



T.C.

EGE ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

**SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE KAMU
ARASINDAKİ BAĞINTIYI SAĞLAMADA HALKLA
İLİŞKİLERİN ROLÜ: HAYVAN HAKLARI DERNEKLERİ
ÜZERİNE İZMİR İLİ ÖRNEĞİNDE BİR DURUM
ÇALIŞMASI**

Yüksek Lisans Tezi

DEREN BAYSAL

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı

İZMİR - 2019

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE KAMU ARASINDAKİ BAĞINTIYI
SAĞLAMADA HALKLA İLİŞKİLERİN ROLÜ: HAYVAN HAKLARI
DERNEKLERİ ÜZERİNE İZMİR İLİ ÖRNEĞİNDE BİR DURUM ÇALIŞMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DEREN BAYSAL

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ebru Belkıs Güzeloğlu

**Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
İletişim Araştırmaları Yüksek Lisans Programı**

İZMİR - 2019

ETİK KURALLARA UYGUNLUK BEYANI

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü' ne sunduğum Sivil Toplum Kuruluşları ve Kamu Arasındaki Bağlantıyı Sağlamada Halkla İlişkilerin Rolü: "Hayvan Hakları Dernekleri Üzerine İzmir İli Örneğinde Bir Durum Çalışması" adlı yüksek lisans tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

İsim-Soyadı İmza

Deren Baysal





T.C.EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS

TEZ SAVUNMA TUTANAĞI

ÖĞRENCİNİN

Adı Soyadı : Deren BAYSAL

Numarası : 92150001563

Anabilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Tez Başlığı (Türkçe) : Sivil Toplum Kuruluşları Ve Kamu Arasındaki Bağlantıyı Sağlamada Halkla İlişkilerin Rolü: "Hayvan Hakları Dernekleri Üzerine İzmir İli Örneğinde Bir Durum Çalışması"

Tez Başlığı (İngilizce) : The Role Of Public Relations in Providing Connection Between The Non-Governmental Organizations And The Public: "A Case Study On Animal Rights Associations in The Sample of İzmir City"

Tez Savunma Tarihi : 20.05.2019

Tez Başlığı Değişikliği Varsa Yeni Başlık:

JÜRİ ÜYELERİ

Jüri Başkanı

Unvan, Adı, Soyadı : Doç. Dr. Ebru BELKIS GÜZELOĞLU

Karar : Başarılı Başarısız Düzeltme

İmza

Jüri Üyesi

Unvan, Adı, Soyadı : Prof.Dr.Fusun TOPSÜMER

Karar : Başarılı Başarısız Düzeltme

İmza

Jüri Üyesi

Unvan, Adı, Soyadı : Doç. Dr. Nazım ANKARALIGİL

Karar : Başarılı Başarısız Düzeltme

İmza

TEZ HAKKINDA JÜRİNİN GENEL GÖRÜŞÜ

(Jüri Başkanı Tarafından Doldurulacaktır)

Tez savunması sonucunda öğrenci tarafından hazırlanan çalışma;

Oybirliğiyle

Oy çokluğuyla

Başarılıdır

Düzeltilmelidir

Başarısızdır

- Bu tutanak üç (3) işgünü içerisinde jüri üyelerinin raporlarıyla beraber Anabilim Dalı Başkanlığı üst yazısıyla Enstitü Müdürlüğüne gönderilmelidir.
- Tezli yüksek lisans programlarında düzeltme alan öğrencinin 3 (üç) ay içerisinde yeniden savunmaya girmesi zorunludur.

TEŞEKKÜR

Hayatım boyunca, her mutluluğumda ve her zorluk yaőadıđımda, her zaman her koşulda benim yanımda olan, her konuda beni destekleyerek bu günlere gelebilmemi sağlayan çok kıymetli ailem İsa BAYSAL'a ve Nurően BAYSAL'a,

Bana yüksek lisans tez sürecim boyunca bana rehberlik eden benden bilgisini, tecrübesini ve ilgisini hiç esirgemeyen değerli hocalarım Prof. Dr. Füsün TOPSÜMER ve Doç. Dr. Ebru Belkıs GÜZELOĞLU'na,

Akademik hayata adım atmamı sağlayacak bu ilk çalışmamın gerçekleşmesinde bana gece gündüz yardımları dokunan, her zaman yanımda olan çok sevgili arkadaşlarım İrem BAYAR'a, Canberk ALTINMAKAS'a, Ayberk GÜLDÜR'e ve uzakta da olsa bana her zaman motivasyon kaynağı olan ve çaba gösterdiğim her konuda bana her zaman inanan kadim dostum Tutku KARABEL'e,

En içten teşekkürlerimi sunarım.

Haziran, 2019

Deren BAYSAL

Sivil Toplum Kuruluşları Ve Kamu Arasındaki Bağıntıyı Sağlamada Halkla İlişkilerin Rolü: “Hayvan Hakları Dernekleri Üzerine İzmir İli Örneğinde Bir Durum Çalışması”

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Deren Baysal

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ebru Belkıs Güzeloğlu

ÖZET

Günümüzde, halkla ilişkiler, örgütler için vazgeçilmez bir unsur olarak kabul görmektedir. Halkla ilişkiler genel olarak; halkı aydınlatarak görüşlerini benimsetmek, halktan bilgi alarak örgütsel kararlarda isabeti yakalamak, halkla işbirliği yaparak örgütsel amaçların kolay gerçekleşmesini sağlamak, halkın isteklerine kayıtsız kalınmadığını göstermek, halk üzerinde yönetime veya örgüte karşı olumlu imaj yaratmak ve halkın desteğini kazanmak vb. gibi birçok amacı kapsamaktadır.

Bu sebeple, gerek kamu gerek özel kuruluşlar, halkla ilişkiler faaliyetlerine önem göstermektedir. Aynı şekilde, özellikle halkın desteği sayesinde faaliyet gösterebilen örgütler olduğundan, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) için de halkla ilişkiler uygulamaları büyük önem taşımaktadır. Bu araştırmada, halkla ilişkilerin örgütlerdeki rolü, İzmir’deki STK’lardan olan hayvan hakları dernekleri ve aynı zamanda, hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları savunucu derneğe üyeliği olmayan bireyler üzerinden incelenerek ortaya konacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Halkla İlişkiler, Sivil Toplum Kuruluşları, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Faaliyetleri, Hayvan Hakları Dernekleri*

The Role Of Public Relations in Providing Connection Between The Non-Governmental Organizations And The Public: "A Case Study On Animal Rights Associations in The Sample of İzmir City"

MS THESIS

Deren Baysal

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ebru Belkıs Güzeloğlu

ABSTRACT

Nowadays, public relations is approved an indispensable element for the organizations. Public relations, in general, comprises many purposes such as to adopt their opinion to public by enlighten public, to reach hits in organizational decisions by getting information from the public, to provide the organizational goals easy by cooperating with the public, to show the public that they are not indifferent to the their wishes, to create a positive image for the administration or the organization, on the people and to gain the support of the public, etc...

Therefore, public and private organizations attach importance to public relations activities. Along the same line, public relations practices are very important for Non-Governmental Organizations (NGOs) too, as they are organizations that can operate thanks to the support of the public. In this study, It will be revealed by examining the role of public relations in organizations, through the associations that protect the animal rights within the NGOs in Izmir and at the same time, through the animal-loving individuals who are not members of any animal rights association.

Key Words: *Public Relations, Non-Governmental Organizations, Public Relations and Publicity Activities, Animal Rights Associations*

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
TEŞEKKÜR	I
ÖZET.....	II
İÇİNDEKİLER	IV
TABLO LİSTESİ	VII
ŞEKİL LİSTESİ.....	IX
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI	4
1. Sivil Toplum Kavramı ve Tarihsel Temelleri	4
2. Sivil Toplum Kuruluşları (STK).....	11
2.1. Sivil Toplum Kuruluşu Kavramı ve Tarihi.....	11
2.2. STK'ların Özellikleri ve İşlevleri	15
2.3. Sivil Toplum Kuruluşlarının Türleri.....	17
2.3.1. Vakıflar	17
2.3.2. Dernekler	18
2.3.3. Sendikalar	18
2.3.4. Odalar (Meslek Kuruluşları)	19
3. Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşları ve Tarihsel Gelişimi	20
3.1. Türkiye'deki STK Etkinlik Alanları.....	23
3.1.1. Eğitim Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları.....	23
3.1.2. Sağlık Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları.....	24
3.1.3. Çevre ve Doğa Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları	24
3.1.4. İnsan Hakları Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları	25
3.1.5. Doğal Afetler Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları	25
4. Bir Sivil Toplum Faaliyet Alanı Olarak Hayvan Hakları ve Hayvan Hakları ile İlgili Sivil Toplum Kuruluşları.....	26
4.1. Batıda Hayvan Hakları İle İlgili İlk Toplumsal Hareketler	27
4.2. Türkiye'de Hayvan Hakları İle İlgili Toplumsal Hareketler	33
4.3. Türkiye'deki Hayvan Hakları Dernekleri Örnekleri.....	36

İKİNCİ BÖLÜM: HALKLA İLİŞKİLER VE SİVİL TOPLUM

KURULUŞLARI	41
1. Halkla İlişkiler Kavramı	41
2. Halkla İlişkiler Uygulamalarının Önemi	43
3. Halkla İlişkiler Yöntem ve Araçları	45
3.1. Yazılı Araçlar (Basılı)	45
3.1.1. Kurum Gazetesi.....	45
3.1.2. Dergi	45
3.1.3. Broşür ve El Kitapçığı	46
3.1.4. Afiş ve Bülten.....	46
3.2. Sözlü Araçlar	47
3.2.1. Yüz Yüze İletişim ve Telefonla Görüşme.....	47
3.2.2. Toplantı ve Konferans	47
3.2.3. Seminer ve Sempozyum.....	48
3.3. Görsel ve İşitsel Araçlar	48
3.3.1. Radyo ve Televizyon	48
3.3.2. Film.....	49
3.3.3. İnternet.....	49
3.4. Organizasyonel Araçlar	50
3.4.1. Tören ve Festival	50
3.4.2. Sergi ve Fuar.....	50
3.4.3. Yarışma ve Sponsorluk.....	50
4. Halkla İlişkiler Modelleri.....	51
4.1. Basın Ajansı/Tanıtım Modeli.....	51
4.2. Kamuyu Bilgilendirme (Kamusal Enformasyon) Modeli	52
4.3. İki Yönlü Asimetrik Model	52
4.4. İki Yönlü Simetrik Model	53
5. Halkla İlişkilerde İlişki Yönetimi (İlişkisel Yaklaşım).....	54
6. Sivil Toplum Kuruluşlarında Halkla İlişkiler	56
6.1. Sivil Toplum Kuruluşlarında Kullanılan Halkla İlişkiler Uygulamalarının Amaçları	57
6.1.1. İmaj Oluşturma	59
6.1.2. İtibar Sağlama	60

6.1.3. İkna Oluşturma	61
6.1.4. Algı Yönetimi	61
6.1.5. Kamuoyu oluşturma	62
7. Türkiye ve Dünyadaki Halkla İlişkiler Uygulamaları Örnekleri	63
7.1. Türkiye – Kuş Gribi Krizi.....	63
7.2. British Petroleum (BP) – Meksika Körfezi Petrol Sızıntısı Krizi.....	64
7.3. Turkcell – “Kardelenler - Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları” Sosyal Sorumluluk Kampanyası	66
7.4. P&G – “Shiksha” Sosyal Sorumluluk Kampanyası.....	66
7.5. Alo Deterjan – “Süper Anne” Kampanyası ile Pazarlama	67
7.6. Coca Cola – “Share a Coke” Kampanyası İle Pazarlama	68
8. Türkiye’deki Hayvan Hakları İle İlgili Bazı STK’ların Halkla İlişkiler Uygulamalarından Örnekler	69
8.1. Hayvan Hakları Federasyonu (HAYTAP)’nun Halkla İlişkiler Uygulamaları.....	69
8.2. Hayvanların Yaşam Hakları Konfederasyonu (HAYKONFED)’nun Halkla İlişkiler Uygulamaları	76
8.3. Hayvanları Çaresizlikten ve İlgisizlikten Koruma Derneği (HAÇİKO) ve Çeşme Alaçatı Doğa ve Hayvan Severler Derneği (ÇESAL)’nin Halkla İlişkiler Uygulamaları.....	83
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMA	87
1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi	87
2. Araştırma Problemi	88
2.1. Araştırmanın Ana Problem Sorusu	88
2.2. Alt Problem Soruları	88
3. Araştırma Yöntemi.....	89
3.1. Araştırmanın Yöntemi	89
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	89
3.3. Veri Toplama ve Veri Analiz Yöntemleri.....	90
4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	90
5. Bulgular ve Yorumlar	90
SONUÇ.....	136
KAYNAKÇA	149
EKLER.....	165

TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo I: Türkiye’de Dernek, Vakıf, Sendika, Oda ve Kooperatif Sayıları (TÜSEV - CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) Türkiye Ülke Raporu II, 2011).....	23
Tablo II: 1998-2005 Arası Yıllarda Avrupa Birliği’nin Hayvanların Korunması ve Refahı İle İlgili Mevzuatları.....	32
Tablo III: Tema 1 - Hayvansever bireylerin hayvan severliği anlamlandırışı.....	91
Tablo IV: Tema 2 - Hayvansever bireylerin, insanları, hayvanlara yaklaşımlarıyla değerlendirdiği.....	92
Tablo V: Tema 3 - Türkiye’de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği.....	93
Tablo VI: Tema 4 - Halkta duyarlılık sağlamak için derneklerden, güçlü halkla ilişkiler beklentisi	95
Tablo VII: Tema 5 - Derneklere üyelik için bireylerin, derneklerden halkla ilişkiler beklentisi.....	98
Tablo VIII: Tema 6 - Derneklerin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerindeki yetersizliği.....	101
Tablo IX: Tema 7 - Bireysel çaba ile dernek bünyesi altında gösterilen çaba arasındaki etkinlik farkı.....	104
Tablo X: Tema 1 - Hayvanseverliğin, hayvanlara karşı yaklaşımla anlamlandırılması.....	106
Tablo XI: Tema 2 - Türkiye’de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği	107
Tablo XII: Tema 3 - Derneklerin halkta duyarlılığı sağlaması için halkla ilişkiler ve devlet uygulamaları ihtiyacı	112
Tablo XIII: Tema 4 - Derneklerin halkla ilişkiler çalışmalarındaki yetersizliği.....	114
Tablo XIV: Tema 5 - Dernek bünyesi çabalarının bireysel çabalardan daha etkin olduğu.....	118

Tablo XV: Tema 6 - Derneklerde üye yetersizliği ve aktif üye ihtiyacı.....	119
Tablo XVI: Tema 7 - Derneklerin birbirleriyle ve halkla çatışma durumları.....	122
Tablo XVII: Bireyler ve Derneklerin Ortaklaştığı Fikirler.....	125
Tablo XVIII: STK'ların Halktan Destekçi Kazanmaları İçin Halka İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Model Önerisi (Sürekli İlişki Modeli).....	139



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1: Türkiye’deki Faal Derneklerin Faaliyet Alanına Göre Dağılımı.....	36
Şekil 2: Haytap “Bir Kap Su” Kampanya Görseli.....	70
Şekil 3: Haytap ve Yunanistan İşbirliğinde “Bir Kap Su” Kampanya Görseli.....	71
Şekil 4: Haytap “Satın Alma Sahiplen” Kampanya Görseli.....	72
Şekil 5, 6, 7: Haytap Sevgililer Günü’nde Havyanlar Yerine Verilebilecek Hediye Örnekleriyle İlgili Farkındalık Çalışmaları Görselleri.....	73
Şekil 8: Haytap “Bu İşletme Bir Hayvan Dostudur” Kampanya Görseli.....	75
Şekil 9, 10, 11: Haytap Hayvanlı Sirkler, Kürk ve Yunus Parkları İle İlgili Çalışma Görselleri.....	76
Şekil 12: Haykonfed ve CarrefourSA İşbirliğinde “Dost Hareketi Projesi” Görseli.....	77
Şekil 13: Haykonfed, CarrefourSA ve Pagder İşbirliğinde “Dost Hareketi Projesi” Kapsamında “Yuvaya Dönüşen Plastikler” Görseli.....	78
Şekil 14: Haykonfed ve CarrefourSA İşbirliğinde “Dost Hareketi Projesi” Kapsamında “Yemek Sizden 1 Kap Su Bizden” Çalışması Görseli.....	78
Şekil 15, 16: Haykonfed “Mutlu Gün Kartları” Proje Görselleri.....	79
Şekil 17: Haykonfed ve Tavport.com İşbirliğinde Hayvanlara Destek Çalışması Görseli.....	80
Şekil 18: Genetic Studios’un Ürettiği Oyun Aracılığıyla ve Haykonfed İşbirliğinde Hayvanlara Destek Amaçlı Yapılan Çalışmanın Görseli.....	81
Şekil 19: Haykonfed’in ”Bakımevinden Sahiplenin, Ona Yeni Bir Hayat Verin” Sloganı İle Sanatçı Burcu Güneş İle Yaptığı Çalışma Görseli.....	82
Şekil 20: Haçiko Derneği, Goody ve Hepsiburada.com İşbirliğinde “Ormandaki Sahipsiz Hayvanlar İçin El Ele” Projesi Görseli.....	83
Şekil 21: Haçiko Derneği ve İstanbul Erkek Liseliler Eğitim Vakfı Özel 125. Yıl Okulu’ndan “Sadık Dostunu Unutma!” Projesi’nden Bir Fotoğraf Karesi.....	84
Şekil 22: Çesal’ın, Çağla Kubat ile Fotoğraf Çekimleri Gerçekleştirip, Hazınladığı Reklam Panosu Görseli.....	86

GİRİŞ

Temelleri Antik Yunan'a kadar uzanan sivil toplum anlayışı, tarihsel süreçte birçok düşünür tarafından farklı şekillerde anlamlandırılmış ve günümüze kadar ulaşmıştır. 17. ve 18. yüzyıllarla beraber feodalitenin çöküşü ve modern döneme geçilmesiyle üzerine tartışmaların ciddiyet kazandığı, devletle özdeş medeni toplum düşüncesiyle açıklanan sivil toplum anlayışı, sonrasında ise yurttaşlar ve devlet arasındaki ekonomik ilişkiler alanı olarak bir ikilikle anlam bulmuştur. 20. yüzyılın ikinci dilimine gelindiğinde, refah devleti anlayışının yerini küreselleşme, neoliberal politikalar ve toplumsal hareketlere bırakması, sivil toplum anlayışı yeniden tanımlanmasında da etkili olmuştur. Devletin otoriter karakterini, topluma olan müdahale alanını zayıflatmış, bireylerin kendini korumak üzerine devlete karşı da muhalefet edebileceği bir anlayışa dönüşen sivil toplum, 1990 Sovyet Blok'unun yıkılmasıyla, sivil haklara yönelik özgürlükçü düşünceler ve sivil örgütlenmelerle günümüz fiziki haline ulaşmıştır (Ay, 2009:1-2).

Çağdaş anlamını, sivil gönüllü örgütlenmelerin varlığıyla kazanan sivil toplum anlayışı, bugün de dünyada ve Türkiye'de, gönüllülerce oluşturulan Sivil Toplum Kuruluşları ile somut olarak göze çarpmaktadır. Eğitim, sağlık, kadın, çocuk hakları, ayrımcılığa uğrayanların korunması ve doğanın ve hayvan haklarının korunması vb. gibi birçok alanda faaliyet gösteren bu kuruluşlar, gönüllük birlikler olduğundan özellikle halkın desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Yalnızca gönüllü bireylerin çabalarıyla iş yürüten STK'ların faaliyetlerin sürekliliğini sağlaması için halkın desteği oldukça önemli bir faktör haline gelmiştir. Bu sebeple, halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarının, her örgüt için günümüzde büyük önem taşıyor olmaktaysa da STK'lar için ayrıca vazgeçilmez bir yeri olduğu söylenebilmektedir.

Halkla ilişkiler genel olarak; bir örgütün örgütsel amaçlarını gerçekleştirmek üzerine, hedef kitlesi ile olumlu ilişkiler kurmak ve bunu sürdürmek için ortaya koyduğu planlı uğraşlar, şeklinde ifade edilebilmektedir. Bu nitelikleri nedeniyle, gerek özel kuruluşlarda gerek kamu kuruluşlarında gerekse STK'larda halkla ilişkiler uygulamaları gerçekleştirilmektedir. Halkla ilişkilerin, STK'larda, STK'nın kendini tanıtmayı, savunduğu fikir yönünde halkta farkındalık yaratması, tanıtırlılığını arttırması, üye ve

gönüllü elde etmesi, fikir ve projelerini insanlara ileterek kendine maddi manevi destekçi kazanması, halkı yanına çekerek amaçlarını daha hızlı gerçekleştirebilmesi (Yaman, 2016:2) ve devlet üzerinde baskı mekanizması olabilmesini sağlamak yönünde önemli rolleri bulunmaktadır.

Bu noktalardan hareketle, halkla ilişkilerin STK'lar ve kamu arasındaki ilişkide aldığı rolün sorgulandığı bu araştırma, İzmir'deki hayvan hakları dernekleri ve İzmir'deki hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan bireyler kapsamında yürütülmüştür. İzmir'deki herhangi bir hayvan hakları derneğine üye olmayan hayvansever bireylerle İzmir'deki hayvan hakları derneklerinin iletişimin nasıl gerçekleştirdiği, bahsedilen derneklerin ne tarz halkla ilişkiler faaliyetleri yaptığı, bu halkla ilişkiler faaliyetlerinin bu hayvansever bireylere nasıl yansıdığı, bu faaliyetlerle dernekleri nasıl değerlendirdikleri gibi durumların tespiti yapılmaya çalışılmıştır.

Bu amaçla, araştırma; ilgili literatür taramaları, araştırma yöntem ve analizlerini içeren üç bölüm halinde hazırlanmıştır. Araştırmanın ilk bölümünde; literatür taraması yapılarak, sivil toplum kavramı ve STK'ların tarihsel temellerine inerek gelişim süreci açıklanmış, STK'ların özelliklerine ve işlevlerine değinilmiştir. Türkiye'de şu anki STK'ların etkinlik alanlarından bahsedilip, Batı'daki ve Türkiye'deki hayvan hakları ile ilgili toplumsal hareketler ve uygulamalardan bahsedilmiştir. Son olarak ise Türkiye'deki hayvan hakları derneklerinden bazı örnekler verilip açıklanarak ilk bölüm tamamlanmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde; STK'lar ve halkla ilişkiler arasındaki bağıntıyı açıklamak üzere, literatür taramasıyla, halkla ilişkiler kavramı ve tarihsel temelleri incelenmiş, halkla ilişkilerin özellikleri, önemi, halkla ilişkiler yöntem ve araçları ve halkla ilişkiler modellerine yönelik bilgiler verilmiştir. Akabinde, Türkiye'den ve dünyadan halkla ilişkiler uygulamalarına örnekler verilmiş, STK'larda halkla ilişkilerin nasıl bir yeri olduğu açıklanmıştır. Son olarak Türkiye'deki hayvan haklarıyla ilgili STK'ların halkla ilişkiler faaliyetleri incelenip, örnekler verilerek ikinci bölüm de tamamlanmıştır.

Araştırmanın son bölümünde ise; araştırma metodolojisine dair bilgiler verilmiş ve STK'lar ve kamu arasındaki bağıntıda halkla ilişkilerinin rolünün tespiti için, örnek

uygulama anlamında, İzmir’de bulunun 10 hayvan hakları derneği ile yine İzmir’deki hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan 10 bireyle yapılan derinlemesine görüşmelerin verileri incelenmiştir. Bu veriler ışığında gerçekleştirilen veri analizleri sayesinde bulgular ortaya konulmuş ve ilgili literatür taraması da göz önüne alınarak, elde edilen bu bulgular, araştırma problemiyle ilgili olarak açıklanmaya çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

1. Sivil Toplum Kavramı ve Tarihsel Temelleri

“Sivil Toplum” kavramı ile ilgili literatür incelendiğinde, geçmişten günümüze bir çok tanımlama yapıldığı ve bu tanımlamaların zaman içinde farklılaşarak karmaşıklaştığı ve hatta tartışmalı boyutlar kazandığı görülmektedir. Öyle ki; sivil toplum kavramı tanımı üzerine hala ortak bir paydada buluşulamamış, kavramın farklı toplumlara ve farklı tarihsel süreçlere göre çeşitlilik kazandığı düşünülmüştür (Şahin ve Öztürk, 2008:10).

Kavramın kelime kökenine bakıldığında; Latince’de “civis” yani kentteş veya yurttaş kelimesinden türeyen “sivil” kelimesinin, Türkçe’de “sivil toplum” kavramı halinde kullanılması Fransızca’daki “société civile” ve Almanca’daki “bürgerliche gesellschaft” kelime karşılıklarından gelmektedir (San, 1994:6) ve bu anlamda “yurttaşlık düzeni” (Üç Sempozyum Sivil Toplum Kuruluşları, 1998:28) olarak ifade edilebilmektedir.

Tartışmalı olan bu kavram üzerine yapılan tanımlamalara değinilecek olunursa; Bristol Üniversitesi’nde kıdemli bir araştırmacı olan Derrick Purdue (Purdue, 2007:2) sivil toplumu şöyle ifade etmiştir:

Son on yılda bir buçuk sivil toplumun siyasal bilimler, sosyal araştırma ve politika yapma süreçlerinde giderek önem kazanan bir unsur olduğu kabul edildi. Sivil toplum, geniş anlamda demokrasinin beşiği olarak düşünülür ancak yine de oldukça tartışmalı bir kavram olarak kalır. Sivil toplum kavramı, günün retorik ihtiyaçlarına göre anlam değiştiren karmaşık bir şecere sahibidir. (...)Sivil toplumun sınırlarını belirlemek hala zor. Sivil toplum, askeri güçlerin fiziki zorlayıcı gücünden veya organların doğrudan kontrolü için devlet iktidarının herhangi bir baskılayıcı kullanımından açıkça yoksundur. Bu nedenle, sivil toplumun önemli bir yönü, devlet tarafından sivil haklar yoluyla garanti edilen, ancak doğrudan devlet tarafından kontrol edilmeyen, özgür birliktelik alanı olarak işlev görmesidir. (...) Dolayısıyla, sivil toplumun bir tanımı, topluluktaki grupların kendilerini - birbirlerine ve devlete karşı - temsil ettikleri kurum ağıdır (Shaw 1994: 647). Dolayısıyla sivil toplum, toplumsal hareketlerin arazisidir.

Alman felsefeci, sosyolog ve siyaset bilimci olan Jürgen Habermas ise, sivil toplumu, *Olgular ve Normlar Arasında* isimli kitabında şu şekilde ifade etmiştir Habermas (1992)'dan Akt. Embacher, 2010:2):

Sivil toplum az ya da çok kendiliğinden oluşmuş birlikler, örgütler ve hareketlerden meydana gelir. Bunlar toplumsal sorunların özel yaşam alanlarında doğurduğu yankıyı kaydederek yoğunlaştırır ve yüksek sesle siyasi kamuoyuna aktarırlar. Sivil toplumun çekirdeğini, toplumu ilgilendiren sorunların çözümüne yönelik tartışmaları kamusal alanlar çerçevesinde kurumlaştıracak -devlet ve ekonomi dışı- birlikler, topluluklar ağı oluşturur.

Başka bir deyişle, sivil toplumu; kendi kendini oluşturup destekleyebilen, devletten ayrı ve hatta devlet ve özel alan arasında aracı bile olabildiği sosyal bir yapılanma olarak tanımlayan Amerikalı sosyolog ve siyaset bilimci Larry Diamond (1994), sivil toplumun devlete uzak bir yapılanma zorunluluğunun olmadığını; ancak devlete bağlı da bir yapılanma olmadığından bahsetmiştir (Diamond'dan Akt. Sarıbay, 1998:33).

Yine sivil toplum, en geniş tanımıyla, gönüllükle kendi kendini yaratıp yine kendi ayakları üzerinde duran, aynı zamanda hukuki bir çerçevede içinde kalan, ortak değerlerle sınırlanmış, devletten özerk ve devlet ve bireyler arası ilişkilerde zorlamaya dayanmayan bir toplumsal yaşam alanı olarak tanımlanmaktadır (Aslan, 2010:360).

Bu tanımlardan genel olarak sivil toplumun bir araya gelmiş bir grup ya da topluluktan çok daha fazlasını anlattığını ve bunu yaparken de devletle el ele olmasa da ona sırt çevirmeyen bir tutumu da sergileyebildiğini söylemek mümkündür.

Sivil toplum kavramının tarihsel temellerine inildiğinde ise; bu temeller düşünsel anlamda Antik Çağ'a kadar uzanmaktadır. Antik Çağ'da sivil toplum kavramı, Aristoteles'in *polis* anlamında *Politike koinonia* şeklinde ifade ettiği siyasal toplum düşüncesinden gelmektedir. Bu anlamda Aristo'ya göre *politike koinonia* hem içinde yasaların var olduğu özgür ve eşit şekilde kararlara katılıp, fikir üretip, eleştiri yapabilen yurttaşlardan oluşan ve bunların ortak akıl oluşurabilmek için fikir müzakerelerinde bulunabildiği bir alan ya da düzen hem de polis içinde bir arada yaşayan tüm insanları ifade etmektedir (Eraslan, 2011). *Politike koinonia*, Çiçeron'un Latince olarak dediği

'societas civilis' sözünün birebir çevirisi şeklindedir (Erdoğan Tosun, 2006:8). Aristo anlayışında, politike koinonia, polis, siyasal toplum ve devlet aynı anlama gelmekte ve sivil toplum kavramıyla da örtüşmektedir. Bu anlamda Aristo her ne kadar polis ve bireylerin özel yaşam alanlarına ait olan "oikos" (Tosun, 1998:9) yani aile arasında bir ayırmadan bahsetmişse de polis'e giden yolda aileyi bir kaynak olarak görmüştür (Akbulut, 2011:11). Dolayısıyla genel anlamda Aristo'nun politike koinonia kavramından hareketle ifade ettiği sivil toplum, "devlete karşıt duran ya da ondan bağımsız olan" düşüncesi taşımamaktadır (Tosun, 1998:9).

Aristo'nun sivil toplum anlayışı akabindeki süreçte, Batı Aydınlanma dönemine dek, Hobbes, Locke ve Rousseau tarafından biçimlendirilen "Toplumsal Sözleşme" düşüncesi, devlet ve sivil toplumu, eşdeğer şekilde görmüştür (Şahin ve Öztürk, 2008:11).

Sözleşme kuramcılarında Hobbes'a göre toplumsal sözleşmeyle yaratılan toplum değil de devlet ya da özdeş görülen şekliyle sivil toplum olmuştur ve bu da toplumun entegrasyonunu sağlayan yegane faktördür (Cohen ve Arato, 2013:81). O'na göre bireyleri doğa(savaş) haline gelme riskinden koruyacak olan bir toplum değil bireyleri bütünlüştürecek güçlü bir devletin varlığıdır. Bu anlamda Hobbes devlet ve sivil toplumu eş olarak kullanmıştır (Erdoğan Tosun, 2006:10).

Bir diğer sözleşme kuramcısı Locke ise Hobbes'un aksine devleti kesin güç olarak görmekten ziyade –ki doğa durumunu olduğu gibi savaş olarak görmemekte bunun sadece bir ihtimal olduğunu öne sürmektedir- sınırlı bir güç olarak kabul etmiştir. Bu şekilde bakıldığında Locke "devlet" ve "toplum" kavramları arasında ayırım yapmaktadır. Ne var ki özgür yurttaşlar arasındaki bütünlüğü ve sürekliliği sağlayacağını düşünerek bunu "sivil yönetim" in gerekliliğini vurgulamıştır. Hukuk ve özgürlükleri korumak adına sivil yönetim kavramından söz ederken, bunu siyasal toplum ve sivil toplum kullanımları için birbirine seçenek olarak gördüğü düşünülmüştür (Tosun, 1998:10).

Öte yandan Rousseau, doğa hali kavramına Locke ile aynı şekilde yaklaşırken aynı zamanda sivil topluma yönelik hem Locke'dan hem de Hobbes'dan farklı bir yaklaşımda bulunmuştur. Locke' göre mülkiyet hakkı doğal haklardan ve devlet olgusu bu doğal hakları korumak amaçlı kurulmaktadır. Nitekim mülkiyeti, eşitsizliklerin

sebebi olarak gören Rousseau, doğa durumunun esasında barış halinde olduğunu vurgulamıştır (Yıldırım, 2003:229). Rousseau, doğa durumundan sivil topluma geçiş ile ilgili farklı eserlerinde farklı görüşler öne sürmüştür: *İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı'nda*; sivil topluma, mülkiyetin doğa halindeki eşit durumu yıkmasıyla; *Toplum Sözleşmesi*'nde ise, sözleşme sayesinde geçildiği görüşündedir (Duman, 2008:351). Buna rağmen, Rousseau'nun, sivil toplumun ortaya çıkışmasını, devletin veya itaat edilecek bir siyasi topluluğa değil, özel mülk anlayışının ortaya çıkmasına bağladığı bilinmektedir (Onbaşı, 2008:31). O, toplumsal yaşamın kavga ve çatışma içerdiğini ve insanların barış hali ve kendi mülkiyetlerini koruma amacıyla bir araya geldiğini, kişisel çıkar ve iradelerini genel iradeye bırakarak toplumsal sözleşmeyi gerçekleştirdiğini düşünmüş, bireylerin ise bu sözleşme sayesinde mal ve can güvenliklerini sağladıkları kanısında olmuştur (Bayhan, 2002:5). Hobbes'un Leviathan olarak atfettiği devlet olgusu, Rousseau'da kendini genel irade olarak göstermiştir (Eraslan, 2011:23). Kumar (1993)'a göre Rousseau devleti 'etat civil' şeklinde adlandırırken, 'sivilleşmemiş' bir insanlık durumuyla açıklamaktadır (Kumar'dan Akt. Erdoğan Tosun, 2006:12). Dolayısıyla doğa halindeki bireylerin yurttaş olabilmesini, öncelikle bireylerin bütünü bir parçası olduğunun anlaşılmasına ve de parçaların bütüne bağlılığını göstererek bütün sayesinde egemenliğine ulaşacağına ve bu sayede sivil toplum haline geçilmesine bağlamıştır (Tosun, 1998:12).

18. yüzyılla birlikte sivil toplum farklı bir şekilde kavramsallaştırılmıştır. Adam Ferguson'un 1767'de *Sivil toplumun Tarihi Üstüne Bir Deneme (An Essay on the History of Civil Society)* adlı çalışmasında sivil toplum, barbar davranışların en az seviyede olduğu, sanat ve edebiyatın nüfuz ettiği medeni toplum anlamında kullanılmıştır (Tosun, 1998:13). Duncan Forbes (1966)'e göre; Ferguson, sivil toplum kavramıyla hem "doğa hali" anlayışının aksi "devlet" anlayışını ifade ederken hem de ilkel toplum kavramına zıt olarak medeni toplum şeklinde ifade etmiştir (Forbes'den Akt. Akpınar Gönenç, 2001:17). John Keane'e göre sivil toplumu modern hale getiren Ferguson, modern sivil toplumların despotizm ürettikleri sebebiyle merkezi bir devletin gerekli olduğunu, yanı sıra yurttaş örgütlerinin de oluşturulması gerektiğini vurgulamış, böylece modern sivil toplumun varoluşu ve sürekliliğini toplumsal örgütlerin gelişmesine bağlamıştır (Keane'den Akt. Şahin, 2013:24).

19. yüzyılla birlikte sivil toplum kavramı genel olarak önceki kullanım anlamlarının –doğa hali anlayışının zıttı şekli- aksine devlet ve toplum kavramlarının ayrıştırılmasıyla ele alınmış ve bu şekilde düşününen yaklaşımın öncüsü de Hegel olmuştur. Hegel'in sivil toplum anlayışı, Alman toplum bünyesini oluşturan loncaların, korporasyonların, zümrelerin, sınıfların, derneklerin ve yerel toplulukların ilerlemiş bir tahlilini kapsamaktadır (Sabine'den Akt. Akpınar Gönenç, 2001:21). Sivil toplumu Burgerliche Gesellschaft (burjuva toplumu) kavramıyla açıklayan Hegel, sivil toplumun hem bireysel çıkar ve ihtiyaçlar için bir çatışma ortamı olduğunu hem de ekonomiyi geliştirecek çelişkileri içinde bulunduran bir alan olarak görmektedir (Tosun, 1998:15). Hegel (2004)'e göre, sivil toplum, bu karşıtlıkları ve komplikeleri içinde, hem sefalet hem sefalet, hem de bunlar için ortak fizik ve moral yozlaşma göstermektedir. Devletin bürger'leri –sivil yurttaşları- halindeki kişiler, amaçları kişisel çıkar olan bireyler şeklindedir (Hegel'den Akt. Demirel, 2009:33). Bu anlamda sivil toplum, şahıslardan oluşan aile ve devlet arasındaki alanı kapsamaktadır. Haklar Felsefesi” (Philosphy of Rights) eserinde kullandığı “ahlaki yaşam” kavramıyla da sivil toplumu ele almış ve bu bağlamda sivil toplumu devlet ile aile arasındaki bir basamak olarak ifade etmiştir (Bayhan, 2002:5). Buradaki ahlaktan kasıt nesnel ahlak olmakla birlikte Hegel'e göre bu; şahısların kendi kendini üst bir kanuna, kendi üstündeki objektif bir düzene tabi tutmasıyla olmaktadır ve şahıslar dolayısıyla aile iradesinin diğer genel irade ile ortaklaşması ve uzlaşması ancak nesnel ahlakla olabilmektedir. Nesnel ahlaka ulaşmanın yolu; ailede “aile içindeki iradelerle” başlamakta, “bireysel ve genel iradenin kaynaştığı” sivil toplumla devam etmekle ve “bireysel ve genel iradenin uyuştugu nokta” olan devletin oluşumu gibi üç aşama ile gerçekleşmektedir (Gökberk, 1993:441).

Sivil toplum kavramına farklı bir bakış ise Karl Marx'dan gelmiştir. Marx'ın anlayışında sivil toplum, “tarihsel açıdan insanlığın ulaştığı toplumsal hayatın ve bir üst yapı kurumu olarak oluşturulan ve baskı ve zorun temel dayanağı olan, sömürülenlerin, sömürülenler üzerinde kurduğu hegemonyanın aygıtının yani devlet olgusuna ve kapitalist bir sistemin parçası olan bir sınıfa dayanan burjuva toplumu” (Demirel, 2009:36) olarak tanımlanmıştır. Marx, Hegel'in, devleti, akıl ve evrenselliğin somut hali olarak gören ve onun devleti açıklarken üstünlük, tarafsızlık, evrensellik gibi özellikleri yüklediği anlayışı tehlikeli bulmakta ve reddetmektedir (Bumin'den Akt Akpınar

Gönenç, 2001:29). Marx, sivil toplumu, tarihsel süreçteki toplumsal bir aşama olarak düşünüp somutlaştırmış ve bireyler arası ekonomik ilişkilerin belli bir şekli olarak işaret etmiştir. Buna anlamda, sivil toplum, 18. yüzyılda burjuvazi ile ilk defa gelmiştir (Akpınar Gönenç, 2001:29). Sivil toplum kavramını alt yapı- üst yapı içinde inceleyen Marx, sivil toplumu ekonomik faaliyetler alanı içinde görmekte ve onu alt yapıya bağlamaktadır ve alt yapı faaliyetleri devlet olan üst yapıyı etkilemektedir; yani Hegel'in tersine Marx sivil toplumun devleti belirlediğini ortaya koymaktadır. O'na göre devlet, ekonomik olarak güçlü sınıf tarafından belirlenirken ve sivil toplum ise bu ekonomik faaliyetler alanındayken, Hegel'in düşüncesi olan sivil toplum bir çatışma alanı değil, devleti belirleyen bir faktör olmaktadır (Haşlak ve Gülener, 2006:5).

Öte yandan sivil toplum kavramından bahsederken bu konuda önemli katkıları olan Gramsci'nin sivil toplum kavramı bakışına da değinmek gerekmektedir. Hegel'den hareketle sivil toplum kavramına bakan Gramsci, Marx'ın sivil toplum anlayışına bir nevi eleştirisel yaklaşmıştır. Bobbio (1993)'nun dediği gibi; Marx'ın alt yapı-üst yapı ilişkisinde; alt yapı üst yapı belirlemektedirken, Gramsci' de üst yapının alt yapıyı belirlediği yani üst yapının ilk sırayı alındığı bir durum söz konusudur ve bu üst yapıda sivil toplum ve devlet ayrı iki alan olarak beraber yer almaktadır (Bobbio'dan Akt. Akbulut, 2011:17). Bobbio (2004)'nın anlatımıyla; Gramsci'ye göre sivil toplum düşüncesi Hegel'den hareketle yol alsada Hegel'in düşüncesindeki gibi devletin uğraşacağı bir karmaşıklık basamağı değil, devlete doğru bir taban oluşturan örgütlenme ve düzenlemelerin olduğu bir basamakta bulunmaktadır (Bobbio'dan Akt. Kuzu, 2010:21). Marx'daki sivil toplumu ekonomik ilişkilerden açıklamasının yanı sıra Gramsci bunun sadece ekonomik alanla değil siyasal alanla da ilişkili olduğunu da ortaya koymuştur. Bu bağlamda Gramsci, devletin içinde siyasal toplum ve sivil toplumun olduğu bir denklem ortaya koyamaktadır ve siyasilik sadece devletin elinde olan bir olgu olmamaktadır. Gramsci'nin devletle ilişkili ancak ondan ayrı bir alanda olan sivil toplum düşüncesi devlet dışı kamusal bir alana işaret etmektedir (Akpınar Gönenç, 2001:9). Gramsci'nin açıklamasına göre sivil toplumu, hegemonya kavramını kullanmaktadır. Hegemonya kavramının siyasi kolunu devletle bağdaştırırken, kültürel kolunu ise sivil toplumla açıklamaktadır. Devletin zor kullanarak hegemonya yarattığını, sivil toplumunsa ikna yönünü sergilediğini düşünmektedir (Çaha'dan Akt. Balkaya, 2015:69).

Bununla birlikte üst yapıdaki devlet ve sivil toplum ikiliğini kaynaştırma fikrinde olan Gramsci, sivil toplumu merkez alarak devletin baskıcı yönünü, benimsetme yönüne doğru çeviren bir hizmet rolü olduğunu ifade etmiştir (Bumin, 1981:42).

Modern sivil toplum kavramına gözetildiğinde ise, Seligman (1992)'a göre; 18. yüzyılın mülk devleti halinden 20. yüzyılın refah devleti haline geçişin sonucunda genel oy hakkı gibi sivil hürriyetlerin toplumdaki tüm bireylerde yaygınlaşması ve ulus-devlet sürecinin bir çıktısı olarak yurttaşlık anlayışının gelişimi, modern sivil toplumun olmazsa olmaz niteliği şeklinde sayılmıştır (Seligman'dan Akt. Tosun, 1998:24). Modern dünyada sivil toplumun yeri günümüzde gitgide önem kazanmış ve kamusal alanda bizzati yer bulmuştur. Bu bağlamda politik toplum ve sivil toplum ayrımının keskinliği yitmiş, birbiriyle ilişkili bir hal almış ve ayrıca uluslararası boyutlara ulaşmıştır (Çaha, 1999:108).

Sivil toplum kavramı modern anlamda yeniden kavramsallaşırken, Tocqueville, Durkheim veya Weber gibi düşünürler sayesinde modern sivil toplumun dört temel kurala dayanan yeni bir yorumu ortaya çıkmıştır. Bunlar; sivil toplumun devlet aile ve yerel yaşamdan ayrı olarak toplumsal bir alan olması, kişilerin sivil toplumu ortaya koyan herhangi bir dernek veya grup gibi yerlere katılmaya zorlanmaması, sivil toplumun hukuksaldüzen sınırları içinde olması gerektiği, sivil toplumun yurttaşları temsil ettiği ve birey – devlet arası ilişkide aracı ve itici kuvvet rolü taşıması ve sivil toplumun beraberinde getirdiği yetki devri boyutu ile devletin sadece, kendi girişimi vatandaş açısından yerel, bölgesel veya ulusal anlamda daha faydalı olduğu durumlarda harekete geçebileceğidir (Haşlak ve Gülener, 2006:148)

Başka bir kavramsallaştırmada modern sivil toplum, E. M. Wood (1990)'a göre; “kendi kendine oluşmuş, kendi desteğini kendi varlığından alan, devletten özerk, gönüllü, bir hukuki düzen ya da kurallar kümesine bağlı sosyal hayatın organize bir alanı” işaret etmektedir (Wood'dan Akt, Akpınar Gönenç, 2001:41).

Bir diğer tanımla modern sivil toplum, “özerk grupların, birliklerin meydana getirdikleri çoğulculuğu; kamusal kültür ve iletişim kurallarını; bireysel tercihlerin ve

yönelimlerin mahremiyetini ve kamusallığını devletten hatta ekonomiden ayıran bir haklar sistemidir.” (Therborn’dan aktaran Eraslan, 2006:53).

John Keane (1994)’e göre ise; “(...) devlet dışı faaliyetlerle uğraşan gönüllü üyelerden oluşan kurumların, bu faaliyetler dolayısıyla devlet karşısında özerk bir konum alan ve devleti denetim altında tutan yapısı üzerinden sivil toplumu” açıklamıştır (Keane’den Akt. Özdemirci, 2014:23).

Cahrles Taylor (1990) da bir başka deyişle sivil toplumu; “iktidar karşısında örgütlenen grupların toplumsal sorunların çözümüne yönelik gönüllü faaliyetler yürüterek, siyasal aktörleri bu yönde etkilemeye çalıştığı devlet denetiminin dışında kurulan alan” şeklinde ifade etmiştir (Taylor’dan Akt. Özdemirci, 2014:23).

Modern anlamdaki tanımların ardından günümüzde, sivil toplumun en önemli tanımlayıcı niteliklerinden birinin “Sivil Toplum Kuruluşları (STK)”nın varlığı olduğu söylemek gerekmektedir (Yıldırım, 2003:240). Sivil toplumu ilk defa ayrı bir örgütlenme alanı olarak gören Tocqueville’nin (Gözübüyük Tamer, 2010:100) yanı sıra, STK kavramı bugünkü anlamıyla ilk kez 1945’te yılında Birleşmiş Milletler örgütünün kurulması sırasında, Kuruluş Beyannamesi’nde kullanılmıştır (Açma, 2014:254). Tarihsel ve toplumsal gelişmeler sebebiyle ‘gönüllü birliktelikler’den (Gündüz ve Kaya, 2014:135) kurumlaşmaya evrilen STK’ların, özellikle 2. Dünya Savaşı sonrasında gündeme geldiğini söylemek mümkündür (Talas, 2014:391) ve son yüzyılla birlikte sivil toplum kendini ifade etme şeklini kurumlaşarak bulmuştur. Özellikle 20. yüzyılın sonlarındai sivil toplum kuruluşlarının (STK) sesleri yükselmiş ve bu günün dünyasında STK’lar gittikçe büyük önem taşır hale gelmektedir (Karakuş, 2006:1).

2. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)

2.1. Sivil Toplum Kuruluşu Kavramı ve Tarihi

Çok eski tarihlerden günümüze kadar ulaşan ve farklı toplumsal olaylarla şekillenerek tarihsel süreçte anlam bakımından farklılaşan sivil toplum kavramının modern anlayışından sonra günümüzdeki eli kolu olarak Sivil Toplum Kuruluşları (STK) görülebilmektedir. Bu bağlamda sivil toplum ve STK’lar birbirinden farklı olsa da birbirini bütünlemiş iç içe bir yapı durumundadırlar ve örgütlü hale gelen yer yer tüzel

kişilikleri olan toplum kesimleri STK'ları oluşturuyor şeklinde söylenebilmektedir (Özmutaf, 2007:49). Bir kuruluşun sivil toplum kuruluşu olarak görülmesi için devlet dışı bir kuruluş niteliği taşıması gerekmektedir. Bu kuruluşlar, devlet yapısı içinde yer almadan, siyasi iradeyi ve kamuoyu yaratma yoluyla etki edebilecek nitelikte olan örgütlenme biçimleridir. (Karakuş, 2006:22)

STK kavramına anlam bakımından yaklaşıldığında geniş ve dar anlamla ifade edilebilmektedir. Yıldırım (2004:52) 'a göre, geniş anlamda; yönetime dahil olmamakla birlikte sivil toplum alanındaki her türlü örgütlenmeyi ifade ederken, dar anlamda ise; gönüllülüğü esas alan, kar amacı ve kişisel çıkar gütmeyen, doğrudan veya dolaylı sosyo-ekonomik alana katkı sağlayan sivil kuruluşlardır (Yıldırım'dan Akt. Genç ve Erdoğan, 2012:173). Uluslararası literatürde Non Governmental Organizations (Hükümet Dışı Kuruluşlar) olarak da ifade edilen bu örgütler için Türkiye'de "Sivil Toplum Kuruluşları" (STK) veya "Sivil Toplum Örgütleri" (STÖ) kavramları kullanılmaktadır (Çaha, Çaylak ve Tutar, 2013:13).

STK kavramının tanımlarına bakıldığında:

Bülent Açma (2011:248)'ya göre STK, "(...) resmi kurumlar dışında ve bunlardan bağımsız olarak politik, sosyal, kültürel, hukuki ve çevresel amaçları doğrultusunda lobi çalışmaları, ikna ve eylemler yapan, üyelerini ve çalışanlarını gönüllülük usulüyle kabul eden, kâr amacı gütmeyen ve gelirlerini bağışlar ve/veya üyelik ödemeleri ile sağlayan kuruluşlardır."

Özer M. Halis (2008:91)'e göre STK, "(...) modern toplumlarda, iktisadi amaç gütmeyen, kolektif yarar esasına göre çalışan; kamuoyunu aydınlatmak ve yönlendirmek için gönüllülük esasıyla hareket eden kuruluşlar" şeklindedir.

Levent Köker (2008:167) ise STK, " Doğrudan doğruya siyasal iktidarı ele geçirmek ve doğrudan doğruya ekonomik kar elde etmek gibi araçsallaştırılabilecek bir faaliyet göstermeyen, bir takım değerleri gerçekleştirmek isteyen ama bu değerleri gerçekleştirirken herhangi bir değeri başka bir değerine amacını konumuna getirmeyen örgütler" olarak açıklamıştır.

Faruk Kocacık (2003:189)'a göre STK, “(...) toplum yararına çalışan ve bu yönde kamuoyu oluşturan, kâr amacı gütmeyen, sorunların çözümüne katkı sağlayarak çoğulculuk ve katılımcılık kültürünü geliştiren, demokratik işleyişe sahip, bürokratik donanımdan yoksun ve gönüllü bir araya gelen bireylerden oluşan örgütlenmeler” şeklinde ifade edilmiştir (Kocacık'tan Akt. Yıldırım, 2003:238).

