilde yapmakla yükümlüdürler.

Haberin çıkmasını istenilen yayın organı çok iyi incelenmelidir. Yayın organının bünyesindeki bölümler ve fonksiyonları, ilgi alanları iyi belirlenmeli , haberin hangi bölümün uzmanlık alanına girdiği doğru saptanmalıdır.

Gazetecilerle telefon görüşmeleri yaparken, telefonda görüşme yapılan kişiye , görüşmeye müsait olup olmadığı mutlaka sorulmalıdır. Eger acele bir iş yetiŐtirme durumundaysa , gereken dikkatle konuyu dinleyemeyecektir. Eğer görüşülen gazeteci zamanının olmadığını söylerse, ilginç bir haberin olduğu ancak daha müsait bir zamanda tekrar aranacağı belirtilip telefon kapanmalıdır. Cuma akŐamları haber iletmekte iyi bir teknik sayılabilir. Cuma günleri işlerin yavaŐladıęı düŐünülmemelidir, unutmamak gerekir ki gazeteler cumartesi ve pazar gnleride çıkmak zorundadırlar.

Basın konferansları düzenlenirken yer ve zaman çok iyi ayarlanmalıdır. Çok ilginç olayların geliştiği günler, Cumhurbaşkanı veya Başbakanın önemli açıklamalar yapacağı veya önemli sosyal olayların yaşanacağı günlerde basın toplantısı yapılmamalıdır. Ayrıca basın toplantılarının 45 dakikadan daha fazla sürmemesine dikkat edilmelidir. Açıklayacak çok ilginç, doğru, tutarlı haberlerinizin olması şarttır. Acil olmadığı takdirde basın toplantılarını hafta sonuna bırakmamak gerekir.

Basın bültenlerinin doğru kişilere dağıtılmasına itina edilmeli ve bu bültenlerde asla hataya yer verilmemelidir. Özellikle kişilerin adlarının doğru yazılmasına büyük özen gösterilmelidir. Bülten basına dağıtılmadan önce tekrar tekrar okuyup kontrol edilmelidir.

Basında çıkması istenilen yazılar hazırlanırken çok dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Güvenilirlik en önemli özelliktir, verilen bilgiler mutlaka ama mutlaka doğruları yansıtmalıdır. Basın bültenleri, hangi konu hakkında olursa olsun, kısa cümleler, kısa paragraflarla yazılmalıdır. Uzun anlaşılmaz teknik kelime ve deyimlerden kaçınılmalıdır, cümleler asla karmaşık olmamalı, sade bir dil kullanılmalıdır. Gazete, mecmua ve dergiler için basın bülteni hazırlarken, bültenin mümkün olduğunca kısa olmasına özen gösterilmelidir, zira size ayrıcalıkları yer kısıtlıdır. Ne pahasına olursa olsun, klişe deyimlerden, klişe kelimelerden mutlaka kaçınılmalıdır. Özgün olmaya gayret gösterilmelidir. Basın bülteni hazırlanırken, kim nerede, ne zaman, niçin soruları doğrultusunda hazırlanmalıdır. Anlatılan konu kimin veya neyin hakkındadır, ne olmuştur, nerede olmuştur, ne zaman olmuştur ve niçin olmuştur. Basın bültenleri bu

plan doğrultusunda hazırlanmalıdır. Birinci paragrafta konunun çok kısa ama özlü, anlaşılır, şekilde anlatılması gerekir. Konunun tüm ruhu bu paragrafta verilmelidir. Basın bülteni hiç düzeltmeye gerek kalmadan basılacak kadar iyi yazılmalıdır. Hazırlanan basın bültenlerinin doğru basın organlarına, zamanında iletilmesi çok önemli bir konudur. Basın bülteninin çıkması istenilen yayın organının okuyucu veya dinleyici kitlesi çok dikkatli bir şekilde belirlenmelidir ve bu kitleyi de iyi tanımak gerekmektedir.

Makaleler basın bülteninden tamamiyle farklıdır. Makaleler belirli bir basın organı için yazılır, çoğaltılıp dağıtılamaz ancak referans olarak verilebilir. Konunuz hakkında bir makale hazırlarken dikkat edeceğiniz altı kural vardır: Açılış paragrafı; konu ve konunun daha önceki durumu; çözüm ve geliştirme araştırmaları; en uygun çözüm; elde edilen sonuçlar; kapanış paragrafı. Bir makale bu plan çerçevesinde yazılmalıdır.

Medyanın devamlı kullanılması, magazinler, gazeteler, radyo ve özellikle televizyon taraftar kitlesini çoğaltmak bakımından çok önemlidir. Medya savunma veya saldırı amaçlı kullanılabilir. Milli Kadın Komitesi (NOW) 1970 lerde Eşit Haklar Kanununun onaylanması için medyayı saldırgan sayılabilen ilanlarla bu okuyucu kitlesini, Eşit Haklar Kanununun yasallaşp uygulanmaya konulması için aktif olmaya çağırılmışlardır.

Medya sadece savunma veya saldırı amacıyla kullanılmayabilir. Diğer bir amaç ise "iyi imaj yaratma" kampanyasıdır. Bu kampanyanın hedefi kuruluş, dernek, veya şirket için kamuoyunda olumlu bir görüntü yaratmaktır. Petrol şirketleri, sigorta şirketleri, savunma sanayii firmaları ve

diğerleri, tüketici haklarına ilgi ve saygı duyan, ülkenin ulusal çıkarları için çalışan iyi niyetli kuruluşlar olduklarını kamuoyuna inandırmaktır. Bu kampanyalarda genellikle geleneksel değerler ve ülkenin gurur verici tarihi vurgulanır. Kamuoyunda iyi bir imaj sağlamak, ihtiyaç anında şirketin veya kuruluşun başvuracağı çok değerli bir manevi kaynaktır

1- Toshiba İçin Yürütülen Faaliyetler - Medya Kullanımı Örneği

Korumacı amerikan ticaret politikasının iyi bir fikir olmadığını ispatlamak isteyen Japonya, önce işe Yahudi Lobisini inceleyerek işe başladı. Japon Dış Ticaret ve Sanayii Bakanlığı İsrail'in hangi konuda olursa olsun Kongre'de çok sağlam dayanaklarının olmasının nedenleri ve işleyiş şekilleri üzerine kapsamlı bir araştırma yaptırır. Japonya amerikan korumacı ticaret politikasına karşı yürüttüğü lobicilik faaliyetleri için 560 milyon dolar harcadı. Yüz kişi ve kuruluş tarafından yürütülen bu kampanya herhangi bir devletin lobicilik faaliyetleri için harcadığı en büyük rakamdır.

Toshiba için yürütülen lobicilik faaliyetleri her ne kadar Japonya'nın tek başına yürüttüğü, hatta başlattığı bir lobicilik faaliyeti değilse de, önce Amerika'da Japonya'dan bağımsız başlayıp, daha sonra ortaklaşa yürütülen Toshiba lobisi, lobicilik örnekleri içinde ilgi çekici bir yer tutar.

1987 yılında, Japonyanın ileri gelen firmalarından olan Toshiba için Senato'dan yaptırım kararı çıkması Amerikan kamuoyunda büyük yankılar yaratmış, son yılların en ilgi çekici halk tepkisinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Japonya, diğer ülke lobicilik faaliyetleri ile mukayese edildiğinde Amerika Birleşik Devletlerinde en kapsamlı en iyi organize edilmiş lobicilik faaliyetlerini yürüten bir ülke olarak ilk sıralarda yer alır, belkide birinci dahi sayılabilir.

Japonya, lobicilik faaliyetlerini başarı ile sürdürebilmek için diğer ülkelerden çok daha fazla para harcamaktadırlar. Japon Hükümetinin politik ve ekonomik çıkarları için çalışan yüzlerce kayıtlı lobiciler arasında dünyaca meşhur kişiler vardır. Eski CIA Başkanı William Colby, Carter yönetiminin Ulaştırma Bakanı Brock Adams, Reagan yönetiminin güvenlik danışmanı Richard Allen gibi önemli ve etkin kişilerin yanı sıra, Japonya bazı özel vakıflar ve dernekler aracılığıyla Amerikanın Japonya ile olan ticaretinin politik önemini anlatmak faaliyetleri yürütmektedir. Amerikan Japon dış ticaretindeki dengenin, daha doğrusu dengesizliğin bire iki oranındaki - Japonya Amerika'dan aldığından bir kat fazlasını Amerika'ya satmaktadır - ticaret fazlası göz önünde tutulursa , Japonya'nın Amerika'da ister istemez çok büyük çaplı lobicilik faaliyetlerine girmek durumunda olduğu kolaylıkla anlaşılabilir.

AT&T ve Hewlet Packard gibi amerikan sanayiinde çok önemli yer tutan kuruluşlar, Toshiba'yı cezalandırmak isteyen Kongre'nin Amerikan elektronik sanayiine çok büyük darbe indireceğine inandırmaya çalışmışlardır. 1987 Haziranında Senato Toshiba'yı, bir yan kuruluşu olan

Toshiba Makinaları Şirketi tarafından milli güvenliğin çignendiği gerekçesiyle 92-5 oy oranıyla cezalandırmaya karar vermiştir. Bu yan kuruluş Rusya'ya Rus denizaltılarının radarlar tarafından çok daha zor belirlenmesini sağlayan, yüksek teknoloji makinalarını kanunsuz yönden sattığını itiraf etmiştir. Rusya'ya büyük avantajlar sağlayan bu kanunsuz satışın ortaya çıkması, Kongre'de atom bombası düşmüşçesine bir tepki yaratmıştır. Ana Firma ve yan kuruluşu arasında hiçbir ayırım yapmadan, çılgın bir duygusal tepki ile Toshiba, 2 ila 5 sene müddetle Amerikan pazarından kovulmuştur. Toshiba'ya duyulan tepki histerik krizler şeklinde dalga dalga büyümüştür. Senato ve Meclis üyeleri, Toshiba'yı ihanetle suçlayarak Toshiba radyolarını Capitol Hill önünde çekiçlerle kırmışlardır.

