

Spin Doctor kavramının tehdidi altında halkla ilişkiler

Ebru ÖZGEN*

Nurdan BAYRAKTAR**

Özet

Tarihin eski dönemlerinden beri pek çok örneğini gördüğümüz spin doctor kavramı, pek çok iletişim kuramının da ışığında örnekler üzerinden açıklanarak, halkla ilişkiler disiplini açısından disiplinin etik buyutu açısından tartışılarak öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Spin Doctor, Stratejik İletişim Yönetimi

Public relation is under the threat of Spin Doctoring

Abstract

Increasing competition, intensive technological developments and increased customer awareness in recent years force the corporations to the competition at the same time. This case legitimates the unethical activities of the spin doctors who accept every ways as accurate to achieve the success as well as of PR experts who gathers the principles of accuracy, reliability, understandability and ethic.

In recent year, the deviation from the true, current, detailed information and transparency principles stated in the declaration of principles by Ivy Lee, has increased by the diversification of people profile who prefer this field. Due to the people who become spin doctor because of their lack of moral value or their secret entering to structure, the profession of PR which has a great change is in danger of losing the mission of improving the mutual confidence, respect and social responsibility between the organization and target group.

In this study, it was evaluated that unethical achievements provided by strategical tactics of spin doctors, as a PR expert, have an threat on PR profession and it was aimed to determine the map of principles for a PR operator in case of spin doctors and being spin doctors.

Keywords: Public Relations, Spin Doctor, Strategic Communication Management

* Doç.Dr., Marmara University, İstanbul, Turkey, eozgen@marmara.edu.tr

** Marmara University, İstanbul, Turkey, bayraktarnurdan@hotmail.com

Giriş

Siyaset, bir toplumda çatışma halinde olan çıkarların uzlaştırılması faaliyetidir. Bu uzlaşım, ardında medya ve stratejik halkla ilişkiler uygulamalarını barındırmaktadır. Siyasal iletişim faaliyetlerinin tasarlanmasında ve uygulanmasında, toplumsal ve siyasal dinamikleri harekete geçirmesi yönünden son derece işlevsel bir nitelik taşıyan strateji, özellikle son yıllarda, rekabet avantajı sağlamak adına kapsamı dahilinde bulunduğu halkla ilişkiler uygulamalarının artmasına neden olmuş ve yeni kavramların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Siyasal faaliyetlerin uygulanması sürecinde siyasi parti ve liderlerinin hedef kitleleri ile iletişimini sağlayarak toplumun ve bireylerin gündemlerini belirleyici konumda bulunan, böylece karar alma süreçlerini etkileyen ve yeni bakış açıları oluşturan medya ile halkla ilişkiler ve strateji kavramları birleşmiş, “spin doctor” kavramı ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada halkla ilişkilerin medya ve siyaset kavramları ile olan ilişkisi göz önünde bulundurularak “spin doctor” kavramı incelenecektir. “Gündem Belirleme” ve “Eşik Bekçiliği” kuramlarına da değinilecek olan çalışmada, “spin doctor” kavramının sınırları tanım, köken ve güncel örnekler ile çizmeye çalışılacaktır.

Spin Doctor

İlk olarak 1984’de William Safire’in Political Dictationary adlı kitabında yer alan spin doctor kavramı, medyanın gücünün farkında olan liderler ve gazetecilerin ötesinde zeki ve bilgili bir ara sınıfı ifade etmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde olduğu gibi bilgi vermek temeline dayanmayan kavram, medya ve kamuoyunu manipüle etmeyi amaçlamaktadır. Kavramı daha iyi yorumlamak adına spin ve doctor kelimeleri ayrı ayrı ele alınacaktır.

Spin kavramı

‘Significant Progress in the News’, Türkçe karşılığıyla “haberde belirgin seyir” kelimelerinin baş harflerinden oluşan spin terimi fiil olarak “döndürmek, çevirmek, eğirmek, bükmek, uydurmak, masal okumak” anlamlarına gelmektedir. Çeşitli spor dallarında da kullanılan terim esasen çok geniş bir yelpazede bulunmaktadır.

William Safire’ göre terimin anlamı döndürmek fiilinde yatmaktadır. Ona göre, eğirmek deyimindeki gibi aldatmak anlamına geldiği 1950 yıllarına dek gitmektedir. Safire ve arkadaşları; terimin spor terminolojisinde kullanılan topun belli bir yöne gitmesi ve falso vermek eylemi ile olan açık bağlantısında da anlaşmaya varmışlardır(alıntılıyan Görgün, 2006:306);(aktaran Sumpter ve James, 1994:19-27). Spin, gerçek ortaya çıkıncaya kadar onları çarptırma, etraflarında dolaşma sanatıdır (Foa,2006: 206).

Başlangıçta farkında olunmadan yapılan spin terim olarak ise ilk kez;1980’lerin ortalarında, Amerika’da pratik olmamakla suçlanan Stratejik Savunma İnsiyatifi adlı bir askeri kurumun halkla ilişkiler uzmanlarının suçlamalara karşı oldukları- kurumun ilerleme kaydettiğini gösteren basın bültenleri yayınlaması şeklinde- bir halkla ilişkiler olgusu olarak kullanılmıştır (Görgün,2006:307).

Spin kavramı bugün kullandığımız birçok kitle iletişim aracının öncesine, Antik Yunan Dönemi’ne dayanarak günümüze gelmiştir.

Aristoteles, sözün anlaşabilmeye yönelebilmesi için akıl ve duyguyu bir arada tutan bir konuşma biçimi öğretisinin gerekli olduğunu savunmakta, bir siyasal toplulukta, uzlaşmaya varmayı kolaylaştırıcı, mantıksal bütünlüğü olan ve kazanılan yaşam deneyimlerinden beslenen konuşma tarzlarının geliştirilmesi gerekliliğini dile getirmektedir(Kökler, 1998:85). Aristoteles'in bu yaklaşımı karşımıza retorik (söz söyleme sanatı) kavramını çıkarmıştır. Sözün gücü günümüzde dahi önemini yitirmemiş ve sözün gücünü zekice ve stratejik bir şekilde, kendileri ya da hizmet ettikleri kişi ya da gruplar adına kullanan kimseler bunu spin olarak adlandırmıştır.

Platon, kurallarla yapılandırılmış, iyilikle ve doğrulukla ilişkilendirilmiş bir konuşmanın siyasal topluluğun bir aradalığını sağlayabileceği görüşünü savunmuş olmakla birlikte Diyaloglar'ında sözlerle uğraşan söylevcileri, kandırma işini kendini kaptıranlar olarak nitelemekten de kendini alıkoyamamıştır(Platon,1982: 53).

“Mahkemelerde yargıçları, kurultayda üyeleri, halk toplantısında ya da buna benzer siyasi toplantılarda vatandaşı kandırmak için sözden büyük ne var? Sözün gücünü edindin mi, hekim de, beden eğitimcisi de senin buyruğuna girer, zenginlikler topladığını söylediğin sarraf da o zenginlikleri kendi için değil, konuşmayı, kalabalığı kandırmayı bilen senin için toplamıştır”

Dil filozoflarına göre dilin birden fazla amacı vardır ve farklı bağlamlarda farklı kullanılır. Wittgenstein, batı felsefesindeki bütün hataların suçunu “dil tarafından büyülenme” dediği şeyde buluyordu. Bundan kastettiği, sözcüklerin bizi kandırıp “şeyleri” yanlış kategorilere sokmamıza yol açabileceğiydi(Catchcart ve Klein, 2010: 123,124) ki spin bunu amaçlamaktadır.