STK ismi dünya üzerinde genel olarak iki anlamda kullanılmakta olup, örnek olarak; Amerika'da ve Japonya'da “Kar Amacı Gütmeyen Örgütler (Non Profit Organization, NPO)” şeklinde ve Avrupa'da ve diğer ülkelerde de “Hükümet/Devlet Dışı Örgütler (NonGovernmental Organization, NGO)” şeklinde isimlendirilmiştir (Özmutaf, 2007:56). Bu bağlamda Türkçe literatürde ise; vakıf, dernek, sendika, oda, kooperatif, vs. gibi çeşitleriyle beraber; STK, NGO, üçüncü sektör, gönüllü kuruluşlar gibi kavramlar tercih edilmektedir (Özdemir, Başel ve Şenocak, 2009:156).

Tarihsel süreçte STK kavramı ilk defa 1945 yılında Birleşmiş Milletler Anlaşması'nda, Ekonomik ve Sosyal Konsey (Economic and Social Committee-ECOSOC) içeriğinde 71. maddesinde söz edilmiş ve bunu da konseyin kendi yetki alanı içinde olan sorunlarla uğraşan STK'lara danışılmasında önemlemlerin alınabileceğini ifade ederken kullanılmıştır (Ryfman, 2006:26)

STK'ların ortaya çıkışı esasında eski tarihlere dayanmaktadır. Sivil toplum anlayışı ile beraber STK'ların ortaya çıkışına yönlendiren bazı örnekleri incelendiğinde; David Parker'ın *Batıda Devrimler ve Devrimci Gelenek 1560- 1991(2003)* adlı kitabından da atıfla, Karakuş (2006:20), şöyle açıklamıştır:

Avrupa'da sivil toplumcu geleneğin ürünü olan olaylara örnek olarak, 1566–1581 Felemenk Ayaklanması, 1649 İngiliz Ayaklanması, 1750–1892 Sanayi Devrimini, 1789–1799 Fransız Devrimini, 1848 Devrimlerini, iki dünya savaşı arasındaki devrimleri ve son olarak da 1989–1991 Sovyetler Birliği ve doğu Avrupa devletlerinde gerçekleşen devrimlerini gösterebiliriz.

Öte yandan Osman Yıldız (2006:98) ise ortaya çıkan ilk STK'lar ile ilgili olarak Kaldor (2003)'dan aktarımıyla “1700'li yılların sonunda bazı STK'ların ortaya çıktığı görülür. Bunlar, Pennsylvania Köleliğinin kaldırılması (1775), Societe des Arms des Noirs (Fransa, 1788) ve İngiliz ve Fransız Anti-Slavery Society (1788) kuruluşlarıdır” ve Mathews (1997:203-207)'dan aktarımıyla “Diğer taraftan sivil toplumun, 1830'lardan

itibaran yoğun bir şekilde kendi kurumlarını oluşturmaya başladıkları görülmektedir. Bu doğrultuda STK'lar, 1830'lardan beri kurumsal olarak gelişmektedir.” şeklinde bahsetmiştir. Yine Osman Yıldız (2006:98) devamında ilk STK'lara yönelik ifadelerinde şunları söylemiştir:

STK'lann ortaya çıkışı, modernleşmesi, uluslararası bilince ulaşması ve aktif olmasına, 1838'de kurulan İngiliz Anti-Köle Derneği ve 1863'te Cenevre'de kurulan Kızıl Haç gösterilmektedir. Kızıl Haç'ın sahip olduğu tarafsızlık, bağımsızlık, kimliğine bakmadan insanlara yardım etme bağlılığı gibi prensipler, 1900'lerin başlarında diğer STK'lar tarafından örnek alınmıştır. Save the Children (1919), 2. Dünya Savaşında savaştan etkilenen insanlara yardımı öngören Oxfam (Oxford Committee for Famine Relief) (1942) ve CARE (Cooperative for Assistance and Relief Everywhere) (1945) gibi insani yardım kuruluşlarının hızla artmasına yardımcı olmuştur.

Her toplumda devlet dışı bu tarz organizasyonların varlığının eskilere dayanıyor olması bir yana STK'ların gündeme gelişi daha çok 2. Dünya Savaşı sonrasına denk gelmiştir. Birleşmiş Milletler'in çatısı altında, devlet ve toplumlar arası anlaşmazlıkların çözümü için bazı kurum, kuruluş ve alt birimlerin oluşturulmasıyla da “devlet dışı organizasyonlar” teriminin ortaya çıktığı bilinmektedir (Talas, 2014:391). Sanayi Devrimi'ne kadar olan süreçte çoğu toplumda uygulanan sosyal politikaların gönüllülük ve karşılıklı yardım anlayışına dayanan hayırsever organizasyonlarca sağlandığı görülmektedir (Özdemir, Başel ve Şenocak, 2009:165-166). 19. yüzyılın ilk yarısıyla gelen Sanayi Devrimi ve sonrasında, bu hayırsever organizasyonlar artık ihtiyaçları tam karşılayamamış ve yetersiz kalmıştır ve bu rol devlete yüklenmiştir.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren uzun bir sessizlik dönemine giren sivil toplum ve STK kavramlarının tekrar gündeme gelişi ve hareketlenişi, 20. yüzyılda siyasi ve sosyal alanda yaşanan önemli gelişmelerin ve özellikle de iki Dünya Savaşı'nın yaşanmasıyla olmuştur (Karakuş, 2006:21). 1950'lerle birlikte insanı yardım ve kalkınma politikalarıyla birlikte STK'lar hareketlenmiş ve gelişmiş ülkelerdeki STK'ların parasal yardımıyla gelişmekte olan ülkelerde de STK'lar kurulmaya başlanmıştır (Yıldız, 2006:98).

Doğu ve Orta Avrupa'daki bazı eski komünist ülkelerde ve askeri rejimle yönetilen kimi Latin Amerika ülkelerinde yaşanan demokratikleşme politikalarının yaşanması özellikle 1980'li yıllardan itibaren STK'ların sayısal ve etkinlik olarak

artmasıyla ilişkili olmuştur (Akbulut, 2011:40). 1970'lerden sonraki zamanlarda birçok ülkenin sosyal politikalarının olmazsa olmazı haline gelen STK'ların (Stein Kuhnle ve Per Selle'den Akt. Uslu, 1999:10), 1980'li yıllardan sonra küreselleşmenin gelişmesiyle birlikte önemi oldukça artmıştır (Şenkal, 2012:98). 1990'larla beraber Soğuk Savaş'ın bitişi ve sistemsal olarak dünyada yaşanan dönüşümler, devlet dışı ve uluslar üstü nitelik taşıyan örgütler etkinliklerini arttırmışlardır (Karakuş, 2006:40).

2000'li yıllara gelindiğinde sivil toplum aktiviteleri globalleşmiş ve bu globalleşmenin altında, iletişim imkanlarının hız ve maliyet açısından büyük gelişim göstermesi yatmaktadır (Erdem, 2008:12). Örnek olarak; özellikle son yirmi yıl boyunca, ABD'de STK'lar ve hayırseverlik sosyal yaşamın o kadar içinden bir hal almıştır ki, ABD'de 2004 yılı ile Devlet Gelirleri İdaresi (Internal Revenue Service – IRS)'ne göre STK'ların sayısı 1,4 milyon olmuştur (Özdemir, Başel ve Şenocak, 2009:176).

2.2. STK'ların Özellikleri ve İşlevleri

STK'ların tarihteki oluşum ve gelişim süreci her ne kadar farklı toplumlarda farklı olarak şekillense de günümüzde STK'lardan bahsedildiğinde belli başlı bazı özellikler ortaklaşmıştır. Bu anlamda STK'ların özelliklerine bakıldığında literatürde şu şekilde örnekler görülebilmektedir:

STK'lar Acar (2015:63) ve Erdem (2008:9)'a göre; devletten bağımsız bir şekilde faaliyet gösterme, siyasi partilerden uzak olma, gönüllülük şeklinde gerçekleştirilme, dayanışma ve topluma fayda sağlama anlayışla ilerleme, kar amacı gütmeme ve demokratikleşmeye katkıda bulunma gibi özellikler taşımaktadır.

Yıldız ise STK'ların özelliklerinden bahsederken; örgütlü yapıya sahip oldukları, sadece kendi amaçları doğrultusunda hareket ettikleri, devlet, kamu kurumları yahut siyasi partilerden uzak oldukları, kendi kendilerini yönettikleri, kar amacı gütmedikleri ve devletle vatandaş arasında arabulucu halinde oldukları gibi faktörleri ifade etmiştir (Yıldız, 2006:66).

Açma ise Avrupa Birliği'nin belirttiği STK'ların sahip olması gereken özellikleri şu şekilde ifade etmiştir (Açma, 2011:249):

- “Avrupalı” yapısına sahip ve coğrafi temele yayılan üyeliği olan
- Uzmanlık sahibi olup üyelerinin uzmanlığına başvurabilen
- Danışmanlık kurabilen ve bunu hızlı ve olumlu şekilde gerçekleştiren
- Diyaloğu önemseyen asgari standartları karşılayabilen
- Avrupa toplumunun çıkarlarına denk düşüp, Avrupa Birliği Anayasası’nın amaç ve değerlerine göre temel sorun alanlarına eğilen
- Üyeleri, AB’ye üye devletler düzeyinde olan
- AB çerçevesinde hareket gösteren ve kendisine üye bireyleri temsil için gerekli yetkilerin verildiği,
- Devlet veya başka gruplardan bağımsız olan,
- Demokratik bir yapıya sahip ve demokratik bir şekilde karar alabilen
- Mali anlamda şeffaflık gösterebilen

Öte yandan STK’lar işlevleri anlamında içinde yer aldıkları toplumların farklı gelişmelerine bağlı olarak şekillenmektedirler, dolayısıyla içinde buldukları sistemlerdeki ekonomik ve siyasal gelişmişlikleri STK’ların farklı işlevler üstlenmesini sağlamaktadır (Biber,2006:30).

Bu işlevler Açma (2014)’ya göre; demokrasinin gelişmesine destekte bulunmak, yönetimi ve siyasi iradeyi bireylerin amaçları yönünde kamuoyu oluşturarak etkilemek, devletin hareketlerini sivil toplumla denetlemek ve aynı zamanda toplumu devlet karşısında korumak, kamuoyu oluşturarak bireylerin taleplerini duyulmasını sağlamak, merkezi otoritenin gücüne karşı denge sağlayabilmek, bireyler için katılımcı ve çoğulcu bir siyasi kültür yapısını geliştirmek, sorunlara çözüm getirecek projeler üretmek hükümetle alternatif sorumluluklar alabilmek, şeklinde açıklanabilmektedir.

Güneş (2004:2)’e göre bu işlevler (Güneş’ten Akt. Talas, 2011:392); bireylerin taleplerini kamuoyu yoluyla dile getirmek, demokratik toplum düzenini sağlayarak şekilde egemen piyasa değerlerine karşı denge sağlayabilmek, bireylerin katılımcı ve çoğulcu bir kültür içinde yer alıp yönetim tecrübesi edinmesine katkıda bulunmak, projeler üretip bu projelere kaynak bulmak ve hükümet politikalarına paralel sorumluluklar almak, şeklindedir.

Cılızoğlu ve Karagöz (2007:12-13)'e göre ise STK'ların işlevleri (Cılızoğlu ve Karagöz'den Akt. Karataş, 2008:36):

- Kamusal otoriteyi tutumları doğrultusunda eleştirip, yönlendirmelerde bulunarak ve yapıcı tutumlar noktasında kitleleri önceden bilgilendirmek ve böylece toplumsal denetim mekanizması yaratmaya destek olmak,
- Toplumsal yaşam standartlarını yükseltmek için sosyal, ekonomik, doğal yaşam vb. konularda toplumsal bilincin gelişmesine katkı sağlayarak bireylerin katılımını teşvik etmek,
- Kitlelere hizmet sağlamak amacıyla devletin yetersiz olduğu alanlarda, toplumsal refahı sağlamak için hizmetlerin topluma aktarılmasına katkı sağlamak,
- Kamu politikaları üzerinde, çoğunluğun lehine baskı unsuru oluşturabilmek ve böylece kamuoyu beklentilerini güç aktörleri üstüne yansıtarak baskı yaratabilmek
- Toplumun, siyasi aktörler ve yönetim tarafından farkındalığını sağlamak üzerine, toplumda toplumsal tepki refleksinin ortaya çıkmasına katkıda bulunmak.

2.3. Sivil Toplum Kuruluşlarının Türleri

STK kavramı için genel olarak yapılan; gönüllülük esasına dayalı, kâr amacı gütmeyen, hükümet dışı oluşan örgütler tanımından hareketle, Türkiye'deki literatür incelendiğinde STK biçimleri olarak; vakıflar, dernekler, sendikalar, meslek örgütleri, sanayi ve ticaret odaları, üniversiteler, siyasi partiler, farklı platform ve insani girişimlerden söz etmek mümkündür (Şahin ve Öztürk, 2008:23). Bu anlamda Türkiye'deki STK'lar kapsamında, STK biçimlerinden belli başlı olanları incelenecektir.

2.3.1. Vakıflar

Vakıflar STK adı altındaki önemli kuruluşlardandır. Vakıf kavramının ülkemizde kanunen tanımı “Vakıflar, gerçek veya tüzel kişilerin yeterli mal ve hakları belirli ve sürekli bir amaca özgüllemeleriyle oluşan tüzel kişiliğe sahip mal topluluklarıdır” (Türk Medeni Kanunu, 2001:md.101) şeklindedir. Erşahin (2003:325-333)'e göre vakıf düşüncesini doğuran sebepler; kültüre, inanca ve ahlaka yönelik değerler, ekonomik ve sosyal ihtiyaçlar, toplumsal barış ve huzur gereksinimleri, ideoloji yaymak gibi birtakım

siyasi ihtiyaçlar doğrultusundaki dinamiklerdir. Vakıflar, muhtaç durumdaki kişilere yardımda bulunma, dayanışma ve hayırseverlik gibi duygularla işleyen bire yapıya sahip ve bir hizmetin sağlanabilmesi için insanların belli koşullarla ve yasal olarak verdikleri mülk ve para gibi maddi şeyleri anlatmaktadır (Mikail, 2015:341). Vakıflarda, vakfa özgü ad, amaç, mal varlığı, örgütlenme şekli, yeri gibi açıklamaları kapsayan bir “vakıf senedi” bulunması gereklidir (Türk Medeni Kanunu, 2001:md.106) ve vakfın kendine özgü genel kurulu, yönetim organı ve denetim kurulu bulunmaktadır (Türk Medeni Kanunu, 2001:md.109 ve md.111). Günümüzde, doğal çevrenin ve tüketicinin korunmasında, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda faaliyet gösteren ve katkı sağlayan birçok vakıf görülebilmektedir (Biber, 2006:36).

2.3.2. Dernekler

Dernekler, ortak amaç etrafında toplanan, yasal sınırlama ve düzenlemeler çerçevesinde çalışmalarını yürüten, örgütlenmiş insan toplulukları olarak ifade edilebilmektedir. Belli insan gruplarını veya tüm toplumu ilgilendiren sorunlarla ilgili harekete geçerek merkezi otorite ve vatandaş arasında bir nevi arabuluculuk yapmaktadırlar (Uğur, 2013:46-47). “Türk Medeni Kanunu (2001:md.56) ’ndaki tanıma göre ise dernekler; “gerçek veya tüzel en az yedi kişinin kazanç paylaşma dışında belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, bilgi ve çalışmalarını sürekli olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları, tüzel kişiliğe sahip kişi topluluklarıdır.”. Derneklerde, derneğin adını, amacını, yönetim, denetim şekillerini vb. kapsayan “dernek tüzüğü”nün bulunması gerekmektedir (Türk Medeni Kanunu, 2001:md.58) ve bünyesinde genel kurul, yönetim kurulu ve denetim kurulu yer almaktadır (Türk Medeni Kanunu, 2001:md.72) demokratik toplumlarda sosyal, ekonomik ve siyasal hayatın kaydadeğer elemanları olan dernekler genellikle, sağlık, eğitim, spor, aile, insan hakları kalkınma, çevre gibi birçok konuda faaliyetler yürütmekte ve bu konulardaki kamu ve özel kuruluşların politikalarına tesir etmek için oluşturulmuşlardır (Biber, 2006:33).

2.3.3. Sendikalar

Sanayi Devrimi’yle ortaya işçi sınıfı, kendi içinde oldukları sosyopolitik durumlarının problemlerini ortaya koymak ve çözüm bulmak için örgütlenerek

sendikaları oluşturmuşlardır (Uğurlu, 2006:64). Tanım olarak sendikalar; “İşçilerin veya işverenlerin çalışma ilişkilerinde, ortak ekonomik ve sosyal hak ve çıkarlarını korumak ve geliştirmek için en az yedi işçi veya işverenin bir araya gelerek bir işkolunda faaliyette bulunmak üzere oluşturdukları tüzel kişiliğe sahip kuruluşları” (Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu, 2012:md.2/ğ) ifade etmektedir. İşçi çıkarlarını ve sosyal haklarını korumak maksatlı doğan sendika kavramı ilk kez İngiltere’de kullanılmıştır. Sendikalar iktisadi ve siyasi işleve sahip demokratik hayat için de gerekli kabul edilen örgütlenmelerdir (Biber, 2006:37-39). Tüzel kişilik sahibi sendikalardan değişik kollarda beşinin bir araya gelmesiyle de yine tüzel kişiliğe sahip üst kuruluş niteliğinde konfederasyonlar oluşmaktadır (Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu, 2012:md.2/f). Sendikalar, protesto, gösteri, iş yavaşlatma, grev gibi eylemlerle güç aktörleri üstünde etki yaratmakta, yürütme ve yasama süreçlerinde karar ve değişikliklerde etkin şekilde rol alabilmektedirler (Demirel, 2009:86).

2.3.4. Odalar (Meslek Kuruluşları)

Türkiye Odalar Ve Borsalar Birliği İle Odalar Ve Borsalar Kanunu (2014:2) madde 4’teki yasal tanıma göre, “Odalar; üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, meslekî faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, mensuplarının birbirleri ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere meslekî disiplin, ahlâk ve dayanışmayı korumak ve bu Kanunda yazılı hizmetler ile mevzuatla odalara verilen görevleri yerine getirmek amacıyla kurulan, tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarıdır.” Erdoğan Tosun (2006:241)’a göre, bu tanımıyla maddedeki önemli nokta, odaların kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlar şeklinde ifade edilmesidir. Bu da odaları diğer sivil toplum kuruluşlarından farklılaştırmaktadır. Bu anlamda Erdoğan Tosun, sahip oldukları iki özellik nedeniyle odaların sivil toplum kuruluşları alanının dışına itildiğini düşünmektedir. O’na göre kamu kurumu niteliğinde olmasıyla devlete bir şekilde eklenenen özelliği ve gönüllüğe dayanmayan zorunlu üyelik koşulu özelliği odaları vakıf, dernek gibi diğer sivil toplum kuruluşları alanından farklı bir noktaya taşımaktadır. Erdoğan Tosun bu noktada odaların STK alanı dışında kalsa da sivil toplum alanıyla ilgili toplumsal, siyasal ve ekonomik alanlarda taraf olabileceğini ve taleplerini kamusal alanda

müzakereye sokmasına engel olmadığını da belirtmiştir (Erdoğan Tosun, 2006:247-249). Yine de STK tanımlamaları ve çeşitleri üzerine literatür incelendiğinde odaların da STK'lar kapsamında yer aldığı görülmektedir.

3. Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları ve Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de STK tarihine inmek köken bakımından cumhuriyetten öncesine de bakmayı gerektirmektedir. Bu yüzden, Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının geçmişi ve örnekleri üzerine olan bazı görüşler ilk sivil toplum örgütlenme biçimlerini belli noktalardan hareketle, Anadolu Selçuklu dönemindeki ahi birliklerine dayanabileceğini düşüncesini ortaya koysa (Ersoy, 2003:132-136) da kimi görüşler de Osmanlı İmparatorluğu’ndaki loncalar ve vakıflar gibi örgütlenmelerle (Acun, 2005:51) de açıklamaktadırlar. Vakıf tipi örgütlenmeler, Selçuklular zamanı ile de ekonomik ve sosyal hayatta bir çok önemli işlevi taşımasıyla görülmüştür. Hatta bu STK'lar Osmanlı döneminde daha da gelişerek sayıları çoğalmış işlevsellik açısından da çok güçlü oldukları bir zaman yaşamışlardır (Özdemir, 2004:154). Osmanlı toplumunda batılı anlamda sivil toplum talepleri, modernleşme talepleriyle paralel bir noktada başlamıştır. Bu süreçte ise modernleşme hareketleri kabaca; Tanzimat, Islahat, Meşrutiyet ve Cumhuriyet şeklinde söylenebilmekte, bu anlamda kendini merkezi otoriteden bağımsız tutan bazı örgütlenmelere rastlanmaktadır. Bunlar; bazı azınlık grupları, Jön Türkler ve sonrasında gelen İttihat ve Terraki Hareketi ve Kurtuluş Savaşı yıllarında değişik sebeplerle oluşturulmuş olan cemiyetler ile görülebilmektedir (Abay, 2004:280). Çaha (1994:88-93)’ya göre; Osmanlı’da sivil toplum unsurları ekonomik, kültürel ve idari temeller sebebiyle merkezi otoriteye bağlı kalarak ilerlemiştir. O’na göre Osmanlı’da, Batı Avrupa’daki o devlet otoritesinden nispeten uzak olan ve kendi amaçları doğrultusunda bütüncül özellik taşıyan sivil toplum öğeleri görülmemektedir. Fiziken var olsalar da yönetim karşısındaki durumları ve kendilerine münhasır kurallar ve ilişkiler bakımından Batı’da olduğu şekilde nitelik göstermemektedirler. Osmanlı Devleti’nde var olan lonca, dini kurumlar ve yerel eşraf gibi devlet ile halk arasında aracı gibi olan kurumlar daha çok sivil topluma yönelik örtülü potansiyeller anlamında yer almışlardır. Ancak bu kurumlar kendilerine yüklenen işlevler sebebiyle devlete bağlı kurumlar haline gelmişlerdir. Taşıdıkları özellikler bakımından vergi toplama, halka eğitim verme ve

iktidara karşı itaat sağlama gibi ortak faaliyetler yürütmeleri sebebiyle bu kurumların devlete bağlı kalması, Batı Avrupa'da var olan burjuvası ve aristokrasinin olmayışı, Batı'da oluşan hümanizm, parlamentarizm ve liberalizm gibi demokratik alt yapıların Osmanlı'da ilerlemesine engel olmuştur.

Türkiye'de ise STK'ların gelişim süreci literatürde genel anlamda üç bölümde incelenmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemde Çaha'nın da ifade ettiği gibi sivil toplumcu unsurlardan bahsedilse de devletin merkezîyetçi yapısından kaynaklı tam anlamıyla sivil toplum kuruluşlarından bahsedilememektedir. Ancak loncalar, kurumsal haldeki dini örgütlenmeler ve vakıfların varlığıyla, dünyanın henüz sosyal adalet, sosyal refah, dengeli gelir dağılımı, sosyal güvenlik, sosyal hizmet gibi kavramları dillendirmediği bir dönemde, Osmanlı toplumunda bu kavramları taşıyan sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel uygulama alanları konusunda örgütlü şekildeki sivil dayanışma örneklerinin varlığından bahsedilebilmektedir (Aytekin, 2013:27).

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise, dönemin ilk sivil toplum unsurları olarak; 70. ve 79. maddelerdeki dernek kurma üzerine olan düzenlemeler sayesinde, 1924 anayasasında görmek mümkündür (1924 Anayasası, Md.70 ve Md.79. bkz. <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa24.htm>) Bunun dışında, "Cumhuriyet'in ilk yıllarında sivil toplumun bilinçlenmesi ve gelişmesi için (...) 17 Nisan 1940'da, 3803 nolu kanunla kurulmaya başlanan köy enstitüleri, (...) köyün maddi kalkınmasını, köy insanını bilinçlendirmesini ve onun yerel istismarının (ağalık vb) önüne geçilmesi (...)" gibi faktörleri yerine getirmekteydi (Özmutaf, 2007:28). 1960'larla birlikte; çoğulcu ve katılımcı bir demokrasi kültürünün oluşumuyla yurttaşlar sivil örgütlenmelere oldukça ilgi göstermiştir. 1970 yılında dernekler 42170'e (Töksöz'den Akt. Aslan ve Kaya, 2004:219), sendikali işçi sayısı ise, 1971 yılında 1200000 kişiye ulaşmıştır (Aslan ve Kaya, 2004:219). Ancak, sivil toplum adına yaşanan bu ilerlemeler, 1970'li yıllarda Türkiye'de öğrenci derneklerinin, sendikaların, çeşitli çıkar grupları ve mühendis odaları gibi birçok sivil kuruluşun, sağ ya da sol siyaset arasında fazlaca siyasallaşması ve sonrasında ideolojik kutuplaşmanın gerçekleşmesi, devlet nezlinde siyasal gücün ele geçirilmeye çalışıldığı politikalar nedeniyle, belli derecede erimiştir (Bayhan, 2002:8).

1980 sonrası döneme gelindiğinde Türkiye’de sivil toplumla ilgili esas gelişmeler görülmektedir ve bu gelişmeleri kolaylaştıran faktörler ise; devletin küçülmesi, liberalleşme politikaları, ekonomide özelleştirmeler vb. gibi iç faktörler (Heper’den Akt. Çaha, Çaylak ve Tutar, 2013:19) ile Soğuk Savaş döneminin sona ermesi, bilgi toplumunun gelişimi, küreselleşmeyle Türkiye’nin her yönden dış dünyaya açılması Avrupa Birliği üyeliği vb. gibi dış faktörler olmuştur (Çaha, Çaylak ve Tutar, 2013:19). Türkiye’deki 1980 sonrası dönemde sivil toplum anlayışı, Doğan (2007:93)’a göre; bir amaç haline gelmiş ve buna neden olarak da ekonomik gelişmelerden ziyade Türk toplumunun psikolojisinin rolünü göstermiştir. Tek partili zamanda gelişen, oligusal bir burjuvazi varlığının mevcudiyetinden bahseden Doğan, sivil toplum taleplerinin yükselişinde tarihsel olayların yanı sıra dünya dengelerinin değişmesinin de etkili olduğunu savunmuştur. O’na göre; özel teşebbüslerin gelişmesi ve fazlaca yetkiye sahip devlet yönetiminden bıkan bir toplumun varlığı söz konusu olmuş, Özal’ın devlet karşıtı söylemler taşıyan üslubu nedeniyle de devleti baskı olarak gören toplumsal kesimler de yüreklenmiştir. Diğer yandan Doğan’a göre; çok partili dönemle birlikte siyasi partilerin dini gruplara karşı gösterdikleri ilgi, bu gruplar ve cemaatler tarafından yetersiz görülmeye başlanmıştır. Oy alma endişesiyle partilerce destek gösterilen bu topluluklar, kamusal alanda kabul görme istemlerinin ancak sivil toplum ile gerçekleşeceğini ve bunun da ancak devletin yetkilerinin daraltılmasıyla olabileceğini anlamışlardır.

Bu dönemde halkın devletten beklentileri azalmış ve halk devletten beklemek yerine bazı hizmetleri gönüllü olarak bir araya geldikleri ve devletten bağımsızca oluşturdukları ulusal ve hatta uluslararası STK’lar ile karşılaşmıştır. Takip eden süreçte ise feminizm, çevrecilik, kimlik hakları vs gibi bugünü ve kişileri ilgilendiren konular gündeme gelmiştir. 1990’lara gelindiğinde STK hareketleri oldukça belirginleşmiş ve dünya üzerinde o yıllardaki Greenpeace ve Af Örgütü gibi küresel STK aktörleri Türkiye’de de kendini göstermiştir (Özdemir, 2009:33).

1996 yılında Habitat Konferansı’nın Türkiye’de gerçekleştirilmesi sivil toplumun küresel olarak yükselen önemine dikkat çekmiş, akabinde ise 1999’da Marmara depremi nedeniyle oluşan kayıplarda sivil toplum örgütleri büyük destek toplamış ve bu noktada devletten daha etkin bir rol oynamıştır. Türkiye’de sivil toplum örgütleri açısından, en

önemli dönüm noktası sayılabilecek durum ise 2001 yılında Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinin getirdiği Kopenhag Kriterleri'nin gelmesiyle düzenlenen hak ve özgürlükler ve aynı zamanda sivil toplumla ilgili reformların büyük ölçüde etkilenmiş olmasıdır (Açma, 2014:256). TÜSEV (2011:61) sayımına göre Türkiye'deki STK sayıları şu şekildedir:

Dernek	86.031(56,01)
Vakıf	4.547 (2,96)
İşçi Sendikası	94 (% 0,06)
Kamu İşçileri Sendikaları	93 (% 0,0)
Meslek Odaları	4.749 (3,09)
Kooperatif	58.090 (37,82)
Toplam	153.604 (100,00)

Tablo 1: Türkiye'de Dernek, Vakıf, Sendika, Oda ve Kooperatif Sayıları (TÜSEV - CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) Türkiye Ülke Raporu II, 2011)

3.1. Türkiye'deki STK Etkinlik Alanları

Etkinlik alanlarına göre STK'ları kabaca üçe ayırmak mümkündür (Henriksen, Boje, Ibsen ve Koch–Nielsen' den Akt. Özemir, Başel ve Şenocak, 2009:158):

- Aktivite merkezli STK'lar (spor, kültür, rekreasyon vb. alanlarda faaliyetler gösterirler),
- Toplum merkezli STK'lar (siyasi partiler, sendikalar, çevre örgütleri, yerel toplum örgütleri vb.),
- Refah merkezli STK'lar (sosyal hizmet, sağlık, eğitim vb. hizmeti sunarlar)

Bu anlamda Türkiye'deki STK'lardan etkinlik alanlarına göre belli başlı birkaçı kısaca incelenecektir.

3.1.1. Eğitim Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları

Türkiye'de eğitim alanında STK'lar; okuma-yazma kursları oluşturmak, kadın ve kız çocukları eğitime yönlendirmek, öğrencilere burs şeklinde destek olmak, okullara malzeme ve teçhizat sağlamak, öğrencilere kırtasiye yardımı yapmak, fakir ve kimsesiz

çocukların öğrenim ve yurt giderleri için katkı sağlamak, okul, yurt, pansiyon gibi binaların yapımı için kampanya çalışmaları yapmak, üyelerin çocuklarına eğitim ve mesleki alanda destek sağlamak gibi çalışmalar yürütmektedirler (Eraslan, 2011:204). Türkiye’de eğitim alanındaki STK’lar örnek olarak; Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV), Türk Eğitim Vakfı (TEV), Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEV), Türk Eğitim Derneği (TED), Milli Eğitim Vakfı (MEV) VE Darüşşafaka gösterilebilir (bkz. <http://www.forumlordum.net/odev-ve-tezler/94833-ulkemizdeki-sivil-toplum-kuruluslari-hangileridir.html>, tarih:21.03.2017).

3.1.2. Sağlık Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları

Sağlık misyonuna sahip STK’ların temel olarak, toplumu herhangi bir hastalığa karşı bilgilendirme, hastalığa yol açabilecek durumların önünü geçmek için propaganda yapma, hastalığın vuku bulması halinde başvurulacak adresleri işaret etmek, sağlık harcamalarında ülke kaynaklarının etkin kullanılmasına yardımcı olmak, sosyal güvencenin yetersizliği konusunda bireylere katkı sağlamak ve basını da kullanarak muhtaç insanlara yardım etmek, hastalık veya sakatlıklar konusunda yalnızca fiziksel değil ruhsal ve sosyal olarak bireyleri desteklemek ve doğal afet durumlarında bireylere sağlıksal destek vermek gibi misyonları bulunmaktadır (Özmutaf, 2009:1979-1980). Türkiye’deki sağlık alanındaki STK’lara örnek olarak; içki, sigara ve uyuşturucu maddelerle mücadele eden Yeşilay, Lösemili Çocuklar Vakfı (LÖSEV), Türk Kalp Vakfı, Türkiye Diyabet Vakfı ve Sigarayla Savaşanlar Derneği gösterilebilir. (<http://www.forumlordum.net/odev-ve-tezler/94833-ulkemizdeki-sivil-toplum-kuruluslari-hangileridir.html>, tarih:21.03.2017)

3.1.3. Çevre ve Doğa Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları

Sanayileşmeden bu zamana kadar kentleşme hareketleri, sürekli nüfus artışı, kirliliğin çoğalması, bozulan ve yok edilen doğal alanlar, ormanların azalması ve su kaynaklarının kuruması gibi önemli çevre sorunları Türkiye’de de önemli çevre sorunlarına yol açmıştır. Bu anlamda çevre alanındaki STK’lar, toplumun çevreye dönük duyarlılığını artıracak çevreyi koruma önemine ilişkin bilinç oluşturmak amaçlı eğitim çalışmaları yapmaktadırlar (Karataş, 2014:860). Ülkemizde de çevre konusunda, Türkiye

Tabiatını Koruma Derneği, Doğal Hayatı Koruma Vakfı, Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), Çevre Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL) (Şeşen, 2015:434) ve Hayvan Hakları Derneği (<http://www.forumlordum.net/odev-ve-tezler/94833-ulkemizdeki-sivil-toplum-kuruluslari-hangileridir.html>, Erişim:21.03.2017) gibi STK'lar çalışmalarını gerçekleştirmektedir.

3.1.4. İnsan Hakları Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları

İnsan haklarıyla ilgili sivil toplum kuruluşları genel olarak; insan hakları noktasındaki ihlalleri tespit etmek, kontrolünü sağlamak, ulusal ve uluslararası nitelikte kamuyu bilgilendirmek, hakları ihale uğramış insanların ulusal ve uluslararası mercilere başvurularında destek olmak gibi alanlarda çalışmalar yapmaktadırlar (Aliefendioğlu, 1999, bkz. <http://www.abchukuk.com/makale/makale25.html>, Erişim: 21 Mart 2017) İnsan hakları alanında Türkiye'de faaliyet gösteren bazı kuruluşlar: İnsan Hakları Derneği, Kadın Haklarını Koruma Derneği, Sokak Çocuklarını Koruma Derneği, Tüketicileri Koruma Derneği (TÜKODER), vb... (<http://www.forumlordum.net/odev-ve-tezler/94833-ulkemizdeki-sivil-toplum-kuruluslari-hangileridir.html>, Erişim:21.03.2017)

3.1.5. Doğal Afetler Alanındaki Sivil Toplum Kuruluşları

Bu alandaki STK'ların, afet durumu öncesinde, afetlere hazırlık ve doğabilecek zararları azaltacak önlemlerin alınması ve halkın afetlere hazır duruma getirilmesi, afet ihtimaline karşı ve herhangi bir afet durumunda etkilerinin azaltılmasında bilinç sağlanması ve farkındalık oluşturulması, afet dönemlerinde arama kurtarma ve yardım faaliyetleri sürdürmesi gibi birçok rolü vardır (Yavaşoğlu, 2015:6). KIZILAY, Arama Kurtarma Timi (AKUT), Arama Kurtarma Araştırma Derneği (AKA), Acil Tıp Derneği (<http://www.forumlordum.net/odev-ve-tezler/94833-ulkemizdeki-sivil-toplum-kuruluslari-hangileridir.html>, Erişim:21.03.2017) afet alanındaki etkinlik gösteren sivil toplum kuruluşlarından bazılarıdır.

4. Bir Sivil Toplum Faaliyet Alanı Olarak Hayvan Hakları ve Hayvan Hakları ile İlgili Sivil Toplum Kuruluşları

Hayvanlar ve insanların birbirleriyle olan ilişkisi, geçmişten günümüze farklı niteliklerle değişip gelişmiş, ilk zamanlarda, yiyeceğini avlamak ve yırtıcı hayvanlardan korunmak şeklinde iken, evcilleştirmeden sonra hayvanlar sosyal ve hatta ekonomik alanda yer bulmuş, süreç içerisinde insan odaklı hayvana yüklenen anlamlar, yaklaşımlar hayvanlara karşı tutumun da belirleyicisi olmuştur (Özgür, 2010:9).

Antik dönemlerden beri “etik” konusunda çalışmalara için uğraşan bilim insanları ve düşünürler, insan ile hayvan arasındaki ilişki durumunu anlamak için çalışmış, farklı kuram ve yaklaşımlar ortaya koymuşlardır. Aristoteles ve Thomas Aquinas gibi düşünürler, hayvanların insana özgü bazı yetenek ve özelliklere sahip olmamaları düşüncesinden hareketle, hayvanlar için etik değerleri göz önüne alma düşüncesini taşımamışlardır (Tamzok, Kük ve Çobanoğlu, 2013:251-252). Kant (1724-1804) ise hayvanların da acı çekebileceklerini ortaya koymasına rağmen, değerler ve haklara sahip olmadıkları yönünde konuya yaklaşmıştır (Kant’dan akt. Savaş, Yurtman ve Tölu, 2009:55). Ancak her canlı türü, canlılar toplumunun eşit üyesidir ve farklı yetenek ve özelliklere sahip olmaları, etiksel olarak türler arasında ayrımcılık yapılmasına sebep değildir (Tamzok, Kük ve Çobanoğlu, 2013:252).

Önde gelen hayvan hakları aktivistlerinden Tom Regan, *The Case for Animal Rights* (1983) adlı kitabında “ahlaken etkin-ahlaken edilgin varlıklar” kavramlarını kullanarak bir ayrım yapmış; buna göre ahlaken etkin varlıkların; herhangi bir şeyi yapmak üzerine objektif ahlak ilkelerine başvurup sonra o şeyi yapıp yapmama seçimi olduğunu ve bu seçimin sonucundaki eylemlerinden sorumlu tutulmasının adilce olduğunu söylemiş, ahlaken edilgin varlıkların ise; eylemlerinden sorumlu tutulabilmesi için kendi davranışlarını denetleyebilme yetisinden yoksun olduklarını bu nedenle eylemlerinden sorumlu tutulmalarının çok da adil olmadığını dile getirmiştir (Regan’dan Akt. Online Birikim Dergisi, 2005, <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5910/hayvan-haklari-icin-temel-argumanlar#.WNLJefmLTDC>, Erişim: 22.03.2017). Regan (1983)’in düşüncesine göre; adaletle birlikte gelen saygı ilkesi sadece başka canlılara zarar vermemeyi değil aynı zamanda adaletsiziğe uğramaları sebebiyle mağdur

olduklarında onlara yardım etmeyi de gerektirmektedir. O'na göre; hayvanlara saygı, sadece onların acılarını hafifletmek anlamında değil, et tüketimi için yetiştirmenin, kürkleri için öldürmenin, araştırmalarda deney hayvanı olarak kullanmanın ve insanları eğlendirme aracı olarak kullanmanın da önüne geçmek şeklinde bir tutumu da getirmektedir. Regan'ın savunusu, hayvanlara karşı bu tarz yaklaşımların insanileştirilmesinden öte bütünüyle bırakılması gerektiğidir. Hayvan hakları için mücadele etmenin ve hayvanlara saygının, hayvanların yaşam şartlarını iyileştirmek olmadığını düşünen Regan, bunun nezaket veya şefkatten öte bir adalet meselesi olduğunu savunmaktadır (Regan'dan Akt. Sarıtaş, 2015:9).

Dönmez (2013:903)'e göre günümüzde insan hakları dahi tartışmalı şekildedir. Dolayısıyla bazı kesimler için hayvanların ve bitkilerin haklarını korumak yabancı bir konu olarak kalabileceğini düşünen Dönmez, buna rağmen hayvanları, vazgeçilemeyecek dünya değerleri niteliğinde olduğunu düşünmektedir. Aksulu (2013:25) ise bu konuda; insan dışındaki diğer canlıların yani hayvanların da insanlar kadar yaşam hakkı olduğunu ve bu hakkın kimse tarafından onların elinden alınamayacağını düşünmektedir. Ilgar (2007:349) da yine benzer şekilde; sürdürülebilir bir ekosistemin varlığını, hayvanların sağlıklı yaşam şartlarına sahip olması ve sürdürmesine ve insanların bunu sağlaması gerektiğine bağlamıştır. Hayvanların da düşünüp hisseden ve acı çeken varlıklar olduğunu ortaya koyan Ilgar, insanın dünyanın en gelişmiş yarattığı olması sebebiyle hayvanları koruması gerektiğini vurgulamıştır.

4.1. Batıda Hayvan Hakları İle İlgili İlk Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareket kavramı 19. yüzyıldan itibaren literatürde yer bulsa da 18. yüzyılın ortalarından itibaren tartışılmaya başlamıştır. Bu toplumsal hareketlerin alanı eşitli eşitsizlik biçimlerine (kadın hakları, çevre, barış hareketleri, hayvan hakları, cinsiyet temelli haklar vb.) karşı başlatılan mücadeleyi anlatmaktadır (Kökalan Çımrın, 2010:46).

Bu anlamda tarihsel süreçte hayvanların da hak sahibi olup olmadığıyla konusuyla ilgili çeşitli yaklaşımlarda bulunulmuştur. Bu yaklaşımlar daha çok hayvanların belli haklarının varlığı fikrine dayanan tartışmalar sayesinde ortaya çıkmıştır. Bu sorunsalın işaret ettiği nokta; çoğunlukla hayvanların da insanlar gibi canlı varlıklar olduğu için

haklarının olacağını, hayvanların giyim, eğlence, deney veya yiyecek sebebiyle kullanılmaları düşüncesine (Özgür, 2010:12) ve de hayvanın insandan daha aşağıda olduğu ile nesne yahut eşya gibi görülmesi (Cumalıoğlu, 2017:575) fikirlerine karşı duruşu taşımaktadır. Hayvan haklarıyla ilgili düşünsel temeller Antik Çağ'a kadar uzansa da özellikle 18. Yüzyılı takip eden süreçte “endüstri ve bilimde yaşanan gelişmeler, insanlığa harika şeyler katmasına rağmen, hayvanların dünyasına denek hayvanı olma ve fabrika çiftliğinde çalıştırılma gibi korkutucu şeyler getirmiştir” (Kıstler ve John M.'den Akt. Tatar, 2016:299). İnsan refahı için hayvanlar üzerinde deneylerin yapılması fikrinin insan refahı için kabul görmeye başlamasıyla hayvan haklarına ilişkin ilk hareketlenmeler görülmeye başlamıştır. Özellikle 1789 yılında Jeremy Bentham'ın *Ahlak ve Yasamanın İlkelerine Giriş (Introduction to the Principles of Morals and Legislation)* adlı ünlü eseri bu anlamda önem taşımaktadır; çünkü O, hayvanların olayları sorgulayıp sorgulayamadıkları veya konuşup konuşamadıklarından daha önemli olan şeyin acıyı hissetmeleri ve buna katlanıp katlanamadıklarının olduğu fikrini ortaya koymuştur (Regan'dan Akt. Yaşar ve Yerlikaya, 2004:41). Bunu izleyen süreçte anestezi maddelerinin bulunması ve araştırmalarda deneyler için hayvanların kullanımının devam etmesiyle beraber bu işleme ve hayvanların kesilmesine karşı çıkanlar da doğmuştur. Bu sayede, hayvan deneylerine karşı çıkan bu kesimin bir araya gelmesiyle 1875 yılında İngiltere'de bazı örgütler kurulmuştur (Ergün, 2010:223). 1875 yılında Londra'da “The Victoria Street Society” adlı dernek ve “Frances Power Cobbe” kurulmuş ve ardından yine İngiltere'de “Royal Commission” oluşturulup, “Hayvanlara İnsancıl Davranma Yasası” adlı ilk etik yasayı yapılmış, bu yasayla da canlı hayvan deneyleri sadece eyaletin sekreterlik biriminin kontrolü kapsamında, anestezi kullanımı gerekliliğiyle ve sadece faydalı bilimsel çalışmalar için yapılması gerektiği kararı verilmiştir (Altuğ, 2009:54). İngiltere'den sonra Avrupa'nın çeşitli yerlerinde ve Amerika'da hayvanlarla ilgili bazı hareketler oluşmuş; 1879 da Almanya'da “German League Against Scientific Animal Torture” (Hayvanlara Bilimsel Eziyetlere Karşı Almanya Birliği); 1882'de Fransa'da “Societe Contre la Vivisection” (Viviseksiyona Karşı Olanlar Derneği); 1883'te Amerika'da “American Antivivisection Society” (Amerikalı Antiviviseksiyoncular Derneği) gibi dernekler kurulmuştur (Poyraz'dan Akt. Yaşar ve Yerlikaya, 2004:41). 24 Kasım 1933 tarihinde Almanya'da, Hitler'in ‘Yeni

Reich'ta hayvanlara karşı eziyete yer olmayacaktır.' söyleminden yola çıkılarak yürürlüğe getirilen yasa ile birlikte tarihte ilk defa hayvanların insanlara göre düşünülmeden sadece ve sadece kendilerinin canlı varlıklar olmaları nedeniyle doğal bir varlık olarak düşünülüp korunması gerektiği öngörülmüştür (Yaşar ve Yerlikaya, 2004:42).

Başka bir gelişme de 1959 yılında Russell ve Bunch tarafından yayınlanan "The Principles of Humane Experimental Technique" (İnsani ve Deneysel Tekniğin Prensipleri) adlı kitapta Reduction (Azaltma), Refinement (Nezaket) ve Replacement (İkame) şeklinde prensipler belirtilmiştir ve bu da "3R kuralı" olarak bilinmektedir. Hayvan haklarını koruyabilmek amaçlı bu prensiplere göre; azaltma ilkesi ile ifade edilen; deneylerde mümkün olan en az sayıda hayvan kullanmak, nezaket ilkesi ile ifade edilen; denek hayvanlarına doğum ve ölüm süreçleri arasında en iyi şartlarda bakılması ve çektikleri acıyı en az seviyeye indirmek, ikame ilkesi ile de ifade edilen mümkün olduğu sürece deneylerde hayvanlar yerine alternatif methodları kullanmak gerektiğidir (Tan ve Çobanoğlu, 2012:28). Pekmezci Sargın (2010:22)'a göre; 1975 yılında Peter Singer tarafında kaleme alınan *Hayvan Özgürleşmesi* kitabı, döneme büyük damga vurmuş ve hala da hayvan hakları konusunda bir nevi kutsal kitap niteliği taşımaktadır ve hatta Singer'in bu kitabı, bir süre sonra bir eserin de ötesine geçerek hayvan hakları üzerine felsefenin, eylemlerin, örgütlenmenin ismi haline gelmiştir. Singer, insanlar tarafından hayvanların ahlaki yaklaşım alanı dışında görülmesini, tarihte siyahilere ve kadınlara karşı olan olumsuz yaklaşımlara benzeterek yorumlamış ve bu noktada Speciesism (türcülük) terimini ortaya koymuştur (Tamzok, Kük ve Çobanoğlu, 2013:253).

Hayvan haklarının korunmasına yönelik en önemli gelişme 15 Ekim 1978' de Paris'te Hayvan Hakları Evrensel Bildirgesini oluşturulmasıyla yaşanmıştır (İlgar, 2007:349). Bu bildirgenin maddeleri özetle şu şekildedir (Sungurbey İ., 1993:175, bkz. <http://derkenar.com/ismet-sungurbey+hayvan-haklari-evrensel-bildirgesi>, erişim: 3 Mart 2017):

- **Madde 1**

Bütün hayvanlar yaşam önünde eşit doğar ve aynı var olma hakkına sahiptir.

- **Madde 2**

Bütün hayvanlar saygı görme hakkına sahiptir.

Bir tür hayvan olan insan, öbür hayvanları yok edemez, bu hakkı çiğneyerek onları sömüremez; bilgilerini hayvanların hizmetine sunmakla ödevlidir.

Bütün hayvanların insanlarca gözetilme, bakılma ve korunma hakkı vardır.

- **Madde 3**

Hiç bir hayvana kötü davranılamaz, acımasız ve zalimce işkence yapılamaz.

Bir hayvanın öldürülmesi zorunlu olursa, bu, bir anda, acı çektirmeden ve korkutmadan yapılmalıdır.

- **Madde 4**

Yabani türden olan bütün hayvanlar, kendi özel ve doğal çevrelerinde, karada, havada ve suda yaşama ve üreme haklarına sahiptir.

Eğitim amacıyla olsa bile, özgürlükten yoksun kılmanın her çeşidi, bu hakka aykırıdır.

- **Madde 5**

Geleneksel olarak insanların çevresinde yaşayan türden olan bütün hayvanlar, uyumlu bir biçimde ve türüne vergi yaşam koşulları ve özgürlük içinde yaşama ve üreme haklarına sahiptir.

İnsanların kendi çıkarları için bu uyumda ya da bu koşullarda yapacakları her türlü değişiklik, bu haklara aykırıdır.

- **Madde 6**

İnsanların yanlarına aldıkları bütün hayvanlar, doğal ömür uzunluklarına uygun sürece yaşama hakkına sahiptir.

Bir hayvanı terk etmek, acımasız ve aşağılık bir davranıştır.

- **Madde 7**

Bütün çalışan hayvanlar, iş süresinin ve yoğunluğunun sınırlandırılması, onarıcı ve güçlerini arttırıcı bir beslenme ve dinlenme haklarına sahiptirler.

- **Madde 8**

Hayvanlara fizik ya da psikolojik bir acı çektiren deneyler yapmak, hayvan haklarına aykırıdır; tıbbî, bilimsel, ticarî ve başkaca biçimlerdeki her türlü deneyler için de bu durum böyledir.

Bunun yerine başka bir şey koyma tekniklerinden yararlanılmalı ve bu teknikler geliştirilmelidir.

- **Madde 9**

Hayvan, beslenmek için yetiştirilmişse, bakılmalı, barındırılmalı, taşınmalı, ölümü de korkutmadan ve acı çektirilmeden olmalıdır.

- **Madde 10**

Hayvanlardan insanların eğlencesi olsun diye yararlanılamaz.

Hayvanların seyrettilmesi ve hayvanlardan yararlanılan gösteriler, hayvan onuruna aykırıdır.

- **Madde 11**

Zorunluluk olmaksızın bir hayvanın öldürülmesi demek olan her davranış, bir biocide, yani yaşama karşı suçtur.

- **Madde 12**

Çok sayıda yabanî hayvanın öldürülmesi demek olan her davranış, bir génocide (soykırım), yani türe karşı suçtur.

Doğal çevrenin kirletilmesi ve yıkılıp yok edilmesinin sonu, génocide'e (soykırıma) varır.

- **Madde 13**

Hayvanın ölüsüne saygı göstermek gerekir.

Hayvanların öldürüldüğü şiddet sahneleri sinema ve televizyonda yasaklanmalıdır; meğer ki bunlar, hayvan haklarına saldırıyı göstermek amacını gütsünler.