Temsilciler Meclisinde Toshibanın ticari hayattan tamamen yok edilmesi konusunda demeçler verilmeye başlamıştır. Fanatik bir anti-komünist olan Senatör Jack Garn bu yoğun çalkantılardan istifade ederek, ticaret kanununa milli güvenlikle ilgili daha sıkı önlemler alınması yönünde bir ek madde ilave ettirmiştir. Oylamanın ertesi günü Tokyo'da Toshiba'nın Yönetim kurulu başkanı satışın yanlış olduğunu, bu konudaki şahsi mesuliyetini kabul ettiğini, üzüntülerini ifade ederek istifa etmiştir. Başkanın istifası Toshibanın Washington'da karşı lobicilik faaliyetlerine başlayacağını sinyallemiştir.

Senatonun çıkardığı karar, 2 ila 5 sene müddetle Toshiba'ya amerikan pazarını yasaklamasının Toshiba'ya maliyeti 2 milyar700 milyon dolardır.

Ancak Toshiba amerikan ekonomisinin her seviyesinde önemli bir yer tutmaktadır. Amerikan yüksek teknolojisinin her kademesinin vazgeçilmez üreticisi olan Toshiba, amerikan elektronik şirketlerine, bilgisayarların ana parçası olan bilgisayar ciplerini sağlayan en büyük firmadır. Özellikle seri imalatını yaptığı megabit, amerikan firmalarının elektronik sanayiinde bazı şeyleri daha küçük imal edebilmelerini sağladığı gibi üretilen bazı elektronik aletlerin daha az enerji ile çalışmasını sağladığı ortaya çıkar.

Amerikan elektronik sanayii bir kere Toshiba'nın megabitlerini kullanmaya başladıktan sonra Toshiba'ya bağımlı hale gelmiştir. Toshiba'nın amerikan ekonomisindeki yeri sadece ürettiği megabitle belirlenemez. Toshiba aynı zamanda önemli bir işverendir, şirketin Californiya'da bilgisayar üreten fabrikalarında Tennessee'deki micro dalga üreticilerinde, Güney Dakota'da ki fotokopi makinaları üreticilerinde, özetle Amerika'nın her yerinde toplam altibin kişiye iş imkanı vermektedir. Büyük amerikan şirketlerinin siparişi üzerine yapılan parça imalatı, şirketin çok önemli bir operasyonudur. Kendi üretimlerinin vazgeçilmez parçalarını özel siparişe Toshiba'ya yaptıran amerikan firmaları arasında IBM, Honeywell, Bell & Howell, Apple, Xerox, AT&t, Hewlett Packart gibi dünyanın önde gelen dev elektronik firmalarını sayabiliriz. Tüm bu firmaların Toshiba'ya bağımlı olduğunu gördükten sonra, Toshiba'nın amerikan pazarından silinmesinin, amerikan ekonomisine milyarlarca dolarlık darbe indirilmesi demek olduğunu artık kimse yadsıyamaz.

Toshiba'nın lobicilik faaliyetlerini yürüten avukat-lobici Houlihan, hiç kimsenin hatta Toshiba yöneticilerinin dahi, amerikan piyasasına bu denli girdiklerinin bilincinde olmadığını belirtmiştir.¹⁶ Toshiba gayet tabiidir ki müşterilerini, siparişleri ve bu siparişlerin maliyetleri çok iyi bilmekte ancak çok doğal olarak, özel sipariş üzerine yapılan bu parçaların nasıl ve nerede kullanıldığını, önem derecesini bilmesine ise imkan yoktur. Siparişi veren firmalar, Toshiba'nın parçaların önemini öğrenmesi durumunda fiyat arttırımına gidebileceği gerekçesiyle bu parçaların kullanımı hakkında bilgi vermemektedirler.

Kongre'nin Toshiba'yı amerikan pazarından kovma kararının ardından firmalar, Kongre üyelerine, ticari bir felaketin eşiğine geldiğini anlatmak için başvurmaya başlamışlardır.

Gelen müracaatlara kısaca bir göz atalım:

700 milyon dolar yatırım yaptığını, imal ettiği ürünü 18 ayda dizayn ettiğini, Toshiba parçalarını çıkarıp yeni bir dizaynın ancak 16 ayda yeniden yapabileceğini söyleyen bir yatırımcı; bir diğeri, 1980 senesinde şirketini kurup, yılda 80 milyon dolarlık ciro yapan ve işin 50%ini Savunma Bakanlığı için yapan bir kişi, Toshiba'sız 50% üretim kaybına neden olunacağını, bunun da kendisini piyasadan sileceğini belirtmiştir. Böylesi tepkiler sadece büyük firmalardan gelmemiştir. Sağır çocuklar için iki sene uğraştıktan sonra bir bilgisayar sistemi kuran bir öğretmen Toshiba'ya yaptırdığı özel bir parçanın sağır çocukların eğitimi için

¹⁶Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.67

geliştirdiği bilgisayarın vazgeçilmez bir parçası olduğunu belirtip "Eğer Toshiba'yı piyasadan atarsanız, ben ne yaparım" diye feryat etmektedir.

Bu tepkiler lobicilik faaliyetlerini yürüten Houlihan için altın anahtarlardır. Toshiba tarafından resmi olarak görevlendirilen diğer iki lobici ile beraber eski Demokrat Parti Kongre üyesi James Jones ve Cumhuriyetçilerle sıkı bağlantısı olan Leonard Garment, ortak bir stratejide karar veririler: Tepkilerin sadece ve sadece Amerikan halkından gelmesi, sadece Amerikan çıkarlarının ön planda olması, aksi halde uygulanacak lobicilik faaliyetlerinin Japon güdümünde olduğu kanısı ters tepki yaratabilir, bunun için de tepkilerin amerikan firmalarından ve bu firma çalışanlarından gelmesine özen gösterilecektir.

Toshiba'ya karşı alınan sert önlemlere duyulan tepki o denli gelişip organize olmuştur ki Amerikan Elektronik Kurumu, Bilgisayar ve İş Aletleri Üreticileri Birliği, Bilgisayar ve İletişim Endüstrisi Kurumu ve Ulusal Üreticiler Birliği , tüm bu kuruluşlar lobicilik faaliyetlerine aktif olarak katılmışlardır.

Lobicilik faaliyeti yürütenler, Kongre ve Temsilciler Meclisi Üyeleri tarafından "Bu işten çok zararlı çıkabilirsiniz" korkutmalarıyla püskürtülmeye çalışılmıştır. Bu arada Washington'un Toshiba lobicileri, güvenlik ihlalinin tekrarlanmaması için Tokyonun neler yapması gerektiğine dikkatlerini çevirmişlerdir. Japonya sadece bir ticari problem yaşamamaktadır, aynı zamanda her iki ülkeyi de ilgilendiren bir güvenlik sorunu da yaşamaktadır. Bu güvenlik sorununun karşılıklı imzalanacak bir

ithal-kontrol programı çerçevesinde ve tarafsız soruşturma ile aşılabileceği ortadadır. Ayrıca amerikan halkına ve özellikle Kongre'ye Japonya'nın bu krizi ciddiye aldığını göstermek gerekmektedir.

Japonya'dan Amerikadaki lobicilerine Japonyadaki gelişmelerle ilgili raporlar gönderilmeye başlamıştır. Japonların verdiği ana mesaj "Suçlu olanı cezalandırın, ancak suçsuz olanı da suçluyla beraber cezalandırmayın" şeklindedir. Japonya meselenin ciddiyetini çok iyi anladığını, ancak gelecekte bu tür olayların tekrarlanmaması için gerekli önlemlerin alınacağını vurgulamaktadır.

Yoğun çalışmalar sonucu lobicilik faaliyetlerini yürüten gruplar Senato ve Temsilciler Meclisi üyelerini Toshiba'nın değil, Toshiba'nın yan kuruluşu olan Toshiba Makinanın cezalandırılması gerektiğine inandırmışlardır. Oylamanın yapılacağı günün bir gün öncesine kadar her şey kontrol altındadır, ancak Washington Post ve The New York Times gazetelerinden çıkan bir haber ortalığı tekrar allak bullak eder. Japon Mahkemesinin, Toshiba Makinaya çok hafif bir ceza verdiği haberi Kongrenin yüzünde bir şamar gibi patlar. Kızgın üyeler, Toshiba'ya verilen cezayı onaylarlar, böylece Toshiba'nın Amerikan hükümetiyle yaptığı kontratların yüzde ellisinin kesileceği karar hükmüne bağlanır, böylece Toshiba senede 130 milyon dolar kaybetmektedir. İki milyar yediyüz milyon dolarlık pazarın tümü yerine sadece 130 milyon dolar kaybetmek genede büyük bir başarı olarak yorumlanabilir.

Basında tam zamanında çıkan bir haber çok iyi hazırlanmış, mükemmel yürütülmüş bir lobicilik faaliyetini tümüyle çökertebilir. Japon mahkemesinin verdiği kararın Washington Post ve The New York gazetesinde oylamadan 24 saat önce çıkması, Toshiba'nın cezalandırılmasına ve 130 milyon dolar kaybetmesine neden olmuştur.

3) Kitleleri Hareketlendirmek

Kongre üyelerinin dayandığı seçmen kitlelerini harekete geçirmek indirekt lobicilik faaliyetlerinin ilk ve en önemli yöntemidir. Temsilciler ve onların seçim bölgeleri arasında yoğun bir iletişim kurmak gerekmektedir. Bu iletişim mektup kampanyaları, telefon kampanyaları şeklinde olduğu gibi, seçim bölgelerinden heyetlerin temsilcileri ziyareti şeklinde de olabilir.