Doctor kavramı

Bricknell' e göre bütünü öteki parçası olan 'doctor' terimi, görece olarak olumlu bir durumu düzeltebilir, değişebilir, uyarlanabilir bir durumdan, üzerinde değiştirme, bozma yaparak tehlikeli bir duruma ve hatta sahtesini hazırlayıp yalan bildiride bulunma durumuna kadar götürebilen uygulayıcıya denilmektedir. Ayrıca Richards'a göre literatürdeki 'doctor' teriminin yamacı, parçacı ve tahrifatçı kelimeleri ile benzer anlam taşıdığına rastlanmıştır. Bricknelle göre spin doctor özellikle spini planlayarak, kasıtlı icra edenler için kullanılmıştır(Görgün,2006:307).

Spin Doctor'ın tarihçesi

Uygulama süreci çok eskilere dayandığı ve manipülatif algının temellendiği spin doctor faaliyetleri dünyanın en eski mesleği sayılabilir(Genasi,2002: xi). Ancak spin doctor terimi ilk olarak 1984'de William Safire'in Political Dictationary adlı kitabında yer almıştır(Kundakçı,2011: 311).

Amerika'da Reagan yönetimi sırasında medyanın üstün gücüne karşı bir tepki olarak başlayan modern spin doktorluğu Vietnam Savaşı ve Watergate olayından sonra basının siyasal dünyanın gözünü gerçekten korkutmasıyla, sadece etkili bir gözcü değil çoğu zaman fazla etkili bir dördüncü güç olmuştur. Reagan, medyanın bir tür anında karşı çıkma gücüne sahip olduğunda, bir yönetimin ülkeyi yönetmesinin ve kamu çıkarını gözetmesinin imkansız olduğuna ikna edilmiştir. Bu yüzden akıllı iletişim danışmanı Michael Deaver medya ile siyasal dünya arasında daha dengeli bir senaryoya ulaşmak için bu gidişatı düzeltmeye karar vermiştir.

Fakat spin doctorlar, dengeleyici unsur olmak yerine fazla etkili olmuşlar, kendi çıkarları için gizli çarpıklık yaratmışlardır(Foa,2006: 206). Buradaki gizlilik spinin gerçek ortaya çıkıncaya kadar olanları çarpıtmasından kaynaklanmaktadır.

Safire, Başkan Reagan'ın yeniden başkan seçilmesi için yapılan seçim kampanyasını anlatan New York Times'ın editör köşesindeki satırlarla terimin ilk basılı iktibasına yer vermiştir. 1984 Amerikan Başkanlık seçimlerinde Reagan- Mondale tartışmasını anlatan yazıda "spin doctor, ipek giysiler içinde bir düzine kadın ve erkek, gazetecilerin arasında kendinden emin bir şekilde dolaşır ve bilgileri bazen de paylaşılmaması gerekenleri aktarır. Onlar yalnızca uygun bir spin ile rutin bir basın bülteni hazırlayan basın ajansı değildir. Adayların kıdemli danışmanlıklarını yapan 'spin doctor'dır" şeklinde tanımlanmıştır.Yönetim tartışmalarında tüzel sektör(anonim) başarısından esinlenerek, federal, eyalet ve yerel yönetimler medya kalıbını şekillendirmeye ve insanların onlar hakkında ne düşündüğünü tespit etmeye çalışmada spin doctorları görevlendirmiştir(Burton, 2007: 24).

Terim ikinci kez, Michigan'da Sault Ste Marie kasabesindeki Lake Yüksek eyalet Üniversitesi'nin Çok Sık Kullanılan Kelimeler ve Sözcük Öbekleri-1989 adlı yıllığında yer almıştır. Matt Groening ise medyayı- dolayısıyla da toplumu etkileyebilecek- sıra dışı potansiyeli ve dahice bir iletişim terimini tanımlaması gerekçesi ile, terimin terimin yasak kelimeler listesine alınması gerektiğini savunmuştur. Terim, İngiltere'de de 1980'lerin ortalarında kullanılmaya başlanmıştır. İngiltere'de başarılı spin doctor'lar daha çok medyada uzun dönem çalışmış politika muhabirlerinden oluşmaktadır. Dönemin başbakanı Blair'in 81 özel danışmanı olup, bunların 11'i medya ilişkileri uzmanı olarak görev yapmaktadır(Kundakçı, 2011: 311).

Spin doctor terimi 1980'lerin ortalarında literatüre yeni bir terim olarak eklendikten sonra 10 yıl içinde hızla kendi dünyasını kurmuştur. Terimden, bireysel spin, karşı spin, spin savaşları, spin şehri- aynı anda birden fazla spin doctor'ın uygulama yapmasıyla meydana gelen kaza anlamına gelen- spin kilitlenmesi gibi terimler türetilmiştir. Türetilen terimler arasında özellikle spin efendileri ve spin sultanlarının ise politikacıların eleştirilerine hedef olduğu dikkat çekmiştir(Görgün,2006: 308).

Tüm bu verilerin ışığında spin, başlangıçta politik kampanya danışmanlarının etik olmayan yaratıcı taktikleri olarak görülmektedir. Şu günlerde tüm ilgi spin doctor olgusu , haber ve bilgi terziliği, üzerine yoğunlaşmıştır. Özellikle siyasal faaliyetlerde halk üzerinde yetkili kurumlara yönelik olumlu bir ışık bırakılması istenmiştir. Bu brifingleri barındıran Beyaz Saray Ofisi Basın Sekreteri, (The White House Office of the Press Secretary) (adil olmayarak) hükümet spinini basit bir kuruluş olarak görmektedir. Fakat, terim eski bir oyun için yeni bir isimden daha fazlasıdır. Olayların ve doğrunun sürümünü kabul etmeleri konusunda insanları ikna etmek (yarışmadaki diğer sürümlerinde) retorüğün diyalogsal kalbindedir(Partington, 2003: 214).

Spin Doctor taktikleri

Spin doctor, temsil ettiği kişi ya da kurum hakkında hedef kitleye erişebilecek olumsuz eleştirileri önlemeye çalışan, ancak önleyememişse de bu olumsuzlukları lehine döndürmeye çalışandır(Kundakçı, 2011: 311). Ayrıca bu kimseler içerisinde medyanın gücünü tersine

kullanmayı akıl edebilen ve buna uygun ortamı sağlayan bir anarşist/machiallevist bir grup da bulunmaktadır(Manas, 2011). Ünlü “Prens” kitabının yazarı olan Machiavelli(1469-1527) siyasette başarı elde edebilmek için her yolun mübah olduğunu, kralın çıkarları doğrultusunda yalan söylemenin, dolandırmanın, sözünü tutmamanın, yalan haber yaymanın meşru olduğunu savunmaktadır.

Spin doctors, gazetecilerin nasıl haber seçtiklerini, her gün gazetecileri yeni bir hikaye ile nasıl besleyeceklerini bilirler. Şaşırtıcı taktikler kullanarak bir hikayeden çok iyi yararlanırlar(Manas, 2011).

Enformasyon döngüsünü yöneten mekanizmalar hakkında mükemmel bilgi sahibi olan spin doctor'lar kitleleri psikolojik olarak uygun duruma getirmek için *sürüye uyma, korkuya başvurma, otoriteye başvurma, aşırı basitleştirme, sıradan konuları çekici hale getirme, halktan biri, stereo tip, hoşnutsuzluk yaratma*, gibi karmaşık teknikleri kullanarak çalışırlar(Foa, 2006: 206). Bunun yanı sıra *ört bas etme, yangına körükle gitme, kara para aklama, gözdağı verme* yöntemlerini de kullanırlar.