- **Madde 14**

Hayvanları koruma ve savunma kuruluşları, hükûmet düzeyinde temsil olunmalıdır.

Hayvan hakları da insan hakları gibi yasayla korunmalıdır.

Bu önemli gelişmenin akabindeki yıllarda hayvanlarla ilgili düzenlemeler devam etmiş, 1997 yılında Amsterdam Antlaşması imzalanmıştır. Bu antlaşma, hayvan refahına yönelik kanuni maddeler barındırması açısından önemli bir nitelik taşımakta ve ayrıca, at yarışları, boğa güreşleri, tazı yarışları, tazı ile avlanma, sirk hayvanlarının refahı vb. hususlarda üyeliği olan ülkelere ulusal anlamda uygulamalar gerçekleştirme durumu yaratılmıştır (Şentürk, 2006:47). Sonraki yıllarda Avrupa Birliği'nin hayvan haklarıyla alakalı mevzuatlar sıralı olarak aşağıdaki tabloda (Tablo 2) gösterilmiştir (<http://vetlex.taie.be> 'den, Abanoz, 2008:63-64):

Sekiz Saati Aşan Yolculuklarda Çiftlik Hayvanı Taşınmasında Kullanılan karayolu Taşıtlarına Uygulanabilir Hayvan Koruma Standartlarına Ek Olarak 16 Şubat 1998 Tarihli Konsey Düzenlenmesi (411/98 -EC)	21.02.1998
Çiftlik Hayvanı Olarak Beslenen Hayvanların Muhafazasına İlişkin Gerekli Minimum Gereksinimlerle İlgili 17 Aralık 1999 Tarihli Komisyon Kararı (98/58/EC)	08.08.1998
Hayvanat Bahçelerindeki Hayvanlara İlişkin 29 Mart 1999Tarihli Konsey Yönetmeliği	03.08.1999
Çiftlik Hayvanı Olarak Beslenen Hayvanların Muhafazasına İlişkin Gerekli Minimum Gereksinimlerle ilgili 17 Aralık 1999 Tarihli Komisyon Kararı (2000/50/EC)	25.01.2000
4/432/EEC, 90/426/EEC, 91/68/EEC ve 92/65/EEC ile 64/273/EC Sayılı Konsey Kararlarında Değişiklik Yapan 30 Mart 2001 Tarih ve 2001/298/EEC Sayılı Hayvanların Taşınması Sırasındaki Korunmaları İle İlgili Karar	12.04.2001
Hayvanların Nakil Sırasındaki Korunmaları İle İlgili 19 Haziran 20001 Tarihli Konsey Düzenlemesi	28.09.2001
Domuzların Korunmasına İlişkin Standartları İçeren Yönetmelikte (91/630/EEC) Değişiklik Yapan 23 Ekim 2001 Tarihli Konsey Yönergesi (2001/88/EC	01.12.2001
Domuzların Korunmasına İlişkin Minimum Standartları İçeren Yönetmelikte (91/630/EEC) Değişiklik Yapan 9 Kasım 2001 Tarihli Komisyon Kararı	01.12.2001
Konsey Yönetmeliğinin Kapsadığı Kuruluşların Baktıkları Yumurtacı Tavukların Kayıtları Üzerine 30 Ocak 2002 Tarihli Komisyon Yönetmeliği 2002/4/EC	04.01/2002

Canlı S ığır Taşınması S ırasında Geri Ödeme Garantisinin Sağlanması İçin Gerekli Şartlar Hakkındaki 9 Nisan 2003 Tarih ve 639/2003 Sayılı Konsey Düzenlemesi	10.04.2003
Hayvanların Taşınması S ırasında Dikkat Edilecek Kuralları Ortaya Koyan 1/2005 (EC) Sayılı Tüzük	05.01.2005

Tablo II. 1998-2005 Arası Yıllarda Avrupa Birliği'nin Hayvanların Korunması ve Refahı İle İlgili Mevzuatları

2006'da da Brüksel'de oluşturulan Avrupa Topluluğu Komisyonu'nun kararında 2006-2010 yıllarını içeren hayvanları koruma ve hayvan refahı üzerine hazırladıkları topluluk eylem planı dahilinde gelecekle ilgili bu alanda 5 ana başlıkta çalışma alanı belirlemiştir. Bunlar (Şentürk, 2006:48); hayvanların refahını sağlamak için gerekli asgari koşulların sağlanması, hayvanları korumak ve refahlarını geliştirmek için araştırma ve faaliyetlere öncelik gösterilmesi, hayvanlar için refahlarına işaret edecek durumların standartlaştırılması, hayvancılıkla uğraşanların da hayvan refahı konusunun içine alınması ve yine hayvan refahı konusu üzerine ortak fikir paydasında buluşmanın ve farkındalığın yaratılması, şeklindedir.

Günümüzde ise, geçmişten bu zamana kadar oluşan bu toplumsal hareketler ve düzenlemelerin devamında hayvan hakları savunucusu olan birçok uluslararası STK'lar kurulmuştur. Bunlardan en bilindik olanları, PETA (People for the Ethical Treatment of Animals / Hayvanlara Karşı Etik Muamele İçin Mücadele Edenler Birliği), ALF (Animal Liberation Foundation / Hayvan Kurtuluş Cephesi), FAADA (Fundación para la Adopción, Apadrinamiento y Defensa de los Animales / Hayvanları Sahiplendirme, Sponsorluk ve Koruma Vakfı) (Pekmezci Sargın, 2010:29), WSPA (World Society for the Protection of Animals / Dünya Hayvanları Koruma Derneği), HSUS (Humane Society of the United States / ABD İnsancıl Topluluđu) (Bousfield ve Brown, 2010:6) vb. gibi kuruluşlardır.

4.2. Türkiye'de Hayvan Hakları İle İlgili Toplumsal Hareketler

Türkiye'de hayvan hakları ile ilgili toplumsal hareketlere ve düzenlemelere cumhuriyetten öncesinde de daha doğrusu Osmanlı döneminde de rastlamak mümkündür.

Osmanlı toplumunda hayvanlara karşı yaklaşımların hoşgörü çerçevesi içinde olduğu, hayvanları korumak için birtakım önlemler alındığı ve uygulamaların yapıldığı bilinmektedir (Tan ve Çobanoğlu, 2012:29). Bunlara örnek olarak Osmanlı'daki uygulama ve önlemlerden bazıları (Çalışkan, Aydın ve Aslander, 2014:38):

- Hayvan ve ağaçların korunmasına yönelik kurulan vakıflar,
- Kediler için yapılmış evler
- Hayvanların beslenmesi ve bakılması için tutulmuş uşaklar,
- Hayvanların bakımı beslemesi için bırakılan miraslar (Örn; Beyazıt Vakfı'nda kuşları beslemek üzerine yılda 30 altın ayrılmıştır),
- Kedilerin zengin bireylerce her gün kebaplarla beslenmesi,
- Bakıma muhtaç leylekler için bakım merkezleri (Dünyada örneğine rastlanmayan Bursa'daki Leylek (Gurabahane-i Laklakan)),
- Dolmabahçe'de ve Üsküdar'daki kuş ve kedi hastaneleri,
- Cami ve mezarlıklardaki suluklar, mimari benzeri olmayan kuş köşkleri,
- Pazarlarda zengin ailelerin kafesteki kuşları satın alıp özgür bırakma geleneği,
- Yük hayvanlarına fazla yük yüklemelere karşı çıkartılan fetvalar, bu sebepten acı çeken hayvanlar olduğu durumlarda sebep olan kişilere aynı yükün taşıtılması şeklinde ceza verilmesi vb...

İlk resmi anlamdaki örgütlenmeden söz edilirse, İstanbul'da 1912 yılında "Himaye-i Hayvanat Cemiyeti" adlı bir dernek kurulmuş ve sonrasında Atatürk'ün talimatları doğrultusunda 1923 yılında "Türkiye Hayvanları Koruma Demeği" adıyla faaliyetlerine devam etmiştir (Ürgüplü, 2013:51). Osmanlı'da bu cemiyetin iki temel amacı bulunmaktaydı ve biri hayvanlara yapılan zulüm ve haksızlıkları engellemek ve onların kötü yaşam koşullarını olabildiğince iyileştirmek; diğeri ise halkta, hayvanlarla ilgili adalet ve hayırseverlik duygularını yayıp hayvanlara karşı iyi davranılması gerektiği fikrini oluşturmaktı (İstanbul Himâye-i Hayvânât Cemiyeti Nizamnâmesi'nden Akt. Melikoğlu, 2009:39).

Bu cemiyetin 1923 yılında Türkiye Hayvanları Koruma Derneği adı altında faaliyetlerinin yürütmesi dışında, 1926 yılındaki Ceza Kanunu ve aynı dönemdeki

Belediye Zabıta Talimatnameleri'nde hayvanlara kötü muameleye karşı cezai yaptırımlarla hayvanları korumak üzerine düzenlemelerin yapılması, hayvan hakları konusundaki Türkiye'deki ilk çalışmalardan olmuştur (Melikoğlu, 2009:41). Öte yandan "Hayvanları Koruma Kanunu" çıkartmak için Türkiye'de ilk çalışmalar, 1980'li yıllarda, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Medeni Hukuk Anabilim Dalı Öğretim üyesi Prof. Dr. İsmet Sungurbey tarafından başlatılmıştır (Sungurbey, 1992'den Akt. Ürgüplü, 2013:51).

Bu çalışmalar, 13.11.1987 tarihli "Ev Hayvanlarının Korunmasına Dair Avrupa Sözleşmesi" nin tarafı olarak 18.11.1999 tarihinde Strazburg'da imza edilip, T.B.M.M.'nin onaylamasıyla ve 22.07.2003'de Resmi Gazete'de yayımlanmasıyla hız kazanmıştır (Şentürk, 2006:49). Ayrıca, Türkiye, 5 Eylül 1986'da "Deney ve Diğer Bilimsel Amaçlarla Kullanılan Omurgalıların Korunmasına Dair Avrupa Sözleşmesi"ni ve "Hayvanların Uluslararası Taşıma Sırasında Korunmasına İlişkin Avrupa Sözleşmesi" imzalayıp 19 Mayıs 1989'da onaylayarak hayvanların refahına yönelik gelişmeler kaydetmiştir (Ürgüplü, 2013:51-52).

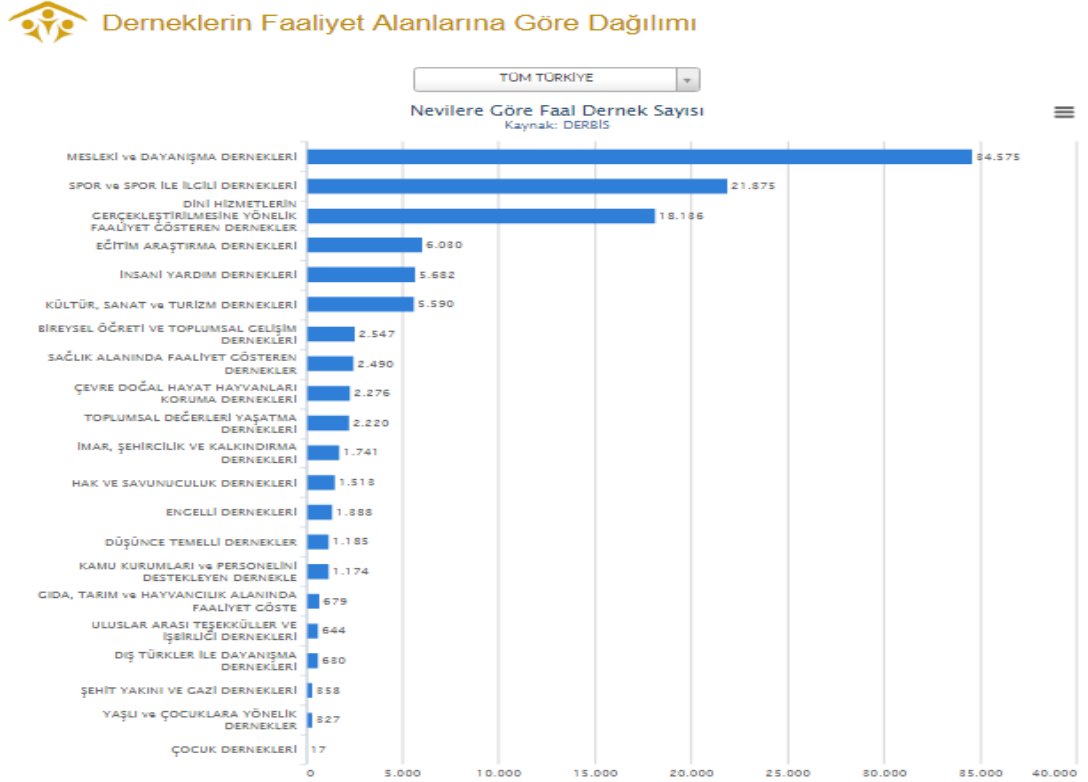
2004 yılında kadar Türkiye'de, hayvan hakları ile ilgili direkt bir hukuk düzenleme yapılmamıştır. Ancak 01.07.2004 yılında, "5199 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu" çıkartılmıştır (Tamzok, Kük ve Çobanoğlu, 2013:265). Bu kanunun kabul edilişi ile yıllarca hayvan hakları savunuculuğu yapan hayvan sever bireylerin, hayvan haklarına yönelik ilerlemeler üzerine tam tatmin olmadıkları bilinmekte olsa da bu hakların kanunla beraber resmiyet kazanması Türkiye'de hayvan haklarına yönelik ilk güvence olma adına önem taşımaktadır (Yaşar ve Yerlikaya, 2004:44). 5199 Numaralı Hayvanları Koruma Kanunu'nun amacı, madde 1'de belirtildiği üzere "hayvanların rahat yaşamlarını ve hayvanlara iyi ve uygun muamele edilmesini temin etmek, hayvanların acı, ıstırap ve eziyet çekmelerine karşı en iyi şekilde korunmalarını, her türlü mağduriyetlerinin önlenmesini sağlamaktır" şeklindedir (Hayvanları Koruma Kanunu, 2004, bkz. <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5199.html>, Erişim tarihi: 14 Mayıs 2017).

Avrupa Birliği uyum süreci dahilinde hayvan hakları ve hayvan refahına yönelik kanuni düzenlemelerle; çiftlik ve deney hayvanları üzerine çalışmalar yapılmış ve sivil toplumu bilinci oluşturmak amacıyla dernekler kurulmuştur (Özkul, Sarıbaş, Uzabacı ve

Yüksel, 2013:168). Türkiye’de varlığı yakın geçmişe dayanan ve günümüzde hala faaliyetlerini sürdürmekte olan hayvan hakları savunucusu birçok sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak en tanınır olanlarından; HAYTAP (Hayvan Hakları Federasyonu), BGD (Barınak Gönüllüleri Derneği), SHKD (Sahipsiz Hayvanları Koruma Derneği) (Pekmezci Sargın, 2010:40-48), HAYKOD (Hayvanları Koruma Derneği) vb... gibi gösterilebilir.

4.3. Türkiye’deki Hayvan Hakları Dernekleri Örnekleri

Günümüzde Türkiye’deki dernekler incelendiğinde, T.C. İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı kayıtlarına göre %39,15 oranla 111077 tane faal dernek bulunmaktadır. Bunlar arasında % 2.05 oranla 2276 tane faal halde olan çevre, doğal hayat ve hayvan koruma üzerine kulmuş dernek mevcuttur (T.C. İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı bkz, <https://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/derneklerin-faaliyet-alanina-gore.aspx>, erişim:11.09.2017)(Şekil-I).



Şekil I: Türkiye’deki Faal Derneklerin Faaliyet Alanına Göre Dağılımı

Türkiye’deki bilinen hayvanları koruma ve hayvan hakları derneklerinden bazıları ise:

- Türkiye Hayvanları Koruma Derneği (THKD):

Oldukça eski bir dernek olan THKD, Türkiye Cumhuriyeti’nin ilanından sonra 6 Mart 1924’de İstanbul’da resmen kurulmuştur. 1936’da park ve bahçelerdeki kuşların öldürülmelerinin yasaklanması, yanlar çocuk ise velilerinin cezalandırılması, 1948, 1950 ve 1966 yıllarında köpek ve horoz dövüşlerinin, deve güreşleri ile boğa güreşlerinin ve sokaklarda ayı oynatılmasının yasaklanması, Hayvanları Koruma Yasa Tasarısının Meclis’e sunulup, 1980’de çiftlik hayvanlarını da kapsayan daha genişletilmiş ve güncellenmiş bir tasarının hazırlanması gibi konularda katkılarda bulunarak, Türkiye’de o tarihler için hayvanların korunması adına devrim sayılabilecek başarılar sağlamıştır. THKD’nin uğraşları sayesinde, hayvanların korunmasına yönelik Türk Ceza Kanunu’nun 521. ve 577. Maddeleri ile Belediye Zabıta Talimatnamesi’nin ilgili hükümler ilk defa Türk Hukuku’na girmiştir. THKD 1993 yılında Dünya Hayvanları Koruma Derneği WSPA ile proje ortağı olarak “Liberty - Ayılara Özgürlük” projesinin bir ayağını da Türkiye’de başlatmış, geleneksel olarak sokaklarda -işkenceye maruz kalıp o şekilde- dans ettirilen ayıların koruyabilmek için çalışmalar yapmış, 2000 yılının sonuna gelindiğinde birçok ayının özgürleşmesine uğraşmış, sonrasında bu ayılara Orman Bakanlığı’na devredilen bir parkta yer vererek yaşam koşulları iyileştirilmiştir. Bu sayede uluslararası takdir toplayan THKD, ayı oynatıcılığı geleneğini ortadan kaldırarak ayıların korunmasını sağlamış ve 2000 yılındaki “Animals 2000”de Londra’da düzenlenen Dünya Hayvanlar Kongresi’nde, “Yeryüzünün gelmiş geçmiş en başarılı hayvan kurtarma projesi” olarak kabul edilerek büyük bir başarıya imza atmıştır. Ayrıca sokak hayvanlarının ve ekonomik gücü yetmeyen halkın hayvanlarının tedavilerine koşan THKD, 2004 yılında 22.000 in üstünde hayvanın tedavisini kendi kliniklerinde sağlamıştır. THKD hala, hayvanları koruma, yaşamlarını iyileştirme ve kısırlaştırma gibi faaliyetlerine devam etmektedir (bkz, <http://thkd.org.tr/basariharimiz.html>, Erişim: 11.09.2017).

- Hayvanları Koruma Derneği (HAYKOD):

1955 yılında dönemin cumhurbaşkanı Celal Bayar öncülüğünde ve İsmet İnönü, Refik Koraltan, Suna Kan, Sabiha Bengütaş gibi önemli isimlerin üyeliğinde kurulmuş HAYKOD, 1956 yılında ise resmi olarak dernek haline gelmiştir. Aynı zamanda, hayvanları koruma üzerine dünyada söz sahibi olan RSPCA, HIS, HSUS derneklerinin üyesidir. HAYKOD, Türkiye'nin ve dünyanın ilk devlet desteksiz barınağını kurması anlamında önemli bir dernektir. HAYKOD hayvan hakları adına geçmişten günümüze birçok çalışma yürütmüştür. Örnek olarak; yaşamını yitiren hayvanlar için Melekler Bahçesi Parkı'nda yer oluşturarak, gömülebilecekleri yer konusunda çözüm getirmişlerdir. Anaokullarda ve ilkokullarda hayvan sevgisi ve hayvanla sağlıklı yaşayabilme gibi noktalara yönelik, aktif eğitim çalışmaları gerçekleştirmekte ve hayvan sevgisi oluşturmak için çocuk kitapları yayınlamaktadır. Toplum sağlığını göz önüne alarak sahipsiz hayvanlara aşılama ve kısırlaştırma uygulamalarını yapmak amacıyla, belediyelerle, A.Ü. Veterinerlik Fakültesi ve veteriner hekimlerle ortak çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu sayede binlerce sahipsiz hayvanın aşılama, kısırlaştırılma, tedavi, bakım, beslenme ve barınması gibi ihtiyaçları sağlanmıştır. 2004 yılında Çin'deki kedi ve köpeklerin derilerinin yüzülmesi konusuna dikkat çekerek dünyada kamuoyu oluşmasına ve konunun basında yer edinmesine katkılar sağlamışlardır. Türkiye'de birçok şehirde faaliyetlerine devam eden kuruluş yurtdışında da çalışmalarını sürdürmektedir (bkz, <https://haykodorg.wixsite.com/haykod/tarihemiz>, Erişim:11.09.2017).

- Doğayı ve Hayvanları Koruma Derneği (DOHAYKO):

Belediyenin köpekleri itlaf ettiğini görüp ve hayvanları korumak konusunda müdahalede bulunmuş hayvan ve doğaseverler tarafından 1995 yılında kurulmuş bir dernek olan DOHAYKO, hayvan barınaklarının hayvanların yaşam koşullarına uygun hale getirilmesinde aktif olarak yer almıştır. Türkiye genelinde 20'yi aşkın şubesiyle hayvanları koruma üzerine dikkati çekmekte sokak hayvanlarının kısırlaştırılması için belediyeyle birlikte hareket etmektedir. Birçok yerde tanıtım konferansları düzenleyen DOHAYKO, aynı zamanda televizyonlarda hayvan hakları konusunda eğitici programlar yapmıştır. Sokak köpeklerinin korunması için "kısırlaştır-aşılata-yaşat" adlı bir kampanya başlatmış, topluma basın, broşür ve televizyon programları ile tanıtılmasını sağlamıştır.

Özellikle dini inançlardan yola çıkılarak oluşturulmuş bazı hurafeler sebebiyle hayvanlara karşı bakış açısını iyileştirmek amacıyla, İlahiyat alanından Prof. Dr. Ali Osman Ateş ile “Doğanın ve Hayvanların Korunması” isimli bir kitapçık hazırlanmış ve ülkenin 10.000 noktasına ulaştırılarak toplumdaki yaygın yanlış inanışlar bilimsel bir şekilde düzeltilerek insanların bilgilendirilmesi sağlanmıştır (bkz, <http://www.dohayko.org/dohayko-bilgiler-mainmenu-55/48-dohayko-ropjuruluan-bu-g.html>, Erişim:11.09.2017).

- Kimsesiz Hayvanları ve Doğayı Koruma Derneği (KİHAYKO):

2014 yılında Metin Yıldırım ve pek çok hayvan hakları savunucusuyla birlikte Adana merkezli olarak kurulmuş olan KİHAYKO, gönüllü oluşan bir ekiple beraber 2004 yılında çıkarılan 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu’ndaki eksikliklerin giderilmesi ve yasanın daha uygar hale getirilip geliştirilmesi için uğraş vermiştir. Kurulduğu zamandan bu yana 1200’den fazla hayvan hakları ihlaline neden olan suçları duyurarak denetimlerinin sağlanmasına katkı sağlamıştır. “Bir Nefes Doğa Bir Pati Sevgi” isimli projeye, Adana Valiliği, Orman Su İşleri 7 Bölge Müdürlüğü, Adana Büyükşehir Belediyesi, Denetim Serbestlik Şube Müdürlüğü ve HAYKONFED ile beraber destekte bulunmuşlardır. Ulusal Basın, Yerel Basın ve Ulusal TV kanallarında yer alan dernek, sadece ulusal tabanın dışına çıkarak, 2017 yılında, dünyanın pek çok yerinde yayınlanan Harper’s Bazaar Dergisi ile sokak hayvanları ve 5199 sayılı yasa üzerine söyleşide bulunmuş ve dergide tam sayfa yer almıştır. Şu an da çalışmalarına devam KİHAYKO, Türkiye genelinde de birçok il ve ilçelerinde temsilciliğe sahip bulunmaktadır (bkz, <http://www.kihayko.com/biz-kimiz>, Erişim:11.09.2017) .

- Hayvan Severler Derneği (HAYSEVDER):

2009 yılında kurulmuş olan HAYSEVDER, sahihsiz hayvanların tedavi uygulamalarını, yuvalandırılmalarını ve hayvanlar konusunda insanların bilgilendirilmesi için çaba gösteren bir dernektir. Bu güne kadar Türkiye’nin farklı noktalarında hayvan koruma konusuna dikkat çekmek için başka hayvan koruma dernekleriyle beraber çeşitli eylem ve uygulamalar yapmışlardır (bkz, https://www.haysev.site/biz-kimiz?ref=StoreYa&utm_campaign=storeya2&utm_medium=trafb&utm_source=stry,

Erişim:18.09.2017). Hayvan haklarına sahip çıkılması için devletle bu konuya yönelik iletişimlerini sürdürmüş, hatta 5199 Sayılı Hayvan Hakları Kanunu Yasa Tasarısı'nı öngördüğü “sokaktaki sahipsiz kedi ve köpeklerin, şehir dışında kurulacak doğal hayat parklarına gönderilmesi” fikrine, öldürölme ihtimalleri düşüncesıyla bunu “Katliam Yasası”şeklinde adlandırarak karşı durumuşlar ve yasa tasarısının geri çekilmesi için protestolar yapmışlardır (bkz., https://www.haysev.site/haberler?ref=StoreYa&utm_campaign=storeya2&utm_medium=trafb&utm_source=stry, Erişim:18.09.2017).

Türkiye'deki diğer hayvan hakları ve koruma derneklerine bazı örnekler ise (bkz, <http://bipati.co/genel/dernekler-federasyonlar-ve-kuruluslar/>, Erişim:10.09.2017):

- Hayvanları Çaresizlikten ve İlgisizlikten Koruma Derneği (HAÇİKO)
- Seferihisar Doğa Ve Hayvan Dostları Derneği (SEHAYDER)
- Yedikule Hayvan Dostları Derneği (YHDD)
- Kocaeli Doğa ve Hayvan Hakları Savunucuları Derneği (KOHSEVDER)
- İzmir Çevre Doğal Hayatı ve Hayvanları Koruma Derneği (İZÇEV)
- Mersin Hayvan Severler Derneği (MHSD)
- Çeşme Alaçatı Doğa ve Hayvan Severler Derneği (ÇESAL)

İKİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

1. Halkla İlişkiler Kavramı

Halkla ilişkiler, her ne kadar 20. Yüzyıldan günümüze doğru evrilen bir olgu gibi görülmekteyse de bu olgunun geçmişi çok eski tarihi dönemlere kadar uzanmaktadır. Pek çok yazara göre halkla ilişkiler kavram olarak kullanılmaya başlamadan çok öncelerde uygulama alanı olarak tarihte yer bulmuştur. Örnek olarak Eski Yunan ve Roma dönemlerinde yahut Pers, Babil, Asur ve Eski Mısır gibi uygarlıklarda halkla ilişkiler uygulamaları olarak sayılabilecek örnekler görülebilmektedir (Balta Peltekoğlu, 1993:11).

“Halkla ilişkiler” kavramının ilk olarak 1807 yılında, Amerika Birleşik Devletleri başkanı Thomas Jefferson'un kongreye gönderdiği mesajında kullanılmış olduğu bilinmektedir (Kazancı, 1980:1). Ancak halkla ilişkiler konusunda; ABD’de Andrew Jackson’un seçim kampanyası ile ilk kez halka seslenişi, eski bir gazeteci olan Ivy Lee tarafından ilk halkla ilişkiler bürosunun kurulması, halkla ilişkiler konusunda danışmanlık hizmetini ortaya çıkaran Edward Bernays’ın 1947 yılında ilk halkla ilişkiler okulunun Boston Üniversitesi’nde açılmasıyla ilk dersi vermesi gibi önemli gelişmeler ile halkla ilişkiler gitgide gelişmeye ve anlam kazanmaya başlamıştır (Küçüksaraç, 2008:47).

“Kısaca ‘PR’ şeklinde ifade edilen Halkla İlişkiler kavramı İngilizce’deki ‘Public Relations’ Fransızca’daki ‘Relations Publique’ sözcüklerinin karşılığı olarak dilimize geçmiştir” (Işık’tan Akt. Ünlü, 2012:5). Modern şekilde başlangıcı 20. yüzyılın başları olarak kabul edilen halkla ilişkilerin, kuram ve uygulamalar açısından temelini oluşturan boyutları ve hedefleri anlamında geniş ölçekli kabul görülen bir tanıma yapılamamıştır (Çelebi, 2010:35). Halkla ilişkilerin faaliyet alanının geniş olması, sosyal bilimlerdeki birçok farklı dalın içinde olması, bu dalların farklı metodlarla farklı amaçlardaki örgütlerde uygulanması, insan ilişkilerini barındıran her ortamda uygulama gereği, bu kavram için ortak bir tanıma ulaşılabilmeyi güçleştirmiştir (Kocabaş, Elden ve

Yurdakul'dan Akt. Solmaz, Arslan, Aydın, Duğan, 2012:256). Yine de literatürde halkla ilişkiler kavramına yönelik fazlaca tanım bulunmaktadır. Bunlardan bazı örnekler:

Bernays 1923'de yazdığı *Crystallizing Public Opinion* adlı eserinde halkla ilişkileri; kamu ile örgüt arasında uyum ve anlayış sağlama, şeklinde ifade etmiştir (Bernays'dan Akt. Erdoğan, 2006:19).

Kazancı (1996)'nın tanımlamasına göre halkla ilişkiler; “ideolojik bir çaba, yönetimin bilgi ihtiyacını karşılayıcı, kuruluşlarla halk arasında karşılıklı ilişkileri güvene dayalı bir biçimde geliştirmeye yönelik iletişim üzerine kurulu bir teknik olduğunu ve bir yöntemler bütünü”dür (Kazancı'dan Akt. Karaman, 2006:54)

Peltekoğlu'na göre halkla ilişkiler; “Yönetimin, kamuoyunun görüşleri hakkında bilgilendirilmesini ve yetkin olmasını içerir. Yönetimin kamu yararına hizmet sorumluluğunu belirler” (Balta Peltekoğlu, 1993:4).

Tortop (1990)'a göre halkla ilişkiler; “Yönetimin izlemekte olduğu politikanın halka benimsetilmesi, çalışmaların sürekli ve tam olarak halka duyurulması; bunun yanı sıra halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün ve yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması işlevidir” (Tortop'tan Akt. Sülüş, 2009:13)

Fransız yazar Dumont-Frenette' göre halkla ilişkiler, “kamu veya özel bir şirket ya da başka bir kuruluşun, eylem alanına giren kişiler veya gruplarla, karşılıklı yararları göz önünde tutarak güçlü bir denge kurma işlevidir” (Cutlip'ten Akt. Kılınç, 2013:5).

Asna (2012)'ya göre halkla ilişkiler; “özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yönelmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır” (Asna'dan Akt. Taşdelen, 2014:4).

Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği (IPRA)'ya göre ise halkla ilişkiler, “özel yada kamu kurum ve kuruluşunun, ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptığı faaliyetler” şeklinde tanımlanmıştır (Eskiyörük, 2010:9).

2. Halkla İlişkiler Uygulamalarının Önemi

Günümüzde ve modern toplumların getirisi olarak halkla ilişkiler uygulamaları örgütler için olmazsa olmaz niteliktedir. Şu an ‐halkla iç içe olmayan, halktan kendini dışlayan, içine kapanık, halkın ihtiyaç ve beklentilerini dikkate almayan ve güven vermeyen kurumların sürekliliğini sağlamaları zordur. Bu nedenle halkla ilişkiler politikaları oluşturmak zorundadırlar.”(Özdemir, 2014:14). Sadece örgüt dışına değil örgüt içi halkla ilişkiler uygulamaları da örgüt amacına yönelik verimde gereklilik arz etmektedir. Halkla ilişkiler, gerek örgüt kimliğini tanıtmaya ve geliştirmede, gerekse örgüt imajını belirleme ve güçlendirmede dolayısıyla örgütün itibarını pozitif noktalarda tutmada oldukça belirleyicidir. Halkla ilişkiler ile hedef kitlenin güven ve ilgisi değerlendirilebildiğinden örgüt hedeflerini gerçekleştirme açısından etkinlik tespiti yapılmasını sağlar. Örgüt içinde ve dışındaki hedef kitleye uygulanan halkla ilişkiler çalışmaları örgütte ve örgüt dışındaki hedef kitleyle karşılıklı anlayış ve kabülü gerçekleştiren ve görüş birliğine ulaştırmayı sağlayan bir faktördür (Uysal-Sezer, 1987:218-219). Tüm bu nitelikleriyle halkla ilişkiler uygulamaları her türden örgüt için büyük önem taşımaktadır.

Halkla ilişkiler uygulamaları sonuçlarının örgütler için bu kadar mühim olması halkla ilişkiler düşüncesinin amaçlarında yatmaktadır. Bu anlamda halkla ilişkiler hem örgüt yahut kuruluş içi hem de örgüt dışı bazı amaçlar taşımaktadır.

Halkla ilişkileri etkili gerçekleştirebilmek, etkin iletişime dayanmaktadır ve dolayısıyla örgüt içinde sağlanan etkin iletişim, örgütteki halkla ilişkiler uygulamalarını gerçekleştirmek adına başat niteliktedir. Örgüt, kurum veya kuruluş içi iletişimin amaçları genel olarak şunlardır (Kıvrak, 2007:57):

- Örgütün hedef ve politikalarının çalışanlar tarafından benimsenmesini sağlamak,
- İş ve uygulamalarla ilgili bilgilendirerek iş eğitimini kolay hale getirmek,
- Çalışanları kurumun sosyal ve ekonomik sorunları konusunda bilgilendirmek,
- Kurum içi çatışmalı sorunlar hakkında çalışanları aydınlatmak,

- Çalışanları yaratıcılığa, yeniliğe ve yönetime bilgi ve geri bildirimde bulunması konularında teşvik etmek,
- Örgütün faaliyetleri, başarıları ve kararları hakkında çalışanları aydınlatmak,
- Yönetim ve çalışanlar arasında ilişkiyi karşılıklı iletişime geçecek şekilde özendirme,
- Çalışanların örgütü veya kurumu temsil niteliklerini geliştirmek,
- Çalışanları kariyer fırsatları ve geleceğe yönelik beklentiler konusunda bilgilendirmek,
- İletişime yönelik faaliyetlerle örgüt iklimi, kültürü ve kimliği oluşturup, sürdürülebilir hale getirmek.

Tortop (1975) ve Sabuncuoğlu (1998)'nin örgüt dışı yani toplumsal halkla ilişkilerin amaçlarına yönelik ifadelerinden temel alınarak (Tortop ve Sabuncuoğlu'ndan Akt. Tamsü Kuraner, 2011:9). Toplumsal halkla ilişkilerin amaçları şu şekilde özetlenebilir:

- Halkı aydınlatmak ve örgütün çalışmalarını benimsetmek.
- Halkta örgüte karşı olumlu imaj ve sempati yaratmak.
- Halkın örgütle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak.
- Doğru kararlar alabilmek için halkla diyalog halinde olup, bilgi toplamak,
- Halkla işbirliğine giderek hizmetlerin kolaylaşmasını sağlamak,
- Halkın istek, öneri, beklenti ve şikâyetlerini göz önünde bulundurarak bunlarla ilgili çalışmalar yapmak ve sorunlara çözümler üretmek,
- Her bireye saygı duyarak sosyal sorumluluk duygusunu yaratmak,
- Örgütün yurt içi ve yurt dışında saygınlığını koruyarak tanınmasını sağlamak.

Halkla ilişkiler, toplum ve örgüt arasında sağlıklı iletişim yolları kurarak iki tarafın birbirini tanıyıp etkileşimde olmasını sağlamaktadır (Sabuncuoğlu, 1998:53). Amaçlarından da anlaşılacağı gibi halkla ilişkiler, örgütlerin faaliyetlerini etkileyen grup veya kişilerle, örgütleri arasında olumlu ilişkiler kurmalarını sağlamaktadır ve bununla birlikte halkla ilişkiler, örgütleri, çevrelerindeki sosyal değişimlere, sosyal beklentilere, sosyal beklentilere adapte etmeye çalışmaktadır (Philip Seip & Kathy

Fitzpatrick'den Akt. Çelebi, 2010:40). Bu bağlamda örgütlerin, örgütsel amaçları ve bu amaçları doğrultusunda verimliliği sağlamak için halkla ilişkiler çalışmaları yapmaları, artık gereklilikten de öte gözardı edilemeyecek bir gerçeklik boyutuyla önem arz etmektedir.

3. Halkla İlişkiler Yöntem ve Araçları

Halkla ilişkiler uygulamaları genel anlamda kurumsal iletişim, kriz, etkinlik, imaj ve itibar yönetimi, pazarlama (Yaman, 2016:18), sosyal sorumluluk, marka yönetimi ve medya ilişkileri (Ünlü, 2012:13-14) alanlarında karşımıza çıkmaktadır. Bunlar gibi veya diğer alanlarda yapılan halkla ilişkiler uygulamaları belli başlı bazı araçlar kullanılarak sağlanmaktadır.

3.1. Yazılı Araçlar (Basılı)

3.1.1. Kurum Gazetesi

“Gazeteler hem kuruluş çalışanları ile hem de kuruluşun ilişkili olduğu kurumlarla ilişkileri geliştirmek amacıyla kullanılan halkla ilişkiler araçlarından biridir” (Çamdereli'den Akt. Tamsü Kuraner, 2011:38). Kurum içinde, kurumdaki çalışanlara yönelik olan kurum gazetesi genellikle kurumun çalışma şartlarıyla ilgili değişiklikleri, üretim, satış ve finansal konuları ele almakta ve hatta kurum çalışanlarıyla ilgili ödül, terfi ve evlenen çalışanlarla ilgili konuları da barındırmaktadır. Genel olarak kurumun ekonomik, sosyal, teknik yapısı, yatırımları ve güncel gelişmeleri hakkında bilgilerin verildiği, ayrıca çalışma şartları ve doğum, ölüm, işe giriş ve işten çıkış yapanlar, mutlu günler gibi kişisel haberleri de kapsayan (Koro, 2005:63) kurum gazetesi; aylık, üç aylık vb. gibi belirli aralıklarla çıkarılmaktadır (Yaman, 2011:26).

3.1.2. Dergi

Çok çeşitte konuları kapsamaması nedeniyle farklı içerik, hedef kitle ve ilgi alanlarına ayrılabilen yayınlar olan dergilerin; gazetelere oranla daha uzun zaman aralıklarıyla yayınlanan, haftalık, aylık, iki veya üç aylık, altı aylık veya yıllık şeklinde oluşturulan örnekleri de bulunmaktadır (Taşdelen, 2014:67).

Bir derginin, kolay okunabilen ve ilgi çekici olması önem taşımaktadır; çünkü yayında uzun sürelerce kalabilmesi sahip olduğu içerik ve kaliteye bağlı olmaktadır. Öte yandan masraflı oluşları ve de hazırlanmalarının zaman alması sebebiyle dergiler zayıf yanlar taşımaktadır (Megep, 2011:21).

3.1.3. Broşür ve El Kitapçığı

Sayfa sayısı az, ufak çaplı bir dergi gibi olan broşürler tanıtım amaçlı kullanılmakta ve genel olarak sekiz on sayfa arası ve bol resim içerikli oluşturulmaktadır (Sabuncuoğlu, 2007: 141). Broşürlerde, herhangi bir kişi eline aldığı anda dikkat çekici nitelikte kapak sayfasına sahip olacak şekilde hazırlanması, ayrıca verilmek istenen en önemli bilgilerin orta sayfalarda en doğru şekilde ifade edilmesi en önem taşımaktadır (Güven, 2014:54).

El kitapçığı ise, kurumu tanıtan, kurumun uğraşı alanlarını ve faaliyetlerini anlatan, karşılaşılabilecek sorunların çözümüne ait yöntemleri ve kurum personellerine hak ve sorumlulukları gösteren araçlardır (Megep, 2011:3). Genel olarak kurumla ilgili bilgileri içeren bir başvuru kaynağı niteliğine sahiptirler (Göküş, 1993:36).

3.1.4. Afiş ve Bülten

Halkla ilişkiler uygulama araçlarından afişlerde, esas amaç çekicilik yaratabilmektir. Bu yüzden de yazılar yerine daha çok dikkat çekici grafikler kullanılmakta, uzun cümlelere veya uzun sözlere ise yer verilmemektedir. Bu çekicilik yaratma amacını gerçekleştirebilmek için, afişlerde, kısa ama çarpıcı sözler kullanılıp, grafik veya resimler ön plana çıkarılmaktadır (Sülüş, 2009:109). Bu sebeple bu aracın en önemli özelliği 'az sözle, çok şey anlatma' fikrini sağlayabilmektir (Koro, 2005:65).

Bültenler ise belli zamanlarda yayınlanıp ilgili kişilerin dikkatine sunmak için hazırlanan yayınlar olup, içinde ilgililerin dikkatini çekmek için güncel olaylara ve yine ilgililerin tepkilerini ve fikirlerini görebilmek için kısa sorulara yer verilebilen araçlar olarak tanımlanabilmektedir (Göküş, 1993:35-36).

Bu yazılı araçlar dışında, “yıllık rapor, mektup, kartvizit, pankart ve pul” (Yaman, 2011:28) gibi araçlar da halkla ilişkiler uygulamaları içinde kullanılan araçlardan sayılabilmektedir.

3.2. Sözlü Araçlar

3.2.1. Yüz Yüze İletişim ve Telefonla Görüşme

Yüz yüze iletişim, iletişimin çift taraflı işlemlerini sağlaması açısından halkla ilişkilerde oldukça önemlidir. Çünkü bu sayede iletişim kurulan kişinin verilmek istenen mesajı alıp alamadığı, davranış ve tepkileri, mesaj veren kişi tarafından anında tespit edilebilmektedir (Kılınç, 2013:45). Bu anlamda mesajı veren kişi geri bildirim şansı yakalayabildiğinden daha etkin bir halkla ilişkiler sağlanabilmektedir.

Telefonla görüşme ise, iletişimi hızlandıran ve kolaylaştıran bir araç olup, iletişimin başarılı gerçekleşmesi görüşmesinin anlatım yeteneğine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu anlamda telefonda yüz yüze iletişimin sergilenme şansının olmayışı, görüşmeciyeye, mesajını doğru verebilme adına sorumluluklar yüklemektedir. Karşılıklı jest, mimik ve davranış takibi olmayışı dolayısıyla başarılı bir telefon görüşmesi için görüşmecinin, ses tonuyla, vurgularıyla, duygu aktarımını ve hoşgörülü yaklaşımını karşı tarafa geçirebilmesi gerekmektedir (Tamsü Kuraner, 2011:45).

3.2.2. Toplantı ve Konferans

Halkla ilişkiler açısından toplantılar genel olarak bilgi alış verişi, katılanlarla karşılıklı görüş ve fikir değerlendirmelerinin yapılmasını sağlar. Toplantılar, önceden belirlenmiş başlama ve bitiş saatleriyle, belli gündemler üzerine, belli bir toplanma alanında yapılmaktadır. Toplantılarda, iletişim araçlarıyla (film, slayt vb.) destekleme, özgür fikir akışlarının sağlandığı bir ortamın yaratılması ve demokratik bir şekilde yönetilmesi toplantıya ilişkin verim elde edebilmek için önem taşımaktadır (Koro, 2005:59).

Konferanslarda, tek yönlü bir iletişim ile uzun bir sürede, geniş bir kitleye, görüşlerin iletilmesi söz konusudur. Konferanslarda bir konuda uzmanlaşmış kişiler bilgi ve deneyimlerini aktarmaktadırlar. Bu anlamda başarılı bir konferansta katılımcılar konu ile alakalı önceden bilgilendirilmeleri ve konuşmacıların da katılımcıların dikkatinin

dağılmasına izin vermeden ve ilgi çekici şekilde anlatımlar yaparak dikkati kendi üzerinde tutmalıdır (Taşdelen, 2014:72)

3.2.3. Seminer ve Sempozyum

Semirler için birkaç oturumlu süren, bilimsel düzeyde konuların ele alındığı, birkaç konuşmacıdan oluşan ve bilimsel düzeyde konuları ele aldığından kaynaklı sınırlı bir kitleye hitap eden toplantılar denilebilmektedir. Seminerlerde, konular bilimsel yönden ve değişik açılardan incelendiği, soru, tartışma ve eleştirilere yer verildiği ve sorunların çözümüne yönelik bilgi akışının sağlandığı oturumlar olduğundan, etkin halkla ilişkiler uygulama aracı olarak sayılmaktadırlar (Asna'dan Akt. Göküş, 1993:41).

Sempozyumlarda, bir konu üzerinde farklı kişiler tarafından 15 – 20 dakikalık sürelerle ikna niyetinden öte sorunların çözümü için seri konuşmalar yapılmaktadır. Sempozyumlar, bir gün de birkaç gün de sürebilmektedir. Sempozyumlarda, konuşmacılar tarafından sunulan bildiriler, zaman zaman kitap haline getirilerek yayımlanabilmektedir (Sülüş, 2009:115).

3.3. Görsel ve İşitsel Araçlar

3.3.1. Radyo ve Televizyon

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde söz, müzik ve ses efektleri vasıtasıyla ulaşılmak istenen kitlelere mesajların iletilmesine yarayan radyo, yapım ve yayını ucuz bir araç olarak halkla ilişkiler uygulamalarında tercih edilen etkili bir araç olma özelliğini sürdürmektedir (Güler, 2010:208). Radyo aracılığıyla “haberler, belgesel programları, konser, sergi, fuar gibi etkinliklerin duyurumu, hedef kitlelere ulaşmada ve halkla ilişkiler olgusunun yaşatılmasında etken olabilmektedirler” (Tengilimoğlu, Dilaver, Öztürk, Yüksel'den Akt. Kılınç, 2013:46).

Televizyon halkla ilişkiler yapımcılarının en etkili araçlarından olarak görülmektedir; bunun sebebi; hem görsel hem işitsel olması, hareketli öge içermesi, mesajlarda çekicilik taşıması, akılda kalıcılığının yüksek oluşu, hem eğlendiren hem bilgilendiren nitelikte olması ve çok geniş ve farklı kitlelere hitap edebilmesidir. Bu özellikleri sayesinde televizyon, halkla ilişkiler amacına güçlü bir şekilde hizmet etmektedir (Özkanal, 2013:91).

3.3.2. Film

Bir diğerk önemli halkla ilişkiler uygulama araçlarından biri filmlerdir. Filmler kitleler üzerinde güçlü etki yaratabilen araçlardır bu anlamda, halkla ilişkiler bazlı filmler yapılırken hedef kitle olan seyircilerin iyi tanınması gereklidir ve halkla ilişkilerde filmler daha çok kısa metrajlı olarak tercih edilmektedir (Yaman, 2011:32). Genellikle, halkla ilişkiler faaliyetlerinde bilinen çeşitlerdeki filmler dışında eğitsel, kültürel ve sadece tanıtım amacına yönelik filmlerden de yararlanılmaktadır. Bazı araştırmalarca bu filmlerin işitsel iletişim araçlarından iki kat daha etkili olduğu gösterilmiştir (Tengilimoğlu'dan Akt. Tamsü Kuraner, 2011:53)

3.3.3. İnternet

Günümüzde bireyler ve kurumlar için de bazı avantaj ve dezavantajları birlikte getiren internet faktörü, halkla ilişkiler uygulamalarında sıklıkla kullanılan araçlardandır. İnternetin, çift yönlü iletişime olanak tanınması, hızlı olması, maliyetişin düşük olması gibi avantajlar taşınması halkla ilişkiler açısından da oldukça tercih edilen bir araç olmasında etkili olmaktadır (Bakan, 2011). Ancak yine internet ortamında yayılan bilgilerden ötürü kurumlar zaman zaman bazı krizler de yaşamaktadır. Bu anlamda internet, gerçek dışı bilgilere karşı zamanında müdehale edilememesi durumunda kurum için hedef kitesiyle arasındaki güven yönünde bazı sorunlara yol açmaktadır. Dolayısıyla internetin bu tarz dezavantajları da söz konusudur. Yine de internet ortamında yapılan halkla ilişkiler çalışmaları bu krizlerin yönetiminde de etkili olmakta ve kurumlar internet aracılığıyla çözüm üretimi sağlayabilmektedirler (Özgen, 2011:100). Halkla ilişkilerde, internetin iletişimde sağladığı hız sayesinde birçok avantaj yakalanırken, firmalar için de müşterilerine kendilerini duyurmaları ve tanıtılmaları yönünde etkin bir araç haline gelmiştir. Firmalar, bu araç sayesinde düşük maliyetle ve kısa zamanda ürünlerinin tanıtım ve satışını yaptıklarından, her türlü hizmetin verilmesinde internet ortamının öneminin farkına varmışlardır (Mestçi, 2005:1).

3.4. Organizasyonel Araçlar

3.4.1. Tören ve Festival

Törenler, firma veya kuruluşların açılışları için, yıldönümleri için ya da önemli kişileri anmak üzere yapılabilmektedir. Törenlerdeki önemli nokta, yapılacak törenin, kamuoyunun genelini alakadar edebilecek ve medya dikkatini çekecek oransa haber değerinin olması özelliklerini barındırmasıdır (Karaköse ve Topbaş, 2010:8). Törenler, kuruluşla alakalı yeni bir şeyin tanıtımı veya özel bir günü kutlamak için yapılan organizelerdir ve özel ödül dağıtımı gibi nedenlerle düzenlenmektedir (Öğüt, 2007:62). Törenler, kurum içi ve kurum dışı halkın desteğini almak amacıyla yapılmaktadır ve üst düzey yönetici ve ünlülerin katılımıyla medyada yer alarak, halkla ilişkiler anlamında fırsat yaratmaktadır (Kazancı'da Akt. Tamsü Kuraner, 2011:56)

Yerel, ulusal ve uluslararası kapsamda, organizasyonların adlarını kendilerini duyurma ve tanıtımalarında bir diğer etkin halkla ilişkiler aracı da festivallerdir. Örgütün hedef kitlesinden sempati toplaması ve kendini bilinir hale getirmesi halkla ilişkiler açısından büyük önem taşımaktadır (Koro, 2005:83). Festivaller, hem yakın çevreye etki ederken, hem de ulusal düzeyde şehrin, örgütün ya da olayın duyulmasını sağlamakta, ilgiyi onun üzerine çekmektedir (Kazancı, 1980:130).

3.4.2. Sergi ve Fuar

Halkla ilişkiler araçlarından sergi ve fuarlar da zaman aralıklarıyla ve farklı güncel durumlara göre başvurulmuş çalışmalardır. “Fuar ve sergiler, işletmelerin ürün ve hizmetlerini tanıtmaları, markalarının hedef kitle ile iletişime geçmesi, rakipler ve sektör hakkında bilgi edinme açısından önemlidir. Firmalar, (...) hem yeni ürünleri tanıtmaya hem de yeni ürünlerin pazara uygunluğunu test etme fırsatı elde ederler” (Güler, 2010:213).

