

SAVAŞ VE İLETİŞİM GENGÜDÜMLERİNDE BİÇİMSEL BAKIŞIMLILIK

Işıl ZEYBEK¹, Ruken ÖZGÜL¹

Özet

Geçmişten günümüze doğanın gereği ve doğalarının gereği; hayvanların, insanların, ülkelerin, firmaların, yaşamlarını sürdürmek, giderek büyümek, sınırlarını genişleterek güçlerini artırmak amacıyla 'öteki' ya da 'ötekilerini' kendi etkilerinin altına alma, yok etme, kendine katma çabalarının olduğu gözardı edilemeyecek bir gerçektir. Bu bağlamda, İngiltere'nin 28 Ocak 1915'te Osmanlı'ya savaş kararı almasının altında yatan sebebin Boğazlardan geçilebilirse, kazanılacak olan başarının tüm Müslüman sömürgelerini sindireceği, güneyde sömürge devletlerini rahatsız eden hiçbir şey yaşanmayacağı düşüncesi olarak görürüz. Bu konuda Fransa İngiltere'yi yalnız bırakmamıştı. Toplumbilim, ruhbilim, hukuk, eğitim ve savaş gibi aklımıza gelebilecek her konuda geçmişten günümüze dek süreçte bizi yönlendiren maddi, manevi yaptırımlarla kurallar; özlerinde, tüzel/özel kişilerin davranışlarını karşılarındakilere göre biçimlendirir ya da kendilerinin biçimlendirmelerini sağlarlar. Günümüzden binlerce yıl önce yaşamış olan Çinli filozof Sun Tzu, yazdığı "Savaş Sanatı" adlı yapıtıyla, geçmişten günümüze tüm planlama ve gengüdümler uzmanlarının yanında komutanlara da; rakiplerine, öteki tarafa, düşmana göre strateji Gengüdümler geliştirme ve izleme açısından yol gösterici olmuştur.

Abstract

From past till present, because of the necessity of nature and the nature's of animals, human beings, countries and firms effect, destroy and take into account "the other" or "the others" in order to survive, get bigger and broaden the borders to be more powerful. We think that the main reason of the war decision of England against Ottoman in 28 January 1915 is, if got through the Bosphorous, the success that will be gained will intimate the Muslim Colonies and nothing disturbing will occur for colony countries. France didn't let England alone on this head. Sociology, psychology, law, education, war and the rules which direct us both physically and mentally in the process from past to present, they shape the manners of people towards the legal and special people and also the people shape their own manners by themselves. Sun Tzu, a Chinese Philosopher, who lived thousands of years ago, has been a guide to all planning and strategy exports and to the commanders; to competitors to the others and to enemy in strategy development and following with the work of art called "Art of War."

Anahtar sözcükler: Gengüdümler, Strateji ve İletişim, İletişim Gengüdümler, savaş-iletişim stratejisi, Sun Tzu.

"Felaket başa gelmeden evvel, onu önleyecek ve ona karşı savunulacak gerekleri düşünmek lazımdır. Geldikten sonra dövmenin faydası yoktur."

MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

"Savaşta zafer, kendi konumunu düşman hedeflerine göre ayarlamakla gelir."

Sun TZU

¹ İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları Bölümü, 34156 Ataköy/ İstanbul.

GİRİŞ

Ünlü Çinli filozof Sun Tzu'nun "Savaş Sanatı", tarihin en eski Savaş Teknikleri yapıtı olarak bilinmektedir. 2500 yıl önce yazılmış olmasına karşı, günümüz gerçekleriyle ilişkilendirildiği zaman hala geçerliğini koruyor olması bir çok stratejist (gengüdümcü) tarafından neden başyapıt olarak kabul edildiğinin gerekçesi olarak karşımıza çıkmaktadır. "Savaş Sanatı"nın iş dünyasından, ikili ilişkilerimize kadar "öteki"nin ağırlığını hissettiren iletişim ve yarışımın da içine girdiği geniş bir etki alanına sahip olduğunu belirtmeliyiz. Bu bağlamda ele alındığında Sun Tzu, yapılacak iş; siyasi, gönül işi, yarışım ya da bir savaşımdan kaynaklınsın tüm gengüdümcü ve iletişim uzmanları için kaynak yapıtı özelliğiyle yapıtlar arasında önemli bir yer edinmiştir. Nükhet Güz ve arkadaşlarının "Etkili İletişim Terimleri", Gengüdümcü'ün tanımını "Belirlenmiş bir ereğe ulaşmak için uygulanan yordam ve yöntemler bütünü" olarak yapar. [1] Türk Dil Kurumu ise: "Önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için tutulan yol" biçiminde tanımlar. [2] Türk Dil Kurumu, savaşın tanımını şu biçimde yapar: "Devletlerin diplomatik ilişkilerini keserek giriştikleri silahlı mücadele, harp, cenk", "uğraşma, kavga, mücadele". [2] Karşı tarafın olduğu her alanda iletişimin, savaşımın, yarışımın olduğu bir gerçektir. Yine Türk Dil Kurumu bize "öteki"ni şöyle tanımlar: "Bilinenden, sözü edilenden ayrı, öbür, diğer" [2] Ali Püsküllüoğlu iletişimi "kişiler arasında, duygu, düşünce, bilgi haber vb. bakımından karşılıklı alışveriş" biçiminde tanımlar. [3] İletişim, Nükhet Güz'ün Etkili İletişim Terimleri yapıtında "Bilgi alışverişi, karşılıklı ileti aktarımı, iletim eyleminin çift yönlü görünümü. Bir taraftan öbür tarafa bir bilginin, bir duygunun, düşüncenin aktarımı" [4] olarak yer almaktayken iletişim gengüdümcü "kişi, kurum, kuruluşun niyetleri, amaçları, ulaşmak istediği hedef kitle ve bunlara yönelik tasarıları, belirledikleri yol, yordam, yöntem ve uygulama bütünü" olarak karşımıza çıkmaktadır. [4]