Spin Doctor ve uygulama alanları

Spin uygulamaları İngiltere Hükümet Başkanları'ndan Peter Mendelson'un “görevimiz gerçeği yeniden kurmaktır” retoriği ile örnekleyebileceğimiz politik spinden, halkla ilişkilerin öncülerinden PT. Barnum'un faaliyetlerine, reklamcılarının yayın ile reklam arasındaki farkı en aza indirmelerinden, medya mensuplarının gündemi belirleme güçlerine, kurumların kriz anlarında tüm olumsuzluklardan sıyrılmak adına sürdürdükleri bütün politikalara kadar uzanmaktadır.

Halkla ilişkiler medya ve Spin

Halkla ilişkiler, bireylerin ve kuruluşların basında yer almalarını sağlama çabalarından gelişerek(Grunig, 1984: 223) bugün tüm iletişim araçlarını kullanan bir faaliyetler bütünü haline gelmiştir. Bir kişi ya da kuruluş ile hedef kitlesi arasındaki stratejik temellere dayalı iletişim yönetimi şeklinde tanımlayabileceğimiz halkla ilişkiler, nihai amacı olan “kaynağın itibarına olumlu katkıda bulunma”yı medya aracılığıyla çok daha kolay bir şekilde gerçekleştirmektedir.

Halkla ilişkiler uygulayıcıları temsilcilerinin amaçlarına yönelik yürütecekleri faaliyetlerde kimi zaman spin uygulamalarına başvurabilmektedir. İlk girişimi oldukça yaratıcı(Partington, 2003: 33) olan uygulayıcılar başarı elde edebilmektedirler. PR endüstrisinde, spin doctor teriminin yaygın bir ağı vardır. Bu endüstride çalışanların bir kısmı -hatta çoğunluğu- gelişmekte olan siteler aracılığıyla yıllık raporlar üretenden medya ihtiyaçlarını ele alan, her konuda çalışan, kar amacı gütmeyen gruplar ve federal, eyalet ve yerel hükümet kuruluşlarındadır. Yaptıklarının çoğu görsel olmalarına yöneliktir ve nadiren tartışma kaynağı oluşturur(Burton, 2007: ix). Ancak unutulmamalıdır ki PR kavramı, bir hikaye oluşturabilen, hiç olmayan iyi haberleri yaratabilen, metali altına çevirebilen sihirli bir değnektir(Genasi, 2002: 11).

Medya, bir konuyu göze çarpıcı biçimde ileterek etkileme gücünü elinde bulundurur. Olaylar, medya tarafından belirli bir çerçeveye alınır ve özel hale getirilir(Fortunato, 2000: 482). Halkla ilişkiler uygulayıcıları temsil ettiği kişi ya da grubun medyada yer alması adına kimi zaman özel taktikler kullanmakta, temsilcilerinin hedeflerine ulaşmasında etkin bir rol oynamaktadır ve bu kimi zaman spin'e dönüşmektedir.

Halkla İlişkiler uzmanlarının medyaya yönelik çalışmalarından medya sürekli olarak bedava bilgi akışını elde etmekte, gazetecilerin başka türlü elde edemeyeceği bazı bilgiler bir paket şeklinde sunulmakta, gazeteci veya editör de neyin haber değeri olup olmadığına karar verebilmektedir(Okay ve Okay, 2007: 30).

Halkla ilişkiler, medya ve hedef kitle arasındaki üçayaklı ilişki iki önemli boyut içerir: Bunlardan biri, medya yansımalarının halkı etkilemedeki potansiyel gücüdür. Bu güç, eşik beklilerinin, iletinin çerçevesinin belirlenmesinde ve özelleştirilmesinde işlevsel olmalarıyla sağlanır. Diğer boyut ise halkla ilişkiler uygulayıcılarının kitle iletişim araçlarının içeriğini etkileme gücünü üzerlerine almalarıdır. Bu gücü yaratabilmek için, halkla ilişkiler uzmanlarının, hem halkla ilişkiler organizasyonundaki davranışları savunucu bir rol almaları hem de hedef kitleyi sorgulayarak ve onunla ilgili araştırmalardan yola çıkarak, onlardan destek alabilecekleri organizasyonlar içerisine girmeleri gerekmektedir(Fortunato,2000: 482).

Kamuoyunu manipüle ederken başvurulan yollar, halkla ilişkiler modelleri içinde tek yönlü iletişimin esas alındığı uygulamalarla örtüşmektedir. 19. yy'da basın ajanslarınca siyasal kampanyalar ve çeşitli gösteriler için "manipülasyon" tekniği kullanılarak kamuoyunun kazanılmasına çalışılmıştır. Propaganda amaçlı bir halkla ilişkiler modeli olan Basın Ajansı modelinin en önemli uygulayıcısı Barnum Bailey Sirki'ni kurduktan sonra sirkine müşteri çekebilmek için uydurduğu Jumbo Fil karakteri, vücudu balık, başı ve elleri maymun şeklindeki deniz kızının yanı sıra George Washington'un zenci Hizmetkarı Heath'in 160 yaşında olduğu yalanını kamuoyuna yayarak, bu kadını görmek isteyenlerden haftada 1500 dolar kazanmıştır. Penny Press adı verilen, ucuz ve haber değeri olmayan basın da bu uydurma haberlere geniş yer vermiştir. London Times P.T. Barnum'a Zararsız Hilekar sıfatını layık görürken, Eric Goldman "kamuoyunu kandırmıştır" demiştir(Kundakçı, 2011: 315).

Başlangıçta spin'in sınırlı olarak siyasal kampanya danışmanlarını etik olmayan ve yanıltıcı aktiviteleri için kullanılırken 1990'ların başından itibaren bu terimin halkla ilişkiler personelinin sorunla ilgili durumu olumlu hale getirme çabasını tanımlamak için kullanılmıştır. Bugün spin doctor terimi, halkla ilişkiler uygulayıcılarına negatif bir anlam yükleyerek tüm uygulayıcıları kapsayacak şekilde kullanılmaktadır(Kundakçı, 2011: 315). Barnum örneğinde olduğu gibi zararsız yalanların ötesinde kamuoyunu birçok alanda etkileyebilecek zararlı medyatik yalanlar ön plana çıkabilmektedir.

Siyaset ve Spin

Siyaset, toplumun tümünü ilgilendiren veya toplumu oluşturan birimler arasındaki ilişkileri son aşamada meşru zora dayanarak düzenleyen eylemler bütünü biçiminde tanımlanabilir(Çam, 1984: 21). Aynı zamanda siyasal otorite ile ilgili kurumların ve bu kurumların oluşmasında ve işleminde rol oynayan davranışların bilimidir(Kışlalı, 1987: 4).

Siyasal iletişim büyük ölçüde medya aracılığıyla gerçekleşebileceği için, siyasetçinin, hedef kitlelerine ulaşabilmesi, amaçlarına en uygun izleyici profiline hitap eden medya örgütlerinin gündemine girebilmesini gerektirmektedir(Oktay, 2002: 37). Bu noktada halkla ilişkiler uzmanlarına başvuran siyasiler, stratejik ve çoğu zaman spine dayalı iletişim planları ve iyi bir iletişim yönetimi ile amaçları doğrultusunda ilerleyebilmektedirler.