3.4.3. Yarışma ve Sponsorluk

“Yarışmalar, genel ilgiyi işletme üzerine çekebilen bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. Yarışmalar belirlenen hedef kitleye göre değişebilir. Hedef kitlenin beğenisini ve desteğini kazanmak için yapılan yarışmaların ödüllü olması hem ilgiyi artırır hem de yarışmaya ciddi bir görünüm kazandırır” (Asna'dan Akt. Kılınç, 2013:47)

Sponsorluk ise bir etkinliğine destek vermek suretiyle toplumsal yarar elde etmeyi sağlayan ve aynı zamanda destek veren tarafın da yani sponsor olanın da kendi adına karşılık bekleyerek ve ticari yarar gözeterek; halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama gibi faaliyetlerini gerçekleştirebilmesini sağlayan iletişim ortamıdır (Taşdemir, 2001:98). Sponsorluk aracılığıyla destek sağlayan firma hem kendisinin hem de anlaştığı kurumların iletişim araçlarını kullanıp hedef kitleye ulaşmaya çalışmaktadır. Sponsorluk ile yapılan tanıtım faaliyetleri genel olarak; reklam, afiş, halkla ilişkiler, kampanya gibi uygulamaları içermektedir (Eser ve Dolunay; 2014:31). Bu anlamda sponsorluğun halkla ilişkiler kapsamındaki amaçları; örgütün ismini hedef kitlelere duyurmak, kurum kimliğini kuvvetlendirmek, ulaşılmak istenen kitle tarafından bilinir ve akılda kalıcı hale gelmek ve örgüte yönelik güven duygusu yaratmak (Eser ve Dolunay; 2014:31) şeklinde sıralanabilmektedir.

4. Halkla İlişkiler Modelleri

Halkla ilişkiler, birtakım tarihsel aşamalardan geçip dönüştürerek günümüze ulaşmıştır. Tarihsel yolculuğundaki bu süreç, günümüzde halkla ilişkileri, dört temel model kapsamında açıklanmasını sağlamıştır. Amerika'nın tarihsel gelişim sürecini yansıtan bir şekilde Grunig ve Hunt 1984'te tarafından örgütlerin ortamlarıyla arasındaki etkileşimlerinden hareketle modeller oluşturulmuştur (Erendağ Sümer, 2011:27). Bu dört model "halkla ilişkilerin uygulanış biçimleri" veya "örgütlerin davranış kalıpları"ni ortaya koymaktadır. J.Grunig ve Hunt, bu dört modeli; basın ajansı/tanıtım modeli, kamuoyu modeli, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik model olarak ortaya koymuşlardır (Yılmaz, 2011:24).

4.1. Basın Ajansı/Tanıtım Modeli

Bu model 1850- 1900 yılları arasındaki halkla ilişkiler faaliyetlerini içermekle beraber, modele göre bu faaliyetler propaganda uygulamalarıyla benzerdir ve dürüstlük faktörü her zaman göz önünde tutulmayabilmektedir. Modeldeki iletişimin akış yönü, örgütten kamuya doğru tek yönlü olarak gerçekleşmektedir (Grunig ve Hunt'dan Akt. Çalık, 2013:7).

19. Yüzyılda basın ajansları müşterilerini basında tutmak ve kamuoyunu elde edebilmek için her türlü faaliyetlerde bulunmuş ve kamu üzerinde manipülasyon

teknikleri kullanmışlardır (Balta Peltekoğlu, 1993:13-14). Basın ajansı modeline göre propaganda yoğunluklu, abartılı veya gerçekdışı bilgilerle kamu yönlendirilmekte ve hatta bir nevi kandırılmaktadır. Yine de kamu tarafına bakıldığında, aslında, kamu da kendilerine sunulan bilgilerin gerçek olup olmadıkları ile ilgilenmemekte ve bu bilgileri sorgulamadan veya yorumlamadan doğrudan almaktadırlar (Yılmaz, 201:26).

4.2. Kamuyu Bilgilendirme (Kamusal Enformasyon) Modeli

20. yüzyıl ile birlikte anılan bu modelin ortaya çıkışı; medyanın, kuruluşların her türlü yolla basında yer almalarını güçlü bir şekilde eleştirmesiyle ve şirketlerin bu noktada propagandanın yetersiz kaldığını düşünüp gerçekte ve doğru bilgi paylaşarak basında yer edinmeye çalışmasına dayanmaktadır. Yine de örgütler kendileriyle ilgili olumsuz bilgileri vermekten kaçınmışlardır ve aynı zamanda iletişim kamununun fikirlerini gözardı ederek, örgütten halka doğru bir akışla yine tek yönlü olarak kalmıştır (Erendağ Sümer, 2011:29).

Kamuyu bilgilendirme modeli uygulamalarına verilen başlıca örnek; halkla ilişkilerin önemli temsilcilerinden sayılan Ivy Lee ve O'nun, Antrasit kömür grevi, Pensilvanya Demiryolu ve Rockefeller ile ilgili yürütmüş olduğu halkla ilişkiler faaliyetleridir (Balta Peltekoğlu, 1993:16). Ivy Lee'nin de doğrunun anlatılması, kamunun aydınlatılması şeklinde olan görüşleri (Balta Peltekoğlu, 1993:15) gibi, kamusal enformasyon modelinin temel savunusu kamuyu bilgilendirmek olarak açıklanmaktadır. Günümüzde ise bu modelin daha çok kâr amaçlı olmayan kuruluşlar ya da kamu tarafından kullanıldığı düşünülmektedir (Özdemir, 2009:293).

4.3. İki Yönlü Asimetrik Model

İki yönlü asimetrik modele göre kuruluşlar sundukları hizmet veya satışları için kamunun fikrini göz önünde bulundurmaktadır. Bu anlamda “model ‘geri bildirim’ (feedback) kavramının ve gerekliliğinin kabulünü ortaya koymuştur” (Demir, 2013:60). Kuruluştan kamuya ve kamudan kuruluşa akan iki yönlü bir iletişim söz konusu olduğundan, bu model ‘iki yönlü’ olarak adlandırılmasının olarak adlandırılmıştır. Ancak kuruluş, hedef kitlerinin fikirlerini kendini değiştirmek yahut düzeltmek adına göz önünde bulundurmamak yerine, hedef kitleyi kendi fikirlerine ikna etmeye ve kamuyu

kontrol etme yönünde çalışmaktadır (Yılmaz, 2011:19). Bu da modeldeki asimetrik kavramını açıklamaktadır. Bu amaçla kurumlar kendi davranışlarını değiştirmesine gereksinim duymadan araştırmalar ve bilimsel ikna yolu ile kamu desteği sağlamaya uğraşırlar (Dozier ve Grunig'den Akt. Akar, 2011:22).

Bu modelin ana temsilcisi; Amerika'nın I. Dünya Savaşı'na girdiği sıralarda Başkan Wilson'un emri ile kurulan ve yabancı haber ajanslarına Amerika'nın savaşa katkılarını duyuran Halkı Aydınlatma Komitesi bünyesinde görev alan, Edward Bernays'dır (Balta Peltekoğlu, 1993:19-20). "Bernays'ın asimetrik model ile ilgili birçok uygulaması olmakla birlikte, elde edilen bilgileri kuruluş lehine kamuları değiştirmek amacıyla kullanılması konusunda en güzel örnek American Tobacco'nun 'Lucky Strike' sigaraları ile ilgili yürüttüğü kampanyasıdır" (Yılmaz, 2011:28). Kamuyu etkileme, manipüle etme ve ikna etme çalışmalarına olan inaçla beraber Bernays, kamuda değişimi yaratmak adına halkla ilişkileri bilimsel yöntemlerle uygulama yönüne eğilmiş; propoganda, ikna, rızanın inşa edilmesi gibi konular üzerinde durmuştur (Dondurucu, 2014:163).

Bernays'ın da uygulamalarında olduğu gibi, ikna edilecek hedef kitlelerin genel niteliklerinin bilinmesi gerektiği ölçüde, ilgili meselelere yönelik tutum ve davranışlarının da saptanması gerekmektedir (Demir, 2013:61). Öte yandan iki yönlü asimetrik halkla ilişkiler modelinde, kuruluşlar ya da örgütler kendilerinin en doğruyu bildikleri ve kamunun da ancak onlarla işbirliğinde olduklarında yarar sağlayabilecekleri gibi bir varsayımı da taşımaktadır (Erlevent, 2012:115).

4.4. İki Yönlü Simetrik Model

Bu modelde, tarafların birbiriyle diyalog içinde olduğu, diyaloglarda birbirlerine nispeten eşit, birbirlerini etkileyebilen, karşılıklı anlayış ve saygı çerçevesinde gelişen bir iletişim söz konusudur (Erlevent, 2012:115). 1960'lar ve 1970'lerden günümüze ulaşan iki yönlü simetrik modelde kuruluşla ve hedef kitlesi tarafı arasında simetrik ve dengeli bir halkla ilişkiler yaklaşımı sağlanmaktadır (Seitel, 2004: 56).

İki yönlü simetrik halkla ilişkiler modeli, kuruluş ve hedef kitle gibi taraflarda, birinin bakış açısını diğerine uyuşturmak yerine iki tarafı birbirine yakınlaştıracak orta

yola koyacak eş ve dengeli bir tutumu ortaya koymaktadır; bu anlamda karşılıklı anlayış ve mutabakata dayanmaktadır (Elpeze Ergeç, 2006:102).

Bu modelde işlenen ikna konusu, hem kuruluş hem de hedef kitle için geçerlidir; yani iki taraf da birbirini ikna edebilmektedir. Bu durumda her iki tarafta da davranış değişimi sağlanabilmektedir (Grunig ve Grunig'den Akt. Erlevent, 2012:114).

5. Halkla İlişkilerde İlişki Yönetimi (İlişkisel Yaklaşım)

Son yıllarla beraber, halkla ilişkilerde yükselen ilişki yönetimi yaklaşımı, örgütler için önemli olan halkla ilişkiler anlayışına da farklı bir boyut kazandırmıştır. Bu boyut, halkla ilişkileri; örgütlerin hedef kitlelerine yönelik “iletişimlerinin” stratejik bir şekilde sağlanması anlayışından, “ilişkilerin” stratejik bir şekilde yönetilmesi anlayışına taşımıştır. Örgütler veya kurumlar için ilişkideki diğer taraf olan hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerinin göz ardı edildiği bir durumda, hedef kitle tarafından onay, güven, destek sağlama, pozitif imaj ve itibar oluşturma amaçlarıyla gerçekleştirilen halkla ilişkilerin amacına ulaşamayacağı öngörülmüştür. İlişkisel halkla ilişkiler anlayışıyla beraber, örgütlerin sadece kendi amaçlarını gerçekleştirebilmek için hedef kitlelerine olan iletişimlerini yönetmek üzerine değil daha ötesine giderek, örgütsel karar ve uygulamalarda hedef kitle ile ilişki kurup geliştirmek ve ilişkideki her iki tarafın da dikkate alınması gerektiği üzerine bir halkla ilişkiler yaklaşımına varılmıştır. Halkla ilişkiler artık, örgütlerin hedef kitlelerine gösterdiği bir iletişim faaliyeti olmaktan ileriye giderek, ilişkisel yaklaşımla birlikte, örgüt ve hedef kitlesi arasındaki karşılıklı fayda, hoşgörü, güven, iyi niyet vb. gibi esaslara dayanan pozitif ve uzun süreli ilişkiler kurma şeklinde gündeme gelmiştir. Örgütler ve hedef kitle için her iki tarafın da kazanımlar elde etmesini göz önüne alan bu yaklaşım, örgütle etkileşim halinde olan hedef kitleye de örgütle dengeli güce sahip birer ortak olarak görecekle önemle konumlandırmıştır (Boztepe Taşkiran, 2015:99-101).

Örgüt ve hedef kitlesi arasındaki ilişkiye odaklanan ilişkisel yaklaşım, Ferguson'un (1984) örgüt ve hedef kitlesi arasındaki ilişkilerin ana önem niteliğinde olduğunu ifade etmesinden sonra halkla ilişkilerle ele alınmıştır (Bruning ve Lambe 2002'den akt. Akar, 2010: 211). Öte yandan ilişki yönetimi yaklaşımı, Gunig'in halkla

ilişkiler modellerinden çift yönlü simetrik modelden etkilenmekte ve onun bir uzantısı olarak görülmektedir. Bu anlamda ilişkileri geliştirmek ve sürdürmek için özellikle diyalog kavramı üzerine odaklanan (Çalık, 2013:27) yaklaşımla beraber gelen diyalojik teori, iletişim gerçekleştirilirken iletişime dahil olanların birbirlerine karşı yaklaşım ve tavırlarına dikkat etmektedir. Diyalojik teori ile anılan Buber, iletişimin açıklık ve saygı unsurlarını taşıyan öznel arasında geçen özellikler taşıdığını, taraflar için iletişimin araçtan öteye geçerek amaç alınması gerektiğini yani birbirlerini anlamaya odaklı olması gerektiğini vurgulamıştır. Christians ise diyalojik iletişimin nesnel değil öznel olduğunu ve açık tartışma anlamında presip taşıdığını belirtmiştir (Özoran, 2017:15-16). Böylece diyalogla beraber anılan ilişkiyel yaklaşım için literatürde egemen paradigma durumunda olan iki yönlü simetrik iletişim modelinin geçerlilik durumunu ve açıklığını tekrar değerlendirmeye yönelten, farklı yönlerden de bakarak, simetrik modelin kuram ve uygulama arasındaki uyumalılık noktalarını gidermeye çalışan, başka bir deyişle bu modelin gelişmesini sağlayan bir yaklaşım olduğu, denebilmektedir (Özdemir ve Aktaş Yamanoglu, 2010:5).

Halkla ilişkilerde ilişki yönetimi yaklaşımı beraberinde bu ilişkinin boyutu konusundaki fikirleri de getirmiştir. Örgüt ve hedef kitlesi arasındaki ilişkinin boyutunu, Ledingham (2003: 189); güven, şeffaflık, duygusallık, samimiyet, benzerlik, doğrudanlık, uzlaşma, kesinlik, ortak ilgi, ilişki geçmişi ve güvenilirlik olarak sıralamıştır. Grunig ve arkadaşları (2002: 553) ise bu faktörleri; karşılıklı kontrol, güven, bağlılık ve memnuniyet anlamında dört şekilde ele almıştır (Ledingham ve Grunig'den Akt. Akar, 2010:210). Halkla ilişkilerde, bu boyutların sağlanmasıyla ilişki yönetiminin gerçekleştirebileceği düşünülmüş ve ilişkiyel yaklaşım da kurum ve hedef kitlesi arasında karşılıklı yarar sağlayıcı ilişkiler yaratan, sürdüren ve bu ilişkilerdeki kazanç veya kayıpların bu ilişkilerin durumuna bağlı olduğu bir yönetim işlevi, (Cutlip, Center ve Broom, 1985) olarak bir tanımlama kazanmıştır (Cutlip, Center ve Broom'dan Akt. Akıncı, 2014:52).

Görüldüğü üzere örgütler için halkla ilişkiler, sadece hedef kitleyle olan iletişim noktasından öteye giderek ilişki kurma ve geliştirme yönünde anlam ve işlev olarak bir dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümde ilişki unsurun öne çıkması, artık sadece örgüte

yönelik kazanımın değil ilişkideki her iki tarafın da kazandığı bir durumu ortaya çıkarmıştır. Böylece hem örgütsel amaçların gerçekleştirilebilmesi için yapılan halkla ilişkiler amacına hizmet etmekte ve örgüt beklentisini karşılamakta, hedef kitle ise ilişki tarafları olarak değerli bir konuma yerleşerek ihtiyaç ve beklentileri göz önüne alınmış olmaktadır.

6. Sivil Toplum Kuruluşlarında Halkla İlişkiler

Sivil Toplum Kuruluşları'nın (STK) ortaya çıkışları esasında bir halkla ilişkiler süreci dahilindedir. STK'ların oluşmasının nedeni, herhangi bir problem ya da gerekli ilginin gösterilmediği bir konuda kişilerin, bir örgüt altında birleşerek, amaçları doğrultusunda planlı ve sürekli çalışmalarla, hedef kitlelerini harekete geçirmek ve kamuoyu oluşturmaktır (Şentürk, 2005:99).

STK'lar da birer örgütlenme veya kuruluş niteliğine sahip olduklarından “diğer kuruluşlar gibi hayatta kalmak için halkla iletişim kurmalıdırlar. Bu, kâr amacı gütmeyen kuruluşların halkla ilişkiler hedefler seti oluşturmalarının ana nedenlerinden biridir. Bir organizasyonun bu hedeflere ulaşmasındaki başarısı, halkla ilişkilerin perde arkasında günümüzdeki kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda oynadığı rollerden anlaşılabilir” (Coşkun, 2007:36).

STK'lar toplumsal konulardaki savunularını hayata geçirirken hem yerel ve ulusal ölçekte hem de uluslararası bazdaki politikaları etkileyip değiştirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu anlamda STK'lar da etkinliklerini sağlamak amacıyla medya ve diğer halkla ilişkiler yöntemleriyle kendini ifade etmek, taraftar edinmek ve mücadelesinin sürekliliğini sağlamak zorundadır (Dursun ve Becerikli, 2008:29). Özdemir ve Ymanoğlu A. (2010:4) STK'larda halkla ilişkilerinin önemini ve gereğini açıklarken, STK'ların hedeflerini hayata geçirebilmek için gönüllülere, savunularını ülkesel ve küresel ölçekte duyurabilmek için medyaya, gelir elde edebilmek için bağışçılara ihtiyaç duyduklarını ifade etmiş, bunları sağlamak ve kitlelere ulaşmak için oluşturulacak ilişkilerin belli bir düzen ve program içinde yönetilmesini ortaya koymuştur. Bu anlamda, STK'ların, açıkça planlı ve düzenlenmiş halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaçları olduklarını belirtmiştir.

Öte yandan, STK'larda halkla ilişkiler uygulamalarının kullanılmasının gerektiğinin sebeplerini *Effective Public Relations*'da ifade eden Scott Cutlip, Allen Center ve Glen Broom, Işık (Işık, 2002:84)'ın aktarımıyla, bunları beş temel nedenle açıklamışlardır:

- Örgütün amaçlarının fark edilmesini ve benimsenmesini sağlamak,
- Örgütün hizmet gösterdiği insanlarla beraber iletişim yolları oluşturmak,
- Gelir desteği sağlamak için ortam yaratmak,
- Örgütün hedefleriyle ilgili kamu politikalarını şekillendirmek,
- Üyelerin ve ulaşılmak istenen kitlelerin motivasyonunu sağlamak ve gönüllüleri istihdam etmek,
- Örgüt misyonunda başarı sağlamak için ilgili memurlarla ilişki kurmak.

Bunlarla birlikte, STK'larda halkla ilişkiler uygulamalarının önemi aynı zamanda halkla ilişkileri yapma amaçlarında yattığı söylenebilir. Çünkü STK'lar için halkla ilişkiler uygulamaları, başka organizasyonlarda olduğu gibi, esas örgüt amaçlarına hizmet eden bir araç konumundadır ve bu halkla ilişkiler hizmeti günümüzde amaca giden yolda önemli ölçüde etkili olduğu için vazgeçilmez hale gelmiştir. Bu anlamda STK'ların halkla ilişkileri uygulama amaçları, STK'lar için halkla ilişkilerin önemini açıkça ortaya koymaktadır.

6.1. Sivil Toplum Kuruluşlarında Kullanılan Halkla İlişkiler Uygulamalarının Amaçları

STK'larca yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının örgütlere sağladığı kazanımları, Yetkin Cılızoğlu; “kamuoyunu bilgilendirme ve ikna olanağı, iletişim faaliyetlerinin etkinleştirilmesi, kamuoyu yaratma, gönüllü çalışanların oluşumu, kurumsal kimlik oluşturma, siyasi aktörler ve sponsorlar ile iletişim olanağı” şeklinde ifade etmektedir (Cılızoğlun'dan Akt. Küçükşaraç, 2008:112) Bu tür kazanımlara örnek olarak STK'lar gibi organizasyonların, Coşkun (2007:37)'un ifadeleriyle, başarıya ulaşması için en önemli hedeflerden biri de gönüllü üyeler sağlanması olsa da halkla ilişkiler, bir organizasyonun, gönüllü üyeler sağlanmasından çok daha fazlasını gerçekleştirmesine yardımcı olur. Ayrıca, kar amacı gütmeyen kuruluşların halkın gözünde imajını

geliştirmek için de halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaçları vardır. Bu olmazsa olmazdır; çünkü onlara cömertçe destek verenlere karşı sorumludurlar.

Bu amaçlar -dolayısıyla açığa çıkan önemin nedenleri de- şu şekilde sıralanabilir (Sülüş, 2009:99-100):

- Çeşitli çalışmalar yapmak suretiyle hedef kitleyi belirlemek.
- Sivil toplum örgütüne, amaçlarına ve yaptığı çalışmalara karşı halkın (Kamuoyunun) ve hedef kitlenin ilgisini çekmek; sürekli bir bilgi akışı sağlamak suretiyle aydınlatmak ve desteklerini almak/arttırmak.
- Demokratik yöntemlerle kamuoyunu bilinçlendirmek ve harekete geçirmek.
- Üye, gönüllü ve bağışçı sayılarında artış sağlamak suretiyle sivil toplum örgütüne maddi ve manevi katkılar sağlamak.
- Kamuoyu nezdinde sivil toplum örgütüne saygınlık sağlamak.
- Sivil toplum örgütü ile ilişkilerde halkın işini kolaylaştıracak tedbirlerin alınmasını sağlamak ve hizmet içi eğitimleri planlamak.
- Halkta, sivil toplum örgütüne karşı olumlu davranışlar ve sempati yaratmak suretiyle olumsuz algılamaları olumluya döndürmek.
- Amaçları doğrultusunda yapılacak faaliyetler öncesinde; hedef kitlenin görüş ve önerilerini almak ve kullanılmasını sağlamak.
- Gerçekleştirilmiş faaliyetlerle ilgili olarak hedef kitlenin tepkisini araştırmak ve ortaya çıkan sorunların giderilmesi maksadıyla alınacak tedbirleri planlamak.
- Sivil toplum örgütünün kuruluş amaçları doğrultusunda ihtisas gerektiren konularda yerel yönetimlerin (Valilik, kaymakamlık, belediyeler, il genel meclisleri, kamu kurum ve kuruluşları vb.), karar alma süreçlerine dâhil olmak için çalışmalar yapmak.
- Sivil toplum örgütünün kuruluş amaçları doğrultusunda kararlar alınmasını ve yasal düzenlemeler yapılmasını sağlamak maksadıyla hükümet üyeleri üzerinde kamuoyu baskısı yaratılmasını sağlayacak çalışmaları planlamak ve uygulamak.

- Ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren diğer sivil toplum örgütleri ile ilişki kurulmasını sağlayacak çalışmalar yapmak.
- Sivil toplum örgütünün çalışmalarına karşı medyanın ilgisini çekmek.
- Sivil toplum örgütünün yönetsel politikalarını hedef kitleye duyurmak ve benimsenmesini sağlamak.
- Örgütsel kültürün oluşturulmasını sağlamak.
- Örgüt içi iletişimi geliştirmek ve arttırmak suretiyle eşgüdümü sağlamak ve sinerji yaratmak.

Başka bir ifadeyle de Cılızoğlu (2004:137-138) bu amaçları; kamuyu bilgilendirerek, örgütün amaçlarını benimsetmek, kamuda örgüte karşı sempati oluşturmak, kamunun örgütle olan iletişimini kolay hale getirmek, kamuoyu oluşturmak isteyen örgütün hedef kitlesinin beklentilerini ve gereksinimlerini tespit ederek projeler yapmak, haklar ve kanunlar konusunda kamunun bilinçlenmesini sağlamak, yasal ve yönetsel süreçlerdeki eksiklikler konusunda ve kamunun talepleri doğrultusunda siyasi aktörlere etki etmek, kamu desteğini alarak gönüllü sayısının artışı sağlamak ve toplumsal denetim mekanizmasının oluşumuna katkı sağlamak, sosyal sorumluluk ve farkındalık bilincinin gelişmesi için çalışmalar yapmak, kitle iletişim araçlarını kullanarak toplum odaklı yürütülen faaliyet ve kampanyaların duyulmasını sağlamak, şeklinde sıralamaktadır (Cılızoğlu'dan Akt. Küçüksaraç, 2008:111).

6.1.1. İmaj Oluşturma

İmaj, kavramı her kuruluştaki gözardı edilemeyecek bir faktör olarak sayılmaktadır. İmaj, var olan etki, inanç, düşünce ve duygularla biçimlendirilen, görülebilir kanıtlar üzerine temellenmiş, bir kimse ya da bir şeye yönelik zihinsel veya hissiyatı anlamda yorumlamalar olarak açıklanabilmektedir (Davis'den Akt. Şentürk, 2006:139). Kuruluş için imaj ise; örgütler hakkında insanların akıllarında meydana gelen düşünsel nitelikteki resimler şeklinde tanımlanabilmektedir. Akıllarda oluşan bu resimler, çeşitli algılar ve tecrübeler nihayetinde oluşmaktadır. Kuruluşlar, örgütün mesajını yansıtacak şekilde çeşitli renk, marka, amblem, işaret ve sembolleri kullanmaktadırlar (Tamsü Kuraner, 2011:14).

İmaj, her kuruluş için önem taşısa da sivil toplum kuruluşları için ayrı bir yeri vardır. Çünkü imaj çalışmaları kuruluş için kamuda olumlu düşünce oluşumunu ve sempati kazanımını sağlamaktadır ve STK'lar için en önemli noktalarından biri gönüllülük esasına dayalı faaliyet gösteren bu kuruluşların halkla ilişkiler aracılığıyla imaj çalışmalarının gönüllü kazanımlarına ve STK'ya yönelik olumlu tutuma etkisinin olmasıdır. İmajlar bilgi taşıyıcısı olduklarından, birey veya kurumlar adına bilgilerin önemli kısmı imaj sayesinde elde edilmektedir. İşte STK'lar da birey ve kurumlarda olduğu gibi insanlar üzerinde mutlaka bir imaj oluştururlar ve -dolaylı bilgi niteliğine sahip- imaj halkla ilişkiler aracılığı ile yaratılmaktadır (Tosun'dan Akt. Ozan Özmen, 2009:46). Bu anlamda STK'lar için de olumlu bir imaj yaratmaya, sürdürmeye ve geliştirmeye yönelik halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması özellikle günümüzde büyük önem taşımaktadır.

6.1.2. İtibar Sağlama

İtibar kavramı herhangi bir kimse ya da bir konu hakkında insanların genel olarak sahip olduğu kanıları yahut geçmişindeki tutum ya da karakterine bağlı olarak ne derece takdir kazandığı veya beğenildiği olarak tanımlanabilmektedir (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008:112, bkz: <http://dictionary.cambridge.org>). Kuruluş itibarı ise; bir örgütün yönetsel anlamdaki, izledikleri yolun, mali durumunun, toplumsal sorumluluklarının, yatırım değerlerinin, rekabetteki etikliğinin, çalışan kalitesinin, gelişmişlik durumunun vb. alanlardaki durumlarının insanlara nasıl yansıyor onlar tarafından nasıl bir algıda olduğunu göstermekte ve örgüt bu faktörlere göre nitelendirilmektedir (Michael D. Mishalisin, Robert D. Smith'den Akt. Çelebi, 2010:90). Kuruluş itibarını yahut kurumsal itibarı ifade eden iki önemli görüş kabul görmüştür. Bunlardan ilki, kurumsal itibarı, kurumsal imajla benzer veya birbirine eş olarak kabul eden düşünce, diğeri ise; birbiriyle ilgisini göz ardı etmeksizin iki ayrı ifade olduğunu kabul eden düşüncedir (Demir, 2013:16).

Kurumsal itibar; izleyicilerin, bir örgüte veya kuruma karşı uzun vadede atfettiği mali, sosyal ve çevresel etkileri anlamlandırıp yorumlamasına yönelik ortak yargıları ifade etmektedir (Uzunoğlu ve Öksüz, 2008:112). Karatepe (2008:83)'ye göre ise kurumsal itibar kurumlar için hayati değer taşımaktadır ve duyarlılık, kalite, şeffaflık,

müşteri memnuniyeti, ilkeli ve tutarlı örgütsel politikalar gibi fikirler ve faaliyetlerle arttırılabilmektedir. Bu anlamda STK'lar için itibar ve güven amaçlarına ulaşabilmeleri ve etkili olup destek elde etmeleri için önem taşımaktadır. Fakat güven ve itibar kazanabilmek, uzun vadeli ilişki kurmayı ve çalışmayı gerektirmektedir ve bu da halkla ilişkiler uygulamaları aracılığıyla sağlanmaktadır (Biter, 2014:76).

6.1.3. İkna Oluşturma

Halkla ilişkilerde esas hedef, ulaşılmak istenen kitlenin ikna edilmesiyle onların desteklerini elde edebilmektir (Sülüş, 2009:143). İkna ise, kavram olarak bir kişinin diğerini bilinçli olarak düşünceler, çekicilikler, güvenilirlik ve kanıt gösterme yoluyla istenilen doğrultuda etkilemesi ve yönlendirmesi olarak ifade edilmektedir (Elpeze Ergeç, 2004:6). Larson (1973) iknayı bir süreç olarak açıklarken, bu sürecin, tutumları, inançları, fikirleri, davranışları değiştirme yönünde bir niteliğe sahip olduğundan bahsetmiştir (Larson'dan Akt. Uztuğ, 2003:269). Halkla ilişkilerde ikna; bilgi vermek, belgeler sunmak suretiyle gerçekleştirilmektedir (Kılınç, 2013:13). İkna kavramının hedef kitleyi kazanabilmek anlamında çok önemli olduğu günümüzde, kuruluşlar, destek kazanabilmek ve dolayısıyla kendi amaçlarını gerçekleştirebilmek için halkla ilişkiler aracılığıyla ikna yoluna gitmektedirler. Buradan hareketle denilebilir ki; STK'larda da amaç ve gönüllü desteği açısından iknanın rolü büyüktür. STK'lar ikna yöntemleriyle ile kamu nezdindeki imajlarını olumlu noktaya çekebilmekte, gönüllü edinebilmekte veya bağış sağlayabilmektedir. STK'lar, ikna yöntemini kullanarak, örgütsel amaçlarını gerçekleştirmek için ve siyasi aktörlerden bekledikleri sonuçları elde edebilmek için onları kendi savunularına inandırmaya yani ikna etmeye çalışmaktadırlar. Bu anlamda, ilgili merciilerle toplantılar yapma, araştırma ve raporlar hazırlama şeklinde haklılıklarını kanıtlamak için uğraş göstermektedirler (Öztekin'den Akt. Çelik ve Aykanat, 2006:222).

6.1.4. Algı Yönetimi

Algı, çevreden alınan uyarıların, zihinsel olarak anlamlandırma, görülenlerin nasıl yorumlandığı, neye nasıl inanıldığını ve nasıl davranışta bulunulduğunu gösteren süreç olarak tanımlanmaktadır (Bakan ve Kefe, 2012:21). Algılar, değerler yaratmakta veya eksiltmektedir (Özer, 2012:148), bireyseldirler ve deneme öğrenme yoluyla

oluşmaktadır (Bijoor'dan Özer, 2012:148). Algular veya algılama sosyal ve psikolojik nitelikte olgulardır ve dolayısıyla dışarıdan müdahale ile yönlendirilebilmektedir (İnceoğlu, 2010:69). Algı veya algılama yönetimi ise; yarar sağlayan ve belirsiz bilgi elde edinimini aza indirmek için çevreden veri akışını kontrol edebilmek ve bunu geliştirmek olarak tanımlanmaktadır (Özer, 2012:157) veya “dış izleyicilerce seçilmiş, bilgileri yalanlama ve/veya bildirme faaliyetleri” (The Freedictionary/ Özer, 2012:157) olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda örgütlerde algı yönetimi anlayışı hedef kitleleriyle olan ilişkiler için önem taşımaktadır ve örgütler yine halkla ilişkiler aracılığıyla algı yönetimi faaliyetlerini sağlamaktadırlar. Dolayısıyla denilebilir ki sivil toplum örgütleri için de geçerli olan bu durumda, örgütlerin amacına ulaşmasında, halkla ilişkiler uygulamaları aracılığıyla gerçekleştirilen algı yönetimi, bireylere özgü gereksinimlere karşılıklar bularak bu halkla ilişkiler uygulamalarını örgüt lehine çevirmeyi sağladığı için büyük önem taşımaktadır (Uğurlu, 2008:146).

6.1.5. Kamuoyu oluşturma

Kamuoyu kavramı, “güncel ve tartışmalı bir konuyla ilgili, temaslı mesafeli bulunan grup veya gruplara egemen olan oyların (kanaatlerin ve tutumların) çoğunluğu” (Abadan Unat, 1988:64) şeklinde tanımlanabilmektedir. Aslanel (1993)'e göre; sosyal bilimlerdeki kamuoyu kavramı, bireylerin kendilerinden hareketle bir konuya yönelik kanısını ve tutumunu ailesini, içinde yaşadığı veya çalıştığı grubu ve tüm toplumu içeren sosyal grubun sahip olduğu kanaatler ve davranışlar şeklinde yorumlanabilmektedir (Aslanel'den Akt. Gökçe, 1996:211). Kamuoyu oluşturma ise; “toplum içerisinde uygun bir görüş, düşünce yaratma işlevi” (Çakmak ve Kilci, 2011:225) şeklinde veya literatürdeki genel düşünce baz alınarak; bir konu üzerine dikkat çekmek ve bu noktada halkı etkilemek amaçlı çeşitli uygulamalarla halkta fikir veya kanı yaratma anlayışı şeklinde tanımlanabilmektedir.

Sivil toplum kuruluşları da üyelerin sorun, ihtiyaç ve isteklerini topluma iletmekte ve bu anlamda öncelikli olarak toplumda kamuoyu oluşturma işlevini gerçekleştirmektedirler (Özer, 2008:92). STK'lar etkinlik ve uygulamaları aracılığıyla toplumu bilinçlendirmekte ve kamuoyu oluşturarak toplumun istemleri yönünde bir baskı unsuru özelliğini taşımaktadırlar (Özer, 2008:96). STK'ların kamuoyu desteğini alıp

kamuoyu oluşturmaları, siyasal karar mekanizmalarını etkileme konusunda etkili olmaktadır. (Çalışkan, 2010:166). Halkla ilişkiler uygulamalarında da esaslardan biri kamuoyu oluşturma ve bu yüzden halkla ilişkiler bir yönüyle “kamuoyu yaratmak için planlama ile başlayan ve devam eden bir sürecin yönetilmesi” (Bitirim, 2007:241) anlamına da gelmektedir. Bu anlamda gayelerine ulaşma konusunda özellikle halkın desteğine ihtiyaçı olan STK’lar için kamuoyu oluşturma amaçlı halkla ilişkilerin uygulamaları yapmaları oldukça önem taşımaktadır.

7. Türkiye ve Dünyadaki Halkla İlişkiler Uygulamaları Örnekleri

Gemişte de günümüzde de kuruluşların halkla ilişkiler uygulamaları sayesinde sağladığı kazanımları ve hatta dezavantajları avantaj haline getirebildiği örnekleri incelemek kuruluşlar için halkla ilişkiler uygulamalarının oldukça önemli olduğunu açıkca ortaya koyacaktır. Gerek Türkiye’de gerek dünyada kuruluşların halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik birçok örnek bulunmaktadır. Bunlardan bazıları:

7.1. Türkiye – Kuş Gribi Krizi

2000’li yılların başlarında dünyada yankı bulan kuş gribi olayı Türkiye’de de uzun süre gündemde kalmıştır. Dünya üzerinde birçok ölüme neden olan kuş gribi, 2006 yılına geldiğinde Türkiye’de 4’ü ölümcül olan 21 adet kuş gribi olgusu Dünya Sağlık Örgütü laboratuvarlarınca kayıtlara geçmiştir (Kırdar ve Otağ Demir, 2007:101). Bu olayla beraber Türkiye’de beyaz et üreticileri yüklü mali kayıplar yaşamış bu da beyaz et sektöründe krize yol açmıştır. Bu krizin yönetiminde, beyaz et üreticilerinin profesyonel destekle çeşitli halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmesiyle krizden başarılı bir şekilde çıkmıştır. Bu faaliyetlere başlangıç, krizin hemen öncesinde, tavuk üreticilerinin altında birleştiği “Sağlıklı Tavuk Bilgi Platformu (STBP)”nın kurulması ve bu sayede kamuoyunu, sağlıklı tavuk eti üretimi ve tüketimi, tavuk etinin dengeli beslenme konusundaki önemi konusunda bilinçlendirme çabaları ve gıda güvenliği konusunda uluslararası standartların bu alandaki faal kuruluşlara yaygınlaştırma çabaları ile olmuştur. Kriz ilk defa televizyon haberlerinde ve sonrasında gazetelerde yer bulmasıyla patlak vermiştir. Krizi kontrol edip halkla iletişimi kurabilmek adına STBP yönetim kurulu başkanıkriz sözcüsü olarak seçilmiş, entegre tesislerde bu riskin olmadığı

vurgulanarak halka aktarılmış, kuş gribi konusunda sorulara cevaplar verilerek, halkı bilinçlendirecek nitelikte mesajlar iletilmiştir. “%100 Güvenli” adıyla kampanya başlatılmış ve halkın güvenini kazanan bir ünlüye –Uğur Dündar’a- de kampanyaları içinde yer vererek halkta beyaz ete karşı güven yeniden oluşturulmaya çalışılmıştır. Bunun yanısıra STBP basını doğru ve hızlı bilgilendirmek noktasına oldukça önem vermiş ve beyaz etin güvenliği konusunda bilgi veren birçok ilan da hazırlayarak halka ulaştırmıştır. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın tavukçulara destek olmak amacıyla tavuk yiyip, “Sorun yok” mesajını vermesiyle devlet desteği de kazanılmıştır. Tavuk üreticisi olan firmalar genel olarak kendi markaları altındaki ürünler için gıda güvenliği içinde oldukları, hijyenik şartlarda üretim sağladıkları ve ambalajlı ürünlerine güvenilmesi konusunda halka mesajlar vermişlerdir. Özellikle Ömür Piliç ve Banvit gibi firmalar halkın güvenini pekiştirmek adına gazete, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçlarını oldukça verimli kullanmış, Ömür Piliç ambalajlarındaki parti numarası ile isteyen tüketicinin, pilicin kümes bilgisine, kimin yetiştirdiğine, hangi yemle beslendiğine, ürünlerin nasıl paketlenildiğine kadar pek çok bilgiye ulaşılması imkanını ortaya koymuş; Banvit ise “Kuş Gribi Eğitim Projesi” oluşturarak, kuş gribi hakkında şehirlerde yaşayan kadınlara ve köy okullarındaki çocuklara ve köylülere eğitimler vermiştir (Suher, 2013:13-16).

7.2. British Petroleum (BP) – Meksika Körfezi Petrol Sızıntısı Krizi

2010 yılında BP’nin Meksika Körfezi’nde yer alan Deepwater Horizon adlı petrol platformunda yaşanan patlama ile gündeme gelen krizle 11 kişi hayatını kaybetmiş, körfeze büyük miktarda petrol sızmış ve sızan bu petrol Louisiana Körfezi’nin 42 mil açığında, okyanus tabanını kaplayacak hale gelmiştir. Yaşanan facia medyada da büyük yer kaplamış, dönemin ABD başkanı Obama da konuya el atmış, ilgili soruşturma için Ulusal Komisyon kurulmasını sağlamıştır. Doğal hayatı riske atan bu olay komisyonca incelendiğinde rapora göre; önüne geçilebilir bir olay olmasına rağmen BP’nin yeterli teknik önemleri almamış olduğu ve bu yüzden olaydan sorumlu olduğu açıkça ortaya konmuştur (Bozkurt ve Akdeniz, 2014:107-108). Patlama sonrasında sızıntıyı önlemek ve kuyuyu kapatmaya uğraşan ve birkaç kere başarılı olan BP, uzun bir süre sonunda kuyuyu ancak kapatabilmiştir. Olayla birlikte olumsuz tepkiler alan BP, en kısa sürede

olmasa bile, itibarını onarabilmek için halkla ilişkiler faaliyetlerini devreye sokmuştur. BP, bu faaliyetlerine başlarken hatalarını yeterince çabuk kabullenmemiş ve halka karşı yine yeterince hızlı dönüş yapamamış, bununla da suçlanmıştır. Dahası şirketin o zamanki sözcüsü Tony Hayward, sızıntının boyutunu hafife alıp bir dizi talihsiz açıklamalarda bulunmuştur. Durumla alakalı bilgi akışını kesecek şekilde birçok engel koyan, kullandığı iletişimde yanlışlara düşen BP, daha sonrasında resmi web sitesinde, sızıntıyı temizlemek üzerine yaptıklarını ve mağduriyetlerin telafisine yönelik çabalarını anlatan mesajlar iletmiştir. Şirket itibarını onarmak adına geniş halkla ilişkiler faaliyetlerini yürürlüğe koyan BP, Hayward'ın kendisinin de dile getirdiği bir özür kampanyası başlatarak olayın sorumluluğunu ve körfezdeki sızıntıyı giderme görevini üstlendiklerini ortaya koymuş, ayrıca The New Times, Wallstreet Journal, USA Today ve Washington Post gibi önemli gazetelerde bu reklamlarına basılı olarak da devam etmişlerdir. Bir süre sonunda itibar kayıplarını telafi etme düşüncesi ile Hayward da şirketin CEO'su olma görevinden alınmıştır. Bunların yanı sıra büyük sosyal ağlarda da reklamlarını halka gösterebilmek adına yüksek meblağlar harcamış hatta internet aramaları sonuçlarında çıkarak halka daha çok bilgi vermek amacıyla ara terimleri satın almıştır (Mejri ve Wolf, 2013:79-80). Sonrasında temizlik çalışmalarıyla denizi tekrar eski haline getireceklerinin sözünü veren BP, şirketin logosunda değişikliğe gitmiş, bir kısmı mavi hale gelen ve altından da mavi damlalar akan bu logodaki mavi kısmın denize can verecekleri anlamına geldiği şeklinde mesaj vermişlerdir. Temizlik çalışmaları yapmak için kullanılacak malzemelerden bazıları ünlü oyuncu Kevin Costner'in sahip olduğu şirketten satın alınmış ve ünlü bir kişilik de bu faaliyetlere dahil edilerek toplumdaki güven kazanmak istenmiştir. Bu güveni artırmak için, medya ve STK'larla düzenlediği toplantılar ve basın açıklamalarıyla medya ve STK'ların desteğini almaya çabalamış ve onları çözümün bir parçası olmaya davet etmiştir. Yine patlamanın olduğu kuyudan canlı yayın sunarak kamuoyunun durum hakkında bilgilendirilmesini sağlamışlardır. Sonuç olarak yine de tüm bu halkla ilişkiler faaliyetleri aracılığı ile BP, olaydan sadece %20'lik bir oranla küçülerek çıkabilmeyi sağlamıştır (bkz, http://www.halklailiskiler.com.tr/BP_Krizi_Nasil_Yonetti..php, Erişim:23.09.2017). Ancak, felakete sebebiyet verdiği dolayısıyla 2016 yılında, New Orleans Federal Mahkemesi'nce ABD tarihinin bir şirkete verdiği en büyük para cezası

olan 20,1 Milyar dolarla, zarar gören eyaletler, doğal kaynaklar ve diğer konular için tazminata mahkum edilmiştir (Adiloğlu ve Yücel, 2017:23).

7.3. Turkcell – “Kardelenler - Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları” Sosyal Sorumluluk Kampanyası

Türkiye’de GSM sektörünün öncü firmalarından olan Turkcell, 2000 yılında, Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığı ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ile birlikte Kardelenler - Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları Projesini Türkiye huzuruna sunmuştur. Nitelikli insan kaynağı oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla yapılan proje, okumaya istekli ve azimli 5000 kız öğrenciyi kapsamıştır. Eğitimde fırsat eşitliği yaratabilmek, meslek sahibi edebilmek ve gelecek için aydın bireyler sağlayabilmek için ekonomik engeller nedeniyle öğrenimlerine devam edemeyen kız çocuklarına destek olmayı hedeflemiş bu projede binlerce öğrenciyeye burslar sağlanmıştır (Ataman ve Yamak, 2009:71-72). Bu sosyal sorumluluk projesi ile Turkcell Türkiye’de ve uluslararası platformda çok sayıda ödül kazanmıştır. Turkcell, bu projesi ile The Institute of Public Relations (IPR) - Halkla İlişkiler Enstitüsü tarafından yapılan IPR Mükemmellik Ödülleri yarışmasında birincilik ödülü, dünyada başarılı projeleri belirleyen Foundation of Women Executives in Public Relations (Halkla İlişkilerde Kadın Yöneticiler Vakfı) tarafından 2002 yılında “Kristal Obelisk” ödülünü kazanmıştır (Özturan, 2011:18). Bu projeye ünlü yazar Ayşe Kulin, projeyi kitap haline getirerek; fotoğraf sanatçısı Manuel Çıtak fotoğraflarıyla, ünlü şarkıcı Sezen Aksu da Kardelenler albümüyle destek olmuş, kitap satışları ve konser bilet satışları ile 770 kız çocuğu daha öğrenim görme şansı yakalamıştır. Turkcell, bu ünlü isimler aracılığı ile projesini halka daha fazla duyurabilmeyi sağlamıştır. Dünyaca bilinen National Geographic ekibinin de dikkatini çeken bu proje, aynı ekip aracılığıyla çekimler yapılarak belgesel haline getirilmiştir (bkz, <http://www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/sosyal-sorumluluk/egitim/kardelenler>, Erişim:27.09.2017).

7.4. P&G – “Shiksha” Sosyal Sorumluluk Kampanyası

Dünyanın önde gelen firmalarından biri olan P&G, 2005 yılında CRY (Child Relief and You) ile ortaklaşa olarak Shiksha adını verdikleri bir sosyal sorumluluk

kampanyası başlatmışlardır. Shiksha Programı, P&G'nin hazırladığı “P&G Live, Learn and Thrive (Yaşa, Öğren ve Başar)” isimli küresel hayırseverlik projesinin bir parçasını oluşturmuştur. Bu kampanya kapsamında Hindistan'da yaşayan maddi imkansızlıklar sebebiyle eğitim göremeyen çocuklara ücretsiz ve kaliteli bir eğitim verebilmek amaçlanmıştır (Rohit, 2015:6). Kampanya, bireylerin her aldığı P&G ürünü ile sağladığı 1 Rupî'lik bağışlar yolu ile işlemiştir. Bu programda P&G, 435 adet toplulukla beraber hareket etmiş ve Hindistan'da bulunan 67.000 çocuğa eğitim hakları doğrultusunda destekte bulunmuştur. Ayrıca kampanya birçok Hint ünlü ve Bollywood oyuncu tarafından desteklenmiştir (Lohia, 2014:664). Shiksha Programı ile okulların inşasına katkıda bulunan P&G'nin dışında Save the Children India (Çocukları Korumak Hindistan), Army Wives Welfare Association (Ordu Eşleri Refah Derneği), Navy Wives Welfare Association (Donanma Eşleri Refah Derneği) ve Round Table India (Yuvarlak Masa Hindistan) gibi ve daha pek çok STK da destek vermiştir (bkz, https://www.pg.com/en_IN/sustainability/social_responsibility/social-responsibility-programs-in-india.shtml , Erişim:27.09.2017).

7.5. Alo Deterjan – “Süper Anne” Kampanyası ile Pazarlama

İlk defa 1976 yılında piyasaya sürülen ve 2000'li yıllara gelindiğinde yenilenmeye ihtiyaç duyduğunu farkeden Alo markası, 2005 yılında yaptığı tüketici araştırmaları sayesinde pazarlama için hangi yönde ilerlemesi gerektiğini bulmuştur. Bu sonuçlara göre tüketicilerin “annelik” teması üzerinde yoğunlaştığı ve buna önem verdiğini göre Alo, pazarlama stratejilerini bu yönde ilerletmiş ve tüketicilerle duygusal bağlarını da güçlendirmek adına “Süper Annelerin Süper Temizlik Gücü” isimli kampanya fikrini öne sürmüştür. Annelerin özel olduğunu vurgulayan bu kampanya ile tüketici kitleyle yakalayacağı duygusal bağ sebebiyle rakiplerinden farklılaşacaklarını düşünen Alo, her yaşta herkesin annelerinin süper olma nedenlerini mektuplarla anlatacakları ‘süper anne’ temalı bir yarışma düzenlemiştir. Kazanan, ödül töreni düzenlenerek ödülü teslim edilmiş ve ailesiyle gidebileceği 3 kişilik, 4 gece 5 günlük Disneyland/Paris seyahati hediye edilmiştir. 30 finalistin hepsine de bir yıl boyu kullanabilecekleri kadar Alo hediye edilmiştir. Alo, ürününü işlevselliği dışında duygusal bağ ile algılatmak istemiş, bunun için satış promosyonu, doğrudan pazarlama, sponsorluk ve kişisel satış yöntemleri,

televizyon, gazete, dergi, radyo, internet, yüz yüze iletişim, basılı materyaller, basın toplantısı ve bülteni, özel haber/röportajlar, kadın kuşak programları, TV alt bantları, radyo programları, kapıdan kapıya satış elemanları, kadın elektronik postalama grupları, anne-bebek web siteleri, marketlerde stand aktiviteleri, haber bülteni (Alo Postası), afişler gibi birçok pazarlama tekniği kullanmıştır. Bu başarılı kampanyası sonucunda Alo, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından verilen Altın Pusula ödülünü kazanmıştır. Ayrıca, ürünlerinin satışlarında bir yıl önceki döneme göre %53 oranında artış yakalamış, bir yıl önceki döneme kıyasla kampanya ile Alo'nun pazar payında % +2,7 oranında artış meydana gelmiştir (Tunçel, 2009:128-132).

7.6. Coca Cola – “Share a Coke” Kampanyası İle Pazarlama

Dünyaca bilinen içecek markası Coca Cola, 2012 yılında ilk kez Avustralya'da başlayan, “Share a Coke” adıyla güçlü bir medya kampanyası ortaya sunmuştur. Kitle iletişim araçlarını kullanarak geleneksel medya ile kampanyayı halkla tanıştıran Coca Cola firması, bu kampanyadaki başarısını özellikle sosyal medya aracılığıyla sağlamıştır. Coca Cola şişelerinin üzerine kişi isimlerinin yazılı olmasıyla dikkat çeken kampanya, müşterisine özgü olma, kişisel bağ kurma hissiyatını ortaya koymaya çalışmış ve paylaşım duygusu üzerinde durmuştur; böylece tüketicilerin de ilgisini kazanmayı başarmıştır. Tüketicilerine, ürün üzerinde marka yerine kendi adlarını görme şansını veren firma, tüketicilerle etkileşime geçenin farklı bir yolunu ortaya koymuş ve sosyal medyada da insanlar arasında viral hale gelmiştir (Fetisova, 2015:31-35). İnternet üzerinden birçok insan, ailesi ve arkadaşlarıyla “#shareacoke” yazarak paylaşımında bulunmuş ve bu şekilde oluşturulan daha fazla kişisel medya içeriği ile kampanya adının da yayılmasını sağlamıştır. Coca Cola'nın en başarılı kampanyalarından biri olarak düşünülen “Share a Coke”, firmaya kazanım olarak dönüştür. Kampanya sırasında markanın facebook sayfası %39 oranında fan çoğalması görülmüş, 76.000 kadar çevrimiçi ortamda kola kutusu paylaşımı yapılmış, tüketim oranı %7 artmış ve marka imajı da olumlu şekilde insanlara yansımıştır (Heble, bkz, <http://www.digitalvidya.com/blog/case-study-on-coca-colas-share-a-coke-campaign/>, Erişim:06.09.2017).