İletişim gengüdümcü ile "öteki" kavramlarına bakılacak olursa. Sun Tzu'nun günümüz iletişim dünyasındaki "öteki"lerini; belirlenen amaç doğrultusunda fikir, davranış ya da tutumlarında istenen farklılığı yaratmaya uğraşılan "hedef kitle", "rakip firmalar", I. dünya Savaşı'nda Osmanlı'nın karşısında yer alan İngiltere, Fransa, Rusya olarak; "iletişim danışmanları" nı yani Çanakkale Savaşı'ndaki Osmanlı'nın Limon Von Sanders'in ve 19. Tümen Komutanı olarak Mustaf Kemal'in yerini; yol, yordam gengüdümcünün belirleyicileri "komutanlar" olarak ; "savaş harcamaları" nı, öteki / ötekilerine karşı savunulan, yaratılması düşünülen kavram, değiştirilmesi istenen fikir / davranış için "katlanılan değer" olarak, "arazi ve konumu" nu, savaşımın verildiği "iç / dış çevre" olarak; "silah, araç ve gereçleri" ni, ötekinde yaratmaya uğraştığımız davranış ve fikrin alıcıya ulaştırılmasında kullandığımız "iletişim kanalları" ve "tanıtım araçları" olarak; almak, günümüz yarışım ortamının Sun Tzu kaynaklarıyla değerlendirilmesinde kolaylık sağlar.

SAVAŞ VE İLETİŞİM GENGÜDÜMLERİNDE BİÇİMSEL BAKIŞIMLILIK

PLANLAMA' ya ÖTEKİ' nin etkisi:

Gengüdümcü çizilirken; iletinin etkili olması istenen hedef kitlenin yani ötekinin, sahip olduğu ekin (kültür) ve aktörenin (ahlak) bilinmesi gerekliliği can alıcı bir öğedir. "Müslüman mahallesinde salyangoz satma" ne kadar gerçek dışı görünüyorsa, yerleştirilmesi amaçlanan amaca verilecek olan tepkinin öngörülmesi için; hedef kitlenin manevi değerleri, tutum ve davranışlarının belirlenmemesi de o kadar gerçeklikten uzaktır. Çevresel faktörlerin içinde; gelecek öngörüsü yapıldığı zaman ötekinin davranışları gengüdümcünün mevcut durumu çözümlenmesi, hatta havayı koklaması ile ilişkilendirilirken; arazi etmeni olarak Çanakkale Savaşı'nda Osmanlı'nın kendisini savunma merkezlerini ve saldıracığı yerleri ayrıntılı olarak planlaması; İtilaf Devletleri'nin de saldıracakları toprakları tüm bilgilerini edi-

mutan mevcut olanaklarına göre planlamasını yapar. Savaşa girince takviye gelmesine umut bağlamaz' sözüyle aktarmıştır. [7]

Yine Sun Tzu 'Savaş araç ve malzemelerini, diğer lojistik gereksinimlerini ülkeden getir. Düşman arazisinde atlarına yem bulmanın yollarına bak. O zaman savaş esnasında aç kalmazsın' [7] sözüyle amaca doğru atılacak adımların, çalışılması planlanan sektör ve alan içinde yer alan tüm kaynaklardan faydalanmanın gerekliliğinin, akçasal hatta yaşamsal getirisi üzerinde durur. Aynı mantık üzerinden savaşlarda alınan toprakların kendi gengüdümlerini belirlerken plan içine katıldığına hatta alınan kalelerin savunma, gözetleme, kale içi halkın yaşamını koruma gibi konularda etkili biçimlerde kullanıldıklarını görmekteyiz. Osmanlılar ve Alman Yöneticileri Çanakkale Savaşı'nda ihtiyaç duyulan malzemenin temini ve tedariki konusunda büyük gayretler sarf etseler de Avrupa'nın asıl cephe sayılması ulaşımındaki güçlükler buna engel olmuştur. Avrupa'daki cephelerden kalan ihtiyaç fazlası ise ancak 1916'dan sonra gelmeye başlamış bu da ülke içindeki yetersizlikler nedeniyle istenilen yerlere ulaştırılamamıştır. Bu örnek bize savaş araç ve malzemelerinin sağlanması konusunun önemini belirtmektedir. Firmalar ise, pazardaki öteki firmaları ve onların kullandıkları yöntem ve araçları araştırarak, üzerine alanın kendi kaynaklarından yararlanmayı da ekleyerek karşılaştırmalı değerlendirme sonucu gereksiz akça ve zaman harcanmasının önüne geçmiş olurlar. Bu çalışmanın faydası; pazarda en iyiyi baz alarak kendi etkinliklerini planlayarak ve firma ekinlerine uygun biçimde yerleştirerek yarışmada belirli bir seviyeyle ilk adımı atmaktır. Bu evrede kullanılacak araçların, iş gücünün; girilen (öteki) pazarın ve çevrenin olanaklarından sağlanması; firma, kişi ya da kurumları akçasal, insan gücü ve maliyet olarak olumlu sonuçlara yönlendirecektir. Öte taraftan yerel fırsat ve kaynaklardan yararlanmamak, ulaşılması istenen sonuçların "öteki / ötekilerin" yerel ekinine, manevi değerlerine ve yaşamına uyum sağlamaması beraberinde; çabaların olumsuzlukla sonuçlanmasını yani başarısızlığı getirir.

Savaşta STRATEJİ' nin ÖTEKİ yüzü

Sun Tzu 'Savaş Sanatı'nın en pratik kavramı, düşman ülkesini tümüyle, zarara uğratmadan ele geçirme fikridir. Yakıp yıkmamanın kimseye faydası olmaz. Aynı biçimde bir orduyu da tümüyle ele geçirmenin nimetleri sınırsızdır.' [7]

Çanakkale Savaşında da görüldüğü gibi, İngiltere'nin Boğazlara girmedeki amacı kendi tarafı olan Rusya'ya deniz yoluyla destek sağlayabilmek ve sömürge açısından da müslümanları mutlak hakimiyetle ellerinde bulundurmaktır.

