



Düzenleyici Etki Analizinin Türk Hukuk Sistemine Tanıtılması

DEA'ların Şeffaflık, Konsültasyon ve İletişim Unsurlarının Artırılması

16-17 Mart 2009

Oturum 10
DEA ve İletişim

Merkezi Finans ve İlaç Birimi'nin desteginde yapılan "Düzenleyici Etki Analizinin Türk Hukuk Sistemine Tanıtılması" Projesi Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.
"Introducing Regulatory Impact Analysis into the Turkish Legal Framework" Project of which the Contracting Authority is the Central Finance and Contracts Unit is funded by the European Union.

IBF Project, IBF International Consulting İle İlgilinde PIRI Group ve Jacobs & Associates tarafından yürütülmektedir.
DEA Project is implemented by the consortium led by IBF International Consulting with consortium members PIRI Group and Jacobs & Associates.

Neden İletişim?

“İletişim”, DEA'nın tüm aşamalarında ve sonucunda yararlanması gereken temel araçlardan biri.

Cünkü:

DEA'nın başarısı, sürecin ve sonuçlarının ilgili tüm kesimlerce anlaşılması ve benimsenmesi ile doğru orantılı.

DEA'nın planlama aşamasında, süreç boyunca ve sürecin sonunda uygulanacak bir “*İletişim stratejisi*” hazırlanması önemli.

Nasıl bir iletişim stratejisi?

İki aşamalı bir strateji

1)-DEA'nın hazırlanma süreci boyunca iletişim

Amaç:

- DEA hakkında genel farkındalık yaratmak,
- Hazırlanan DEA'ya ilişkin bilgi vermek,
- Paydaşlara yönelik bilgi/veri paylaşımını ve katılımcılığı teşvik ederek danışma sürecinin etkinliğini artırmak,
- Olası engelleri süreç içinde aşmak, gecikmeleri önlemek.

2)-DEA sonuçlarının paylaşımı sürecinde iletişim

Amaç:

- DEA sonuçlarının (+düzenleme teklifinin) benimsenmesini sağlamak.

Strateji neleri kapsamalı?

Her iki aşama için ayrı ayrı:

- Hedef grupların,
- Hedef gruplara yönelik “genel” ve “özel” mesajların,
- Mesajların kime, ne zaman, ne sıklıkla verileceğinin,
- Kullanılacak iletişim kanallarının ve yöntemin belirlenmesi,
- Süreç boyunca iletişim stratejisinin etkinliğinin değerlendirilmesi.

Hedef gruplar

Süreç içinde:

- DEA ekibi ve kurum içi birimler
- Paydaşlar (iç ve dış)
- Kurum içi üst düzey yöneticiler

Süreç sonunda:

- Siyasi karar alıcılar
- Paydaşlar
- Medya (hem hedef grup, hem araç)
- Kamuoyu

Mesajlar

1) Süreç içinde:

Farkındalık yaratma, bilgilendirme, katılımcılığı artırma odaklı:

- Genel farkındalık yaratma: Türkiye için yeni bir sistem

Tüm gruplara :

DEA sisteme ne değiştirecek? AB sürecindeki önemi ne?

Hedef gruplara özel:

- İç paydaşlar (kamu): Verimlilik artışı, esneklik, analitik-sistematik yaklaşım, katılımcılık, etkilerin çok yönlü değerlendirilmesi, kalite ve güvenilirlik artışı, risklerin azaltılması, vb.
- Dış paydaşlar (özel sektör, STK'lar, vb.) : Sürece etkin katılım, görüş ve taleplerin yansımıası, zamanında bilgiye ulaşım, fırsat ve tehditlere göre strateji geliştirme imkanı, AB uyum süreci-UP, vb.

Mesajlar

- **DEA'ya özel bilgilendirme:**

Hedef gruplara ve DEA aşamalarına göre değişken.
Neden DEA yapılıyor-Sorun ne? Neler hedefleniyor?
Paydaşlardan nasıl bir katkı bekleniyor? Hangi aşamaya gelindi? Hangi seçenekler öngörülüyordeneden? vb.

- **Katılımcılığı artırma, engelleri aşma:**

Önyargılı, şüpheci ve kötümser yaklaşımı giderme,
yüksek beklentiler ve yanlış algılar oluşmasını önleme,
başarılı örnekleri paylaşma, paydaşlararası uzlaşmayı destekleme, vb.

Zamanlama ve araçlar

- **DEA süreci boyunca :**

- DEA ekibi ve kurum içi birimler: düzenli, sık aralıklarla.
Brifingler, toplantılar, e-mail, vb.
- Paydaşlar: danışma sürecindeki etkinliklerine göre değişen şekilde düzenli ve/veya gerekli aşamalarda.
Brifingler, toplantılar, yazışmalar, e-mail, e-bülten, internet sayfasında on-line katılım, vb.
- Geri bildirimler ve öneriler doğrultusunda iletişim stratejisinin etkinliğinin değerlendirilmesi, gerekirse revize edilmesi.

DEA İletişiminde temel ilkeler

- Şeffaflık (güven artırıcı)
- Doğru zamanda doğru (netleşmiş) bilgi aktarımı
- Bilgi akışında süreklilik (ilgi ve motivasyonu artırıcı)
- Basitlik, kolay anlaşılabilirlik (fazla ayrıntı = karmaşa)
- Dilde sadelik
- Sorgulama ve eleştiriye açıklık
- Geri bildirimleri dikkate alan

Mesajlar

2) Süreç sonunda bilgilendirme ve ikna odaklı:

Hedef gruplara göre değişken

- Neden DEA yapıldı?
- Neler hedeflendi?
- Nasıl bir yöntem izlendi?(masa başı çalışma değil-katılımcı)
- Paydaşlar kimler? Danışma sürecindeki katkıları neler?
- Hangi seçenekler geliştirildi? Analiz sonuçları ne oldu (+ -)?
- Varsayımlar, kabuller, modeller(varsa) ve gerekçeleri neler?
- Önerilen seçenek hangisi? Önerilme gerekçesi ne?
- Farklı kesimler üzerinde olası etkileri neler?

İletişimde nelere dikkat edilmeli?

- Mesajlar açık, kolay anlaşılır; dil sade olmalı.
- Teknik detайлara girilmemeli. Konunun özü kaybolmamalı.
- Kullanılan yöntemler, kabuller, varsayımlar, modeller, örneklemeler her zaman tartışma yaratabilir. Gerekçeleri iyi anlatılmalı.
- Sorulamaya açık olunmalı.
- Geleceğe dönük projeksiyonların bire bir gerçeklerle örtüşeceği bekłentisi yaratılmamalı.
- Önerilen seçenek iyi gerekçelendirilmeli. Diğer seçeneklerden farkı, çarpıcı verilerle ortaya koymalı.

İletişim araçları

Doğrudan ve dolaylı iletişim'in etkin kombinasyonu

- Brifingler, toplantılar
 - Basılı ve elektronik iletişim kanalları
 - İnternet sayfası: AB örneği
- Mevcut düzenleme (varsa), düzenleme teklifi, DEA yönetici özeti, DEA, "Vatandaş özeti", danışma sürecinde toplanan katkılar, benzer iyi uygulama örnekleri, konuya ilgili "SSS" belgesi, arka plan bilgi ve arşivlere yönlendirme, ilgili linkler, vb.
- Paydaş kurumların iletişim kanalları (bülten, dergi, vb.)
 - Ulusal ve Yerel Medya (yazılı, görsel, işitsel)