8. Türkiye'deki Hayvan Hakları İle İlgili Bazı STK'ların Halkla İlişkiler Uygulamalarından Örnekler

8.1. Hayvan Hakları Federasyonu (HAYTAP)'nın Halkla İlişkiler Uygulamaları

Türkiye'nin önde gelen hayvan hakları STK'larından HAYTAP (Hayvan Hakları Federasyonu), kuruluşundan bu yana Türkiye'de hayvan haklarını korumaya yönelik birçok çalışmaya imza atmıştır. Bu çalışmaları gerçekleştirirken HAYTAP, yoğun olarak halkla ilişkiler uygulamalarına başvurmuştur. Bu uygulamaları da başlıca; kampanyalar, etkinlikler, paneller, yarışmalar, görsel ve işitsel kitle iletişim araçları kullanımı vb. yollarla gerçekleştirmiştir.

HAYTAP, hayvan haklarını koruma misyonu doğrultusunda, kendini tanıtmak ve destekçi kazanabilmek amacıyla halkla ilişkiler uygulamaları gerçekleştirirken birçok kampanya oluşturmuştur. Bunlardan biri ise, 2008 yılı ile başlayıp günümüze kadar devam eden “*Bir Kap Su*” isimli kampanyadır. HAYTAP başkanı Ahmet Kemal Şenpolat öncülüğünde yürütülen “Bir Kap Su” kampanyası, sokak hayvanlarının yaz aylarında yüksek sıcaklıktaki hava koşullarından etkilendikleri, içecek su bulamadıkları ve bunu onlara sağlayabilme fikrinden hareketle oluşturulmuş bir kampanyadır. Kampanya, ülke genelinde yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarınca büyük ilgi görmüş; İstanbul, İzmir başta olmak üzere birçok şehirde belediyelerce destek kazanmıştır (bkz. Habertürk, 08.08.2009, <http://www.haberturk.com/haber/haber/164094-haytaptan-cok-onemli-iki-kampanya>, erişim: 22.02.2018). Bu kampanya ile HAYTAP, halka, evlerinin önüne bir kap su koymaları ve bu sayede özellikle yaz aylarında sıcaktan zorluk çeken sokak hayvanlarının su ihtiyacını gidermek üzerine halkın da destek olması konusunda çağrıda bulunmuş, halkta sokak hayvanları konusunda duyarlılık sağlamak istenmiştir. Kampaynın duyurulması için özel hazırlanan “Bir Kap Su” afişleri, birçok şehirde reklam panolarına ve elektronik ışıklı billboardlara konulmuştur. Ayrıca, kampanya afişleri ve broşürleri, toplu taşıma araçlarına ve vitrinlere asılarak halkın dikkati çekilmeye çalışılmıştır (HAYTAP, 2009, <http://www.haytap.org/index.php/201001123033/projeler/haytap-2009-da-neler-yapti?catid=0>, erişim: 22.02.2018).



Şekil 2: Haytap “Bir Kap Su” Kampanya Görseli

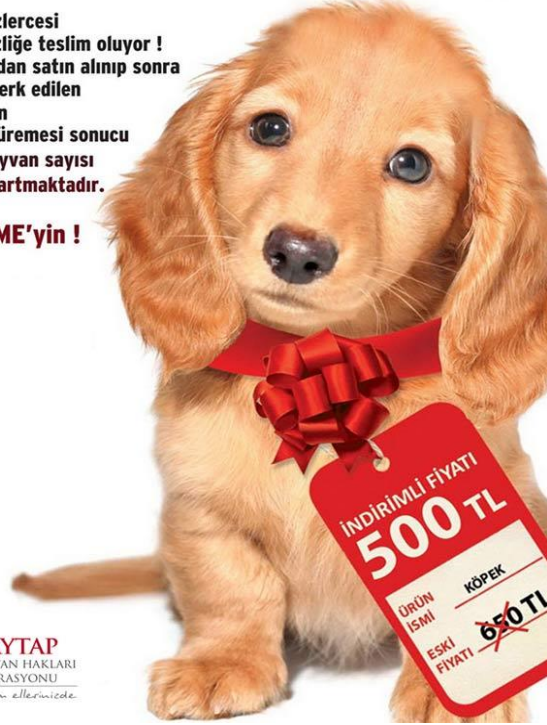
Kaynak: <http://www.haytap.org/index.php/201106103370/kampanyalar/su-her-canli-icin-bir-yasamdır>, Erişim: 22.02.2018

Türkiye'nin dört bir yanında afişlerle duyurulan kampanyanın güçlü etkisi, Yunanistan'daki hayvan hakları örgütlerinin de dikkatini çekerek, bu örgütler de HAYTAP'ın kampanyasına ortak olmuşlardır. Yunanistan'daki bu örgütler de HAYTAP'ın kampanyasını, Yunanca olarak hazırlanan görseller ile Yunanistan'ın Imathia Bölgesi, Atina, Selanik, Katerini ve Girit Adası gibi yerlerinde binlerce kişiye ulaştırmıştır (Hürriyet, 20.07.2009, <http://www.hurriyet.com.tr/dunya/haytap-afisleri-komsunun-sokaginda-12104967>, erişim:22.02.2018).

HAYTAP'ın hazırlamış olduğu diğer ses getiren kampanyalardan bir de “Satın Alma, Sahiplen” isimli kampanya olmuştur. Petshoplarda hayvanların bir eşya gibi satılması ve bunun piyasalaşmasına karşı çıkan HAYTAP, hayvanların da bir canlı olduğu, bu yüzden petshop gibi mağazalarda satılmasının yanlışlığı ve hayvanların petshopa geliş ile petshoplarda sunulmuş süreçlerinin hayvan sağlığını da olumsuz etkilediği ve özellikle de hayvan kaçakçılığı piyasasının oluştuğu gibi gerekçelerle, “*Satın Alma, Sahiplen*” kampanyasını başlatmış ve halkı bu noktada bilinçlendirmeye yönlendirmişlerdir (Bkz. Sabah Gazetesi Haytap Röportajı, 01.09.2007, <http://www.haytap.org/index.php/20070914411/calismalarimiz/sabah-gazetesi-1-eylul-2007-tarihli-roportaj?catid=0>, erişim: 27.02.2018).

BAKİMEVLERİNDEN SAHIPLENİN !

Her gün yüzlerce
aynı çaresizliğe teslim oluyor !
Pet shoplardan satın alınıp sonra
sokaklara, terk edilen
her hayvanın
kontROLSÜZ üremesi sonucu
Sahipsiz Hayvan sayısı
katlanarak artmaktadır.
**ONLARI
TERK ETME'YİN !**



 **HAYTAP**
HAYVAN HAKLARI
FEDERASYONU
Yaşam ellerinde.

Şekil 4: Haytap “Satın Alma Sahiplen” Kampanya Görseli

Kaynak: <http://www.haytap.org/index.php/201512235508/calismalarimiz/satin-almasahiplen?catid=0>, Erişim: 27.02.2018

Bu kampanyada yapılan halkla ilişkiler uygulamalarından biri, hayvanların satın alınıp özel günlerde bir hediye gibi verilmesinin, bir canlı türü olan hayvanları eşya bazına indirgenmesinin yanlışlığına dikkat çekerek yapılan farkındalık çalışmaları olmuştur. Örneğin; Sevgililer Günü temasının halkta oluşturduğu etkiden hareketle, Pegasus Havayolları, Boyner ve Hürriyet gibi firmalarla işbirliği yapılarak, “14 Şubat Sevgililer Günü’de sevgiline havyan yerine uçak bileti, kitap, parfüm hediye et.” yazılan afişler oluşturup dağıtarak, halkta duyarlılık yaratılmaya çalışılmıştır (Haytap, <http://www.haytap.org/index.php/201802136045/calismalarimiz/pet-shoplardan-hayvan-satin-almayin-haytap-farkindalik-calismalari?catid=0>, erişim: 27.02.2018).



Şekil 5, 6, 7: Haytap Sevgililer Günü’nde Havyanlar Yerine Verilebilecek Hediye Örnekleriyle İlgili Farkındalık Çalışmaları Görselleri

Kaynak: <http://www.haytap.org/index.php/201802136045/calismalarimiz/pet-shoplardan-hayvan-satin-almayin-haytap-farkindalik-calismalari?catid=0>, Erişim: 27.02.2018

HAYTAP, kampanya ile ilgili halkı bilinçlendirmek ve farkındalık yaratmak için, petshop gerçeği ile hayvan ticaretinin olumsuz sonuçlarını ortaya koyan, başrolünde tiyatro ve sinema sanatçısı Can Gürzap’ın yer aldığı bir kısa film hazırlamış (Haytap, 2016, <http://www.haytap.org/index.php/201607135720/calismalarimiz/haytap-in->

petshop-gercegi-ile-ilgili-yeni-kisa-film-calismasi?catid=0, erişim:27.02.2018) ve yine Youtube üzerinden kendi kanallarında bu filmi halkla paylaşmıştır (Youtube Haytap Kanalı, 15.07.2016, <https://www.youtube.com/watch?v=rfKhfhSpT1U>, erişim:27.02.2018).

HAYTAP'ın bu şekilde daha birçok faaliyetinden söz etmek mümkündür. Örneğin; hayvanların satın alınıp isanların bakamadıkları noktada onları sokağa terketmelerine karşı halklı bilinçlendirmek, bakamayacakları hayvanları sahiplenmemeleri sahiplendikleri zaman da sokağa terketmemeleri gerektiği konusunda “*Beni Terk Etme*” kampanyasını ortaya koymuştur (Hürriyet, 20.08.2017, <http://www.hurriyet.com.tr/ya-alma-ya-terk-etme-40555593>, erişim:27.02.2018). Bir diğeri; işletmelerin de hayvanların yaşam hakkını tanınması, hayvanları destek olmasının hem diğeri işletmeleri etkilemek hem de halkta duyarlılık yaratmaya katkı olacağını düşünerek oluşturulmuş “*Bu İşletme Bir Hayvan Dostudur*” kampanyası olmuştur ve bu kampanya ile artan yemekleri hayvanlara veren, eski minder ve battaniyeleri barınağa bağışlayan, mama alan, hayvanları kısırlaştırılan ve aşılardan mekanlara, hayvan dostu işletme çıkartmaları dağıtılmakta ve işletmeler de bunları vitrinlerine yapıştırıp hayvan dostu oldukları konusunda insanların dikkatini çekebilmektedirler (Hürriyet, 25.12.2010, <http://www.hurriyet.com.tr/hayvan-dostu-isletmeler-artiyor-16614411>, erişim: 27.02.2018, Haytap, <http://www.haytap.org/index.php/200911122297/kampanyalar/bu-isletme-bir-hayvan-dostudur-kampanya-cikartmasi> ve Haytap, <http://www.haytap.org/index.php/201305154386/kampanyalar/haytap-kampanyasi-bu-isletme-bir-sokak-hayvani-dostudur-hurriyet>, erişim: 27.02.2018).



Şekil 8: Haytap “Bu İşletme Bir Hayvan Dostudur” Kampanya Görseli

Kaynak: <http://www.haytap.org/index.php/201305154386/kampanyalar/haytap-kampanyasi-bu-isletme-bir-sokak-hayvani-dostudur-hurriyet>, Erişim: 27.02.2018

HAYTAP’ın bu kampanyalar dışında, *sirklerde hayvan kullanımına karşı*; doğal ortamından koparılıp ve insan eğlencesi niteliğine getirildiği fikriyle *hayvanat bahçelerine karşı*; işkenceye maruz kalarak ya da öldürülerek sadece insan keyfi sebebiyle hayvanların postlarının alındığı fikriyle *gerçek kürk kullanımına karşı*; belli kurallar doğrultusunda *hayvanlar üzerinde yapılan deneylere karşı*; hayvan öldürülmelerine neden olan avcılığın bu sebeple bir spor olamayacağı fikriyle *ava karşı*; yine gösteri amaçlı kullanılan yunusların insan eğlencesi amaçlı doğasından koparılıp parklara kapatılması, işkence ve zorla eğitildiği fikriyle *yunus parklarına karşı*; *hayvan dövüşlerine karşı* ve *yük hayvanları*, *çiftlik hayvanları* ve *sokak hayvanları* ile ilgili birçok konuda çalışmalar yürüttüğü, hayvanların maruz kaldıkları her türlü olumsuzluktan onları koruyabilmek, halkta, hayvanlarla bir arada yaşayabilme, hayvanların yaşam hakkına

saygı duyma ve onları koruma bilinci yaratabilmek, halka bunları duyurmak ve insanlarda farkındalık kazandırmak adına kampanyalar, yarışmalar, radyo spotları, filmler, paneller, yazılı ve görsel basımlar, kültür - sanat etkinlikleri ve eğitim çalışmaları gibi halkla ilişkiler uygulamalarıyla, uğraşı verdiği bilinmektedir (Bkz. <http://www.haytap.org/>, erişim:27.02.2018).



Şekil 9, 10, 11: Haytap Hayvanlı Sirkler, Kürk ve Yunus Parkları İle İlgili Çalışma Görselleri

Kaynak: <http://www.haytap.org/index.php/200907163393/site-yardimci-sayfalar/afis-brosur-ve-cikartmalar>, Erişim: 27.02.2018

8.2. Hayvanların Yaşam Hakları Konfederasyonu (HAYKONFED)'nun Halkla İlişkiler Uygulamaları

HAYKONFED de Türkiye’de hayvan hakları konusunda mücadele veren ve bu konuda halkı bilinçlendirmeye uğraşan STK’lardan biri olarak tanınmaktadır. Hayvan haklarını savunma odaklı çalışmalar yürüten HAYKONFED, bu çalışmalarını halka iletmek amaçlı birçok halkla ilişkiler faaliyetlerine başvurmaktadır.

Etkili halkla ilişkiler faaliyetlerinden biri olan kampanyalar, HAYKONFED tarafından da başvurulan bir uygulama olup, 2016 yılında CarrefourSa ve Plastik

Sanayicileri Derneği (PAGDER) ile beraber HAYKONFED, “Dost Hareketi Projesi” ismiyle kampanyasını hayata geçirmiştir. Kampanya; üretim fazlası ve kullanılabilir durumda olan tüm fırın, taze et, süt, şarküteri ürünleri, makarna, pirinç vb... gibi ürünlerin sokaklarda ve ormanlarda yaşayan hayvanların beslenme ihtiyacını karşılamak üzere üye dernek, temsilci ve gönüllü gibi kişilere dağıtılmasını, gıdaların bir kısmının CarrefourSA araçları tarafından adrese teslimini ve PAGDER işbirliği ile “Yuvaya Dönüşen Plastikler” projesiyle de CarrefourSA marketleri önüne hayvanları hava şartlarından korumak ve market çalışanları tarafından düzenli beslenip belediyeler işbirliği ile gerekli bakım ve tedavilerinin yaptırılması amaçlı, Pagder kulübesi konması gibi çalışmaları kapsamaktadır (Haykonfed, 27.01.2018, <http://www.haykonfed.org/2016/01/27/carrefoursa-haykonfed-dost-hareketi-projesi/>, erişim: 01.03.2018 ve Milliyet, 25.01.2016, <http://www.milliyet.com.tr/carrefoursa-dan-sokak-hayvanlari-icin-istanbul-yerelhaber-1181081/>, erişim: 01.03.2018).



Şekil 12: Haykonfed ve CarrefourSA İşbirliğinde “Dost Hareketi Projesi” Görseli

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2016/01/27/carrefoursa-haykonfed-dost-hareketi-projesi/>, Erişim: 01.03.2018



**Plastik Atıklar
Yuvaya
Dönüşüyor**

HayKonfed
Hayvanların Yaşam Hakları
Konfederasyonu
www.haykonfed.org

Carrefour

PAGDER
1969
Plastik Sanayicileri Derneği

CarrefourSA mağazaları önüne BİR KULÜBE

Şekil 13: Haykonfed, CarrefourSA ve Pagder İşbirliğinde “Dost Hareketi Projesi” Kapsamında “Yuvaya Dönüşen Plastikler” Görseli

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2016/01/27/carrefoursa-haykonfed-dost-hareketi-projesi/>, Erişim: 01.03.2018

“Yemek Bizden Bir Kap Su Sizden” sloganıyla kendini halka duyurmaya çalışan HAYKONFED, aynı zamanda halkta duyarlılık oluşturmaya çalışıp hayvanlara destek olmak konusunda hayvanlar için bir kap su koyabilecekleri doğrultusunda halkı teşvik etmiştir (Haykonfed, 11.02.2018, <http://www.haykonfed.org/2018/02/11/tesekkurler-carrefoursa/>, erişim: 01.03.2018).



Şekil 14: Haykonfed ve CarrefourSA İşbirliğinde “Dost Hareketi Projesi” Kapsamında “Yemek Sizden 1 Kap Su Bizden” Çalışması Görseli

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2018/02/11/tesekkurler-carrefoursa/>, Erişim: 01.03.2018

Kampanya dahilinde halkın dikkatini çekmek için özellikle 4 Ekim Dünya Hayvanları Koruma Günü'nde bir de yarışma düzenleyen HAYKONFED, halkı “#carrefoursadosthareketi” hashtagi ile sosyal medya üzerinden kendi evcil hayvanları ile çekilmiş fotoğraf paylaşımına yönlendirmiştir. Yarışmaya yoğun ilgi gösteren bireyler, “#carrefoursadosthareketi” hashtagi altında yaklaşık 3 bin fotoğraf paylaşmış, yarışmada dereceye girenlere ise 1 yıllık, 6 aylık ve 3 aylık mama gibi hediyeler verilmiştir (İhlas Haber Ajansı, 23.10.2017, <http://www.ih.com.tr/haber-dost-hareketi-yarismasinin-kazananlari-belli-oldu-681395/>, erişim: 01.03.2018). Böylelikle, halkın dikkatini çekmiş ve onları da çalışmalarına ortak etmiştir.

Hayvanlara karşı duyarlılık adına halka ulaşmak için farklı uygulamalar deneyen HAYKONFED'in bir başka çalışması da özel günler için üretilen “Mutlu Gün Kartları” olmuştur. Bu kartlar; doğum günü, yılbaşı ya da sevgililer günü gibi özel günlerde çiçek göndermek veya hediye almak yerine, yahut nikah için nikah şekeri veya davetiye vermek yerine, insanları “Mutlu Gün Kartları” kullanmaya yönlendirerek, sokaklarda açlıkla mücadele eden hayvanlara destek olunmasını sağlamaktadır (Haykonfed, <http://www.haykonfed.org/2018/02/26/mutlu-gun-kartlari/>, erişim: 01.03.2018).



Şekil 15, 16: Haykonfed “Mutlu Gün Kartları” Proje Görselleri

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2018/02/26/mutlu-gun-kartlari/>, Erişim: 01.03.2018

Bu çalışmalarının yanı sıra hayvan hakları ve hayvanları koruma ile ilgili birçok toplantı konferans, etkinlik, eğitim, bilgilendirme, afiş ve billboard çalışmaları yapan HAYKONFED, farklı bir uygulama ile online bir seyahat sitesi olan Tavport.com ile işbirliği içinde hayvanlara destek amaçlı bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma ile Tavport.com web sitesi üzerinden yapılacak rezervasyonlardan elde edilen gelirlerin belirli bir kısmı hayvanların bakımı, onlara mama yardımı, ilaç temini gibi ihtiyaçlarının sağlanmasında kullanılması düşünülmüş, sadece site üzerinden seyahat rezervasyonu ile kolay bir yolla hayvanlara sağlayabilecekleri destekler anlamında halkı bilgilendirerek yönlendirmeye çalışmışlardır (Milliyet, 05.10.2015, <http://www.milliyet.com.tr/tavport-com-dan-sokak-hayvanlarına-destek-istanbul-yerelhaber-997868/>, erişim: 01.03.2018 ve Haykonfed, 23.07.2015, <http://www.haykonfed.org/2015/07/23/tavport-com-yardima-muhtac-hayvanlara-sahip-cikiyor/>, Erişim: 01.03.2018).



Şekil 17: Haykonfed ve Tavport.com İşbirliğinde Hayvanlara Destek Çalışması Görseli

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2018/02/06/tavport-com-haykonfed-ocak-ayi-mama-yardimlari/>, Erişim: 03.01.2018

Ocak 2018’de, bir oyun firması olan Genetic Studios ile işbiriğine giren HAYKONFED, Genetic Studios’un ürettiği “Bus Simulator 2017 Cockpit Go” ve “Real Car Parking 2017” isimli oyunları halka sunmuş ve insanların, bu oyunları mobil ortamdan sadece indirip oynayarak, oradan gelecek gelir ile de sokak hayvanlarına destek olabilecekleri bir çalışma ortaya koymuştur. HAYKONFED bu çalışma ile bireyleri, hem eğlenebilecekleri hem de hayvanlara destek olabileceği şekilde duyarlılığa davet etmiştir (Haykonfed, 11.01.2018, <http://www.haykonfed.org/2018/01/11/genetic-studios-haykonfed-isbirligi/>, erişim: 01.03.2018).



Şekil 18: Genetic Studios’un Ürettiği Oyun Aracılığıyla ve Haykonfed İşbirliğinde Hayvanlara Destek Amaçlı Yapılan Çalışmanın Görseli

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2018/01/11/genetic-studios-haykonfed-isbirligi/>,

Erişim: 01.03.2018

Kamu spotları HAYKONFED'in kullandığı halkla ilişkiler uygulamalarından bir diğerini oluşturmaktadır. Örnek olarak; Sevgililer Günü'nde insanların hayvaları bir eşya gibi birbirlerine satın alıp hediye olarak vermesine karşı olan HAYKONFED, bu konuda farkındalık yaratmak amacıyla “Sevgiline Hediye ‘Can Satın Alma!’ ” sloganından hareketle, tiyatrocu Selçuk Yöntem ve şarkıcı Burcu Güneş'in de seslendirmeleriyle bir kamu spotu hazırlamış, Youtube üzerinden Haykonfed kanalında paylaşmıştır (Youtube Haykonfed Kanalı, 12.02.2016, <https://www.youtube.com/watch?v=oMKIJGw350U>, erişim: 01.03.2018). Ayrıca sanatçı Burcu Güneş ile yapılan fotoğraf çekimleriyle “Bakımevinden Sahiplenin, Ona Yeni Bir Hayat Verin” mesajı taşıyan billboardlar hazırlanmıştır. Ünlülerin desteği ile halkın dikkatini çekmeyi amaçlayan HAYKONFED, hayvanların petshop veya üretim çiftliklerinden satın alması yerine, sokaklarda veya barınaklarda bulunan çok sayıda sahipsiz ve yardıma muhtaç hayvanın sahiplenilmesiyle birçok hayvana destek olabilecekleri konusunda halka mesaj vermeye çalışmıştır (Haykonfed, 26.01.2016, <http://www.haykonfed.org/2016/01/26/haykonfed-billboard-bakimevinden-sahiplenin-ona-yeni-bir-hayat-verin/>, Erişim: 01.03.2018).



Şekil 19: Haykonfed'in "Bakımevinden Sahiplenin, Ona Yeni Bir Hayat Verin" Sloganı İle Sanatçı Burcu Güneş İle Yaptığı Çalışma Görseli

Kaynak: <http://www.haykonfed.org/2016/01/26/haykonfed-billboard-bakimevinden-sahiplenin-ona-yeni-bir-hayat-verin/>, Erişim: 01.03.2018

8.3. Hayvanları Çaresizlikten ve İlgisizlikten Koruma Derneği (HAÇİKO) ve Çeşme Alaçatı Doğa ve Hayvan Severler Derneği (ÇESAL)’nin Halkla İlişkiler Uygulamaları

2011 yılında kurulan HAÇİKO Derneği, hayvan haklarıyla ilgili çalışmalarını yürütmekte ve bunları halka tanımak ve insanlarda farkındalık uyandırmak amaçlı çeşitli halkla ilişkiler uygulamalarına başvurmaktadır.

Bunlardan biri de köpek maması markası Goody ve online alışveriş web sitesi Hepsiburada.com ile işbirinde yürüttüğü “Ormanlardaki Sahipsiz Hayvanlar için El Ele” projesi olmuştur. Bu proje kapsamında; Hepsiburada.com adresi üzerinden satılan Goody marka kuru mamalarının tamamı, terk edilmiş hayvanlara ulaştırılmak üzere HAÇİKO Derneği’ne bağışlanması planlanmıştır. Buna göre Hepsiburada.com adresindeki ilgili reklam bandı aracılığıyla kendine dikkat çeken proje ile bireylere, sitedeki özel fiyatlı Goody marka mama satın almaları halinde HAÇİKO’ya sahipsiz hayvanlara destek olabilecekleri konusunda mesaj vermeye çalışmıştır ve bu desteği halkın gözünde kolaylaşacak hale getirmiştir (CnnTürk, 15.07.2014, <https://www.cnnturk.com/2012/yasam/diger/02/28/onlar.icin.duyarsiz.kalmayin/651042.0/index.html>, erişim: 01.03.2018).



Şekil 20: Haçiko Derneği, Goody ve Hepsiburada.com İşbirliğinde “Ormandaki Sahipsiz Hayvanlar İçin El Ele” Projesi Görseli

Kaynak: <http://www.reklamazzi.com/sahipsiz-hayvanlara-destek--135191.htm>, Erişim:

01.03.2018

Öte yandan “*Sadık Dostunu Unutma!*” isimli projeye İstanbul Erkek Liseliler Eğitim Vakfı Özel 125. Yıl Okulu Okul Aile Birliğinin desteklemesiyle okul öğrencilerine “Haçiko: Bir Köpeğin Hikâyesi” isimli film, HAÇİKO Derneği ile ilgili tanıtım videoları, sokak hayvanları temalı görsel sunumlar izletilmiş, yazılı anlatım çalışmaları yapılmış ardından da sokak hayvanlarına mama yardımı toplama amaçlı “Haçiko Timleri” oluşturulmuştur. Öğrenciler Haçiko Timleri adı altında sokak hayvanlarına yardım amaçlı mama toplamıştır. Bu uygulama ile hem çocuklara hayvan sevgisi, hayvan koruma farkındalığı aşılanmış hem de hayvanlara destek olacak nitelikte 337 kg mama sağlanmıştır (Sözcü, 22.04.2016, <http://www.sozcu.com.tr/2016/egitim/ielev-ogrencilerinin-sadik-dostlara-buyuk-yardimi-1197567/>, 01.03.2018).



Şekil 21: Haçiko Derneği ve İstanbul Erkek Liseliler Eğitim Vakfı Özel 125. Yıl Okulu’ndan “Sadık Dostunu Unutma!” Projesi’nden Bir Fotoğraf Karesi

Kaynak: <http://www.sozcu.com.tr/2016/egitim/ielev-ogrencilerinin-sadik-dostlara-buyuk-yardimi-1197567/>, 01.03.2018

ÇESAL da hayvan hakları üzerine çalışmalar yapan bir başka STK olarak 2015 yılında; “Satın Alma Sahiplen”, “Bir Kap Su Bir Kap Yemek” ve “Beni Terk Etme” temalarına odaklanan bir “*Farkındalık Kampanyası*” başlatmıştır (Çesal, 16.02.2016,

<https://www.cesal.org.tr/haber/cesal-farkindalik-kampanyasi-baslatiyor/>, erişim: 02.03.2018 ve Haberler.com, 16.03.2015, <https://www.haberler.com/sahipsiz-hayvanlarla-ilgili-kampanyaya-unlulardan-6971556-haberi/>, erişim: 02.03.2018). Bu kampanyanın ilk adımlarından biri; billboard ve sosyal medya paylaşımlarından sonra, Özcan Deniz, Korcan Karar, Hatice Şendil, Melike İpek Yalova ve Neslihan Yeşilyurt gibi halk tarafından sevilen ünlülerin de insanların dikkatini arz etmek amaçlı içine dahil edildiği “Satın Alma Sahiplen” konusundaki video olmuştur. Bu video aynı zamanda bilinen bir sosyal medya platformu olan Youtube üzerinden kendi kanallarında yayınlanmış daha fazla kişiye ulaşılmaya çalışılmıştır (Youtube Çesal Derneği Kanalı, 11.02.2018, <https://www.youtube.com/watch?v=YqRuCjRNSgw>, erişim: 02.03.2018).

Çesal Derneği, bu halkla ilişkiler faaliyetlerine eğitim ve bilgilendirme çalışmalarıyla devam etmiş; Milli Eğitim Bakanlığı'nın izni ile Çeşme'deki ilkokullar başta olmak üzere çocuklarla çeşitli etkinlikler düzenleyerek, çocuklara hayvanlarla ilgili kapsamlı eğitim çalışmaları yapmıştır (Çesal, 25.03.2018, <https://www.cesal.org.tr/haber/cesal-okullarda-farkindalik-kampanyasi-baslatiyor/>, erişim: 02.03.2018 ve Milliyet, 24.03.2015, <http://www.milliyet.com.tr/cesal-hayvanlara-yardim-elini-uzatiyor-istanbul-yerelhaber-690118/>, erişim: 02.03.2018).

Çeşitli billboardlar hazırlayarak insanlarda hayvanlarla ilgili farkındalık yaratmaya çalışan ÇESAL, halkın tanıdığı milli sörfçü, oyuncu ve manken olan Çağla Kubat'ı da bu uygulamalara dahil ederek, sokak hayvanlarıyla ilgili konularda halka bilgi ve destek istemi mesajları veren Çağla Kubatla çekilmiş fotoğraflarla billboardlar hazırlanmıştır (Hürriyet, 26.06.2016, <http://www.hurriyet.com.tr/sokak-hayvanlarına-cagla-kubat-destegi-40122418>, erişim: 02.03.2018 ve Çesal, 27.06.2016, <https://www.cesal.org.tr/haber/yeni-kampanyamiz-perde-arkasi/>, erişim: 02.03.2018).



Şekil 22: Çesal'ın, Çağla Kubat ile Fotoğraf Çekimleri Gerçekleştirip, Hazırladığı Reklam Panosu Görseli

Kaynak: <https://www.cesal.org.tr/haber/yeni-kampanyamiz-perde-arkasi/>, Erişim: 02.03.2018

STK'ların tüm bu faaliyetlerinde de görüldüğü üzere, halka temas etme, onları konuları doğrultusunda bilgilendirme, etkileyebilme ve onlardan destek edinebilme amaçlı halkla ilişkiler uygulamalarına başvurulmuştur. Özetle; gerek kampanyalar, gerek afiş ve reklam panosu çalışmaları, gerek konferans ve eğitim çalışmaları ve daha nice faaliyet türüyle STK'lar, kendi amaçları ve bu amaçlara yönelik gelecek planları doğrultusunda kazanımlar elde edebilmek için genel olarak halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanmaktadırlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Araştırmanın konusu, STK'lar ile kamu arasındaki bağıntıda, halkla ilişkiler uygulamalarının rolünü incelemektir. Bu bağlamda da İzmir'deki hayvan hakları savunucusu dernekler ile hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları savunucusu derneğe üyeliği bulunmayan bireyler arasındaki bağıntıyı sağlamada, halkla ilişkiler faaliyetlerinin rolünü anlamaya çalışmak, araştırmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı ise; Sivil Toplum Kuruluşları ile kamu arasındaki etkileşimin neden/nasıl gerçekleştiğini ve halkla ilişkilerin bu noktada nasıl bir rol oynadığını analiz etmektir. Bununla beraber, hem kamunun bu konudaki bakış açısının ortaya konması hem de STK'ların amaçları doğrultusunda halkın desteğini kazanmak üzerine yaklaşım durumlarının ortaya koyması ve –varsa- sorun ve eksikliklerin tespit edilip destekleyici çözümler üretilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın konusundan hareketle; STK'ların, toplumda farkındalık bilinci yaratmak amacıyla halkı bilinçlendirerek duyarlılığa yönlendirmeye çalışan kuruluşlar olduğu bilinmektedir. Kamunun desteğini alan bir STK, çalışmalarını daha etkin yürüterek daha fazla bireye ulaşmakta ve amacı doğrultusunda daha fazla kazanım sağlayabilmektedir. Kamu desteği sağlamaya çalışan bir STK için de diğer örgütlerde olduğu gibi, halkla ilişkiler uygulamaları vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Bu sebeple bu araştırma; halkla ilişkilerin bu noktada oynadığı role, STK'lar ve kamu gözünden ayrı ayrı bakabilmek; STK'ların amaçlarını gerçekleştirebilmeleri noktasında varsa eksikliklerin tespit edilebilmesi ve STK'lar ile kamu arasındaki etkileşime yönelik destekleyici çözümler bulabilmek anlamında önem taşımaktadır. Buna göre de araştırma çıktılarının, özellikle STK'ların mevcut ve gelecek uygulamaları adına ve dolayısıyla elde edebilecekleri kazanımlar yönünde değerli ipuçları vereceği ve katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Öte yandan, örneklem alınan hayvan hakları dernekleri ve hayvansever bireyler bazındaki bu araştırmanın benzerinin Türkiye literatüründe bulunmaması;

literatüre yeni girdi olarak katkı sağlayabileceği ve benzer konularda araştırma yapabilecek araştırmacılara da ışık tutabileceği hususunda da önem taşımaktadır.

2. Araştırma Problemi

2.1. Araştırmanın Ana Problem Sorusu

- STK'lar ve kamu arası bağıntı ne sebeple kurulmaktadır?
- STK'lar ile kamu arasındaki bağıntı (ilişki) ne şekilde gerçekleşmektedir?
- STK'lar ve kamu arasındaki bağıntıda halkla ilişkiler nasıl bir rol oynamaktadır?

2.2. Alt Problem Soruları

- STK'lar için kamu desteğinin önemi nedir?
- STK'lar kamuya ne şekilde ulaşmaktadırlar?
- STK'lar için halkla ilişkiler faaliyetleri nasıl bir rol taşımaktadır?
- İzmir'deki hayvan hakları savunucusu dernekler halka ne şekilde ulaşmaktadır?
- İzmir'deki hayvan hakları dernekleri için halkla ilişkiler faaliyetleri nasıl bir önem taşımaktadır?
- İzmir'deki hayvan hakları savunucusu derneklerin yürüttükleri halkla ilişkiler faaliyetlerinin yeterlilikleri nasıldır?
- İzmir'deki hayvan hakları savunucusu dernekler, kendi yürüttükleri halkla ilişkiler faaliyetlerini nasıl değerlendirmektedir?
- İzmir'deki hayvan hakları savunucusu derneklerin halktan destek görme durumu nasıldır?
- İzmir'deki herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan hayvan sever bireyler, İzmir'deki hayvan hakları derneklerini ne şekilde, nereden duymaktadır?

- İzmir'deki herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan hayvansever bireylerin, İzmir'deki hayvan hakları savunucusu derneklerle olan ilişki durumları nasıldır?
- İzmir'deki herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan hayvansever bireyler, İzmir'deki hayvan hakları savunucusu derneklerle olan ilişkilerini nasıl değerlendirmektedir?
- İzmir'deki herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan hayvansever bireyler, İzmir'deki hayvan hakları savunucusu derneklerin yürüttüğü halka ilişkiler faaliyetlerini nasıl yorumlamaktadır? (yeterliliğini ne şekilde değerlendirmektedir?)
- İzmirde hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları derneğine üye olmayan bireyler, neden dernekleri üyelik bazında desteklememektedirler?

3. Araştırma Yöntemi

3.1. Araştırmanın Yöntem ve Deseni

Araştırma için “neden, nasıl” şeklinde sorulara yanıt arandığı ve STK'lar ve kamu arasındaki ilişkide halkla ilişkilerin rolünün taşıdığı anlam araştırıldığından *nitel araştırma yöntemi* seçilmiş, mevcut durum tespiti yapıldığından *durum çalışması deseni* uygun görülmüştür.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

STK'lar ve kamudan elde edilecek veriler anlamında iki aşamalı yürütülen olan bu nitel araştırmada, ilk aşamada; İzmir'de görüşme yapılan hayvan hakları savunucusu derneklerin iletişim numaraları, adres ve üye sayıları bilgilerine ulaşabilmek için T.C Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER)'ne dilekçe yazılarak bilgi alınmıştır. Bu bilgiler ışığında İzmir'deki hayvan haklarıyla alakalı 110 dernek olduğu görülmüştür. Bu derneklerin içinde olarak sadece spesifik hayvan ırklarına özgü dernekler de olduğundan, objektiflik esas alınarak, sadece ırka özgü olmayan tüm hayvanlar için faaliyet gösteren hayvan hakları dernekleri, bu çerçevede daraltılmıştır. Bu sayede dernekler bazında *evren* olarak 28 tane hayvan hakları savunucusu derneğe ulaşılmıştır. Bu dernekler açısından

örneklem olarak, *basit olasılıklı örneklem yöntemi* esasına göre 10 dernek seçilmiş ve araştırma, bu derneklerin yetkilileri olan 10 kişiyle yürütülmüştür.

İkinci aşamada ise; kamu açısından evren olarak İzmir'deki hayvansever ancak herhangi bir hayvan haklarıyla ilgili kuruluşa üyeliği bulunmayan bireyler içerisinde - tüm evrene ulaşmak mümkün olmadığı için- *kolayda örneklem yöntemi* kullanarak ve sayı anlamında kadın-erkek eşitliği gözetilerek 10 bireyden veriler elde edilmiştir.

3.3. Veri Toplama ve Veri Analiz Yöntemleri

Veri toplama yöntemi olarak *derinlemesine görüşme yöntemi* uygun görülmüş, toplamda 20 kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler, ortalama 50 dakika uzunlukta olup, ses kayıt cihazına alınarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler deşifre edildikten sonra, *içerik analizi yöntemi* kullanarak analiz edilmiştir.

Hayvansever olup herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan bireyler ve hayvan hakları dernekleri üzerinden iki aşamalı yürütülen bu araştırmada iki grup veri de 2 kez kodlanarak güvenilirliği ölçülmüştür. Buna göre hayvansever bireylerden elde edilen verilere göre güvenilirlik %98,23, hayvan hakları savunucusu derneklerden elde edilen verilere göre güvenilirlik %96,09 ile araştırmalarda beklenen asgari %70 güvenilirliğin üstüdür. Diğer yandan, katılımcıların görüşleri farklı zamanlarda tekrar alınarak iç geçerlik, literatürde araştırma ile ilgili tüm detaylara inilerek dış geçerlik sağlanmıştır.

4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, halkla ilişkilerin, STK'lar ve kamu arası ilişkideki rolünü sadece İzmir ili üzerinden değerlendirmekle sınırlıdır. Araştırma, İzmir'deki hayvan hakları ile ilgili STK'lardan sadece derneklerle sınırlandırılmıştır. Ayrıca, evren olarak İzmir'deki tüm hayvansever bireylere ulaşmak mümkün olmadığı için, sadece kolayda örneklem yöntemine göre ulaşılan hayvan sever bireylerle sınırlıdır.

5. Bulgular ve Yorumlar

Araştırma için, İzmir'deki 10 hayvan hakları savunucusu derneğin yetkilileriyle ve hayvansever olduğu halde herhangi bir derneğe üyeliği bulunmayan 10 bireyle

görüşmeler yapılmıştır. İçerik analizi yöntemiyle, elde edilen veriler kodlanmış ve temalar oluşturulmuştur.

Buna göre hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları savunucusu derneğe üyeliği bulunmayan 10 bireyle yapılan görüşmelerin sonucunda elde edilen verilerden 111 adet kod belirlenmiştir. Bu kodları kapsayan 7 adet ana tema üretilmiştir. Bu temalar;

a. Tema 1: Hayvansever bireylerin, hayvan severliği anlamlandırışı

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Hayata ve tüm canlılara sevgi beslemek</i>	Hayvan sevmenin mutluluk kattığı	K1, K2
	Hayvan sevmenin doğayı ve hayatı sevmek olduğu	K10
	Hayvanseverlik dünyayı sevmek olduğu	K4
	Hayvansever olmak her canlıya sevgi saygı duymak	K6
	Hayvanseverliğin karşılık beklemeden sevmek olduğu	K8
	Hayvansever olmanın insan sevmekle eşdeğer olduğu	K9
<i>Hayvanlara karşı duyarlı olmak</i>	Hayvanseverliğin hayvanlara duyarlı olmak olduğu	K7
	Hayvanseverliği insanların gözetmesine muhtaç olan canlıların korunmak olduğu	K1, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10

Tablo III: Hayvansever bireylerin hayvan severliği anlamlandırışı

- *Alt Tema 1: Hayata ve tüm canlılara sevgi beslemek*

Verilerin kodlanmasıyla, bu kodların içinden “Hayvansever bireylerin, hayvanseverliği anlamlandırışı” ana teması oluşturulmuş ve bu tema için “Hayvanlara karşı duyarlı olmak” ve “Hayata ve tüm canlılara sevgi beslemek” şeklinde iki alt tema belirlenmiştir. Buna göre; katılımcılar, hayvanseverlik durumunu her canlıya hatta yaşama karşı sevgi duymak olarak nitelendirmektedir.

- *Alt Tema 2: Hayvanlara karşı duyarlı olmak*

Katılımcılar, hayvanların insan tarafından korunmaya muhtaç varlıklar olduklarını düşünmekte ve bu yüzden, hayvanseverliği, hayvanlara duyarlı olmakla anlamlandırmaktadır.

b. Tema 2: Hayvansever bireylerin, insanları, hayvanlara yaklaşımlarıyla değerlendirdiği

Katılımcılar, insanları hayvanlara olan yaklaşımlarına göre nitelendirmektedir. Kendilerinde olumsuz (katılımcı ifadelerine göre; bencillik ve kibirli olma vb. gibi) duygu durumlarını barındıran insanların, kendilerini hayvanlardan üstün görerek (katılımcı ifadelerine göre; ikinci sınıf canlı vb. gibi) onlara yaklaştığını düşünmektedirler. Katılımcılar, ancak merhamet duygusuna sahip bireylerin hayvanlara iyi yaklaşacağını vurgulamakta ve hayvanlara kötü yaklaşan bireylere insanlara da zarar verebileceğini ortaya koymaktadır.

	Kodlar	Katılımcılar
	İnsanların olumsuz duygu durumlarında (katılımcı ifadelerine göre; bencil ve kibirli olduğu için) bunun hayvanlara da yansıdığı	K6
	Vicdanlı insanların hayvanlara iyi yaklaşacağı	K5
	İnsanların hayvanlara destek olması için merhamet taşıması gerektiği	K4

Hayvanlara zarar verebilen bir insanın, insanlara da zarar verebileceği düşüncesi	K4
---	----

Tablo IV: Tema2 - Hayvansever bireylerin, insanları, hayvanlara yaklaşımlarıyla değerlendirdiği

c. Tema 3: Türkiye’de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Halk tarafından yeterli hassasiyetin gösterilmediği</i>	Toplumda hayvanların 2. Sınıf canlı olarak görülmesine eleştiri	K1, K3
	Toplumda hayvanların 2. Sınıf canlı algısını kırma gerekliliği	K1
	Toplumda hayvanların 2. Sınıf canlı algısını kırma konusunda umutsuzluk	K1
	Türkiye'deki hayvanseverliğin kedi köpeklerle sınırlı kaldığı iddiası	K3
	Tüm canlıların haklarının önemli olduğu	K1
	Türk toplumunda insan haklarına da değer verilmediği için hayvan haklarının önemsiz görüldüğü düşüncesi	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Hayvanseverlerin besleme çalışmalarına halktan gelen tepkiyi eleştirme	K1
	İnsanlarda hayvan duyarlılığını sağlamak için okullarda hayvan sevgisi dersi olması gerektiği düşüncesi	K1, K2, K3, K4, K7
	Eğitim seviyesi düşük toplumlarda duyarlılık seviyesinin düşük olduğu ve Türkiye’de de hayvanlara duyarlılığın az olduğu düşüncesi	K6
	Hayvan sevgisinin önce ailede verilmesi gerektiği	K4
	Hayvan hakları konusunda halka da düşen görevler olduğu düşüncesi	K3, K5, K6, K10
	Ekonomik kültürel seviyenin az olduğu yerlerde daha az hayvanseverin olduğu	K4

	Hayvan hakkı ve insan hakkı eşit olması gerektiği ancak öyle görülmediği düşüncesi	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K10
	Türk toplumunda hayvanlara kötü muamele yapıldığı iddiası	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K10
	Toplumda hayvanlara karşı duyarlılık artması beklentisi	K1, K3, K5, K6, K10
	Hayvan derneklerinin toplum gözünde önemsiz olduğu eleştirisi	K1, K3, K6
<i>Devlet tarafından yeterli hassasiyetin gösterilmediği yeterli hassasiyetin gösterilmediği</i>	Türkiye'de hayvan hakları ile ilgili çalışmaların yetersiz olduğu iddiası	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Devletin hayvan hakları çalışmalarının yetersiz olduğu iddiası	K1, K2, K6, K10
	Devletin Türkiye'de hayvan derneklerine destek olmadığı iddiası	K4
	Hayvan haklarında kanunların yetersiz olduğu iddiası	K1, K3, K4, K6, K7, K9, K10
	Hayvan hakları ihlali ile ilgili cezaların caydırıcı olmadığı iddiası	K1, K2, K3, K5, K6, K10
	Türkiye'deki hayvan hakları çalışmalarının eskisine göre arttığı ancak yetersiz olduğu iddiası	K4
<i>Belediyeler tarafından yeterli hassasiyetin gösterilmediği</i>	Belediyelerin mevcut hayvan barınaklarının koşullarının kötü olduğu iddiası	K1, K2, K3, K5, K6, K9, K10
	Belediyelerin hh konusunda çalışmalarının olduğu ancak yetersiz kaldığı iddiası	K1, K2, K6, K10
	Belediyelerin hayvan hakları konusunda eskisine göre bilinçlendiği düşüncesi ancak çalışmalarının yetersiz olduğu iddiası	K3, K4
	Türkiye geneline göre İzmir'deki hayvan hakları çalışmalarının daha ileride olduğu ancak yetersiz kaldığı iddiası	K1, K3, K4, K5, K7, K10

Tablo V: Tema 3 - Türkiye'de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği

- *Alt Tema 1: Halk tarafından yeterli hassasiyetin gösterilmediği*

Katılımcılar, Türkiye’de halkın hayvanlara karşı gerekli hassasiyeti göstermediği konusunda fikirleri ileri sürmektedirler. Hayvanlara ikinci sınıf canlı olarak yaklaşıldığını, bu algının kırılması gerektiği kanısı taşımaktadırlar. Hayvanseverliğin Türk toplumunda sadece kedi köpek sevmekle sınırlı kaldığı iddiasıyla yaklaşım, ancak tüm canlıların haklarının korunması gerektiğini ve hayvan hakları ile insan haklarının eşit olması gerektiğini savunmaktadırlar. Türk toplumunda insan haklarına da yeterince değer verilmediğini ifade ederlerken bu yüzden hayvanların da hiç önemsenmediğini belirtmişlerdir. Öte yandan bunu; eğitim seviyesi düşük toplumlarda duyarlılığın az olduğu şeklinde yorumlayarak, Türk toplumun eğitim seviyesinin düşük olduğu şeklinde yorumlayarak, bağlamaktadırlar. Ekonomik ve kültürel seviyesi yüksek yerlerde hayvan severlerin daha fazla bulunabileceğini öngören katılımcılar, hayvan sevgisinin önce ailede verilmesi gerektiği kanısı taşımaktadır. Hayvanlara karşı halkın da görevlerinin olduğunu belirtirken, halkın hayvanlara kötü muamele gösterdiğini ve Türk toplumunun hayvan hakları derneklerini önemsiz gördüklerini iddia etmektedirler.

- *Alt Tema 2: Devlet tarafından yeterli hassasiyetin gösterilmediği*

Katılımcılar, hayvanlara karşı gerekli hassasiyetin gösterilmediği konusunda, devlete, kanunların yetersiz olduğu ve hayvan hakları ihlallerinde cezaların caydırıcı nitelik taşımadığı düşüncelerini ileri sürerek, eleştirilerde bulunmaktadırlar. Devletin hayvan haklarına yönelik çalışmalarını yetersiz olarak değerlendirirken, Türkiye’deki hayvan hakları derneklerine de yeterince destek olmadıklarını belirtmişlerdir.