Yerel basın ve yayın organlarının desteği, kitleler üzerinde istenilen etkinin sağlanmasında hayati bir rol oynar. Özellikle radyo ve televizyonun halk kitleleri üzerindeki etkileri tartışmasızdır. Seçim bölgelerinden gelen yoğun tepki ve baskılar gayet tabiidir ki kendiliğinden oluşmamaktadır. Seçmenlerin Kongre üyeleri veya senatörler üzerinde kurdukları baskılar o bölgenin işçi sendikaları, halkla ilişkiler kuruluşları, iş çevreleri tarafından harekete geçirilirler.

4) Seçim Kampanyası Yürütmek

İndirekt lobicilik faaliyetleri arasında incelenmesi gereken bir yöntemde, seçim kampanyası yürütmektir.

Gruplar veya kitleler, arkadaşlarını veya kendi yandaşlarını resmi görevlere getirtmektedirler. Çıkar grupları seçim kampanyalarının vazgeçilmez unsurlarıdır. İşçi sendikaları, iş çevreleri, ideolojik kuruluşlar emekli askerler ve feminist gruplar giderek daha fazla seçim kampanyalarında etkin rol almaktadırlar. Seçim kampanyalarındaki bu destek, temsilcinin dayandığı halk kitlesinin geniş bir tabana yayıldığını gösterir ki, buda temsilciye Kongrede bu grupların isteklerini yerine getirmede büyük bir güç sağlar. Diğer önemli bir konuda, bu grupların desteklediği kişi seçimlerde başarı kazanır veya resmi görevinin devamını sağlar. Bu grupların yardımları arasında, seçmen listelerinin hazırlanması, seçim bildirilerinin dağıtılmasını sayabiliriz. Seçimlerdeki başarının anahtarı grupların desteğini kazanmaktır. Bu grupların bazıları politik ideolojileri olmayan derneklerdir, çevre dernekleri gibi. Bazıları ise politik kimlik taşırlar. Bu grupları Politik Hareket Grupları adı altında inceleyeceğiz.

a) Politik Hareket Grupları:

Çıkar gruplarının seçim kampanyalarına katkıları 5000\$ geçemez, ön seçimlerde hesaba katılırsa en fazla 10000 \$ bağışta bulunabilirler. Watergate skandalından sonra çıkar gruplarına eleştiriler yoğunlaştı. Ortak Dava grubunun yoğun çabaları sonucu bağışlar sıkı

kontrole tabi tutulmaya başlandı. Kurumlar, İşçi Sendikaları, ticaret ve meslek kuruluşları direkt bağışta bulunamıyorlar, ancak üyeleri ve çalışanları şahsi yardımlarda bulunabiliyorlar.

Politik hareket grupları amerikan seçim kampanyalarında hatırı sayılır bir güç kaynağıdır. 535 Senatörün sadece 5% kadarı politik hareket gruplarının yardımlarını reddeder, koltukları bu denli kuvvetli olanların iddiası, politik hareket gruplarının bu yardımlar vasıtasıyla bir avantaj satın almış olabileceğini düşünmelidir. Politik hareket gruplarından yüklü yardımlar alan bir Kongre üyesi bile, oyunun satılık olmadığını-yardım almasına rağmen- belirtmiştir; "İnsanlar bana konulara yaklaşımım nedeniyle yardım ediyorlar." demektedir.¹⁷

Ortak çıkarları olanların biraraya gelmesiyle kurulan politik hareket gruplarının 1988 seçimlerindeki sayısı 4268'dir. Politik hareket gruplarındaki bu çoğalma ülke çapında bir sorun oldu. Bazılarına göre bu gruplar, insanların politik sisteme doğrudan katılmasını sağlayan, fikirlerini dolarlarıyla kabul ettiren ama genede demokrasinin vazgeçilmez unsuru, diğerlerine göre ise Kongreye hakimiyeti altına almak olarak yorumlanmaktadır.

Diğer bir yardım türü ise, toplantılara seminerlere veya yemeklere Senatörleri veya Temsilciler Meclisi Üyelerini veya diğer yetkilileri konuşmacı olarak davet etmektir. Temsilciler Meclisi üyeleri yıllık kazançlarının 30% kadarını, Senatörler ise yıllık kazançlarının 40%

¹⁷Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.26

kadarını konuşma ücreti olarak alabilirler. Ticaret odasında, bir konuşma, seminerlerde konuşma, ders verme veya herhangi bir şirketin yönetim kurulu üyelerine konferans vermek şeklinde olabilir.

Amerikan Sendikalar Birliğinin kurduğu Politik Eğitim Komitesi, modern politik hareket gruplarına tipik bir örnektir. Bu grubun en önemli görevlerinden biri, kendilerine üye olabilecek adayları belirlemek, kimin desteklenip kimin desteklenmeyeceğini belirlemektir. Bir temsilcinin desteklenip desteklenmemesinin kararı o adayın partisinden çok işçi haklarına yaklaşımı belirlemektedir. İşçi sendikaları geleneksel olarak Demokratları desteklemişlerdir. Demokrat temsilciler veya demokrat parti eğilimindeki yönetici adayları sendikalar birliğinin desteğini almıştır. Ancak Sendikalar Birliği, hiçbir zaman Cumhuriyetçileri dışlamamış, gerekli durumlarda onlara da destek sağlamıştır. İşçi liderleri, federasyonun çeşitli kademelerinde, sendikaların seçimlerde alacağı stratejileri ve çalışmalarını belirler. Seçimin en zorlu geçeceği tahmin edilen bölgelere işgücü ve para kaynağı sağlar, bu kaynak pek tabiidir ki federasyon üyelerinden sağlanır.

Seçimlerde önemli rol oynayan diğer bir grup ise Etkin Kongre için Ulusal Komitedir. Ulusal demokratlar tarafından kurulan bu grup liberal adaylara mali ve teknik destek vermektedir. Bu grup 1988 senesinde destek verdiği adaylardan 21% ini senatoya 64% ünü Temsilciler meclisine sokmayı başarmıştır. Bu adaylara mali destek, para toplama kampanyaları organize etmek, kampanyalarını planlamak, organize etmek ve uygulamak için her türlü teknik yardım sağlanmıştır. Seçim dönemlerinin dışında Etkin Kongre için Ulusal Komite geniş kapsamlı araştırmalara yönelmektedir.

Seçimlerle ilgili araştırmaların yanısıra önde gelen endüstri kuruluşlarını da incelemektedir. Özellikle dev gaz ve petrol şirketlerinin politik eğilim ve katkılarının yanında karları ve menfaatleri ayrıntılı bir şekilde bu Komite tarafından incelenmektedir. Ulusal Komite ülkenin en etkin, en büyük kampanya yardımcısı olarak değerlendirilebilir.

Lobicilik faaliyet alanında Amerikan halkına yönelik iç sorunlarla ilgili faaliyetlerin yanısıra yabancılar için yürütölen lobicilik faaliyetleri de bu alanda çok önemli yer tutar.

Amerika Birleşik Devletlerinin tüm dünya üzerindeki tartışmasız gücü, diğer ülkeleri amerikan politik yaşamını etkileme gücü aramaya itmiştir. Washington'daki büyükelçilikler, kendi ülkelerinin çıkarları için faaliyet gösteren lobicilik şirketleri durumundadırlar. Büyükelçiliklerin yanısıra, birçok ülke profesyonel lobicilik şirketleri vasıtasıyla, amerikan hükümetinin çeşitli kademelerinde temsil edilmektedirler. Yabancı ülkeler adına faaliyet gösteren lobicilik şirketleri muhakkak Adalet Bakanlığına kaydolmak, çalıştıkları ülkeler ve yürüttükleri faaliyetler hakkında dönem dönem rapor vermek zorundadırlar. Yabancı ülkelerin politik ve ekonomik çıkarları için çalışan, amerikan lobicilik şirketleri Adalet Bakanlığına kaydolmak zorundadırlar. Adalet Bakanlığındaki binlerce kayıtlı lobici, Kanada, Nikaragua, Güney Afrika, Fransa, Arjantin , İngiltere ve daha yüzlerce ülke çıkarları için çalışmaktadırlar.

Yabancılar için yürütölen lobicilik faaliyetleri arasında en ilginç şüphesiz ki İsrail Lobisidir.

b) İsrail Lobisi :

Japonlar, amerikan korumacılığına karşı lobicilik faaliyetlerine başlamadan önce, MİTİ, Japon Ulusal Ticaret ve Sanayii Bakanlığı ilk olarak İsrail lobisini incelemeye almıştır. Japonların üzerinde durdukları, cevap aradıkları en önemli soru, İsrail Devletinin, İsrail lobisi vasıtasıyla, savundukları konu ne olursa olsun, savaş, barış, ticaret yardım, savunma, silah gibi konuların tümünde Kongre'de büyük destek sağlamaları Japonların önemle üzerinde durup araştırdığı bir konu olmuştur.

AIPAC'ın (American İsrail Public Affairs Committee) başkanı olan Dine başka bir ülkenin kendilerini örnek almasının kendince anlamsız olduğunu ifade etmiştir. Dine güçlerini kabul etmektedir ancak bu gücü seçmenlerinden aldıklarını belirtmektedir. "Kongre üyesinin ofisine gittiğim zaman ben sadece bir Tom Dine değilim, Kongre üyesinin 20 yıldır tanıdığı, Senato Dış İlişkiler Komitesinin bir üyesi olarak bulunmaktayım. Bütün bunlardan daha da önemlisi, ben oraya yalnız gitmiyorum, arkamda büyük bir ordu ile gidiyorum" der ¹⁸Amerikan seçmeninin 3% ünü Yahudiler meydana getirir, 3% önemsenecek bir rakkam olmamakla beraber, Yahudi olmayan Amerikan seçmeninin 80%ini Araplara karşı İsrail'i tutuyor olması Tom Dine'nin yani yahudi lobisinin gücünü göstermesi bakımından önemlidir.