Savaşın tanımına baktığımızda; bir mücadeleden, harp ve cenkten bahsedilmesine karşı, iletişim gengüdümünde tamamen "öteki" tarafın ortadan kaldırılması istenmez. Sosyal bir varlık olan insanın, kendinden öte herkesi rakip, düşman, öteki, karşı taraf olarak algılayarak yok etmek istemesi yaratılışı gereği sosyal varlık olan insanın karşı çıkacağı ve tercih etmeyeceği bir durumdur. Öteki; insan, kurum, tecimsel ya da sosyal sorumluluk amaçlı biraraya getirilen kurum olsun, karşı tarafa gereksinim içindedir. "Öteki" sayesinde doğar, öteki sayesinde ya da nedeniyle büyür. Kimi zaman ötekinin gücü karşısında yok olur ya da ötekiden dolayı en büyük olur. Yarışımın da vazgeçilmez öğesinden biri olan karşı taraf yani "öteki", gelişmenin; varolmanın şartlarındandır. Kurumlar, markalar, ülkeler yarışım ya da savaş sonunda öteki tarafı kendi bünyesine katarken; katacağı ek değerleri de hesap eder ve yıkıntı devrilmektansa karşı tarafın varlıklarından, değerlerinden olabildiğince fazla yararlanacakları planlar kurarlar.

Sun Tzu'nun 'Savaşı ancak ne zaman savaşıлып, ne zaman savaşılmayacağını bilen kazanır' [7] sözü, iletişim gengüdümünün oluşturulmasında amaç ve hedef belirlenirken, yani ilk adımda; gerçekleştirilmesi, ulaşılması düşünülen seviyeyi ne zaman gerçekleştirecekleri-

nin belirlenmesidir. Zaman atanmaması, planlamanın gereklerinin yerine getirilmemesi ve ölküye ulaşmada başarısızlık anlamına gelmektedir. Yol, yöntem ve zamanı belirlenmeyen bir planda; kişilerin emekleri, zaman ve akçesel kayıp sözkonusu olacaktır. Aynı zamanda fırsatlardan yararlanmak ve fırsatı yaratmak da zamanın etkin ve doğru kullanılmasının sonuçlarıdır.

ÖTEKİ ve TAKTİK İlişkisi

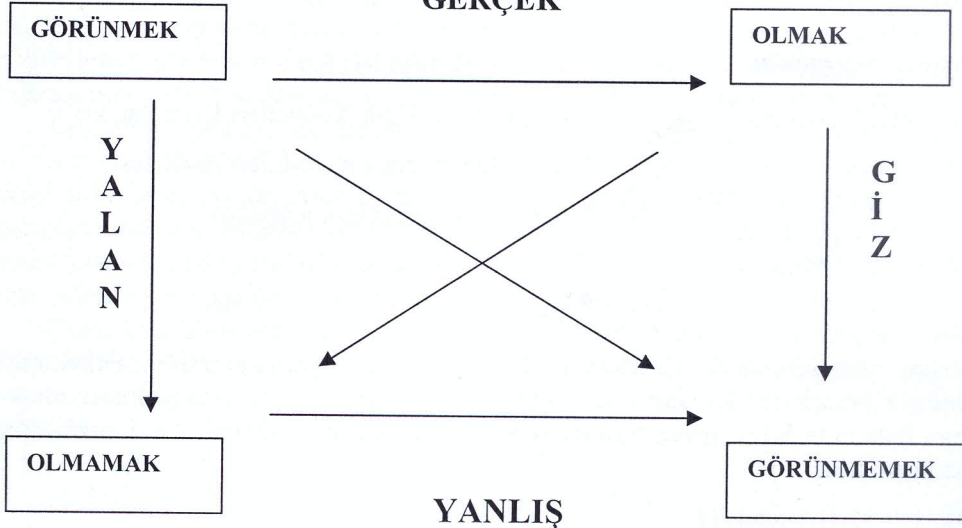
Bilindiği gibi ister iletişimin sözlü, sözsüz, yazılı ve de isterse bir yarışım ya da savaşın içinde olunsun, bir kriz durumunda; elde edilen konumun korunması, sahip olunan varlık ve değerlerin yanında çevredeki fırsatların ne kadar iyi değerlendirildiğiyle doğru orantılıdır. Savaşta, spor karşılaşmalarında bu çaba, savunma adını alırken; iletişimde kriz durumunda kendini iyi ifade etme ve ikna olarak değerlendirilebilir. Savaşta düşmanı yenmenin saldırı ile gerçekleşmesi ise; iletişim gengüdümlerini planlarken yerini, pazara, ortama ya da yarışma girileceği zaman öteki temel alınarak belirlenen adımlara bırakır.

Çanakkale Savaşında kurulan gengüdümler göz önüne alınacak olursa; Karşı yani öteki tarafın gerçek amacı, Gelibolu Yarımadası'nın güney ucuna iki ayrı noktadan çıkarak, boğazları kontrol eden tepeleri almaktır, bunun için, Avustralya ve Yeni Zelanda tümenlerinden oluşan Anzak Kolordusu; Kabatepe bölgesine çıkacaktır. İki İngiliz, bir Fransız tümeni ile bir Hint tugayından oluşan kuvvet ise, Seddülbahir bölgesini ele geçirecektir. Göstergibilimsel açıdan ele alınacak olursa, İtilaf devletleri'nin gerçek ve saklanan, görünmeyen amacı: Kabatepe ve Seddülbahir'i ele geçirmektir. Ancak buradaki "Giz": Asıl amacın, yapılanla, olanın bir olmaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Sözü edilen giz ve karşıtlık bağıntıları, Simten Gündes'in "Film Olgusu" adlı yapıtında yer alan, Algirdas Julien Greimas'ın Göstergibilimsel Dörtgeni'ne uyarlanırsa; tam olarak oluşmadığı gözüken dörtgen şu biçimde netleştirilebilmektedir;

Tablo 1 [8]

(DOĞRU)

GERÇEK



YANLIŞ

Kabatepe ve Seddülbahir'deki amaç

Eşyuyumlu olarak, Kumkale bölgesinde ikinci bir çıkarma yapılacaktır ve Saroz Körfezi'ne doğru seyredecektir. İtilaf Devletleri'nin bu gengüdümlü Türk askerlerinin siper sa-vaşına döktüğü mücadele ile başarısızlığa uğramıştır.