- *Alt Tema 3: Belediyeler tarafından yeterli hassasiyetin gösterilmediği*

Öte yandan yerel yönetimlerden belediyelerin hayvan haklarına yönelik yeterli çalışmalar gerçekleştirmediğini savunusuyla eleştiren katılımcılar, özellikle belediyelerin hayvan barınaklarının koşullarını oldukça yetersiz olarak değerlendirmektedirler. Bunun yanı sıra eski yıllara göre belediyelerin hayvan hakları konusunda daha bilinçli yaklaştıklarını ancak bunun da yetersiz kaldığını, İzmir’in diğer şehirlere göre hayvan hakları çalışmaları konusunda ileride olsa da yetersiz bunu yine de buldukları şekilde ifade etmektedirler.

d. Tema 4: Halkta duyarlılık sağlamak için derneklerden, güçlü halkla ilişkiler beklentisi

	Kodlar	Katılımcılar
	Halkta hayvan hakları konusundaki ideal etkinin, çocuk yaşta sağlanacağı ve bu yüzden derneklerin eğitim çalışması projeleri yapması gerektiği düşüncesi	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneklerin halkta etki yaratabilmesi için medyada yer alması gerektiği	K10
	Derneklerin halkta etki yaratması için kültürel ve geleneksel yatırımlara göre halka yaklaşım strateji oluşturması gerektiği	K6
	Toplumda sembol haline gelmiş bazı şeylerin hayvan hakları çalışmaları için dernekler tarafından kullanılmasının etkili olacağı	K6
	Derneklerin halka ulaşmada popüler kültürü kullanmasının etkili olacağı	K6, K10
	Derneklerin hayvan hakları konusunda halktaki bilinç düzeyini anket çalışmalarıyla saptayıp ona göre strateji izlemelerinin etkili olacağı	K2, K3, K5
	Halkta hayvan sevgisi aşılacak için derneklerin pedagoğlarla çalışması önerisi	K2, K4
	Derneklerin bireylere ikna kendine çekme çalışmalarının bireyleri, derneklere eğilmeyi düşündüreceği için ikna iletişimi kullanmaları gerektiği	K1, K2, K3, K5, K7, K8, K10
	Toplumsal yapı olarak bireylerin kişiye özel ilgiyi sevdiği düşüncesi ve derneklerin halktan bireylerle özel iletişime geçmesi gerektiği	K2, K3, K6, K7, K9, K10

Derneğin halkla ilişkiler çalışmalarının üye sağlayacağı düşüncesi	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
Derneklerin halkı bilinçlendirme faaliyetlerine önem vermesi gerektiği	K1, K3, K4, K7
Derneklerde halkla ilişkileri uzmanların yapması gerektiği	K4, K5, K7
Derneklerin halkla ilişkiler birimlerinin olması gerektiği	K1, K3, K4, K7
Hayvan hakları derneklerinin projelerle halka gelmesi gerektiği	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
Halkı yakalamak için derneklerin dikkat çekici görsel çalışmalar yapması gerekliliği	K2, K3, K7, K9
Türk toplumu okumayı sevmeyen bir toplum olduğu için derneklerin görsel çalışmalar yapması gerektiği	K3
Derneklerin çalışmalarını belediyeyle işbirliği içinde yaparak halka ulaşması gerektiği	K4,
Derneklerin halktan farklı yaş ve meslek gruplarından bireyleri çekmeye çalışmaları gerektiği	K1, K3, K4, K5, K7, K10
Halkta kamu spotları ve kısa filmlerin etkili olduğu düşüncesi	K3, K6, K7
Derneklerin halkla iç içe olması gerektiği düşüncesi	K1, K3, K4, K5, K7, K10
Dernek için halkla ilişkilerin çok önemli olduğu	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
Anket yöntemi insanları sıktığı için derneklerin anket yapmaması gerektiği	K6

Derneklerin, toplumda hayvanların önemsenmediğini kabul ederek ona göre bir strateji ile halka yaklaşımları gerektiği	K3
---	----

Tablo VI: Tema 4 - Halkta duyarlılık sağlamak için derneklerden, güçlü halkla ilişkiler beklentisi

Katılımcılar, hayvan hakları derneklerinin halkta farkındalık yaratabilmesi için halkla ilişkiler yöntem ve araçları kullanımlarına dair birçok örnek ve öneri vermişlerdir. Derneklerin, halka; projelerle, medya aracılığıyla, anket çalışmalarıyla, birebir ve ikna edici iletişim teknikleriyle, kültürel yatırımlara göre stratejilerle, psikologlarla, eğitim çalışmalarıyla, dikkat çekici görsel çalışmalarla yaklaşımları gerektiğini belirtirken, derneklerde halkla ilişkiler departmanı ve halkla ilişkilere dair uzmanların olması gerektiğini düşünmektedirler. Derneklerin halka ulaşmak için halkla ilişkiler yapmaları gerektiğini aksi halde halkın desteğini kazanamayacağını düşünmektedirler. Katılımcılar yine derneklerin halkı bilinçlendirme faaliyetlerine önem göstermesi gerektiğini, halkla iç içe olmaları gerektiğini ve aynı zamanda faaliyetlerini belediyelerle işbirliği içinde yapmaları gerektiğini düşünmektedirler.

e. Tema 5: Derneklere üyelik için bireylerin, derneklerden halkla ilişkiler beklentisi

	Kodlar	Katılımcılar
	Derneğe üye olmak için derneğin güven vermesi gerektiği	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneklere üye olmak için derneğin kolay ulaşılabilir olması gerektiği	K1, K2, K4, K5
	Derneklere üye olmak için derneklerin bireylere pozitif tutum göstermesi gerektiği	K1, K2, K3, K5, K7, K8
	Derneklere üyelik düşünmek için derneklerin işlerini doğru yapması gerektiği	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K10

	Derneklere üye olmak için derneklerin halka yaklaşırken yaratıcı olması gerektiği	K7
	Derneğe üye olmak için derneğin çalışmalarını görmek bilmek istemi	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K10
	Üyelik düşünmek için derneklerin insanlara yanlışlarını göstermesi gerektiği	K7
	Derneğe üye olmak için çalışmalarında hem hayvanlar için hem de sosyalleşme hissini yaşatması gerektiği	K8
	Derneklere üye olmak için derneğin yüksek aidat istememesi gerektiği	K4
	Üye olabilmek için gerçekten kurumlar karşısında baskı mekanizması olabilen bir dernek olması gerektiği	K2, K6
<i>Bireylerin, üye olmama nedenlerinin dernekler boyutu</i>	Üye olmama sebebi olarak derneklerin geçici çözüm ürettiği, baskı mekanizması olmadığı iddiası	K2, K6
	Üye olmama sebebi olarak derneklerin yavaş işlediği, bürokrasiye takıldıkları savunusu	K2
	Üye olmama sebebi olarak derneklerdeki iç çatışmaların rahatsızlık verdiği	K2
	Üye olmak için herhangi bir derneğin cazip, güvenilir gelmemiş olduğu düşüncesi	K1, K2, K3, K5, K7, K10
		K1, K4, K7, K8, K10

<i>Bireylerin, üye olmama nedenlerinin kişisel boyutu</i>	Üye olmama sebebi olarak dernek üyeliği konusunu daha önce düşünmeyişlik	
	Dernekler konusunda bilgi sahibi olmak için kişisel olarak araştırmamış olma özeleştirisi	K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10
	Derneğe üye olamama nedeni olarak vakitsizlik, yoğun iş hayatı	K1, K3, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneğe üye olmayışının sebebinin Türkiye'deki bireylerin geçim derdinde olması nedeniyle bu alanları düşünemediği	K4, K6, K7
	Toplumda dernek aidatı ödemeye karşı bir tutum olduğu için bireylerin üye olmadığı	K1

Tablo VII: Tema 5 - Derneklere üyelik için bireylerin, derneklerden halkla ilişkiler beklentisi

Katılımcılar, hayvan hakları derneklerine üye olmak için derneklerden bazı beklentileri olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun için öncelikle derneğin çalışmaları ve çalışmalarını göstermesi konusunda güven vermesi gerektiğine odaklanan bireyler, güven duyma ihtiyaçları olduklarını belirtmişlerdir. Diğer yandan derneğin bireylere yaklaşımlarının olumlu olması gerektiğini, ılımlı tavırla yanlışlarını göstererek ve yaratıcı olarak bireyleri bu şekilde yakalamaları gerektiğini düşünmektedirler. Derneklerin iletişimleri konusunda da beklenti duyan bireyler, derneklerle iletişime geçmek istediklerinde onlara kolay bir şekilde ulaşabilmelerini beklemektedirler.

- *Alt Tema 1: Bireylerin, üye olmama nedenlerinin dernekler boyutu*

Hayvansever olmasına rağmen derneklere üyeliğe sıcak bakmayan bireyler, derneklerin geçici çözüm üreten yapıda ve bürokratik engellere takılıp hantal işleyen bir yapıda oldukları fikrini taşımaktadırlar. Diğer yandan dernekleri çalışmaları konusunda yeterli ve güvenilir bulmadıklarından yakınmaktadırlar. Ayrıca dernekler içinde iç çatışmalar olarak ifade ettikleri olumsuz durumlardan rahatsız olduklarından derneklere üyeliğe sıcak bakmamaktıklarını belirtmişlerdir.

• *Alt Tema 2: Bireylerin, üye olmama nedenlerinin kişisel boyutu*

Katılımcılardan bazıları ise üye olmama sebeplerini kişisel sebeplere dayandırarak bunları, geçim derdinde olduklarından dernekleri düşünmeye fırsatları olmadığına, yoğun çalışma hayatlarından böyle bir sorumluluğa vakitleri olmadığına dayandırmışlardır. Bazı katılımcılar daha önce hiç herhangi bir derneğe üye olmaya düşünmediğini ve dernekler konusunda bilgi sahibi olmak için araştırma yapmamış olduklarını ve bunun kişisel eksiklikleri olduğunu belirtelerek özeleştiride bulunmuşlardır. Derneklerdeki aidat ödeme faktörünün de toplumda derneklere üye olmaya karşı bir tutum oluşturabileceği tahmininde bulunmaktadırlar.

a. Tema 6: Derneklerin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerindeki yetersizliği

	Kodlar	Katılımcılar
	Bireylerin hayvan hakları örgütleri konusunda kısıtlı bilgileri olduğu	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneklerin kendilerini duyurmak için sosyal medyayı yeterince aktif kullanmadığı iddiası	K1, K4, K6, K7, K8
	Dernek çalışmalarının sadece sosyal medyadan duyulması	K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9
	Hayvan hakları örgütlerinden ismen sadece Haytap'ın bilindiği	K1, K2, K3, K4, K7
	Derneklerin halka iletişiminin zayıf olduğu savunusu	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K10
	Herhangi bir hayvan hakları derneğinin çalışmalarını görmemek bilmemek	K1, K2, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Hiç bir derneğin iletişime geçip, ikna etme, yönlendirme yapmamış olduğu	K3, K5, K7, K8, K10

	Derneklerin toplumsal destek alamadıkları için yetersiz kaldığı düşüncesi	K4
	Derneklerin dikkat çekecek çalışmalar yapmadığı iddiası	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneklerin kendini tanıtmaya çalışmalarının yetersiz olduğu fikri	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10
	Derneklerin kendi içlerinde iletişimde kalması, dışa kapalı oldukları iddiası	K1, K3, K6
	Derneklerin halkla ilişkiler çalışmalarının yetersiz kaldığı fikri	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneklerin doğru çalıştığı düşüncesi ancak halkla ilişkiler anlamında yetersiz kaldığı fikri	K4
<i>Derneklerin imajları hakkında olumsuz algılar</i>	Bireyler tarafından derneklerin çizdiği imaj yüzünden hayvan hakları savunuculuğunun belli bir zümre tarafından yapılan bir şey olarak algılandığı düşüncesi	K3
	Derneklerin çizdiği imaj yüzünden sadece ekonomik gücü iyi olan bireylerin derneklerde olduğu algısı	K3
	Dernek çalışmalarının gösteriş olduğu algısı	K7
	Dernek adı altında çıkar amaçlı oluşum örneklerinin, genel olarak diğer derneklere karşı da güvensizlik algısı yaratmış olduğu düşüncesi	K3, K5, K7, K8, K10

	Türkiye'de düzgün çalışan bir kurum olmadığı algısı sebebiyle derneklerin de düzgün çalışmadığı algısı	K9
--	--	----

Tablo VIII: Tema 6 - Derneklerin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerindeki yetersizliği

Katılımcılar, İzmir'deki hayvan hakları derneklerinin halkla yönelik halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerini yetersiz bulduklarını ifade etmişlerdir. Bunu sorgularken, günlük yaşamda hiç dikkatlerini çeken bir çalışmaya rastlamadıklarını, sadece sosyal medya üzerinden paylaşımlardan bazı sahiplendirme çalışmalarını gördüklerini belirtmişler ve derneklerin sosyal medyayı da yeterince etkin kullanmadıklarını iddia ederek, eleştirmişlerdir. Dernekleri ismen bilmediklerini, tanımadıklarını, herhangi bir derneğin kendileriyle sokakta veya başka bir şekilde iletişime geçmediğini, çalışmaları yeterli olsaydı bir şekilde denk gelebileceklerini, ancak hiç görmedikleri, şeklinde anlatmışlardır. Kendilerini duyurmak ve tanıtmak konusunda derneklerin yeterli olmadığı savunularında hemfikir olan bireyler, aynı zamanda dernekleri dışa kapalı bir iletişim sergileyip sadece kendi içlerinde iletişimde oldukları noktasını ileri sürerek, eleştirmişlerdir.

- *Alt Tema 1: Derneklerin imajları hakkında olumsuz algılar*

Katılımcılar, derneklerin, hayvan haklarını savunmayı sanki belli bir zümreye belli bir kesme ait olarak yapılan bir tutummuş gibi gösterdikleri ve derneklerde yalnızca ekonomik seviyesi iyi olan bireylerin yer aldığı algılarını taşımaktadır. Yoğun iş hayatı olmayan veya maddi durumu iyi düzeyde olan bireylerin derneklerle uğraşabildikleri kanısını taşımanın yanı sıra katılımcılar, derneklerin çalışmalarını gösteriş ve statü amacıyla yaptıkları yönünde iddialarına da rastlanmıştır. Öte yandan Türkiye'de düzgün çalışan bir kurumun olmadığı yönünde fikirlere sahip bireyler, bunu derneklerin de düzgün çalışmadıklarıyla ilişkilendiren bir algıya sahip oldukları görülmüştür. Dernek adı altında çıkar amaçlı kurulmuş oluşum örneklerinin insanları mağdur bıraktığı durumların varlığına işaret eden bireyler, bu sebeple genel olarak derneklerin çıkar doğrultusunda çalışmalar yapabileceklerine dair şühe ve güvensizlik duymaktadırlar. Yani bu olumsuz örneklerin varlığı diğer derneklere karşı duyulan güvensizlik algısına da sebep gösterilmektedir.

b. Tema 7: Bireysel çaba ile dernek bünyesi altında gösterilen çaba arasındaki etkinlik farkı

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Derneklerin bireylerden daha etkin olduğu</i>	Belediyeye hayvan hakları konusunda bireysel başvurularda sonuçsuzluk	K1
	Bireysel çabayla dernek çabasının arasında fark olduğu	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Bireysel çabaların yetersiz kaldığı düşüncesi	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Bireysel çabalar bireyin toplumdaki yerine bağlı olarak etkili olacağı düşüncesi	K3
	Derneklerin kurumlara baskı mekanizması olması söz geçirebilme niteliklerinin olduğu fikri	K1, K2, K3, K5, K6
	Derneklerin örgütlü hareket olduğu için bireysel çabadan daha etkili olacağı fikri	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
	Derneklerin daha çok iş yapabilme anlamında bireysel çabadan daha etkili olacağı düşüncesi	K4
	Bireysel çabanın maddi anlamda zorluğu olduğu düşüncesi	K4, K5
	Derneğin maddi gücünün daha yüksek olabileceği düşüncesi	K4
	<i>Bireylerin derneklerden daha etkin olduğu</i>	Derneklerin yasal sorumluluklara bağlı kaldığı için bireysel çabaların çalışmaları dernekten daha hızlı gerçekleştirildiği fikri

	Derneklerin aktivitelerinin sonuca ulaşamadığı ancak bireysel çabanın daha sonuç odaklı ve etkili olduğu fikri	K2, K6
	Dernek bünyesinde olmak yerine bireysel çaba tercihi	K2, K6

Tablo IX: Tema 7 - Bireysel çaba ile dernek bünyesi altında gösterilen çaba arasındaki etkinlik farkı

- *Alt Tema 1: Derneklerin bireylerden daha etkin olduğu*

Katılımcıların çoğu, hayvanlar konusunda bireysel çaba göstermeyi tercih etseler de dernek bünyesi altındaki çalışmaların daha etkin olabileceğini düşünmektedirler. Katılımcılara göre bireysel çabalar, kurumlar karşısında yaptırımcı olamamakta ve başvurularında sonuçsuzluk yaşamaktadırlar. Bu yüzden örgütlü bir çaba olan derneklerin kurumlar karşısında daha güçlü olduklarını ve söz geçirebildiklerini böylece baskı mekanizması olabildiklerini ancak bireysel çabada bunu başarmanın zor olduğunu düşünmektedirler. Dernek altındaki çalışmalarda daha çok iş yapılabileceğini ve bireysel çabanın maddi anlamda zorluk yaşattığını ortaya koymuşlardır.

- *Alt Tema 2: Bireylerin derneklerden daha etkin olduğu*

Düşünceleri yönünde azınlıkta kalan katılımcılar da bireysel çabaları dernek altında yürütülen çabalardan daha etkin görmekte ve bunun sebebini de derneklerin yasal zorunluluklar sebebiyle yavaş çalıştıklarına ve bireysel çabanın daha hızlı hareket edebildiği savunularına dayanarak açıklamaktadırlar. Bireysel çabaların, dernek bünyesi altında gerçekleştiren faaliyetlerden daha sonuç odaklı ve etkili olduğunu düşünen bireyler bu yüzden bireysel olarak çaba göstermeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

İzmir'deki 10 hayvan hakları savunucusu derneğin yetkilileriyle yapılan görüşme sonucunda ise 123 adet kod elde edilmiştir. Bu kodlardan da 7 tane ana tema üretilmiştir. Bu temalar;

a. Tema 1: Hayvanseverliğin, hayvanlara karşı yaklaşımla anlamlandırılması

	Kodlar	Katılımcılar
	Hayvanseverliğin hayvanların sadece beslenmesini barınmasını önemsemek değil sağlık şartlarının da iyi olmasını sağlamak olduğu düşüncesi	D10
	Hayvansever olmanın hayvan haklarını korumak olduğu düşüncesi	D6
	Hayvan sevmenin insan sevmek olduğu düşüncesi	D2, D5
	Hayvan sevgisinin merhamet ve vicdan sahibi olmakla bağlantılılığı	D1, D5, D8, D9
	Canlılara ayırım yapmayanların hayvansever olduğu düşüncesi	D3
<i>Bireyleri hayvanlara Yaklaşımlarıyla nitelendirme</i>	Hayvana şiddetin sonrasında insana yöneleceği düşüncesi	D10
	Hayvan sevmeyenin insan sevemeyeceği düşüncesi	D4, D8
	Hayvansever profillerinin de kategorilere ayrıldığı düşüncesi	D3, D4, D5, D8
<i>Hayvanlara ve insanlara eşit yaklaşım beklentisi</i>	Hayvan hakları ile insan haklarının eşit düzeyde olması gerektiği düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D9, D10
	Hayvan haklarını korumanın aynı zamanda insan haklarını korumak olduğu düşüncesi	D4
	Canlı haklarını sınıflara bölmek o hakları ötekileştirmek olduğu düşüncesi	D4

	Türçülük yapılmaması gerektiği düşüncesi	D1
	Sadece insan egemen düzenin olduğuna eleştiri	D1, D2, D3, D5, D8, D9

Tablo X: Tema 1 - Hayvanseverliğin, hayvanlara karşı yaklaşımla anlamlandırılması

Katılımcılara göre hayvanseverlik, hayvanların sadece beslenme, barınma koşullarını değil aynı zamanda sağlık koşullarını da iyileştirmek, canlı ayrımı yapmadan hayvan haklarını da korumak, insan sevmekle aynı değeri verebilmek ve merhamet ve vicdanla yaklaşmak olarak anlamlandırmaktadır.

- *Alt Tema 1: Bireyleri hayvanlara yaklaşımlarıyla nitelendirme*

Katılımcılar, hayvansever profillerinin de çeşitli olduğunu düşünmektedir. Buna göre, katılımcılar, bir kesim hayvan severin her şeyini ortaya koyarak hayvanlara yardım ettiği, başka bir kesimin hayvanlara sınırlı seviyede yardım ettiği, diğer kesimin ise hayvanlara zarar vermediği ancak yardım da etmediği şekilde profillere ayrıldıklarını ifade etmektedirler. Öte yandan hayvanlara zarar veren bireylerin insanlara da zarar vereceğini ve hayvan sevmeyen bireylerin insan da sevmeyeceğini belirtmişlerdir.

- *Alt Tema 2: Hayvanlara ve insanlara eşit yaklaşım beklentisi*

Katılımcılar haklar noktasında hayvan haklarıyla insan haklarının eş değer veya paralel nitelikte olması gerektiğini, türçülük yapılmaması gerektiğini ve hakları sınıflara ayırmanın o hakları ötekileştireceği iddiasında bulunmuşlardır. Ayrıca dünyadaki insan egemen düzeni eleştirerek her şeyin insan konforuna yönelik yapıldığını, hayvan haklarının bile insan konforuna göre düzenlendiğini ifade etmektedirler.

b. Tema 2: Türkiye’de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Halk tarafından</i>	Halkta hayvana kötü muamele yapıldığı düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10
	Toplumda hayvan haklarının önemsenmediği düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9

	Toplumda hayvanlara hakkında yanlış algılar olduğu için hayvanlara destek verilmediği düşüncesi	D1, D3, D4, D6, D8
	Dinde hayvan korumaya yönelik referansların olmasına rağmen halkın hayvanlar konusunda yanlış davrandığı düşüncesi	D3, D6, D8
	Bireylerin hayvanların ölümüne bu zamana kadar ses çıkartmayıp duruma alışmış oldukları düşüncesi	D10
	Bireylerin hayvan hakları konusunda bilinçsiz oluşu düşüncesi	D1, D6, D7, D10
	Hayvanların Türkiye'de toplum tarafından mal olarak görülmesine eleştiri	D1, D3, D4, D5, D6
	Hayvanlara yardım eden bireylere halktan "hayvan yerine insana yardım et" algısına eleştiri	D2, D3, D5, D6, D8
	Halkın hayvan derneklerine destek olmadığı, önemsemedikleri düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D7, D8, D10
	İzmirin hayvan hakları örgütlenmelerinin en yoğun olduğu illerden olduğu ancak bunun yetersiz olduğu	D4
	Türkiye'nin batısındaki halkın hayvanlara doğusundan daha duyarlı olduğu düşüncesi	D10
<i>Devlet tarafından</i>		D1, D2, D3, D5, D6, D8, D9, D10

	Türkiye'deki hayvan hakları çalışmalarının yetersiz olduğu düşüncesi	
	Mevcut hayvan hakları kanunundan yetersiz diye memnuniyetsizlik düşüncesi	D1, D2, D3, D4, D5, D9, D10
	Mevcut hayvan hakları kanununun uygulanabilirliğinin düşük olduğu düşüncesi	D10
	Mevcut hayvan hakları kanununun işleri zorlaştırdığı düşüncesi	D1, D2, D4, D5, D7, D8, D9, D10
	Bazı mahkemeler ve savcılıkların hayvan hakları konusunda fikiri olmayışı empati kuramalarının hayvan hakları savunma önünde engel oluşturduğu düşüncesi	D10
	Hayvan hakları ihlalinin cezalarının caydırıcı olmadığı ve olması gerektiği düşüncesi	D1, D3, D4, D6, D7, D8, D9, D10
	Hayvanlarla alakalı çalışmalarda sahada sorunları görmeyen kurumların sahada sorunları gören stklardan görüş alması gerektiği ancak almadığı düşüncesi	D1, D4, D10
	Hayvan hakları koruma kanununun hayvan hakları tam koruyamadığı düşüncesi	D1, D2, D3, D4, D7, D8, D9, D10
	Hayvan hakları konusunda ilgilenecek kurumların birbirleriyle koordinesiz oluşunun hayvan hakları koruma önünde engel oluşturduğu düşüncesi	D4, D10
	Hayvan sevgisi okul müfredatlarında ders olması gerektiği düşüncesi	D1, D3, D5, D6, D7

	Hayvanlar için devlet tarafından kayıt sisteminin konmadığı, Kayıt sisteminin olmayışından sokağa hayvan akışına engel olunamadığı düşüncesi	D10
	Mevcut hayvan hakları kanununun sahipli hayvanları da korumadığı düşüncesi	D4, D10
	Yıllar önce çıkan hh kanununun hala sokağa hayvan akışına engel olmamış oluşu düşüncesi	D10
	Belediyelerin hayvan çalışmaları yapmayışının yasada herhangi bir cezasının olmayışı düşüncesi	D10
	Devletin Türkiye'deki hayvan hakları çalışmalarının önünde engel gibi oluşu düşüncesi	D3, D4
	Sahipli hayvanların sokağa terkedilmesinin kanunlarla engellenmesi gerektiği düşüncesi	D10
	Hayvanların Türkiye'de her yerde eşit ve yeterli hizmet alamadığı düşüncesi	D10
	Devletin hayvan hakları derneklerine destek olmadığı düşüncesi	D3, D4, D5, D9, D6, D7
	Yasalarla Hayvan sahiplenmeden önce sahiplenen bireylerin ilgili eğitimi alması gerektiği düşüncesi	D10
<i>Belediyeler Tarafından</i>	Belediyelerin hayvanlarla ilgili çalışmalarda yetersiz olduğu düşüncesi	D1, D2, D3, D6, D7, D10

	Barınak koşullarının kötü olduğu düşüncesi	D1, D2, D5, D6, D8, D9
	Yerel yönetimlerin hayvan hakları derneklerini desteklemediği düşüncesi	D3, D6, D7
	Belediyelerin hayvanları öldürüyor olduğu düşüncesi	D1, D4, D6
	Belediyelerin hayvan çalışmaları konusunda yetersiz teşkilatlanmasının olduğu düşüncesi	D1, D4, D7
	Belediyelerin oy kaygısı sebebiyle hayvan hakları çalışmalarını göstermelik yaptığı düşüncesi	D3, D6, D7

Tablo XI: Tema 2 - Türkiye’de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği

- *Alt tema 1: Halk tarafından*

Katılımcılar, Türkiye’de hayvanların temel haklarının teslim edilmediğini, Türk halkının hayvan haklarını önemsemediği ve hayvanların bir mal gibi görüldüğü yönünde savunularda bulunmaktadır. Türkiye’de halkın, hayvanlara olan şiddete alışmış hale geldiği ve bu yüzden ses çıkarmadıklarını belirtirken, bireylerin hayvan hakları konusunda yeterince bilinçli olmadıklarını ve hayvanlar hakkında sağlıksal ve dinsel noktalarda yanlış algılarının olduğunu ileri sürmektedirler. Halkın hayvanlara kötü muamele ettiği yönünde kanı taşıyan katılımcılar, halkta “hayvan yerine insana yardım et” algısının olduğunu öne sürmüşlerdir. Katılımcılar, Türkiye’nin batısındaki halkı, hayvanlara karşı doğusundan daha duyarlı olduğu şeklinde nitelendirirken, İzmir’in hayvan hakları örgütlerinin en yoğun illerden biri olmasına rağmen yetersiz olarak değerlendirmişlerdir.

- *Alt tema 2: Devlet tarafından*

Katılımcılar, devletin hayvan hakları konusundaki çalışmalarının ve hayvan hakları ile ilgili oluşturdukları kanunun yetersiz olduğunu ileri sürmektedirler. Kanunun uygulanabilirliğinin düşük olduğunu ve hayvan hakları konusunda faaliyetler yürütürken

işleri zorlaştırıyor olduğu gibi fikirler taşımaktadırlar. Öte yandan hayvan sahipleneceklerin yasal olarak önce eğitim alması gerektiğini savunmaktadırlar. Katılımcılar, yıllar önce çıkan mevcut kanunu, hala sokağa hayvan akışına engel olmadığını iddia ederek, eleştirmektedirler. Ayrıca hayvan hakları ihlalinde verilen cezaların caydırıcı nitelik taşımadığını ve hayvan haklarını korumaya engel olduğunu önesürmektedirler. Öte yandan mahkemeler savcılıklar gibi devlet kurumlarının sahadaki hayvanların durumlarını görmediklerinden saha hakkında fikirlerinin olmayışının kararlarında etkili olduğunu ve dolayısıyla hayvan haklarını savunmanın önünde engel olduklarını, ifade etmişlerdir. Bu sebeple, katılımcılar devletin hayvan haklarıyla ilgili çalışmalar yaparken sahayı gören bilen STK'lardan görüş alınması gerektiğini düşünmektedirler. Devletin derneklere destek olmadığını savunan katılımcılar, belediyelerin de hayvan haklarıyla alakalı yetersiz çalışmaları konusunda herhangi bir cezai uygulama yapmadığını ileri sürmüşlerdir. Katılımcılar, hayvanların Türkiye'nin her yerinde eşit hizmet almadığını ifade ederek bunu eleştirmektedirler.

- *Alt tema 3:Belediyeler tarafından*

Katılımcılar, belediyeleri de hayvanlar konusundaki çalışmalarını yetersiz buldukları yönünde eleştirmektedirler. Belediye barınaklarının koşullarının hayvan sağlığına uygun olmadığını, barınakların küçük ve yetersiz donanıma sahip olduğunu belirtmişlerdir. Öte yandan belediyelerin hayvanların yaşam haklarını ihlal ettiklerini ve oy kaygısı sebebiyle hayvanlarla ilgili çalışmalar gösterdiklerini iddia etmektedirler. Ayrıca, belediyelerin derneklerle işbirliği geliştirmek için adım atmadığını belirten katılımcılar, belediyelerin hayvan hakları konusundaki teşkilatlanmalarının yetersiz olduklarını ifade etmişlerdir.

a. Tema 3: Derneklerin halkta duyarlılığı sağlaması için halkla ilişkiler ve devlet uygulamaları ihtiyacı

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Halkla ilişkiler gerekliliği</i>	Derneklerin ideal etkiyi, halka hayvanların durumlarını gösterecek gezi projeleriyle sağlayabileceği düşüncesi	D9

	İdeal etki için derneklerin halkla empatik iletişim kurması gerektiği düşüncesi	D2, D4, D7, D10
	İdeal etki için derneklerin halka eğitim çalışmaları yapılması gerektiği düşüncesi	D3, D4, D5, D10
	Derneklerin ideal etki için örgütlü olup devlete yasa yapması için ve yerel yönetimlere baskı olması gerektiği	D1, D2, D10
	Dernekleri halkı kazanım konusunda ideal etkiyi iç çatışmalarından arınıp derneklerin birlikte hareket etmekle sağlayabileceği düşüncesi	D4
<i>Devlet desteği gerekliliği</i>	Türkiye'de derneklerin halkta ideal etkiyi sağlayabilmek için ülkenin içinde olduğu durumun iyileşmesi gerektiği düşüncesi	D8
	Halkta ideal etki yaratılması için önce devletin bu işe el atması gerektiği	D1, D3, D4, D5, D10
	Hayvan hakları konusunda ideal etki için Türkiye'de devlet tarafından standart bir politika geliştirilmesi gerektiği düşüncesi	D10
	Hayvan hakları konusunda ideal etki için Türkiye'de devlet tarafından standart bir politika geliştirilmesi gerektiği düşüncesi	D10
	İdeal etkinin sadece dernek çabasıyla sağlanmasının zor olduğu düşüncesi	D10
		D10

	İdeal etki için önce hayvanların halkta yarattığı rahatsızlığı çözmek gerektiği düşüncesi	
--	---	--

Tablo XII: Tema 3 - Halkta duyarlılık sağlamak için halkla ilişkiler ve devlet uygulamaları ihtiyacı

- *Alt tema 1: Halkla ilişkiler gerekliliği*

Katılımcılar, halkta, hayvanlara karşı duyarlılığı, halkta hayvanların yaşam koşullarını gösterecek gezi projeleriyle ve eğitim çalışmaları yaparak sağlayabileceklerini düşünmektedirler. Ayrıca halkta empatik iletişim kurmak ve iletişimlerini geliştirerek bu duyarlılığı yakalayabileceklerini düşünmektedirler. Diğer yandan derneklerin kendi aralarında iç çatışmalar yaşadıklarından söz eden katılımcılar, bu iç çatışmalarından arınıp birlikte hareket etmeleri takdirde halkta duyarlılık yaratabileceklerini düşünmektedirler. Öte yandan derneklerin birlikte örgütlenerek devlete ve yerel yönetimlere baskı yaratması gerektiğini, böylece bu duyarlılığı yaratmak için yolun açılacağını düşünmektedirler.

- *Alt tema 2: Devlet desteği gerekliliği*

Katılımcılar, halkta duyarlılık yaratmak için derneklerin tek başına etkili olmayacağını, devlet desteği aldıklarında bu duyarlılığın oluşturulabileceğini düşünmektedirler. Duyarlılık yaratmaya yönelik ideal etkinin sağlanması için Türkiye'nin içinde bulunduğu sosyal ekonomik durumun iyileşmesi gerektiğini öne süren katılımcılar, devletin hayvan hakları konusunda standart bir politika oluşturması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu gerekli yasal düzenlemelerden sonra derneklerin devreye girerek sahiplendirme ve eğitim çalışmaları yaptığında duyarlılığın oluşturulabileceğini düşünmektedirler.

b. Tema 4: Derneklerin halkla ilişkiler çalışmalarındaki yetersizliği

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Derneklerin halkla ilişkilerde yetersiz oldukları</i>	İzmirdeki derneklerin halk ile iyi iletişime geçemediği düşüncesi	D10
		D2, D4, D7, D9, D10

	İzmir'deki derneklerin kendilerini olumsuz iletişimle ifade etme durumlarının olabildiği	
	İzmir'deki derneklerin kendilerini duyurmak anlamında yetersiz oldukları düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D10
	İzmir'deki derneklerde dışarı kapalı iletişim olması sebebiyle üye kaydedemedikleri düşüncesi	D3
	Derneklerin yetersiz halkla ilişkiler yapmasının sebebinin sosyal medyanın tembellige ittiği ihtimali olduğu düşüncesi	D2, D8
	Derneklerin hayvanları kurtarma çalışmalarından iyi halkla ilişkiler yapmaya vakit bulamadıkları düşüncesi	D1, D5
	İzmir'deki derneklerin halkla ilişkiler sadece etkinliklerle yürüttüğüne eleştiri	D10
	Derneklerin yaptığı halkla ilişkiler çalışmalarının yetersiz olduğu düşüncesi	D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10
	Derneklerdeki fanatik hayvanseverlerin çatışma halinde oluşunun halktaki hayvanseverleri de ittiği düşüncesi	D8
	Derneklerin halka üstten bakan bir tavırla yaklaştığı düşüncesi	D4
	İzmir'deki derneklerin davranışlarının halkta olumsuz algı oluşturdukları düşüncesi	D4, D10
	İzmir'deki derneklerin bazı olumsuz yaklaşımları sebebiyle halktan tepki gördükleri	D2, D4, D10

	Dernekler içindeki bazı çatışmacı birey davranışlarının halkı derneklerden soğuttuğu düşüncesi	D2, D4
	İzmir'deki derneklerin bazı olumsuz yaklaşımlarla halkta hayvan sevgisi oluşturamayacağı düşüncesi	D10
	İzmir'deki derneklerin halka tek taraflı ve fazla duygusal yaklaşım sergiledikleri fikri	D10
	Sosyal medyada da derneklerin bireylere linç tepkisi gösterebildikleri düşüncesi	D10
	Mevcut sivil toplum kuruluşların bazı yanlış davranışları sebebiyle halktan tepki gördüğü düşüncesi	D10
	Dernekleri davranışları sebebiyle halkta elit şekilde algılandığı ve bunun dernekler ve halk arasında mesafeye yol açtığı düşüncesi	D4
<i>Derneklerin, halk desteği için halkla ilişkiler yapması gerektiği</i>	Derneklerde bireylerin halka pozitif yaklaşım göstermesi gerektiği düşüncesi	D4, D7, D10
	İzmir'deki derneklerin kendilerini basın ve sosyal medyadan duyurdukları düşüncesi	D1, D3, D5, D10
	Sosyal medyanın derneklerin kendini duyurmasında etkili olduğu düşüncesi	D3, D4, D5, D7, D10
	Derneklerin halka kendini duyuru çalışmaları yapması gerektiği düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D10

Dernekler için halkla ilişkilerinin halktan destek kazanmak için önemli olduğu	D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D10
Derneklerde halkla ilişkiler biriminin olması gerektiği düşüncesi	D4, D5, D6
Hayvanlar ile ilgili çalışmaların duyurulmasında kamu spotu ve kısa filmler yapılması gerektiği düşüncesi	D3
Derneklerin halkla ilişkiler yaptıklarında üye kazandıkları düşüncesi	D1, D2, D4, D5, D8, D9, D10
Son senelerdeki derneklerin halkla ilişkiler faaliyetlerinin daha iyi olduğu düşüncesi	D10
Toplumumuzun çok okumadığı sebebiyle görsel medyanın etkili olduğu düşüncesi	D9
Derneklerin halka bilgilendirme çalışmaları yapması gerektiği düşüncesi	D1, D4, D6, D7, D9
Derneklerin okullarda hayvan hakları konusunda eğitim çalışmaları yapması gerektiği düşüncesi	D1, D2, D3, D10
Hikayesi duyulan hayvanların halktan daha çok ilgi gördüğü bu yüzden hayvanları hikayelendirip halka sunmak gerektiği	D2, D5

Tablo XIII: Tema 4 - Derneklerin halkla ilişkiler çalışmalarındaki yetersizliği

- *Alt Tema 1: Derneklerin halkla ilişkilerde yetersiz oldukları*

Katılımcılar, İzmir'deki derneklerin halka etkin iletişim kurmadığını, kendilerini duyurmak konularında yetersiz olduklarını ifade etmektedirler. Katılımcılar, dernekler için halkla ilişkiler çalışmalarının halkın detseğini almak için önemli olduğunu; ancak hayvan kurtarma çalışmaları vakit aldığından yeterince halkla ilişkiler faaliyetleri

yapamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra derneklerin daha çok dışa kapalı iletişim gerçekleştirdiğini öne süren katılımcılar, halka karşı olumsuz tutum (katılımcıların ifadesine göre; agresif vb.), tek taraflı ve duygusal tepkiyle yaklaşımlarının olduğunu ileri sürerek eleştirmişlerdir. Derneklerin çatışmacı (katılımcıların ifadesine göre; bencil, kibirli vb.) tavırları olduğunu düşünen katılımcılar, bu tarz yaklaşımların halkı derneklerden soğuttuğunu düşünmektedirler. Derneklerin, halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştirirken bazen olumsuz davranışlar sergileyebildiklerini ve sosyal medya üzerinde bireylere linç tepkisi oluşturulabildiğini eleştiren katılımcılar aynı zamanda yine derneklerin bazı yaklaşımları (katılımcıların ifadesine göre; üstten bakan tavır ve davranışları) sebebiyle elit kesim şeklinde algılandıklarını ve bunun da halkla dernekler arasında mesafeye yol açtığını ifade etmektedirler.

- *Alt Tema 2: Derneklerin, halk desteği için halkla ilişkiler yapması gerektiği*

Katılımcılar, halkın desteğini kazanmak üzerine yapılabilecek halkla ilişkiler çalışmalarına binayen, halka pozitif yaklaşımla gidilmesi gerektiğini ve derneklerin kendilerini tanıtmak duyuracak çalışmalar yapmaları gerektiğini düşünmektedirler. Sosyal medyanın derneklerin kendilerini duyurması konusunda etkili olduğunu, kendilerini basın ve sosyal medyadan duyurduklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar, Türk toplumunun çok okuyan bir toplum olmadığını iddia ederek, bu yüzden görsel çalışmaların, kısa film ve kamu spotlarının etkili olabileceğini düşünmektedirler. Halkı bilinçlendirme ve eğitim çalışmalarının halkı kazanmak adına etkili olacağını, derneklerin halkla ilişkiler faaliyetleri yaptıklarında üye kazandıklarını düşünen katılımcılar, derneklerin bunları gerçekleştirmesi için halkla ilişkiler biriminin olması gerektiğini düşünmektedirler.

c. Tema 5: Dernek bünyesi çabalarının bireysel çabalardan daha etkin olduğu

	Kodlar	Katılımcılar
	Derneklerin bireysel çabadan daha çok etkili olduğu düşüncesi	D1, D2, D3, D4, D8, D9, D10

	Bireysel çaba ve derneksel çaba arasında fark olduğu düşüncesi	D1, D3, D4, D5, D9, D10
	Derneksel çabayla bireysel çaba arasında fark olması gerektiği ama bir fark olsa da imkansızlıklar yüzünden büyük fark oluşmadığı düşüncesi	D2, D6
	Bireysel çabanın kurumlar karşısında yeterince ses duyuramayacağı güçlü olamayacağı düşüncesi	D4, D10
	Derneksel çabanın kurumlar karşısında bireylerden daha fazla söz geçirebildiği, yaptırım gücü sağladığı düşüncesi	D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10

Tablo XIV: Tema 5 - Dernek bünyesi çabalarının bireysel çabalardan daha etkin olduğu

Katılımcılar, hayvanlarla ilgili çalışmalarda derneklerin bireysel çabadan daha etkin olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların fikirlerine göre, bireysel çabalar kurumlar karşısın yeterince ses duyurabilecek nitelik taşımamakta, dernekler ise örgütlü kuruluşlar olduğundan kurumlar karşısında söz geçirip, yaptırımcı olabilmektedir.

d. Tema 6: Derneklerde üye yetersizliği ve aktif üye ihtiyacı

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Derneklerin üye sayılarının yetersizliği</i>	İzmir genelinde hayvan hakları derneklerinde aktif çalışan üyelerin çok az olduğu düşüncesi	D3, D4, D5, D10
	İzmir'deki derneklerin yeterli üyesinin olmadığı düşüncesi	D2, D3, D4, D5, D6, D8, D9, D10
	Hayvansever bireylerin derneklerde çalışmalarda süreklilik arz etmediği fikri	D5
	Türkiye'deki hayvan hakları çalışmalarının çoğunu üyelerin değil gönüllülerin yürüttüğü iddiası	D4
	Dernek üyelerinin genelde belli bir yaş üstü bireylerden oluştuğu ancak gençlere ihtiyaç olduğu düşüncesi	D4

	Dernekler için üyenin değil aktif çalışan üyenin daha önemli olduğu, ihtiyaç olduğu	D4, D10
<i>Halkta, kişisel sebeplere dayanan üye olmayışlık</i>	Hayvan hakları konusunda bireysel çabanın bireylere yeterli geldiği çünkü dernek altında daha çok iş yapmaktan kaçındıkları, tembellik yaptıkları iddiası	D1, D3, D6, D9
	Bireysel çabanın sadece sosyal medya üzerinde kaldığı, dernek faaliyetlerine destek için icraata geçmedikleri fikri	D8, D9
	Sosyal statü kazanma düşüncesiyle bireysel çabaya yönelik üye olmadıkları fikri	D3
	Derneğe üye olmayan bireylerin sebeplerinde ne işime yarayacak algısının olduğu düşüncesi	D10
	Halk geçim derdinde olduğu için derneklere üye olmayabileceği düşüncesi	D2
	Bireylerin aidat ödemekten kaçtığı sebebiyle derneklere üye olmadığı fikri	D3, D7
	Halkın sorumluluktan kaçtığı için derneklere üye olmadığı düşüncesi	D1, D3, D6, D9
<i>Halkta, derneklere karşı olumsuz algılara dayanan üye olmayışlık</i>	Hayvanlar üzerinden rant kazanan dernek adı altında oluşumların olmasının derneklere bakış açısında güvensizlik yarattığı için halkın derneklere üye olmadıkları düşüncesi	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8
	Türk toplumunda sivil toplum bilincinin olmadığı için derneklere üye olmadıkları düşüncesi	D1, D7, D10
	Toplumda derneklere karşı -doğru çalıştıkları, başlıkların doğru yere ulaştığı hakkında- duyulan güvensizlik olduğu için üye olmadıkları düşüncesi	D1, D2, D3, D4, D6, D7, D8, D9

	Devletin yarattığı algı sebebiyle toplumun örgütlenme, örgüt fikrine karşı çekinen tutumu olduğu bu yüzden derneklere üye olmadığı düşüncesi	D4, D8
	Türk toplumunun bir yere üye olmaktan kaçınma eğilimi olduğu düşüncesi	D1, D3, D5, D8, D10

Tablo XV: Tema 6 - Derneklere üye yetersizliği ve aktif üye ihtiyacı

- *Alt tema 1: Derneklerinin üye sayılarının yetersizliği*

Katılımcılar, İzmir genelindeki hayvan hakları derneklerin üye sayılarının yetersiz olduğunu, aktif çalışan üyelere ihtiyaçları olduğunu ancak aktif çalışan üyelerin de çok az olduğunu ifade etmektedirler. Derneklere üye olan bireylerin çalışmalarında süreklilik arz etmediklerini belirten katılımcılar, Türkiye’de, hayvanlarla ilgili çalışmaların çoğunu gönüllü bireylerin yürüttüğünden söz etmişlerdir. Dernek üyelerinin belli bir yaş grubu üstünde olduğunu belirten katılımcılar daha fazla genç üye bireye ihtiyaçları olduklarını ifade etmişlerdir.

- *Alt tema 2: Halkta, kişisel sebeplere dayanan üye olmayışlık*

Katılımcılar, derneklere üye olmayan hayvansever bireyleri, geçim derdinde olduklarından üye olmayabilecekleri ve aidat ödeme durumundan kaçtıkları için üye olmayı istemediklerini iddia etmektedirler. Katılımcılar, bireylerin bireysel çabayı tercih edip derneklere üye olmaması konusunda, halkın daha çok sosyal medya üzerinde sadece söylemde kaldığı, ancak dernek faaliyetlerine katılacak şekilde icraate girmekten kaçındıklarını ileri sürmektedirler. Bireylerin dernek altında çalıştıklarında görev ve sorumluluk yükleneceklerinden, bu sorumluluklardan kaçtıkları için bireylerin üye olmadıklarını iddia ederek eleştirmektedirler. Ayrıca katılımcılar, bireylerin derneğe üye olma konusunda “Ne işime yaracak?” düşüncesiyle yaklaştıklarından ötürü derneklere üye olmadıklarını öne sürmüşlerdir. Öte yandan, katılımcılar, bireysel çaba gösterenlerin bunu, kendi çevresinde sosyal statü kazanmak düşüncesiyle yaptıklarını ve bunu bireysel olarak gerçekleştirirken çevrelerinden saygı gördüklerini, dolayısıyla da bu statüden vazgeçmek istemedikleri için derneklere üye olmadıkları yönünde fikirler öne sürerek eleştirmektedirler.

- Alt tema 3: *Halkta, derneklere karşı olumsuz algılara dayanan üye olmayışlık*

Katılımcıların ifade ettiği düşüncelere göre bireyler, dernek adı altında çıkar amaçlı kurulmuş oluşumların diğer derneklere bakış açısında da güvensizlik algısı oluşturduğu için üye olmamaktadırlar. Ayrıca Türk toplumunda sivil toplum bilincinin oluşmadığını ileri sürmekte ve geçmişte devletin darbe ile halk üzerinde örgütlenme konusunda yarattığı olumsuz algı ve imajın, bireylerin örgüt fikrine karşı çekince duymasına sebep olduğunu, bu yüzden de bireylerin üye olmaktan imtina ettiklerini savunmaktadırlar.

e. Tema 7: Derneklerin birbirleriyle ve halkla çatışma durumları

	Kodlar	Katılımcılar
<i>Derneklerin kendi aralarındaki çatışma</i>	Derneklerin birlikte hareket etmediğine eleştirisi	D4, D6, D8
	Bazı derneklerin statü için belediyelerle statüsel ilişkiler kurduğu iddiası	D3
	İzmir'deki derneklerin kendi aralarında da çatışma yaşadıkları düşüncesi	D4, D10
	Dernekteki bireylerin birbiriyle iç çatışma yaşadığı düşüncesi	D2, D4, D7, D9
<i>Derneklerin, halkla aralarındaki çatışma</i>	Derneklerin faaliyetleri sırasında bazı sorunlar yaşıyor olduğu	D1, D3, D4, D5, D6, D8, D9, D10
	Halka yaşanan sorunlarının sebebinin bireylerin bilgisizliğinden kaynaklandığı düşüncesi	D4

	Halk arasında derneklerin bir devlet kurumu gibi zorunlu hizmet verdiği şeklinde bir algı olduğu ve derneklere bu şekilde yaklaştıkları düşüncesi	D3
	Bireylerin dernekleri kendi vicdanlarını rahatlatmak ve üstünden yük atmak için kullandığı düşüncesi	D5, D7
	Derneklerin çok emek vermesinin karşılığında bireylerden beklediği takdiri alamadığı için çatışma yaşadıkları düşüncesi	D4

Tablo XVI: Tema 7 - Derneklerin birbirleriyle ve halkla çatışma durumları

- *Alt Tema 1: Derneklerin kendi aralarındaki çatışma*

Katılımcılara göre, İzmir'deki hayvan hakları dernekleri, aynı amacı taşımalarına rağmen birlikte işbirliği içinde hareket etmemektedir. Katılımcılar bunun sebebini, derneklerdeki yetkililerin aralarında yaşadıkları çatışmalara dayandırmaktadır. Diğer yandan katılımcılar, İzmir'deki bazı derneklerin, statü kazanmak amaçlı belediyelerle yakın ilişkiler kurduğunu iddia ederek eleştirmekte ve bu derneklerin amaçları dışına çıkartıklarını ifade ederek, bu sebeple; birlikte hareket edemiyor olduklarını ve fikir çatışmalarına girdiklerini savunmaktadırlar.

- *Alt Tema 2: Derneklerin, halkla aralarındaki çatışma*

Katılımcılar, halkla yaşadıkları sorunların bir kısmını bireylerin konu hakkındaki bilgisizliğiyle ilişkilendirmiştir. Derneklerin hayvanlar için besleme çalışmaları yaptıkları sırada halktan haksız yere tepki gördüklerini ileri süren katılımcılar, bu konuda ve halktan bireyler hayvanlara zarar verdiği için halkla çatışmaya girdiklerini ifade etmektedirler. Diğer yandan, halkın dernekleri gönüllü birlikler olarak değil hizmet vermesi zorunlu bir devlet kurumu gibi algılamakta olduklarını düşünen katılımcılar, bireylere herhangi bir sebeple yardım edemediklerinde halk tarafından hemen karalandıklarından ve bu yüzden de çatışma yaşadıklarından söz etmişlerdir. Halktan

bireylerin yardıma muhtaç bir hayvan bulduğunda, derneklere ulaşarak, dernekleri vicdanlarını rahatlatmak ve üstünden yük atmak amacıyla kullandığını iddia ederek bu konuda bireyleri eleştiren katılımcılar, bireylerin yardım etmekten imtina ettiğini dile getirmekte ve bu sebeple çatışmalar yaşadıklarını öne sürmektedirler.