Politika'da spin ilk kez; ABD'de 1960'larda Richard Nixon'ın başkanlık dönemindeki Beyaz Saray İletişim Ofisi'nin çalışmalarında uygulanmıştır. Başkan Ronald Reagan'ın spin doctor'ları ise, daha çok televizyon ve radyo yayınlarına yoğunlaşmışlar, televizyonların gece haberlerinde Reagan'ın konuşmalarını ilgi çeken bir ses tonu ile yapabilmesi için çaba göstermişlerdir(Görgün, 2006: 308).

Her şeyden önce siyaset, zaman ve mekan bakımından evrensellik ve süreklilik niteliklerine sahiptir. Siyasetin özü, toplumdaki değerlerin dağıtımı ile ilgili bir görüş ve çıkar çatışması, bir iktidar mücadelesidir(Kapani, 1992: 19-21). Spin doctor'ların faaliyetleri için de geçerli olan süreklilik ilkesi siyasal başarının sağlanması adına önemlidir. Nihayetinde reforma uğrayan bilgi- haber(spin haber) amaca ulaşana dek aynı şekilde hedef kitleye sunulmalı, akıllarda kafa karıştırıcı unsurlar bırakmamalıdır.

Siyasiler iktidar mücadelesini başarı ile sonuçlandırmak adına görsel iletilerden ziyade sözel iletişim stratejilerini kullanarak hedef kitesinin rızasını kazanmaya çalışmaktadır.

Aristoteles, sözün anlaşabilmeye yönelebilmesi için akıl ve duyguyu bir arada tutan bir konuşma biçimi öğretisinin gerekli olduğunu savunmaktadır. Bir siyasal toplulukta, uzlaşmaya varmayı kolaylaştırıcı, mantıksal bütünlüğü olan ve kazanılan yaşam deneyimlerinden beslenen konuşma tarzlarının geliştirilmesi için bir klavuz üretilmesi gerekliliğini vurgulayarak(Kökler, 1998: 85) sözün gücünün altını çizmektedir. Ancak Platon'a göre sözün gücünü elinde bulunduranlar; ortak iyinin ortaya çıkmasına engel olanlar, gerçekleri saptıranlar, doğruları gözden kaçıranlar ve kaçırılmasına aracı olanlardır. Söylevcileri doğruluk(hakikat) bilgisine ya da saygısına sahip olmaksızın inandırma yollarını aramakla suçlamaktadır(Yavaşgel, 2004: 145). Platon'un bu söylemleri aklımıza, o dönemde, spin doctor kavramı ifade olarak bulunmasa da uygulamada var olduğu savını getirmektedir.

Medya çok fazla güce sahipken, gerçekte politikacıların kendi amaçları için medyanın üstünlüğünü nasıl kullanacaklarını öğrendikleri çok karışık bir gerçek söz konusudur(Foa, 2006: 206) Platon'un söylevcileri eleştirdiği durumlar bu noktada ortaya çıkmaktadır. Medyanın gücünden yararlanmak isteyen siyasiler kimi zaman hakikat bilgisine ve saygısına sahip olmaksızın hedef kitlelerini etkilemekte, böylece almış olduğu oy oranını yükseltmektedir.

Maksimum düzeyde etki sağlamak adına gerilla, ağızdan ağza iletişim gibi destekleyici kolları kullanan spin doctor'lar en çok medyanın gündemi belirleme gücünden faydalanmakta bunu yaparken de eşik bekçileriyle ortak anlaşmalar içerisine girebilmektedir.

Spin doctor'ların uygulamalarını daha iyi kavramak adına medya, kamu ve siyasal gündemi bünyesinde barındıran Gündemi Belirleme ve Eşik bekçiliği kuramlarından bahsedeceğiz. Bu sayede yukarıda bahsettiğimiz halkla ilişkiler, medya ve siyaset üçlemesinin doğurduğu "spin doctor" kavramının teori ile örüntüsünü ortaya koyacağız.

Spin Doctor'ın kuram ile ilişkisi

Spin doctor'lar kimi zaman gündemi belirleyici kimi zaman da gündemi belirleyen medya mensuplarını araç olarak kullanan kimseler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada spin doctor kavramını "Gündem Belirleme" ve "Eşik Bekçiliği" kuramları ile ilişkilendirmek mümkündür.

Gündem belirleme kavramı

Gündem, bir ucuyla geçmişe dayanabildiği ya da bazı atıflarla geleceğe yönelebildiği gibi, çoğunlukla günübürlük konuları içerir. Bir gündem konusu bir süre sonra tekrar hatırlanacak olsa da kısa bir süre konuşulup tartışıldıktan, geçici bir hareketliliğe yol açtıktan sonra üzeri kapatılmaya, hatta tamamen unutulmaya mahkûmdur(Cereci, 2001: 20). Spin aracılığıyla yaratılan geçici hareketliliklerde de amaç bir önceki gündemin değiştirilmesi olduğu için spin ve gündem kavramları birbirleri ile ilintili olarak ilerlemektedir.

Toplumsal olay ve konuların öncelik ve önemlilik sıralaması ve gündemle ilişkisi bizi kamu gündemi- medya gündemi- siyasal gündem kavramlarına götürmektedir. Gündem belirleme kuramına göre üç temel gündem kavramlaştırılmıştır ve bu üç gündem karşılıklı ilişki içerisinde.

Gündem belirleme kavramının öncüleri Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw'dır. 1968 yılında gerçekleştirilen Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimi döneminde, medya gündemindeki konuların önemlilik sıralaması ile aynı konuların Chappell Hill'deki kararsız seçmenlerin zihnindeki önemlilik sıralaması arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını sorgulayan bu çalışmada, bilim insanları, "gündem belirleme" kavramını tanımlamışlar ve "kitle medyasının bir işlevi" olarak söz etmişlerdir(McCombs ve Shaw, 1972: 36). Gündem belirleme kuramı, gündemler arası ilişkiler üzerinde durmakta; medya gündeminin kamu gündemini, kamu gündeminin de siyasal gündemi etkilediğini belirtmektedir.

Medya gündemi

Medya gündeminin oluşturulmasında gündem belirleme modeli çerçevesinde birden çok unsurun etkilerine değinen Yüksel bunları(Yüksel, 2001: 59); "Medya çalışanlarının nitelikleri, kurumun çalışma düzeni, kurumsal amaçları, kurum dışından kaynaklanan başka düzenlemeler, ideolojik eğilimler, haber konusunun niteliği ya da haberi değerli kılan unsurlar, medya gündemini etkileyen özel unsurlar" şeklinde sıralamaktadır. Bunun bilincinde olan spin doctor'ları medya gündemine sihirli bir mermi atışı yaparak haberini değerli kılar ve ideolojik açıdan uygun organlarda yayınlamaya özen gösterir.

Medya gündeminin oluşturulması aşamasını inceleyen yaklaşımlardan biri de Lewin'in(1947) Eşik Bekçiliği Kuramı'dır. Haberin oluşma sürecini, bir başka deyişle olay ve bilgilerin toplanması, seçilmesi ve kitlelere ulaştırılması sürecini sorgulayan kurama göre medya kuruluşu içinden ya da dışından kişiler kendilerine ulaşan ve habere konu olabilecek belge ve bilgileri süzerek kamuoyuna ulaştırmaktadırlar. Işık'a göre(2002: 83) eşik bekçileri, "Hangi olay ve olguların kamuoyuna ulaşacağı yanı sıra, bunların ne şekilde kurgulanacağına" da karar vermektedir. Eşik bekçileri kuram literatürüne bakıldığında genelde medya organının sahibi olarak gözüксе de spin doctor'ları ya da spin faaliyetlerini uygulayan halkla ilişkiler uygulayıcıları olabilir.