¹⁸Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.70

Amerika'da sade vatandaşın dış politikaya olan ilgisinin derecesini belirlemek oldukça zordur. Genel olarak bakıldığında üç konu hariç, dış politikaya Amerikan halkı fazla ilgi göstermemektedir. İsrail, Nato ve Japonya ile ilgili konular Amerikan gündeminde önemli bir yer tutmaktadır. Nato, anti- komünist, anti-sovyet çağrışimleri yaptığı için, zamanında Rusya Amerikanın en büyük rakibi olduğu için Amerikan kamuoyunun ilgisini çok fazla çeker. Japonya ile olan ilişkiler, Japonya'nın Amerikan günlük yaşamındaki yeri ve etkileri ithalat ve ihracat ile uğraşan tüm kesimlerin ilgisini çeker.

İsrail'e karşı veya dini diktatörlüklerle idare edilen devletler arasında İsrail bir demokrasi sembolüdür, ayrıca İsrail'in Amerikan çıkarları bağlamındaki stratejik önemi İsrail lobisinin ana temasıdır.

1988 yılında Batı Yakasındaki Filistin ayaklanması esnasında bile, Amerikan halkının İsrail'e olan yaklaşımı değişmemiştir. İsrail Amerikan'nın vazgeçemediği bir müttefikidir. AIPAC sadece dünyayı ilgilendiren politikalarla veya politik kararlarla ilgilenmemektedir. İnsanlar ve onların duyguları AIPAC için ayrı bir önem taşımaktadır. İsrail lobisi zaman zaman anketler düzenlemekte , bunları mümkün olduğunca çok kişiye postalamaktadır. Son zamanlarda gönderilen anketlerde bugüne kadar sorulmamış veyahut bugüne kadar sorulmaya cesaret edilmemiş sorular anketlerde yer almıştır. Anketlerdeki soruların bazıları :

- Batı Yakasındaki ayaklanmayı durdurmak için sizce İsrail gereğinden fazla kaba kuvvet kullanmakta mıdır?

- Sizce İsrail göstericilere karşı silah kullanmalı mıdır?

Bu sorular İsrail'deki günlük şiddet olaylarının amerikan halkının tepkisine neden olup olmadığını ve İsrail'e karşı bir tepkinin oluşup oluşmadığını belirlemek için sorulan sorulardır. AIPAC tarihinde ilk defa İsrail'in kullandığı metodların halkta memnuniyetsizlik yaratmaya başladığını belirlemişlerdir. Ancak üyeler genede onaylanma peşinde olmadıklarını belirtmişlerdir. İsrail'in bir yaşam savaşı verdiği ve kendilerini destekleyen kitlelerin İsrail'in bir ölüm kalım savaşı verdiğinin bilincinde olduğunu vurgulamışlardır. Dört sene önce yapılan bir ankette sorulan soru ise

- İsrail'e, Arap ülkelerinden daha mı çok - daha mı az - eşit - güven duyuyorsunuz?
- Amerika Birleşik Devletlerinin manevi yükümlülüğü olduğuna inanan kişiler, İsrail lobisinin dayanağıdır. Amerikalıların gözünde Orta Doğunun modern bir dostu olarak kabul ediyor musunuz?

Bu her iki soruda İsrail'in lehinde cevaplandırılmıştır. AIPAC'ın üyeleri kamuoyunda İsrail'e karşı büyük tepki oluşmadıkça Kongre'nin desteğinin devam edeceğinin bilincindedirler. Zaten genel kanı ABD ve İsrail ilişkilerini, zor bir dönemden geçen evliliğe benzetmektedirler. Her ne kadar bazı anlaşmazlıklar var ise de her iki tarafta ilişkileri canlı tutmak amacındadır.

İsrail lobisi, İsrail hükümeti ile doğrudan ilişkisi olmayan gruplarla da sıkı işbirliği içindedir. Amerika dahilinde çalışan bazı yerli

Petrol ve gas üreticiler, arap petrolüne olan bağımlılığı önlemek için, İsrail lobisi ile işbirliğine girmiştir. İsrail lobisinin işbirliği içinde olduğu diğer bir grupta Protestan Hıristiyan Hareketidir. Oldukça ilgi çekici gibi görünen bu ortaklığın ana nedeni, İncil'de İsa'nın geri dönmesinin İsrail'in kurulmasından sonra olacağına dair açıklamaların bulunmasıdır. Bu grup 1948 yılında İsrail'in kurulması için canla başla çalışmıştır.

Ortak hareket ettiği grupları bir tarafa bırakıp, İsrail lobisinin üyelerine göz atarsak, İsrail gibi küçük bir devletin 51000 aktif üyeli Komitesi, 5 milyon Dolarlık yıllık bütçesi ile büyük bir güç oluşturduğunu görürüz.

Dine'nin başında bulunduğu 150 kişilik yürütme komitesinde, ülkenin ileri gelen 38 Yahudi Komitelerinin başkanları bulunmaktadır. Yürütme Kurulunun diğer üyeleri ise politik şahsiyetler ve yerel Yahudi komitelerinin önderleridir. Yürütme Komitesi uygulanacak politikayı belirledikten sonra, Senato veya Temsilciler Meclisi üyeleri üzerinde sıkı bir lobicilik faaliyetine geçilir.

1985 yılında, Ürdün'e yapılması düşünülen silah yardımı programının reddedilmesi için Yahudi Lobisi gece gündüz çalışmıştır. Reagan yönetiminin Ürdün'e yapmayı planladığı 2 milyar Dolarlık silah yardımı, İsrail Hükümeti ile AİPAC tarafından Orta Doğu barış sürecine tehlikeli bir darbe olarak değerlendirilmiştir. AİPAC Yürütme Kurulu kesin bir tavır alarak eğer silah yardımı, İsrail ile barış görüşmesi yapılmasını

sağlayamayacaksa, yardım programını engellemek için yoğun lobicilik faaliyetine gireceğini açıklayarak, kesin ve kararlı tavrını ortaya koymuştur.

Son derece gelişmiş silahları Kral Hüseyin'e vermek, Kralın İsrail ile yapması beklenen barış görüşmelerini tehlikeye düşüreceği tezi AİPAC'ın hareket noktası olmuştur.

Son derece gelişmiş silahları ele geçirmesi Kral Hüseyin'in İsrail ile barış görüşmesi yapma nedenlerini ortadan kaldıracaktır. Diğer bir tehlike ise Ürdün-İsrail sınır hattında Arap saldırganlığını ateşleyecek ve belki de bu hat üzerinde başa çıkılması imkansız terör eylemleri meydana gelecektir. AİPAC Ürdün'e yapılması istenen silah yardımı hakkında bir kitapçık hazırlayıp Kongre'nin her üyesine, altı Senatörün ve oniki Temsilciler Meclisi üyesinin yazıp imzaladığı mektuplarla beraber 535 Kongre üyesinin adlarına gönderilmiştir. Bu kitapçıkta, İsrail ile yapılması istenen barış görüşmelerine Ürdün'ün yaklaşımı tüm ayrıntılarıyla anlatılmıştır. Ayrıca Kral Hüseyin'in satın aldığı tüm silahların - savaş uçakları, omuzdan omuza atılan uçaksavar Stinger füzeleri, geliştirilmiş heryerden havaya ateşlenen Hawk füzeleri, havadan havaya atılan füzeler-listesi de bu kitapçığa eklenmiştir. Ayrıca İsrail, Ürdün ve Suriye'deki askeri hava üslerini gösterir haritaların yanı sıra Ürdün hava savunma sistemi ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır. Ayrıca Senatör J.Heinz ve Ted Kennedy'nin Kral Hüseyin'nin Camp David Barış sürecini kabul etmediği müddetçe hiçbir askeri yardımda bulunulmaması gerektiğini söyledikleri hatırlatılmaktadır. Kral Hüseyin'nin silah satın almak amacıyla Rusya'ya, Fransa ve İngiltere'ye gittiğini Ortadoğunun "denge ve ılımlılık ülkesi"

olarak bilinen Ürdün'nün son 37 senede İsrail'e 3 defa saldırdığı ve İsrail ile asla barış görüşmesine yanaşmadığı özellikle belirtilmiştir.

Bütün bu çalışmalar esnasında AİPAC'ın yürütme kurulu başkanı Dine'nin belirttiği gibi, güvenilirliklerine gölge düşürecek en küçük bir hata dahi yapmamaya büyük özen göstermişlerdir. Sundukları bilgilerin doğru tam ve kesin olması için kapsamlı ve dikkatli bir çalışmaya girmişler, zamanlamaları özen ve dikkatle ayarlanmıştır. Genel politik eğilime uygun hareket edilmiştir, aykırı tavırlara aykırı yöntemlere asla başvurulmamıştır. Konu hakkında karar verecek olan Kongre üyelerine, verecekleri oyların sonlarında Dine, seçmenlerinin desteğini de devreye sokmuştur. Seçmenler Senatörleri ve ekiplerini ziyaret ederek baskı kurmaya çalışmışlardır.

Senatodaki çoğunluğun lideri konumunda olan Senatör Dole, Dış İlişkiler Komite Başkanı Richard Lugar ve AİPAC Yürütme Kurulu Başkanı Dine, biraraya gelip, herkesi nispeten memnun etmeye çalışan, orta bir karar çıkarmışlardır. Kesinlikle silah yardımı yapılamaz ibaresi kullanılmadığı için Başkan Reagan'ın prestiji bir dereceye kadar korunmuş, yardım programının ileri bir tarihe ertelenmesi, Ürdün ve İsrail arasında barış görüşmesi olasılığını gündemde tutmuştur. Böylece barış görüşmeleri silah yardımı programıyla beraber ele alınmış olacaktır. Daha sonra yapılan oylamada ise İsrail lobisi 97-1 oyla kazanmıştır. Böylece 4 sene önce AWACS -Radar Savunma Sisteminin Suudi Arabistan'a verilmesini dört oy farkla kaybeden İsrail revanşını almıştır. 1986 senesinde ise Amerikan yönetimi Ürdün'e yapılması öngörülen bu yardım programı, barış

görüşmelerinde bir ilerleme kaydedilmediği gerekçesiyle sessiz sedasız geri çekmiştir.