Sivil toplum kuruluşları ve kamu arasındaki bağıtıyı sağlamak üzere halkla ilişkilerin rolünün tespiti için gerçekleştirilen bu çalışmada; İzmir'deki hayvan hakları savunucusu dernekler ve hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları savunucusu derneğe üyeliği bulunmayan bireylerin görüşleri üzerinden hareket edilmiştir. Hem derneklerin hem de bireylerin görüşleri tek tek göz önüne alınıp açıklanarak ortaya konan verilerin, karşılıklı bir değerlendirme ile bulguları ve araştırmayı daha açıklayıcı ve anlaşılır hale getireceği düşünölmüştür. Bu değerlendirme aşğıdaki tabloda (Tablo XVII) görölmektedir:

Bireylerin Derneklerden Farklı ve/veya Ekstra Fikirleri	BİREYLER VE DERNEKLERİN ORTAK FİKİRLERİ	Derneklerin Bireylerden Farklı ve/veya Ekstra Fikirleri
<ul style="list-style-type: none"> • Hayata ve tüm canlılara sevgi • İnsanların olumsuz duygularına durumlarına (katılımcı ifadelerine göre; bencillik,kibir vb.) sahip olduğu için bunun hayvanlara da yansıdığı 	<ul style="list-style-type: none"> • Hayvanseverliğin anlamlandırılışı ve insanların hayvanlara yaklaşımlarına göre nitelendirilmesi • Tüm canlıları sevmek • Merhametli, vicdanlı, duyarlı olmak • Hayvan sevmeyenin insan sevemeyeceği • Hayvanlara zarar verebilen bir insanın, insanlara da zarar verebileceği 	<ul style="list-style-type: none"> • Hayvansever profillerinin de kategorilere ayrılması • Hayvan hakları ile insan haklarının eşit düzeyde olması gerektiği • Sadece insan egemen düzenin olduğuna eleştirisi
<ul style="list-style-type: none"> • Türkiye'deki hayvanseverliğin kedi köpeklerle sınırlı kaldığı iddiası • Hayvan sevgisinin önce ailede verilmesi gerektiği 	<ul style="list-style-type: none"> • Türkiye’de hayvanlara yönelik yeterli hassasiyetin gösterilmediği (halk, devlet ve belediyeler tarafından) • Toplumda hayvanların ve hayvan haklarının önemsenmediği • Halkın eğitim seviyesinin düşük olması nedeniyle hayvanlara duyarsız kaldığı 	<ul style="list-style-type: none"> • “Hayvan yerine insana yardım et” algısına eleştirisi • Toplumda hayvanlara hakkında yanlış algılar olduğu • Hayvanlarla alakalı çalışmalarda sahada sorunları görmeyen devlet kurumlarının sahada sorunları gören stklardan görüş alması gerektiği • Belediyelerin hayvanları yaşam

BİREYLER

DERNEKLER

	<ul style="list-style-type: none"> • Toplumda hayvanlara kötü muamele yapıldığı • Devletin hayvanlarla ilgili çalışmalarının, kanunların ve cezaların caydırıcılığının yetersizliği • Hayvan sevgisi okul müfredatlarında ders olması gerektiği • Belediye hayvan barınaklarının koşullarının kötü olduğu iddiası • Belediyelerin hayvanlarla ilgili çalışmalar konusunda yetersizliği 	<p>hakkını ihlal ediyor oluşu iddiası</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belediyelerin oy kaygısı sebebiyle hayvan hakları çalışmalarını göstermelik yaptığı iddiası
<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerde halkla ilişkileri uzmanların yapması gerektiği • Derneklerin halkla ilişkiler birimlerinin olması gerektiği • Derneklerin halkta etki yaratması için kültürel ve geleneksel yatırımlara göre halka yaklaşım strateji oluşturması gerektiği 	<ul style="list-style-type: none"> • Halkla ilişkilerin çok önemli olduğu ve derneklerin, halkta duyarlılık sağlamak için, halkla ilişkiler yapması gerektiği • Derneklerin projeler yapması gerektiği • Derneklerin halka eğitim ve bilgilendirme çalışmaları yapması gerektiği • Derneklerin halkla etkili iletişim kurması gerektiği 	<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin, halkta duyarlılık yaratmak için iç çatışmalarından arınıp birlikte hareket etmesi gerektiği • Halkta duyarlılığın yaratılması için önce devletin bu işe el atması gerektiği

<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin halka ulaşmada popüler kültürü kullanmasının etkili olacağı • Halka hayvan sevgisi aşılacak için derneklerin pedegoglarla çalışması önerisi • Halkla birebir iletişime geçilme isteği 	<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin halkla ikna çalışmaları yapması gerektiği • Halkla ilişkilerin derneklere üye kazandıracağı ve kazandırdığı • Derneklerin halka pozitif yaklaşması gerektiği • Halkla ilişkilerin çok önemli olduğu • Derneklerin güven vermesi gerektiği 	
<ul style="list-style-type: none"> • Herhangi bir hayvan hakları derneğinin çalışmalarını görmemek bilmemek • Derneklerin sosyal medyayı aktif kullanmadığı • Bireylerin hayvan hakları örgütleri konusunda kısıtlı bilgileri olduğu • Derneklerin çizdiği imaj yüzünden sadece ekonomik gücü iyi olan bireylerin derneklere olduğu algısı 	<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin halkla ilişkiler çalışmalarındaki yetersizliği • Derneklerin halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarının yetersiz görüldüğü • Derneklerin kendilerini duyurmada yetersiz bulunduğu • Derneklerin sadece sosyal medya halkla ilişkileri yaptığı • Derneklerin halkla iletişiminin yetersiz bulunduğu • Derneklerin kendi içlerinde iletişimde kalması, dışa 	<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin bazı durumlarda halkla olumsuz iletişim kurabildikleri • Derneklerin hayvanları kurtarma çalışmalarından iyi halkla ilişkiler yapmaya vakit bulamamaları • Dernekler içindeki çatışmacı birey davranışlarının (katılımcı ifadelerine göre; bencil, çıkarıcı vb.) halkı derneklere soğuttuğu

	<p>kapalı iletişim kurdukları iddiası</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dernek adı altında çıkar amaçlı oluşum örneklerinin, genel olarak diğer derneklere karşı da güvensizlik algısı yaratmış olduğu iddiası • Derneklerdeki bireylerin halka üstten bakan, elit kesim gibi bir imajla yaklaştığı ve halk tarafından öyle algılandığı iddiası 		
<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin yasal sorumluluklara bağlı kaldığı için bireysel çabaların çalışmalarını dernekten daha hızlı gerçekleştirildiği • Derneklerin aktivitelerinin sonuca ulaşamadığı ancak bireysel çabanın daha sonuç odaklı ve etkili olduğu • Bireysel çabanın maddi anlamda zorluğu olması 	<ul style="list-style-type: none"> • Dernek bünyesi çabalarının bireysel çabalardan daha etkin olduğu • Derneksel çabanın kurumlar karşısında bireylerden daha fazla söz geçirebildiği, yaptırım gücü sağladığı • Derneklerin örgütlü hareket olduğu için bireysel çabadan daha etkili olacağı 		

<ul style="list-style-type: none"> • Üye olmama sebebi olarak derneklerin geçici çözüm ürettiği, baskı mekanizması olmadığı • Üye olmama sebebi olarak derneklerin yavaş işlediği, bürokrasiye takıldıkları • Üye olmama sebebi olarak dernek üyeliği konusunu daha önce düşünmeyişlik • Dernekler konusunda bilgi sahibi olmak için kişisel olarak araştırmamış olma özeleştirisi • Üye olmak için halkla ilişkilerle alakalı yöntemlerden örnekler verilerek buna yönelik beklentide olma 	<ul style="list-style-type: none"> • Derneklerin üye sayıları yetersizliği ve bireylerin derneklere üye olmamasındaki faktörler • Derneklerdeki iç çatışmaların halka rahatsızlık verdiği, uzak durduğu iddiası • Derneklerin ve çalışmalarının güvenilir bulunmadığı iddiası • Halkın geçim derdinde olması sebebiyle derneklere üye olmayabileceği • Toplumda dernek aidatı ödemeye karşı bir tutum olduğu için bireylerin üye olmadığı iddiası 	<ul style="list-style-type: none"> • Halkın sorumluluktan kaçtığı için derneklere üye olmadığı iddiası • Bireysel çabanın sadece sosyal medya üzerinde kaldığı iddiası • dernek faaliyetlerine destek için icraata geçmedikleri iddiası • Sosyal statü kazanma düşüncesiyle bireysel çabaya yönelip üye olmadıkları iddiası • Derneğe üye olmayan bireylerin sebeplerinde “Ne işime yarayacak?” algısının olduğu iddiası • Türk toplumunda sivil toplum bilincinin olmadığı için derneklere üye olmadıkları iddiası • Devletin yarattığı algı sebebiyle toplumun örgütlenme, örgüt fikrine karşı çekinen tutumu olduğu bu yüzden derneklere üye olmadığı iddiası • Türk toplumunun bir yere üye olmaktan kaçınma eğilimi olduğu iddiası
--	---	---

Tablo XVII: Bireyler ve Derneklerin Ortaklaştığı Fikirler

Veri elde edilen hayvansever bireyler ve dernekler arası bağıntı incelendiğinde, tarafların hayvanseverliği duyarlı olmakla, hayvanlar insani yaklaşımla, hayvan insan hakkı eşitliğiyle, merhamet ve vicdan duyguları taşımak gibi benzer olarak anlamlandırdığı görülmüştür. Aynı şekilde iki taraf da insanları profillendirirken, hayvanlara karşı yaklaşımlarına göre hayvansevenlerin insan sevebileceğini ve hayvanlara zarar verenlerin insanlara da zarar verebileceğini öne sürmektedirler. Öte yandan Türkiye’de hayvanlara karşı yeterli hassasiyetin gösterilmediği konusunda taraflar, Türk toplumunda hayvanlara kötü muamele yapıldığı, hayvan haklarının önemsenmediği, halkın eğitim seviyesinin düşük olduğu ve bu yüzden bu konuda duyarsız olduklarını ancak eğitilmesi gerektiği, hatta devletin okl müfredatlarında hayvan sevgisi dersi koyması gerektiğini, yine devletin hayvan hakları çalışmalarının ve bu konudaki kanunlarının yetersiz olduğu, hayvan hakkı ihlallerinde cezaların caydırıcı olmadığı, yerel yönetimlerin özellikle belediyelerin hayvanlarla ilgili çalışmalarının yetersiz olduğu ve bu konuda bilinçsiz oldukları, belediye hayvan barınaklarının koşullarının kötü olduğu genel olarak aynı doğrultuda ortak görüşler ileri sürmüşlerdir. Taraflar bu konuda tezat fikir taşımamakla birlikte dernekler artı olarak belediyelerin hayvanların yaşam haklarını ihlal edecek uygulamalar yaptıklarını, dernekleri desteklemedikleri ve oy kaygısı sebebiyle derneklerle iletişime geçtikleri gibi noktaları iddia ederek, eklemektedirler. Hayvan hakları çalışmaları konusunda bireylerin büyük kısmı (8/10) ve dernekler, örgütlü çabanın daha etkili olacağına, derneklerin kurumlar karşısında daha ses duyurabileceklerini düşündüklerinden dernek bünyesinde çabanın bireysel çabadan daha etkin olduğu konusunda hem fikirdedirler. Dernek bünyesinde çalışmanın etkili olmayacağını düşünen kişiler ise (2/10), derneklerin sonuç odaklı olmadığını ve yasal sebeplerle yavaş işlerini düşünmekte, bu yüzden bireysel olarak daha etkin oldukları şeklinde kanılar taşımaktadırlar. Herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan bireylerin büyük kısmının yine de derneklerin daha etkili olacağını düşünüyor olması ve hatta belli koşullar altında derneğe üye olabileceklerini ifade etmeleri dikkat çekici nitelik taşımaktadır. Bu anlamda denilebilir ki bireyler, dernekler

tarafından kazanılmaya açık bir hal taşımaktadır. Bu noktada ise derneklerin devreye girmelerinin ve halkla ilişkiler çabalarını arttırmalarının etkili olacağı düşünülmektedir.

STK'lar ve kamu arasındaki bağıntıda halkla ilişkilerin nasıl bir rol aldığını ortaya koymak üzere, gönüllülerden oluşan STK'ların varlığını devam ettirebilmesinin için halkla ilişki geliştirmesi gerektiğinden ötürü, son yıllarda halkla ilişkiler anlayışında öne çıkan ilişki yönetimi (ilişkisel) yaklaşımı ile bulguların yorumlanması uygun görülmüştür. Araştırmanın sorunsalından hareketle esas olarak bireyler ve dernekler arasındaki bağıntıda halkla ilişkilerin rolüne yönelik cevap niteliği taşıyan temalar taraflar açısından karşılaştırılıp incelendiğinde ise, hem bireyler hem dernekler için halkla ilişkiler çalışmalarının oldukça önemli görüldüğü saptanmıştır. Bireyler, bir derneği desteklemek için bunu önemserken, dernekler ise üye ve gönüllü kazanımı için olmazsa olmaz olarak görmektedir. Ayrıca, hayvansever bireyler ve dernekler, derneklerin hayvanlar konusunda halkta duyarlılığı ancak halkla ilişkiler uygulamaları ile sağlayabilecekleri konusunda benzer fikirleri taşımakla beraber, bu uygulamalar konusunda derneklerin projeler, eğitim çalışmaları yapması, etkili iletişim, empatik yaklaşım göstermesi gerektiği, ikna iletişimi kullanmaları, bilgilendirme çalışmaları yapmaları gibi noktalarda ortaklaşmışlardır. Bireyler, halkta hayvanlar konusunda duyarlılık yaratmaya yönelik, derneklerin kullanabileceği halkla ilişkiler yöntem ve araçları konusunda (Tema 4) görüleceği üzere birçok örnek verirken, dernekler ise halkla ilişkiler faaliyetlerinin yanı sıra yasalar ve eğitim anlamında devlet desteğinin de sağlanması gerektiğini düşünmektedir.

STK'ların amaçlarına ulaşması noktasında halkın desteğini alabilmek için halkla ilişkilerin büyük önemi olduğu araştırmanın bu çıktılarından da görülebilmektedir. STK'lar için halkla ilişkiler, o örgüt ve çevresi ile olan etkileşim sürecini oluşturmaktadır. Bu etkileşim özellikle gönüllü desteği ile hareket edebilen STK'lar için temel koşullardan biri haline gelmiştir. Çünkü STK'lar için gönüllü kazanımı kilit amacı oluşturmaktadır. STK'lar üyeler, bağışçı destekçiler, gönüllüler veya potansiyel üyeler gibi birçok paydaşa sahiptir ve bu halkın tümü farklı halkla ilişkiler çalışmalarına ihtiyaç duyduğu için hepsini tatmin etmek zordur. Yine de bir STK'nın en azından iç halkla ilişkileri etkili yürütmesi gerekmektedir. Başka bir deyişle, STK'lar halkla ilişkiler ile bünyelerindeki üyeleri ve

gönüllüleri motive etmek zorundadır; çünkü işi yapmak için bireylerin motive edilmeleri gerekmektedir. Öte yandan, STK'lar, halkın gözünde imajını geliştirmek ve potansiyel üyeleri bünyelerine katmak, kamuoyu oluşturmak için dış halkla ilişkiler faaliyetlerine de güçlü şekilde ihtiyaç duymaktadırlar. Bunun sebebi; kendilerini farklı şekillerde de olsa destekleyen halklarına karşı sorumlulukları bulunmaktadır (Coşkun, 2007:36-37). Halkla ilişkiler, STK'lar için kuruluşun içinde ve dışında, kuruluş imajını yansıtmak ve tüm yanlış anlama kaynaklarını ortadan kaldırmak için bir ortaklığın teşvik edilmesi çabası rolünü taşımaktadır. Bu halkla ilişkiler çabası, iyi niyet kazanmak, olumlu bir imaj sunmak ve halkı STK lehine motive etmek, fon sağlamak, örgütlü hareketi sağlamak ve dolayısıyla baskı mekanizması olabilmek, farkındalık yaratmak gibi birçok amaca, halkı ilişki ve ortaklığa teşvik ederek, hizmet etmekte ve böylece aktivitelerini sürdürülebilir kılmaktadır (Reddy vd., 2017:79-80). Halkla ilişkiler yaklaşımlarından olan ilişkiyel yaklaşım ise bu noktada devreye girmektedir. Çünkü ilişkiyel yaklaşım, geleneksel halka ilişkilerin bir iletişim fonksiyonu olma durumunun ötesinde bir yönetim fonksiyonu olarak karşımıza çıkmaktadır (Çalık, 2013:23). Özellikle STK'lar gibi gönüllü desteğiyle ilerleyebilecek kuruluşların halkla bağıntı kurmasında ilişki faktörü özenle dikkat edilmesi gereken bir faktör niteliği kazanmıştır. İlişkiyel yaklaşımdaki bu ilişki, kurumun başarısı ve başarısızlığını etkileyecek, taraflara karşılıklı fayda sağlamaya yönlendirebilecek ve taraflara karşılıklı dengeli güçler aftecek bir ilişkiyi işaret etmektedir. Grunig ve arkadaşları bu ilişkiyi boyutlarınca değerlendirirken; karşılıklı kontrol, güven, bağlılık ve memnuniyet olarak ele almışlardır (Akar, 2010:210). Bu da hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerini de karşılayacak karşılıklı anlayışa dayanan bir ilişkiyi beraberinde getirmektedir (Savaş ve Sürücü, 2016:180-181). Bu araştırma verilerine bakıldığında, bireylerin derneklere destek olmak için derneklerden bu anlamda bir ilişki beklentileri olduğu görülmektedir. Bireylerin derneklere üye olma noktasında derneklerden; güven duyma, pozitif tutum ve yaklaşım ve etkin iletişim görebilme gibi beklentileri, ilişki yönetimi yaklaşımına göre tanımlanan ilişki boyutlarıyla örtüşmektedir.

Öte yandan araştırmanın verilerine göre halkla ilişkiler faaliyetlerini iki taraf da önemli görmesine rağmen, İzmir'deki hayvan hakları savunucusu derneklerin halkla ilişkiler çalışmalarının, her iki taraf için de yeterli görülmediği tespit edilmiştir. Buna

göre; bireyler, derneklerin kendilerini tanıtmaya faaliyetleri, sosyal medya kullanımı, kurdukları iletişim, dikkat çekici çalışmalar anlamında oldukça zayıf görünürken, derneklerin dışa kapalı iletişim sergilediklerini, halkla iletişim kurmadıkları iddialarını ortaya koymaktadırlar. İzmir'deki derneklerin imajları hakkında; elit kesimin veya sadece ekonomik gücü iyi olan bireylerin derneklerde olduğu gibi olumsuz algılar taşıyan bireyler, aynı zamanda derneklerin dürüst ve doğru çalıştıklarına karşı güven duymadıklarını ifade etmektedirler. Bu sebeple herhangi bir derneği desteklemeye açık olsalar da şüpheyle yaklaşmaktadırlar.

Bireylerden ulaşılan verilerden hareketle, derneklerin bu bireylerden oluşan hedef kitlesine yönelik yetersiz halkla ilişkilerinin yanı sıra ilişki kurma girişimlerini yeterince sağlayamadıkları görülmektedir. Başarılı bir halkla ilişkiler için öne çıkan ilişki yaklaşımının öngördüğü prensiplerden biri de örgütün hedef kitlesini kendi amacı doğrultusunda bir araç olarak görmekten öte ona daha fazla anlam yükleyerek bir ortak olarak ele alması ve dengeli güç halinin olmasıdır, bunun da karşılıklı kazancı doğuracağı öngörülmüştür (Boztepe Taşkıran, 2015:101). Dernekler, uyguladıkları halkla ilişkiler yetersizlikleri konusunda da bireylerle hemfikir oldukları görülmekle birlikte, güven, negatif algı ve imajlar taşıdıkları konularında bireylerle paralel fikirler taşımaktadırlar. Dışa kapalı ve olumsuz iletişim sergileyebildiklerini, bunun halk ile arada mesafeye yol açtığını kabul etmekle birlikte –bireylerin de ortaya koymuş olduğu- elit kesim olarak algılandıklarını da dile getirerek bu anlamda yine bireylerle fikirsiz anlamda ortaklaşmaktadırlar. Bu anlamda araştırma kapsamındaki hayvansever bireylerin derneklerin halkla iletişim kurmadıkları ve kendi aralarında iletişim halinde oldukları yönündeki düşünceleri, gönüllüye ihtiyaç duyan derneklerin potansiyel gönüllü bireylere bir ortak gözle yaklaşmakta bazı sorunlar taşıdıkları göstermektedir. Diğer yandan veriler yönünde yetersiz halkla ilişkilerin beraberinde gelen iletişim yönündeki yetersizlik, bireylerin yeterince tanımamalarına rağmen dernekler hakkında olumsuz algılar sahibi olmalarında ve çalışmalarını güvensizlik duymalarında etken olabileceği görülmüştür. Bu anlamda, ilişki yaklaşımının boyutlarından biri olan ve tarafların birbirleri üzerine pozitif düşünceler taşımasını anlatan memnuniyet faktörü (Waters, 2008: 77), bireyler açısından işler gözümektedir. Öte yandan ilişki yönetiminin diğer bir boyutu olan güven faktörüne göre güven; ilişki taraflarının kendilerini birbirlerine

karşı açmaya yönelik gönüllüğü, dürüstlüğü ve adaleti ifade etmektedir (Özdemir ve Aktaş Yamanoğlu, 2010:10). Ancak bireylerin derneklere karşı güvensizlik duymaları, taraflar arası yeterince sağlam bir ilişki kurulamamış olduğunu göstermektedir.

Bulgulara göre güven ve memnuniyet yönünde negatif düşünceler taşıyan bireyler, ilişki kurmak ve geliştirmek yönünde istek duymamaktadır. Bu da bir diğer ilişki boyutu olan bağlılık faktörünü öne çıkarmaktadır. Bağlılık (Waters, 2008); ilişki geliştirme düşüncesinin ne kadar deşebileceğ olduğuna dair taraflarca sahip olunan hisler ve inanışları kapsamaktadır (Waters, 2008: 77) Ancak araştırma kapsamındaki bireyler ve dernekler için halihazırda pozitif bir ilişkiden söz etmenin kolay olmadığı bu durumda, bireyler nezdinde bağlılık faktörünün de yer alamadığı görülmektedir. Yine örgüt ve hedef kitlesi arasındaki denk güç dengesini yahut tarafların birbirlerini belli derecelerde kontrol edebilmesini ifade eden (Akar, 2010:211) ve ilişki boyutlarının bir diğeri olan karşılıklı kontrol ilkesinin, araştırmadaki hayvansever bireyler ve dernekler arasında etkin bir ilişki kurulamayışı sebebiyle işler olamadığı görülmektedir.

Dernekler ise; halkla ilişkiler uygulamaları gerçekleştirdiklerinde üye kazandıklarını ifade ederek halkla ilişkilerin önemini ortaya koymalarına rağmen, yetersiz halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve halkla bütünleşemedikleri yönünde düşünceler taşımaktadırlar. Ayrıca bunu açıklarken dernekler, özeleştirisel bir yolla; halkla olan iletişimlerini yetersiz ve olumsuz olarak nitelendirmekte, derneklerdeki üstten bakan bir yaklaşım sergileyen bireylerin ve derneklerin kendi aralarında çatışma halinde olmalarının halkta olumsuz imaj ve algılara sebep olduğunu ve dolayısıyla bunların da halkla aralarında mesafe oluşmasına ve halkla çatışma yaşamalarına yol açtığını ifade etmektedirler. Dernekler, halkın desteğini alabilecek halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik çeşitli fikirlerini de ortaya koymuşlardır (Tema 4'de). Ayrıca dernekler de bireylerin, Türkiye'de sivil toplum bilinci gelişmediği, sorumluluktan kaçtığı, derneklerin imajlarına karşı olumsuz algılar ve örgütlenme fikrine karşı şekilde tutumları olduğu için dernekleri desteklemediklerini ileri sürmektedirler.

Hayvansever bireyler ve dernekler arası bu ilişkiye dernekler yönünden bakıldığında ise, üye ve gönüllülere ihtiyaçları olduklarını düşünen dernekler, halkla ilişkiler konusundaki yetersizliklerini kabul etmektedir. Ancak bunu, hayvanlarla ilgili

çalışmalarla yoğun bir şekilde uğraşmak nedeniyle halkla ilişkilere yeterince eğilememekle açıklamaktadırlar. Halkla olan ilişkileri yönünde, derneklerin kendi aralarındaki çatışmalarının yansıması, eksik iletişim, olumsuz imaj oluşturma, negatif yaklaşım ve dolayısıyla halkla mesafe oluşumu gibi durumlara sebebiyet verebildikleri noktasında özeleştiride bulunan dernekler, aynı zamanda bireyleri sorumluluktan kaçındıkları ve sözde kalıp icraat göstermediklerini iddia ederek bu yönde bireyleri eleştirmektedirler. Ayrıca devlet desteği olmadan (gerekli kanuni düzenlemeler, caydırıcı cezalar, hayvan refahı çalışmaları) derneklerin sadece halkla ilişkiler çalışmaları ile yeterli olmayacaklarını düşünmektedirler. Diğer yandan ilişki yönetimi yaklaşımı üzerinden değerlendirildiğinde; derneklerin özeleştirileri de baz alınarak, derneklerin ihtiyaçları olan desteği alabilmek için gerekli güven ve memnuniyeti potansiyel üyeler için yeterince sağlayamadığı görülmektedir. Dolayısıyla bağlılık hissiyatının sağlanacağı ve karşılıklı kontrol haline gelebilecek düzeyde bir ilişki durumunun kurulması konusunda da bazı sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Özetle; dernekler yeterli düzeyde halkla ilişkiler faaliyetleri yapamadıklarını ifade etseler de hatta halkla ilişkiler gerçekleştirdiklerinde üye kazanabildiklerini ortaya koysalar da halkla ilişkilerin destekçi kazanımında etkili olduğunu bilmelerine rağmen, bu konu üzerine yeterince eğilemedikleri saptanmıştır. Bununla beraber yine de destekçi sağlayamadıkları konusunda rahatsızlıklarını dile getirmekte bu durumu halktaki eğitimsizlik, devlet desteksizliği ve vakit bulamama gibi durumlara dayandırmaktadırlar. Esasında halkla ilişkileri önemli görseler de bunu pratiğe yeterince dökemedikleri görünen derneklerin, halkla ilişkiler konusuna, kendi beklentilerini karşılayabilecek düzeyde yeterince eğilemedikleri görülmektedir. Dolayısıyla hayvansever bireyler, üyelik anlamında kazanılmaya açık olsalar da dernekleri desteklemek yerine bireysel çabayı tercih etme yönünü seçtikleri görülmektedir.

SONUÇ

Bulgular analiz edilip incelendiğinde, bu araştırmanın sorusundan hareketle; dernekler ve hayvansever bireyler arasındaki bağıntıda halkla ilişkilerin kritik rolüne dair birçok döne görülmektedir. Buna göre hayvansever bireyler, İzmir'deki hayvan hakları derneklerinin yetersiz halkla ilişkiler çalışmaları yaptıklarını çünkü herhangi bir derneğin halkla ilişkiler faaliyetine rastlamadıklarını dernekleri ismen bilmediklerini ve herhangi bir derneğin herhangi bir şekilde kendileriyle iletişime geçmediklerini belirtmektedir. Derneklerin çalışmalarına sadece sosyal medyadan denk geldiklerini ancak sosyal medyayı da yeterince aktif kullanmadıklarını düşünmektedirler. Öte yandan İzmir'deki dernekleri dışı kapalı iletişim kurmalarından ötürü eleştirmekte ve bu yüzden kendi içlerinde kaldıklarını ve üye kaydedemediklerini düşünmektedirler. Aynı zamanda hayvansever bireylerin derneklere karşı izlenimleri konusunda bazı algılar taşımaktadırlar. Bunlardan biri; derneklerin hayvan hakları savunuculuğunu belli bir zümreye ait bir şeymiş gibi gösterdikleri, diğeri ise; sadece ekonomik gücü yerinde olan bireylerin derneklerde bulunduğu düşüncesidir. Türkiye'de çalışan düzgün bir kurumun olmadığını ifade eden hayvansever bireyler bu yüzden derneklerin de düzgün çalışmadığını düşünmektedirler. Ayrıca katılımcılara göre rant sağlama amaçlı dernek şeklinde kurulup insanları mağdur bırakmış kötü örnekler, derneklere karşı bakışta güvensizlik algısını ön plana çıkarmaktadır.

Öte yandan dernekler de halkla ilişkiler uygulamaları konusunda hayvansever katılımcılardan farklı düşünmemektedir. Dernekler, yaptıkları halka ilişkiler faaliyetlerini yetersiz görüp özeleştiri yaparken, bu yetersiz çalışmalara sebep olarak; hayvan kurtarma çalışmalarından ötürü halka ilişkiler faaliyetlerine eğilmeye fırsat bulamadıklarını göstermektedirler. Diğeri yandan yine bir özeleştiri yaparak, dernekler arası iletişimlerde de problem yaşadıklarını, iç çatışmaları olduğu için birlikte hareket edemediklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca derneklerin halka yaklaşımlarında, iletişim ve tutumlarında olumsuz davranabildiklerini ve halka olumsuz tutum sergileyebildiklerini belirtmişlerdir. Dernekler, kendi aralarında halka üstten bakan tavır sergileyen bireyler olduğunu ifade edip bunu eleştirerek, bunun halkla arada mesafeye yol açtığını düşünmektedirler.

Dernekler, üye sayılarının oldukça az olduğunu ve bireylerin dernekleri desteklemediklerini düşünmektedirler. Halkın geçim derdi gibi kişisel sebeplerden ötürü derneklere destek olmadığı yanında, halkın bu konuda yeterince bilinçli olmadığından, sivil toplum bilinci toplumda oturmadığından ve güven duymadıklarından ötürü de destek olmadıklarını düşünmektedirler. Diğer yandan bireylerin sorumluluktan kaçtıkları için derneklere yönelmediklerini de ileri sürmüşlerdir.

Hayvansever bireyler ise üye olmama sebeplerini geçim derdi, çalışmaktan vakit bulamama gibi kişisel sebeplerle açıklamalarının yanı sıra, dernekleri yapı ve işleyiş olarak sorunlu gördüklerine de dayandırmaktadır. Derneklerin geçici çözüm üreten ve yasal sebeplerle ağır işleyen yapıda olduklarını düşünen bireyler, ayrıca derneklerin güven vermediklerini ve sürekli çatışma halinde olmaları sebebiyle o çatışmanın içinde yer almak istemediklerinden ötürü üyeliğe sıcak bakmadıklarını ifade etmektedirler. Bireyler, derneklerin halkın desteğini nasıl alabileceğine yönelik öneri ve beklentilerde bulunurken, bunların hepsini iletişim ve halkla ilişkiler yöntem ve araçlarından örnekler vermişlerdir.

Veriler incelendiğinde görüleceği üzere, dernekler ve halk arasında birtakım iletişim ve ilişki kopuklukları yaşandığı anlaşılmaktadır. Derneklerin de hayvansever bireylerin de hem fikir olduğu yetersiz halkla ilişkiler çalışmaları, hem hayvansever bireylerin derneklere yönelmesine engel olmakta hem de derneklerin bir STK olarak halkın desteğinden mahrum kalmasına neden olabilmektedir. Dernekler de hayvansever bireyler de hem hayvanseverlik konusunda hem de Türkiye’de hayvanlara karşı gerekli hasasiyetin gösterilmediği konusunda ortak paydada buluşurken, hayvansever bireyler, her ne kadar dernek bünyesinin bireysel çabadan daha güçlü olduğunu düşünseler de dernekleri üyelik şeklinde destekleme aşamasında; başlıca güvensizlik, iletişimsizlik ve dernekleri tanımama durumlarından kaynaklı, bireysel çabayı tercih etmektedirler.

Başka bir deyişle, İzmir’deki hayvan hakları derneklerinin halkla ilişkiler faaliyetleri yetersiz kalmaktadır. Bu dernekler, hayvan koruma çalışmaları nedeniyle halkla ilişkiler faaliyetlerine yeterince eğilmemektedirler. Ancak bireylerden destek almadıkları sürece amaçlarını yeterince gerçekleştirememekte ve de bir kısır döngüye düşmektedirler. İzmir’deki potansiyel üye/gönüllüler, dernekleri desteklemeye açık

oldukları halde, derneklerin halka ilişkiler yetersizliği sebebiyle derneklere destek olmamakta ve bireysel çabayı tercih etmektedirler. Bu nedenle İzmir'deki hayvan hakları derneklerin halkla ilişkiler faaliyetlerini arttırmaları amaçlarını gerçekleştirebilmeleri ve daha da ötesine taşıyabilmeleri için şarttır.

Özellikle STK'lar, halkın desteği sayesinde faaliyet gösterdikleri için halkla sadece iletişim değil ilişki kurması da STK'lar için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Bu anlamda halkla ilişkiler uygulamalarının STK'lar için önemi büyükken, STK'lar ve hedef kitle olan halk arasında ilişkiyi yaklaşım bir halkla ilişkiler ihtiyacının da olduğunu göstermektedir. Bruning (Bruning ve Hatfield, 2002), örgütlerde halkla ilişkileri uygulayanların hedef kitlesinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak üzere ilişki kurmak yönünde çabalaması gerektiğini vurgulamıştır. (Bruning ve Hatfield'den Akt. Savaş ve Sürücü, 2016:180) Araştırmada da görüldüğü üzere hayvansever olan ancak herhangi bir derneğe üyeliği bulunmayan bireylerin derneklere üye olmak için derneklerden beklentileri bulunmakta çoğunu da halkla ilişkiler faaliyetleri şeklinde belirtmektedirler. İlişkisel yaklaşım da bu noktada devreye girmektedir. Diyalog kavramını temel alan ilişkiyi yaklaşım, açıklık, güven, karşılıklı anlayış gibi unsurları beraberinde getirmektedir (Çalık, 2013:27). Bu anlamda halkın gönüllü olarak katılımını sağlaması için derneklerin, ilişki yönetimi gerçekleştirerek hem halktan bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarını göz önüne almalı, anlayışa ve güvene dayalı ilişkiler kurması gerekmektedir. Bu araştırmada da hayvansever bireylerin derneklere üye olmak için beklentilerinin bu yönde olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak; ilişki yönetimi yaklaşımıyla elde edilecek çıktılar karşılıklı kontrol, güven, ilişkiyi bağlılık ve ilişkiyi tatmin olduğunu belirten Hon ve Grunig (1999), pozitif çıktılar sağlayabilecek ilişkiler oluşturmak için tarafların ulaşılabilir nitelikte olması gerektiği, karşılıklı yapıcı ve olumlu yaklaşım göstermesi gerektiği, duygu ve düşünce aktarımlarında açık olmaları gerektiği, karşı tarafta güven kendisine yönelik güven hissiyatı sağlaması gerektiği, sorunların çözümü noktasında işbirliği ve görev paylaşımı yapılması gerektiği şeklinde düşüncelerini ortaya koymuşlardır (Hon ve Grunig'ten Akt. Özdemir ve Aktaş Yamanoğlu, 2010:10-11). Araştırmadaki bulgulara bakıldığında, tespit edilen dernek ve bireyler arası ilişkiyi eksikliklerin nedenleri, Hon

ve Grunig'in bu düşüncelerini destekler yönde cevaplar bulmakta, ilişki yönetiminin önemini araştırmadaki dernekler açısından ortaya koymaktadır. Gönüllü bireyleri sağlamak, ikna edebilmek için ilişki kurmak önceliklidir, bu sebeple STK'lar halkla ilişkilerde özellikle ilişki yönetimi ile kamuya yaklaşmalıdır.

Özellikle de hayvansever bireylerin hayvan hakları derneklerine üye olmaya açık oldukları halde derneklerin yetersiz halkla ilişkiler uygulamaları ve potansiyel üyelerle yeterince iyi bir ilişki kurulmamış oluşu sebebiyle, dernekler bekledikleri desteği sağlayamamaktadırlar. Yetersiz halkla ilişkiler çalışmaları, STK'ların, o STK'larla aynı fikirleri taşıyan kitlelerin dahi desteğinden mahrum kalmasına neden olmaktadır. Bu sebeple, araştırmadan hareketle derneklerin ve genel anlamda STK'ların halkla sürekli bir şekilde yakın ilişkiler kurması, bu ilişkileri geliştirecek ve uzun süreli hale getirecek güven verici halkla ilişkiler çalışmaları yapması, pozitif ve empatik iletişim kurması, halka yönelik teşvik ve tanıtım çalışmaları yapması, olumlu yaklaşım sergilemesi, üyelerin ve potansiyel üyelerin memnuniyetlerini, ihtiyaç ve beklentileri göz önünde bulundurması ve onların destek vermesine yani enerji harcamalarına değecek nitelikte bir ilişki olduğu hissiyatını vermeleri gereklidir. Bu faktörlerden yola çıkılarak, bu araştırmada; STK'lara destekçi kazanımında yol gösterebileceği düşünülen bir öneri seti geliştirilmiştir. İlişkisel yaklaşımdan hareketle, STK'ların destekçi kazanarak kendi amaçlarını gerçekleştirmeleri doğrultusunda bir yol haritası olabileceği düşünülen bir model şeklinde sunulan öneri seti şu şekildedir:

• **STK'ların Halktan Destekçi Kazanmaları İçin Halka İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Model Önerisi (Sürekli İlişki Modeli)**

MODEL	UYGULAMALAR
Temas Et ↓	İletişim, Tanıtım (Etkin birebir iletişim, etkin sosyal medya kullanımı, etkili görsel çalışmalar)
Kendine Çek ↓	İkna iletişimi (Halkla ilişkiler departmanı ile ve uzmanlarıyla çalışma) Güven kazanımı (İmaj, itibar ve algı yönetimi)
Bağ Oluştur ↓	Empati kurma ve beklentileri tatmin etme (Bağlılık ve memnuniyet sağlama)

Yayımlı Sağla ↓	Örgüt içi ve dışı bireylerle temasta devamlılık, kamuoyu oluşturma, Projeler üretme
Bağı Sürdürülebilir Kıl	Partnerlik anlayışı, güven ve memnuniyet sürekliliğini takip, kontrol

Tablo XVIII: STK'ların Halktan Destekçi Kazanmaları İçin Halka İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Model Önerisi (Sürekli İlişki Modeli)

- **Temas Et:** STK'ların öncelikli olarak destek alacakları esas paydaşı olan halkla iletişime geçmesi gerekmektedir. Bu iletişim araştırma verilerinde görüldüğü üzere -bireylerin beklentilerine göre- yüz yüze veya özel iletişime geçmektir. Bireyler, İzmir'deki hayvan haklarıyla ilgili STK'ların isimlerini dahi neredeyse bilmemektedirler. Dolayısıyla STK'ların kitlelerin yoğun olduğu merkezi yerlerde standlar kurarak veya çeşitli sayılarda gruplar oluşturarak halkla temasa geçmelerinin etkili olacağı düşünülmüştür; çünkü bireylerin beklentisi de bu yönü doğrulamaktadır. Çünkü günümüzde iletişim teknolojisinin oldukça gelişmiş yapısına rağmen, yüzyüze iletişim araçsız gerçekleştiğinden, çift yönlülük sağladığından ve özellikle de içinde beden dilini barındırdığından diğer tüm iletişim araçlarından daha etkili olduğu bilinmektedir (Şen Demir, 2011:134). Birebir, samimi, pozitif yaklaşan iletişim konusunda yetenekli bireylerce, halktan bireylerler olan diyaloglarında bireylerin verdikleri cevap veya yorumlarına göre bir iletişim strateji izlemeleri gerekmekte ve STK hakkında bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Öte yandan günümüzün en önemli iletişim araçlarından biri olan internet ve özellikle sosyal medya, STK'ların destek arayışlarına önemli bir cevap olarak görülmelidir. Sosyal medyanın sahip olduğu temel özellikler, STK'lar ile hedef kitlesi arasında bir etkileşim ortamı kurup bağ oluşturmaya başlamasını ve örgütlerin hızlı, kolay ve düşük maliyetli bir şekilde kendilerini duyurmasını ve tanıtmasını sağlamaktadır. Böylece gönüllü ve bağışçıları bünyelerine katma noktasında efektif bir role sahiptir (Saatçioğlu, 2017:162-163). Ancak sosyal medya kullanımında esas önemli olan sosyal medyanın etkin kullanımı ve güncel tutulmasıdır. Bu çalışmadaki İzmir'deki hayvan sever bireyler İzmir'deki hayvan hakları derneklerinin sosyal medyayı

yeterince etkin yönetemediklerini düşünmektedirler. Dolayısıyla STK'ların, iyi sosyal medya yönetimi yapması ve –katılımcı hayvanseverlerin de önerisi ile - özellikle trend olan veya popüler kültüre dahil öğelerin kullanılmasıyla birlikte bunu yürütmesi halkın dikkatini çekmek ve bireyleri yakalamak açısından önem taşımaktadır. Çalışma dahilinde bir başka nokta ise hayvansever bireylerin İzmir'deki hayvan hakları STK'larına yönelik görsel çalışmalar çok az rastlamış veya hiç rastmamış olduğudur; bununla beraber toplumumuzun okumayı sevmediklerini ve bu yüzden dikkat çekici görsel çalışmaların, kısa film ve kamu spotu gibi araçların halkta etkili olabileceğini düşünmektedirler. Bu yüzden; iletişim ve tanıtım konusunda STK'ların yapması gereken diğer halkla ilişkiler uygulaması da bu tarz çalışmalardan oluşmaktadır. Dikkat çekmesi hatta göze batması açısından birçok yerde afiş ve billboard çalışmalarının yapılması önerilmektedir. Diğer yandan bireylerin duygu dünyasına hükmederek onları yönlendirmesi yönünde olan kamu spotlarının da belli düzeylerde etkili olduğu ve insanları harekete geçirdiği literatürde ortaya konmaktadır (Oral, 2016:94-96). Bu nedenle; STK'ların - televizyondaki maaliyeti göz önüne alınarak- sosyal medya üzerinden yaratıcı ve güçlü etki bırakacak kamu spotları yayınlamaları önerilmektedir.

- **Kendine Çek:** Bir STK halka iletişimi yolunu oluşturduktan sonra artık her bir bireyi potansiyel destekçi olarak görmeli ve kendi safına çekebilmek için stratejik ikna iletişimi kurmalıdır. Bu çalışmada hayvansever bireyler, dernekler tarafından ikna edilmek istediklerini de ortaya koymuşlardır. Buna göre; bu ikna çabası dürüstlüğe dayanan ve güven verebilecek nitelik taşıyan bir çaba olmalıdır. Kişilerin ikna olması süreci yaş, cinsiyet, ırk, eğitim düzeyi gibi demografik faktörlere ve psikolojik faktörlere dayanmaktadır (Ergeç, 2004: 9). Bu nedenle ikna iletişimi kuracak kişilerin işi bilen özellikle halkla ilişkiler uzmanları olması önerilmektedir. Araştırmadaki STK'lardan elde edilen verilere göre 10 STK'dan yalnızca 2'sinde halkla ilişkiler departmanı bulunmaktadır. Bu departmanlar ise verilere göre yeterince donanımlı olmamakla beraber, halka ilişkilerle ilgilenen personeller daha çok yine hayvanlarla ilgili durumlarla ilgilenmektedir. Yani etkin departmanlar

değildirler. Bu anlamda STK'ların bünyelerinde uzman kişilerden oluşan bir halkla ilişkiler departmanı oluşturması şiddetle önerilmektedir. Diğer bir önemli nokta ise, STK'ların halkın ve kendine çekmeye çalıştığı bireylerin güvenini kazanması gerektiğidir. Güven, halkla ilişkiler anlamında literatürde de görüleceği üzere bazı faktörlerle sağlanmaktadır, bunlar; kurumsal imaj, kurumsal itibar ve algı yönetiminden oluşmaktadır. Kurumsal imajın iyi yönetimi, kazanılmak istenen destekçilere hem beklentilerini karşılayacak görüntüyü verebilmek ve olumlu bir imajla kendilerine çekmeyi hem de hedef kitlelerin bu kuruma dönük negatif algılarını saptayıp düzeltmelerini sağlamaktadır (Güleç, 2015:6). Örneğin İngiltere'de gerçekleştirilen bir araştırmaya göre STK'lar gibi hayır örgütlerinin imaj ve itibarını belirleyen; şefkatli yaklaşım gösterilmesi, kaynakların rasyonalist değerlendirilmesi, dinamizm, olumlu tanınmak, politikleşmemek, idealist duruş sergilemek, güvenilir olmak, işinde yetkin, samimi olmak ve ulaşılabilir olmak gibi faktörler ortaya konmuştur (Çabuk, 2017:238). Bu faktörlerin çoğunun da bu araştırmada da hayvansever bireyler tarafından beklendiği görülmektedir. Ayrıca, yine katılımcı hayvansever bireyler, üye olma noktasını değerlendirirken, İzmir'deki hayvan hakları derneklerine yönelik halihazırda negatif algıladıkları imajların varlığını ve itibarlı görmediklerini gösteren doneler vermişlerdir. Bu sebeple; STK'ların özellikle itibar kazanmak ve halktaki bu negatif imajlarını pozitif dönüştürmek için öncelikli olarak halkla ilişkiler uzmanlarıyla beraber çalışmalar yürütmeleri önerilmektedir. STK'lar, halkla ilişkiler çalışmalarıyla itibar ve imajlarını pozitif hale getirirken bu noktada algı yönetiminin önemi büyüktür, çünkü bu çalışmaların ana mantığı bireylerin algılarını amaçlanan yöne çevirebilmektir. Bu sebeple STK'lar hedef kitlesine yönelik algı yönetimi gerçekleştirirken; sürekli olarak iç ve dış hedef kitlesiyle iletişim halinde olmalı, bunu yaparken de medya, internet ve sosyal medyayı kullanmalıdır. Hedef kitlenin geribildirimlerini önemsemeli, motivasyon sağlayarak hedef kitlede tatmin yaratmalıdır. Bu sayede nasıl ki özel kurumlar hedef kitleleri üzerinde istedikleri yönde algı oluşturarak pazarda rekabet ortamına girip varlık gösterebiliyorlarsa, kar amacı gütmeyen

kuruluşlar da pozitif imaj ve itibar çabalarını içeren algı yönetimi ile destekçi sayısını arttıracak böylece fonsal ve fiziksel destek ihtiyacını giderecek ve dolayısıyla güçlenerek devlet kurumları karşısında bekledikleri yasal noktalarda da baskı mekanizması noktasına gelebilecektir (Bakan ve Kefe, 2012:24-27). Bu noktada halkla ilişkiler araçlarının kullanımının yanı sıra planlanan projelerin ve varsa herhangi bir kurumla yapılan anlaşmaların işbirliklerinin halka anlatılması, elde edilen başarıların ve kullanıldığı yerlerin belgelerle sunulması, geçmişte yapılan işlerin ortaya konması, gündemdeki uğraşılan işlerin masraflarının belgelerle halka sunulması, yapılan yardımların video ve görsellerle halka iletilmesi vb. gibi çalışmaların sürekli, pozitif ve doğru bir şekilde yapılması önerilmekte ve böylece hedef kitlenin ikna edilerek güveninin kazanılacağı düşünülmektedir. Bu çalışmalar sayesinde, hedef kitleyi bağ kurmaya ve ilişki yaratmaya yönelten ortam da sağlanacaktır.

- **Bağ Oluştur:** STK'ların hedef kitesiyle, temas ve kendine çekme çalışmalarından sonraki diğer önemli faktör, STK'ların hedef kitesiyle iyi bir bağ kurabilmesidir. Çünkü bağ kurabilmek, herhangi bir olumsuz koşulda hemen gözden çıkarılmayı engelleyebildiği gibi ulaşılmak istenen amaçlarda veya kriz dönemlerinde destek görmeyi de sağlamaktadır. Bağ kurma çabası, gelecekte uzun süreli bir ilişkiye dönüşebilir ve bu da STK'larının ihtiyaç duydukları önemli bir noktadır. İşte bu noktada öncelikli olarak empati devreye girmektedir. Basit tanımıyla empati; karşıdaki kişinin yerine kendini koyarak ne düşündüğünü ve ne hissettiğini anlayabilmeyi ifade etmektedir. Araştırmalar, empati ve işbirliği arasında yakın bir bağlantı olduğunu ortaya koymuştur ve örgüt içi ve dışı işbirliğine dayanan ilişkilerin, daha çok fikir alış-verişi ve paylaşımına yol açtığı için örgüt verimliliğini arttırdığı bilinmektedir (Ottekin Demirbolat, 1999:82). Öte yandan bu bağ için hedef kitlenin beklentilerinin göz önünde bulundurulması ve değerlendirilmesi gereklidir. STK'lara, bu bağı oluşturmak için, empati yoluyla gerçekleştirilecek iletişim sayesinde hedef kitlenin beklentileri elde etmeleri ve bunları önemseyerek buna göre faaliyetlerde bulunmaları önerilmektedir. Çünkü bu sayede ilişkide hedef kitle tarafı önemsendiği algısını yakalayacak

ve ileriki vadede STK'ların beklentilerini kendileri de önemseyerek karşılayacakları düşünülmektedir. Böylece hedef kitlede ilişkiyel yaklaşımın da ortaya koyduğu ilkelerden bir diğeri olan memnuniyet -diğer aşamalarla birlikte- de yaratılmış olacaktır. Memnuniyet ya da tatmin; ilişkiyedeki taraflar için birbirlerine yönelik nasıl ve ne kadar pozitif his ve düşüncelere sahip olduğunu ortaya koymaktadır (İcil Tuncer, 2018:143). İlişkiyedeki memnuniyet varlığı da yine ilişkiyel yaklaşımın öne sürdüğü bağlılık faktörünü beraberinde getirmektedir. Bağlılık, bir düzlemde ilerleyen eylemleri anlatan sürekli bağlılık ve bir duygusal yönelimi anlatan bağlılık olarak iki boyutludur (Hon ve Grunig'ten Akt. Güzeloğlu ve Maden, 2015:366-367). STK'larının verecekleri güven, sürekli pozitif iletişim ve sağlacakları memnuniyet ile oluşan bağ veya ilişki; hedef kitlenin duygusal ve düşünsel olarak eylem gösterme yönünde harekete geçmesini sağlacağı düşünülmektedir. Böylece; hedef kitlede bu ilişki için "enerji harcamalarına değecek" niteliğe sahip bir hissiyat oluşturulacak ve uzun süreli karşılıklı beklentilerin değerlendirildiği, önemsendiği ve aynı zamanda STK'nın amaçlarını gerçekleştirmesine hizmet edecek sürekli bir bağ ve bağlılık kazanılacağı düşünülmektedir.