Golding ve Murdock medya içeriklerinin belirlenmesinde egemen ideolojinin baskınlığına vurgu yaparak şöyle demektedir; "... haber, egemen ideoloji biçimindedir, çünkü haber, çerçevesinde egemen ideolojiyi kullanır... Neyin haber olduğu ve neyin haber olmadığı konusundaki gazetecilik anlayışı, tarihsel olarak belirli ihtiyaçlara ve çıkarlara hizmet eden

ticari basının eşliğinde oluşturulmaktadır(Golding ve Murdock, 2008: 42-45). Ayrıca Kuhn'un belirttiği gibi batı demokrasilerinin çoğunda, siyasetçiler ve gazeteciler arasındaki ilişkiye, spin doctorların aktivitesi ve gazetecilerin ihtiyaç ve biçimlerini tahmin eden politik kaynakların yeteneği tarafından arabuluculuk edilmiş ve profesyonelleştirilmiştir. Gündem, olay ve konuları çevrelemenin tüm kontrolü spin doctor'un hayalinden başka bir şey değildir(Neveu ve Khun, 2002: 6).

Kamu gündemi

Kamu, belli bir sorunla karşılaşmış, bu sorun etrafında toplanmış bireylerden oluşan bir gruptur. Grup içindeki kişilerin sorunun çözümüne ilişkin çeşitli görüşleri bulunmaktadır ve soruna bir çözüm yolu bulmak için birbirleriyle tartışırlar(Blumer, 1996: 46). Kamu gündemi de karşılaşılan sorunlara yönelik kamunun önemlilik sıralaması olarak tanımlanabilir.

Gündemi belirleme kuramının kamu gündemine ilişkin temel sorusu medya gündeminin kamu gündemini ne ölçüde etkilediğidir. Aynı soru spin doctor'ların medyayı araç olarak kullandıkları durumlarda spin doctor'ları için geçerlidir. Çünkü medyada yayınlamış oldukları sansasyonel, etkileyici ya da gündemi değiştiren yani spin içeriklerin halk tarafından dikkate alınmaması hali spin doctor'ların başarısızlığı olarak ifade edilebilir.

İletişimcilerin ve spin doctor'ların en güçlü kaynaklarından biri iletişimin gücünde bir inanç yaratabilmektir(Neveu ve Khun, 2002: 8). Bu inanç salt uygulayıcılar değil aynı zamanda farklı sosyo- demografik özelliklere sahip hedef kitlede de oluşturulmalıdır.

Siyasal gündem

Siyasal gündem alanında, Bernard Cohen, Roger Cobb, Charles Elder, John Kingdon gibi isimlerin yapmış oldukları çalışmalar dikkat çekmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalarda, bir konunun siyasal gündemde ele alınmasında, hangi unsurların etkisi olduğu tespit edilmeye çalışılmaktadır. Ancak siyasal gündemi analiz etmek, oldukça zorlu bir süreci de beraberinde getirmektedir. Siyasal sürecin karmaşık yapısı, bu duruma en büyük etkidir. Birçok sorun arasında, neden bazılarının öncelik taşıdığı, bir konunun gündemin üst sıralarına yükselmesinde hangi unsurların rol oynadığının tespit edilmesindeki zorluk da, bir başka önemli unsur olarak belirtilebilir.

Siyasal gündem üzerinde etkisi olan unsurlardan biri de medyadır. Medya bir konuyu sürekli gündeme getirerek siyasal gündemi etkileyebilmektedir. Siyasetçiler, medyanın kamu üzerindeki etkilerini göz ardı edemeyecekleri ve yapmış oldukları çalışmaların medyada yer almasını isteyeceklerinden dolayı, medya ile sıkı ilişkiler içerisine girmektedirler.

Birbirleri ile rekabet halinde bulunan medya mensupları- mecraları bilgiyi en önce kamuya duyurma yarışına girmekte, reyting oranını temel ilke olarak görmektedirler. Hükümet spin doctorları da lobi gazetecilerinin rekabetçi kültürlerinden yararlanmaktadırlar(Genasi, 2002: xi). Medya mensuplarının zafiyetlerini kendileri için bir fırsat olarak değerlendiren Spin Doctor'lar faaliyetlerinin işlerliğini kolaylaştırmaktadır.

Güncel Spin Doctor örnekleri

Çalışmamız kapsamında belirttiğimiz gibi spin uygulamaları tarihin eski dönemlerinden günümüze kadar gelmiştir. Bu bölümde hepsine yer verme fırsatı bulamayacağımız için bize diğerlerine oranla daha çok göz önünde olan ve önem arz eden örneklere değinilecektir.

Körfez ve Irak savaşları

Körfez ve Irak Savaşları'nda savaş mühendisliğinin ulaştığı en son nokta görülmektedir. Anti- spin aktivisti olarak adlandırılan John Stauber'ın "Halkla İlişkiler Endüstrisi Körfez Savaşı'nı Amerika'ya Nasıl Sattı: Bütün Müşterilerin Anısı" adlı makalesinde Ortadoğu'da savaşın Amerikalılara nasıl satıldığı anlatılmaktadır. Körfez savaşı ile ilgili olarak Kuveyt'e 20 halkla ilişkiler, hukuk ve lobicilik şirketleriyle anlaşmış ve Saddam Hüseyin'e karşı Amerikan halkını harekete geçirmeye çalışmıştır. Citizens for Free Kuvait adlı bir grup kurularak Kuveyt hükümetinin gerçek rolü gizlenmiş, ABD'deli kolej kampüslerinde "Free Kuvait" yazan t-shirt ve çıkartmalar dağıtılmış, Iraklıların işkence yaptıklarına dair basın konferansı düzenlenmiştir. Ayrıca Suudi Arabistan'da radyo programları basın konferansları da düzenlenmiştir. 15 yaşındaki Kuveytli bir kız olan Nayirah'ın(daha sonra Kuveyt Emir'i Nasır El- Sabah'ın kızı olduğu ortaya çıkmıştır) Amerikan Kongresi'ne verdiği, Irak askerlerinin Kuveyt'i işgalleri sırasında bir hastanede bebekleri kuvözlerinden çıkararak yerlere attığını anlattığı yazılı ifadesinin yalan olduğu ve ardında da Hill ve Knowlton'un olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak ofiste çalışan 119 Hill ve Knowlton yöneticisinin Kuveyt hükümetinden para aldıkları kongre kayıtlarına geçmiştir. Bu örneğe medya geniş ölçüde yer vermiştir.

Pentagon'un Afganistan saldırısı

Pentagon, Afganistan'ı bombalamasını kamuoyu önünde haklı göstermek için 397.000 dolar karşılığında Rendon Group ile anlaşır. Rendon Group'un müşterileri arasında Kuvait Petroleum Corporation ve Kuveyt Hükümeti de bulunmaktadır. 1990'ların başında CIA ile anlaşma yapan Rendon Group, medyanın Irak Ulusal Kongre'sini Saddam Hüseyin'e karşı desteklemesini sağlamıştır. Sonuç olarak 79 ülkede Afganistan'a saldırmak için kamuoyu oluşturulur. Bu süreçte focus gruplar, web sayfaları vb. kullanılmıştır(Kundakçı, 2011: 322).