Yahudi lobisini incelerken sık sık değindiğimiz 1981 Arap lobisi başarısı AWACS sisteminin satışı da incelenmeye değer bir lobicilik faaliyetidir. AWACS konusuna geçmeden önce ABD-Arap ilişkilerine ve gelişimine değinmek ve arap lobicilik faaliyetlerine bir göz atmak gerekmektedir.

c) Arap Lobisi

Suudi Arabistan ve diğer Arap ülkeleri, ayrı ayrı belirli politikalar yürütmekle beraber, tüm Arap Ülkeleri bir konu hakkında ortak hareket etmektedirler: Amerika'nın Ortadoğu politikasını bir noktaya kadar etkilemek, Amerika'nın Arap ülkelere silah satışını çoğaltmak, Amerika'nın İsrail'e olan desteğini azaltmak.

Genel kaniya göre Arab lobisi, İsrail lobisi ile mukayese edildiğinde oldukça silik olduğu izlenimini verir. Washington'da herhangi bir siyasi şahsiyete Arap lobisinden sözetseniz, böyle bir lobinin varlığından haberdar olmadığını söyleyebilir, ancak aynı kişiye İsrail lobisinden bahsetseniz, size bu lobinin ne kadar güçlü olduğunu anlatacaktır. Bunun bir nedeni de Amerikan Yahudilerinin lobicilik faaliyetlerini çok açık bir şekilde yürütüyor olmalarıdır. Yahudi lobisinin faaliyetleri ve başarıları medyada geniş yer almaktadır.

Amerikan Arap ilişkilerine göz attığımızda ortaya ilginç bir durum çıkmaktadır. 1948 den başlayarak, Amerikan Yönetimi yani Beyaz Saray, Araplar lehinde politikalar oluşturmaya çalışmışlardır. Yönetim çift taraflı bir politika uygulamıştır, Amerikan-İsrail ilişkilerini yürütmek Kongre'ye bırakılırken, yönetim yani Beyaz Saray, Arap çıkarlarını özellikle Suudi Arabistan'ın çıkarlarını gözetmek görevini üstlenmiştir. Bu da Yahudi lobisinin açık, Arap lobisinin gizli yürütülmesi olmuştur.

Yahudiler Kongre nezdinde davalarını açık olarak savunup, faaliyetlerini ve baskılarını Kongre üzerinde yoğunlaştırırken, Araplar arka planda kalıp, Yönetim tarafından çıkarlarının korunmasını sağlamışlardır. Uyguladıkları teknikler ve bağlantı halinde oldukları kesimler gözönüne alırsa, Arap Lobisi direkt, Yahudi Lobisi ise indirekt lobicik faaliyetlerine iyi birer örnek oluştururlar.

1950 yılının başlarında, Amerikan Hazinesi, Suudi Arabistan'da faaliyet gösteren petrol şirketleri için özel bir vergi kanunu çıkarmıştır. Bu kanuna göre, Suudi Arabistan'da faaliyet gösteren petrol şirketleri gelir vergilerini Suudi Hükümetine ödeyeceklerdir. Suudi hükümetine yapılmak istenen yardım, Kongre'nin onayına gerek kalmadan, değişik bir düzenlemeyle Suudi Hükümetine sağlanmış olmaktadır.

Yürütülen bu çift yönlü politikada, aradan geçen kırk yıl zarfında hiçbir değişiklik olmamıştır. Amerikan politik hayatına Arap politikasının etkisi 1973 petrol ambargosuyla başlar. Ambargonun izleri bugün çoktan silinmiş olmasına rağmen, etkileri doğurduğu sonuçları günümüz dünyasını

hala derinden etkilemektedir. Bir gece içinde fiatı 400% artan petrol, 13 petrol üreticisi ülkenin 1.5 trilyon Dolar daha fazla kazanmasına neden olmuştur. Suudi Arabistan'ın örnek alırsak 1970 yılında petrol satışından 2.3 milyar Dolar kazanırken 1980 senesinde petrol satışından kazancı 110 milyar Dolar olmuştur. Petrol ambargosunun ardından kazanılan bu paralar hemen politik güce döndürülmüştür. 1975 yılında, Birleşmiş Milletlerde yeni bir jeo-politik dengenin kurulmaya başladığı görülür. Aynı yılın kasım ayında Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda Zionizmin bir çeşit ırkçılık olduğu kabul edilir ve kınanır. Petro-doların etkileri Avrupa'da kendini hissettirmeye başlamıştır. Avrupa Ekonomik Topluluğu ülkeleri Filistin Kurtuluş Örgütünün, Ortadoğu barış görüşmelerine taraf olduğu görüşünü yavaş yavaş kabul etmeğe başlarlar. Yaser Arafat, Tokyo ziyareti esnasında devlet başkanlarına uygulanan devlet protokolü ile karşılanır.

Dünyadaki bu gelişmelere Amerika suskundur, ancak bu suskunluk yüzeysel bir görüntüdür. Amerikan cephesinde gerçek son derece değişiktir. Suudi Arabistan'ın ABD ile olan ticareti, Suudi Arabistan'ın ABD'deki milyonlarca dolarlık yatırımı, Amerika'da Suudi Arabistan'ı destekleyen Petro-şirketler oluşmasına neden olmuş ve bu şirketler doğal olarak Arap politikasının temsilcileri gibi olmuşlardır. Suudların ABD'deki yatırımlarını ele alacak olursak Suudi yatırımları, Amerika'daki tüm yabancı yatırımların sadece 10% meydana getirir, aynı şekilde Arap dünyası ile olan ticaret de Amerikan dış ticaretinin 10% undan daha azını tutar. Ancak Arap dış ticaret ve yatırımları, diğer ülkelerin dış ticaret ve yatırımlarından daha özel bir konumdadır. Arapların dış ülkelerle olan ticareti ve bu ülkelere yapılan yatırımlar ülke yöneticileri tarafından yapılmaktadır. Diğer bir

deyimle, ülkelerinin politikalarını yürüten kişi veya onların aileleri kısaca yönetimi elde tutan elit tarafından yapılmaktadır. Böylece arap ülkeleri ile yapılan ticaret ve yatırım politik kararları da etkilemektedir.

Avrupa ülkeleri ile yapılan ticaret, ticaretle uğraşan kişiler arasında sadece ve sadece kar amacıyla yapılır, Araplarla olan ticaret ise daima politikayı da içerir. Dünyanın bir numaralı petrol üreticisi olan Suudi Arabistan , sadece Amerikan politikasını değiştirmekle kalmayıp, Amerikanın her kesiminden destekleyici kitlesi kazanmıştır. Suudi Arabistan'la iş yapan petrol şirketleri, danışmanlar, dernekler, bankalar, hukuk firmaları ve hatta eski başkanlar Arap politik çıkarlarını değişik derecelerde savunmuşlardır.

Senelerce, Amerikan şirketleri uluslararası hukuka aykırı olarak diğer ülkelerin işlerine karışmışlar, 1954 senesinde (United Fruit) Birleşik Meyva Grubu Guatemala'da darbe yapmış, 1973 de ITT Allende rejimini devirmiş, Mobil Oil 1970 lerde Birleşmiş Milletler kararına rağmen Rodesya'ya petrol satmıştır. Petro-dolar Amerikanın karşısına karşıt-emperyalism olarak çıkmıştır. Amerikan çıkarlarını dış ülkelerde sağlamaları gereken Amerikan şirketleri , arap ülkelerinin Amerika'daki penceresi haline gelmişlerdir. Ford Motor Company, General Electric gibi firmalar ve başkan yardımcısı Sprew Agnew, eski başkanlardan Gerald Ford arap çıkarlarını savunan tanınmış birkaç isimden bazılarıdır.

Reagan yönetiminin işe başlamasıyla birlikte 1981 martında yönetimin AWACS sistemini Suudi Arabistan'a satma planı dokuz ay sürecek zorlu görüşmelere neden olacaktır. Adeta tüm dünyayı ayağa

kaldıran AWACS nedir ? Erken uyarı ve saldırı sistemi olarak bilinen Awacs son derece gelişmiş bir radar sistemidir. F-15 uçaklarıyla birlikte kullanımı NATO'nun en güvenilir savunma sistemini oluşturmaktadır. Reagan yönetimi , Ruslara karşı büyük üstünlük sağlayan bu sistemin Suudi Arabistan'a satılmasını Kongre'nin onaylamasını istemektedir.

1978 senesinde Carter yönetimi altmış adet F-15 savaş uçağının İsrail'e karşı kullanılmamak, sadece savunma amaçlı kullanılmak ve F-15 savaş uçaklarının, menzilini atışını geliştirecek hiçbir ek sistem, araç veya herhangi bir donanım satmamak kaydıyla Suudi Arabistan'a satışını Kongre'den onaylatmaya çalışmıştır.

1978 senesinde yukardaki şartlar dahilinde Suudi Arabistan'a F-15, buna ilaveten İsrail'e F-16, Mısır'a da F-5 uçaklarının satışı Kongre tarafından onaylanmıştır. Aradan iki seneden az bir zaman geçmeden Suudi Hükümeti iki sene evvel kendilerine satışları engellenen sistemleri almak için harekete geçerler. Beyaz Saray tarafından istekleri olumlu karşılanınca, Savunma ve Dışişleri Bakanlığı Suudi yetkililerle görüşmeye otururlar. Üç ay süren uzun görüşmeler sonunda Suudların istedikleri silah ve savunma mekanizmalarının Kongre'ye sunulmak üzere listesi hazırlanır. Bu gelişme Kongre üyelerini rahatsız eder, Carter yönetimine iki sene önce varılan kararın detaylarını içeren bir mektup gönderilir. Mektuba cevap Suudi Kral ailesinin Washington'daki bir üyesinden gelir. Mektupta Kongre'nin tepkisi "sionist lobcilik hareketi " olarak değerlendirilir ve Amerikan yönetiminin biraz daha cesaret ve sağduyuyla hareket edebilmesi, sionist baskılara karşı koyabilmesini sağlayacağı vurgulanır.