- **Yayımlı Sağla:** STK'lar halktan bireylerle bağ oluştururken, edinilmiş bağlarla sınırlı kalmamalı ve yayılmaya devam etmesi gerekmektedir; çünkü kazanılan üye veya gönüllüler zaman içinde herhangi bir nedenle yitirilebilir veya o üyelerle elde edilen çalışmalarda genişleme imkanı bir yandan da daha fazla kişi sayısını gerektirebilir. Yayımlı sağla önerisinden kastedilen; STK'nın temas etme, kendine çekme ve bağ oluşturma çalışmalarına sürekli olarak devam etmesidir. STK'ların yayımlı konusunda bir diğeri yapması önerilen ise; kendi bünyesinde halihazırda bağ oluşturduğu üye veya gönüllülerine yeni kişileri STK'ya katabilme konusunda telkin çalışmaları yapmaktır. Buradaki telkin; STK'nın bünyesindeki bireylerin kendi bireysel çevrelerini de STK'ya gönüllü ve üyeleri çekmesi üzerine STK'nın onları motive etmesini ifade etmektedir. Bu durum; herhangi bir ürün veya mekan üzerine insanların birbirlerine tavsiyede bulunup istemeden de olsa bir nevi o ürün veya mekan için reklam çalışması yapması ve o yeni kişilerin de o ürün

veya mekanı tercih edip denemesine benzetilebilir. Özetle; STK'lara; kendi destekçilerini, o destekçilerin kendi çevresini de STK'ya yönlendirmek, çekmek ve STK bünyesinde olmaya ikna etmek üzerine çalışmalar yapması önerilmektedir. Örneğin; tüketici davranışlarında tüketicinin bir ürünü tercih etmesinde; bireylerin ailesi, yakın arkadaş çevresi, arkabaları, komşuları, iş arkadaşları vb. gibi referans gruplarının tavsiye ve öğütlerinin reklam çalışmalarından daha etkili olabildiği literatürdeki birçok çalışmada ortaya konmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı ve TÜPADEM, 2018:17). Tüketicilerin, güvendikleri kişilerden aldıkları yorum ve tavsiyeler; bilgi edinmesi, değerlendirmesi ve karar vermesi sürecinde güçlü bir etki yaratmaktadır (Toros Dapiapis, 2016:163-164). Bu sebeple; tıpkı tüketici davranışlarında olduğu gibi, özellikle hayırseverlikle alakalı bir örgütü değerlendirme noktasında, bireylerin kendi çevrelerini belli ölçüde etkileyebilecekleri düşünülmektedir. Diğer yandan, STK'ları kendi amaçlarını yaşama geçirebilmek, güçlenmek ve destek alabilmek için kamuoyu oluşturmaktadırlar. Kamuoyu; birçok bireyden meydana gelerek toplulukların ortak kanaatlerini ifade etmektedir ve genel anlamda aile, kültür, eğitim, toplumsal kontrol mekanizmaları, algı, tutum, kanaat, siyasal partiler ve baskı örgütleri, medya gibi etkenlerden oluşmaktadır. Kamuoyunu etkilemek; toplulukların bu ortak kanaatlerini istenilen yöne çevirmek ve o yönde hareket etmesini sağlamaktadır (Gültekin, 2009:117). Bu yüzden, STK'lar, kendi işlevlerinden de olan kamuoyu oluşturma faaliyetlerine daha fazla ağırlık vermelidirler. Böylelikle; kitleleri kazanarak, alacakları maddi ve manevi desteği arttıracakları ve de hedefleri yönünde etkinliklerini kuvvetlendirecekleri düşünülmektedir. Bu anlamda; bu araştırmaya katılan hayvansever bireylerin fikrinden de hareketle özellikle medyada daha fazla yer almaya çalışmaları önerilmektedir.

- **Bağı Sürdürülebilir Kıl:** Hedefleri doğrultusunda sürekli faaliyet göstermeye ihtiyaç duyan ve ayakta kalmaya çalışan STK'lar için sadece bağ oluşturmaları doğal olarak yeterli değildir. Gönüllü kazanımlarıyla hareket gücü sağlayabilen STK'lar, aynı zamanda destekçileriyle oluşturdukları bu bağı ve ilişkiyi sürekli kılmak durumundadırlar ki; o destekçilerini kaybetmesinler

ve bağları uzun ömürlü olabilsin. Bu nedenle STK'lar, aralarında ilişki yarattıkları bireylere karşı sürekli şekilde güven ve memnuniyet sağlamakla yükümlüdürler. Yani, var olan destekçilerini kaybetmemek adına, güven ve memnuniyet verme çalışmalarına, o bağı oluşturduktan sonra da sürekli bir şekilde devam etmelidirler. Çünkü; güçlerini yitirmeyip faaliyetlerini sürdürebilmeleri de destekçileriyle kurdukları ilişkiyi veya bağı sürdürülebilir kılmalarına bağlıdır. Bağ sürdürülebilir kılmak için STK'ların ilişkide oldukları bireyleri birer partner olarak görmelidir. Buradaki partner kavramı, ilişkisel yaklaşımda da öngörüldüğü gibi hedef kitle kavramına atfedilen değerden daha üst bir değeri ifade etmektedir. Bağ kurulurken göz önüne alınan beklentileri karşılama faktörü ile birlikte, STK sadece kendisini değil, hedef kitledeki bireylerin istek ve beklentilerini de göz önüne almakta ve adeta karşı tarafı bir ortak gibi görmektedir. Bu noktada halkla ilişkiler, etkileşimdeki her iki taraf için kazanç ve fayda sağlayacak şekilde güç dengesi kuran bir rol taşımaktadır (Güzeloğlu ve Maden, 2015:366). STK'ların hedef kitlesine, iki tarafında kazandığını gösteren bir partner olarak yaklaşması, uzun vadeli ve güçlü ilişkiler için gözardı edilmemelidir. İki tarafın karşılıklı kontrol sağlayabileceği bu partnerlik anlayışında, STK'lara, partnerlerine yönelik demokratik bir fikir müzakere ortamı yaratması önerilmektedir. Bu, sadece STK yetkililerinin değil, partner görülen her bireyin örgütün amaçları doğrultusunda fikir ve önerilerini değerlendirmek gerektiği anlamına gelmektedir. Belli periyodlar halinde ve doğru şekilde yönetilecek pozitif bir müzakere ortamının, hem amaçlara dönük yeni projeler ve faaliyetler konusunda STK'nın gelişmesini hem de fikirleri önemsenerek değerlendirilen partner tarafının demokratik ortamda bulunarak kendilerinin de önemli görüldüklerine dair tatminlerini ve hislerini güçlendirerek karşılıklı bağların uzun vadeli olarak sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır.

STK'larının hedef kitlesi olan halkın desteğini alabilmesi için sunulan bu öneri setinin yanı sıra etkinlik alanlarını arttırabilmeleri için STK'lara; lobicilik faaliyetleri, kaynak yaratma çalışmaları, diğer STK ve yerel yönetimlerle iletişimlerini kuvvetlendirerek birlikte çalışmalara girmeleri de önerilmektedir. STK'lar, lobicilik

faaliyetlerini kendi savunularını yasaları etkilemeye çalışarak yapmaktadırlar (Aksakoğlu, 2006:6). STK'lar için amaçlarını gerçekleştirmelerinde yasaların lehlerine yönelik çıkması, çalışmalarını kolaylaştıran bir noktadır ve bu sebeple STK'ların lobicilik çalışmalarına ağırlık vermeleri önerilmektedir. Çünkü bu çalışmalar, politik aktörleri etkileyerek, kanuni anlamda istediklerini elde edebilme imkanını yakalayabilmektedirler. Öte yandan; STK'ların kaynak yaratma çalışmaları yapmaları tavsiye edilmemektedir. Günümüzde birçok özel kuruluş kendini tanıtmaya ve halkı kazanmak için sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedirler. Bu anlamda, örneğin; STK'ların sponsor sağlamak için firmalarla çalışmaları, her iki taraf için de kazanç getirecek bir durum olduğundan STK'larının mutlaka üzerine uğraşması gereken bir nokta olduğu düşünülmektedir. STK'ların halkla ilişkiler uzmanlarıyla beraber detaylı çalışarak hazırlayacakları sponsorluk başvuru dosyalarının ve firmalarla gerçekleştirecekleri etkili iletişim sayesinde kendilerine gerçekleştirmek istedikleri projeler için fon sağlayacakları düşünülmüştür. Bunun yanı sıra, diğer bazı kaynak yaratma yöntemleri kermes, müzayede, konser, proje ve organizasyonlar oluşturmak, hibe, bağış, hizmet ve ürün ücretleri, maddi ve gayri maddi varlıkların kullanımı ve nakit katkılar gibi fon sağlama alanlarıdır (Tasco, 2011:23). Bu alanlar ayrıca, STK'nın halk ile arasındaki iletişim ve ilişkiyi geliştirmeyi ve güçlendirmeyi de sağlayabilmektedir. Bu araştırmanın çıktılarında da hareketle diğer bir nokta; STK'ların diğer STK'larla ve yerel yönetimlerle olan ilişkilerinin güçlü olması gerektiğidir. Bu çalışmada STK'lar kendi içlerinde ve diğer STK'larla olan çatışma durumlarından söz etmişler; hatta bu STK'ların bünyesinde olmayan bireyler de bu çatışmalardan duydukları rahatsızlıklar sebebiyle üyeliğe sıcak bakmadıklarını belirtmişlerdir. Bu anlamda, STK'lar için örgüt içi ve diğer örgütlerle olan iletişimi de kendileri için kritik rol oynamaktadır. STK'ları örgüt içinde ve diğer STK'lar ile –yani örgütler arası- aralarındaki ilişki üzerine de halkla ilişkiler çalışmaları yapmaları gerekmektedir. Bu sayede STK'ları daha örgütlü ve sistemli olarak hareket edebileceklerdir. Aynı şekilde, yerel yönetimlerle olan ilişkilerindeki problemleri ortaya koyan bu çalışmadaki STK'lar, yerel yönetimlerle çatışma yaşamaktan kaçınılmalı ve halkla ilişkiler uzmanları aracılığıyla yerel yönetimlerle stratejik iletişim kurmalıdırlar. Stratejik iletişim kullanımı, STK'ların yerel yönetimlerle ortaklaşa projeler üretmesi, fon sağlama, destek görmesi açısından önem taşımaktadır. Bu sebeple, yerel yönetimlerle

fikir veya uygulamalar konusunda zıt noktalara düşseler bile, STK'ların çatışmacı iletişimden uzak durup, yerel yönetimlerle profesyonelce ve stratejik iletişim kurma yoluyla hareket etmesinin STK'lar için faydalı olacağı düşünülmüştür. Her ne kadar bu araştırmadaki STK'lar, çalışmalarını sağlıklı yürütebilmek için devlet desteğinin gerekliliğini konusuna vurgu yapmışlar ve bunu halk desteğini çekilmesiyle ilişkilendirmişlerdir. Bu anlamda devletin topluma sosyal farkındalık katarak toplumsal gelişimi sağlayacağı için STK'larına destek vermesi gerektiği düşünülmekte; ancak STK'ların kendi çabaları ile de destekçi kazanabilmesi için paydaşları üzerine yürüteceği halka ilişkiler çalışmalarının ne kadar önemli olduğu, bu çalışma ile de desteklenmektedir.

Kısacası; STK'lar için halkla ilişkiler faaliyetlerinin hatta bunu halkla ilişkilerde ilişki yönetimi odaklı gerçekleştirmesinin hedefleri yönünde olan muhtemel kazanımların uzun vadeli ve sürdürülebilir olması anlamında ciddi bir öneme sahiptir. Özellikle de gönüllü kazanmaya uğraşan ve bu sayede; yani gönüllü desteği sayesinde hareket ve güç imkanı sağlayabilen örgütler olan STK'lar için, halkla ilişkilerin rolü “olmazsa olmaz” niteliktedir, denilebilmektedir.

KAYNAKÇA

- AB Komisyonu Türkiye Delegasyonu. (2001). Sivil Toplum İş Başında (STK Araştırma Raporu). Ankara.
- Abadan Unat, N. (1988). Türkiye’de Toplumsal Değişme. *Piyasa Araştırmaları ve Kamuoyu Yoklamaları, Kamuoyu Araştırmaları Birinci Uluslararası Sempozyumu*, Ankara Üniversitesi BYYO Yayınları, 29-47.
- Abay, A. R. (2004). Sivil Toplum ve Demokrasi Bağlamında Sivil Dayanışma ve Sivil Toplum Örgütleri, 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 24-26.
- Acar, M. (2016) Kamu Politikası Perspektifinden Sivil Toplum-Devlet İlişkileri: Bir Çerçeve Önerisi, *Yasama Derneği Dergisi*, 10(29), 58-83. (15.02.2017). https://www.researchgate.net/publication/312021822_KAMU_POLITIKASI_PERSPEKTIFINDEN_SIVIL_TOPLUM_DEVLET_ILISKILERI_BIR_CERCEVE_ONERISI
- Acar Savran, G. (2013), “Sivil Toplum ve Ötesi Rousseau, Hegel, Marx”, Belge Yayınları, İstanbul
- Acun, F. (2005). Osmanlı Şehirlerinde Devlet ve Sivil Toplum, *Sivil Toplum Dergisi*, 3(10), 51-60, (18.10.2017)
- Açma, B. (2014). Sivil Toplum Örgütleri. Bilhan Kartal ve Belkıs Kümbetoğlu (Ed.), *Yeni Toplumsal Hareketler içinde*, 246-265, Eskişehir
- Adam B. Seligman (1992:107) *The Idea Of Civil Society*, The Free Press, New York, 113.
- Akbulut, E. (2011). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Kurumsal İtibar Yönetimi Sürecinde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Rolü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Akdoğan, A. A. (Ed.). (2013). *Sivil Toplum ve Siyasal Teori*. Ankara: Efil Yayınevi
- Aksakoğlu, Y. (2006), STK’lar için Savunuculuk Rehberi, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Ankara.

- Aksulu, M. (2013). Yeni Toplumsal Hareketler: Türkiye’de Hayvan Hakları Savunuculuğu ve Sosyal Medya. *Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.*
- Alberto Melucci, “Social Movements and the Democratization of Everyday Life”, *Civil Society and the State*, s.257
- Altuğ, T. (2009). Hayvan Deneyleri Etiği, *Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık*, 53-68, <http://uvt.ulakbim.gov>
- Anon, (2006). On a Community Action Plan on the Protection and Welfare of Animals 2006-2010; Communication From the Commission to the European Parliament and the Council; Erişim, http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/actionplan/actionplan_en.htm, Erişim Tarihi:10.12.2006.
- Asna, A. (1995). Halkla İlişkiler... Public Relations... P.R.: Dünden Bugüne Bir Sanat ve Meslek Öyküsü. İstanbul: Sabah Kitapları.
- Asna, A. (2012). Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler. Ankara: Pozitif Yayınları.
- Bakan, İ. ve Kefe, İ. (2012). Kurumsal Açından Algı Ve Algı Yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 19-34.
- Balta Peltekoğlu, F. (1993). Halkla İlişkiler Giriş, Marmara Üniversitesi Yayın No:524, İletişim Fakültesi Yayın No: 1, İstanbul.
- Balta Peltekoğlu, F. (1993). *Halkla ilişkiler giriş*. Marmara Üniversitesi.
- Barnett M L, Jermier J M ve Lafferty B A (2006) Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9 (1), 26-38.
- Bayhan, V. (2002). Demokrasi Ve Sivil Toplum Örgütlerinin Engelleri: Patronaj Ve Nepotizm. *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 1-13.
- Biber, A. (2006). “Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler”, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Bobbio, N. (1993). Gramsci ve Sivil Toplum Kavramı. J. Keane (Ed.) içinde, *Sivil Toplum ve Devlet: Avrupa’da Yeni Yaklaşımlar* (M. Küçük, Çev., s. 91–118). 105-107, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Bobbio, Norberto (2004) “Gramsci ve Sivil Toplum Kuramı” Sivil Toplum ve Devlet, Avrupa’da Yeni Yaklaşımlar, John Keane (Der), Ankara: Yedikıta Yayınları, s. 91-118.
- Bousfield, B. Ve Brown, R. (2016). Animal Welfare, *Veterinary Bulletin - Agriculture, Fisheries and Conservation Department Newsletter*, 1(4), 1-12, Erişim: 27.03.2017, https://www.afcd.gov.hk/english/quarantine/qua_vb/files/AW8.pdf
- Bumin, K. (1981). *Sivil Toplum ve Devlet, Kuramlar- Deneyler- Arayışlar*, (42). Yazko Yayınevi.
- C.J. Wrigley, (2003) “İki Savaş Arası Avrupa’sında Karşı Devrimin Başarısızlığı”, Batı’da Devrimler ve Devrimci Gelenek 1560-1991’den alınmıştır, (Çev. Kemal İnal), David Parker (der.), Dost Kitapevi, Ankara, s:212.
- Chandhoke, N. (2007). Civil Society. Development in Practice, 17 (4–5), 607–
- Cılızoğlu, G. Y. & Karagöz, E. Ö. (2007) Sivil Toplum Örgütlerinin Kamuoyu Oluşturma Süreci: Petrol-İş Sendikası Kampanya Analizi, Ful Ajans, İstanbul.
- Coskun, N. (2007). *Importance Of Ethical Public Relations In Non-Profit Organisations*, Doctoral dissertation, Auckland University of Technology.
- Cumalıoğlu, E. (2017), Medeni Hukukta Hayvan Hakları ve Hayvanlar Üzerindeki Hak, *D.E.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. 19, Özel Sayı-2017, s. 573-610, <http://hukuk.deu.edu.tr/cilt-19-ozel-sayi-2017/>, Erişim: 29.03.2018.
- Cutlip, Scott., Center, Allen, Broom, Glen., *Effective Public Relations*, 6th Edition, Englewood Cliffs: Prentice Hall Inc, 1985, s.5.
- Çabuk, D. (2017), Türkiye’de Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının İtibarını Ölçmek, *Global Media Journal: Turkish Edition*, 8(15), 233-258.
- Çaha, Ö. (1994). Osmanlı’da Sivil Toplum. *AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 49(3-4), 79-99.
- Çaha, Ö., Çaylak, A. ve Tutar, H. (2013). TRA2 Bölgesi Sivil Toplum Kuruluşları Profili. *Kars Ardahan Ağrı ve Iğdır İlleri*, Kars: Serka Kalkınma Ajansı Raporu. (11.06.2017). <http://www.serka.gov.tr/store/file/common/60fadba6b6cec97b0c07f5b2f41137f3.pdf>

- Çaha, Ömer (2010:44) "Sivil Kadın:Türkiye'de Kadın ve Sivil Toplum", Savaş Yayınevi, Ankara:36
- Çakmak, A. F., & Kilci, S. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi. *Kamu-İş*, 11(4), 219-270.
- Çalışkan, N., Aydın, M. Ve Aslander, M. (2014). Empati ve Hayvanlarla İletişim, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 29-42.
- Çamdereli, Mete, s.84 Çamdereli, Mete, (2000), Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Çelik, A., & Aykanat, Ş. (2006). Sivil toplum örgütlerinin siyasal iktidarı etkileme yöntemleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 215-226.
- Çımrın, F. K. (2010). Yeni Toplumsal Hareketler ve Kentsel Yaşam. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 45-58.
- Davis (2004:34) Davis, Anthony; "Mastering Public Relations", Palgrave Macmillan Ltd., New York.
- Davis, Anthony, (2006). Halkla İlişkilerin Abc'si, Çev. Ümit Gendilek, İstanbul, MediaCat Kitapları,. s.127.
- Demir, Ş. Ş. (2011), Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde İletişim Tekniklerinin Etkisi: Konaklama İşletmeleri Örneği, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 127-150.
- Demirbolat, A. O. (1999), Yönetici ve empatik yaklaşım. *Eğitim ve Bilim*, 24(114).
- Demirel, N. (2009). *Kuramsal Ve Tarihsel Aşamaları İle Sivil Toplum Ve Türkiye*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Demirel, N. (2009). *Kuramsal ve Tarihsel Aşamaları İle Sivil Toplum ve Türkiye*, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul, 2009
- Doğan, İ. (2007). Türkiye'de Çok Partili Dönemde Sivil Toplum Gelişimi (1945-2000). *Gazi Üniversitesi*, 83-97.
- Dondurucu, Z. B. (2014). Sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden halkla ilişkiler çalışmaları (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *İstanbul, İstanbul Üniversitesi*.

- Dozier, David M. ve Grunig, Larissa A. (2005 s.425). Halkla İlişkiler İşlevinin Örgütlenişi, J. E. Grunig (ed), Halkla ilişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Elif Özsayar (çev.), İstanbul: Rota Yayın Yapım Dağıtım, 417-439.
- Duncan Forbes, Introduction to Adam Ferguson's An Essay on History of Civil Society, Edinburg 1966, s. XV.
- E.M. Wood, (1990) "The Uses and Abuses of Civil Society", Socialist Register, s. 62
- Edward Shils (1991) The Virtue Of Civil Society Government And Opposition C:26 S.1 Kış 1991:5
- Embacher, Serge / Lang, Susanne (2008): Bürgergesellschaft.Eine Einführung in zentrale bürgerschaftliche Zukunftsfragen.Bonn.
- Eraslan, L. (2011). *Sivil Toplum Ve Eğitim (ESTK)*. Maya Akademi.
- Erdem, D. (2008). *Sivil toplum kuruluşlarında etkinlik ölçümü: Türkiye örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İzmir
- Ergeç, N. E. (2004). *Televizyon Reklamlarına Yönelik Şüphe İkna Bilgi Modelinin Yorumlanması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ergeç, N. E. (2006). Kurtuluş Savaşı Sırasında Yürütülen İletişim Çabalarının Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3).
- Ergün, Y. (2010) Hayvan Deneplerinde Etik, *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 19(4), 220-235, <http://dergipark.gov.tr/aktd/issue/2218/29422>, Erişim: 29.03.2018.
- Ersoy, N. (2003). "XII. Yüzyıldan Günümüze Anadolu'da Sivil Toplum Örgütlenmesinin Tarihsel Gelişimi". *Türk İdare Dergisi*. Mart 2003. Sayı: 438. 129-156.
- Ersoy, N. (2003:131). "XII. Yüzyıldan Günümüze Anadolu'da Sivil Toplum Örgütlenmesinin Tarihsel Gelişimi". *Türk İdare Dergisi*. Mart 2003. Sayı: 438. 129-156VE.
- Erşahin, S. (2003). Vakıf Düşüncesini Doğuran Temel Dinamikler Üzerine. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16(2). 322-335. (13.06.2017). <http://www.islamiarastirmalar.com/magazine/en-vakif-dusuncesini-doguran-temel-dinamikler-uzerine-231.html?page=archive>

- Eser, C. (2014). Kültür-Sanat Faaliyetlerinde Sponsorluk. *Yıldız Journal of Art and Design*, 1(2), 30-35.
- Fetisova, T. (2015). Understanding Coca-Cola Advertising Campaigns: A Strategic Analysis Of The ‘Share A Coke’campaign. *Unpublished Thesis, State University Of New York In Prague*.
- Fried Pp (1996) Pr For Nonprofit Organizations Robert L Dilenschneider Dartnll’s Public Relation Handbook , 268 – 282.
- George Sabine, (1991) Yakın Çağ Siyasal Düşünceler Tarihi, Çeviren: Özer Ozankaya, Gündoğan Yayınları, Ankara, s.49.
- George Wilhem Friedrich Hegel; Hukuk Felsefesinin Prensipleri, Çev.; Cenap Karakaya,Sosyal yay. , İstanbul 2004, s. 58. (s. 157-162)
- Gökberk, M. (1993). *Felsefe Tarihi*. (11.Baskı). İstanbul: Rezmi Kitabevi
- Göküş, M. (1993), *Kamu Kurumlarında Halkla İlişkilerin Yeri ve nemi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Gle, Nilüfer. “Yurt Dışı İlişkilere Kuramsal Bir Bakış”, Sempozyum Bildirileri, ç Sempozyum Sivil Toplum Kuruluşları, s. 114-120, İstanbul 1998a Mühendisler ve İdeoloji, Metis Yay, İstanbul, 1998b
- Gönenç, A. A. (2001). *Sivil Toplum Düşünsel Temelleri ve Türkiye Perspektifi*. İstanbul: Altkitap Yayınevi.
- Grunig, J. ve Hunt, T.(1984 s.25). *Managing Public Relations*, New York: Holt, Rinehort&Winston.
- Güleç, ř. N. (2015), Kurum İmajı Oluşturma (nite 3), “Kurumsal İmaj” içinde, Ondokuzmayıs Üniversitesi UZEM Yayınları, Samsun.
- Gültekin, T. (2009), *Sivil Toplum Kuruluşlarında Kamuoyu Oluşturma Aracı Olarak Sanat, Sanatçı Ve Sanat Eseri*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Gündüz, A. Y. ve Kaya, M. (2014). Küresel Dünyada Sivil Toplum Kuruluşlarının Ekonomik Kalkınmadaki Rollerini zerine Bir Değerlendirme. *Akademik Araştırmalar ve alışmalar Dergisi (AKAD)*, 6(10).

- Güneş, İ. (2004). "Sivil Toplum Kuruluşları", Son Baskı Sanal Dergi, Yıl: 1, S. 5, <http://www.sonbaski.com/sayi7siviltoplum.htm> (Son Erişim Tarihi 20.05.2008).
- Güzeloğlu E.B., Maden D., (2015), "Halkla İlişkilerde İlişkisel Yaklaşım Alan Öğrencilerinin İlişki Boyutlarına Yönelik Algıları", *The Journal of Academic Social Science Studies*, s. 357-372,
- Habermas, Jürgen (1992): *Faktizität Und Geltung. Beiträge Zur Diskurstheorie Des Rechts Und Des Demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main.
- Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, GRUNGG, Çev. Elif Özsayar, İstanbul, Rota Yayınları, (2005 s.52).
- Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, GRUNIG, Çev. Elif Özsayar, İstanbul, Rota Yayınları, (2005 s.53).
- Haşlak, D. ve Güleler, S. (2006). Sosyal ve Siyasal Düşüncede Sivil Toplum Tartışmaları Ve Toplulukçu Düşüncede Topluluk, Birey Ve Devlet Anlayışı. *III. Uluslararası STK'lar Kongresi: STK-Özel Sektör-Devlet Etkileşimi Bildiriler Kitabı*, 9-10.
- Ilgar, R. (2007). Türkiye'de Hayvan Hakları İhlallerine Coğrafi Açından Bakış. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1).
- Işık M. ve Akdağ, M. (2011). *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler*, Konya: Eğitim Akademi Yayınları.
- Işık, M. (2011:11). *Hastanelerde Halkla İlişkiler*. Konya: Eğitim Kitabevi
- İbrahim, F., & Wedel, H. (1997:73). *Ortadoğu'da Sivil Toplumun Sorunları*. Erol Özbek (Çev). İstanbul
- Tuncer, A. İ. (2018), *Halkla İlişkiler; Örgütlerin İlişki Yerleştirme Stratejileri ve İlişki Çıktıları Üzerine Ampirik Bulgular*. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2), 139-158.
- İstanbul Himâye-i Hayvânât Cemiyeti Nizamnâmesi (1328-1912) Selanik Matbaası, Dersââdet.
- John Keane (2004:59), *Sivil Toplum ve Devlet Avrupa'da Yeni Yaklaşımlar*, (Çev. Levent Köker, Ahmet Çiğdem, Mehmet Küçük, Erkan Akın, Aksu Bora, Ayşe Nur), 1. Baskı, Ankara: Yedi Kıta Yayınları.
- Kaldor, Marry: *Global Civil Society, An Answer to War*, Polity, Cambridge, 2003.

- Karaköse, A., & Topbaş, E. (2010) İşletmelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Marka Yönetim Sürecindeki Rolü: Tepe Home Örneği, *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 45, (3) : 1-37.
- Karakuş, O. (2006). *Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta
- Karatepe, S. (2008). İtibar yönetimi: Halkla ilişkilerde güven yaratma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(23), 77-97.
- Kartal, B. ve Kümbetoğlu, B. (Ed.). (2014). *Yeni Toplumsal Hareketler*. (3. Baskı). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2345
- Kazancı, M. (1980). *Halkla ilişkiler*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 459, S.B.F. Basın Ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi, Ankara.
- Keane, J. (1994). Demokrasi ve Sivil Toplum: Avrupa'da Sosyalizmin Açmazları, Toplumsal ve Siyasal İktidarın Denetlenmesi Sorunu ve Demokrasi Beklentileri Üzerine, çev. Necmi Erdoğan, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1994, s. 36.
- Kocabaş F, Elden M. ve Yurdakul N. (2000: 45) Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Kocacık, Faruk. (2003:189), *Toplumbilim Ders Notları*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları No:92.
- Kolektif (2008), "Sivil Toplum Kavramı Tartışmaları", Kaknüs Yayınları, İstanbul
- Koro, T. (2005), *Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem Ve Araçlar*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Koro, T. (2005). *Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar* (Doctoral Dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Köker, L. (2004). Çoğulculuk Olmadan Demokrasi ve Sivil Toplum Olmaz, *Sivil Toplum*, 2 (5), , s. 99
- Köker, L. (2008). *Demokrasi, Eleştiri ve Türkiye*. Dipnot Yayınevi
- Krishan Kumar (1993) "Civil Society: An Inquiry Into The Usefull Of Am Historical Term" *The British Journal Of Sociaology*, c.44/ s.3, 1993:376

- Kuçuradi, İ. (1998). *Sivil Toplum Kuruluşları: Kavramlar. Üç Sempozyum: Sivil Toplum Kuruluşları, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.*
- Kuhnle S. ve Selle, P. (1992). "Introduction", *Government and Voluntary Organization: A Relational Perspective*, Aldershot: Avebury Publ.
- Küçükşaraç, B. (2008), *Toplumsal Örgütlenmelerde İnternet Aracılığıyla Halkla İlişkiler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- L. Diamond (1994) *Toward Democratic Consolidation/ Journal of Democracy* 5/3
- Larson, Charles U. (1997). *Persuasion (Reception and Responsibility)* Belmont Clifornia: Wardsworth Publishing Co.
- M. Nazan Aslanel. (1993). *Kamuoyu ve Kamuoyunun Oluşmasında Kitle İletişim Araçlarının Rolü*, Konya, (Yayınlanmamış Y. Lisans Tezi).
- Mathews, J.: "Power Shift, The Rise of Global Civil Society", *Foreign Affairs*, January-February 1997, pp. 5066
- Melikoğlu, B. (2009). *Türkiye’de Kurulan İlk Hayvanları Koruma Türkiye’de Kurulan İlk Hayvanları Koruma Derneğinin Tarihsel Gelişimi*, *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 80(1), 37-44.
- Mercer. C. (January 2002). *NGOs, Civil Society and Democratization. Progrees in Developmen Studies*, Vol. 2 no. 1.
- Mestçi, A. (2007). *Türkiye İnternet Raporu 2005. Beykent Üniversitesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü.*
- Michael D. Mishalisin, Robert D. Smith, (1997). "Startegic Planing Source" *International Journal of Organizational Analisis*, Vol. 5, Issue 4, sf. 111.
- Okay, A. & Okay, A. (2007). "Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları", İstanbul, Der Yayınları, sf. 1
- Oktay, M. (1996). *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Onbaşı, F. (2008). *Civil Society Debate İn Turkey: A Critical Analysis*. Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

- Oral, R. (2016), *Televizyonda Yayınlanan Kamu Spotlarının Hedef Kitlenin Tutum Ve Davranışları Üzerindeki Etkisi: Beyhekim Devlet Hastanesi Çalışanları Örneği*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü
- Özdemir, A. (2004). *Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler Uygulamaları (Antalya İli Üniversite, Kamu ve Özel Hastane Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Özdemir, E. (2009). Bir Sivil Toplum Kuruluşu (STK) Örgütlenme Modeli: Amargi Kadın Kooperatifi.
- Özdemir, S., Başel, H., & Şenocak, H. (2009). Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'nın Artan Önemi ve Üsküdar'da Faaliyet Gösteren Bazı STK'lar Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (56). (24.01.2017). <http://dergipark.gov.tr/iusskd/issue/886/9847>
- Özer, M. H. (2008). Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi ve Sosyal Fonksiyonları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 86-97.
- Özer, M. H. (2014). Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi Ve Sosyal Fonksiyonları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 86-97. (19.04.2007). <http://dergipark.gov.tr/esosder/issue/6140/82382>
- Özer, M. Halis. Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi Ve Sosyal Fonksiyonları, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.7 S.26, 2008, s. 90
- Özgen, E. (2011). “Halkla İlişkiler ve Yeni Meydanın İşaret Ettiği Sorunlar Üzerine Bir Tartışma”, Yeditepe Üniversitesi, Global Media Journal, İstanbul.
- Özgür, A. (2010), Hayvanlarla Yaşamı Paylaşmak, *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 81(2), <http://dergipark.gov.tr/vetheder/issue/34347/3793999-13>, Erişim: 21.06.2017.
- Özkanal, B. (2013) Halkla İlişkilerde Görsel ve İşitsel Araçların Kullanımı ve Uygulamaları (80-109) , *Halkla İlişkiler Uygulama Teknikleri* Edt. İçinde, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2613, Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 1581, Eskişehir.

- Özkul T. (2013). AB'ye Uyum Sürecinde Türk Veteriner Hekimliğine Bir Bakış. I. Ulusal Veteriner Hekimliği Tarihi ve Mesleki Etik Sempozyumu Bildiri Kitabı, s. 283-304, Elazığ, 30 Mart-1 Nisan 2006.
- Özmutaf, N. M. (2007). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Misyonlarını Gerçekleştirmede İnsan Kaynaklarının Rolünün Gönüllü Yönetimi Yaklaşımları Bağlamında İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta
- Pekmezci Sargın, S. C. (2010). *Hayvan Hakları Konulu Toplum Bilinçlendirmeye Yönelik Canlandırma Çalışmaları; Karakter Tasarımı Temelinde Live Action Uygulamalar*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pekmezci, M. Ünkan, Ç, Gürsoy, A, Kaleli, N. (2004:134) Sivil Toplum Kuruluşlarında Yönetim ve Yönetici I. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Çanakkale.
- Philip Seip & Kathy Fitzpatrick, "Public Relations Ethics", Harcourt Brace College Publisher, Florida, 1995, sf. 36
- Purdue, D. (Ed.). (2007). *Civil Societies And Social Movements: Potentials And Problems*. Routledge.
- Reddy, C.V.Narshima; Reddy, N.D.K; Sharma, Ritu.; Rahim, Abdur; Madhavan, P.K. SP.K. S.; Sharma, T.S. (2017), Unit-5 Public Relations in non-Governmental and Voluntary Organizations, *Block - 4 Public Relations in Government and Industry* içinde, Indira Gandhi National Open University, 78-92
- Regan, T. (1983) "The Case for Animal Rights", Online Birikim Dergisi, 2005, sayı:19, <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5910/hayvan-haklari-icin-temel-argumanlar#.WNLJefmLTdc>, Erişim: 22.03.2017).
- Rohit, D. (2015). Cause-Brand Association-An Emerging Trend in India. *SAMVAD*, 8.
- Ross, Raymond S. (1990). *Understanding Persuasion*. 3rd ed. New Jersey: Englewood Cliffs- Prentice Hall.
- Russell, W. M. S., Burch, R. L., & Hume, C. W. (1959), "The Principles Of Humane Experimental Technique", Vol. 238, London: Methuen.
- Ryfman, P. (2006), "Sivil Toplum Kuruluşları", İletişim Yayınları, İstanbul

- Saatçioğlu, E. (2017), Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımları: Greenpeace Türkiye Facebook Sayfası Örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 10(1), 158-187.
- Sabuncuoğlu, Z. (2004), İşletmelerde Halkla İlişkiler (7.baskı), İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Sabuncuoğlu, Z. ve, Tüz, M. (1998). Örgütsel Psikoloji, ALFA Yayınları, Bursa.
- San, C. (1994). Demokratik Siyasal Kültür ve İnsan Hakları. *İnsan Hakları Yıllığı*, 16, 3-13.
- Sarıtaş, E. (2015). İnsan Dışı Hayvanlar Ve Adalet, *Viraverita E-Dergi*, 1, 1-8, <http://dergipark.gov.tr/viraverita/issue/22433/240068>, Erişim: 22.03.2017
- Savaş, T., Yurtman, İ. Y., & Tölu, C. (2009). Hayvan Hakları Ve Hayvan Refahı: Felsefi Bakış-Nesnel Arayışlar. *Hayvansal Üretim*, 50(1), 54-61.
- Saydam, A. (2005), "Algılama Yönetimi", Rota Yayınları, İstanbul
- Sendikalar Ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu (6356 num.), Resmi Gazete 7/11/2012, Sayı: 28460, Md.2/ğ, Md.2/f
- Stupak, R. (2000). Perception Management: An Active Strategy For Marketing And Delivering Academic Excellence, Bussiness Sophistication, And Communication Successes, *Public Administration & Management: An İnteractive Journal* 05.04.2000.
- Sungurbey, İ. (1993), *Hayvan Hakları*, Erişim: 03.03.2017, <http://derkenar.com/ismet-sungurbey+hayvan-haklari-evrensel-bildirgesi>
- Sülüş, T. (2009), *Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler*, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ.
- Sülüş, T. (2009). *Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler* (Master's thesis, Namık Kemal Üniversitesi).
- Şahin, L., & Öztürk, M. (2008). Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları Ve Türkiye'deki Durumu. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (54).
- Şenkal, A . (2012). Küreselleşme, Sosyal Politikanın Dönüşümü ve Sivil Toplum Örgütleri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 0 (45), 97-126. (14.06.2017). <http://dergipark.gov.tr/iusskd/issue/919/10378>
- Şentürk, B. (2006). Hayvan Refahı, *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 77 (4), 46-51.

- T.C. 1924 Anayasası, Resmi Gazete 15.01.1945, Cilt 26, s.170, <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa24.htm>, md.70 ve md.79
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Mesleki ve Teknik Eğitim Programları (2011), Halkla İlişkilerde Yazılı Araçlar, *Halkla İlişkiler Ve Organizasyon Hizmetleri* modül kitabı içinde (modül kod: 342PR0011), Ankara.
- Tacso (2011), Fon Yaratma ve AB Fonlarına Erişim, Sivil Toplum Kuruluşlarına Teknik Destek, Bölge Ofisi, 1-150
- Tamer, M. G. (2010). Tarihsel Süreçte Sivil Toplum. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27(1).
- Tamzok, H., Kük, M. ve Çobanoğlu, N. (2013). Hukuki ve Etik Boyutlarıyla Sokak Hayvanları. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1).
- Tan, D. ve Çobanoğlu, N. (2013). Hukuki ve Etik Boyutuyla Türkiye'de Hayvan Deneyleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics-Law and History*, 21(1), 24-37.
- Taşdemir, E. (2001). Hedef Kitleye Ulaşmada Etkili Bir Araç: Sponsorluk. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(1), 97-106.
- Taylor, C. (1990) "Modes of Civil Society," *Public Culture*, No: 3, ss. 95-118
- T.C. Ticaret Bakanlığı ve TÜPADEM, (2018), "Tüketici Profili Ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu", Türkiye Tüketicinin Korunması Ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü, Ankara
- Tikveş, Ö. (2005). Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (2.Baskı.). İstanbul:Beta Yayınları.
- Toksöz, F. (1983), "Dernekler", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 2, İletişim Yayınları, İstanbul, ss. 366-378.
- Toros, N. D., (2016), Pazarlama İletişimi Açısından İnternet Ortamında Kullanılan Ağızdan Ağıza Pazarlama Tekniklerinin Marka Tercihine Etkisi, *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 157-182.
- Tortop, N. (1998). Halkla İlişkiler. Yargı Kitap ve Yayınevi, 236 s, Ankara.
- Tortop, N. (1975). Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler, Türkiye Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara.
- Tosun, G. (1998). *Demokratikleşme Sürecinde Devlet-Sivil Toplum İlişkisi Ve Türkiye Örneği*. Doktora tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Tosun, G. E. (2006). *İzmir'de Sivil Toplum*. Alfa Aktüel.

- Tosun, K. (1995). Yönetim Ve İşletme Politikası s.5)
- Tuncel, H. (2009). Halkla İlişkiler Anlayışıyla Bütünleşik Pazarlama İletişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (35), 115-136.
- Turan, İ. “1972-1996 Döneminde İstanbul’da Derneksel Hayat”, (der. A.N. Yücekök, İ.Turan, M.Ö.Alkan), *Tanzimattan Günümüze İstanbul’da STK’lar*, 1998, s. 197-210.
- Türk Medeni Kanunu (4721 num.), Resmi Gazete 8/12/2001, Sayı : 24607, Md.101, Md.106, Md.109 ve 111, Md.58, Md.72
- Türkiye Odalar Ve Borsalar Birliği İle Odalar Ve Borsalar Kanunu (2014), Resmi Gazete 11.09.2014, Sayı: 29116, Md. 4, TOBB Yayın No:214
- Türköne, M. (Ed.). (2008). *Siyaset*. (8. Baskı). Ankara: Lotus Yayınevi
- Uğur, S. (2013), “Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Yardım Ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri”, Ekin Yayınevi, Bursa
- Uğurlu, M. (2006). *Türkiye’de Sivil Toplum – Sosyal Politika İlişkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli
- Uğurlu, Ö. (2008). Halkla İlişkilere “Algı” Çerçevesinden Bakış. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32(1), 45-164.
- Uysal – Sezer, B.(1987). Bir Halkla İlişkiler Kuramı Olabilir Mi?, *Halkla İlişkiler Sempozyumu – 87 içinde* (S. 197-222), Ankara Üniversitesi Basın - Yayın Yüksekokulu Yayınları: 10, Türkiye Ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları: 221, Ankara.
- Ünlü, S. (2012). *Sosyal Girişimcilik Bağlamında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: AKUT ve TOG Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- Ürgüplü, G. (2013). *Derin Ekoloji Bağlamında Kentte Sokak Hayvanlarıyla Birlikte Yaşamak Olgusunun İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

- Varol, M. (1993). Örgüt Sosyolojisine Giriş. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları, s. 129
- Yaman, K. (2011), *Belediyelerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Algılanması: Afyonkarahisar Belediyesi Örneği*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Yaman, N. (2016), *Sivil Toplum Kuruluşlarında Halkla İlişkiler: Tema Vakfı Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yaşar, A. ve Yerlikaya, H. (2004). Dünya'da ve Türkiye'de Hayvan Haklarının Tarihsel Gelişimi, *Vet Bil Derg*, 20(4), 39-46.
- Yetkin Cılızoğlu, Sivil Toplum Örgütlerinin İletişim Süreci, s.137-138
- Yıkılmaz, N. (2003). Yeni Dünya Düzeni ve Çevre, Sosyal Araştırma Vakfı Yayını, İstanbul, Haziran, Sayfa:166.
- Yıldırım, E. (2005) Apolitik Politikaların İnşacıları Olarak Sivil Toplum, *Sivil Toplum*, 3 (10), s. 61
- Yıldırım, İbrahim (2004:52) Demokrasi, Sivil Toplum Kuruluşları ve Yönetişim, Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, M. (2003) Sivil Toplum ve Devlet, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:27 No:2, 2003, s. 226;
- Yıldırım, M. (2003). Sivil Toplum ve Devlet. *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(2), 226-242.
- Yıldız, O. (2006). *Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Dünya Politikasında Artan Rolü: Uluslararası Kuruluşlar Açısından Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Yılmaz, B. (2011). *Mükemmel Halkla İlişkiler Yaklaşımı Açısından Türkiye'deki Kalkınma Ajanslarının Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Baka Örneği*, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Faaliyet alanına göre dernekler, bkz. <https://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/derneklerin-faaliyet-alanina-gore.aspx>, erişim:11.09.2017)

Türkiye Hayvan Koruma Derneği, bkz. <http://thkd.org.tr/basariharimiz.html>, Erişim: 11.09.2017).

Hayvanları Koruma Derneği, Tarihçe, bkz. <https://haykodorg.wixsite.com/haykod/tarihemiz>, Erişim:11.09.2017).

Doğayı Hayvanları Koruma ve Yaşatma Derneği, bkz. <http://www.dohayko.org/dohayko-bilgiler-mainmenu-55/48-dohayko-ropjuruluan-bu-g.html>, Erişim:11.09.2017).

Kimşesiz Hayvanları ve Doğayı Koruma Derneği, bkz. <http://www.kihayko.com/biz-kimiz>, Erişim:11.09.2017) .

Hayvan Severler Derneği, bkz, https://www.haysev.site/biz-kimiz?ref=StoreYa&utm_campaign=storeya2&utm_medium=trafb&utm_source=stry, Erişim:18.09.2017).

Hayvan Severler Derneği, bkz. https://www.haysev.site/haberler?ref=StoreYa&utm_campaign=storeya2&utm_medium=trafb&utm_source=stry, Erişim:18.09.2017).

BiPati, bkz. <http://bipati.co/genel/dernekler-federasyonlar-ve-kuruluslar/>, Erişim:10.09.2017):

Halkla İlişkiler Platformu, bkz. http://www.halklailiskiler.com.tr/BP_Krizi_Nasil_Yonetti..php, Erişim:23.09.2017).

Turkcell, bkz. <http://www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/sosyal-sorumluluk/egitim/kardelenler>, Erişim:27.09.2017).

P&G, bkz. https://www.pg.com/en_IN/sustainability/social_responsibility/social-responsibility-programs-in-india.shtml , Erişim:27.09.2017).

Digitalvidya Blog, bkz. <http://www.digitalvidya.com/blog/case-study-on-coca-colas-share-a-coke-campaign/>, Erişim:06.09.2017).

EKLER

1. GÖRÜŞME SORULARI

1. Dernek Üyeleri İçin Yarı yapılandırılmış Görüşme Soruları:

- 1) Hayvansever olmak sizin için ne anlama gelmektedir?
- 2) Hayvan Hakları sizin için ne ifade etmektedir?
- 3) Hayvan Hakları ile ilgili ne tür örgütlenmeleri biliyorsunuz?
- 4) Hayvan Haklarıyla alakalı Türkiye'deki çalışmalar hakkında neler biliyorsunuz? Bu çalışmaların yeterliliğini nasıl değerlendirirsiniz?
- 5) Hayvan Hakları ile ilgili çalışmaların dernek bünyesinde ya da bireysel olarak gerçekleştirilmesi arasında fark görüyor musunuz? Nasıl bir fark vardır?
- 6) Bir hayvan hakları derneği yetkilisi/üyesi olarak hayvan haklarını koruma ve hayvanlar için çalışmalar yaparken genel anlamda karşılaştığınız sorunlar oldu mu? Olduysa neler? Kamu ile yaşadığınız sorunlar var mı, varsa nelerdir?
- 7) İzmir'deki Hayvan Hakları derneklerinin yürüttükleri çalışmalar hakkındaki fikirlerinizin nelerdir (neler biliyorsunuz)? Bu çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
- 8) İzmir'deki hayvan hakları derneklerinin kendilerini ve çalışmalarını duyurma ve kurdukları iletişim anlamında nasıl değerlendiriyorsunuz? Yine bu anlamda halka ulaşmak konusunda yaşadığınız sorunlar var mı? Varsa neler?
- 9) Dernekler için bu çalışmaların duyurulmasında halkla ilişkiler faaliyetlerinin rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Bireylere ulaşmak için yürütülen bu faaliyetler nelerdir?
- 10) Sizce, üye kazanımının dernekler için önemi var mıdır, varsa neden önemlidir? Size göre hayvansever olduğu halde herhangi bir hayvan hakları derneğine üyeliği bulunmayan bireylerin üye olmama sebepleri nelerdir?

- 11) Sizce İzmir'deki hayvan haklarıyla alakalı dernekler üye kazanımı konusunda nasıldır? Derneklerin halkla ilişkiler faaliyetleri üye kazanabilmeyi etkilemekte midir? Etkiliyorsa ne şekilde etkilemektedir?
- 12) İzmir'deki hayvan hakları derneklerinin yürüttüğü halkla ilişkiler faaliyetlerinin yeterliliğini nasıl değerlendirirsiniz? Size göre hayvan haklarını koruma ve kamuda duyarlılık yaratma amacına yönelik ideal etki bir dernek tarafından ne şekilde sağlanabilir?



2. Herhangi Bir Hayvan Hakları Derneğine Üyeliği Bulunmayan Bireyler İçin Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları:

1. Hayvansever olmak sizin için ne anlama gelmektedir?
2. Hayvan Hakları sizin için ne ifade etmektedir?
3. Hayvan Hakları ile ilgili ne tür örgütlenmeleri biliyorsunuz?
4. Hayvan Haklarıyla alakalı Türkiye'deki çalışmalar hakkında neler biliyorsunuz? Bu çalışmaların yeterliliğini nasıl değerlendirirsiniz?
5. Hayvan Hakları ile ilgili çalışmaların dernek bünyesinde ya da bireysel olarak gerçekleştirilmesi arasında fark görüyor musunuz? Nasıl bir fark vardır?
6. Hayvan haklarıyla ilgi herhangi bir derneğe üye olmak konusundaki fikirleriniz nelerdir? Neden üye olmayı tercih etmiyorsunuz?
7. İzmir'deki Hayvan Hakları derneklerinin yürüttükleri çalışmalar hakkında neler biliyorsunuz? Bu çalışmalarını ne şekilde veya nerelerden duyuyorsunuz?
8. Bu dernekleri, kendilerini ve çalışmalarını duyurma ve kurdukları iletişim anlamında nasıl değerlendiriyorsunuz?(Yeterli/Yetersiz) Yetersiz görüyorsanız hangi konularda yetersiz buluyorsunuz?
9. Bu çalışmaların sizin gibi bireylere duyurulmasında halkla ilişkiler faaliyetlerinin rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Bireylere ulaşmak için yürütülen bu halkla ilişkiler faaliyetleri konusunda neler biliyorsunuz?
10. Bu halkla ilişkiler faaliyetlerin sizin gibi bireyler üstünde bıraktığı etkileri nasıl tanımlarsınız? Bu faaliyetlerden menuniyet/memnuniyetsizlik durumunuzu nasıl ifade edersiniz?
11. Size göre hayvan haklarını koruma amacına yönelik bireyler üzerinde ideal etki ne şekilde yaratılabilir? Dernekler, toplum desteği almak için ne tarz halkla ilişkiler faaliyetler yapılabilir?
12. Derneklerin halkla ilişkiler faaliyetleri üye kazanabilmeyi ne şekilde etkilemektedir? Hayvan haklarıyla ilgili çalışmalar yapan bir derneğe üye olmak için o dernekten beklentileriniz neler olurdu?

2. ARAŞTIRMAYA KATILANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

	KATILIMCI	YAŞ	CİNSİYET (K/E)	EĞİTİM DURUMU	MESLEK
HAYVANSEVER BİREYLERDEN	K1	45	K	Lisans	Memur
	K2	32	K	Doktora	Öğrenci
	K3	37	K	Lisans	Halkla İlişkiler Uzmanı
	K4	28	K	Lisans	Çevre Mühendisi
	K5	22	K	Ön Lisans	Öğrenci
	K6	30	E	Yüksek Lisans	Lojistik Müdürü
	K7	34	E	Lisans	Sosyal Medya Uzmanı
	K8	27	E	Yüksek Lisans	İnşaat Mühendisi
	K9	43	E	Lisans	Su Ürünleri Mühendisi
	K10	63	E	Lise	Emekli Polis
DERNERLERDEN	D1	62	K	Lisans	Mali Müşavir
	D2	38	K	Lisans	Çalışmıyor
	D3	60	E	Yüksek Lisans	Makine Mühendisi
	D4	64	E	Lisans	Emekli
	D5	38	K	Yüksek Lisans	Mimar
	D6	66	E	Lise	Emekli Pazarlama Müdürü
	D7	62	E	Lisans	İlkokul Öğretmeni
	D8	61	K	Profesör	Anabilim Dalı Başkanı
	D9	65	K	Lise	Bakım Evi Yöneticisi
	D10	33	K	Lisans	Veteriner Hekim