Domuz gribi salgını

27 Nisan 2009 tarihinde Meksikalı yetkililerce salgın bir hastalık ilanı yapılmıştır. 4 yaşındaki bir çocuğun ilk vaka olarak gösterildiği salgın Domuz Gribi olarak tarihe geçmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün de ciddiye aldığı yansıtılan bu salgın Türkiye'de de etkilerini hissettirmiştir.

14.01.2010 tarihinde Avrupa Konseyi'nde bir **rapor kabul edilmiş**, bu raporda domuz gribi salgını, domuz gribi için lisanslı aşı ve ilaç üreten bazı ilaç firmalarının sistemli propagandasının dünya çapında hükümetlerce de kabul görmesi sonucu oluşturulan **sanal bir korku** olarak **yüzyılın sağlık skandalı olarak değerlendirilmiştir** ve inceleme başlatılması gerektiği belirtilmiştir(Mühendis, 2010).

Avrupa Konseyi'nce kabul edilen rapor göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'de yürütülen Domuz gribi iletişim sürecinde de çelişkiler olduğu görülmektedir.

Olgar Ataseven'in Medyaloji.net web sitesinde yayınlamış olduğu "Dikkat Domuz Gribi! Ya iletişimi?" başlıklı yazısında domuz gribi iletişim süreci şöyle anlatılmaktadır (Ataseven, 2009):

"Öncelikle gelin Bakan ve Başbakan polemği ile başlayalım. Domuz gribine karşı aşığı teşvik etmek amacı ile Sağlık Bakanımız Sn. Recep Akdağ tüm basın önünde aşığı oldu. Üstüne de "Ben aşığı oluyorum" dedi. Başbakanımız Sn. Recep Tayyip Erdoğan ise ben aşığı olmuyorum. Ailemde de olan yok diye karşılık verdi. Hatta bunu bir iki kez tekrarladı. Bu iletişim anlamında ciddi bir kriz. Tam bir kaza. Bu bir..."

Bu aşığı polemğine sebep olan aşıklar ilgili ise tam bir bilgi kirliliği mevcut. Bu aşıklar bu kadar kısa sürede nasıl geliştirildi? Nasıl test edildi? Niye sadece bazı firmalar bu aşıkları yaptı? Niye Avrupa ve ABD kökenli aşıklarda farklılık var? Niye biri enjekte edilirken diğeri burun yolu ile alınıyor? Yan etkilerinde bahsedilen konular normal aşıklar için de var mı? Gördüğünüz gibi tam bir muamma. Bu iki..."

Bu ara devlet hastanelerine uğrayanınız var mı? Varsa görecektir. Acil servisler ana baba günü. Çünkü halk panik olmuş ve domuz gribi belirtileri ile benzeşen en ufak bir semptomu olan soluğu acilde almış. Gelenlerin büyük bir kısmı hasta dahi değil. Bunu doktorlar ifade ediyorlar. Bu sebeple acil üniteleri normal hastaları daha çok bekletir olmuş. Bu kalabalık ortam sayesinde hastalığın, hastaneye hasta olarak gelenlerden hasta olmayanlara daha çabuk bulaşma olasılığı da artıyor. Aşırı panik durumu. Bu üç..."

Hastalığın belirtileri çok iyi anlatılıyor. Ateş, öksürük, boğaz ağrısı, burun akıntısı, vücut ağrıları, baş ağrısı, vs. Nasıl korunulacağı ile ilgili bilgilerde TV'lerde reklam vari spotlarla anlatılıyor. Öpüşme, tokalaşma, dirsek içine hapşır, elini sürekli yıka gibi... Peki, bu hastalık ne kadar sürüyor? Bu hastalıkta tedavi için temel ilaç nedir? Hastalık kaç günde geçiyor? Geçme ihtimali var mı? Bunlar baştaki belirti ve önlem kadar net değil. Böylece insanlar korkularında kurtulabiliyorlar mı? Hayır. Bu dört..."

Konu hakkında "bilgi ve belgelerimiz hükümet makamlarına da ulaştırılmıştı. Sağlık Bakanı açıklamalarımızdan rahatsız olmuş ve bize dava açma tehdidinde bulunmuştu. Sayın Başbakan ise verdiğimiz bilgileri de değerlendirip tarihi çıkışı bir yapmıştır. Bu sayede on milyonlarca vatandaş gereksizliği bir yana ne tür sorunlar oluşturacağı bilinmeyen aşıkların vurulması, Sağlık ve Gıda Güvenliği Hareketi'nin girişimleri ile engellenmiştir" (Sağlık ve Gıda Güvenliği Hareketi Bülteni, 2010: 6) diyen Sağlık ve Gıda Güvenliği Hareketi, Ataseven'in görüşlerini doğrulamaktadır.

Bu verilerin ışığında spin faaliyetlerin taktiklerinden biri olan 'koru'nun domuz gribi salgınında kullanıldığı söylenebilir. Yalnız spin faaliyetler daha önce örneklediğimiz politik amaçtan çok kurumsal amaca hizmet etmektedir. Politik açıdan da ülke ekonomisini olumsuz etkilemek adına yapılan bir manipölasyon olarak değerlendirilebilir.

Wag The Dog ve Spin Doctor

Strateji, siyasal iletişim faaliyetlerinin tasarlanmasında ve uygulanmasında, toplumsal ve siyasal dinamikleri harekete geçirmesi yönünden son derece işlevsel bir nitelik taşımaktadır. Özellikle son yıllarda, siyasi partiler ve adaylar, rekabet avantajı sağlamak için stratejiyi etkin

bir şekilde kullanan spin doctorların faaliyetlerinden geniş ölçüde yararlanmaktadır. Bunu en iyi gözler önüne seren örneklerden biri Wag The Dog, Türkçe karşılığıyla Başkanın Adamları isimli BarryHYPERLINK “http://tr.wikipedia.org/wiki/Barry_Levinson” HYPERLINK “http://tr.wikipedia.org/wiki/Barry_Levinson” Levinson’un yönettiği, senaryosunu ise HilaryHYPERLINK “http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Hilary_Henkin&action=edit&redlink=1” HYPERLINK “http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Hilary_Henkin&action=edit&redlink=1” Henkin ve David Mamet’in yazdığı, 1997 yapımlı politik bir komedi filmidir.

Filmin konusunu kısaca ele almak gerekirse: Filmde seçimlere iki haftadan az bir süre kala patlak veren skandal, başkanın yeni dönem için seçilmesini tehdit eder niteliktedir. Olayın boyutları genişleyip önlenemez bir hale gelmeden önce, siyaseti, basını ve en önemlisi Amerikan halkını idare etmek konusunda olağanüstü yeteneği olan Conrad Brean adlı uzman Beyaz Saray’a davet edilir. Brean ve ekibi yaratılan sanal spin olaylar ve belirlenen gündemler ile toplumu gerçeklerden uzak tutmuş başkanın seçilmesini tehdit eden unsurları perde arkasına itmeyi başarmıştır. Bu başarı sıklıkla karşımıza gelen medyanın gündemi belirleme durumundan çok iletişim yönetmenlerinin gündemi oluşturmaları ve bunun için medyayı araç olarak kullanmalarında saklıdır.

Film stratejik açıdan ele alındığında tek bir stratejinin hüküm sürdüğü ancak taktiklerin reaktif yöntemler ile belirlendiği görülmektedir. “Halkın eğilimini başkan lehine döndürmek” şeklinde belirlenen stratejinin işlevsel hale dönüştürülmesinde kullanılan taktik ve operasyonlar film boyunca farklı boyutlar alarak yenilenmiştir. Kullanılan spin taktikler şöyle sıralanabilir:

- **Başkanın hasta olduğuna dair haberin yayılması:** Başkan hasta olmadığı halde yayınlanan bu haber ile başkan medyanın sorularından kısa süreli de olsa sıyrılmaya şansı yakalamıştır.