"Kriz döneminde iletişim, hayati önem taşır, insan doğası kriz anında belirsizlikler, gü-vensizlikler ve bilgi eksikliğiyle uzun süre başedemez." [9] Bu nedenle firma içi ve firma dışı bilgi akışının önemini, çalışandan istenenin tam ve doğru yapılmasının sağlanması, ani durum değişikliklerini amaca göre biçimlendirerek hedef kitlede ya da ötekinde beklenen etkiyi yaratması göz önüne alındığında, net olarak görebiliriz.

Belirtilen öteki ve taktik ilişkisini, Sun Tzu' nun 'Yenilmezlik savunma taktiklerine bağlıdır, düşmanı yenmek ise saldırıyı gerektirir' sözüyle savaş sanatına uyarlayabiliriz. [9]

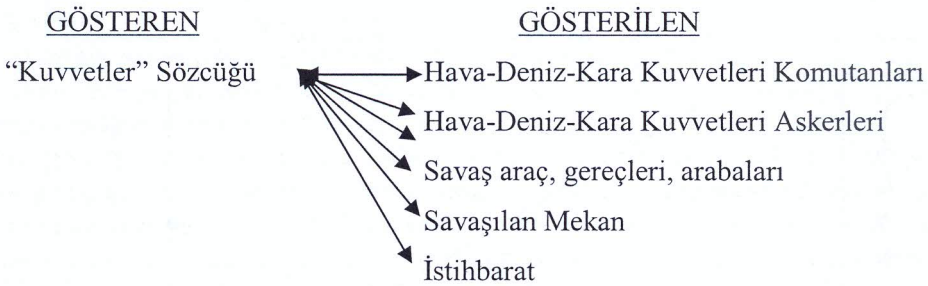
BİLEŞİK ENERJİ neler katar ?

'Enerji gerilmiş yay, kararsız okun atılmasıdır.' [10] Tümcesi bize ulaşılması planlanan amaca yönelik olarak tüm kaynakların belirlenmesi, çabaların yönü doğrultusunda, çalışanların ve gengüdümcülerin ötekine yönelik harekete hazır durumda beklemesi sonucunda, büt-çenin de onaylanması ile çalışmaların gerilmiş bir okun yaydan fırlatılması gibi hız ve yo-ğunlukta başlamasıdır.

Bileşik enerji ise, tüm firmanın; çalışan ve yöneticilerin de dahil olmak üzere bir vücut gibi, tüm kaynaklarını; yetenekleri, arzuları, zorunlulukları ve güçleriyle birleştirerek ek katkılar oluşturmuş biçimde değerlendirilmelidir.

Çanakkale Savaşı'nın bileşik enerji kullanımı; Hava, Deniz ve Kara Kuvvetlerinin eşyuyumlu bir biçimde kullanılmaları sonucu düşmanın denize dökülmesi ve Çanakkale'nin geçilemezliğinin ispatı biçiminde görülebilir. Kuvvetlerin eşyuyumu, Nühket Güz'ün İstanbul Kültür Üniversitesi Göstergebilim Dersi ışığında çıkarım yapılacak olursa; kuvvetlerin içeri- sinde yer alan komutanların, askerlerin, savaş araç ve gereçlerinin, mekanın, istihbarat güçle- rinin birlikte çalışması sonucu alınan başarıdır. Yine inceleme sonucunda bir Kuvvet'in, birden çok çağrışıma, gösterilene sebep olduğu da görülmektedir.

Tablo 2 [11]



İletişim gengüdümlü belirlerken birleşik enerji, yani sinerjiyi Peltekoğlu'nun "...bütünleşik pazarlama iletişimi tüketici bağlılığı yaratılması, güven duyulması adına ürün ve hizmet hakkında bilgi içeren tüm kaynakların birlikte yönetilmesi olarak anılabilir" sö- züyle netleştirebiliriz. [12]

GÜCÜN KULLANIMI

Daha önce de belirtildiği gibi; iletişim gengüdümlü savunma ancak bir sorunla kar- şılaşıldığı zaman ya da kriz anında sadece öteki tarafın başına gelmesi istenilebilecek bir durumdur. Yapılması gereken planda, iletişim gengüdümlü hizmeti yapılan firma ya da kişi

için pazara, ortama, piyasaya ilk girişi ile öteki tarafın savunmaya geçmesi sağlanmalıdır. Sun Tzu'nun 'Savaş alanına ilk gelip düşmanını bekleyen dinç kalır, sonradan gelip, gelir gelmez savaşa girerse daha savaşın başında tükenir' [13] sözü bize, gengüdümler planlanacak kişi ya da kurumun ulaşılması istenen amaç yolunda çalışmaya başlayan ilk kişi/kurum olmasının yararını anlatır. Öteki tarafın savunmaya zorlanması; karşılaşacağı güçlüklerin kendisi için rakibi tarafından daha önceden hazırlanmasıyla mümkün olur, bu da ilk girenin ortamın kaynaklarından, yerel fırsatların değerlendirilmesi açısından, belirli bir konumu elde etmede çok fazla zorlukla karşılaşmaması bakımından öteki taraftan bir adım önde olması faydasını sağlar. Sonradan gelen taraf, tam olarak neyle karşılaşacağını bilmediği bir alanda, karşısında her yönden alana hakim, yerini sabitlemiş, çevresel belirsizliklerini daha önce geldiği için incelemiş ve çözmüş, alanın kaynaklarını da kendine katarak daha da güçlenerek kendisine öteki tarafı beklemek için zaman yaratmış bir güçle karşılaşacaktır. Girdiği anda savunmanın içine girecek, savaş ya da savaşım erkleri eşit ya da dengede olmadığından yenilgi kaçınılmaz olacaktır.