Savunma Bakanlığı da satışın lehinde karar vermiştir. Ancak Carter yönetimi seçimi kaybetmiş, Reagan seçimi kazanmıştır. Reagan-Carter görüşmelerinden çıkan sonuç ise , Reagan'ın Suudlara satılması düşünülen AWACS ve diğer sistemlerle ilgili olarak, tüm Ortadoğu politikasının yeniden gözden geçirileceğidir. Reagan ise İsrail'e yakınlığı ile tanınmaktadır. Casper Weinberger'in satışların yapılması gerektiğini vurgulaması birçok çevrede hayretle karşılanmıştır. Kongre'den gelen tepki üzerine İsrail'e ilave 15 adet F-15 uçağı satılması planlanır. Dönemin başkan yardımcısı Bush'un başkanlık ettiği Milli Güvenlik Konseyi Suudi'ye sadece F-16 uçaklarını değil aynı zamanda AWACS sisteminde satılmasına karar verir. Kongre'nin bu kararının dışarıya sızması üyelerin ayaklanmasına neden olur. Bu denli gelişmiş sistemin Suudi Arabistan gibi bir ülkeye verilmesi ABD'nin çıkarları açısından sakıncalı bulan Kongre Beyaz Saray'ın bir oldu bittisi ile karşılaşmamak için yoğun faaliyete geçerler.

Bu arada Suudi Arabistan Savunma Bakanının oğlu başkan Reagan ile gizlice görüşür, bu görüşmede başkan satış paketinin sonbaharda Kongre'ye sunulacağını bildirir. Senato satışa şiddetle karşı çıkar ancak yönetim satışı gerçekleştirme kararındadır. Reagan'ın Senatörlerle yaptığı görüşmelerde sonucu değiştirmez, Senato kararlıdır. Senato ve Temsilciler Meclisi Dış İlişkiler Alt Komisyonu satışın lehinde karar verir. Bir ay sonra Senato'da yapılan oylamada ise 52-48 satış lehinde oy kullanılır ve

böylece AWACS sisteminin dokuz aylık yoğun mücadele sonunda Suudi Arabistan'a satılması sağlanır.

Dokuz aylık yoğun mücadele Amerikalı lobiciler Frederich Dutton, Stephan Conner, Crawford Cook ve Suudi Savunma Bakanının oğlu Prens Bendar bin Sultan, Suudi Arabistan Ticaret Ateşesi Abdullah Dabbagh tarafından yürütülmüştür. Beyaz Saray, Milli Güvenlik Konseyi, Dış İşleri Bakanlığı, Savunma Bakanlığı ve Kongre üyeleri ile suudilerin görüşmeleri bu şirketler aracılığı ile yürütülmüştür. Oylamadan kısa bir süre önce Suudi lobisi, Suudi Arabistan'la iş yapan büyük Amerikan şirketleri nezdinde yoğun bir atağa geçerler.

Bu şirket yöneticileri Suudi Arabistan sefaretinin çeşitli etkinliklerine davet edilirler, yemekli toplantılar, kokteyller, remi ve gayri remi tüm görüşmelerde bu yöneticilere AWACS sisteminin Suudi Arabistan için önemi anlatılır aynı zamanda kendileriyle yapılan ticaretin boyutları da hatırlatılır. AWACS satışının gerçekleşmemesi durumunda, şirketleri için ortaya çok olumsuz gelişmeler olabileceği ifade edilir.

Senatodaki olumlu oylamanın hemen ardından büyük şirketler Suudi Arabistan'da çok büyük ihaleler kazanmaya başlarlar. Westinghouse Şirketi, Hail şehrinde kurulacak olan 130 milyon dolarlık elektrik santral ihalesini, Greyhound yiyecek bölümü 90 milyon dolarlık ihalenin yenilendiğini, National Medical Enterprises Suudi Arabistan'da hastahanelerin yönetimiyle ilgili 84 milyon dolarlık ihaleyi kazandıklarını açıklarlar.

Suudi Arabistan ile yürütülen ilişkilerde daima politika ve ticaret içiçe gelişmiştir. Birini diğlerinden ayırmak imkansızdır. İsrail lobisi gücünü halktan yani seçmenden, Arab lobisi ise petro-dolardan sağlamaktadır.

5) İşbirlikleri Geliştirmek

Bir lobicilik faaliyetini yürütürken, önemle üzerinde durmanız gereken diğ bir konuda işbirliklerdir. Diğ gruplarla , bazı kurumlarla , bazı sosyal derneklerle muhakkak işbirliği içinde olmanız gerekir. İşbirliği bir diğ anlamıyla da güçbirliği demektir. Etkin lobiciler, herkesle, her grupla işbirliğine girmeye çalışırlar. Daha önce herhangi bir konuda birbirlerine karşıt olsalar bile , yeni, diğ bir konuda işbirliğine girebilirler. Washington'un " Ezeli düşmanlık veya dostluklar yoktur, çıkarlar vardır " sözü asla unutulmamalıdır.

İlk önce , sizin konunuzun başarılı olması durumunda kimlerin fayda sağlayacağı belirlenmelidir. Bu gruplara yaklaşımda çok dikkatli olunmalıdır. Bu gruplara konunun onlara ne gibi faydalar sağlayacağı özenle anlatılmalı, bu konuda rapor ve araştırmalar gönderilmelidir.

İşbirlikleri ekonomik, politik veya sadece inançtan kaynaklanan nedenlerle yapılabilir. İşbirliği anlaşması imzalamak kolay olabilir, ama bu grubun sizin için aktif olarak çalışmasını sağlamak daha zordur. Bu gruplara azimle yaklaşılmalıdır. Bütün gruplarla, size fikren yakın olanlar, size karşıt

olanlar ve fikirlerini bilmediğiniz gruplarla mutlaka bağlantı kurun. Onların konu hakkındaki görüşlerini , durumlarını etkileyen unsurları belirleyip, bunları bir rapor haline getirin.

İşbirliğine girdiğiniz gruplarda aktif olarak çalışacak kişileri belirleyin, onlara gerekli bilgilerin aktarılmasını sağlayın.Sizinle birlikte çalışacak kişilerin kapasitelerini iyi belirleyin. İşbirliği anlaşması çerçevesinde alınan ortak kararların uygulanmasına titizlik gösterin.

Karşıt grupların fikirlerini, dayanak noktalarını iyice öğrenin. Başta kendinizi, grubunuzu ve tabii halkı konunuz hakkında bilgilendirin. Bilgilendirme için baştan bir plan yapın ve bu strateji dahilinde çalışın.

Diğer kuruluşlarla işbirliği sağlamak ve bu kuruluşlarla ortak hareket stratejileri düzenlenmelidir. Ayrıca adına çalıştığımız kuruluş üyelerine belirli aralıklarla etkinlikleriniz hakkında bilgi verilmelidir, aynı şekilde hükümet liderlerine veya diğer siyasi liderlere veya konunuzun yetkili kişilerine , aydınlatıcı, son haber ve gelişmeleri içeren kapsamlı bir faaliyet raporu sunulmasında çok büyük fayda vardır

Karşıt tarafla iletişime çok önem verin, her zaman onlarla temas halinde olun, eleştirilerine çok akılcı yaklaşın, belki içlerinden bazılarını tam kazanamazsanız bile, belki onların tarafsız kalmasını sağlayabilirsiniz. Her durumda müzakere etmeye yatkın olun, karşıtlarınızla, kanun koyucularla ve ortaklarıyla her zaman müzakereye açık olun. Aynı zamanda yeni fikirlere de açık

olmalısınız. Esnek olmak sizin yeni fikirleri, yeni gelişmeleri kaçırmamanızı önler. Taviz verilecek durumları ve zamanları çok ince hesaplayın, taviz zamanlaması sizin için hayati önem taşır. Zamanından önce taviz vermeniz, kazanma ihtimali olanı kaybetmeye; geç taviz vermeniz de tamamen kaybetmenize neden olabilir.

6) Başarısızlığı Başarıya Dönüştürmek

Yürüttüğünüz bir lobcilik faaliyeti başarısızlıkla sonuçlanırsa, ümitsizliğe kapılmayın ve bunun bir ilk raund olduğunu düşünün. Kaybetseniz dahi bazı fikirlerinizin benimsendiğini göreceksiniz, buda size ikinci raund için avantaj sağlayacaktır.

İktidarlar değişir, yeni idareler yönetime gelir, ekonomik ve sosyal felsefeler değişir, karşıtlarınız yumuşayabilir, sizi destekleyen kanunlar yürürlüğe girebilir. Nihai başarıya ulaşmanız için davanıza tüm kalbinizle inanmanız, sabırlı olmanız ve sonsuz bir iyimserliğe sahip olmanız gerekmektedir. Yasama mekanizması çok yavaş hareketeden bir buzul gibidir. Hiçbir zaman yürüttüğünüz bir lobcilik faaliyetini kısa bir zamanda sonuca bağlayacağınızı düşünmeyin. Asla ilk başarısızlıkta pes etmeyin. Yenilgiden hemen sonra tüm dosyalarınızı yeniden gözden geçirin, nerede, nasıl hata yaptığınızı belirleyin ve hemen yeni bir plan, yeni bir strateji belirlemeye çalışın. Kısacası taktik değiştirin. Yönetim

değişikliklerinden faydalanmaya çalışın, zira yeni yönetimler yeni kaideler ve kurallar getirirler.