- **B3 programlı bombardıman uçağının ortaya çıkması ve savaş hali:** Mevcut ilginin başka yöne kaymasını sağlamak amacıyla kullanılan bu taktik başlangıçta halkın ilgisini çok fazla çekmeye de destekleyici operasyonlar ile kamunun gündemine oturmuştur. Savaşa dair şarkı bestelenmesi, yeşil kol bandının sembol olarak kullanılması, sanal savaş görüntülerinin medyada yayınlanması ve başkanın yaşlı bir kadına paltosunu vermesi şeklinde gerçekleştirilen destekleyici operasyonlar taktiğin sürdürülebilirliğini artırmıştır. Bu destekleyici operasyonlar halkla ilişkilerin önemsedığı imaj, kimlik, kültür, dizayn ve davranış kavramlarını aklımıza getirmektedir.

- **Retorik sanatının kullanımı:** Brean ve ekibinin faaliyetlerinden kuşkulanan CIA temel iki karakteri sorguya aldığı anda karakterler retorik sanatını ustaca kullanmıştır. Özgüvenli, akıcı, hızlı, mantıklı konuşması ile durumu tamamiyle kendi lehlerine çevirmeyi başaran Brean iyi bir iletişim yönetimi örneği sergilemiştir.

- **Savaşın sona ermesi üzerine bir savaş kahramanı yaratılması:** Savaşın sona ermesine dair haberin yayınlanması ile bir önceki taktik, uygulayıcısı istemeden sona ermiştir. Ekip, bu durumu fırsata çevirerek bir savaş kahramanı yaratmış böylece taktiğini yenilemiştir. Bu süreçte şehrin belirli noktalarına eski ayakkabılar atarak/asarak gerilla taktiklerini de kullanmayı ihmal etmeyen ekip, ayakkabıların konumlandırılması sürecinde çocukların da görev almasını sağlamış ve Brean’ın “hadi git bunu arkadaşlarına da söyle” demesi ile ağızdan ağza yayılmasını (WOM)

da kolaylaşmıştır. WOM ve medyada yayınlanan haberler ile faaliyet, ülke geneline yayılmış ve durum bir basket maçında izleyicilerin sahaya eski pabuç atmasına kadar ilerlemiş, taktiğin başarısı böylece gözle görülebilir hale gelmiştir.

• **Savaş kahramanının öldürülmesi ve tam bir savaş kahramanı olması:** Schuman isimli sahte kahramanın öldürülmesi üzerine düzenlenen askeri cenaze töreni gerek tüm halkın katılımı gerek de medyada yayınlanan haberler aracılığıyla, başkana dair olumsuz haberlerin geri plana itilmesi sağlanmış ve ekip yapılan bu son hamle ile başarıya ulaşılmıştır.

Tüm bu faaliyetler halkla ilişkiler çerçevesi içerisinde yerleştirildiğinde halkla ilişkilerin nihai amacının -kaynağın itibarına olumlu katkıda bulunmak- filmde temel stratejiyi oluşturduğu görülmektedir. Ancak izlenen yol spin temelli halkla ilişkiler faaliyeti olarak kabul edilebileceği halde; halkla ilişkiler meslek etiği çerçevesinin dışına taşmaktadır. Doğruluk, güvenilirlik, anlaşılabilirlik gibi prensipleri bünyesinde toplayan halkla ilişkiler uygulamaları, uygulayıcısının etik dışı taktikler kullanması ile siyasal itibar yönetiminin boyutlarından biri olan spin doctor(yanıltma sanatı)a dönüşmüştür. Ancak bu noktada etik olmayan faaliyetlerin halkla ilişkiler mesleği ile ilgili değil uygulayıcının ahlaki değer ve yapısıyla ilgili olduğu unutulmamalıdır. Mesleğin sınırlarının tam olarak çizilmemesinden kaynaklanan etik dışı durumlar karakterler tarafından da bilindiği halde iyi bir itibar yönetimi sağlamak adına gerçekleştirilmiştir. Hatta filmin bir sahnesinde Conrad Brean isimli karakterin “Platon’un da dediği gibi... Bir yere nasıl ulaştığın önemli değildir. Yeter ki ulaş.” cümleleri ifade ettiğimiz durumun altını çizmektedir. Ayrıca bu Machiavellist temelli spin doctor kavramını ifade etmektedir.

Sonuç ve öneriler

İnsanları kendi bilgileri dışında veya istemedikleri hâlde etkileme ya da yönlendirme çabası içerisinde olan spin doctorlar bu etkileme ve yönlendirme sonucu, insanlarda davranış ya da kanaat değişikliği sağlamaktadır. Çeşitli taktiklerle bezenen spin uygulamaları gizlilik ve süreklilik esasına dayanarak özellikle halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında sürdürülmekte, mesleği tehlikeli bir konuma itmektedir.

Son dönemlerde artan rekabet koşulları, yoğun teknolojik gelişmeler ve giderek artan müşteri bilinci kurumları farklı boyutlarda aynı anda yarışmaya zorlamaktadır. Bu durum doğruluk, güvenilirlik, anlaşılabilirlik, etik gibi prensipleri bünyesinde toplayan halkla ilişkiler uzmanlarının yanı sıra başarıyı elde etmek adına her yolu doğru kabul eden spin doctorların etik olmayan faaliyetlerini meşrulaştırmıştır.

Başlangıçta politik kampanya danışmanlarının etik olmayan yaratıcı taktikleri olarak görülse de şu günlerde tüm ilgi spin doctor olgusu, haber ve bilgi terziliği, üzerine yoğunlaşmıştır. Özellikle siyasal faaliyetlerde halk üzerinde yetkili kurumlara yönelik olumlu bir ışık bırakılması istenen spin faaliyetler alanını genişletmiş ve kurumsal iletişim faaliyetlerine kadar yayılım göstermiştir. Terim, eski bir oyun için yeni bir isimden daha fazlası olmuştur. Olayların ve doğrunun sürümünü kabul etmeleri konusunda insanları ikna etmek ve retoriğin diyalogsal kalbini kullanmak şeklinde ilerleyen spin doctorlar hedef kitleleri üzerinde ciddi bir nüfuz ede etmiş zaman içerisinde kendisine yeni kavramlar yükleyerek kapsamını genişletmiştir.

Spin uygulamaları İngiltere Hükümet Başkanları'ndan Peter Mendelson'un "görevimiz gerçeği yeniden kurmaktır" retoriği ile örnekleyebileceğimiz politik spinden, halkla ilişkilerin öncülerinden PT. Barnumun faaliyetlerine, reklamcılarının yayın ile reklam arasındaki farkı en aza indirmelerinden, medya mensuplarının gündemi belirleme güçlerine, kurumların kriz anlarında tüm olumsuzluklardan sıyrılmak adına sürdürdükleri bütün politikalara kadar uzanmaktadır.