Savaşımında ÖTEKİ' ne göre MANEVRA Yapılandırma

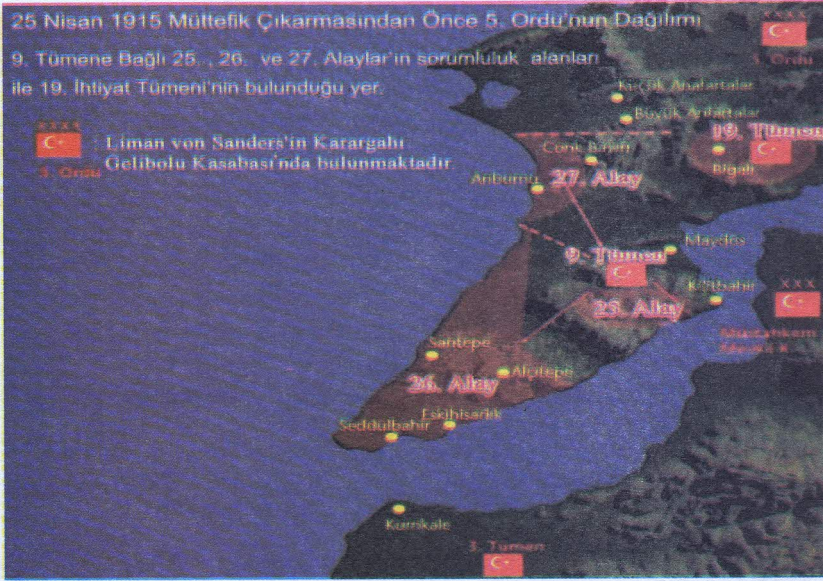
Sun Tzu 'Önceden uçurumlarını, bataklıklarını, dağlarını, ormanlarını, tuzaklarını bilmediğimiz topraklardan bir orduyu geçirmek akıl işi değildir' der. [13]

İletişim gengüdümlerini hazırlanırken yapılması gereken hazırlıkların arasında 'tanıma' başlığı altında incelenmesi gereken; hizmet verilen kurum ya da kişinin, çevrenin, yarışımın konu olduğu 'öteki' taraf/ tarafların, belirlenmesi ve tanınmasıdır. Yapılan gengüdümlerin başarısına ulaşması; hedef kitlenin üzerinde yaratılmak istenen duygu, düşünce ya da davranış değişikliğinin arzu edilene ne kadar yakın olduğuyla ve istenen zamanda olmasıyla ilgilidir. Bilinmeyene doğru ilerlemek serüvenden başka birşey olmamakla beraber; zaman, akçe, çaba, işgücü kayıdır.

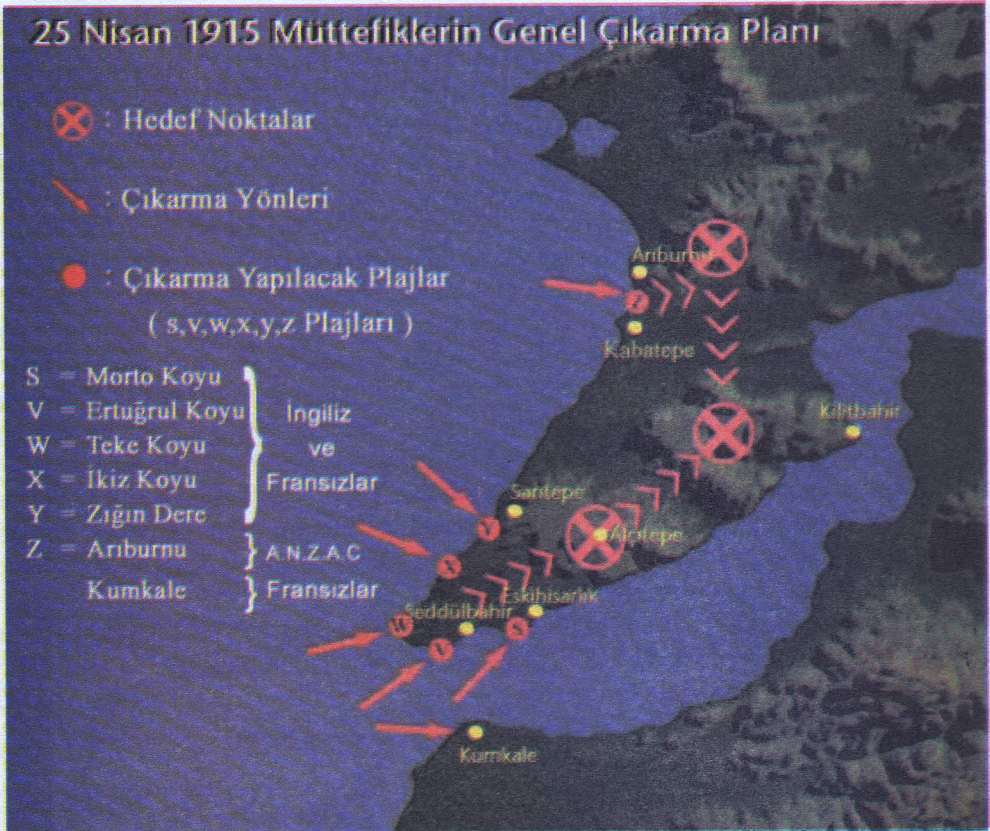
"Manevra konsepti hesaplı risklerin alınmasını gerektirir. Başarı ile uygulanan manevra konsepti kesin sonucu sağlarken, başarısız bir uygulama ise kesin bir yenilgiye neden olabilir" [14] diyen Nejat Eslen, iletişim gengüdümlerinde hedef kitlenin üzerinde yaratılmak istenen etkinin gerçekleştirilmesinin, ancak önceden yapılan hesaplamalar yardımıyla riskin yok edilebilmesi sonucu olacağı yorumunu yapmamızı sağlar. Tanınmayan, hesaplanmayan, belirsiz durumlar, karşılaşıldığında iletişim gengüdümlerinin başarısızlığı sonucunu doğurur.