Kaybettiğiniz davayı iyice tekrar gözden geçirirken belkide hiç hata yapmadığınızı, taktiklerinizin son derece doğru olduğunu belirleyebilirsiniz. Bunlara ilaveten yasama organının hiç te fikir değiştirecek durumda olmadığını da belirleyebilirsiniz. Bu durumda hükümet adına araştırma yapan kuruluşlara yönelin. Bu kuruluşlar, kamu ve özel projeler üzerinde bilimsel, araştırmalar yaparlar. Bu kuruluşlarda çalışanların hepsi entellektüel kişilerdir ve ülkenin tavrını da belirleyecek kişilerdir.

Yayınladıkları kitaplar medya'da geniş çapta yer alır, fikirleri ciddiyetle incelenir, kabul görür. Bu kuruluşlardaki araştırmacılar, TV programlarına davet edilirler, komisyonlarda bilgilerine danışılır. Herhangi bir konuda çıkarılmak istenen kanun teklifinin incelenmesinde daima bir akademik araştırma raporu da beraberinde incelenir. Araştırma Enstitülerinin sayıları son yıllarda hızla artmaktadır.

a) Crysler

Lobicilik ile ilgili yazılan tüm kitaplarda rastlayacağınız bir lobcilik örneği olan Crysler tipik bir araştırma konusudur. Ümitsiz bir durumun başarısıdır. Crysler konusunda yürütülen faaliyetler incelendiğinde çok akıllıca ve etkili bir programla ümitsiz bir konumdan bile başarıya ulaşabileceği görülür.

1979 yılında Crysler Şirketi, hükümetten 1,5 milyar dolar yardım istediğinde, Şirket büyük bir mali darboğaz yaşamaktaydı. 2 milyar Dolarlık zararı amerikan şirketler tarihinin zarar rekoruydu , ancak şirket kendini kurtarmasını bilmiş, büyük ve çok etkin lobicilik faaliyetleri ile Kongre'yi kendisine yardıma ikna etmiştir.

Crysler Şirketi 'nin efsanevi başkanı Lee Iaccoca, şirketini kurtarmaya karar verip harekete geçtiği zaman , otomotiv sanayiinde tanınan ancak bu kadar meşhur bir kişi değildi. Kongre'nin kapısına dayandığında bütün bankalar tarafından reddedilen Iaccoca'nin hiçbir desteği yoktu. Otomotiv sanayiinin dışındakilerde kendisine hiçbir destek vermedikleri gibi Chrysler'e yardım edilmesine şiddetle karşı çıktılar. Ulusal Üreticiler Birliği ve Business Roundtable , ülkenin en önde gelen şirketlerinin yöneticilerinden oluşan İş Konseyi ,ekonomi dünyasındaki yeri tartışmasız olan Wall Street Journal gibi bir gazeteler ,kazanmak kadar kaybetmenin de doğal olduğunu ve Chrysler'in kesinlikle kurtarılması gerektiğini vurgulamışlardır. Amerikan ticaret sisteminin sadece kazanma özgürlüğü üzerine kurulmayıp, özgür ticaret sisteminin kaybetmeyi de içerdiği belirtilmiştir.

Bütün verilerin aleyhinde olduğu bir dönemde Iaccoca bir mucize yaratmak zorundadır, gerekli halk desteğini kazanabilirse "kaybetme özgürlüğü teorisyenlerini " kolaylıkla altedebileceğini çok iyi bilmektedir. Bunun için derhal harekete geçer. Chrysler'in batmasına göz yumulması halinde 50 eyalette meydana gelecek ekonomik bunalım dramatik bir şekilde anlatılır. İşin ilginç yönü Chrysler hernekadar Amerika'nın onuncu büyük kuruluşu isede, sadece 8 eyalette fabrikaları

vardır. Bu sekiz eyaletin ise Senato da sadece 16 Senatörü vardır. 535 sandalyelik Senato'da bu 16 kişinin çok etkin olması beklenemez. Çok akıllı bir kampanya ile Crysler'in iş hayatında varlığını sürdürmesi 50 eyaletin de çıkarına olacağı anlatılır. Crysler'in ülke genelinde 4000 acentası vardır, bu acentalar yerel halka iş imkanı sağlamaktadır. Crysler amerikan cam sanayiinin ikinci büyük alıcısıdır, araba lastiği ve radyo pazarında üçüncü büyük alıcıdır. Araba halıları ülkenin bir yerinde imal edilir, paketlenir ve gönderilir. Araba yan sanayiini besleyen Crysler bu kampanya sonunda sadece sektörün insanlarını değil konuyla ilgisi olmayan bütün kesimleri yanına çakmıştır. Crysler'in lobicilik faaliyetlerini yürüten Demokrat kanattan sorumlu Tommy Boggs , Cumhuriyetçileri iknaya çalışan Tom Korologos, Crysler'in iflasının sadece birkaç bin kişinin işsiz kalması demek olmadığını, büyük firmaların birbiri ardına batması ve buna bağlı olarak 600000 kişinin işsizliği demek olduğunu belgelerle ispatlar. Altıyüzbin kişinin desteği medya'da kendini göstermektedir. Radyo, basın ve özellikle televizyon yayınları vasıtasıyla daha geniş halk kitleleri iknaya çalışılmıştır.

Oylamanın yapılacağı gün Capitol Hill'in önü Crysler amblemi taşıyan mavi kep giymiş binlerce insan tarafından doldurulmuştur. Etkili yayınlar ülke çapında destek grupları oluşmasına neden olmuştur. Zencilerin İlerlemesi Ulusal Kuruluşu, yaptığı bir araştırmada zencilerin 1 %'in gelir kaynağının Crysler veya ona bağlı olan yan sanayiilerden sağladığını belirlemiştir. Detroit Belediye Başkanı Colemann'ın başkanlık ettiği ABD Belediye Başkanları Birliği'de sesini de Crysler lehinde yükseltmiştir. Ülke öylesine bir pro-Crysler duygusuna girmiştir ki bir Chevrolet-Honda

acentası müşterilerine "Eğer size bir Chevrolet veya Honda satamıyorsak, bir Crysler satın alın " diyen mektuplar göndermiştir.¹⁹

Birleşik Otomotiv İşçileri adlı kuruluş da ağırlığını koymuş, bir evvelki seçimlerdeki desteğinin karşılığını istemiştir. Kongre'deki Michigan delegasyonu diğer senatörleri ikna edebilmek için yoğun bir çabaya girmişlerdir. Crysleri destekleyenler, ideolojik görüşü ne olursa olsun her üyeyi ikna edebilecek tezler ve savlar üretmişlerdir. Liberallere, sosyal konularla ilgili baskı yapmışlar, Crysler'in iflasının işsizlik oranını 1% arttıracığı anlatılmış, muhafazakarlar ise Crysler'in savunma sanayiinde ki rolü vurgulanmış, hür dünyanın en büyük tank üreticisi firmanın batmasına nasıl göz yumulacağı sorulmuştur.

Senatodaki oylama kıl payı kazanılmıştır, 53-44. Temsilciler Meclisi de bu karar doğrultusunda oy vermiştir. İki sene sonra ise Crysler borçlarını büyük bir gösteriyle geri ödemiştir. Crysler böylece lobicilik faaliyetlerine damgasını vurmuş, başarılı bir kampanya örneğini dünyaya göstermiştir. Crysler bu kampanyada, halk desteğini sağlamış, Kongre ile ortak bir çalışmaya girmiş, akılcı politikalar, programlar uygulamış, medyayı büyük bir beceri ile kullanmıştır.

Crysler'i özel bir konuma oturtan bir nedende, başlangıçta hiçbir belirgin gruba dayanmaması, hiçbir belirgin grubun ilgi ve desteğini

¹⁹Wittenberg, Ernest & Wittenberg, Elizabeth, a.g.e., s.77

çekmemiş olmasıdır.Örneğin çevre ile ilgili faaliyet göstermek isteyen bir grub tüm çevreci kuruluşların desteğini sağlar, herhangi bir anti-nukleer faaliyet tüm anti nükleercileri biraraya getirir.Crysler bu bakımdan ise dezavantajlı başlamış ancak büyük bir başarı ile faaliyetlerini noktalamıştır.



SONUÇ

Yürütülen lobcilik faaliyetlerinin ana prensipleri ile savaş stratejileri arasında büyük benzerlikler vardır. Lobcilik faaliyetlerini de bir çeşit savaş olarak değerlendirebiliriz. Askeri alanlarda yürütülen savaş ile lobcilik faaliyetlerinde yürütülen savaş arasındaki en önemli fark, lobcilik faaliyetlerinde savaşın sonucunu seçmenlerin yani halk kitlelerinin belirlemesidir. I. Dünya Savaşı sırasında İngiliz General J.F.C. Fuller'ın geliştirdiği ve tüm dünya askeri çevreleri tarafından kabul edilen savaş ana prensipleri , lobcilik faaliyetlerinde uygulanan strateji ve taktiklerle aynıdır. Bu ana prensipleri şöyle sıralayabiliriz : iyi belirlenmiş hedef ; saldırı; kitlesellik, bütünlük ; eldeki kuvvetin (lobcilik söz konusu olunca eldeki verilerin) en ekonomik ve akılcı kullanımı ; manevra diğer bir deyimle hareket kaabiliyeti; kumandanın tek elde toplanması ; gizlilik ; sürpriz ; ve sadelik .²⁰

Süreç bölümünde anlatılan önhazırlık, bağlantı ve strateji belirleme etaplarını ve bu etaplarda kullanılan teknikleri değişik bir yorumla da özetleyebiliriz.