Halkla ilişkiler, bireylerin ve kuruluşların basında yer almalarını sağlama çabalarından gelişerek bugün tüm iletişim araçlarını kullanan bir faaliyetler bütünü haline gelmiştir. Bir kişi ya da kuruluş ile hedef kitlesi arasındaki stratejik temellere dayalı iletişim yönetimi şeklinde tanımlayabileceğimiz halkla ilişkiler, nihai amacı olan "kaynağın itibarına olumlu katkıda bulunma"yı medya aracılığıyla çok daha kolay bir şekilde gerçekleştirmektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları temsilcilerinin itibarlarına yönelik yürütecekleri faaliyetlerde kimi zaman spin uygulamalarına başvurabilmektedir. Bu davranış onları meslek ilkelerinin dışına çıkarmakla berber faaliyet alanında güvenilirlik, inanılabilirlik, doğruluk gibi niteliklerden de soyutlamaktadır.

Ivy Lee'nin ilkeler deklarasyonunda belirttiği doğru, güncel, ayrıntılı bilgi ve şeffaflık ilkelerinden sapma; son yıllarda bu sektörü tercih eden insan profilinin çeşitlenmesi ile birlikte artış göstermektedir. Büyük bir değişim yaşayan halkla ilişkiler mesleği, bünyesine gizlice sızan ya da ahlaki değer yoksunluğu nedeniyle zamanla spin doctorlaşan kimseler nedeniyle kuruluş ve hedef kitle arasında karşılıklı güven, saygı ve toplumsal sorumluluk hissini ilerletme misyonunu kaybetme tehlikesi yaşamaktadır.

Güç odaklı ilerleyen spin faaliyetleri en çok politik alanda görülürken kurumsal ve bireysel izlenim yönetimi çabalarında da uygulanmaktadır. Uygulamalar dikkate alındığında her spin doctor'un ardında mutlaka siyasal bir güç bulunmuş medya ve halkla ilişkiler gibi güçlerin iktidarlığı pekiştiren unsurlar olduğu göz önünde bulundurularak, spin doctorluğa özellikle siyasilerde ayrı bir önem yüklenmiştir.

İnsanlık varlığını sürdürdükçe spin doctorların da var olacağını söylemek mümkündür ve değişen dünya ve toplumlar olmasına karşın amacın ve sonucun var olduğu her yerde farklılaşan taktikler, spin uygulamaları beraberinde getirecektir. Bu bilgiler doğrultusunda spin doctorların tehdidi altındaki halkla ilişkiler uygulayıcılarına düşen görevler şöyle sıralanabilir:

- Halkla ilişkiler uygulayıcılarının uyması için herhangi bir dayatma olmamasına karşın meslek için belirlenmiş olan meslek etik ilkelerine uyulmalıdır.
- Halkla ilişkiler uygulayıcılarıyla derneklerinin tek vücut tek dil prensibini benimsemeleri sağlanmalı, mesleği tehdit edebilecek çatlak seslerin oluşması engellenmelidir.
- Halkla ilişkilerin meslek tanımını ve kapsamı zihinlerde tam anlamıyla yerleşmeli bu sayede meslek dışı kavram ve uygulamaların mesleğe dahil olması engellenmelidir.
- Halkla ilişkiler mesleğinin tarihinde önemli yer tutan Ivy Lee'nin ilkeler deklarasyonuna(1906) uyulmalıdır.
- Halkla ilişkiler mesleğini tehdit edebilecek uygulamaların var olduğu gibi her an yeni uygulamaların da doğabileceği unutulmamalıdır.

- Halkla ilişkiler mesleğine aykırı kişilerin meslekten men edilmesi sağlanmalıdır.

Tüm bunların yanı sıra halkla ilişkiler uygulayıcıların etik dışı davranışlarının kaynağının kişilerin ahlaki değer yoksunluğundan kaynaklandığının ve bu durumun meslek ile örtüşmemesi gerektiğinin altı çizilmelidir. Her an Spin Doctorluğın tehditleriyle karşı karşıya kalabilecek olan kurumlar spin uygulamalara özel bir kriz planı hazırlamalıdır.

Kaynaklar

- Blumer, H. (1996) "The Mass, The Public, and Public Opinion", Reader in Public Opinion and Communication, New York City
- Burton, B. (2007) Inside Spin The Dark Underbelly of the PR Industry, Alen& Unvin, Australia
- Catchcart, T.; Klein, D. (2010) Platon Bir Gün Kolunda Bir Ornitorenkle Bara Girer, Çev: Algan Sezgintüredi, Aylak Kitap, İstanbul
- Çam, E. (1984) Siyaset Bilimi, Der yay, İstanbul
- Foa, M. (2006) "Görünmez Tehlike: Spin doktorları medya ve etik kurallarını nasıl atarlar?", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı:23, Ankara
- Fortunato, J. A. (2000) Public Relations Strategies for Creating Mass Media Content: A Case Study of the National Basketball Association, Public Relations Review, Bölüm: 26, Sayı: 24, Winter
- Genasi, C. (2002) How To Be Your Own Spin Doctor – Winning Reputations, Palgrave, New York
- Golding, P.; Murdock, G. (2008) Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji içinde "İdeoloji ve Kitle İletişim Araçları: Belirlenim sorunu", Der: Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, Ankara, Dipnot
- Görgün, A. (2006) "Türkiye'de Yeni Bir İletişim Eğilimi: Spin Doctor" ,21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu, Kocaeli
- Grunig, J. (1984) Todd Hunt, Managing Public Relations
- Işık, M. (2002) Kitle İletişim Teorilerine Giriş, Eğitim Kitabevi, Konya
- Kapani, M. (1992) Politika Bilimine Giriş, Ankara, Bilgi Yay., 1992
- Kışlalı, A. T. (1987) Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi Yay., Ankara
- Köker, E. (1998) Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Ankara, Vadi yay.
- Kundakçı, E. (2011) "Siyaset, Medya ve Spin Doctor", Meltem Ünal Erzen(Ed.) Tarihi, Kültürel ve Sosyal Paradigmaları ile Siyaset içinde, Der yay., İstanbul
- Mccombs, M. E.; Shaw, D. L. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media, Public Opinion Quarterly
- Neveu, E.; Khun, R. (2002) "Political Journalism- Mapping the Terrain", Political Journalism New Challenges- New Practices, Editör: Raymond Khun ve Erik Neveu, Routledge ,London
- Okay, A; Okay, A. (2007) Halkla İlişkiler ve Medya, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2007
- Oktay, M. (2002) Politikada Halkla İlişkiler, Der Yay. İstanbul
- Partington, A. (2003) The Linguistics of Political Argument- The spin-doctor and the wolf-pack at the White House, Routledge, London
- Platon (1982) Diyaloglar I, Remzi Kitabevi Yay., İstanbul
- Sağlık ve Gıda Güvenliği Hareketi Bülteni, "Toplum 'domuz gribi aşısı' palavrasından koruduk", Sayı:1, 2010
- Yavaşgel, E. (2004) Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler, Babil Yay., Ankara
- Yüksel, E. (2001) Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Çizgi Kitabevi, Konya

İnternet Kaynakları:

Mühendis, Domuz Gribinde Aldatıldık Mı?, 2010, <http://yenisafak.com.tr/Yorum/?i=235228>, (Erişim : 25.10.2011)

Olgar Ataseven, “Dikkat Domuz Gribi! Ya iletişimi?”,2009, http://www.medyaloji.net/haber/dikkat_domuz_gribi_ya_iletisimi_.htm(Erişim: 25.10.2011)

Spinin sözlükteki anlamları,(t.y.) <http://www.turkcebilgi.com/sozluk/spin>,(Erişim:10 Ekim 2011)

Alphan Manas, “Spin Doctorlar”, 2011, <http://www.alphanmanas.com/?p=1676> (Erişim: 15.10.2011)