İletişim gengüdümlerinin tanıma aşamasındaki; çevrenin, ötekinin, hizmet verilen kurum ya da kişinin tüm özelliklerinin belirlenme çalışmalarının önemi ortadadır. Bunun yanında yerel maddi/manevi değerlerin, çevrenin sonradan gelen tarafından yeniden keşfedilmeye çalışılmasındansa bölgesel uzmanlardan alınacak bilgilerin daha gerçekçi, zaman, akçe, emek kazandıracığı ortadadır. Sun Tzu bu konuyu 'Yöresel kılavuzlar kullanmadan doğanın olanaklarını avantaja çeviremeyiz' biçiminde özetler. [15]

Çanakkale Savaşları'nda Osmanlı karşısında Deniz Harekâtı'nın başarısızlığı umutları Kara Harekâtı'na çevirmiş ve böylelikle öteki taraf gengüdümlerini Karada çarpışmaya göre yapılmıştır. Bu verilere göre müttefiklerin genel çıkartma planı ve 5.Ordu'nun dağılımı şöyledir:



Şekil 3



Şekil 4

Yapılan gengüdüm sonucunda değerleme yapılmış, başarının kesinliği, alınan geribildirimle birlikte sabitlenmiş iken yapılması gereken tüm çalışanların alınan başarıdan katkıları doğrultusunda maddi ve manevi açıdan faydalandırılmasıdır. Bu tür bir yaklaşım çalışanların çalışma isteklerinin kamılanması, kendilerini geliştirmeleri ve öteki ile başetmek için bir neden bulmaları gibi sonuçlar doğurur. Cumhuriyet Gazatesi'nin "Başından Sonuna Her Yönüyle Kurtuluş Savaşı" adlı çalışmalarının Ek 1 'inde "Çanakale'de kazanılan zafer, orduya ve halka verdiği moral kadar, savaşın gidişatındaki rolü açısından da önemliydi" [16] diyerek alınan zaferin, askerler için manevi yönde ne kadar etkili olduğu üzerinde durulmaktadır. Sun Tzu' nun 'Yağmalamalarda ganimeti askerleriniz arasında bölüştürün. Yeni yerleri fethettiğinizde de askerlerinizin faydalanacağı imkanlar yaratın' [15] sözüyle günümüz iletişim çağının kurallarını değerlendirdiğimizde Sun Tzu zamanının savaş sanatı ile günümüz iletişim gengüdümünün paralellini vurgulanabilmektedir.

Neden TAKTİK Değiştirmeli?

Belirlenen amaca yönelik gidilecek yol ve yordamın planlanması sonucunda gengüdüm kimi durumlarda değiştirilmelidir. Yaşanılan çevresel koşulların hizmet verilecek olan kişi/kurum için iyi değerlendirilmesi, gengüdüm çizen firma için bir takım kazançlar sağlayacaktır. En başta; öngörü yeteneğini artırmak için bir kaynaktır. Bu inceleme sonucunda firma iletişim gengüdümünün yapılması sırasında, önceden hissedilen ve yapılması gereklilik olan değişiklik, gidilecek yeni yol artık nettir. Belirsizliğin sözkonusu olması, atılacak adımların planlanması ve kriz ortamına girilmeden aksaklığın giderilmesi kullanılan taktiğin, gengüdüm içerisinde neden değiştirilmesi gerekliliğini ortaya koyar. Amaca yönelik olarak, ulaşılması istenen noktaya varmada, tüm kaynakların kullanılmasının yanısıra, rakiplerin de değerlendirilmesi sonucu güçbirliği yapmak hedefe ulaşmada akıllıca atılacak bir adım olacaktır. Değişen koşullara karşı; durağan kararlar kadar tehlikeli ortam yaratan durum yoktur.

Sun Tzu bu konuyu 'Zor koşullar altındaki yerlerde kamp yapma. Yüksek yolların birleştiği yollarda mütteliklerle işbirliği yap. Tehlikeli pozisyonlar olan ücra yerlerde oyalanma. Kuşatma altında strateji değiştir....' sözüyle aydınlatmaktadır. [15]

alışan Ordusunun İlerlemesi

Bir sektördeki dağların; hizmet verilmesi düşünülen kişi/kurum hakkında iletişim gengüdümü oluşturulurken, gelecekle ilgili olarak öngörü yapabilmesinde birer engel olarak düşünümesi ve çevresel belirginliğin de bilgi ile ulaşılabilen düz arazi, ovalara, aydınlık platformlara taşınması gerekliliği açıktır. İletişim gengüdümüsü bunu planlarken aynı kavramı, rakipleri yani ötekiler üzerinde kendisinin içine düşmek istemediği konuma; belirsizlik, öngörülemezlik, karmaşaya, karanlık yerlere itmeye çalışmalıdır. Unutulmaması gereken ise; etkinliklerin planlanması durumunda, var olan tüm enerjinin pazara girerken kullanılmaması, ötekinin/ötekilerin yetenek ve erkini gördükten sonra bilgi toplamadan kaynaklanan bir karģanın yaşanmasını da engelleyecek düzenlemeler yapılmalıdır.

Sun Tzu 'şimdi meselemiz ordunun kamp kurmasında. Gözünüz düşman işaretlerinde olsun. Dağları abuk geçip vadilere yakın yerleri tercih edin. Tüm ordular yüksek yerleri alçak zeminlere, aydınlık alanları karanlık yerlere tercih eder. Siz bu tür yerlere uzakta kalmaya dikkat ederken düşmanı buralara sürüklemeye; düşmana saldırıya geçtiğinizde de düşmanın ardında bu tür alanların olmasına dikkat ediniz. Coşkuyla savaşa girişip, düşmanın gücünü görünce korkuya kapılmak haber almanın zaafını gösterir' [15] sözüyle 2500 yıl önce bu konuyu özetlemiştir.