Ulaşılmak istenen hedefin, çok net ve açık bir şekilde belirlenmesi ve yürütülecek lobcilik faaliyetlerinin bu hedefe göre saptanması gerekmektedir. Ayrıca ara etaplarda ulaşılması gereken noktalar da iyice belirlenmelidir. Sadece sonuç değil ara hedeflerde ayrıntılı bir şekilde hesaplanmalıdır. Bütün bunlar saptandıktan sonra konu hakkında özlü bir rapor hazırlanmalıdır.

²⁰Zorack, John L. : "The Lobbying Handbook", Washington D.C., 1990, s.112.

Saldırı lobicilik faaliyetlerinde en önemli unsurdur. Saldırının etkili savunma olduğunu bir lobici asla akıldan çıkarmamalıdır. Saldırı taktiği lobiciye inisiyatif verdiği gibi, konuya tam hakimiyetini de sağlar. Bunun anlamı ise saldırıya hedef olan karşıtların devamlı savunmada kalması yani pasivize edilmesi demektir.

Kitlelere yönelik taktiklerin uygulanması, seçmenlere yönelik mektup kampanyaları ve medyanın doğru zamanda kullanımı ve diğer gruplarla işbirliğine girerek kitlelerle bütünleşmek güç arttırmak için çok önemlidir.

Yapılan plan çerçevesinde bir lobicinin elde etmesi gereken ara hedefleri olabilir. Ancak kısıtlı kaynak ve mali olanaklarla lobicilik faaliyetleri yürütülüyor ise bütün dikkat ana hedefte toplanmalıdır. Bu durum özellikle küçük lobicilik firmaları ve bu faaliyetler için kısıtlı mali gücü olan kuruluşlar için geçerlidir. Böyle durumlarda yürütülen lobicilik faaliyetleri esnasında zaman zaman temsil edilen kişi veya kuruluşların çıkarlarını hayati tehlikeye sokmayan riskler göze alınabilmelidir.

Manevrayı hareket kaabiliyeti ve esneklik olarak açıklayabiliriz. Faaliyeti yürüten lobiciye esnek olabilmesi için veya beklenmeyen gelişmeler karşısında anında karar verip gerektiği şekilde harekete geçebilmesi için gerekli güven ve yetki verilmelidir.

Lobicilik faaliyetlerinin tek elden yürütülmesi yani yetkilerin bir kişide toplanması, diğerlerinin ise başarı için maximum gayreti gösteren yardımcıları olması gerekmektedir.

Gizlilik lobicilik faaliyeti yürütülürken üzerinde özenle durulması gereken bir konudur. Karşıt lobicilik faaliyeti yürütenlerin , uygulanacak taktikleri, yöntemleri, hazırlanan ve uygulanan planları önceden bilmesi, onlara çok büyük avantajlar sağlar. Yürütülen lobicilik faaliyetinin plan ve programının gizli tutulması oldukça zordur. Ancak bazı önemlerde alınabilir. Örneğin karşı tarafta olduğuna yüzde yüz inanılan üyelere faaliyetler hakkında bilgi verilmemeye çok özen gösterilmelidir.

Sürpriz, aslında gizlilikle beraber uygulan taktiklerdir. Karşıtlar hiç beklenilmeyen bir an ve yerde gafil avlanmalıdırlar. Bir örnek vermek gerekirse konunun görüşüldüğü komisyonlara hiç beklenmeyen ancak çok etkili bir kişiyi şahit olarak çıkarabilmek ve bunu son ana kadar gizli tutabilmek başarılı bir taktik uygulamasıdır.

Lobicilik faaliyeti için hazırlanan planın sade ve özlü olmasına dikkat edilmelidir. Faaliyete katılan herkesin planın nasıl uygulanacağını bilmesi gerekir. Hedefler, görevler ve iş bölümü açıkça belirtilmelidir. Gerekli tüm bilgilerin toplanması, rapor haline dönüştürülmesi görev ve yetkiler, eşgüdümün sağlanması esasına dayalı bir master plan hazırlanmalıdır. Bu planda, toplanan tüm dokümanlar, yetkililerin görüşleri belirtilmelidir. Lobicilik faaliyeti yürütülürken faaliyette yer alan kişilere sadece yapmaları gereken kısım, yürütmekle sorumlu oldukları faaliyetler

hakkında ayrıntılı bilgi verilmeli ancak master planın tümü ayrıntılarıyla gösterilmemelidir. Yapılan master plan bu faaliyetin sorumluluğunu taşıyan, tüm faaliyeti yürütmekle görevli lobinin denetimi altında titizlikle uygulanmalıdır. Master planın içermesi gereken bilgileri şöyle sıralayabiliriz:

- Savunulacak konunun ortaya çıkış nedenleri ve gelişme sürecini de kapsayan özlü ama ayrıntılı açıklaması

- Hukuki gelişimi

- İlgili komisyonlar hakkında geniş bilgi, konuyla ilgili komisyonlardaki görevlilerin görüşleri, telefon numaraları ve bağlantı sağlayacak yardımcılarının isimleri, adresleri, telefon numaraları

- Ortak hareket edilen diğer gruplardaki bağlantıların ad, adres ve telefon numaraları

- Seçmenlere yönelik yürütülecek faaliyetleri kapsayan ayrıntılı bir plan , hedef kitlelerin belirlenmesi ve grup içinde bu faaliyetleri koordine eden kişinin belirlenmesi , görev ve sorumluluklarının belirlenmesi

- Karşıt lobcilik faaliyeti yürüten kişilerin ve onları destekleyen kurum, kuruluş ve komisyon üyelerinin ad, adres ve telefon numaraları ve yürüttükleri faaliyetleri kapsayan araştırmalar

- Medya ko-ordinatörünün denetimi altında kullanılacak gazetelerin belirlenmesi, diğer yayın organlarından nasıl yararlanılacağına araştırılması ve belirlenmesi

Lobicilik faaliyetlerinde en önemli unsurlardan biride seçmenlere yönelik yürütülen faaliyetlerdir.. Bu faaliyetlerin çok geniş ve kapsamlı olmaları mali konuları ön plana çıkarmaktadır. Master plan kapsamında ,

mali kaynaklar, sponsorlar ve giderleri kapsayan ayrıntılı bir bütçe de muhakkak hazırlanmalıdır.

Sosyal bilimlerde hiçbir kaide, hiçbir teknik başarılı bir sonucu garantileyemez, ancak titizlikle uygulanan kaideler ve teknikler, özenle planlanmış stratejilerin uygulanması, yürütülen lobcilik faaliyetlerinin esas amaca ulaşma şansını oldukça arttır.

Yürütülen bir lobcilik faaliyetine sonucu ne olursa olsun hiçbir zaman bitmiş gözüyle bakılmamalıdır. Savunulan hiçbir konu tam anlamıyla çözüme ulaşmaz, zira savunulan konu kazanılmış dahi olsa karşıt fikrin savunucuları daima yeniden saldırı için uygun zamanı kollayacaklardır. Kazanan tarafın, kazanılan konuyu yenilene karşı daima koruması ve savunması gerekmektedir. Kazanılan konunun sürekliliği ve işlerliği için her zaman çaba gösterilmemelidir. Kazanılan konu dikkatle izlenmelidir.

Lobicilik faaliyetleri kapalı devre akımı gibidirler, ön hazırlık, bağlantı, uygun strateji seçimi ve uygun tekniklerle ulaşılan başarılı sonucun devamlılığının sağlanması için tekrar başlangıç noktasına dönüş yapılır, gerekli çalışmalar devam ettirilir. . Aynı kapalı devre dolaşımı sonucun başarısız olma durumunda da geçerlidir. Bu durumda yapılan plan, uygulanan taktikler yeniden gözden geçirilip hatalar bulunmaya çalışılır ve bu kere değişik yöntem ve taktiklerle konunun bir kere daha üzerine gidilir ta ki kazanıncaya kadar

KAYNAKÇA

- 1) Wittenberg, Ernest ve Wittenberg, Elizabeth: " How To Win In Washington", Cambridge, MA, 1989.
- 2) Mahood, H.R.: "Interest Group Politics in America", New Jersey, 1990
- 3) Emerson, Steven: "The American House Of Saud", New York, Toronto, London, Sydney, 1985
- 4) Cutlip, Scot and Center, Allen : "Effective Public Relations", New Jersey, 1978
- 5) Cigler, Allen and Loomis, Burdett: "Interest Group Politics", Washington D.C. 1983
- 6) Reilly, Robert: "Public Relations in Action", New Jersey, 1981
- 7) Steinberg, Charles: "The Creation of Consent", New York, 1975
- 8) "Express-News" San Antonio, Texas, Dec.27, 1990
- 9) Jefkins, Frank: "Public Relations Techniques", Oxford, 1988
- 10) Mc Farland, Andrew: "Common Cause Lobbying in The Public Interest", New Jersey, 1984
- 11) Thompson, Margaret Susan, "The Spider Web", New York, 1985
- 12) Birnbaum, Jeffrey, H., "The Lobbyists" New York, 1992
- 13) Wolpe, Bruce C. "Lobbying Congress" Washington, 1990
- 14) İcel, Kayıhan, "Kitle Haberleşme Hukuku", İstanbul, 1990
- 15) Maviş, Fermani, "Halkla İlişkiler(Seçme Yazılar)", Eskişehir, 1986
- 16) Tortop, Nuri: "Halkla İlişkiler", Ankara, 1990
- 17) İlal, Ersan: "İletişim, Yıgınsal İletim Araçlar ve Toplum", İstanbul, 1989
- 18) Tekinalp, Şermin: "Elektronik Kitle İletim ve Değişim", İstanbul, 1990
- 19) Erdoğan, İrfan & Alemdar, Korkmaz: "İletişim ve Toplum", Ankara, 1990

- 20) Tivnan, Edwards: " The Lobby, Jewish Political Power and American Foreign Policy",
New York,1987
- 21) Zorack, John L. : " The Lobbying Handbook " Washigton D.C.,1990.