Arazi Faktörü ve Öteki

Bilindiği üzere her alanda, çalışma ve etkinlikler aslında bir etkileme, ikna çabasına yani iletişime yöneliktir. İletişimin çift yönlü olduğu düşünüldüğünde taraflardan biri diğerinin “öteki” sidir çıkarımı yapılabilir. Bu durumda elde edilmek istenilen konuma girmek isteyecek kişiler/kurumlar karşı taraf olacak ve çalışılması düşünülen alanı keşfeden, alana önce giren, arazide inceleme yaptıktan sonra en etkin olan yerleri değerlendirerek konumlanan kazanacaktır. Gengüdümdede kullanılacak araç gereç, oluklar, işgücü, maddi manevi değerler, eşgüdüm korunarak başlanacak gengüdümdede çabaları olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Sun Tzu ‘Her iki tarafın da rahatlıkla girebileceği arazilere düşmandan önce gelmeye, arazinin yüksek, güneşli bölgelerini tutmaya dikkat edin. Malzemelerinizi dikkatle koruyun. O zaman savaşa avantajla başlarsınız.’ [15]

Arazide Konum

Sun Tzu ‘Askerlerini kaçışın olanaksız olduğu noktalara sür ki, ölesiye savaşsınlar. Ölümle karşı karşıya olan askerin beceremeyeceği iş yoktur. Arazi konumlarına göre alınacak önlemler, saldırıya ve savunmaya yönelik taktikler ile insan doğasının ana kanunlarını mutlaka özenle çalışmalıdır.’ [15]

Çaresiz kalan, sıkıştırılan varlıkların, duruma ya da ötekine ölesiye karşı çıktıkları bilinmektedir. Bu gerçeklik, kendisini iletişim gengüdümdede çalışmalarında da gösterir. Çaresizlik içerisinde olan kişi/kurum, son gücüyle becerlerini, kaynaklarını ençoklayarak dışa vurur. Bu dışa vurum; kimi zaman kurum ya da kişilerin kendi çabalarıyla, kimi zaman ise dışarıdan alınan danışmanlık hizmetleriyle gerçekleşir. Gengüdümdede belirlenme ve uygulanması sırasında tek seslilik adına tüm çalışanlar ve yöneticiler alınan kararları içselleştirmeli ve onlara gösterilen amaca yani ötekine yönelik olarak güdülenmeleri sayesinde sadece zafere koşmalıdırlar. Zafere ulaşmada, seçilen alan, o alanda alınan konum, çalışanların yerleştirilmesinin yanında bu zaferi elde edecek çalışanların kullanacağı taktiklerin de doğalarına uyumlu olması verilecek önemli kararlardandır

“Biz ferdi kahramanlık sahneleriyle meşgul olmuyoruz. Yalnız size Bombasırtı vak'asını anlatmadan geçemeyeceğim. Mütekebil siperler arasında mesafemiz sekiz metre, yani ölüm muhakkak, muhakkak... Birinci siperdekiler, hiçbiri kurtulmamacasına kâmilan düşüyor, ikincidekiler onların yerine gidiyor. Fakat ne kadar şayanı gıpta bir itidal ve tevekkülle biliyor musunuz? Öleni görüyor, üç dakikaya kadar öleceğini biliyor, hiç ufak bir fütur bile göstermiyor; sarsılmak yok! Okumak bilenler ellerinde Kuranı Kerim, cennete girmeye hazırlanıyorlar. Bilmeyenler kelimeyi şahadet çekerek yürüyorlar. Bu, Türk askerlerindeki ruh kuvvetini gösteren şayanı hayret ve tebrik bir misaldir. Emin olmalısınız ki Çanakkale muharebesini kazandıran, bu yüksek ruhtur” diyen Atatürk'ün söylevini bu konunun bir şahidi olduğunu unutmamak gerekir. [17]

Suyla Saldırı Yeterli mi

Çevresel tüm etmenlerin incelenmesinin iletişim gengüdümdede faydası ne olacaktır? Zaman akçe, emek saklanmasının yanında, gengüdümdede gücünü ve etkisi kaybetmesini önler. Çevresel incelemeler sonunda kime, neye, ne zaman, nerede, ne ile karşı koyulacağını belirlerler. Kullanılan aracın öteki tarafın gücü, kapasitesi, dayanıklılığı gibi etmenlere göre seçilmesi gerekliliği gözden kaçmamalıdır. İtilaf Devletleri'nin Boğazları ele geçirme amaçlarını, aldıkları yetersiz deniz harekatı gengüdümdede gerçekleştirme istemleri kullanılan yöntemin seçimindeki başarısızlığın en açık örneğidir. Suyla saldırı sadece güç göster-

mek demek iken, ateşle yani vurucu, sindirici amacı gerçekleştiren en kısa yolu sağlayan yöntem, araç ise zaferi getirir.

Sun Tzu ‘Bilge hükümdar dikkatli, iyi komutan tedbirli olmalıdır. Bir ülkeyi barış içinde yönetmenin, orduyu güçlü tutmanın yolu budur. Ateşi saldırı aracı olarak kullanmak zeka belirtisidir. Suyu saldırı aracı olarak kullanmak ise güç göstergesidir. Suyla düşman durdurulabilir, ama tüm olanakları elinden alınmaz’ der. [15]

Casusluk ve Bilgi Toplama

Sun Tzu ‘Bilge hükümdarlarla, iyi bir komutanın normal askerlere oranla kolaylıkla savaş kazanıp, zafere ulaşması istihbarata bağlıdır. Düşmanın durumu ancak başka insanlardan öğrenilebilir. Ordunun harekattaki başarısı casusların becerisi ile orantılıdır’ der. [15]

Çanakkale Savaşları sırasında Osmanlı Devleti’nde istihbarat faaliyetleri Teşkilat-ı Mahsusa tarafından yürütülüyordu. Teşkilat-ı Mahsusa’nın isim babası Albay Rasim Bey’dir. Ittihat ve Terakki’nin yönetimi ele alışından sonra örgütün kuruluşu Sultan Reşat tarafından onaylanmıştır. Teşkilat-ı Mahsusanın kurucusu Enver Pasa’dır. Padişah Abdülhamit zamanından beri yetiştirilmiş olan Türk gizli polisi bulucu ve çalışkan idi. Savaş sırasında pek çok sayıda itilaf casusunu yakalamıştır. Bu casusların çoğunluğu azınlıklardan idi. Gelibolu Yarımadası’ndaki muharebelerde itilaf devletleri, azınlıklar arasındaki adamları aracılığıyla istedikleri haberleri kolayca alabiliyorlardı. Bu dönemde Türk ajanları da iyi çalıştılar. Selanik’teki bir Türk ajanı İngiliz ve Fransız’ların Kumkale ve Seddülbahir’e yapacakları çıkarma hareketlerini ufak ayrıntılarına kadar el geçirmiş ve ulaştırmıştır. Çanakkale Boğazı’nı mayınlarla kaplama ihtiyacı doğduğunda Teşkilat-ı Mahsusa elemanları Karadeniz’deki Rus mayınlarını gizlice teknelere doldurup İstanbul’a getirmişlerdir. Bu mayınlar daha sonra Nusret mayın gemisi tarafından boğaza döşenerek düşmanın başarısız olmasını sağlamıştır. Savaşlarda istihbarat sağlamanın bir yöntemi de ele geçen esirlerden elde edilen bilgilerdir. Gelibolu cephesindeki düşman çıkarmasından hemen sonraki günlerde 19. Tümen kumandanı Mustafa Kemal esir aldığı bir İngiliz teğmeni Esat Pasa’ya göndermiştir. Esat Pasa bu esir subayı Almanca sorgulamış ve karaya çıkan dört Anzak tugayı olduğunu öğrenmiştir. Çanakkale telgrafhanesi tarafından ele geçirilen düşman telgrafları incelenerek gerekli önlemler alınıyordu. [18]

Çağımızın bilgi çağı olduğu düşünülduğünde, teknolojinin bilginin paylaşımında aldığı rolün de gözönüne alınmasıyla, kişi ya da kurumların en doğru ve güncel bilgiyi elde etmelerindeki önemin altının çizilmesi gerekir. Bilgi, en gizli firma ya da kişi özelliklerinin üstün çabalarla saklanması haricinde, artık teknoloji sayesinde herkesin erişebileceği gibi dolaşmakta ancak; asıl hüner, işin özü olan konular hakkında bilgi edinmektir. Firmaları önder yapan özelliklerin nedenini bulup kendi gengüdümlerine uyarlayarak yarışmada karşılaştırmalı değerlendirme yapılmış ve hazırlanılmış olarak ve en önemlisi kuruluşun taban aşaması değil öteki firmaların değerinde çalışmalara başlandığı için bilginin elde edilmesi yaşamsal öneme sahiptir.

Deneyimli, donanımlı iletişim gengüdümcüsünün olağan ve sıradan gengüdümcülere oranla hizmet alanında öteki firma ya da kişilere oranla kolaylıkla üstünlük elde etmeleri, pazarın lideri konumunu almaları bilgi toplamadaki becerilerine bağlıdır. Ötekiler konusunda bilgi ancak iyi bir gözlem, değerlendirme ve ötekilerin kendilerinden öğrenilebilir. Ötekilerden edinilecek bilgiye, kimi zaman aldatmaca metodu, kimi zaman doğrudan kendilerinden, kimi zaman ise gizli çalışmalar sonucunda sahip olunur. Bilgi yarışım ortamında her zaman açıklanan bir paylaşım değildir. Burada gerekli bilgiyi edinmek büyük bir beceri gerektirir. Bu yüzden öteki firmaların durumlarına dikkat etmek gereklidir. Bu konuda çalışma, olmazsa olmaz bir koşuldur.

Stratejik istihbarat konusunu Armand Mattelart, İletişimin Dünyasallaşması adlı yapıtında şöyle ele alır. “Amerikalı tarihçi David Landes’in Batı Toplumlarının endüstrileşme sürecinde ilerlemesinin etkenlerinden birinin öğrenme tutkusunu olduğu savını doğrular. Bu- luşla birlikte taklit de yapıldığından, endüstri casusluğu, tüm Avrupa çağdaş tarihiyle birlikte ilerler.” [19]

Kaynaklar

- [1] Güz N., vd., (2002), “*Etkili İletişim Terimleri*”, İstanbul, İnkılap Yayınları.
- [2] <http://www.tdk.gov.tr>.
- [3] Püsküllüoğlu A., (2004), “*Öz Türkçe Sözlük*”, Ankara, Arkadaş Yayınevi.
- [4] Güz N., vd., (2002), “*Etkili İletişim Terimleri*”, İstanbul, İnkılap Yayınları.
- [5] Erdoğan İ., (2006) “*Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*”, Ankara, ERK 2006.
- [6] Asna A., “*Public Relations Temel Bilgiler*”, İstanbul, Der Yayınları.
- [7] Tzu S., (2004), “*Savaş Sanatı*”, Çev., Adil Demir, İstanbul, Kastaş Yayınları.
- [8] Gündüş S., (2003), “*Film Olgusu: Kuram ve Uygulayım Yaklaşımları*”, İstanbul, İnkılap Yayınları.
- [9] Pira A., Sohodol Ç., (2004), “*Kriz Yönetimi Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*”, İstanbul, İletişim Yayınları.
- [10] Tzu S., (2004), “*Savaş Sanatı*”, Çev., Adil Demir, İstanbul, Kastaş Yayınları.
- [11] Güz N., (2006), “*İstanbul Kültür Üniversitesi Göstergibilim Dersi Yazokulu Ders Notları*”, İstanbul.
- [12] Peltekoğlu F., (2004), “*Halkla İlişkiler Nedir*”, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- [13] Tzu S., (2004), “*Savaş Sanatı*”, Çev., Adil Demir, İstanbul, Kastaş Yayınları.
- [14] Eslen N., (2005), “*Tarih Boyu Savaş ve Strateji*”, İstanbul, Truva Yayınları.
- [15] Tzu S., (2004), “*Savaş Sanatı*”, Çev., Adil Demir, İstanbul, Kastaş Yayınları.
- [16] Cumhuriyet Gazetesi, (2006), “*Kurtuluş Savaşı Dergisi, Ek 1 Açıklamalı Kronoloji*”, İhlas Gazetecilik.
- [17] <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF8FE9074FF19B00054DE731F422390043>.
- [18] <http://canakkalesavaslari.comu.edu.tr/>.
- [19] Mattelart A., (2005), “*İletişimin Dünyasallaşması*”, Çev., Halime Yücel, İstanbul, İletişim Yayıncılık.